

માધ્યમિક અભ્યાસક્રમ

૨૧૫ – ઘંઘાનો અભ્યાસ

ભાષાંતર સહયોજક
ડૉ. રાજેશ કુમાર

અભ્યાસક્રમ સહયોજક
ડૉ. પિયુષ પ્રસાદ



નેશનલ ઈન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઓપન સ્કૂલિંગ

(MHRD), ભારત સરકાર હસ્તક (સ્વાયત્ત) સંસ્થા)

એ - ૨૪ - ૨૫, ઈન્સ્ટિટ્યુશનલ વિસ્તાર, સેક્ટર - ૬૨, નોઈડા-૨૦૧૩૦૯ (યુ.પી.)

વેબ સાઈટ: www.nios.ac.in, ટોલ ફ્રી નં. ૧૮૦૦૧૦૯૩૯

© રાષ્ટ્રીય મુક્ત વિદ્યાલય શિક્ષણ સંસ્થાન

ઓગસ્ટ, ૨૦૧૨ (૧૯,૦૦૦ નકલો)

સેક્રેટરી, રાષ્ટ્રીય મુક્ત વિદ્યાલય શિક્ષણ સંસ્થાન, એ-૨૪-૨૫, સંસ્થાકીય વિસ્તાર, એનએચ-૨૪, સેક.૬૨, નોઈડા-૨૦૧૩૦૯,
દ્વારા પ્રકાશિત

સલાહકાર સમિતિ

ડૉ. એસ. એસ. જેના અધ્યક્ષ એન.આઈ.ઓ.એસ. નોઈડા	ડૉ. કુલદીપ અગ્રવાલ નિયામક(શૈક્ષણિક) એન.આઈ.ઓ.એસ. નોઈડા	શ્રીમતી ગોપા બિશ્વાસ સંયુક્ત નિયામક (શૈક્ષણિક) એન.આઈ.ઓ.એસ. નોઈડા	ડૉ. સોનિયા બેહલ મદદનીશ નિયામક (શૈક્ષણિક) એન.આઈ.ઓ.એસ. નોઈડા
--	---	--	--

અભ્યાસક્રમ સમિતિ

પ્રો. પી. એલ. ચતુર્વેદી અધ્યક્ષ ફોરમર વાઈસ ચાન્સલર ૩/૩૦, જવાહર નગર, જયપુર, રાજસ્થાન - ૩૦૨૦૦૪	શ્રી સી. કે. મિશ્રા વાણિજ્ય રીડર (નિવૃત્ત) સી. કે. ૩૩/૭, નીલકંઠ વારણસી - ૨૨૧૦૦૧	કુમારી મીના ગોઈલ ઉપ આચાર્ય નવ હિન્દ સીની. માધ્ય. ગર્લ્સ સ્કૂલ ન્યુ રોહતક રોડ, દિલ્હી - ૧૧૦૦૦૫
પ્રો. પ્રમોદ કુમાર સાહુ પ્રોફેસર (નિવૃત્ત) કો-ઓપરેટીવ કોલોની, ૧લી લાઈન બહેરામપુર, ઓરિસ્સા - ૭૬૦૦૦૪	ડૉ. શીપ્રા વૈદ્ય વાણિજ્યમાં લેકચરર એન.સી.ઈ.આર.ટી, ન્યુ દિલ્હી - ૧૧૦૦૧૬	ડૉ. પી. એન. પાંડે આચાર્ય (નિવૃત્ત) ૨૩/૪૭/૭૫ - સી, ક્રીડાવાઈ નગર અલ્હાબાદ, ઉત્તર પ્રદેશ
ડૉ. બી. એલ. શર્મા ચંદ્ર સદન, સુદામાપુરી ભૈંસ બહોરા, મથુરા, ઉત્તર પ્રદેશ - ૨૮૧૦૦૧	શ્રી અદિતી રંજન રાઉત નાયબ નિયામક ક્ષેત્રિય કેન્દ્ર કલકત્તા	ડૉ. પિયુષ પ્રસાદ શૈક્ષણિક અધિકારી એન.આઈ.ઓ.એસ. નોઈડા

વિષય દળ

પ્રો. પી. એલ. ચતુર્વેદી ફોરમર વાઈસ ચાન્સલર ૩/૩૦, જવાહર નગર, જયપુર, રાજસ્થાન - ૩૦૨૦૦૪	ડૉ. ઝાહિદ ખાન લેકચરર વાણિજ્ય શરીફ મેમોરીયલ સીની. માધ્ય. સ્કૂલ બારા હિન્દુ રાઉ, દિલ્હી	ડૉ. એ. કે. કાલા લેકચરર વાણિજ્ય એચ.એલ.જે. સીની. માધ્ય. સ્કૂલ સદર બજાર, દિલ્હી	પ્રો. પ્રમોદ કુમાર સાહુ પ્રોફેસર (નિવૃત્ત) કો-ઓપરેટીવ કોલોની, ૧લી લાઈન બહેરામપુર, ઓરિસ્સા - ૭૬૦૦૦૪
ડૉ. બી. પી. સરશ્વત વાણિજ્ય શાખાના પ્રમુખ એમ.ડી.એસ. યુનિવર્સિટી અજમેર, રાજસ્થાન	પ્રો. ઉદય જેન આચાર્ય (ઓફીસીએટીંગ) શ્રી. વૈષ્ણવ વાણિજ્ય કોલેજ ઈન્દોર, મધ્ય પ્રદેશ	શ્રી અદિતી રંજન રાઉત નાયબ નિયામક ક્ષેત્રિય કેન્દ્ર કલકત્તા	શ્રી સંજીવ કુમાર પી.જી.ટી., રાજકીયા, પ્રતિભા વિકાસ વિદ્યાલય, ગાંધીનગર, દિલ્હી
ડૉ. સુનીલ ગુપ્તા સહાયક પ્રોફેસર સોમ્સ, ઈન્ડુ	ડૉ. બી. પી. સાહુ મદદનીશ પ્રોફેસર ખાલસા કોલેજ, ડી.યુ.	ડૉ. એ. કે. સિંઘ સહાયક પ્રોફેસર શ્રી ભગત સિંઘ કોલેજ, ડી.યુ.	ડૉ. અજય ગંગ પી.જી.ટી.એ.વી. ઈવનીંગ કોલેજ દિલ્હી

સંપાદક

પ્રો. પી. કે. ઘોષ ફોરમર વાઈસ ચાન્સલર ૩૫, વૈશાલી, પીતમપુરા દિલ્હી	ડૉ. તન્મય પાંડા વાણિજ્ય રીડર ડૉ. બી.આર. આંબેડકર કોલેજ દિલ્હી યુનિવર્સિટી દિલ્હી	કુમારી શીવાંગી નાગરથ લેકચરર વાણિજ્ય સમર ફિલ્ડ સ્કૂલ કેલાસ કોલોની, ન્યુ દિલ્હી	શ્રી અદિતી રંજન રાઉત નાયબ નિયામક ક્ષેત્રિય કેન્દ્ર કલકત્તા
ડૉ. આર. કે. ગુપ્તા મદદનીશ પ્રોફેસર પી.જી.ટી.એ.વી. ઈવનીંગ કોલેજ, ડી.યુ. દિલ્હી	ડૉ. બી. પી. સાહુ મદદનીશ પ્રોફેસર ખાલસા કોલેજ, ડી.યુ.	ડૉ. સુનીલ ગુપ્તા સહાયક પ્રોફેસર સોમ્સ, ઈન્ડુ	શ્રી સંજીવ કુમાર પી.જી.ટી., રાજકીયા, પ્રતિભા વિકાસ વિદ્યાલય, ગાંધીનગર, દિલ્હી
શ્રી સી. એસ. સવિતા સહાયક પ્રોફેસર (નિવૃત્ત) શ્યામલાલ કોલેજ, ડી.યુ. દિલ્હી	ડૉ. ડી. કે. પાંડે સહાયક પ્રોફેસર ડૉ. બી.આર. આંબેડકર કોલેજ, ડી.યુ. દિલ્હી	ડૉ. અજય ગંગ પી.જી.ટી.એ.વી. ઈવનીંગ કોલેજ દિલ્હી	ડૉ. આનંદ શર્મા સહાયક પ્રોફેસર મધ્ય હરિયાણા યુનિવર્સિટી હરિયાણા

ગ્રાફિક્સ, કવર ડિઝાઇન અને ડીટીપી

શ્રી મહેશ શર્મા ગ્રાફિક્સ આર્ટિસ્ટ એન.આઈ.ઓ.એસ., ન્યુ દિલ્હી	એમ. કે. કોમ્પ્યુટર્સ દુકાન નં. ૧૮, ડીડીએ માર્કેટ, ભેરા ઈન્કલેવ, પશ્ચિમ વિહાર, ન્યુ દિલ્હી - ૧૧૦૦૮૭
---	---

અધ્યક્ષશ્રીનો સંદેશ

પ્રિય વિદ્યાર્થી,

સમાજની સામાન્ય જરૂરિયાત અને કેટલાક સમૂહોની ખાસ જરૂરિયાત, બદલાતા જતા સમય સાથે તાલીમ આપવાની પદ્ધતિ અને ટેકનિકની અપેક્ષાઓ પૂરી કરવા માટે તે મુજબના ફેરફાર લાવવા જરૂરી છે. શિક્ષણને પરિવર્તનનું માધ્યમ છે. યોગ્ય પ્રકારનું શિક્ષણ યોગ્ય સમયે મળે તો, સમાજમાં સકારાત્મકતા, વર્તનમાં પરિવર્તન, નવા પડકારોનો સમનો કરવાની ક્ષમતા અને મુશ્કેલ પરિસ્થિતિનો સામનો કરવાની હિમ્મત વિદ્યાર્થીઓમાં કેળવાય છે. અભ્યાસક્રમોમાં સમયાંતરે નિયમિત રીતે સુધારા કરવાથી આ હેતુ અસરકારક રીતે પ્રાપ્ત કરી શકાય છે. એક જેવા સ્થિર અભ્યાસક્રમથી કોઈ હેતુ સરતો નથી, કારણ કે તે વ્યક્તિની તેમજ સમાજની આવશ્યકતાઓ અને અપેક્ષાઓને સંતોષી શકતું નથી.

ફક્ત આ હેતુથી શિક્ષણશાસ્ત્રીઓ યોગ્ય સમયાંતરે સમગ્ર દેશમાંથી એકત્ર થઈ, અભ્યાસક્રમમાં ફેરફારની જરૂરિયાત માટે ચર્ચા કરે છે. આવી ચર્ચાઓના પરિણામરૂપે, ઘી નેશનલ કરિક્યુલમ ફ્રેમવર્ક (એનસીએફ ૨૦૦૫) તૈયાર થયેલ છે. જેમાં ઈચ્છનીય/આવશ્યક શિક્ષણનો પ્રકાર જે પ્રાથમિક, પ્રારંભિક, માધ્યમિક અથવા ઉચ્ચ માધ્યમિક કક્ષાનો હોઈ શકે છે.

આ માળખાને ધ્યાનમાં રાખીને તેમજ રાષ્ટ્રીય તેમજ સામાનિક પ્રશ્નોને ધ્યાનમાં રાખીને અને હાલમાં બધા વિષયના, માધ્યમિક સ્તરના અભ્યાસક્રમોમાં સુધારા કર્યા છે, જેથી તે વર્તમાન સમયને અનુરૂપ અને જરૂરિયાત આધારિત બને. શૈક્ષણિક પુસ્તકો તૈયાર કરવાની કામગીરી NIOS કાર્યક્રમો જે મુક્ત અને ડિસ્ટન્ટ શિક્ષણ પદ્ધતિ દ્વારા પાઠ્યપુસ્તકો પુરા પાડે છે તે તેનું જરૂરી અને આંતરિક કાર્ય છે. આથી અમે અભ્યાસ સામગ્રીને વિદ્યાર્થીઓ માટે અનુકૂળ રસપ્રદ અને આકર્ષક બનાવીએ છીએ.

હું આ અભ્યાસ સામગ્રીને સરપ્રદ અને તમારી આવશ્યકતાને અનુરૂપ બનાવવામાં આ ક્ષેત્રની નિષ્ણાંત વ્યક્તિઓએ આપેલ યોગદાન બદલ તેમનો આભાર માનું છું. મને આશા છે કે આ અભ્યાસક્રમ તમારા મનને આત્મસાત્ કરનાર અને આકર્ષક લાગશે.

NIOS વતીથી હું તમારા ઝળહળતા અને સફળ ભવિષ્યની કામના કરું છું.

સહી/—

ડૉ. એસ. એસ. જેના

અધ્યક્ષ

નિયામકશ્રીનો સંદેશ

પ્રિય વિદ્યાર્થી,

NIOSનો શૈક્ષણિક વિભાગ અવારનવાર નવા અને તમારી જરૂરિયાત/આવશ્યકતાને અનુરૂપ અભ્યાસક્રમ આપવાનો પ્રયત્ન કરે છે. માધ્યમિક સ્તરે અમે બધાં જ અભ્યાસક્રમોમાં સુધારો કરી રહ્યા છીએ. આ અભ્યાસક્રમો એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવે છે, જે દેશના અન્ય બોર્ડની સમકક્ષ હોય. અમે સીબીસી અને કેટલાક રાજ્યના માધ્યમિક શિક્ષણ બોર્ડના વિવિધ વિષયોના અભ્યાસક્રમોનો અભ્યાસ કર્યો છે. નેશનલ કરિક્યુલમ ફ્રેમવર્ક (એનસીએફ) જે નેશનલ કાઉન્સિલ ફોર એજ્યુકેશનલ રિસર્ચ એન્ડ ટ્રેનિંગ દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવેલ છે, તેને સંદર્ભ તરીકે રાખવામાં આવેલ છે. ઘનિષ્ઠ તુલનાત્મક અભ્યાસ કર્યા બાદ આ અભ્યાસક્રમ તૈયાર કર્યો છે. જે વહેવારું, જીવનની પરિસ્થિતિને સંબંધિત, સાદું અને સરળ છે. દેશના આગળ પડતા શિક્ષણ નિષ્ણાંતોના માર્ગદર્શનથી અમે આ અભ્યાસક્રમને સુધારીને અદ્યતન બનાવી શક્યા છીએ.

એજ રીતે અને અભ્યાસની સામગ્રી માટે પણ વિચાર્યું છે. અમે જૂની કાઠી નાંખવા જેવી માહિતી દૂર કરી છે અને નવી ઉમેરી છે, જે આધુનિક સમય સાથે અનુરૂપ હોય અને તેને તમારા માટે આકર્ષક અને રસપ્રદ બની શકે.

મને આશા છે કે તમને આ નવી સામગ્રી રસપ્રદ અને ઉત્સાહજનક લાગશે. ભવિષ્યમાં તેમાં સુધાર કરવા માટેના આપના સૂચનો આવકાર્ય છે.

હું આપ સહુના સફળ અને આનંદમય ભવિષ્ય માટે શુભેચ્છા પાઠવું છું.

સહી/—

ડો. કુલદીપ અગ્રવાલ
નિયામક (શૈક્ષણિક)

આપની સાથે કેટલીક વાતો

પ્રિય વિદ્યાર્થી,

અમને એ જાણીને ખુબ આનંદ થાય છે કે માધ્યમિક અભ્યાસક્રમના સ્તરે તમે વાતિજ્ય વ્યવસ્થાને એક વિષય તરીકે પસંદ કર્યો છે. આ પાઠ્યપુસ્તક દ્વારા આપનું સ્વાગત કરવામાં આવે છે.

તમે જાણો છો કે આર્થિક વ્યવહારો તમારા રોજ બરોજના જીવનમાં પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ રીતે તમને સ્પર્શે છે. આપણી ચારે બાજુ ચાલતી વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિઓ આપણા જીવનમાં ખુબ પ્રભાવીત કરે છે. આ બાબતમાં અમારો પ્રયત્ન વિદ્યાર્થીઓને વાણિજ્યનો અધ્યયન, વાણિજ્યનું સ્વરૂપ અને તેના બદલાતા જતા નવા સ્વરૂપની જાણકારી વિકસાવવી છે. આ પાઠ્યપુસ્તકમાં વાણિજ્યની પ્રવૃત્તિના પ્રકાર, તેની ભૂમિકા, જુદા જુદા પ્રકારની વાણિજ્ય સેવાઓ, ઉત્પાદિત વસ્તુઓનું વિતરણ (વેચાણ) તથા ગ્રાહક જાગૃતતાની જાણકારી આપવામાં આવી છે. આનાથી આપણને એ પણ જ્ઞાનનો અનુભવ થશે કે વાણિજ્યનો અભ્યાસ તમારી કારકીર્દી બનાવવામાં કઈ રીતે મદદરૂપ થઈ શકે છે.

આ અભ્યાસક્રમમાં (પાઠ્યપુસ્તકમાં) સાત મુખ્ય બિન્દુ છે. વાણિજ્યનો પરિચય, વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના પ્રકાર, વાણિજ્યક સેવાઓ, વેચાણ-વિતરણ, ગ્રાહક સુરક્ષા-જાગૃતતા, જીવનમાં વાણિજ્યની ઉપયોગિતા અને પ્રોજેક્ટ રિપોર્ટ-કાર્ય. આ વિષયના દરેક પાઠ તૈયાર કરવાના સમયે સ્વ-અધ્યયન કરતા વિદ્યાર્થીઓનું સ્તર અને આવશ્યકતા ધ્યાનમાં રાખવામાં આવ્યા છે. જેમ કે મુક્ત તથા સ્કૂલથી દુર તમે માત્ર પાઠ્યપુસ્તકને આધારે શિક્ષણ પ્રાપ્ત કરી રહ્યા છો. વિષય વસ્તુ સરળ ભાષામાં લખવામાં આવ્યા છે. તેમજ યોગ્ય ચિત્ર – આકૃતિ કે આંકડાકિય માહિતી થી ધ્યેયપૂર્ણ કરેલ છે. જે માત્ર એક નજરથી સમજી શકાય છે. આ પાઠ્યપુસ્તકના પ્રકરણને અંતે પાઠગત પ્રશ્નો આપેલા છે. જેમાં સામાન્યતઃ ટુંકા પ્રશ્નો, સાચા-ખોટા વિધાનો, જોડકા જોડો, ખાલી જગ્યા પૂરો, બહુવિકલ્પમાંથી યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરો વગેરે રસદાયક પ્રશ્નો છે. આનાથી આપને એ જાણવાની મદદ મળશે કે આપ દરેક વિભાગનો અભ્યાસ કર્યા બાદ તમે કેટલું સમજી શક્યા છો. આ પ્રશ્નોના ઉત્તરો પાઠના અંતે આપવામાં આવેલા છે. જો તમે આ પ્રશ્નોના ઉત્તરો જવાબ આપવામાં યોગ્ય થઈ ગયા હોય તો જ આગળના પાઠનો અભ્યાસ શરૂ કરો. નહીં તો આ જ પાઠનું પુનરાવર્તન આગળ ચાલુ રાખો.

મને આશા છે કે આ અભ્યાસક્રમ તમને ખુબ પસંદ અને રસપ્રદ રહેશે. તમારા જીવનની વિવિધ પરિસ્થિતિઓમાં પણ ઉપયોગી બની શકશે. ટુંકમાં બધા જ પાઠોનું ધ્યાનપૂર્વક અધ્યયન કરો અનેપરીક્ષા માટે તૈયારી કરો.

આખરે તો તમને રોજગારી મેળવવી કે સ્વરોજગારી સ્થાપવી જ પડશે. તમારી સફળતા એ બાબત પર નિર્ણયાત્મક બને છે કે તમે કેટલી ગંભીરતાથી આ વિષયમાં નિપૂણતા મેળવો છો. છેલ્લા પ્રકરણોમાં એ વિષય પર ભાર મુકવામાં આવ્યો છે કે તમને સોંપવામાં આવેલું કાર્ય તમે કેટલી નિષ્ઠાપૂર્વક કરો છો અને તમારો વિકાસ થઈ શકે એ અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે પ્રોજેક્ટ રિપોર્ટનું કાર્ય તમારામાં રહેલી કાર્ય કુશળતાનો વિકાસ થાય, વાણિજ્ય અધ્યયનના વિવિધ પાસાઓ ખુબ સારી રીતે સમજી શકો અને સાથે સાથે તમારા જીવનમાં પણ તે અર્થપૂર્ણ બને તેવો અનુભવ થાય.

તમારી પરીક્ષામાં વાણિજ્ય વિષયનું પ્રશ્નપત્ર ૧૦૦ ગુણનું હશે. તમારા અભ્યાસ માટે આ પુસ્તકની છેલ્લા ભાગમાં નમૂનાનું પ્રશ્નપત્ર આપવામાં આવ્યું છે. જેમાં વિસ્તારથી ગુણોનું (માર્ક્સ)નું વિભાજન સમજાવવામાં આવ્યું છે. જેનાથી તમને એ જાણવાની મદદ મળશે કે તમારા પ્રશ્નના ઉત્તરથી તમને કેટલા ગુણ મળી શકશે. દરેક પ્રશ્નોના ઉત્તર આપવાનો પ્રયત્ન કરો અને ગુણભાર યોજના સાથે મળેલાગુણની તુલના કરો.

જો તમારા અભ્યાસકાળ દરમિયાન તમને કોઈ પણ મુશ્કેલી પડે તો સંકોચ વીના મને અવશ્ય લખો.

અભ્યાસ માટે શુભ કામનોઓ!

હું તમારી સફળતા માટે શુભેચ્છા પાઠવું છું.

ડૉ. પિયુષ પ્રસાદ
શૈક્ષણિક અધિક્ષક

રાષ્ટ્રીય મુક્ત વિદ્યાલયી શિક્ષણ સંસ્થા

અભ્યાસ સામગ્રીનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરશો?

અભિનંદન તમે સ્વ વાંચન કરવાની તર્ક સ્વીકારી. એન.ઓ.આઈ.એસ. પ્રત્યેક કદમે તમારી સાથે છે, અને તમને ધ્યાનમાં રાખીને મનોવિજ્ઞાનની સામગ્રી નિષ્ણાત જૂથની મદદ લઈ તૈયાર કરવામાં આવી છે. સ્વવાંચનના માળખાને સ્વતંત્ર વાંચન સાથે અનુસરવામાં આવ્યું છે. તમે સુચનાઓનો અમલ કરીને આપેલ વાંચન સામગ્રીનો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ કરી શકશો. વાંચન સામગ્રીમાં આપેલ સંબંધિત ચિત્રો તમને માર્ગદર્શન આપશે.

સમાવિષ્ટ:-કુલ સમાવેશને વિભાગો અને પેટા વિભાગોમાં વહેંચવામાં આવ્યો છે.



નોંધ:- દરેક પાનાની હાંસિયા (Margin) ની બાજુએ ખાલી જગ્યા આપેલી છે. જેનો ઉપયોગ તમે અગત્યના મુદ્દા અથવા અગત્યની નોંધ લખવા માટે કરી શકશો.



ધ્યેય:- (હેતુ) આ પ્રકરણનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમારી પાસેથી બહાર લાવવાના (out comes) અપેક્ષિત વિધાનોનો હેતુ છે. તમારી પાસેથી અપેક્ષા છે. તમે શોધી શકશો, તેમને વાંચો અને તમે મેળવ્યા હોય (શોધ્યા હોય) તો તપાસ કરો.



પુસ્તકના પ્રશ્નો:- દરેક વિભાગને અંતે સ્વતપાસના ટૂંકા જવાબવાળા પ્રશ્નો આપવામાં આવ્યા છે. પ્રકરણના અંતે જવાબો આપવામાં આવ્યા છે. આ તમારા વિકાસની તપાસમાં મદદ કરશે. તેમનો ઉકેલ (જવાબ) મેળવશે સફળતા પૂર્વકની પૂર્ણતા. તમને એ નક્કી કરવામાં મદદ કરશે કે આગળ વધવું અથવા ફરીથી વાંચન કરવું અને પાછા જવું.



તમે શું શીખ્યા?:- પ્રકરણના મુખ્ય મુદ્દાઓનો સારાંશ અહીં આપેલ છે તે તમને સાર જાણવામાં (ઉપસંહાર) અને પુનરાવર્તન કરવામાં મદદરૂપ થશે. તમે તમારા પોતાના નવા મુદ્દા ઉમેરો તે આવકાર્ય છે.



સત્રાંત પ્રશ્નો:- લાંબા અને ટૂંકા પ્રશ્નો છે કે જે તમને સમગ્ર ચર્ચાની (topic) સ્પષ્ટ સમજૂતીની તક આપશે.



સ્વાધ્યાય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ :- તમે સ્વાધ્યાય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ તમે કેટલા સાચા આપ્યા છે. તે જાણવા માટે તમને આ મદદ કરશે.

અનુક્રમણિકા

(પાઠ) પ્રકરણ નં.	શીર્ષક	પાના નં.
૧	ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર.....	૦૩
૨	ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય.....	૩૩
૩	એકાકી વેપારી, ભાગીદારી પેઢી અને હિંદુ અવિભક્ત કુટુંબ.....	૪૬
૪	સહકારી મંડળી અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની.....	૬૨
૫	વાહન વ્યવહારની સેવાઓ.....	૮૦
૬	વખાર.....	૯૬
૭	માહિતી સંચારની સેવાઓ.....	૧૦૮
૮	ટપાલ અને ખેપિયાની (કુરિયર) સેવા.....	૧૨૨
૯	બેન્કની સેવાઓ.....	૧૪૮
૧૦	વીમાની સેવાઓ.....	૧૭૬
૧૧	(આઉટ સોર્સીંગ).....	૧૯૦
૧૨	ખરીદી અને વેચાણ.....	૨૦૨
૧૩	વિતરણનો માર્ગ (channel).....	૨૧૬
૧૪	છૂટક વેપાર.....	૨૨૮
૧૫	જાહેરાત (વિજ્ઞાપન).....	૨૬૦
૧૬	વેચાણ વૃદ્ધિ અને અંગત વેચાણ.....	૨૭૪
૧૭	ગ્રાહકોના હકકો અને જવાબદારીઓ.....	૨૯૨
૧૮	ગ્રાહકનું રક્ષણ.....	૩૦૨
૧૯	કારકિર્દીની પસંદગી.....	૩૨૨
૨૦	સાહસિકતા.....	૩૩૨
૨૧	યોજનાનું કામ.....	૩૪૩
	અભ્યાસક્રમ.....	૧ - ૭
	નમૂનાનું પ્રશ્નપત્ર.....	૮ - ૧૨
	ગુણભારની યોજના.....	૧૩ - ૧૮

મોડ્યુલ – ૧

મહત્તમ માર્ક

૧૨

અભ્યાસના કલાક

૨૫

વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની પૂર્વભૂમિકા

આપણે આર્થિક પર્યાવરણમાં જીવંત છીએ. આર્થિક પર્યાવરણ એ સમાજનું અવિભાજ્ય અંગ છે. બૃહદ્ આર્થિક પ્રવૃત્તિના માળખાને કારણે આપણે આપણી વિવિધ જરૂરિયાતો જેવી કે વૈવિધ્ય સભર ચીજ વસ્તુઓ અને સેવાઓ સંતોષી શકીએ છીએ. આ મોડ્યુલ એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવ્યું કે જેમાં અભ્યાસ કરનાર વિદ્યાર્થી વિશ્વના વાણિજ્યથી સજાગ બને, તેનું મહત્વ સમજી શકે, હેતુઓ જાણી શકે, વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિના જુદા જુદા પ્રકારની સમજ મેળવી શકે અને આ ઉપરાંત નવ વિકસિત વિભાવતા જેવી કે ઈ-કોમર્સ અને ધંધાની સાથે જોડાયેલા વિવિધ સામાજિક પક્ષકારો પ્રત્યેની જવાબદારીઓ જાણી શકે.

પાઠ – ૧ : ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

પાઠ – ૨ : ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય

ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

જ્યારે આપણે આજુબાજુ નજર કરીએ છીએ ત્યારે મોટા ભાગના લોકો વિવિધ પ્રવૃત્તિમાં રોકાયેલા હોય છે. શિક્ષકો શાળામાં શીખવે છે, ખેડૂતો ખેતરમાં કામ કરે છે, કારીગરો કારખાનામાં કામ કરે છે. વાહનચાલક (ડ્રાઈવર) વાહન ચલાવે છે. દુકાનદાર વસ્તુ વેચે છે, ડોક્ટર દર્દીને તપાસે છે વગેરે. આ રીતે સમગ્ર વર્ષ દરમિયાન લોકો દિવસ દરમિયાન અને ક્યારેક રાત્રે વ્યવસ્ત હોય છે. હવે પ્રશ્ન એ છે કે, શા માટે આપણે આપણી જાતને વ્યસ્ત (પ્રવૃત્તિમય) રાખીએ છીએ? જવાબ છે, આપણી જરૂરિયાતોને સંતોષવા માટે. આમ કરીને ક્યાં તો આપણે અમુક ઉપકારોમાંથી મુક્ત થઈએ છીએ. અથવા આપણે પૈસા કમાઈએ છીએ જેનાથી આપણે વસ્તુઓ ખરીદી શકીએ છીએ અને સેવા પ્રાપ્ત કરી શકીએ છીએ.

યાલો, આપણે આ પાઠમાં વિવિધ પ્રવૃત્તિઓ કે જે આપણી જરૂરિયાતો સંતોષવા માટે આપણને વ્યસ્ત રાખે છે તેના વિષે વધુ શીખીએ (પ્રવૃત્તિઓ). આપણે ધંધો એ માનવીય પ્રવૃત્તિ વિષે શીખીશું.



ધ્યેય (હેતુ) (લક્ષ્યાંક)

આ પાઠનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમે કરી શકશો.

- માનવીની પ્રવૃત્તિની વ્યાખ્યા
- આર્થિક પ્રવૃત્તિ અને બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિ વચ્ચે તફાવત
- 'ધંધો' શબ્દની વ્યાખ્યા
- ધંધાની વિવિધ ખાસિયતો (લક્ષણો) ઓળખો
- ધંધાની સામાજિક જવાબદારી સમજાવો
- પ્રદૂષણના પ્રકાર, કારણો અને અસરો સમજાવો અને વાતાવરણનું પ્રદૂષણ ઘટાડવા માટે ધંધાની ભૂમિકા વિષે સમજાવો.

૧.૧ માનવીય પ્રવૃત્તિઓ

જે પ્રવૃત્તિઓ માનવી કરે છે તેને માનવીય પ્રવૃત્તિઓ કહે છે. આ પ્રવૃત્તિને આપણે બે જૂથમાં વહેંચીશું.

૧. આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ, ૨. બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ



મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

૧. આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ:-

જે પ્રવૃત્તિઓ નાણાં કમાવાના ઉદ્દેશથી કરવામાં આવે તેને આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ કહે છે. દા.ત. ખેડૂત પાક વેચવા માટે ઉગારે છે, કારખાનામાં અથવા ઓફિસમાં (કાર્યાલયમાં) નોકરિયાતો કામ કરે છે અને મજૂરી અથવા પગાર મેળવે છે. વેપારી (ધંધાકીય માનવી) વસ્તુના ખરીદ વેચાણ દ્વારા અથવા સેવાના વિતરણ દ્વારા નફો કમાય છે. આ પ્રવૃત્તિઓને આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ કહે છે.



માનવીના કાર્યો

૨. બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ :

જે પ્રવૃત્તિઓ નફો કમાવવા માટે નહિ પરંતુ સંતોષ મેળવવા માટે કરાય છે તેને બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ કહે છે. આ પ્રવૃત્તિઓ સામાજિક ઉપકાર દુર કરવા અથવા શારિરીક તંદુરસ્તી માટે અથવા આનંદ વગેરે માટે કરવામાં આવે છે. લોકો ભક્તિના સ્થળની મુલાકાત લે છે, પૂર અથવા ધરતીકંપના અસરગ્રસ્તોને મદદ પુરી પાડવી, રમતની પ્રવૃત્તિઓમાં, બાગકામમાં, રેડીઓ સાંભળવામાં અથવા ટી.વી. જોવામાં વ્યસ્ત રહેવું એ બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિઓના દાખલા (ઉદાહરણ) છે.

આર્થિક અને બિનઆર્થિક પ્રવૃત્તિઓ વચ્ચેનો તફાવત

આધાર	આર્થિક પ્રવૃત્તિ	બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિ
૧. હેતુ	કમાણીનો ઉદ્દેશ	સામાજિક અને માનસિક હેતુ
૨. પ્રાપ્તિ (લાભ)	સંપત્તિ અને મિલકતની વૃદ્ધિમાં અગ્રેસર	સંતોષ અને સુખ માટે અગ્રેસર
૩. અપેક્ષા	લોકો નફો અથવા નાણાની આવકની અપેક્ષા રાખે છે.	લોકો નફો અથવા નાણાંની આવકની અપેક્ષા રાખતા નથી.
૪. કાળજીપૂર્વક વિચાર કરવો	તે વિવેકી કાળજીપૂર્વક વિચાર કરવા પ્રેરાય છે કારણ કે તે આર્થિક અછતવાળા સાધનોનો ઉપયોગ કરવામાં જોડાયા છે. જેવા કે જમીન, શ્રમ મૂડી વગેરે	આ લાગણીપ્રદ અને અતિ લાગણીવશ કારણથી અભિપ્રેરિત છે. કોઈ આર્થિક કારણ સંકળાયેલ નથી.



૧.૧ પુસ્તક આધારિત પ્રશ્નો

- અ. નીચેના વિધાનો સાચા છે કે ખોટા તે સાચા વિધાનની સામે T અને ખોટા વિધાનની સામે F કરી જણાવો.
૧. ડોક્ટર દર્દી તરફ ધ્યાન આપવા માટે તેના / તેણીના દવાખાનામાં (રોકાયેલી) વ્યસ્ત રહે તો તેને આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય.
 ૨. માતા તેના બાળકોના કપડા સીવવામાં રોકાયેલી રહે તો તેની આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય.
 ૩. દરજી તેના ગ્રાહકોના કપડા સીવવામાં રોકાયેલો રહે તેને આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય.
 ૪. મંદિરની બહારના ભિક્ષુકોને ખાદ્ય પદાર્થોનું વિતરણ કરવું તેને બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય.
 ૫. સચિન તેન્ડુલકર દેશ માટે ક્રિકેટ રમે તે બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય.
- બ. નીચે જણાવેલ પ્રવૃત્તિઓમાંથી કઈ પ્રવૃત્તિ આર્થિક પ્રવૃત્તિ અને કઈ પ્રવૃત્તિ બિન આર્થિક છે તે જણાવો.
- અ. મિત્રો સાથે ફુટબોલ રમવો.
 - બ. શાળામાં શીખવવું (ભણાવવું).
 - ક. કોઈ સંબંધી માંદો હોય તો મળવા જવું.
 - ડ. રેડિયો સાંભળવો.
 - ઈ. સ્થાનિક બજારમાં ફળ અને શાકભાજી વેચવા.
 - ફ. કુટુંબના સભ્યો માટે ખોરાક તૈયાર કરવો.
 - જ. કાર્યાલયમાં કામ કરવું.

૧.૨ આર્થિક પ્રવૃત્તિના પ્રકાર

આપણે જાણીએ છીએ કે આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ પૈસા કમાવવા માટે કરાય છે. સામાન્યતઃ લોકો તેમની જાતને કાયમી ધોરણે આવી પ્રવૃત્તિમાં રોકાયેલા રાખે છે. અને તે વ્યવસાયમાં રોકાયેલા છે તેવું કહેવાય છે. વ્યવસાયને ત્રણ વિશાળ વિભાગમાં વર્ગીકૃત કરાય છે.

અ. ધંધો (Business):-

ધંધો એ એવો વ્યવસાય છે જેમાં વસ્તુઓ અને સેવાઓનું ઉત્પાદન કરીને નાણાની ચૂકવણી સામે વેચવામાં આવે છે. તે નિયમિત ધોરણે નફો કરવાના મુખ્ય ધ્યેય સાથે કરવામાં આવે છે.



ધંધો



નોંધ



નોંધ

(ચલાવવામાં આવે છે.) ખાણ, ઉત્પાદન, વ્યાપાર, હેરફેર, સંગ્રહ કરવો, બેન્કીંગ અને વીમો તે ધંધાની પ્રવૃત્તિઓના દાખલા છે.

બ. વ્યવસાય (Profession):-

માનવી દરેક ક્ષેત્રમાં નિષ્ણાત નથી હોતો તેથી આપણે જે જે એક યા બીજા ક્ષેત્રમાં નિષ્ણાંત (તજજ્ઞ) હોય તેની સેવા લેવાની જરૂર પડે છે. દાખલા તરીકે આપણી સારવાર માટે આપણને ડોક્ટરની જરૂર પડે છે. કાયદાના ટેકા માટે વકીલની જરૂર પડે છે વગેરે.



વ્યવસાય

આ બધા વ્યવસાયમાં રોકાયેલા છે. આમ, વ્યવસાય એવા રોજગારને સાંકળે છે, કે જેને વિશિષ્ટ જ્ઞાન અને તેને સમજવા માટે તાલીમની જરૂર પડે છે અને દરેક વ્યવસાયનો પ્રાથમિક હેતુ સેવા પુરી પાડવાનો છે. વ્યવસાયી સંસ્થા દરેક વ્યવસાયનું નિયંત્રણ કરે છે. આ વ્યવસાયીઓને આચાર સંહિતા હોય છે કે જે સંબંધિત વ્યવસાયી સંસ્થા દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે.

ક. કામ (રોજગાર):-

કામ એ વ્યવસાય સાથે સંકળાયેલ છે. જેમાં વ્યક્તિ નિયમિત ધોરણે અન્ય માટે કામ કરે છે અને બદલામાં (વેતન) મજૂરી / પગાર મેળવે છે. સરકારી નોકરો, કંપનીના અમલદારો, બેંકના ઓફિસરનો (પદાધિકારી) કારખાનાના કામદારોને કામમાં છે તેમ કહેવાય. કામમાં કેટલાક નિયમો અને શરતો કામ કરવામાં, કામના કલાકોમાં (વેતન) મજૂરી / પગારની રકમમાં અને અન્ય સગવડોમાં હોય છે. સામાન્ય રીતે માલિક કે જે કામ (નોકરી) આપે છે તે આ શરતો નક્કી કરે છે. વ્યક્તિ કે જે નોકરી મેળવવા માંગે છે તે બધા નિયમો અને શરતોનું પાલન કરે પછી જ તે નોકરીમાં જોડાઈ શકે છે. નોકરિયાતને ચૂકવવામાં આવતું મહેનતાણું નિયત અને તે મજૂરી કે પગારના સ્વરૂપમાં ચૂકવાય છે.



રોજગાર

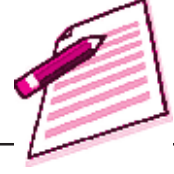
ધંધો, વ્યવસાય અને નોકરી વચ્ચે તફાવત :-

તફાવતનો આધાર	ધંધો	વ્યવસાય	નોકરી
૧. કામનું સ્વરૂપ	ગ્રાહકોને વસ્તુ કે સેવાનું વિતરણ નાણાં માટે	વિશિષ્ટ વ્યક્તિની એક ફી સાથેની સેવા મુનસફી વાળા કામ માટે	માલિકના હુકમ પ્રમાણે કોઈ મુનસફી વગર કામ કરવાનું

ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

૨. લાયકાત	કોઈ લઘુત્તમ લાયકાતની જરૂર નથી.	ચોકકસ ક્ષેત્રનું જ્ઞાન અને તાલીમ જરૂરી	બધા સંજોગોમાં વિશિષ્ટ જ્ઞાનની જરૂર નહિ.
૩. મૂડી	ધંધાના સ્વરૂપ, કદ અને માપ પ્રમાણે મૂડી રોકાણ જરૂરી	સ્થાપના માટે મયા દિત મૂડીની જરૂર	મૂડીની જરૂર નથી.
૪. અભિપ્રેરણ (અમુક ઉદ્દેશથી કામ કરવા પ્રેરવું)	ગ્રાહકોને વસ્તુના વેચાણ અને સેવા પૂરી પાડીને નફો કમાવવો.	સેવાના વિતરણ સામે નિયત વ્યવસાયી ફી.	નિશ્ચિત મજૂરી અથવા પગાર
૫. જોખમ	નુકસાનનું જોખમ છે. નફો અનિશ્ચિત છે.	નિશ્ચિત આવક, ફરજમાં બેદરકારી બદલ જવાબદાર	નિયમિત મજૂરી અથવા પગારમાં કોઈ જોખમ નહિ.
૬. આચાર સંહિતા	કોઈ ચોકકસ આચારસંહિતા નથી.	વ્યવસાયના ઉચા ધોરણો જાળવવા જડ આચારસંહિતા વ્યવસાયમાં હોય છે.	કરારની શરતો અને નોકરીની શરતો હોય છે.

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ



૧.૨ પુસ્તક આધારિત પ્રશ્નો

- યોગ્ય શબ્દો મુકી ખાલી જગ્યા પુરો
 - આર્થિક પ્રવૃત્તિ કે જેમાં કોઈ નિયમિત ધોરણે રોકાયેલો હોય તો તેને / તેણીને
 - વ્યવસાયીને જરૂર છે અને ચોકકસ ક્ષેત્રમાં તાલીમ.
 - રોજગાર કે જેમાં માણસ બીજાને માટે કામ કરે અને ચોકકસ આવક કમાય તેને કહેવાય.
 - વ્યવસાયી સંસ્થા દરેક વ્યવસાય માટે ચોકકસ મૂકીને નિયંત્રિત કરે છે.
 - નોકરીની શરતો દ્વારા નક્કી થાય છે.
- 'અ' વિભાગના જોડકાને 'બ' વિભાગના જોડકા સાથે યોગ્ય રીતે જોડો



નોંધ

વિભાગ-અ

૧. ઘંધાનો પ્રાથમિક હેતુ
૨. વ્યવસાયનો પ્રાથમિક ઉદ્દેશ
૩. વ્યવસાય માટેની મૂળભૂત આવશ્યકતા
૪. ચાર્ટડ એકાઉન્ટન્ટનો રોજગાર

વિભાગ-બ

- (અ) વિશિષ્ટ કળા
- (બ) નફાનો ઉદભવ કરવો
- (ક) વ્યવસાય
- (ડ) સેવા પૂરી પાડવી

૧.૩ ઘંધાનો અર્થ

બજારમાં તમે વિવિધ વસ્તુઓ જોશો. તમને જ્યારે તે વસ્તુની જરૂરિયાત જણાશે ત્યારે તમે ખરીદશો. તમે જાણો છો આ વસ્તુઓ બજારમાં કઈ રીતે આવે છે? કોણ આ વસ્તુઓ બનાવે છે? અને કોણ તેમને બજારમાં લાવે છે? ખરેખર આ વસ્તુઓનું કોઈ ચોક્કસ જગ્યાએ ઉત્પાદન થાય છે. પછી કોઈ વસ્તુને વસ્તુના ઉત્પાદન સ્થળેથી વિતરણ સ્થળે લાવે છે. પછી જ આપણે આ વસ્તુઓને ખરીદી શકીએ છીએ અને તમનો આપણી જરૂરિયાત પ્રમાણે ઉપયોગ કરી શકીએ છીએ.



ઘંધો

ફરીથી, તમે એવા લોકો જોયા હશે કે જે માલ અને મુસાફરોની હેરફેર, બેન્કીંગ, વીમો, જાહેરાત, વીજળી પૂરી પાડવી, ટેલીફોન વગેરેમાં રોકાયેલા હશે. આ બધી સેવાની પ્રવૃત્તિઓ છે. કે જે લોકો દ્વારા તેમની આર્થિકતા (ગુજરાન) માટે (પૂરી પાડવામાં) કરવામાં આવે છે.

ઉપરની બધી પ્રવૃત્તિઓમાં પછી તે ઉત્પાદન, વિતરણ, માલની ખરીદી કે વેચાણ કે સેવા, પ્રત્યેક સંજોગોમાં (બાબતમાં) નાણાકીય લાભ અપેક્ષિત છે, અને તે સતત ધોરણે (કાયમી ધોરણે) કરાય છે, આમ ઘંધો એ કોઈ પણ નિયમિત ધોરણે થતી (કરાવાતી) માનવીય પ્રવૃત્તિ છે. જેનો હેતુ ઉત્પાદન, વિતરણ, માલની ખરીદી કે વેચાણ અને સેવા દ્વારા નફો કમાવવાનો છે.

ઘંધાની વ્યાખ્યા:-

"નફાના હેતુથી નિયમિત ઉત્પાદન અથવા માલની ખરીદી અને વેચાણ માટે સેવાની થતી ફેરબદલી અને વિનિમય."

૧.૪ ઘંધાના લક્ષણો (વિશિષ્ટતા)

ઘંધાના જરૂરી લક્ષણો નીચે મુજબ છે:



નોંધ

અ. વસ્તુ અને સેવાનો વેપાર:-

ધંધામાં રોકાયેલા લોકો વસ્તુનું ઉત્પાદન અને વિતરણ તેમજ સેવાનું પણ વિતરણ કરે છે. વસ્તુઓ વપરાશી વસ્તુઓ જેવી કે બ્રેડ, માખણ, દૂધ, ચા વગેરે અથવા મૂડી વસ્તુઓ જેવી કે પ્લાન્ટ, યંત્રો, સાધનો વગેરે સેવાઓની હેરફેર (ટ્રાન્સપોર્ટે શન) બેંક, વીમો, વખાર, જાહેરાત વગેરે સ્વરૂપમાં હોય છે.

બ. વસ્તુ અને સેવાનું વેચાણ અથવા વિનિમય:-

જો માણસ પોતાના વપરાશ માટે અથવા કોઈને ભેટ આપવા માટે વસ્તુનું ઉત્પાદન કરે અથવા ખરીદવાના કાર્યમાં રોકાયેલો હોય તો તે ધંધામાં રોકાયેલો નથી. પણ જો તે વસ્તુનું ઉત્પાદન અથવા ખરીદી કોઈને વેચાણ કરવા માટે કરે તો તે ધંધામાં રોકાયેલો છે તેમ કહેવાય. આમ, જો ધંધામાં વસ્તુઓ અને સેવાનું ઉત્પાદન અથવા ખરીદી માત્ર પૈસાના વિનિમય સામે અથવા ખરીદી નાણાની લેવડદેવડ સામે (વિનિમય) અથવા વસ્તુઓની સાટા પધ્ધતિ ખરીદનાર અને વેચનાર વચ્ચે થાય. વસ્તુના વેચાણ સિવાયની પ્રવૃત્તિને ધંધો ગણાવી શકાય નહિ.

ક. વસ્તુ અને સેવાનો નિયમિત વિનિમય:-

ઉત્પાદન અને વેચાણની પ્રવૃત્તિ. નિયમિત ધોરણે ચાલતી હોવી જોઈએ. સામાન્ય રીતે અલગ કરેલ વ્યવહારને ધંધો ગણી શકાય નહિ. દાખલા તરીકે જો રાજુ તેની જુની કાર હરિને વેચે તો તેને ધંધો કહેવાય નહિ. સિવાય કે તે કારની ખરીદી અને વેચાણની પ્રવૃત્તિ નિયમિત ધોરણે કરતો હોય.

ડ. રોકાણ જરૂરી:-

દરેક ધંધાકીય પ્રવૃત્તિમાં કેટલીક મૂડીનું રોકાણ જમીન, શ્રમ અથવા મૂડીના સ્વરૂપમાં જરૂરી હોય છે. આ સાધનોનો (સ્ત્રોતનો) ઉપયોગ વિવિધ વસ્તુઓ અને સેવાનું ઉત્પાદન કરવા માટે અને સેવાઓનું વિતરણ અને ઉપયોગ માટે કરાય છે.

ઈ. નફાની કમાણીનો ધ્યેય:-

આવક નફાના સ્વરૂપમાં કમાવાના પ્રથમિક હેતુથી ધંધાકીય પ્રવૃત્તિઓ કરવામાં આવે છે. નફા વગર લાંબા સમય સુધી ટકી રહેવું શક્ય નથી. નફાની કમાણી, વૃદ્ધિ અને ધંધાના વિકાસ માટે જરૂરી છે.

ફ. જોખમ અને આવકની અનિશ્ચિતતાનો સમાવેશ:-

આપણે જાણીએ છીએ કે દરેક ધંધાનો હેતુ નફો કમાવાનો છે. ધંધાદારી કે જે વિવિધ સાધનોમાં રોકાણ કરે છે તે સારી રકમના વળતરની અપેક્ષા રાખે છે. પરંતુ તેના / તેણીના શ્રેષ્ઠ પ્રયત્નો હોવા છતાં તેને / તેણીને મળેલ બદલો કાયમ અનિશ્ચિત હોય છે. ક્યારે તે / તેણી નફો પ્રાપ્ત કરે છે. અને ક્યારેક એવો સમય આવે છે કે જ્યારે તે મોટું (ભારે) નુકસાન



ભોગવે છે. આવું થાય છે કારણ કે ભવિષ્યની ધારણા કરી શકાતી નથી. અને ધંધાદારી વ્યવહારુ રીતે તેની કમાણીને જે પરિબળો અસર કરે છે તેના પર અંકુશ ધરાવતો નથી.

૧.૫ ધંધાની ઉત્ક્રાંતિ

આપણે જાણીએ છીએ કે ભારત પાસે અતિ શ્રીમંત સંસ્કૃતિનો વારસો છે. જો કે ઘણા બધા જાણતા નથી કે ભારત એ અર્થતંત્ર અને ધંધામાં ખૂબ વિકસીત દેશ હતો. ખોદકામ, લેખિત દસ્તાવેજોલ સાહિત્ય અને બધાથી ભારતની પ્રચંડ સમૃદ્ધિએ ઘણા પરદેશીઓને ભારત પર હુમલો કરવા આકર્ષ્યા. ભારત આ બાબતનો સાક્ષી છે. ભારતની સંસ્કૃતિ માત્ર ખેતી આધારિત ન હતી. પરંતુ વિકસીત ધંધો અને વ્યપાર ભારતમાં અને ભારત બહાર (દેશ બહાર) હતો. તેણે વિશ્વના ધંધાના દરેક ક્ષેત્રમાં પ્રચંડ ફાળો આપ્યો છે. ભારતીય ધંધો અજોડ, નવીન, ગતિશીલ અને તે સમયના અન્ય દેશો કરતાં ગુણવત્તાસભર હતો.

શરૂઆતના સમયમાં, ભારતીય અર્થતંત્ર સમગ્રપણે ખેતી આધારિત હતું. લોકો તેમના સ્વ-વપરાશ માટે ઉત્પાદન કરતા હતા. ત્યારે વસ્તુના ઉત્પાદનની કે વિનિમયની કોઈ જરૂરિયાત ન હતી. ત્યારપછી લોકોની જરૂરિયાતો વધી અને તેમણે ઉત્પાદન શરૂ કર્યું. લોકો રોજિંદા વપરાશ અને સુખસગવડની વસ્તુઓ બનાવવામાં વિશિષ્ટતા મેળવવા લાગ્યા અને તેમની પાસે તેમની વધારાની જરૂરિયાતવાળી વસ્તુઓ બનાવવાનો સમય ન હતો. જો કે તેમની કાર્યક્ષમતાના વધારાની સાથે તેઓ વધારાની વસ્તુનું ઉત્પાદન કરતા હતા. તેથી વધારાની વસ્તુનો વિનિમય જરૂરિયાત પ્રમાણે વિકસીત થયો. આ વ્યાપારની શરૂઆત હતી.

એવું સામાન્ય રીતે સમજવામાં આવે છે કે ભારતે ઘણી બધી વસ્તુઓમાં ખાસ કરીને સ્વતંત્રતા પછી ધંધા અને વ્યાપારના ક્ષેત્રમાં આધુનિક સમયમાં વિકાસ કર્યો છે. જેથી આપણે આપણા ઉપયોગની બધી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરી શકીએ છીએ. આનો અર્થ એ નથી કે ભૂતકાળમાં ભારતે આ ક્ષેત્રમાં વિકાસ કર્યો નથી. હકીકતમાં ભારત પાસે ધંધો અને વ્યાપાર ક્ષેત્રે ખૂબ જ શ્રીમંત વારસો છે કે જે દરેક ભારતીયને ગૌરવ અપાવે છે. લોકોને જાણીને નવાઈ થશે કે ભારતે વ્યાપાર અને વાણિજ્ય ક્ષેત્રની સફર ૫૦૦૦ વર્ષ પૂર્વે કરી હતી. ઐતિહાસિક પુરાવાથી સાબિત થાય છે કે તે વખતે ભારતમાં સુઆયોજીત શહેરો હતાં અને વિશ્વમાં ભારતીય ટેક્સટાઈલ, ઘરેણાં અને અત્તર વપરાતા. તે સમગ્ર વિશ્વમાં પ્રશંસા પામતા, ઘણા લાંબા સમયથી ભારતીય વેપારીઓ ધંધાનો ચલણ તરીકે ઉપયોગ કરતા. વ્યાપારીઓ, કલાકારો અને ઉત્પાદકોના હિત સાચવવા માટે એકબીજાના સહકારથી એક સમાન ઉદ્દેશથી કામ કરનાર મંડળી હતી. આ ભારતના વ્યાપાર અને ઉદ્યોગના વિકાસની જટિલ નિશાની (સૂચક) છે. આંતરિક વ્યાપાર માર્ગોને સિવાય ભારતે આરબ અને સેન્ટ્રલ અને સાઉથ ઈસ્ટ એશિયાના ભારતની ક્ષિતીજો સ્થાપી છે. ભારતના ઉત્પાદનમાં મહેલની વસ્તુઓ જેવી કે બારી અને પિત્તળની મૂર્તિઓ, વાસણો, ઘરેણા અને સુશોભનના ટુકડાનું ઉત્પાદનમાં પણ છે. ભારત વિશ્વના જુદા જુદા ભાગોમાંથી અસંખ્ય વસ્તુઓની આયાત-નિકાસ કરે છે. તે પણ અતિ જાણીતું છે કે બ્રિટીશરો સૌથી

પહેલાં ભારતમાં વ્યાપારી તરીકે આવ્યા હતા કે જેણે તેમને સત્તા સ્થાપવામાં માર્ગદર્શન (મદદ) આપ્યું.

ભારતે સમગ્ર વિશ્વને ધંધા અને વ્યાપારના ક્ષેત્રે પણ ફાળો આપ્યો છે. આધુનિક સમયમાં વપરાતી સાંખ્યિક પદ્ધતિનો (numerics) વિકાસ પણ ભારતમાં થયો હતો. સંયુક્ત કુટુંબ પ્રથા અને ધંધામાં શ્રમવિભાજનનો ઉદભવ અહીં થયેલ કે જે આજે પણ અમલમાં છે. ગ્રાહકોની આધુનિક કળા કે જે ધંધામાં પ્રકાશિત છે તે છેલ્લા કેટલાક વખતથી ભારતીય ધંધાનો એક પૂર્ણ ભાગ બની ગયો છે.

આમ આપણે કહી શકીએ કે ભારત પાસે વ્યાપાર અને વાણિજ્યમાં શ્રીમંત વારસો છે કે જેણે તેના વિકાસમાં ફાળો આપ્યો છે.



૧.૩ પાઠ આધારિત પ્રશ્ન

- (૧) રાહુલ એક દુકાનદાર છે કે જે ઘણી બધી વસ્તુઓમાં રોકાયેલો છે કે જેને તે ધંધો કહે છે. તેમાંના દરેકને વપાસો અને જણાવો કે તમે તેની સાથે સહમત છો કે નહિ? દરેક વિધાનની સામે 'સહમત' અથવા 'અસહમત' એવું લખો.
 ૧. રાહુલ તેની દુકાનમાં ગ્રાહકોને બ્રોડ વેચે છે.
 ૨. તે તેની નાની બેનને ભેટ આપવા પેન ખરીદે છે.
 ૩. તે તેના પડોશીને તેનો જૂનો ટેલીવિઝન રૂ.૩,૦૦૦માં વેચે છે.
 ૪. રાહુલ પોલ્ટ્રી ફાર્મમાંથી ઈંડા ખરીદીને તેના ગ્રાહકોને વેચે છે.
 ૫. રાહુલ દુધનું એક પેકેટ રૂ.૧૦ માં ખરીદીને તેના ગ્રાહકોને રૂ.૧૨માં વેચે છે.
 ૬. રાહુલ તેના કુટુંબ માટે રૂ.૩૦ ની કિંમતના શાકભાજી ખરીદે છે.
 ૭. તે તેની દુકાનમાંથી વિના મૂલ્યે ગરીબ બાળકોને બિસ્કીટ વહેંચે છે.
- (૨) નીચે ધંધા વિષે કેટલાક વિધાનો આપ્યા છે કેટલાક સાચા છે અને કેટલાક ખોટા છે. સાચા વિધાનની સામે 'R' લખો અને ખોટા વિધાનની સામે 'W' લખો.
 ૧. ધંધાએ ભારતના એકીકરણમાં કોઈ ભૂમિકા ભજવવાની નથી તેથી તે માત્ર વસ્તુઓ અને સેવામાં વ્યાપાર કહે છે. (વ્યવહાર)
 ૨. ધંધો લોકોનું જીવનધોરણ સુધારવામાં કોઈ ફાળો આપતો નથી.
 ૩. ઔદ્યોગિક શોધે નવી અને નવીનતમ વસ્તુનો વિકાસ કર્યો છે.
 ૪. ધંધો પરદેશથી વસ્તુ આયાત કરવાની મંજૂરી આપતો નથી.
 ૫. ધંધો રોજગારીમાં વધારો કરીને ગરીબાઈમાં ઘટાડો કરે છે.
 ૬. આંતરરાષ્ટ્રિય મેળા અને પ્રદર્શન અને વેચાણ દ્વારા ધંધો દેશની હકારાત્મક છાપનું સર્જન કરે છે.



નોંધ

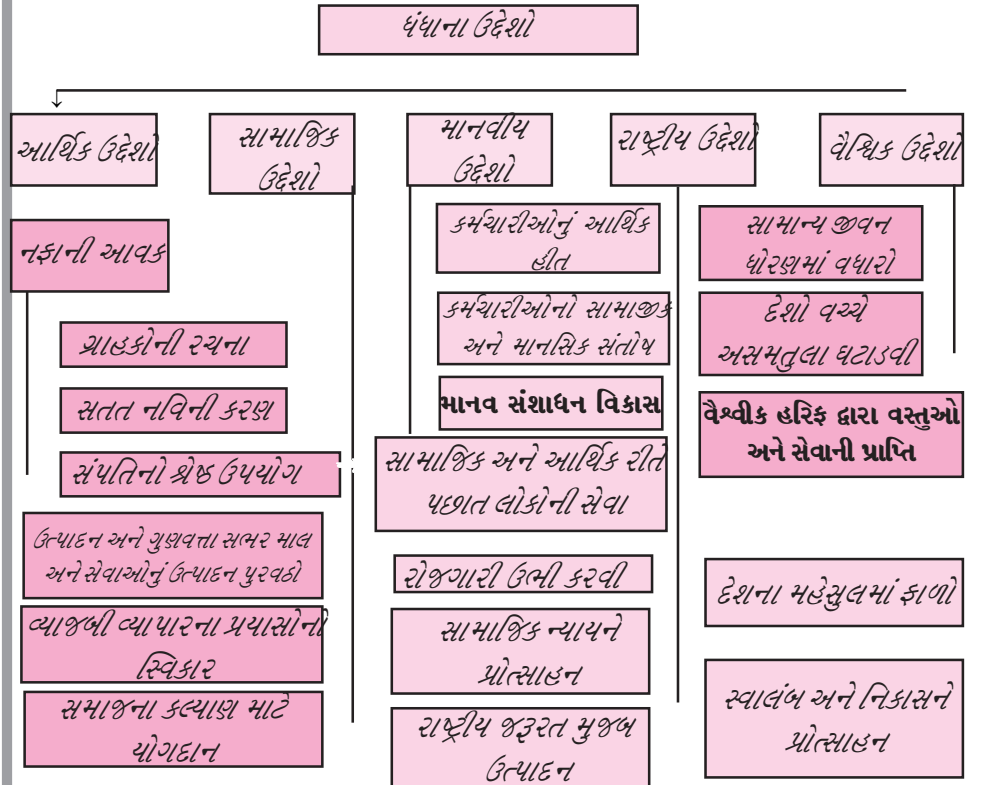


નોંધ

૧.૬ ઘંધાના હેતુ (લક્ષ્યાંક) નું વર્ગીકરણ

બધા ઘંધાની પ્રવૃત્તિઓ કોઈક હેતુથી કરવામાં આવતી હોય છે. ઘંધાના હેતુઓનું નીચે મુજબ વર્ગીકરણ કરી શકાય.

ઘંધાના હેતુઓ





નોંધ

૧.૬.૧ આર્થિક હેતુઓ

ધંધાના આર્થિક હેતુઓ નફાની કમાણીના હેતુને સાંકળે છે અને અન્ય હેતુઓ જેવા કે નફાના હેતુ માટે સતત પાછળ પડવું કે જેમાં ગ્રાહકોનું સર્જન નિયમિત નવીનતા અને ઉપલબ્ધ સ્ત્રોતનો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગનો સમાવેશ થાય છે.

નફાની કમાણી:-

નફો એ ધંધાની પ્રાણદાયી વસ્તુ છે. જેના સિવાય કોઈપણ ધંધો હરિફાઈ યુક્ત બજારમાં ટકી શકે નહિ. આમ, નફો મેળવવો એન ધંધાનો પ્રાથમિક હેતુ છે. જેના માટે ધંધાના અસ્તિત્વનું સર્જન કરાય છે. નફો વેપારીને જીવવા માટે માત્ર મદદ નથી કરતો પણ નફાના અમુક ભાગને ધંધામાં પુનઃ રોકી ધંધાના વિકાસમાં પણ મદદ કરે છે.

પ્રાથમિક હેતુ સિદ્ધ કરવા માટે અન્ય હેતુઓ પણ ધંધાએ સમજવા જોઈએ. (પાછળ પડવું જોઈએ.)

અ. ગ્રાહકોનું સર્જન:-

ધંધાકીય એકમ ક્યારેય બચી ન શકે સિવાય ગ્રાહકો વસ્તુઓ અને સેવાઓ ખરીદી. ફરીથી ધંધો ત્યારે જ નફો કરી શકે કે જ્યારે તે / તેણી ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ અને સેવાઓ વ્યાજબી ભાવે પૂરી પાડે. આ માટે એ જરૂરી છે કે તે ચાલુ તેમજ નવી વસ્તુઓ માટે વધુ ને વધુ ગ્રાહકોને આકર્ષે. આ વિવિધ બજાર વૃદ્ધિની પ્રવૃત્તિની મદદથી થઈ શકે.

બ. સતત નવીનતા:-

ધંધો ખુબ જ ગતિશીલ છે અને સાહસ સતત સફળ રહેવા માટે તેના વાતાવરણમાં બદલાવ સ્વીકારવો પડે. નવીનતાનો અર્થ બદલાવ કે જે ઉત્પાદનમાં ઉત્પાદન પ્રક્રિયા અને વસ્તુના વિતરણમાં સુધારો લાવે. પડતરમાં ઘટાડો અને વેચાણવૃદ્ધિ ધંધાદારીને વધુ નફો આપે છે. હેન્ડલુમની જગ્યાએ પાવરલુમ્સનો ઉપયોગ, ખેતીમાં હાથેથી ખેડાણ કરવાને બદલે ટ્રક્ટરનો ઉપયોગ વગેરે નવીનતાના પરિણામો છે.

ક. સાધનો (સ્ત્રોત)નો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ:-

તમે જાણો છો કે ધંધાને ચલાવવા માટે તમારી પાસે પૂરતી મૂડી અથવા ભંડોળ હોવું જોઈએ. મૂડીની રકમનો ઉપયોગ યંત્રો અને કાચો માલ ખરીદવા માણસોને કામે રાખવા અને રોજ બરોજના ખર્ચ માટે કરી શકાય. આમ ધંધાને વિવિધ સાધનો જેવા કે માનવી, માલસામાન, નાણાં અને યંત્રોની જરૂર પડે છે. આ ઉદ્દેશ (પાર પાડવા) કુશળ માણસોને રોજગારી આપી, યંત્રોનો પૂરેપૂરો ઉપયોગ કરી અને કાચા માલ સામાનનો લઘુત્તમ બગાડ કરી શકાય શકે છે.



૧.૪ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો



નોંધ

- નીચે કેટલાક વિધાનો ઘંધાના આર્થિક હેતુ સંબંધિત છે. કેટલાક વિધાનો સાચા છે અને કેટલાક ખોટા છે. સાચા વિધાનો ઓળખી બતાવો.
૧. ઘંધાનો પ્રાથમિક ઉદ્દેશ વસ્તુ માટેની માંગ ઉભી કરવી તે છે.
૨. ઘંધામાં રોકાયેલી મૂડીના પ્રમાણમાં ઘંધાદારી નફાની કમાણીની અપેક્ષા રાખે છે.
૩. ઘંધાદારી માટે દરેક વખતે (હંમેશા) માલસામાનનો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ કરવો જરૂરી નથી.
૪. ઘંધાદારીએ ઘંધા દ્વારા કમાયેલ નફાનો ઉપયોગ માત્ર તેમના જીવવા માટે કરવો જોઈએ.
૫. ઘંધાનો પ્રથમિક આર્થિક હેતુ રોજગારીનું સર્જન કરવાનો છે.

૧.૬.૨ સામાજિક હેતુ (ધ્યેય):-

સામાજિક હેતુ એ ઘંધાના એવા હેતુ છે કે જે સમાજના લાભ માટે પ્રાપ્ત કરવામાં આવે છે. ઘંધાની કોઈપણ પ્રવૃત્તિનો હેતુ સમાજને કોઈપણ પ્રકારની અગવડ આપવાનો હોઈ શકે નહિ. ઘંધાના સામાજિક હેતુમાં ગુણવત્તાસભર વસ્તુ અને સેવાનું ઉત્પાદન અને વિતરણ, વ્યાજબી ઘંધાકીય પ્રવૃત્તિનો સ્વીકાર અને સમાજના જાહેર કલ્યાણ માટે ફાળો અને સમાજની શોભા માટે સેવા પૂરી પાડવાનો સમાવેશ થાય.

અ. ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ અને સેવાનું ઉત્પાદન અને વિતરણ:-

જ્યારથી ઘંધો સમાજના વિવિધ સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે. ત્યારથી સમાજ ઘંધા પાસેથી ગુણવત્તાવાળી વસ્તુ અને સેવાની અપેક્ષા રાખે છે. ઘંધાનો ઉદ્દેશ સારી ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ બનાવવી અને તેને યોગ્ય સમયે અને યોગ્ય કિંમતે પુરી પાડવાનો હોવો જોઈએ. તેમણે વસ્તુની ગુણવત્તા પ્રમાણે અને પૂરી પાડેલ સેવા પ્રમાણે કિંમત વસુલ કરવી જોઈએ.

બ. વ્યાજબી ઘંધાના કાર્યો નો સ્વીકાર:-

દરેક સમાજમાં સંગ્રહ, કાળા બજાર અને વધુ ભાવ લેવા તેને અનિચ્છનીય પ્રવૃત્તિ ગણવામાં આવે છે. ઉપરાંત ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરબંધર ક્યારેક વસ્તુની ગુણવત્તા અંગે ખોટી છાપ ઉભી કરે છે. ઘંધાકીય એકમે આવશ્યક ચીજવસ્તુની કૃત્રિમ અછત ઉભી ન કરવી જોઈએ અથવા માત્ર નફો કમાવાના હેતુથી કિંમતમાં વધારો ન કરવો જોઈએ. આ બધી પ્રવૃત્તિઓ ખોટું નામ ઉભું કરે છે અને ક્યારેક ઘંધાદારી દંડને પાત્ર બને છે. અને ક્યારેક કાયદા હેઠળ કેદ પણ થાય છે. તેથી જ ઘંધાએ વ્યાજબી ઘંધાના કાર્યોનો સ્વીકાર ગ્રાહકોના તેમજ સમાજના કલ્યાણ માટે કરવો જોઈએ.

ક. સમાજના સામાન્ય કલ્યાણ માટે ફાળો:-

ઘંધાકીય એકમે સામાન્ય કલ્યાણ માટે અને સમાજના ઉત્કર્ષ માટે કામ કરવું જોઈએ. આ સારા શિક્ષણ માટે શાખા અને કોલેજો ચલાવીને વ્યવસાયિક તાલીમ કેન્દ્રો ખોલીને લોકોને રોજગારી માટે તાલીમ અપાય, તબીબી સગવડ માટે હોસ્પિટલની સ્થાપના કરીને,

સામાન્ય લોકોને બગીચા અને રમતગમતના કેન્દ્રો ખોલીને આનંદ પ્રમોદની સગવડ આપીને શક્ય બનાવી શકાય.



૧.૫ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

૧. નીચેના સામાજીક હેતુ સંબંધી વિધાનોમાંથી કયા વિધાનો સાચા છે અને કયા વિધાનો ખોટા છે તે જણાવો.
૧. ધંધાના સામાજીક હેતુ એ ધારણા પર છે કે જે ધંધા માટે સાચું છે તે સમાજ માટે પણ સારું છે.
૨. ગુણવત્તાવાળી વસ્તુનું ઉત્પાદન અને તે ગ્રાહકોને પૂરી પાડવી તે ધંધાનો સામાજીક હેતુ છે.
૩. વસ્તુની માંગનું સર્જન કરવું તે ધંધાનો સામાજીક ઉદ્દેશ છે.
૪. રમતના ભાગવાળા મકાનની (અંગ) જનતા માટે સ્થાપના એ ધંધાનો આર્થિક હેતુ છે.
૫. સંગ્રહખોરી અને કાળા બજારને ધંધાનો ઈચ્છિત ભાગ ગણવામાં આવે છે.

૧.૬.૩ માનવ હેતુઓ

માનવ હેતુઓ નોકરિયાતો પરત્વે સારું વર્તન તેમની અપેક્ષાઓને સંતોષવી અને જે લોકો અશક્ત, અપંગ અને સારા શિક્ષણ અને તાલીમથી વંચિત છે, તેનો સમાવેશ કરે છે. આમ ધંધાના માનવ હેતુઓ નોકરિયાતો સાથે આર્થિક રીતે સારું વર્તન, તેમને સામાજીક અને મનોવૈજ્ઞાનિક સંતોષ અને માનવ સાધનોમાં વિકાસનો સમાવેશ કરે છે.

અ. નોકરિયાતો સાથે આર્થિક રીતે સારું વર્તન:—

ધંધામાં માલિકે વ્યાજબી વેતન અને પ્રયત્નોને ઉત્તેજન, પ્રોવિડન્ડફંડના લાભ અને અન્ય સવલતો જેવી કે તબીબી સહાય, ઘરની સગવડ, વગેરે પુરી પાડવી જોઈએ. આનાથી તેઓ વધુ સંતુષ્ટ થશે અને ધંધામાં વધુ કામ કરશે.

બ. કર્મચારીઓને સામાજીક અને મનોવૈજ્ઞાનિક સંતોષ:—

ધંધાકીય એકમની ફરજ છે કે તેણે કર્મચારીઓને સામાજીક અને મનોવૈજ્ઞાનિક સંતોષ પુરો પાડવો જોઈએ. આ શક્ય બનાવવા કામ વધુ રસપ્રદ અને પડકાર આપનારું, યોગ્ય વ્યક્તિને યોગ્ય જગ્યાએ મુકીને અને કામનું પુનરાવર્તન ઘટાડીને કરી શકાય. વળી કર્મચારીના દ્વેષ પરત્વે પુરતું ધ્યાન આપીને અને તેમના સૂચનો ગંભીરપણે સ્વીકારીને નિર્ણય લેતાં અમલ કરવો જોઈએ. જો કર્મચારીઓ સુખી અને સંતોષી હશે તો તે સારામાં સારું કામ આપી શકશે.

ક. માનવ સાધનોનો વિકાસ:—



નોંધ



નોંધ

કર્મચારીઓનો માનવી તરીકે, કાયમ વ્યવસાયી તરીકે વિકાસ થવો જોઈએ તેમના વિકાસનો આધાર યોગ્ય તાલીમ તેમજ વિકાસ છે. ઘંધાનો વિકાસ થઈ શકે જો કર્મચારીનોની આવડતમાં સુધારો થાય. આમ ઘંધા માટે એ અગત્યનું છે કે ઘંધાએ કર્મચારીઓ માટે તાલીમ અને વિકાસના કાર્યક્રમો ગોઠવવા જોઈએ.

૩. સામાજીક અને આર્થિક રીતે પછાત સાથે સાચું વર્તન:-
ઘંધાકીય એકમો એ સમાજનું અવિભાજન અંગ છે. પછાત વર્ગને અને જે શારિરીક અને માનસિક રીતે અસરગ્રસ્ત છે તેમને મદદ કરવી જોઈએ. આ ઘણી રીતે શક્ય છે. જેમ કે વ્યવસાયીક તાલીમના કાર્યક્રમો સમાજના પછાત વર્ગના લોકોની કમાણીની ક્ષમતા સુધારવા યોજવામાં આવે છે. ઘંધાકીય એકમો ઉચી ગુણવત્તાવાળા ગુણ ધરાવનારને ઉચ્ચશિક્ષણ માટે શિષ્યવૃત્તિની સહાય કરીને મદદ કરી શકે.



૧.૬ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

નીચે જણાવેલ વિધાનો માનવીય હેતુ સંબંધિત છે. તમે જણાવો કે તેમાના કયા વિધાનો 'સાચા' છે અને કયા વિધાનો ખોટા છે.

૧. ઘંધાદારીએ કામદારોને યોગ્ય વેતન આપવું જોઈએ જે કામદારોને કાર્ય કરવા પ્રોત્સાહન આપશે.
૨. ઘંધાકીય એકમે સામાજીક અને મનોવૈજ્ઞાનિક સંતોષ કામદારોને પૂરો પાડવો જોઈએ.
૩. ઘંધાદારીએ અપંગ વ્યક્તિને મદદ કરવી ન જોઈએ સિવાય તેમને ઘંધામાં કામે રાખવામાં આવે.
૪. ઘંધાકીય એકમે જ્યારે અગત્યના નિર્ણય લેવાતા હોય ત્યારે તેમના કર્મચારીઓએ આપેલ સુચનોની અવગણના કરવી જોઈએ.
૫. સમાજમાં શારિરીક રીતે અપંગ એવી વ્યક્તિને મદદ કરવી તે ઘંધાનો આર્થિક હેતુ છે.

૧.૬.૪ રાષ્ટ્રીય હેતુ:-

ઘંધો એ રાષ્ટ્રીય અર્થતંત્રનો એક અગત્યનો ભાગ હોવાને કારણે દરેક ઘંધાનો રાષ્ટ્રના ધ્યેય અને મહત્વકાંક્ષા પૂરી પાડવાનો હેતુ હોવો જોઈએ. નીચે જણાવેલ ઘંધાના રાષ્ટ્રીય હેતુઓ છે.

અ. રોજગારી ઉભી કરવી:-

ઘંધાનો મહત્વનો રાષ્ટ્રીય હેતુ એ છે કે લોકો માટે લાભકારક રોજગારીનું સર્જન કરવું નવા ઘંધાકીય એકમો સ્થાપીને બજારનો વિસ્તાર વધારીને વિતરણની ચેનલોમાં વધારીને આ હેતુ પાર પાડી શકાય.

બ. સામાજીક ન્યાયને વૃદ્ધિ:—

એક જવાબદાર નાગરિક તરીકે ધંધાદારી પાસે એ અપેક્ષા હોય છે કે તે જેમની સાથે (તે / તેણી) વ્યવહાર કરતા હોય તેમને સમાન તક પૂરી પાડે. તે / તેણી પાસે એ પણ અપેક્ષા છે કે તેમને ત્યાં કામ કરતા કર્મચારીને પણ કામ કરવામાં અને વિકાસમાં સરખી તક પૂરી પાડવી જોઈએ.

ક. રાષ્ટ્રીય અગ્રતા પ્રમાણે ઉત્પાદન:—

સરકારે આયોજન અને નિતીમાં જે પ્રમાણે અગ્રતાક્રમ મુકયા હોય તે પ્રમાણે ધંધાકીય એકમોએ વસ્તુનું ઉત્પાદન અને પુરવઠો પૂરાં પાડવા જોઈએ. આપણા દેશમાં કોઈ પણ ધંધાનો રાષ્ટ્રીય હેતુ એ છે કે ઉત્પાદન વધારવું જોઈએ અને જરૂરી ચીજ વસ્તુનો પુરવઠો વ્યાજબી ભાવે પૂરો પાડવો જોઈએ.

ડ. દેશની આવકમાં ફાળો આપવો:—

ધંધાના માલિકોએ તેમના કર અને દેવા પ્રમાણિકતાથી અને નિયમિતપણે ભરવા જોઈએ આથી સરકારની આવકમાં વધારો થશે કે જેનો ઉપયોગ રાષ્ટ્રના વિકાસ માટે કરી શકાશે.

ઈ. સ્વ-નિર્ભરતા અને નિકાસવૃદ્ધિ:—

દેશને મદદ કરવા સ્વ-નિર્ભર બનવું જોઈએ. ધંધાકીય એકમોએ વસ્તુની આયાત પર નિયંત્રણ મૂકીને જવાબદારીમાં વધારો કર્યો છે. વધારામાં પ્રત્યેક ધંધાકીય એકમનો હેતુ નિકાસ વધારવાનો હને દેશ માટે વિદેશી હૂંડિયામણની અનામત વધારવાનો છે.



૧.૭ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

કોંસમાં આપેલ શબ્દોથી ખાલી જગ્યામાં યોગ્ય શબ્દ કે શબ્દો મૂકો.

૧. જરૂરી વસ્તુનું ઉત્પાદન કરવું અને વ્યાજબી ભાવે વિતરણ કરવું તે ધંધાનો હેતુ છે. (સામાજીક, રાષ્ટ્રીય, માનવીય)
૨. દેશને મદદ કરવા માટે ધંધાનો સ્વનિર્ભરતાનો હેતુ વધારવાનો છે. (નિકાસ, આયાત, કિંમત)
૩. ધંધાકીય એકમે કરવેરા પ્રમાણિકતાથી અને ભરવા જોઈએ. (ક્યારેક, વારંવાર, નિયમિત)
૪. ધંધા એ સમાન તકો ને પુરી પાડવી જોઈએ. (માલિક, કર્મચારી, માલ પૂરો પાડનાર)

૧.૬.૫ વૈશ્વિકવ્યાપક હેતુ:

(ભૂતકાળમાં) પહેલાં ભારતને અન્ય દેશો સાથે સિમીત ધંધાકીય સંબંધો હતા. વસ્તુ અને સેવાની આયાત અને નિકાસ માટે ખૂબ જડ નિતી હતી. પરંતુ હાલ છૂટ છાટવાળી આર્થિક અને આયાત-નિકાસની નિતીને કારણે વિદેશી રોકાણ પરના મોટા ભાગના નિયંત્રણો ઉઠાવી





નોંધ

લીધા છે. અને આયાતી વસ્તુ પરની ડ્યુટીમાં નોંધપાત્ર ઘટાડો થયો છે. આ બદલાવનેકારણે બજારમાં હરિફાઈમાં વધારો થયો છે. આજે વૈશ્વિકરણને લીધે સમગ્ર વિશ્વ એક બજાર બની ગયું છે. એક દેશમાં ઉત્પન્ન થયેલ માલ બીજા દેશમાં તરત તૈયાર માલ તરીકે મળી શકે છે. આમ વિશ્વના બજારની હરિફાઈને સામનો કરવા દરેક ધંધાએ મગજમાં હેતુ રાખવા પડશે જેને વિશ્વવ્યાપક હેતુ કહેવાય. ચાલો તેના વિષે શીખીએ.

અ. સામાન્ય જીવનધોરણમાં વધારો:-

રાષ્ટ્રીય સરહદમાં થયેલ ધંધાની પ્રવૃત્તિના વિકાસને કારણે ગુણવત્તા વાળી વસ્તુ વ્યાજબી ભાવે સમગ્ર વિશ્વમાં મળી શકે છે. એક દેશના લોકો એ જ પ્રકારની વસ્તુઓ મેળવી શકે છે જે બીજા દેશના લોકો વાપરે છે. આ કારણે લોકોના જીવનધોરણમાં સુધારો થયો છે.

બ. રાષ્ટ્રો વચ્ચેની અસમાનતામાં ઘટાડો:-

ધંધાએ શ્રીમંત અને ગરીબ દેશ વચ્ચેની અસમાનતા ઘટાડવા તેણે તેની પ્રવૃત્તિ (કાચો) વધારવી જોઈએ. વિકસીત અને અવિકસીત દેશોનાં મૂડીરોકાણ કરીને આ થઈ શકે. તે ઔદ્યોગિક અને આર્થિક વિકાસનું પોષણ કરે છે.

ક. વૈશ્વિક હરિફાઈ દ્વારા વસ્તુઓ અને સેવાની પ્રાપ્તિ:-

ધંધાએ વસ્તુઓ અને સેવાઓનું ઉત્પાદન કરવું પડશે. જે વસ્તુ અને સેવાની વિદેશના બજારમાં માંગ હોય તેવી નિકાસ કરનાર દેશની છાપ સુધારશે અને દેશ માટે વધુ ડુંડિયામણ કમાવી આપશે.

૧.૭ ધંધાની સામાજિક જવાબદારી

આપણે જાણીએ છીએ કે લોકો નફો કમાવવા માટે ધંધો કરે છે. જો કે નફો કરવો એ ધંધાનું (એક) મુખ્ય કાર્ય નથી. તે ઘણા સામાજિક કાર્ય કરે છે. કારણ કે તે સમાજનો એક ભાગ છે. તે જે સલામતી અસ્તિત્વ માટે સાધન બનેલા છે તેમની કાળજી લે છે, જેમ કે માલિકો / રોકાણકારો કમ ચારીઓ, ગ્રાહકો અને સરકાર અને સમાજ અને સામાન્ય જ્ઞાતિ. આથી દરેક ધંધાએ ફાળો આપવો અથવા બીજાના ફાયદા માટે દાખલા તરીકે દરેક ધંધાએ રોકાણકારને સંતોષકારક રોકાણ પર વળતર દરની ખાત્રી આપવી જોઈએ, સારું વેતન આપવું જોઈએ અને તેના કર્મચારીને સલામતી અને કામગીરીની સારી પરિસ્થિતિ પૂરી પાડવી જોઈએ, ગ્રાહકોને વ્યાજબી ભાવે ગુણવત્તાવાળી વસ્તુ આપવી જોઈએ. યોગ્ય વાતાવરણ જાળવવું જોઈએ વગેરે.

જો કે, ધંધાની સામાજિક જવાબદારી તરીકે કામ કરતાં બે બાબતોની નોંધ લેવી જોઈએ. પ્રથમ આવી કોઈ પ્રવૃત્તિ દાન નથી તેનો અર્થ એ થાય કે જો કોઈ પણ ધંધો અમુક રકમ દાન તરીકે કોઈ પણ હોસ્પિટલ અથવા મંદિર અથવા શાળા કે કોલેજને આપે વગેરે. તેને સામાજિક જવાબદારીમાંથી મુક્તિ તરીકે સમજવું ન જોઈએ(ગણવું ન જોઈએ) દાનનો

ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

અર્થ જવાબદારી પૂરી કરવો થતો નથી. બીજું કોઈપણ પ્રવૃત્તિ એવી ન હોવી જોઈએ કે જે એક માટે સારી અને બીજા માટે ખરાબ હોય ધારો કે ધંધાદારી દાણચોરી દ્વારા અથવા ગ્રાહકોને છેતરીને પુષ્કળ પૈસા કમાય છે અને પછી તે ગરીબ દટી ઓ માટે હોસ્પિટલ ચલાવે છે. આ પ્રવૃત્તિને સામાજિક ન્યાયી ન ઠેરવી શકાય. સામાજિક જવાબદારીનો અર્થ એ થાય છે કે ધંધાદારીએ તેના ધંધાની પ્રવૃત્તિ દ્વારા સમાજને નુકસાન થાય તેવું કંઈ પણ કરવું જોઈએ નહિ.

આમ, સામાજિક જવાબદારીનો ખ્યાલ ધંધાદારીને નફો કમાવવા માટે અયોગ્ય કાર્યનો સ્વીકાર કરવા માટે ઉત્તજન આપતું નથી જેમકે કાળાબજાર, સંગ્રહખોરી, ભેળસેળ, કરચોરી અને ગ્રાહકોને છેતરવા વગેરે. આના બદલે તે તેમને ધંધાના ન્યાયી સંચાલન દ્વારા નફો કમાવા ઉત્તેજન આપે છે. જેમ કે તેના કર્મચારીને રહેવાની અને કામ કરવાની સારી સગવડ આપીને, સારી વસ્તુ પુરી પાડીને, વેચાણ પછીની સેવા તેના ગ્રાહકોને આપીને અને સાથોસાથ પ્રદૂષણ નિયંત્રણ અને કુદરતી સંપત્તિની સાચવણી.



૧.૮ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

ખાલી જગ્યામાં યોગ્ય શબ્દો મૂકો :

૧. દરેક ધંધો મા ચલાવાય છે.
૨. ધંધાની સામાજિક જવાબદારી બધી ફરજો ધ્યાનમાં લે છે અને ધંધાનો કે જે સમાજના કલ્યાણ સાથે દોરાયેલી છે.
૩. રોકાણકારોને સારું વળતર આપવા વાળી વસ્તુ ઉચી કિંમતે પૂરી પાડવી. તે સામાજિક જવાબદારી પૂરી કરતું નથી.
૪. સરકારી નિયંત્રણની અવગણના કરવા ધંધાદારી ગૃહોએ તેમની ફરજમાંથી મુક્ત થવું જોઈએ.
૫. ધંધાની કમાણીનો આધાર લોકોની પ્રવૃત્તિ પર છે.
૬. આજેને કારણે સમગ્ર વિશ્વ એક મોટું બજાર બન્યું છે.
૭. લાગં પડે છે કે ધંધાદારીએ તેની ધંધાકીય પ્રવૃત્તિ દ્વારા સમાજને નુકસાન થાય તેવું કંઈ પણ કરવું જોઈએ નહિ.
૮. સામાજિક જવાબદારીનો ખ્યાલ ધંધાદારીને અયોગ્ય સાધનોનો સ્વીકારમાંથી કરે છે. જેવા કે નફો કરવા માટે કાળા બજાર કરવા, સંગ્રહખોરી, ભેળસેળ, કરચોરી અને ગ્રાહકોને છેતરવા.

૧.૮ રસ ધરાવતા વિવિધ જૂથો પ્રત્યે જવાબદારી (ધંધાની જવાબદારી)

ધંધાની સામાજિક જવાબદારીનો ખ્યાલ અને અગત્યતા સમજ્યા પછી ચાલો આપણે ધંધાની વિવિધ જવાબદારીઓ વિષે જોઈએ. સામાન્ય રીતે ધંધો માલિકો, રોકાણકારો, કર્મચારીઓ,

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ



નોંધ

ગ્રાહકો, હરીફો, સરકાર અને સમાજ સાથે આંતર વ્યવહાર કરે છે. તેમને રસ ધરાવતા જૂથ કહે છે. કારણ કે ઘંધાની પ્રત્યેક પ્રવૃત્તિને કારણે આ જૂથ પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ રીતે અસરકતા છે.

૧. માલિક અને રોકાણકારો પરત્વે જવાબદારી:-

ઘંધાની માલિક પ્રત્યે પ્રાથમિક જવાબદારીઓ નીચે પ્રમાણે છે.

- અ. ઘંધો કાય ક્ષમતાથી ચલાવવો
- બ. મૂડી અને અન્ય સાધનોનો યોગ્ય ઉપયોગ કરવો
- ક. મૂડીનો વિકાસ અને મૂલ્યાંકન કરવું
- ડ. રોકાયેલી મૂડીનું નિયમિત અને વ્યાજબી વળતર આપવું.
- ઈ. તેમના રોકાણની સલામતીની ખાત્રી આપવી.
- ફ. વ્યાજની નિયમિત ચુકવણી કરવી.
- ગ. મૂળ મૂડીની સમયસર પુનઃ ચુકવણી કરવી.

૨. લેણદારો પરત્વે જવાબદારી:-

- અ. ચૂકવણી સમયસર કરવી.
- બ. તેમના દ્વારા મળેલ જમા (શાખ)ની સલામતીની ખાત્રી આપવી.
- ક. બીજા દ્વારા જે માપદંડ અમલમાં હોય તેને અમલમાં મૂકવા.

૩. કર્મચારીઓ પ્રત્યે જવાબદારી:-

ઘંધાની તેના કર્મચારીઓ પ્રત્યેની જવાબદારીમાં સમાવેશ થાય છે.

- અ. સમયસર નિયમિત મજૂરી અને પગારની ચુકવણી
- બ. કામની યોગ્ય પરિસ્થિતિ અને કલ્યાણની સુખસગવડ
- ક. કારકિર્દીના વધુ વિકાસ માટેની ઉજળી તકો
- ડ. નોકરીની સલામતી તેમજ સામાજિક સલામતી જેવી કે પ્રોવિડંડ ફંડની સવલત, જૂથ વીમો, નિવૃત્તિ વેતન, નિવૃત્તિ લાભ વગેરે
- ઈ. રહેવાની સારી વ્યવસ્થા જેમ કે ઘર, વાહન વ્યવહાર, કેન્ટીન વગેરે
- ફ. સમયસર તાલીમ અને વિકાસ

૪. પૂરો પાડનાર પરત્વે જવાબદારી (Supplier):-

પૂરા પાડનાર પરત્વે ઘંધાની જવાબદારીમાં સમાવેશ થાય છે.

૧. નિયમિત રીતે માલની ખરીદીનો ઓર્ડર આપવો.
૨. વ્યાજબી નિયમો અને શરતો પ્રમાણે વ્યવહાર કરવો.
૩. વ્યાજબી શાખ આપવી.
૪. લેણાની સમયસર ચૂકવણી કરવી

૫. ગ્રાહકો પરત્વે જવાબદારી:-

ધંધાની ગ્રાહકો પરત્વેની જવાબદારીમાં સમાવેશ થાય છે.

- અ. વસ્તુઓ અને સેવાઓ ગ્રાહકની જરૂરિયાતોની કાળજી લઈ શકે તેવી હોવી જોઈએ.
- બ. વસ્તુઓ અને સેવાઓ ગુણવત્તાસભર હોવી જોઈએ.
- ક. વસ્તુઓ અને સેવાનું વિતરણ નિયમિત રીતે થવું જોઈએ.
- ડ. વસ્તુઓ અને સેવાની કિંમત વ્યાજબી અને પોષાય તેવી હોવી જોઈએ.
- ઈ. વસ્તુના ફાયદા અને ગેરફાયદા તેમજ વસ્તુ વાપરવાની રીત અંગેની જાણ ગ્રાહકોને કરવી જ જોઈએ.
- ફ. વેચાણ પછીની યોગ્ય સેવા હોવી જોઈએ.
- ગ. ગ્રાહકોની કોઈ પણ ફરિયાદ / વાંધાની (કંઈ પણ હોય તો) પતાવટ તરત થવી જોઈએ.
- હ. અયોગ્ય સાધનો જેવા કે વસ્તુનું ઓછું વજન, ભેળસેળ વગેરેને દુર રાખવા (સ્વીકારવા નહિ.)

૬. હરિફો પ્રત્યેની જવાબદારી:-

હરિફો પ્રત્યેની ધંધાની જવાબદારીમાં સમાવેશ ન કરવો.

- અ. વિતરક કે એજન્ટને અપવાદરૂપ સંજોગમાં વેચાણ પર વધુ કમિશનનો પ્રસ્તાવ
- બ. ગ્રાહકને ભારે વળતર અને / અથવા પ્રત્યેક વેચાણ પર વિનામૂલ્યે વસ્તુ
- ક. હરિફની જુઠી અથવા દ્વિઅર્થી જાહેરાત દ્વારા બદનામી કરવી.

૭. સરકાર પ્રત્યેની જવાબદારી:-

ધંધાની સરકાર પ્રત્યે વિવિધ જવાબદારીઓ છે :

- અ. એકમની સ્થાપના સરકારની માર્ગદર્શિકા પ્રમાણે કરવી.
- બ. ફી, ડયુટી અને કરવેરાની ચુકવણી નિયમિત તેમજ પ્રમાણિકપણે કરવી.
- ક. ઈજારાશાહી અને નિયંત્રીત વ્યાપાર કાર્ય દ્વારા પોતાની જાતને સંતૃપ્ત કરવી.
- ડ. સરકારે નિર્ધારિત કરેલ પ્રદૂષણ નિયંત્રણ સરકારી ધોરણોને અનુસરવું.
- ઈ. લાંચ દ્વારા રુશ્વત અને અન્ય ગેરકાયદેસર પ્રવૃત્તિ દ્વારા પોતાની જાતને સંતૃપ્ત કરવી.

૮. સમાજ પરત્વે જવાબદારી (જ્ઞાતિ):-

સમાન વ્યક્તિઓ, જુથ, વ્યવસ્થાતંત્ર કુટુંબ વગેરેનો બનેલો છે. તથા બધા સમાજના સભ્યો છે. તે એકબીજા પર અસર કરે છે અને તે બધા મોટે ભાગે બધી પ્રવૃત્તિઓ માટે એક બીજા પર નિર્ભર છે. તે બધાની વચ્ચે પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ સંબંધ રાખે છે. ધંધો સમાજના એક ભાગ તરીકે સમાજના બધા સભ્યો સાથે સંબંધો જાળવે છે. આમ તેને સમાજ પરત્વે જવાબદારી છે જે નીચે મુજબ છે.





નોંધ

- અ. સમાજના નબળા અને પછાત વર્ગના લોકોને મદદ કરવી.
- બ. સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક મૂલ્યની સાચવણી અને વૃદ્ધિ
- ક. રોજગારી ઉભી કરવી.
- ડ. વાતાવરણનું રક્ષણ
- ફ. કુદરતી સંપત્તિ અને વન્ય જીવની સાચવણી
- ગ. રમત અને સાંસ્કૃતિક વૃદ્ધિ
- હ. શિક્ષણ, મેડીકલ સાયન્સ અને ટેકનોલોજીના ક્ષેત્રે મદદ પૂરી પાડવી.



૧.૯ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

નીચે ધંધાની વિવિધ જવાબદારી વિવિધ રસ ધરાવતા જૂથ પરત્વે છે જેની ઉપર ચર્ચા કરેલ છે. કઈ જવાબદારી કયા જૂથ સાથે સંબંધિત છે તે જણાવો.

૧. વાતાવરણનું રક્ષણ
૨. સારી રહેવાની પરિસ્થિતિ જેમ કે ઘર, વાહનવ્યવહાર, કેન્ટી, ક્રેચીસ વગેરે
૩. રમત અને સાંસ્કૃતિકને ઉત્તેજન
૪. ઉજળી કારકિર્દીની તક
૫. વસ્તુ અને સેવાનો નિયમિત પૂરવઠો
૬. યોગ્ય કામગીરીની પરિસ્થિતિ અને કલ્યાણની સગવડો
૭. વસ્તુઓ અને સેવાનો નિયમિત પુરવઠો
૮. વેચાણ પછીની નિયમિત સેવા
૯. કુદરતી સંપત્તિ અને વન્ય જીવનની જાળવણી.

૧.૯ વાતાવરણનું પ્રદૂષણ અને ધંધાની ભૂમિકા

સમાજને જાળવવા વાતાવરણને જાળવવું અગત્યનું છે અને તેથી દરેક ધંધાએ વાતાવરણને નુકસાન કરવા કરતાં જાળવવાના પગલાં ચોકકસ લેવા જોઈએ. ચાલો, આ પ્રકરણમાં આપણે વિવિધ પ્રકારના વાતાવરણના પ્રદૂષણ અને ધંધાની ભૂમિકા વિશે શિખિએ. વાતાવરણનું પ્રદૂષણ, વાતાવરણના લાંછન (એપ) સંબંધિત છે. કે જેની રહેઠાણ અને બિન રહેઠાણ બાબત પર પ્રતિકુળ અસર પડે છે.

વાતાવરણના પ્રદૂષણના ત્રણ પ્રકાર છે.

૧. હવાનું પ્રદૂષણ ૨. પાણી થી પ્રદૂષણ ૩. જમીનનું પ્રદૂષણ

૧. હવાનું પ્રદૂષણ:—

આપણે જે શ્વાસ લઈએ છીએ તેમાં ઘણા ગેસનો સમાવેશ થાય છે, ક્યારના કણોનો પણ સમાવેશ થાય છે. આપણા શરીરની યાંત્રિક રચના જેની જરૂર નથી અને જેની આપણા બચવા માટે જરૂર છે તેનું શુદ્ધિકરણ કરે છે. આ અન્ય કુદરતી વસ્તુઓ જેવી

કે જંગલો, નદી વગેરે માટે સત્ય છે. આમ હવાનું પ્રદુષણ ગમે તે બિનજરૂરી ગેસ, કચરના કણો વગેરે સાથે સંબંધ ધરાવે છે. કે જે લોકોને તેમજ કુદરતને નુકસાન પહોંચાડે છે.



હવાનું પ્રદુષણ

હવાના પ્રદુષણના કારણો:-

ચાલો જાણીએ કે હવા પ્રદૂષિત કેવી રીતે થાય છે. કેટલાક હવાના પ્રદૂષણના સામાન્ય કારણો છે.

૧. નાકમાં બળે તેવો વાહનમાંથી બહાર કાઢેલ ધુમાડો.
૨. ઉત્પાદનના પ્લાન્ટમાંથી ધુમાડો, કચરો અને કેમીકલ જે બહાર કાઢેલ છે.
૩. એટોમીક પ્લાન્ટમાંથી ઉદભવેલ ગેસ અને કચરો.
૪. ઓઈલ રિફાઈનરી, વૃક્ષોને અને પ્લાન્ટને જંગલમાં આગ લાગવાથી, કોલસા બાળવાથી કાઢેલ ધુમાડો.

હવાના પ્રદુષણની અસર:-

આપણી ચારુબાજુ હવાના પ્રદુષણની ખૂબ જ અસર થાય છે જેમાંની કેટલીક છે.

- હવામાં ગેસની હાજરી કે જેની માનવીને જરૂર નથી. પ્રાણી અને પક્ષીને ગંભીર તબીયતના પ્રશ્નો ઉભા થાય છે. તે અસ્થમા, કફ અને શરદી (ઠંડી), આંધળાપણું, શ્રવણશક્તિ ગુમાવવી, ચામડીના રોગો વગેરેનો ઉદ્ભવ કરે છે. તે મુળસંબંધિ ફેરફારનું કારણ બને છે. લાંબા સમયે ગંભીર બનાવમાં તે જીવલેણ પણ થઈ શકે છે.
- હવાનું પ્રદુષણ શિયાળામાં ધુમ્મસનું પણ સર્જન કરે છે. ધુમાડો અને કચરો ધુમર સાથે મળે છે તેકારણ છે. તે કુદરતી જોવાની શક્તિ ઘટાડે છે અને આંખમાં ખંજવાળ આવે છે અને વાચ્છો વાસને લગતી તકલીફ ઉદભવે છે.
- ઓઝોન આવરણ આપણી પૃથ્વીને ગેસના આવરણથી બચાવે છે. જે આપણને સૂર્યમાંથી નીકળતા અલ્ટ્રાવાયોલેટ કિરણથી રક્ષણ આપે છે. તે હવાના પ્રદુષણથી ખાલી થાય છે અને તે જીન બદલે છે. જેથી જીનેટીક ખામી અને કેન્સર થાય છે.
- હવાના પ્રદુષણને કારણે પૃથ્વીનું તાપમાન વધે છે. આનું કારણ એ છે કે આપણી પૃથ્વી સૂર્ય પાસેથી જે કંઈ સ્વીકારે છે તે વાતાવરણમાં ગરમીના કિરણો બહાર ફેંકતા નથી તેનું કારણ એ છે કે વધુ પડતા ગેસની હાજરી જેવી કે કાર્બન ડાયોક્સાઈડ, મિથેન, નાઈટ્રાઈડ ઓક્સાઈડ વગેરે.
- હવાનું પ્રદુષણ એસીડના વરસાદનું કારણ છે જેનો અર્થ એ છે કે વરસાદના પાણીમાં વિવિધ ઝેરી ગેસની હાજરી. જેવી કે સલ્ફર ડાયોક્સાઈડ, નાઈટ્રોજન ઓક્સાઈડ વગેરે આ વેજીટેશન, વૃક્ષ અને દરિયાઈ જીવન મકાનો અને સ્મારકના નુકસાનનું કારણ બને છે.



નોંધ

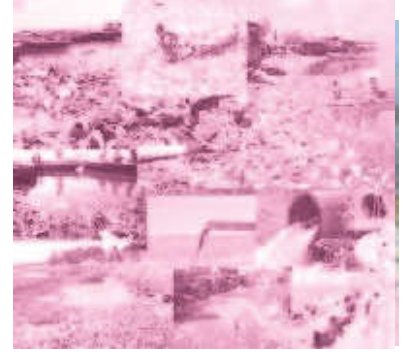


નોંધ

➤ વાતાવરણ વધુ પડતા અવાજથી પણ પ્રદુષિત થાય છે જે અવાજ પ્રદુષણ તરીકે ઓળખાય છે. અવાજનો સરળ અથ એ છે કે વણ જોઈતો અવાજ જે ગુસ્સો (કંટાળો) ઉભો કરે છે. તે આધુનિક યંત્રના બટન દ્વારા કારણભૂત બને છે. જેમ કે રેલ એન્જીન, લાઉડસ્પીકર, જનરેટસ , એરોપ્લેન, વાહન, યંત્રો, ટેલીફોન, ટેલીવિઝન વગેરે તે શરૂઆતમાં માહિતી સંચારની પ્રક્રિયાની આક તિ બગાડે છે. પણ સમય જતાં અવાજનું પ્રદુષણ શ્રવણશક્તિ ગુમાવવી, માથાનો દુખાવો, ખંજવાળ, હાઈ બ્લડ પ્રેશર, ન્યુરોલોજીકલ કે માનસિક અસમતુલા વગેરે.

૨. પાણીનું પ્રદુષણ:-

તમે દિલ્હીની યમુના નદી જોઈ છે? તમે ગંગા શુદ્ધિકરણ પ્રોજેક્ટથી જાણકાર છો ? આ બે પ્રશ્નો આપણને વારંવાર યાદ કરાવે છે કે કઈ નદીનું ક્યાં સુધી પાણી પ્રદુષિત છે? પાણીનું પ્રદુષણ તેની હાજરીથી પાણીનું લાંછન (ડાઘ) ઉદભવે છે. આમ, વણજોઈતા અને નુકસાનકારક દ્રવ્યોથી આપણ ઉદ્યોગ માટે પાણી અયોગ્ય બને છે.



પાણીનું પ્રદુષણ

પાણીના પ્રદુષણના કારણો:-

પાણી પ્રદુષણના વિવિધ કારણો છે જેમકે,

૧. માનવ મુત્રનો નદી, કેનાલ વગેરેમાં નિકાલ કરવો.
૨. અયોગ્ય આરોગ્ય વ્યવસ્થા અને શહેર કે ઘરનો કચરો.
૩. કચરો નાંખવો અને ઔદ્યોગિક એકમનું નદીમાં અને કેનાલમાં બહાર વહેતું પાણી.
૪. ટોક્ષીક ભાગનો નિકાલ જેવા કે ખેતીમાં વપરાતા કેમીકલ અને ખાતર નદીમાં અને પાઈપમાં ઠલવાય.
૫. કચરો, મૃત શરીર અને ધાર્મિક વિધીમાં વપરાતી વસ્તુ ઘર ધરાવતા લોકો નજીકના પાણીના પુરવઠામાં નાખે છે.

પાણી પ્રદુષણની અસરો:-

પાણી પ્રદુષણની અસરો છે.

૧. તંદુરસ્તી સાથે માણસો, પ્રાણી અને પક્ષી સાથે સડા જેવું જોખમ છે. કારણ કે તેનાથી ટાઈફોઈડ, કમળો, કોલેરા અને ગેસની તકલીફ વગેરે થાય છે.
૨. તે ઘણી બધી જીંદગીને પાણીના પ્રદુષણને લીધે જોખમમાં નાંખે છે.
૩. નદીનું પાણી, કેનાલ અને ભુગર્ભનું પાણી પ્રદુષિત થવાને કારણે પીવાના પાણીની તંગી ઉભી થાય છે.



૧.૧૦ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

- (૧) પાઠ્યપુસ્તકના યોગ્ય શબ્દોને આધારે ખાલી જગ્યા પૂરો.
- આપણી વર્તણૂક બીજા માટેમાટે ન હોવી જોઈએ.
 - લોકોના ઈચ્છિતા કાર્ય અને વર્તણૂક સમાજમાં તરીકે ઓળખાય છે.
 - ધંધાના આચાર ધંધાને વસ્તુ વેચવા માટે મંજૂરી આપતા નથી.
 - સામાજિક મુલ્યો, સામાજિક જવાબદારી માટે નક્કી કરે છે.
 - પ્રામાણિકતાથી અને નિયમિત સરકારને કર ચુકવવો તેનું માર્ગદર્શન મળે છે.

- (૨) નીચેના જોડકા જોડો

વિભાગ – અ

- વાતાવરણનું પ્રદુષણ
- હવાનું પ્રદુષણ
- પાણીનું પ્રદુષણ
- ધુમાડો
- એરોપ્લેન

વિભાગ – બ

- ધુમાડાનું, કચરાનું અને ધુમ્મસનું મિશ્રણ
- અવાજના પ્રદુષણ માટે જવાબદાર
- બિન જરૂરી ભાગ વાતાવરણમાં હોવાને કારણે તકલીફ ઉભી થાય છે.
- ગેસના પ્રમાણની અસમતુલા અને હવામાં કચરાના ભાગ
- પાણીનું લાંછન, વધુ પડતા નુકસાન ભાગને કારણે

૩. જમીન પ્રદુષણ:-

જમીન પ્રદુષણ બિન ઉપયોગી, બિનજરૂરી કચરો કાઢી નાંખવો તેમજ જમીનને અવરોધરૂપ તેમજ આપણે જે જમીનનો ઉપયોગ કરીએ છીએ તેની ગુણવત્તા ઘટાડે. તેમને દુર કરવા સાથે સંબંધિત છે. આપણી જમીન માનવીની જમીન પ્રત્યેની બેદરકારીને કારણે પ્રદુષિત થાય છે.



જમીન પ્રદુષણ

જમીન પ્રદુષણના કારણો:-

જમીન પ્રદુષણના મુખ્ય કારણો છે.

- ખાતર, કેમીકલ અને જંતુનાશક દવાનો ખેતી પર વધુ પડતો ઉપયોગ
- ઉદ્યોગો, ખાણ અને ક્વોરીના ઘન કચરાનો (Solid waste) નિકાલ
- રસ્તો અને મકાન બાંધકામના ઘન કચરાનો નિકાલ



નોંધ



નોંધ

૪. જમીન દ્વારા નહીં શોષાતું કેટલાક પ્લાન્ટનું બહાર વહેતું પાણી.
૫. ધોરણ વગરની વધુ પડતો પ્લાસ્ટિક થેલીનો ઉપયોગ.
૬. ઘર, હોટલ, હોસ્પિટલ તેમજ ઉદ્યોગોનો ભેગો નહિ કરેલ કચરો. આમા પ્લાસ્ટિક, કપડા, લાકડાનો સળગી ઉઠે તેવો કચરો અને ન સળગે તેવો કચરો જેવો કે ધાતુ, કાચ, સિરામીક સિમેન્ટ વગેરે

જમીન પ્રદુષણ ની અસરો:-

જમીન પ્રદુષણની નીચે મુજબ નુકસાનકારક અસરો છે :

૧. ખેતી લાયક જમીનનો વિસ્તાર ઘટાડે.
૨. આરોગ્ય માટે મુશ્કેલીરૂપ કારણ કે તે ખોરાકના સ્ત્રોતને ગંદો કરે છે.
૩. જમીનના આકારને નુકસાનકારક.
૪. હવા અને પાણીના પ્રદુષણ તરફ દોરી જાય.

૧.૧૦ વાતાવરણ પ્રદુષણમાં ધંધાનો ફાળો

વાતાવરણ પ્રદુષણની ઉપરોક્ત ચર્ચા પરથી એક વસ્તુ સ્પષ્ટ જણાય છે કે ધંધો એ એક જ છે કે જે હવા, અવાજ, પાણી અને જમીનનું પ્રદુષણમાં મુખ્ય ફાળો આપે છે. ધંધો પ્રદુષણ નીચે જણાવેલ રીતે ફેલાવે છે.

૧. યંત્રોના પ્લાન્ટમાંથી ગેસ અને ધુમાડો કાઢે.
૨. યંત્રો અને વાહનોના ઉપયોગને કારણે અવાજનું પ્રદુષણ થાય.
૩. પ્લાન્ટ સ્થાપવા માટે જંગલની જમીન મેળવવામાં આવે જેથી બિન જંગલની જમીન થાય.
૪. ઔદ્યોગિકરણ અને શહેરીકરણનો વિકાસ.
૫. નદી અને કેનાલમાં કચરો અને વહે તે.
૬. ઘન કચરાનો ખુલ્લી જગ્યામાં નિકાલ.
૭. ખાણ અને ક્વોરીની પ્રવૃત્તિ.
૮. વાહન વ્યવહારનો વધુ ઉપયોગ.

ધંધો વાતાવરણ પ્રદુષણને ત્રણ રીતે અંકુશમાં રાખી શકે. અટકાવીને, મટાડીને અને સાવચેતી રાખીને.

૧. અટકાવવાની ભૂમિકા:-

તેનો અર્થ એ કે વાતાવરણને વધુ નુકસાન ભવિષ્યમાં ન થાય તે માટેના બધા પગલાં લેવા. ધંધાને લેવા જોઈએ. આ માટે સરકારે પ્રદુષણ માટે મુકેલ અંકુશના બધા નિયમોનું ધંધાએ પાલન કરવું જોઈએ. ધંધાએ માનવી દ્વારા વાતાવરણને ભવિષ્યમાં નુકસાન ન થાય તે માટે આગળ આવવું જોઈએ.

૨. મટાડવાની ભૂમિકા:—
તેનો અર્થ એ કે વાતાવરણને ને કંઈ નુકસાન થયું છે તેને સુધારવામાં આવે. વધારામાં જો પ્રદુષણ અટકાવવું શક્ય ન હોય તો સાથોસાથ મટાડવાના પગલા લેવા જોઈએ. દાખલા તરીકે વૃક્ષ વાવવા. જે ઔદ્યોગિક વિસ્તારમાં મોટે ભાગે ખાસ્સું પ્રદુષણ ઘટાડશે.

૩. જાગૃતતાની ભૂમિકા:—
(સાવચેતી) તનો અર્થ એ છે કે કર્મચારીનો અને સામાન્ય લોકોને પ્રદુષણના કારણો અને સંજોગોથી માહિતગાર કરવા જેથી મરજીયાતપણે (સ્વૈચ્છિકરીતે) તે લોકો વાતાવરણને પ્રદુષિત થતું અટકાવે. હવે, આપણને જણાય છે કે કેટલાક ધંધાકીય ગૃહોએ શહેરો અને ગામડાંમાં પાર્ક અને ગાર્ડન વિકસાવવાની અને જાળવવાની જવાબદારી લીધી છે. જે બતાવે છે કે વાતાવરણની કાળજી લે છે.



૧.૧૧ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

૧. નીચેનામાંથી કયા વિધાનો સાચા છે અને કયા ખોટા છે ?
- અ. વધુ પડતો ખાતર, કેમીકલ્સ અને જંતુનાશક દવાનો ઉપયોગ હવાના પ્રદુષણનું કારણ છે.
- બ. વધુ પડતા પ્લાસ્ટીકની કોથળીનો ઉપયોગ જમીન પ્રદુષણનું કારણ છે.
- ક. ઔદ્યોગિક વિસ્તારની નજીક વૃક્ષારોપણ પાણીનું પ્રદુષણ ઘટાડે છે.
- ડ. જમીન પ્રદુષણ દેશમાં ખેતીલાયક જમીનનો જથ્થો વધારે છે.
- ઈ. ધંધાકીય ગૃહોએ લોકોને વાતાવરણ પ્રદુષણના કારણો અકે સંજોગોથી જાગૃત કરવા જોઈએ.

૨. વિવિધ વિકલ્પવાળા પ્રશ્નો

- ૧) નીચેનામાંથી કઈ પ્રવૃત્તિ બિન આર્થિક છે.

(અ) ગ્રાહકને બ્રેડ વેચવી	(બ) પડોશીને જુનો ટેલીવીઝન વેચવો
(ક) મિત્રને ભેટ આપવી	(ડ) પુનઃ વેચાણ માટે પુસ્તકો ખરીદવા
- ૨) નીચેનામાંથી શું વ્યવસાય નથી ?

(અ) ધંધો	(બ) વ્યવસાય
(ક) નોકરી	(ડ) સવારે ચાલવા જવું.
- ૩) નીચેનામાંથી કયા ધંધાના લક્ષણો નથી ?

(અ) વસ્તુનો વ્યાપાર કરવો	(બ) પિતા પુત્રને શીખવે
(ક) જોખમનો સમાવેશ અને આવકની અનિશ્ચિતતા	(ડ) નફો કમાવવાનો ઉદ્દેશ
- ૪) ધંધાના આર્થિક ઉદ્દેશ સમાવેશ નથી કરતા

(અ) ગ્રાહકોનું સર્જન	(ક) રોજગારીનું સર્જન
(બ) સતત નવીની કરણ	(ડ) સાધનોનો શ્રેષ્ઠત્તમ ઉપયોગ



નોંધ



નોંધ

- ૫) ઘંધાના સામાજીક ઉદ્દેશો સમાવેશ કરે છે.
(અ) સમાજના સામાન્ય કલ્યાણ માટે ફાળો
(બ) આર્થિક સાધનોનો શક્ય તેટલો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ
(ક) ગ્રાહકોનું સર્જન
(ડ) નફાનું સર્જન



તમે શું શીખ્યા ?

પ્રવૃત્તિઓ કે જે માનવી દ્વારા થાય છે તેને માનવીય પ્રવૃત્તિ કહે છે. તેના બે પ્રકાર છે. આર્થિક પ્રવૃત્તિ અને બિનઆર્થિક પ્રવૃત્તિ. જે પ્રવૃત્તિ નાણા કમાવાના ઉદ્દેશથી કરાય તેને આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય. જે પ્રવૃત્તિ સામાજીક અને મનોવૈજ્ઞાનિક હેતુથી કરાય તેને બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિ કહેવાય.

- આર્થિક પ્રવૃત્તિ એ કોઈ એક વ્યક્તિની રોજગારી માટે કરાય તેને રોજગાર કહેવાય. રોજગાર ત્રણ પ્રકારના છે. ૧. વ્યવસાય, ૨. નોકરી, ૩. ઘંધો.
- વ્યવસાય એ એવી રોજગારી છે કે જેમાં વિશિષ્ટ જ્ઞાન અને તાલીમની જરૂર પડે છે. વ્યવસાયી સંસ્થાઓ દ્વારા જે કંઈ આચાર સંહિતા નક્કી કરવામાં આવી હોય તેનું દરેક વ્યવસાયે પાલન કરવું પડે છે. દરેક વ્યવસાયનો પ્રાથમિક હેતુ સેવા પુરી પાડવાનો છે.
- નોકરી એ એવી રોજગારી છે જેમાં માણસ નિશ્ચિત આવકની સામે નિયમિત કામ કરે છે. તેણે માલિક દ્વારા નક્કી કરેલ નિતી નિયમોનું પાલન કરવું પડે છે.
- ઘંધો એ નફો કમાવાના ઉદ્દેશથી થતી ઉત્પાદન અથવા વેચાણ માટે માલની ખરીદી અને સેવાનું વેચાણ, નફાના હેતુથી થતી હેરફેર અને વિનિમય.
- ઘંધાના લક્ષણમાં નિયમિત ધોરણે વસ્તુ અને સેવાના વેચાણનો સમાવેશ થાય છે. તે નફાના આશયથી નાણાના રોકાણનો સમાવેશ કરે છે. પણ તેમાં જોખમ અને વળતરની અનિશ્ચિતતા છે.
- ઘંધાનું વ્યવસ્થાતંત્ર કંઈ પણ નિયત સમયમાં સિધ્ધ કરવા માંગે તેને ઘંધાના હેતુ (લક્ષ્યાંક, ધ્યેય) કહે છે.
- ઘંધાના હેતુના પ્રકાર
 - સામાજીક હેતુ
 - આર્થિક હેતુ
 - માનવીય હેતુ
 - રાષ્ટ્રીય હેતુ
 - વૈશ્વીક હેતુ
- ઘંધાની સામાજીક જવાબદારી સમાજના કલ્યાણ પરત્વેની તમામ ફરજો અને કામની સાથે સંબંધિત છે.

ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

- ધંધાદારી માટે યોગ્ય રીતે સામાજિક જવાબદારી વિષે સમજવું યોગ્ય છે. કારણો
 - તે લોકોમાં ધંધાની પ્રતિષ્ઠા ઉભી (Goodwill) કરે છે.
 - તે લાંબા સમય સુધી ધંધાને પોષે છે. અને વિકાસ કરે છે.
 - તે કર્મચારીઓને સંતોષ પુરો પાડે છે. જે સીધી રીતે ઉત્પાદકતા સાથે સંબંધિત છે.
 - ગ્રાહકો તેમના હકકો માટે વધુ સભાન બન્યા છે.
- દરેક ધંધો એ સમાજનો મિત્ર છે. અને ધંધો સમાજનો દરેક ભાગ છે, જેને રસ ધરાવતા વિવિધ જુથ કહે છે. આ રસ ધરાવતા જુથ, માલિક, રોકાણકારો, કર્મચારીઓ, પૂરો પાડનાર, ગ્રાહક, હરિફો, સરકાર અને સમાજનું બનેલું છે.
- સામાજિક મુલ્યો દર્શાવે છે કે સારું અને અપેક્ષિત, ધંધાનો વ્યવહાર એ સમાજના શ્રેષ્ઠ હિતમાં છે.
- ધંધાની નિતી દર્શાવે છે કે ધંધાના કાર્યો નૈતિક ન્યાયી સિધ્ધાંતોને આધારે થવા જોઈએ.
- વાતાવરણનું પ્રદુષણ એ વાતાવરણનું લાંછન છે કે જેના દ્વારા રહેઠાણ અને બિન રહેઠાણને પ્રતિકુળ અસર પડે છે.
- વાતાવરણ પ્રદુષણના ત્રણ પ્રકાર છે.
 ૧. હવા પ્રદુષણ
 ૨. પાણી પ્રદુષણ
 ૩. જમીન પ્રદુષણ
- દરેક ધંધાએ વાતાવરણના પ્રદુષણને અંકુશમાં રાખવા ત્રણ પ્રકારની ભૂમિકા ભજવવી પડે છે. અટકાવવાની, મટાડવાની અને જાગૃતતાની ભૂમિકા



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

૧. આર્થિક અને બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિના બે ઉદાહરણ (દરેકના) આપો.
૨. આર્થિક અને બિનઆર્થિક પ્રવૃત્તિનો તફાવત
 ૧. હેતુના આધારે
 ૨. ઉપાજ નને આધારે આપો
૩. રોજગારી એટલે શું ?
૪. નોકરીના બે લક્ષણો આપો.
૫. વ્યવસાયના બે લક્ષણો સમજાવો.
૬. 'ધંધા'ના પદની વ્યાખ્યા આપો.
૭. સુધારી કામમાં રોકાયેલ માણસને શા માટે આપણે રોજગારમાં રોકાયો છે તેમ કહીએ છીએ ?
૮. મોથી પોતાને માટે જોડા બનાવતો હોય તો તેથી ધંધામાં રોકાયેલો છે તેમ ન કહેવાય શા માટે?

મોડયુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ



નોંધ

૯. ધંધાના મુખ્ય લક્ષણોની ચર્ચા કરો.
૧૦. ધંધાનો અર્થ શું થાય? ધંધાના બે લક્ષણોનું વર્ણન કરો.
૧૧. ધંધો વ્યવસાયથી કેવી રીતે જુદો પડે છે ? ૬૦ શબ્દોમાં તેનું વર્ણન કરો.
૧૨. ધંધાની પ્રવૃત્તિની બે વિશાળ જાતનો દાખલો આપી સમજાવો.
૧૩. સામાન્ય રીતે લોકો જે વ્યવસાયમાં રોકાયેલા હોય તેવા વ્યવસાયના ત્રણ ઉદાહરણો આપી સમજાવો.
૧૪. જે પ્રવૃત્તિ વ્યવહારમાં નિયમિત થતી ન હોય તે ધંધો ન કહેવાય. તમે આ વિધાન સાથે સહમત છો : તમારા જવાબના સમર્થનમાં કારણો આપો.
૧૫. વળતરની અનિશ્ચિતતા હોવા છતાં શા માટે ધંધાદારી ધંધામાં રોકાણ કરવાની ઈચ્છા ધરાવે છે?
૧૬. નફો કમાવો એ ધંધાનો મુખ્ય હેતુ છે.
૧૭. ધંધાના આર્થિક ઉદ્દેશો સમજાવો.
૧૮. ધંધાના સામાજિક ઉદ્દેશોની ગણતરી કરો.
૧૯. ધંધાના રાષ્ટ્રીય ઉદ્દેશોનું મહત્વ સમજાવો.
૨૦. ધંધાના માનવીય ઉદ્દેશો સમજાવો અને ગણાવો.
૨૧. ધંધાના વૈશ્વિક ઉદ્દેશો સમજાવો.
૨૨. ધંધાની સામાજિક જવાબદારીનો શું અર્થ થાય?
૨૩. જેમની સાથે રોજ બરોજની પ્રવૃત્તિ થઈ શકે તેવા રસ ધરાવતા જુથની યાદી તૈયાર કરો.
૨૪. શા માટે ધંધો સમાજને જવાબદાર છે ? ત્રણ કારણો આપો.
૨૫. ધંધાની ગ્રાહક પ્રત્યેની જવાબદારી જણાવો.
૨૬. ધંધો સરકારને કઈ રીતે જવાબદાર છે ?
૨૭. વાતાવરણ પ્રદુષણની વ્યાખ્યા આપો અને વાતાવરણ પ્રદુષણના પ્રકાર જણાવો.
૨૮. હવાના પ્રદુષણના વિવિધ કારણો સમજાવો.
૨૯. હવાના પ્રદુષણની ત્રણ અગત્યની અસરો જણાવો.
૩૦. પાણીના પ્રદુષણની શું અસરો છે ?
૩૧. ધંધો વાતાવરણને કઈ રીતે પ્રદુષિત કરે છે ? પાંચ મુદ્દા જણાવો.
૩૨. વાતાવરણ પ્રદુષણને રોકવા માટે ધંધાની ભૂમિકા જણાવો.
૩૩. બ્રિટીશ કાળમાં ભારતીય ધંધાને આકર્ષ્યા હોય તેવા બનાવની ગણતરી કરો.
૩૪. ભારતે વિશ્વના ધંધામાં ફાળો આપ્યો છે. આના સમર્થનમાં ચાર ફાળાની આધારિત બાબતો જણાવો.



પાઠ્ય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ

૧. ૧
(અ)

ધંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

૧. સાયું (બ)	૨. ખોટું	૩. સાયું	૪. સાયું	૫. ખોટું
૧. બિનઆર્થિક	૨. આર્થિક	૩. બિનઆર્થિક	૪. બિનઆર્થિક	
૫. આર્થિક	૬. બિનઆર્થિક	૭. આર્થિક		

૧.૨ (અ)				
૧. રોજગાર	૨. વિશિષ્ટ જ્ઞાન	૩. નોકરી		
૪. આચાર સંહિતા	૫. માલિક			
(બ) ૧. (૨)	૨. (૪)	૩. (૧)	૪. (૩)	

૧.૩ (૧)				
૧. સંમત	૨. અસંમત	૩. અસંમત	૪. સંમત	
૫. સંમત	૬. અસંમત	૭. અસંમત		
(૨)				
૧. ખોટું	૨. ખોટું	૩. સાયું	૪. ખોટું	૫. સાયું
૬. સાયું				

૧.૪				
૧. ખોટું	૨. સાયું	૩. ખોટું	૪. ખોટું	૫. ખોટું

૧.૫				
૧. ખોટું	૨. સાયું	૩. ખોટું	૪. ખોટું	૫. ખોટું

૧.૬				
૧. સાયું	૨. સાયું	૩. ખોટું	૪. ખોટું	૫. ખોટું

૧.૭			
૧. સામાજિક	૨. નિકાસ	૩. નિયમિતપણે	
૪. કર્મચારીઓ			

૧.૮				
૧. સમાજ	૨. ઉપકાર	૩. ઉતરતું	૪	.
મરજીયાતપણે				
૫. કલ્પના	૬. વૈ વીકરણ	૭. સામાજિક જવાબદારી	૮	.
નિરુત્સાહી				

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

ઘંધાનું સ્વરૂપ અને કાર્યક્ષેત્ર

૧.૯ સમાજ :	૧	૩	૯
કર્મચારીઓ :	૨	૪	૬
ગ્રાહકો :	૫	૭	૮

૧.૧૦

(૧)

૧. નુકસાનકારક ૨. પ્રશંસનીય ૩. ભેળસેળયુક્ત ૪. આધાર

૫. ઘંધાના નિયમો

(૨)

૧-૩, ૨-૪, ૩-૫, ૪-૧, ૫-૨

૧.૧૧

૧.

અ. ખોટું બ. સાચું ક. ખોટું ડ. ખોટું ઈ. સાચું

૨.

(૧) ક (૨) ડ (૩) બ (૪) ક (૫) અ



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

૧. તમારી આજુબાજુમાંથી કામ કરતા ૧૦ માણસ વિષે શોધી બતાવે કે તે જીવવા માટે શું કરે છે? ઘંધો, વ્યવસાય અને નોકરીમાં વર્ગીકૃત કરો.
૨. દુકાનદારને વાત કરો અથવા બીજા ઘંધાદારીને વાત કરી શોધી બતાવો.
 - વસ્તુ કે સેવાનો પ્રકાર કે જેમાં તે વ્યવહાર કરે છે.
 - તે રોકાણ કરતા હોય તેવા સાધનો જેવા કે જમીન, શ્રમ, મૂડી વગેરે.
 - નફો કમાવવા માટે તે સામનો કરતા હોય તેવા જોખમો અને અનિશ્ચિતતા.
૩. પુસ્તકો, મેગેઝીન અને વર્તમાનપત્રમાંથી, વર્તમાનમાં જે અગત્યની વસ્તુની આયાત-નિકાસ થતી હોય તે એકત્રિત કરો આપણા દેશમાં વિદેશ વ્યાપાર માટે વપરાતા ઓછામાં ઓછા પાંચ બંદરોના નામ આપો.
૪. તમારા વિસ્તારના દુકાનદાર કે અન્ય ઘંધાથી પાસેથી શોધી બતાવો કે તેમનો ઘંધો ચલાવવાના તેમના ઉદ્દેશો શું છે? તમે આ પાઠમાં જે હેતુઓ વિષે શીખ્યા તે મુજબ વિવિધ પ્રકારના હેતુઓમાં વર્ગીકરણ કરો.
૫. તમારા વિસ્તારના દુકાનદાર દ્વારા સમાજના કલ્યાણ માટે અદા કરવામાં આવતી બે જવાબદારીઓ ઓળખી બતાવો.
૬. તમારું વાતાવરણ પ્રદુષિત છે? જો હા હોય તો આ પ્રદુષણના કારણોની યાદી બનાવો. તમે આવાતાવારણ પ્રદુષણને અટકાવવા માટે કયા પગલાં લેવાનું સુચવશો ?

ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય

ધંધો એ વ્યક્તિ અથવા વ્યક્તિના જૂથ દ્વારા કરવામાં આવેલ વ્યવસ્થિત પ્રયત્નોનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે. 'ધંધો' શબ્દનો જુદા જુદા લેખકો દ્વારા તેમની રીતે અર્થ કરવામાં આવ્યો છે. ઉર્વિક અને હન્ટના મત મુજબ 'ધંધો એ એવું સાહસ છે કે જે કોઈપણ વસ્તુ કે સેવાનું ઉત્પાદન વિતરણ કરે છે અથવા સેવા પૂરી પાડે છે કે જેની સમાજના લોકોને જરૂર છે અને તેના નાણાં ચૂકવવા તૈયાર છે. આથી તે બધી પ્રવૃત્તિઓનો સમાવેશ કરે છે કે જેમાં વસ્તુનું ઉત્પાદન અથવા ખરીદીનો સમાવેશ થાય છે અથવા વેચાણ દ્વારા નફો કરવાના આશયથી કેટલીક સેવાઓ લેવામાં આવે છે. ધંધો નફો કરતી બધી પ્રવૃત્તિઓનો સમાવેશ કરે છે (નો બનેલો છે) અને સાહસ આર્થિક પદ્ધતિને જરૂરી છે. તેવી વસ્તુ અને સેવા પૂરી પાડે છે.



હેતુઓ:—

આ એકમનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમે કરી શકશો

- ધંધાકીય પ્રવૃત્તિનું વર્ગીકરણ
- ઉદ્યોગો અને તેના પ્રકાર
- વાણિજ્ય—વ્યપાર અને તેની સહાયકારી
- ઈ—કોમસ શબ્દની વ્યાખ્યા
- ઈ—કોમસ ના પ્રકારનું વર્ગીકરણ
- ઈ—કોમસ ના ફાયદાની ચર્ચા

૨.૧ ધંધાકીય પ્રવૃત્તિનું વર્ગીકરણ

બધી ઉત્પાદકીય પ્રવૃત્તિનું મુખ્ય કારણ એ છે કે માનવીની માંગ અમર્યાદિત છે અને તેમને સંતોષવી જરૂરી છે. માનવીની માંગ ઘણી છે અને સ્વરૂપમાં ગુંચવાડા ભરી છે. જો કે માનવીની મૂળભૂત જરૂરિયાતો ત્રણ છે. દા.ત. ખોરાક, કપડાં અને રહેઠાણ. આપણે બીજી ઘણી બધી વસ્તુઓનો ઉપયોગ કરીએ છીએ જેના સામાન્ય રીતે પૈસા ચુકવીએ છીએ. દા.ત. ટુથપેસ્ટ અને સાબુનો ઉપયોગ, બ્રેડ ખાઈએ છીએ, ફર્નિચરનો ઉપયોગ, જે કપડા પહેરીએ છીએ, ટી.વી. જોઈએ છીએ. તેવા કેટલાક ઉદાહરણો છે. તમે કોઈ દિવસ વિચાર કર્યો છે કે આ બધી વસ્તુઓ તમારા સુધી કેવી રીતે આવી છે? દરેકની પાછળ લાંબી પ્રક્રિયા





છે. ઉત્પાદક વપરાશકારો માટે વસ્તુ બનાવે છે. સામાન્ય રીતે ઉત્પાદક મધ્યસ્થીની મદદ લે છે. જેમ કે જથ્થાબંધ વેપારી અને છુટક વેપારી ગ્રાહક સુધી વસ્તુનું વિતરણ કરે છે.

ઘંઘાકીય પ્રવૃત્તિઓ વિશાળ રીતે બે વિભાગમાં વહેંચી શકાય. ૧. ઉદ્યોગ અને ૨. વાણિજ્ય. ઉદ્યોગ વસ્તુ અને માલસામાનના ઉત્પાદન સાથે સંકળાયેલ છે. જ્યારે વાણિજ્ય તેના વિતરણ સાથે સંકળાયેલ છે.

૨.૨ ઉદ્યોગ

ઘંઘાકીય પ્રવૃત્તિની ઉત્પાદન બાજુને ઉદ્યોગ કહે છે. તે ઘંઘાકીય પ્રવૃત્તિ છે કે જે વૃદ્ધિ, ઉત્પાદન, પ્રક્રિયા અથવા વસ્તુના ઉત્પાદન સાથે સંબંધ ધરાવે છે. ઉત્પાદિત વસ્તુએ ગ્રાહકોની (વપરાશી) વસ્તુ તેમજ ઉત્પાદકની વસ્તુ છે. વપરાશી વસ્તુ એ વસ્તુ છે કે જેનો ગ્રાહક દ્વારા છેવટે વપરાશ થાય છે. દા.ત. ખાદ્યપદાર્થ, ટેક્સટાઇલ્સ, કોસ્મેટીક્સ વગેરે ઉત્પાદકની વસ્તુ એ વસ્તુ છે કે જે ઉત્પાદક દ્વારા બીજી વસ્તુના



ઉદ્યોગ

ઉત્પાદન માટે વપરાય છે. દા.ત. યંત્રો, ટુલ્સ, સાધનો વગેરે. વ્યપાર અને વાણિજ્યનો વિકાસ ઔદ્યોગિક વિકાસ પર આધાર રાખે છે. તે બજારની પુરવઠા બાજુનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે.

'ઉદ્યોગ' શબ્દ ઘંઘાની પ્રવૃત્તિના એ ભાગની સાથે સંબંધિત છે કે જે સંકળાયેલી છે.

- બહારનો માલસામાન, જેમ કે કોલસો, કાચુ લોખંડ, પેટ્રોલીયમ (બહારનો ઉદ્યોગ કહેવાય)
- કાચા માલમાંથી તૈયાર માલમાં રૂપાંતરની પ્રક્રિયા જેમ કે સાબુ, શ્રેડ, પંખા, યંત્રો, સિમેન્ટ (ઉત્પાદન ઉદ્યોગ કહેવાય) અને
- બાંધકામ પ્રવૃત્તિ જેમકે મકાનો, ડેમ, પુલ, રસ્તા વગેરે (બાંધકામ ઉદ્યોગ કહેવાય)

આમ, માનવીય પ્રવૃત્તિઓ બહાર કાઢવામાં, ઉત્પાદોમાં, પ્રક્રિયામાં, બાંધકામમાં અને વસ્તુ બનાવવામાં રોકાયેલી છે. જેનો સમાવેશ ઉદ્યોગમાં થાય. બીજી રીતે ઉદ્યોગ એટલે કારખાનું જુથ કે જે સામાન્ય રીતે વિશિષ્ટ વસ્તુના ઉત્પાદનમાં છે. દા.ત. બધા કારખાના કે જે કોટન ટેક્સટાઇલ બનાવે છે તેને સમૂહમાં કોટન ટેક્સટાઇલ ઉદ્યોગ (ઈન્ડસ્ટ્રી) કહેવાય. બધી સિમેન્ટના કારખાના સાથે સિમેન્ટ ઉદ્યોગ કહેવાય.

૨.૩ વર્ગીકરણ / ઉદ્યોગના પ્રકાર

ઉદ્યોગના વિવિધ પ્રકાર છે જે નીચે મુજબ છે.

૧. પ્રાથમિક ઉદ્યોગો:-

પ્રાથમિક ઉદ્યોગો કુદરતની મદદથી વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરે છે. તે કુદરત-આધારિત ઉદ્યોગ છે. જેમાં માનવ પ્રયાસો બહુ ઓછા છે. દા.ત. ખેતી, વાવણી, જંગલ, મત્સ્યઉદ્યોગ, બાગકામ વગેરે.



ખેતર

૨. ઉત્પત્તિના ઉદ્યોગો:-

ઉત્પત્તિના ઉદ્યોગો પુનઃઉત્પાદન અને કેટલાક છોડ અને પ્રાણીઓને વેચવાના હેતુથી મસાલેદાર બનાવવાના બહુવિધ ઉદ્યોગમાં રોકાયેલા છે. આ પ્રકારના વેચાણ દ્વારા નફો કમાવાનો ઉદ્દેશ છે. દા.ત. છોડ બાગકામ, ચોપગા પ્રાણી ઉછેરવા, બતકા ઉછેર અને પ્રાણીનો ખોરાક વગેરે.



ઉત્પત્તિના ઉદ્યોગ

૩. બહાર કાઢવાના ઉદ્યોગ:-

બહાર કાઢવાના ઉદ્યોગો માટી, હવા અને પાણીમાંથી વસ્તુઓ બહાર કાઢવા સાથે સંકળાયેલ છે. સામાન્ય રીતે બહાર કાઢવાના ઉદ્યોગમાં કાચા સ્વરૂપમાં હોય છે અને તે ઉત્પાદન અને બાંધકામ ઉદ્યોગમાં તૈયાર વસ્તુના ઉત્પાદનમાં વપરાય છે. દા.ત. ખાણ ઉદ્યોગ, કોલસાની ખાણ, તેલ ઉદ્યોગ, કાચુ લોખંડ, ટીમ્બર બહાર કાઢવું અને જંગલમાંથી રબ્બર મેળવવું વગેરે.



ખનીજ કાઢવાના ઉદ્યોગ

૪. ઉત્પાદન ઉદ્યોગ:-

ઉત્પાદન ઉદ્યોગો યંત્ર અને માનવીની મદદ દ્વારા કાચા માલનું તૈયાર માલમાં રૂપાંતર કરવાના કાર્યમાં રોકાયેલા છે. તૈયાર માલ એ વપરાશી માલ અથવા ઉત્પાદક માલ હોય છે. દા.ત. ટેક્સટાઈલ્સ, કેમીકલ્સ (રસાયણ), ખાંડ ઉદ્યોગ, કાગળ ઉદ્યોગ.



ઉત્પાદન ઉદ્યોગ

૫. બાંધકામ ઉદ્યોગ:-

બાંધકામ ઉદ્યોગ મકાનો, પુલ, રસ્તા ડેમ, કેનાલ વગેરે બાંધવાના કાર્ય હાથ પર લે છે. આ ઉદ્યોગ બીજા ઉદ્યોગ કરતા અલગ છે. કારણ કે બીજા



બાંધકામ ઉદ્યોગ



નોંધ

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય

ઉદ્યોગોમાં વસ્તુનું ઉત્પાદન એક જગ્યાએ થાય છે અને વેચાણ બીજી જગ્યાએ (સ્થળે) થાય છે. પણ બાંધકામ ઉદ્યોગમાં એક જ જગ્યાએ ઉભી કરેલ વસ્તુનું ઉત્પાદન અને વેચાણ એક જ જગ્યાએ થાય છે.

૬. સેવા ઉદ્યોગ:-

આધુનિક સમયમાં સેવા વિભાગ દેશના વિકાસમાં મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે. અને તેથી તે (સર્વિસ) સેવા ઉદ્યોગ તરીકે ઓળખાય છે. આ વર્ગમાં આવતા મહત્વના ઉદ્યોગોમાં હોટલ ઉદ્યોગ, પ્રવાસ ઉદ્યોગ, આનંદ પ્રમોદ ઉદ્યોગ વગેરે.



સેવા ઉદ્યોગ

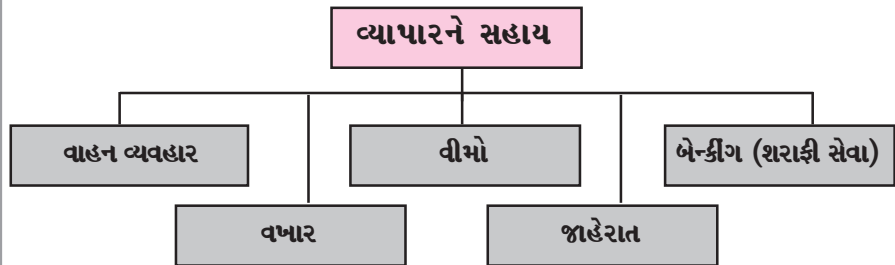
૨.૪ વાણિજ્ય

ઉદ્યોગ વસ્તુના ઉત્પાદન સાથે સંકળાયેલો છે. જ્યારે વાણિજ્ય જે લોકોને તે વસ્તુની જરૂર છે તેમને તે વસ્તુ પુરી પાડવા સાથે સંકળાયેલો છે. મુખ્યત્વે વાણિજ્ય વસ્તુના વિતરણ સાથે સંકળાયેલ છે. તે એવા કાર્યનો સમાવેશ કરે છે કે જે વસ્તુના મુક્ત અને અવરોધ વગરના પ્રવાહ માટે જરૂરી હોય. આથી 'વાણિજ્ય' શબ્દમાં 'વ્યપાર' અને 'વ્યપારને મદદરૂપ' નો સમાવેશ થાય છે.

૨.૫ વ્યપાર

'વ્યપાર' પદ ખરીદી અને વેચાણ જણાવવા માટે વપરાય છે. આથી જે વસ્તુ ખરીદે છે અને વેચે છે તે વ્યપારી છે. વ્યપારી, ઉત્પાદક અને ગ્રાહક વચ્ચે મધ્યસ્થ છે. વ્યપાર એ જથ્થાબંધ અથવા છૂટક હોઈ શકે. જથ્થાબંધ વેપારી મોટા જથ્થામાં ઉત્પાદક પાસેથી ખરીદે છે. અને નાના જથ્થામાં છૂટક વેપારીને વેચે છે. છૂટક વેપારી કે જે જથ્થાબંધ વ્યપારી પાસેથી ખરીદે છે અથવા કેટલીક વાર ઉત્પાદક પાસે સીધેસીધી ખરીદ કરે છે અને છેવટના ગ્રાહકને નાના જથ્થામાં વેચાણ કરે છે.

૨.૬ વ્યપારને સહાય (વ્યપારની સહાયકારી સેવાઓ)



આ બધી પ્રવૃત્તિઓ વસ્તુઓના પ્રવાહને ઉત્પાદન કેન્દ્રથી વપરાશી કેન્દ્ર સાથે સરળ રાખે છે. તેને સહાય અથવા વ્યપારને સહાય કહેવામાં આવે છે. વ્યપારને સહાયને પાંચ

વર્ગમાં વહેંચી શકાય ૧. વાહનવ્યવહાર, ૨. વખાર, ૩. વીમો, ૪. જાહેરાત, ૫. બેન્કીંગ (શરાફીસેવા) આને વિગતે નીચે સમજાવવામાં આવ્યા છે.

વાહનવ્યવહાર:-

ઉત્પન્ન કરેલ બધો માલ ઉત્પાદિત જગ્યાએ અથવા તે ઉત્પાદન કેન્દ્રની નજીક વેચવો સરળ નથી. આથી વસ્તુની જ્યાં માંગ હોય ત્યાં મોકલવામાં આવે છે. માનવી અને માલને એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે ખસેડવા માટે (લઈ જવા માટે) જે માધ્યમનો ઉપયોગ થાય છે તેને હેરફેર અથવા પરિવહન કહે છે. પરિવહન ત્રણ પ્રકારના છે.

૧. જમીન પરિવહન – રસ્તા, રેલવે
૨. હવાઈ પરિવહન – વિમાન
૩. જળ પરિવહન – જહાજ, વહાણ

વખાર:-

મોટા પાયા પરના ઉત્પાદનના સમયમાં સંગ્રહ એ અનિવાર્ય બની ગયો છે. વસ્તુનું ઉત્પાદન થાય ત્યારથી વસ્તુ વેચાય નહિ તે સમય દરમ્યાન તેનો કાળજીપૂર્વક સંગ્રહ થવો જોઈએ. તેથી તેને વખારની જરૂર છે. વખારને ગોડાઉન (કોઠાર) પણ કહે છે.

વીમો:-

વસ્તુઓને ઉત્પાદન પ્રક્રિયા દરમ્યાન અથવા હેરફેર દરમ્યાન અકસ્માતને કારણે અથવા આગ કે ચોરીને કારણે નુકસાન થાય છે. વ્યપારીને આ જોખમ સામે રક્ષણ મેળવવું પસંદ છે. વીમા કંપનીઓ આ બાબતમાં બચાવ કરવા આવે છે. તે આવા જોખમથી થતા નુકસાન સામે વળતરની બાંહેધરી આપે છે. આ હેતુ માટે ધંધાએ 'વીમા પોલિસી' લેવી પડે છે અને ચોક્કસ રકમ નિયમિત રીતે ચૂકવવી પડે છે. જેને 'પ્રિમિયમ' કહે છે.

જાહેરાત:-

જાહેરખબર વસ્તુના વેચાણ માટે અસરકારક સાધન છે. ઉત્પાદક જાહેરાત દ્વારા તેની વસ્તુની બધી માહિતી અપેક્ષિત ગ્રાહકો સુધી પહોંચાડે છે. અને તેમનામાં વસ્તુ ખરીદવા માટેની તીવ્ર ઈચ્છા ઉભી કરે છે. જાહેરાત જુદી જુદી રીતે કરાય છે. તે આંતરિક (બારણાની અંદર) અથવા બાહ્ય (બારણા બહાર) થઈ શકે. જાહેરાત દ્વારા લોકો સાથે જ્યારે તે તેમના ઘેર હોય ત્યારે માહિતી અપાય તેને (ઈનડોર) આંતરિક જાહેરાત કહેવાય. આ પ્રકારના ઉદાહરણોમાં વર્તમાનપત્ર, રેડિયો, ટેલીવિઝન વગેરે દ્વારા જાહેરાત લોકો જ્યારે તેમના ઘરની બહાર હોય ત્યારે માહિતી અપાય તેને (આઉટડોર) બાહ્ય જાહેરાત કહેવાય. આ પ્રકારના ઉદાહરણોમાં સિનેમા થિયેટર, ભીંત પત્રો અને મુખ્ય જગ્યાએ ઉચા પાટીયાની દિવાલ પર જાહેરાત કરાય.

બેન્કીંગ (શરાફીસેવા):-

મોડ્યુલ – ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય

હાલના દિવસોમાં આપણે ધંધાની સાથે બેંક જોડાયેલ ન હોય તેવો વિચાર કરી ન શકીએ. ધંધો શરૂ કરવા માટે અથવા ધંધો સરળતાથી ચલાવવા માટે આપણને નાણાની જરૂર રહે છે. બેંક નાણાં પૂરા પાડે છે. બેંક એ એવું વ્યવસ્થાતંત્ર છે જે લોકોમાંથી (જનતા પાસેથી) થાપણો સ્વીકારે છે, જરૂરિયાત સમયે નાણા ઉપાડી શકાય છે નહિ તો અને જેને જરૂર છે તેમને નાણા ધીરે છે. બેંક ધંધાની પ્રવૃત્તિને જરૂર હોય તેવી સેવાઓ પૂરી પાડે છે. અહીં, અને ધંધાની વિવિધ પ્રવૃત્તિઓનો પરિચય કરાવવાનો પ્રયત્ન કર્યો છે.



૨.૧ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

૧. સાચા વિકલ્પ સામે ✓ કરો.
૧. ઉદ્યોગ, ઉત્પાદન / વિતરણ સાથે સંકળાયેલ છે.
૨. વાણિજ્ય મુખ્યત્વે ઉત્પાદન / વિતરણ સાથે સંબંધ ધરાવે છે.
૩. જે મોટા જથ્થામાં વસ્તુઓ ખરીદે અને વેચે તે જથ્થાબંધ વેપારી / છુટક વેપારી છે.
૪. માનવી અને માલસામાનના જે માધ્યમ એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે હેરફેર કરે તેને વીમો / પરિવહન કહે છે.

૨. દાલમિંચા ઓઈલ શુદ્ધ કરેલ તેલ બનાવે છે. સમગ્ર ઉત્પાદન રૂચિ ઓઈલ ડીપો દ્વારા હાથ ધરાય છે. કે જે છુટક વેપારીને વેચે છે. શ્રીમતી પ્રિતી, બાલાજી ગ્રોસરીમાંથી ૨ કિલો તેલ ખરીદે છે.

નીચે જણાવેલના નામ આપો:

નામ

- | | |
|--------------------|-------|
| ૧. ઉત્પાદક | |
| ૨. જથ્થાબંધ વેપારી | |
| ૩. છુટક વેપારી | |
| ૪. ગ્રાહક | |

૨.૭ ઈ-કોમર્સ (વાણિજ્ય)નો અર્થ અને વ્યાખ્યા

ઈન્ટરનેટથી ઉદ્યોગો સમૃદ્ધ થયા છે. જે ઝડપી ગતિએ પ્રગતિ થઈ છે. તેમ તેમ વધુને વધુ લોકો કોમ્પ્યુટર અને ઈન્ટરનેટ ખોલતાં થયાં છે. (વાપરતા થયા છે.) તેઓ તેમની રોજ બરોજની જરૂરિયાત માટે ઈન્ટરનેટનો ઉપયોગ વધારતા થયા છે. અહીં ઈ-કોમર્સ વેબસાઈટ લેવાનો લોકોને તેમની વસ્તુ અને સેવા શોધવા માટે ઓનલાઈન તરફ વળ્યા છે. આને સરળ ભાષામાં મુકીએ તો ઈ-કોમર્સ અથવા ઈલેક્ટ્રોનિક કોમર્સ એટલે ઈન્ટરનેટ દ્વારા વસ્તુ અને સેવાની ખરીદી અને વેચાણ. ધંધામાં કોઈ પણ નિર્ણય લેતા પહેલાં ઈ-કોમર્સની નવી પદ્ધતિ દ્વારા કંપનીને કેટલો લાભ થશે તેનો વિચાર કરવો વ્યાજબી છે. તેથી તમારે સૌ પ્રથમ એ જાણવાની જરૂર છે કે તમારા ધંધાના પ્રકાર પ્રમાણે વેબસાઈટ સાથેના ઈ-કોમર્સના લક્ષણો છે.



નોંધ

પ્રણાલિ/કાર્યનાં આધાર	ઈ-ધંધા વડે વધારાનાં વધો	ઈ-ધંધો
૧. રચના	અઘરી	સરળ
૨. શારિરીક હાજરી	જરૂરી	જરૂરી નથી
૩. સ્થાપના ખર્ચ	વધુ	ઓછો
૪. ચલાવવાનો ખર્ચ	પ્રાપ્તિ, માર્કેટીંગ અને વિતરણમાં વધુ રોકાણ તેથી ખર્ચ વધુ	સગવડની જરૂર નથી તેથી ખર્ચ ઓછો
૫. વ્યવહારનો સમય	વધુ	ઓછો. કારણ કે વ્યવહારો ઈન્ટરનેટ પર મૂકાય છે.
૬. આંતરિક અંગત સંપર્કની તક	વધુ	ઓછી
૭. ધંધાકીય ચક્રની લંબાઈ	લાંબી કારણ કે વિવિધ ધંધાકીય પ્રક્રિયા સાથે ઘરેણાં જેવા સંબંધો રહે છે.	ટૂંકો. કારણ કે ધંધાની વિવિધ પ્રક્રિયા એક સાથે જ પૂરી થાય છે.
૮. સરકારી મદદ	ઓછી	આઈટી વિભાગને અગ્રતાક્રમ અપાય છે તેથી વધુ
૯. વૈશ્વિક સંશોધન	ઓછું	વધારે

(ઈ-કોમર્સ અથવા ઈલેક્ટ્રોનિક કોમર્સ) વિજાણને લગતું વાણિજ્ય ઈ-ધંધાનો પેટા વિભાગ છે. જેમાં ખરીદી વેચાણ અને માલ અને સેવાની હેરફેર કોમ્પ્યુટર નેટવર્ક દ્વારા (જેમ કે ઈન્ટરનેટ) કે જેમાં વેચાણના વ્યવહારો અથવા શરતો ઈલેક્ટ્રોનિકલી થાય છે. વ્યવહારમાં આ પર્યાય નવો પર્યાય ઈ-ધંધો વારંવાર પરસ્પર વપરાય છે.

ઈલેક્ટ્રોનિક કોમર્સ એ ઈલેક્ટ્રોનિક સાધનો દ્વારા થતો નાણાકીય વ્યવહાર છે. ધંધાની ઈન્ટરનેટ દ્વારા જબરજસ્ત સફળતાને કારણે ઈ-કોમર્સ સામાન્ય રીતે વિશ્વવ્યાપી વેબ દ્વારા ઓનલાઈન ખરીદી માટે વપરાય છે. જે ઈ-કોમર્સ (વેબસાઈટ) તરીકે ઓળખાય છે. ઈ-કોમર્સને મુખ્યત્વે ચાર વર્ગમાં વહેંચવામાં આવે છે. બી2બી, બી2સી, સી2બી અને સી2સી

૨.૮ ઈ-કોમર્સના પ્રકાર

ઈ-કોમર્સનું વર્ગીકરણ નીચે પ્રમાણે છે.

બી2બી (ધંધાથી ધંધો):-

કંપની એક બીજા સાથે ધંધો કરે છે જેમકે ઉત્પાદક વિતરકને વેચાણ કરે અને જથ્થાબંધ વેપારી, છુટક વેપારીને વેચાણ કરે કિંમત જથ્થાના ઓર્ડર આધારિત હોય છે અને વારંવાર વાટઘાટ દ્વારા ફેરફાર થઈ શકે છે.



નોંધ

બી2સી (ધંધાથી ગ્રાહક):-

ધંધાઓ સામાન્ય રીતે સામાન્ય જનતાને શોપીંગ કાર્ટ સોફ્ટવેર ટ્રાસ્કનો ઉપયોગ કરી કેટલોગ દ્વારા (ભાવપત્રક) વેચાણ કરે છે. બી2બી. ડોલરના જથ્થા દ્વારા કિંમત લે છે અને ગ્રાહકો વ્યવહાર કરે છે.

ધંધો	ધંધો	ગ્રાહકો
	બી2બી	સી2બી
ગ્રાહકો	બી2સી	સી2સી

ઈ-કોમર્સના પ્રકાર

સી2બી (ગ્રાહકથી ધંધો):-

ગ્રાહક ઓનલાઈન પર નક્કી કરેલ અંદાજપત્ર સાથે તેનો પ્રોજેક્ટ મુકે છે. અને કલાકોના કંપની ગ્રાહકની જરૂરિયાત પ્રોજેક્ટના બીડ પર ફેર તપાસણી કરે છે. ગ્રાહક બીડની ફેર તપાસણી કરે છે. અને જે કંપની પ્રોજેક્ટ પૂરો કરી શકે તેને પસંદ કરે છે. સી2બી ગ્રાહકોને સમગ્ર વિશ્વમાં મુલાકાત માટેનું સ્થળ અને આવા વ્યવહાર માટેની જગ્યા આપી સક્ષમ બનાવે છે.

સી2સી (ગ્રાહકથી ગ્રાહક):-

અહીં ઘણી બધી સાઈટસ (જગ્યા) છે કે જે વિનામૂલ્યે વર્ગીકૃત હરાજી અને ફોરમની પ્રસ્તાવ મુકે છે. જેના વ્યક્તિગત ઓન લાઈન પેમેન્ટ દ્વારા વસ્તુની ખરીદી અને વેચાણ કરે છે. જેમ કે બીલની ચૂકવણી જ્યાં લોકો નાણાની લેવડદેવડ ઓનલાઈન પર સરળતાથી કરી શકે છે. ઈ-બેઝ હરાજીની સેવા શ્રેષ્ઠ ઉદાહરણ છે. જેમાં ૧૯૫૫થી વ્યક્તિથી વ્યક્તિ દરરોજ વ્યવહારો થાય છે. કંપની તેમના કર્મચારીઓના ઉત્પાદન અને સેવાને મૂકવા માટે આંતરિક નેટવર્કનો ઉપયોગ કરે છે. એવું જરૂરી નથી કે ઓનલાઈન પરની વેબ બી2ઈ સાથે (ધંધાથી નોકર) સાથે ઈ-કોમર્સમાં સંકળાયેલ હોય.

સરકાર સાથે ઈ-વાણિજ્યના અન્ય સ્વરૂપો સંકળાયેલ છે. જે ધંધાના રીટર્ન મેળવવાથી ફાઈલ કરવા અને ધંધાની નોંધણીના લાયસન્સ રીન્યુ કરાવવા ઈ-કોમર્સના બીજા વર્ગ પણ છે. પણ તે અતિશયોક્તિ ભરેલા છે. તેમાના કેટલાક છે. જી2જી (સરકારથી સરકાર) જી2ઈ (સરકારથી કર્મચારી) જી2બી (સરકારથી ધંધો) બી2જી (ધંધાથી સરકાર) જી2સી (સરકારથી નાગરિક) સી2જી (નાગરિકથી સરકાર)

૨.૯ ઈ-કોમર્સના ફાયદા

હવે તમને લાગ્યું હશે કે ધંધાના વ્યવહારો ઈલેક્ટ્રોનિકલી (વિજાણુ) દ્વારા થાય તો તેનું વિશાળ કાય ક્ષેત્ર છે. ઈ-કોમર્સ નો અમલ જથ્થાબંધ તેમજ છુટક વેપારમાં થાય છે. ઈન્ટરનેટ દ્વારા ખરીદ-વેચાણ ઘડિયાળના કાંટે વિ વના જુદા જુદા ભાગોમાં થાય છે. ચાલો, ઈ-કોમર્સ ના ફાયદાની ચચા કરીએ.

૧. વિશાળ પસંદગી:-

સુવિકસીત કોમ્પ્યુટર નેટવર્કિંગ પદ્ધતિની મદદથી ધંધાકીય એકમો દેશ તેમજ વૈશ્વિક સ્તરે કામ કરી શકે છે. આમ ગ્રાહકને વસ્તુ અને સેવાની વિશાળ શ્રેણીની પસંદગી છે. ધંધાદારી પણ તેમની વસ્તુઓ અને સેવા માટે વધુ વિશાળ બજાર મેળવે છે.

૨. ગ્રાહકની સેવામાં સુધારો:-

વસ્તુ અને સેવાના વિતરકો વસ્તુના વેચાણ સમયે અને વસ્તુના વેચાણ પછી વિવિધ શ્રેણીમાં સેવાઓ આપી શકે છે. જેમ કે વસ્તુ વિષે માહિતી ઉપયોગ માટે માર્ગદર્શન અને વસ્તુની ગુણવત્તા અને ઉપયોગ માટે ગ્રાહક પુછપરછ.

૩. ગ્રાહકની જરૂરિયાતનો તત્કાળ જવાબ:-

સામાન્ય પ્રક્રિયાવાળી ખરીદી અને વેચાણ કરતા ઈ-કોમર્સના ધંધાકીય વ્યવહારો ઘણો ઓછો સમય લે છે. કારણ કે ઉત્પાદકો વિતરણનો માંગ ટુંકાવી દે છે. અને વસ્તુ અને સેવા ગ્રાહકને સીધી પુરી પાડે છે.

૪. ખર્ચમાં બચત અને કિંમતમાં ઘટાડો:-

ઈ-કોમર્સ દ્વારા થતા વ્યવહારમાં નોંધપાત્ર રીતે ખર્ચમાં ઘટાડો થાય છે. અહીં શોર્ટમાં વસ્તુઓ દર્શાવવાની કે વખારમાં મોટા પાયે માલનો સ્ટોક રાખવાની જરૂર નથી. ધંધો ચલાવવા માટે બહુ ઓછા કર્મચારીઓની જરૂર પડે છે. આમ સ્વભાવિક રીતે ધંધો ચલાવવાનો ખર્ચ ઘટી જાય છે. આથી ગ્રાહકોને નીચા ભાવે વસ્તુ મળી શકે છે.

૫. બજાર માહિતી:-

ઈન્ટરનેટના પ્રવેશથી બજારની માહિતી ધંધાને મળે છે. જેનાથી એકમ ગ્રાહકની વિવિધ જરૂરિયાતોને જાણી શકે છે અને નવી વસ્તુનું ઉત્પાદન કરી શકે છે. અને વધુ સારી સેવા આપી શકે છે.



૨.૨ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

બહુવિધ વિકલ્પવાળા પ્રશ્નો

- જે ઉદ્યોગો પ્લાન્ટનો ઉછેર કરવામાં રોકાયેલા છે તે ઓળખાય છે.

અ. બાંધકામ ઉદ્યોગ	ક. બહાર કાઢવાનો ઉદ્યોગ
બ. ઉત્પાદન ઉદ્યોગ	ડ. જનનશાસ્ત્રનો ઉદ્યોગ (મૂળસંબંધી)
- જે ઉદ્યોગો મકાન, રસ્તા અને પુલના બાંધકામમાં રોકાયેલા છે તે ઓળખાય છે.

અ. બાંધકામ ઉદ્યોગ	ક. બહાર કાઢવાનો ઉદ્યોગ
બ. ઉત્પાદન ઉદ્યોગ	ડ. જનનશાસ્ત્રનો (મૂળસંબંધી) ઉદ્યોગ



મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય

૩. ઈ-કોમર્સનો અર્થ છે. વસ્તુઓ અને સેવાની ખરીદી
અ. ઈલેક્ટ્રોનિકલી ક. ટપાલ ઓફિસ દ્વારા
બ. વ્યક્તિગત ડ. ટી. વી. દ્વારા
૪. વ્યપારને સહાયમાં સમાવેશ થાય છે.
અ. બેન્કીંગ (શરાફી ધંધો) ક. ખરીદી
બ. ઉત્પાદન ડ. વેચાણ
૫. ઈ-કોમર્સ સમાવેશ નથી કરતું.
અ. અ2અ ક. બ2સી
બ. બ2બ ડ. જી2જી



તમે શું શીખ્યા ?

નફો કમાવવાના હેતુથી જે પ્રવૃત્તિ કરાય તેને ધંધો કહેવાય. વ્યક્તિ કે જે ધંધામાં રોકાયેલો છે તેને ધંધાદાર કહેવાય ધંધાની પ્રવૃત્તિને વિશાળ રીતે બે વર્ગમાં વહેચાય છે. - ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય ઉદ્યોગ એ માલની પ્રક્રિયા અને વસ્તુના ઉત્પાદન સાથે સંકળાયેલ છે. વાણિજ્ય તે માલ અને વસ્તુના વિતરણ સાથે સંકળાયેલ છે.

વાણિજ્ય વિશાળ અર્થમાં વ્યપાર અને વ્યપારને સહાય બંનેનો સમાવેશ કરે છે. વ્યપાર એ ખરીદી અને વેચાણની પ્રક્રિયા છે. વ્યપારને મદદરૂપ થવાના હેતુથી પ્રવૃત્તિઓ જેવી કે પરિવહન, વખાર, વીમો, જાહેરાત, બેન્કીંગ વગેરે જરૂરી છે. આને સહાય અથવા ધંધાને સહાય કરે છે.



સત્રાંત પ્રશ્નો

૧. ધંધાનો તમે શું અર્થ કરો છો? ધંધાની વિવિધ પ્રવૃત્તિના પ્રકાર સમજાવો.
૨. 'ઈ-કોમર્સ' ની વ્યાખ્યા આપો તેના ફાયદા ચર્ચો.
૩. ઉદ્યોગનો શું અર્થ થાય? વિવિધ પ્રકારના ઉદ્યોગની ચર્ચા કરો.
૪. 'ઈ-કોમર્સ' ના શું પ્રકાર છે ?
૫. વેપારને સહાયનો શું અર્થ થાય? સમજાવો.
૬. ધંધાદારી તરીકે તમે ધંધાના રોજીંદા વ્યવહારમાં તમે કઈ વિવિધ સહાયનો ઉપયોગ કરો છો. ચર્ચા કરો.



પાઠ્ય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ

૨.૧

(૧)

- | | |
|--------------------|-----------|
| ૧. ઉત્પાદન | ૨. વિતરણ |
| ૩. જથ્થાબંધ વેચનાર | ૪. પરિવહન |

(૨)

- | | |
|------------------------------|-------------------|
| ૧. દાલમિયા ઓઈલમીલ | ૨. રૂચિ ઓઈલ ડીપો |
| ૩. બાલાજી ગ્રોસરી (કરિયાણું) | ૪. શ્રીમતી પ્રિતી |

૨.૨

- | | | | | |
|-------|------|------|------|------|
| ૧. ડી | ૨. અ | ૩. અ | ૪. અ | ૫. અ |
|-------|------|------|------|------|



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

તમારા વિસ્તારમાં ચલાવાતી પાંચ ઘંઘાકીય પ્રવૃત્તિઓ ઓળખી બતાવો. તેમને 'ઉદ્યોગ' અને 'વાણિજ્ય' માં વર્ગીકૃત કરો. વળી, ઉદ્યોગમાં તમે કહી શકશો કે તે પ્રાથમિક, માધ્યમિક અથવા ત્રીજો ઉદ્યોગ છે.

મોડ્યુલ - ૧
વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની
પૂર્વભૂમિકા



નોંધ

મોડ્યુલ – ૨

મહત્તમ માર્ક

૧૫

અભ્યાસના કલાક

૩૫

વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપો

ઘંઘાના કદ, માલિકી હક્ક અને સંચાલકિય જરૂરિયાતોને આધીન ઘંઘાકીય માળખાના પ્રકાર છે. આ મોડ્યુલના અભ્યાસ બાદ વિદ્યાર્થી ઘંઘાકીય સાહસનો અર્થ, પ્રકાર અને વિવિધ સ્વરૂપો જેવાકે વૈયકિતક માલિકી, ભાગીદારી પેઢી, હિન્દુ અવિભકત કુટુંબની પેઢી અને જોઈન્ટ સ્ટોક કંપની (સંયુકત હિસ્સાવાળી કંપની) વગેરેનું જ્ઞાન મેળવી શકશે.

- પાઠ – ૩ : એકાકી વેપારી (વૈયકિતક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભકત કુટુંબ
- પાઠ – ૪ : સહકારી મંડળી અને સંયુકત હિસ્સાવાળી કંપની



વૈયક્તિક માલિકી (એક જ માલિકી), ભાગીદારી અને હિંદુ અવિભક્ત કુટુંબ

આપણે આપણી રોજિંદા જરૂરિયાતની વસ્તુઓ ખરીદવા બજારમાં જઈએ છીએ. આપણે બજારમાં વિવિધ પ્રકારની દુકાનો જોઈએ છીએ, તેમાંની કેટલીક નાની અને કેટલીક મોટી હોય છે. આપણે કેટલીક વ્યક્તિઓને શાકભાજી, ચોખા, કઠોળ, સીંગ, છાપા વેચતા રસ્તાબાજુ જોઈએ છીએ. આપણને જુતા રીપેર કરતા મોચી કુટપાથ પર મળે છે. દરરોજ તમે તમારા વિસ્તારમાં આવી દુકાનો જોતા હશો. પણ તમે કદી એ જાણવાનો પ્રયત્ન કર્યો છે કે આ ધંધા કેવી રીતે ચાલે છે? આવા ધંધાઓના કોણ માલિકો છે? ધંધાના માલિક કોઈપણ ધંધા માટે ચોક્કસ પણ શું કરે છે? તમે એમ કહેશો કે માલિક ધંધો શરૂ કરવા મૂડીનું રોકાણ કરે છે, ધંધાને લગતા બધા નિર્ણયો લે છે. ધંધાના રોજ બરોજના કાર્યો પર દેખરેખ રાખે છે અને છેવટે નફા કે નુકસાન માટે જવાબદાર છે. હા, તમે સાચા છો. માલિક ચોક્કસપણે આ બધી વસ્તુઓ કરે છે. તમે થોડાક આગળ જશો (ઉડા જશો) તમને જણાશે કે કેટલાક ધંધાઓમાં એક જ વ્યક્તિ આ બધા જ કાર્યો કરે છે. આને વૈયક્તિક માલિકી અથવા એકાકી વેપાર કહે છે. કેટલાક ધંધાઓમાં વ્યક્તિગત જુથ સાથે મળીને ધંધાના માલિક બને છે અને નફો કે નુકસાન વહેંચે છે. આ બાજુ ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું સ્વરૂપ છે જેને ભાગીદારી કહે છે. અન્ય બીજુ ધંધાનું સ્વરૂપ છે કે જેમાં સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબના સભ્યો માલિકી ધરાવે છે કે જેમાં કુટુંબ વારસાગત મિલકત ધરાવે છે. આ 'હિંદુ અવિભક્ત કુટુંબના ધંધા' તરીકે જાણીતું છે.

આ પાઠમાં ચાલો, ધંધાકીય વ્યવસ્થાના આ સ્વરૂપો વિષે વધુ વિગતો મેળવીએ.



હેતુઓ:—

આ પાઠનો અભ્યાસ કર્યા પછી તેમે કહી શકશો.

- ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ વૈયક્તિક માલિકીનો અર્થ સમજાવો.
- વૈયક્તિક માલિકીના લક્ષણોની યાદી આપો.
- એકાકી વેપારના ફાયદા અને ગેરફાયદાની ચર્ચા કરો.
- ભાગીદારી પેઢીનો અર્થ સમજો.
- ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ ભાગીદારી પેઢીના લક્ષણો (ખાસિયતો) ઓળખી બતાવો.

એકાકી વેપારી (વૈયકિતક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબ

- ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ ભાગીદારી પેઢીના ફાયદા અને ગેરફાયદા જણાવો.
- મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી પેઢીનો ખ્યાલ સમજાવો.
- સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબનો ધંધો તેના લક્ષણો, ફાયદા અને ગેરફાયદા સાથે સમજાવો.

૩.૧ વૈયકિતક માલિકીનો અર્થ

વૈયકિતક (sole)નો અર્થ વ્યક્તિગત અને 'માલિકીપણા' (Proprietorship) નો અર્થ 'ધણીપણું'. આનો અર્થ એ થાય કે એક વ્યક્તિ અથવા 'વ્યક્તિગત' ધંધાના માલિક હોય, સંચાલન કરે અને ધંધાની બધી પ્રવૃત્તિઓ પર અંકુશ રાખે તેને ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ 'વૈયકિતક માલિકી' (એકાકી વેપાર) તરીકે જાણવામાં આવે છે. વ્યક્તિગત કે જે ધંધાનો માલિક છે અને પોતાની માલિકીનો ધંધો ચલાવે છે. તેને 'એક જ માલિકી' અથવા 'એક જ વેપારી' કહે છે. વૈયકિતક માલિકી સાધનો (સ્ત્રોત) ખેંચી લાવે છે અને વ્યક્તિગત રીતે તેની વ્યવસ્થા કરે છે અને નફો કમાવાના આશય સાથે તેની પર અંકુશ રાખે છે.



વૈયકિતક માલિકી

૩.૨ વૈયકિત માલિકીના લક્ષણો (એકાકી વેપાર)

વૈયકિતક માલિકીના નીચે મુજબ લક્ષણો છે.

૧. સ્થાપનાની (રચનાની) સરળતા:—
માલિકના સ્વરૂપની આદર્શ બાબત એ છે કે તેની સ્થાપના સરળ હોવી જોઈએ. સરળ રચના સૂચવે છે કે ન્યુનતમ કાયદાની અને અન્ય કાર્યવાહી છે. વૈયકિતક માલિકીની રચના ખૂબ સરળ છે.
૨. એક જ માલિકીપણું:—
એક જ વ્યક્તિ ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ 'વૈયકિતક માલિકી' ની માલિકી ધરાવે છે. તે એક જ વ્યક્તિ ધંધાની બધી મિલકતો અને સંપત્તિ ધરાવે છે. તેથી તે ધંધાના બધા જોખમો ધરાવે છે. આમ એકાકી વેપારીની ઈચ્છા મુજબ અથવા તેનું મૃત્યુ થાય તો તેનો અંત આવે છે.
૩. નફા અને નુકસાનની કોઈ વહેંચણી નહિ:—
વૈયકિતક માલિકીવાળા ધંધાનો જે કંઈ નફો થાય છે તે ધંધાના એક જ માલિકને જાય છે. જો ધંધામાં નુકસાન જાય તો પણ તે વૈયકિતક માલિકે જ ભોગવવાનું

મોડ્યુલ — ૨

વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપો



નોંધ

મોડ્યુલ - ૨
વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ

એકાકી વેપારી (વૈયક્તિક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભક્ત કટુંબ

છે. ધંધાના વ્યક્તિગત માલિક સાથે કોઈપણ બીજી વ્યક્તિ નફો કે નુકસાન વહેંચતી નથી.

૪. એક જ વ્યક્તિની મૂડી:-

ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ એવા 'વૈયક્તિક માલિકી' માં જરૂરી મૂડીની વ્યવસ્થા એક જ માલિક દ્વારા થાય છે. તે ક્યાં તો પોતાના અંગત સાધનોમાંથી અથવા મિત્રો સગાબાલા, બેન્ક અથવા અન્ય નાણાંકીય સંસ્થાઓમાંથી ઉછીના મેળવે છે.

૫. એક વ્યક્તિનો અંકુશ:-

વૈયક્તિક માલિકીવાળા ધંધામાં અંકુશની સત્તા પણ માલિક પાસે જ રહે છે. ધંધાનો માલિક અથવા પ્રોપરાયટર ધંધો ચલાવવા અંગેના સઘના નિર્ણયો લે છે.

૬. અમર્યાદિત જવાબદારી:-

એકાકી વેપારીની જવાબદારી અમર્યાદિત છે. આનો એ અર્થ થાય કે જો નુકસાન થાય તો ધંધાની મિલકતો સાથે માલિકની અંગત મિલકતોનો ઉપયોગ પણ ધંધાની જવાબદારી માટે વપરાય છે.

૩.૩ વૈયક્તિક માલિકી (એક જ માલિકી)ના ફાયદા

આપણા દેશમાં ધંધાનું વૈયક્તિક માલિકીનું સ્વરૂપ ખૂબ જ સરળ અને સામાન્ય છે.

૧. રચના અને વિસર્જન સરળ:-

ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું વૈયક્તિક માલિકીની રચના કરવી ખૂબ જ સરળ છે. ખૂબ ઓછી મૂડીથી એક જણ ધંધો શરૂ કરી શકે છે. કાયદાની પ્રક્રિયા લઘુત્તમ છે. રચનાની (સ્થાપના) માફક ધંધો બંધ કરવાનું (વિસર્જન) પણ સરળ છે. માલિકની મરજી પર આધારિત છે કે ધંધો ક્યારે શરૂ કરવો અને ક્યારે બંધ કરવો.

૨. પ્રત્યક્ષ અભિપ્રેરણ (પ્રોત્સાહન):-

ધંધા દ્વારા કમાયેલ નફાનો માલિક 'વૈયક્તિક માલિક' (એક જ માલિક) છે તે જ રીતે ધંધાના નુકસાનનું જોખમ પણ તે ધરાવે છે. આમ પ્રયત્ન અને બદલા વચ્ચેનું જોડાણ પ્રત્યક્ષ છે. જો તે સખત કામ કરે તો નફો મળવાની શક્યતા વધુ હોય છે. અને તેનાથી વિપરિત આ વૈયક્તિક માલિકને સખત કામ કરવાની પ્રેરણા આપે છે.

૩. તત્કાલ નિર્ણય અને ઝડપી પગલા:-

વૈયક્તિક માલિકી વાળા ધંધામાં બધા જ નિર્ણય માટે એક જ માલિક જવાબદાર હોય છે. તેથી નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયામાં કોઈનો પણ સમાવેશ થતો નથી. તેથી તત્કાળ અને ઝડપી પગલા લીધેલા નિર્ણયના સંદર્ભમાં લઈ શકાય છે.

૪. વધુ સારો અંકુશ:-

એક માલિકીવાળા ધંધામાં, ધંધાની દરેકે દરેક પ્રવૃત્તિઓ પર માલિકનો અંકુશ હોય છે. તે પોતે જ આયોજક તેમજ વ્યવસ્થાપક છે કે જે દરેક પ્રવૃત્તિનું કુશળતાપૂર્વક



નોંધ

- સંચાલન કરે છે. આમ માલિક પાસે ધંધા પર વધુ સારો અંકુશ રાખવા બધી જ સત્તા છે.
૫. ધંધાના રહસ્યોની જાળવણી:—
એક જ માલિકીવાળા ધંધામાં માલિકનું સ્થાન એવું છે કે જેમાં તે આયોજન પોતે કરે છે અને સંચાલન તેમજ અંકુશ પણ તેના હાથમાં છે. આથી ધંધાનું રહસ્યની જાણ બીજાને કરવાની જરૂર રહેતી નથી.
૬. અંગત વ્યક્તિગત સંબંધ:—
વૈયક્તિક માલિક, ગ્રાહકો અને કર્મચારીઓ સાથે સારો સંબંધ રાખવાની સ્થિતિમાં છે. એકાકી વેપારી પ્રત્યક્ષ સંપર્કને કારણે ગ્રાહકોના ગમા અણગમા અને રૂચિ (taste) જાણી શકે છે. આ કર્મચારીઓ સાથે સઘન અને મિત્રાચારીના સંબંધ જાળવવામાં મદદ કરે છે. અને આમ ધંધો સરળતાથી ચાલે છે.
૭. સ્વરોજગારી પૂરી પાડે છે:—
ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું સ્વરૂપ વૈયક્તિક માલિકી લોકોને સ્વરોજગારીની તક પૂરી પાડે છે. માત્ર માલિક જ સ્વ-રોજગારીમાં નથી. કેટલીક વાર તે બીજા માટે પણ કાર્યની તક પૂરી પાડે છે. તમે વિવિધ દૂકાનોમાં જોયું હશે કે ઘણા બધા કર્મચારીઓ માલિકને ગ્રાહક સુધી વસ્તુઓ વેચવામાં મદદ કરે છે. આમ તે ગરીબી ઘટાડવામાં અને દેશમાં બેરોજગારી ઓછી કરવામાં મદદ કરે છે.

૩.૪ એક જ માલિકીના ગેરફાયદા (મર્યાદાઓ)

એક જ માણસનો ધંધો ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું શ્રેષ્ઠ સ્વરૂપ છે. તેમ ઉપર ચર્ચેલ ફાયદાથી કહી શકાય જો કે બધા પ્રકારની માલિકીને કેટલીક મર્યાદાઓ હોય છે અને વૈયક્તિક માલિકી તેમાં અપવાદ નથી. ચાલો, તે મર્યાદાઓ શીખીએ.

૧. મર્યાદિત મૂડી:—
એકાકી વેપારમાં માલિક પોતે જ ધંધામાં જરૂરી મૂડીની વ્યવસ્થા કરે છે. ઘણી વાર એક જ વ્યક્તિ દ્વારા ધંધાને જરૂરી એવી વિશાળ મૂડી ઉભી કરવાનું મુશ્કેલ બને છે. કેટલીકવાર માલિકનું પોતાનું ભંડોળ તેમજ ઉછીનું લાવેલ ભંડોળ પણ ધંધાની જરૂરિયાતને, ધંધાના વિકાસને અને ધંધાના વિસ્તારને સંતોષવા માટે ઓછું પડે છે.
૨. સતત અછત (Lack of continuity):—
વૈયક્તિક માલિકીના અસ્તિત્વનો આધાર ધંધાના માલિક પર છે. જ્યારે ધંધાનો માલિક નક્કી કરે ત્યારે અથવા તો તેનું મૃત્યું થાય તો ધંધાનો અંત આવે છે.
૩. સિમીત કદ:—
ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપમાં વૈયક્તિક માલિકીની મર્યાદા હોય છે જેની બહાર તેની પ્રવૃત્તિનો વિકાસ કરવો મુશ્કેલ હોય છે. જો ધંધો ચોક્કસ મર્યાદા કરતા વધુ વિકાસ થાય તો એક જ વ્યક્તિ દ્વારા ધંધાનું નિરીક્ષણ કરવું અને તેની પ્રવૃત્તિની વ્યવસ્થા કરવી શક્ય નથી હોતું.



૪. સંચાલકીય કુશળતાની અછત:-
એકાકી વેપારી સંચાલનના દરેક પાસામાં નિષ્ણાંત નથી હોતા. તે / તેણી વહીવટમાં અને આયોજનમાં હોશિયાર (નિષ્ણાંત) હોય પણ માર્કેટીંગમાં નબળા હોય.



૩.૧ પાઠ આધારિત પ્રશ્ન

નીચેના વિધાનો વૈયક્તિક માલિકીના છે તેમાં યોગ્ય શબ્દ દ્વારા ખાલી જગ્યા પૂરો

૧. વૈયક્તિક માલિક તેના ધંધાના વિકાસ માટે પૂરતા પ્રમાણમાં નો વધારો કરી શકતો નથી.
૨. ધંધાના આયુષ્યનો આધારની જીંદગી પર રહેલો છે.
૩. નાણાંકીય સાધનો અને માલિકના સિમીત નિષ્ણાંતપણાને લીધે ધંધાને વ્યવસાયી જ્ઞાનની અછત હોવાથી તે નથી.
૪. ધંધો, સરળ ધંધા માટે અનુકુળ છે જ્યાં કળાની જરૂર હોય.
૫. એકાકી વેપાર ગ્રાહકોની જરૂરિયાત શ્રેષ્ઠ રીતે પૂરી પાડી શકે કે જ્યાં વસ્તુનું બજાર અને હોય.

૩.૫ ભાગીદારીનો અર્થ

ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપમાં એકાકી વેપારની કેટલીક મર્યાદાઓ વિષે તમે શીખ્યા. તેના નાણાંકીય અને સંચાલકીય સાધનો મર્યાદિત છે. ધંધાનો અમુક હદથી વધુ વિકાસ કરવો શક્ય નથી. આ બધી મર્યાદાઓ પાર કરવા ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું અન્ય સ્વરૂપ ભાગીદારી અસ્તિત્વમાં આવ્યું. ચાલો પહેલાં ભાગીદારી શું છે તે જાણીએ.



ભાગીદારી

ધારો કે તમારે તમારા વિસ્તારમાં ભોજનગૃહ ખોલવું છે. તમારે ઘણી બધી વસ્તુઓ ભેગી કરવાની જરૂર પડશે. તમને એમ લાગશે કે ધંધો શરૂ કરવા અને ચલાવવા માટે જરૂરી નાણાની વ્યવસ્થા એક વ્યક્તિથી શક્ય નહિ બને તમે તમારા મિત્રોને વાત કરશો અને તમે બધા નાણાંની અમુક રકમનો ફાળો આપીને અને અન્ય જરૂરી વસ્તુઓ ભોજનગૃહ ચાલુ કરવા લાવશો આમ તમે બધા માલિક બનવા અને નફો કે નુકસાન વહેંચવા એકબીજા સાથે હાથ મિલાવશો. આ ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું અન્ય સ્વરૂપ છે જે 'ભાગીદારી' તરીકે જાણીતું છે. બે કે તેથી વધુ વ્યક્તિઓ

એકાકી વેપારી (વૈયક્તિક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભક્ત કટુંબ

નફો કરવાના હેતુથી ધંધાકીય સ્વરૂપ રચવાના આશયથી એક બીજા સાથે હાથ મિલાવે છે. (સંબંધની રચના) જે વ્યક્તિ હાથ મિલાવે છે. તે વ્યક્તિગત રીતે ભાગીદાર અને સંયુક્ત રીતે 'પેઢી' તરીકે ઓળખાય છે. જે નામથી ધંધો ચલાવાય છે તેને પેઢીનું નામ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. સુલતાનચંદ એન્ડ કંપની, રામલાલ એન્ડ કંપની, ગુપ્તા એન્ડ કંપની, કેટલાક ભાગીદારી પેઢીના નામ છે.

ભાગીદારી પેઢીનું સંચાલન ૧૯૩૨ના ભારતીય ભાગીદારી કાયદા અન્વયે થાય છે. ભારતીય ભાગીદારી કાયદો ૧૯૩૨ વિભાગ-૪ ભાગીદારીની વ્યાખ્યા મુજબ, "ભાગીદાર એવી વ્યક્તિઓ વચ્ચેનો સંબંધ છે કે જેઓ ધંધાનો નફો વહેંચી લેવા સંમત થયા હોય અને ધંધો બધા દ્વારા કે બધા વતી તેમનામાંથી કોઈપણ એક દ્વારા ચલાવાતો હોય."

૩.૬ ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ ભાગીદારીના લક્ષણો

ભાગીદારી વિષેનો સંક્ષિપ્ત ખ્યાલ મેળવ્યા પછી ચાલો આ ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપના લક્ષણોને ઓળખીએ.

૧. બે અથવા વધુ સભ્યો:—
ભાગીદારીનો ધંધો શરૂ કરવા માટે ઓછામાં ઓછી બે વ્યક્તિની જરૂરિયાત રહે છે. પણ બેકીંગનો ધંધો શરૂ કરવા વધુમાં વધુ ૧૦ અને અન્ય ધંધામાં ૨૦ થી વધુ સંખ્યા ન થવી જોઈએ.
૨. કરાર:—
જ્યારે તમે ભાગીદારીનો ધંધો શરૂ કરવા માટે એકબીજા સાથે હાથ મિલાવવાનો વિચાર કરો છો ત્યારે, સૌ પ્રથમ તમારા બધા વચ્ચે કરાર થવો જરૂરી છે. આ કરારમાં સમાવેશ થાય છે:
 - દરેક ભાગીદાર દ્વારા મૂડીમાં અપાતો ફાળો
 - નફો અથવા નુકસાનની વહેંચણીનું પ્રમાણ
 - જો કોઈ ભાગીદારને પગાર અથવા કમિશન ચૂકવવાનું હોય તો તે ધંધાનો સમય ગાળો જો હોય તો
 - ભાગીદારોના અને પેઢીના નામ અને સરનામા
 - દરેક ભાગીદારની સત્તા અને જવાબદારી
 - ધંધાનું સ્વરૂપ અને સ્થળ અને
 - ધંધો ચલાવવા માટે જો કંઈ શરતો અને નિયમો હોય તો
૩. કાયદેસરનો ધંધો:—
ભાગીદારે એક બીજા સાથે કોઈ પણ પ્રકારનો કાયદેસરનો ધંધો ચલાવવા હાથ

મોડ્યુલ - ૨

વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ



મેળવે છે. સદ્ગામોરી, કાળાબજાર વગેરેને સંતોષવા ભાગીદારી કાયદાની દ્રષ્ટિએ શરૂ ન થઈ શકે.

૪. નફાની વહેંચણી:—

દરેક ભાગીદારી પેઢીનો મુખ્ય હેતુ ધંધાનો થયેલ નફો બધા ભાગીદારો વચ્ચે નક્કી કરેલ પ્રમાણમાં વહેંચવાનો છે. કોઈપણ કરારની ગેરહાજરીમાં બધા ભાગીદારો વચ્ચે નફાની વહેંચણી સરખા હિસ્સે કરવામાં આવે છે.

૫. અમર્યાદિત જવાબદારી:—

વૈયક્તિક માલિકીની માફક દરેક ભાગીદારીની જવાબદારી અમર્યાદિત હોય છે. તેનો અર્થ એ થાય કે ધંધાની જવાબદારી અદા કરવા માટે જો ધંધાની મિલકતો અપૂરતી હોય તો ભાગીદારની અંગત મિલકતનો ઉપયોગ જવાબદારી ચૂકવવા માટે કરવામાં આવે છે.

૬. મરજીયાત નોંધણી:—

તમારી ભાગીદારી પેઢીની નોંધણી ફરજીયાત નથી. જો કે તમે નોંધણી ન કરાવો તો તમે અમુક ફાયદા વિના રહેશો. તેથી તે ઈચ્છનીય છે. નોંધણી ન કરાવવાની નીચેની અસરો છે.

- તમારી પેઢી કોર્ટ દ્વારા કાયદેસરના પગલાં કોઈ પણ પક્ષકારના દાવાની પતાવટ માટે લઈ શકશે નહિ.
- જો ભાગીદારો વચ્ચે કોઈ ઝગડો થાય તો તેનું નિરાકરણ કોર્ટના કાયદા દ્વારા લાવી શકાશે નહિ.
- તમારી પેઢી કોઈને પણ થતી ચૂકવવાની રકમના દાવાની પતાવટ અથવા કોઈની પણ પાસેથી લેવાની થતી રકમની પતાવટ કોર્ટના કાયદા દ્વારા કરી શકાશે નહિ.

૭. માલિક પ્રતિનિધિ સંબંધ:—

પેઢીના બધા ભાગીદારો ધંધાના સંયુક્ત માલિકો છે. તે બધાને દરેકને ધંધાના સંચાલનમાં ભાગ લેવાનો સમાન હકક છે. દરેક ભાગીદારને પેઢીવતી કાર્ય કરવાનો અધિકાર છે. જ્યારે ભાગીદાર બીજા પક્ષકાર સાથે ધંધાના વ્યવહાર કરે છે. તે / તેણી બીજાના પ્રતિનિધિ તરીકે કાર્ય કરે છે. અને એ જ સમયે બીજા માલિક બને (મુખ્ય વ્યક્તિ) છે. તેથી ભાગીદારી પેઢીમાં માલિક અને પ્રતિનિધિ વચ્ચેનો સંબંધ સ્થપાય છે.

૮. ધંધાનું સાતત્ય:—

ભાગીદારી પેઢીનો અંત મૃત્યુના પ્રસંગે ભાગીદાર ગાંડો અથવા નાદાર થાય ત્યારે આવે છે. તદઉપરાંત બધા ભાગીદારોની ઈચ્છા હોય તો અંત આવે છે. તે ગમે ત્યારે તેમના સંબંધનો અંત લાવવાનો નિર્ણય લઈ શકે છે.

૩.૭ ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ ભાગીદારીના ફાયદા

ભાગીદારી પેઢી સ્વરૂપના કેટલાક ફાયદા છે જે નીચે મુજબ છે.

૧. સરળ રચના:—
વૈયક્તિક માલિકીની જેમ ભાગીદારી પેઢીની રચના કોઈપણ કાયદાની પ્રક્રિયા વગર કરી શકાય છે. પેઢીની નોંધણી કરાવવી જરૂરી નથી. ભાગીદારી પેઢીની રચના કરવા ક્યાં તો મૌખિક અથવા લેખિત કરાર પૂરતો છે.
૨. મોટા પ્રમાણમાં સાધનોની પ્રાપ્યતા:—
જ્યારે બે કે તેથી વધુ વ્યક્તિઓ ભાગીદાર તરીકે હાથ મિલાવે છે ત્યારે વૈયક્તિક માલિકીની સરખામણીએ એકાકી વેપાર કરતા વધુ સાધનોનો ફાળો આપી શકે છે. ભાગીદારો વધુ મૂડી, વધુ પ્રયત્નો અને વધુ સમય ધંધા માટે આપી શકે છે.
૩. સમતુલિત નિર્ણય:—
ભાગીદારો જ ધંધાના માલિકો છે. તેમના દરેકને ધંધાના સંચાલનમાં ભાગ લેવાનો સમાન અધિકાર છે. જ્યારે કોઈપણ સમસ્યા ઉભી થાય ત્યારે તેઓ સાથે બેસીને સમસ્યાનું નિરાકરણ લાવે છે. જ્યારે બધા ભાગીદારો નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયામાં ભાગ લે છે ત્યારે અવિચારી અને ઉતાવળીયા નિર્ણય લેવાની શક્યતા ખુબ ઓછી છે.
૪. નુકસાનની વહેંચણી (નુકસાનમાં ભાગ):—
ભાગીદારી પેઢીમાં બધા ભાગીદારો નુકસાનમાં ભાગ લે છે. દાખલા તરીકે જો પેઢીમાં ત્રણ ભાગીદારો હોય અને પેઢીને ચોક્કસ સમયમાં રૂ. ૧૨,૦૦૦/- નું નુકસાન થાય તો બધા ભાગીદારો તે વ્યક્તિગત રીતે માત્ર રૂ. ૪,૦૦૦/-ના નુકસાનનો ભાર વહેંચે છે.

૩.૮ ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ, ભાગીદારીની મર્યાદા

ઉપરોક્ત બધા ફાયદાની ચર્ચા છતાંય ભાગીદારી પેઢીની કેટલીક મર્યાદાઓ છે, તેમાંની કેટલીક નીચે મુજબ છે.

૧. અમર્યાદિત જવાબદારી:—
બધા ભાગીદારો સંયુક્ત રીતે અને વ્યક્તિગત રીતે પેઢીના દેવા પરત્વે અમર્યાદિત સ્તરે જવાબદાર છે. આમ તેઓ તેમની વચ્ચે જવાબદારી વહેંચી શકે અથવા તેમનામાંથી ગમે તે એક ને તેમની અંગત મિલકતમાંથી દેવાની પતાવટ કરવાનું કહી શકે.





૨. અનિશ્ચિત જીવન:-
ભાગીદારી પેઢીને તેમના ભાગીદારોથી કોઈ કાયદેસરનું અલગ વ્યક્તિત્વ નથી. તેનો અંત મૃત્યુ, નાદારી ભાગીદારની નિવૃત્તિ અથવા અશક્તિ આવે ત્યારે આવે છે. વળી જુદો મત (વિચાર) ધરાવનાર કોઈ પણ ભાગીદાર ભાગીદારી પેઢીના વિસર્જન માટેની નોટિસ આપી શકે છે.
૩. મર્યાદિત મૂડી:-
જ્યારે ભાગીદારોની સંખ્યા ૨૦ થી વધારી શકાય નહિ ત્યારે મૂડીમાં વધારો હંમેશા મર્યાદિત હોય છે. ભાગીદારી પેઢીના સ્વરૂપમાં મોટો ધંધો શરૂ કરવો શક્ય નથી.
૪. ભાગની હેરફેર થઈ શકતી નથી:-
જો તમે પેઢીમાં ભાગીદાર છો. તો તમે બીજા ભાગીદારોની સંમતિ વિના તમારા નફાનો હિસ્સો બહારની વ્યક્તિને આપી શકતા નથી. જે ભાગીદાર પેઢી છોડવા માંગે છે. અથવા તો બીજાને તેનો ભાગ વેચવા માંગે છે તેને માટે અગવડ (મુશ્કેલી) ઉભી કરે છે.

૩.૯ ભાગીદારીની મર્યાદિત જવાબદારી

કોર્પોરેટ ધંધાકીય વાહન વ્યવસાયીને નિષ્ણાંત બનાવે છે અને સાહસિકતાને પ્રોત્સાહન આપે છે. આમ આ બંને પરિવર્તનક્ષમ નવીનતા અને કાર્યક્ષમ સંચાલક, મર્યાદિત જવાબદારીના લાભ પૂરા પાડે છે. જ્યારે તેના સભ્યોને આંતરિક માળખાના વ્યવસ્થાતંત્ર માટે પરિવર્તનક્ષમતાને મંજૂર કરે છે. (પ્રવેશ આપે છે.) ત્યારે તેને ભાગીદારીની મર્યાદિત જવાબદારી કહે છે.

૧. ભારતીય અર્થતંત્રના વિકાસની સાથે સાહસિકો દ્વારા ભજવાયેલ ભૂમિકા તેમજ તેના ટેકનીકલ અને વ્યાવસાયિક માનવ શક્તિને કારણે તે આંતરરાષ્ટ્રિય ધોરણે માન્ય રખાયું છે. તે સમયોચિત લાગે છે કે સાહસિકતા, જ્ઞાન અને મૂડીનું જોખમ ભારતીય વિકાસને ઉતાવળીયો વિકાસ પુરો પાડે છે. આ પૂર્વભૂમિકામાં નવા અનેક ઘટકોના સ્વરૂપમાં પ્રણાલિકાગત ભાગીદારીને વિકલ્પ પૂરો પાડે છે જે એક બાજુ અમર્યાદિત જવાબદારી અને કાયદા આધારિત મર્યાદિત જવાબદારીના માળખાવાળી કંપની અને બીજી બાજુ વ્યવસાયી તજજ્ઞતા અને સાહસિકતાની પ્રાથમિકતા સંયુક્ત રીતે વ્યવસ્થા કરી પરિવર્તનક્ષમ રીતે નવીનતાથી અને કાર્યક્ષમતાથી ચલાવે છે.
૨. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી એ કોર્પોરેટ ધંધાકીય વાહનના વિકલ્પ તરીકે જોવાય છે. કે જે મર્યાદિત જવાબદારીના ફાયદા પૂરા પાડે છે. પરંતુ તેના સભ્યોને વ્યવસ્થાતંત્રના આંતરિક માળખામાં વ્યવસ્થાતંત્રની પરિવર્તનક્ષમતા પૂરી પાડે

છે કે જે ભાગીદારોના પરસ્પર કરાર પર આધારિત છે. મર્યાદિત જવાબદારી વાળી ભાગીદારીનું સ્વરૂપ સાહસિકોને, વ્યવસાયીઓને અને એકમોને કોઈપણ પ્રકારની વૈજ્ઞાનિક અને ટેકનીકલ સ્વરૂપવાળી સેવા પૂરી પાડે છે. જેથી વાહનો તેમની જરૂરિયાત માટે સક્ષમ બને. તેના માળખામાં પરિવર્તનક્ષમતા અને કાર્યની પરિવર્તનક્ષમતા હજુ બાકી છે. ત્યારે મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી નાના એકમો માટે અનુકૂળ વાહન (સાધન) છે. અને જોખમી મૂડીનું રોકાણ માટે પણ અનુકૂળ સાધન છે.

૩. આજની જરૂરિયાતોને ધ્યાનમાં રાખીને સંસદે ૨૦૦૮માં મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી કાયદો પસાર કર્યો કે જેણે ૭ જાન્યુઆરી ૨૦૦૯ના રોજ રાષ્ટ્રપતિની કબુલાત મેળવી.

મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી કાયદા ૨૦૦૮ના બહાર આવેલા લક્ષણો નીચે મુજબ છે.

૧. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી અનેક ઘટકોનું બનેલું માળખું અને તેના ભાગીદારોથી અલગ કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ ધરાવે છે. બે અથવા વધુ વ્યક્તિઓ નફો કરવાના હેતુથી કાયદેસરનો ધંધો કરવા ભેગા થાય તો તેમના નામ દસ્તાવેજના રજીસ્ટ્રાર (નોંધણી અધિકારી) સમક્ષ મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીમાં દાખલ કરાવે. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી સતત એક પછી એક ક્રમમાં આવે છે.
૨. મર્યાદિત જવાબદારીવાળા ભાગીદારીના પરસ્પર હકકો અને જવાબદારી અને મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારોનું મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી કાયદા-૨૦૦૮ મુજબ સંચાલન થશે. કાયદો દસ્તાવેજમાં તેમની પસંદગી મુજબ પરિવર્તન કરવાની છુટ આપે છે. આવા કોઈ કરારની ગેરહાજરીમાં મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી કાયદા અન્વયે પરસ્પર હકકો અને જવાબદારીઓ અમલમાં આવે છે.
૩. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી કાયદેસરનું સ્વતંત્ર વ્યક્તિત્વ ધરાવે છે. તો તેની મિલકત સુધી સંપૂર્ણ જવાબદાર છે, ભાગીદારોની મર્યાદિત જવાબદારી તેમની મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીના કરારમાં નિયત કર્યા મુજબ છે જે દ્રશ્ય અથવા અદ્રશ્ય સ્વરૂપમાં હોય અથવા બંને દ્રશ્ય અને અદ્રશ્ય સ્વરૂપમાં હોય. કોઈ પણ ભાગીદાર સ્વતંત્ર રીતે જવાબદાર નથી અથવા બીજા ભાગીદારના બિન અધિકૃત કાર્યની તેમની ગેરવર્તણૂક માટે જવાબદાર નથી. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીની જવાબદારી જો ભાગીદારોને છેતરવાના હેતુથી દુષ્કૃત્ય કરેલ હોય અથવા કોઈ દગાખોરીના હેતુથી કાર્ય કરેલ હોય તો તેની



મોડયુલ - ૨

વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ

એકાકી વેપારી (વૈયક્તિક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબ

અમર્યાદિત જવાબદારી બધાની અથવા કોઈના દેવડ અથવા મર્યાદિત જવાબદારી વાળી ભાગીદારીની અન્ય જવાબદારી રહે છે.

૪. દરેક મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીમાં બે ભાગીદારો હોવા જ જોઈએ અને બે વ્યક્તિગત નીમાયેલા હોવા જોઈએ, જેમાંના એક ભારતીય રહીશ હોવા જોઈએ. કાયદા મુજબ નીમાયેલ ભાગીદારની ફરજો અને કાર્યો નક્કી કરવામાં આવેલ છે.



૩.૨ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

કોંસમાં આપેલ શબ્દોથી યોગ્ય શબ્દો દ્વારા ખાલી જગ્યા પુરો.

૧. ભાગીદારી પેઢીની નોંધણી કરાવવી છે.
(બિનજરૂરી, જરૂરી)
૨. ભાગીદારી પેઢીએ ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું સ્વરૂપ છે.
(પરિવર્તનશીલ, જડ)
૩. ભાગીદારીમાં ધંધાકીય જોખમ બધા ભાગીદારો વચ્ચે છે.
(વહેંચાય, વહેંચાતું નથી)
૪. ભાગીદારી એ પ્રયત્નો છે.
(જૂથ, વ્યક્તિગત)
૫. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીનો કાયદો વર્ષમાં ઘડાયો.
(૨૦૦૮, ૨૦૧૦)

૩.૧૦ સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના ધંધાનો અર્થ

સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના ધંધાનો અર્થ એ છે કે સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના સભ્યોની માલિકીવાળા ધંધો તે હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબના ધંધા તરીકે પણ ઓળખાય છે. વ્યવસ્થાનું આ સ્વરૂપ હિન્દુ કાયદા પ્રમાણે અસ્તિત્વમાં આવે છે અને પરંપરાના કાયદા મુજબ તે ચલાવાય છે. સંયુક્ત કુટુંબ એ ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું એવું સ્વરૂપ છે કે જેમાં કુટુંબ એ ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું એવું સ્વરૂપ છે કે જેમાં કુટુંબ કેટલીક વારસાગત મિલકતો ધરાવે છે. વારસાગત મિલકતો પુરુષ



સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબનું ચિત્ર

સભ્યોની હોય છે. પૂર્વજો પાસેથી વારસામાં મળેલો મિલકતનો હિસ્સો એ તેના પિતા, દાદા અને વડદાદાનો હોય છે. આમ ત્રણ એક પછી એક ક્રમમાં આવતી પેઢી

એકાકી વેપારી (વૈયકિતક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબ

વારસામાં મળેલ મિલકત ધરાવે છે. સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના ધંધાનો હેતુ માત્ર પુરુષ સભ્ય બની શકે કે જે સહકર્તા તરીકે ઓળખાય અને જુનામાં જુનો સભ્ય કર્તા તરીકે ઓળખાય.

૩.૧૧ સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના ધંધાના લક્ષણો (વિશિષ્ટતા)

૧. જન્મથી સભ્યપદ:—
પુરુષ બાળકના જન્મ સાથે આપોઆપ તે સંયુક્ત કુટુંબના ધંધાનું સભ્યપદ મેળવે છે. તે કુટુંબ વચ્ચેના કરાર દ્વારા અસ્તિત્વમાં આવતું નથી.
૨. સંચાલન:—
સંચાલન કુટુંબના જુનામાં જુના સભ્ય કર્તા પાસે હોય છે. જો કે કર્તા અન્ય સભ્યોને હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબમાં તેને મદદ કરવા માટે સામેલ કરે છે.
૩. જવાબદારી:—
કર્તાની જવાબદારી અમર્યાદિત હોય છે. એટલે કે ધંધાના દેવાની ચુકવણી કરવા તેની અંગત મિલકતનો ઉપયોગ પણ થઈ શકે છે. જ્યારે બીજા સહકર્તાની જવાબદારી તેમના હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબના ભાગ જેટલી જ હોય છે.
૪. કોઈ મહત્તમ મર્યાદા નહિ:—
હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબના ધંધામાં સહકર્તાની સંખ્યા પર કોઈ મર્યાદા નથી. આમ સભ્ય ત્રણ ક્રમમાં આવતી પેઢી સુધી મર્યાદિત છે.
૫. સગીર સભ્ય:—
પુરુષ સગીર બાળક જન્મતાની સાથે જ સહકર્તા બની શકે છે. આમ હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબમાં સગીર સભ્ય થવા માંગે તો કોઈ મર્યાદા નથી.
૬. મૃત્યુની કોઈ અસર નથી:—
હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબનો ધંધો સહકર્તાના મૃત્યુ કે પછી કર્તાનું મૃત્યુ થાય તો પણ ચાલુ રહે છે. હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબનો પછી ક્રમમાં આવતો જુનો સભ્ય કર્તા બની શકે છે. જો કે તેનો અંત ત્યારે આવે કે જ્યારે બધા સભ્યો જણાવે કે તેઓ સંયુક્ત કુટુંબના સભ્ય રહેતા નથી.

૩.૧૨ સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના ધંધાના લાભ

૧. આર્થિક સલામતી અને સભ્યોને માનભર્યો હોદ્દો (માનભર્યું સ્થાન):—
સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબનો ધંધો તેના સભ્યોને સલામતી પૂરી પાડે છે. કારણ કે તે નાણાકીય જોખમ ધરાવે છે. જ્યારે તેઓ બીજા સાથે વ્યવહાર કરે છે ત્યારે તેમને સમાજમાં માનભર્યો હોદ્દો પૂરો પાડે છે.

મોડ્યુલ — ૨

વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ

મોડયુલ - ૨
વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ

એકાકી વેપારી (વૈયકિતક માલિકી), ભાગીદારી અને હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબ

૨. ધંધાનું સાતત્ય:—
ધંધાને સાતત્ય (કાયમીપણું) છે. સભ્યના મૃત્યુ કે નાદારીની તેને કોઈ અસર થતી નથી. જ્યાં સુધી સભ્ય સભ્યપદ બંધ કરાવવાનું નક્કી ન કરે ત્યાં સુધી તેનું સભ્યપદ ચાલુ રહે છે.
૩. કુટુંબનું સ્વાભિમાન :
સભ્યો બલિદાનપૂર્વક, નિષ્ઠા અને કાળજીથી કામ કરે છે. કારણ કે તે કુટુંબના નામ સાથે સંકળાયેલા છે. ધંધો એ માત્ર આર્થિક એકમ નથી, પરંતુ કુટુંબની પ્રતિષ્ઠા પણ છે.

૩.૧૩ સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબના ધંધાની મર્યાદાઓ

૧. અમર્યાદિત જવાબદારી:—
કર્તા ધંધાના બધા જ કાર્યો માટે જવાબદાર છે. જો ધંધાના દેવા ચુકવવા ધંધા પાસે પૂરતી મિલકતો ન હોય તો તેની અંગત મિલકત પણ વેચી શકાય છે.
૨. મૂડીનો વધારો મર્યાદિત:—
કર્તા પાસે મૂડીના વધારાની તકો મર્યાદિત છે. તેમનું / તેણીનું પોતાનું ભંડોળ વિકાસ માટે અપૂરતું છે. આ ધંધાના વિકાસની તકો ઘટાડે છે.
૩. કર્તા ખૂબ જ સક્ષમ:—
જો બિનકાર્યક્ષમ કર્તા દ્વારા ધંધાના બધા જ નિર્ણયો લેવાય તો ધંધો નાશ પામે છે.
૪. કદાચ ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું આ સ્વરૂપ સંયુક્ત હિન્દુ કુટુંબનો કુદરતી આર્થિક વધારો છે. તે આર્થિક સલામતી પૂરી પાડે છે. અને સભ્યોને મોભા ભર્યું સ્થાન આપે છે. તે ભારતીય ધંધામાં અગત્યનું સ્થાન ધરાવે છે.



૩.૩ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

૧. યોગ્ય શબ્દો પસંદ કરી ખાલી જગ્યા પુરો
૧. એચ.યુ.એફ. (હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબ) માટે છે.
૨. ક્રમે આવતી પેઢી વારસામાં મળેલી મિલકતોના વારસદાર બને છે.
૩. સંયુક્ત હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબનો જુનામાં જુનો સભ્ય તરીકે ઓળખાય છે.

મોડયુલ - ૨

વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ

એકાકી વેપારી (વૈયક્તિક માલિકી), ભાગીદારી અને હિંદુ અવિભક્ત કુટુંબ

- વૈયક્તિક માલિકીના ધંધામાં એક જ વ્યક્તિની માલિકી હોય છે. એક જ માલિક ધંધા પર અંકુશ રાખે છે અને તેની જવાબદારી અમર્યાદિત હોય છે. માલિક નફો અથવા નુકસાન ધરાવે છે અને તેના પોતાના સાધનોમાંથી મૂડીનું રોકાણ કરે છે. તે / તેણી તેના મિત્રો અને સગાવડાલા પાસેથી ઉછીના લાવે છે. અથવા બેંક અને અન્ય નાણાકીય સંસ્થા પાસેથી લોન મેળવે છે. આમ ધંધો શરૂ કરવામાં અને ચલાવવામાં કોઈ કાયદાકીય વિધીની જરૂર પડતી નથી.
- વૈયક્તિક માલિકીનો ધંધો એ ધંધો શરૂ કરવામાં અને બંધ કરવા માટે સરળ સ્વરૂપ છે. આ ધંધાઓમાં નિર્ણયો ત્વરિત લઈ શકાય છે, વધુ સારો અંકુશ રાખી શકાય છે, અને ગુપ્તતા જાળવી શકાય છે.
- ભાગીદારી એવી વ્યક્તિઓ વચ્ચેનો સંબંધ છે કે જેઓ ધંધાનો નફો વહેંચી લેવા સંમત થયા હોય અને ધંધો બંધા દ્વારા કે બંધા વતી તેમનામાંથી કોઈ પણ એક દ્વારા ચલાવાતો હોય.
- મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી મર્યાદિત જવાબદારીનો લાભ પૂરો પાડે છે પણ તેના સભ્યોને આંતરિક માળખાની વ્યવસ્થામાં પરિવર્તનક્ષમતા માટે પરવાનગી આપે છે. કારણ કે ભાગીદારી પરસ્પર સહમતી (સમજૂતી)ને આધારે હોય છે.
- વ્યક્તિઓ કે જે હાથ મિલાવે છે તે વ્યક્તિગત રીતે 'ભાગીદાર' અને સંયુક્ત રીતે 'પેઢી' કહેવાય છે. જે નામથી ધંધો ચલાવાય છે તેને 'પેઢીનું નામ' કહે છે.
- સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબનો ધંધો એ એવો ધંધો છે કે જે સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબના સભ્યો તેની માલિકી ધરાવે છે.
- સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબનો ધંધો ચલાવવાના હેતુ માટે માત્ર પુરુષ સભ્યો જ અધિકારી છે જે સહકર્તા તરીકે ઓળખાય છે.
- કુટુંબનો સૌથી વૃદ્ધ સભ્ય 'કર્તા' તરીકે ઓળખાય છે.



સત્રાંત પ્રશ્નો

૧. વૈયક્તિક માલિકીની વ્યાખ્યા આપો.
૨. ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ વૈયક્તિક માલિકીનો શું અર્થ થાય ?
૩. વૈયક્તિક માલિકીનું અસ્તિત્વ કાયમી હોઈ શકે? તમારા જવાબની યથાર્થતા તપાસો.
૪. વૈયક્તિક માલિકીના ધંધાની સગવડ રોજગારીનું સર્જન કેવી રીતે કરી શકે? વર્ણન કરો.
૫. બેન્કીંગ અને અન્ય ધંધામાં કેટલા વધુમાં વધુ સભ્યો ભાગીદાર તરીકે જોડાઈ શકે?
૬. ભાગીદારીની વ્યાખ્યા આપો.
૭. ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ ભાગીદારીના અન્ય કોઈ ચાર લક્ષણો જણાવો.
૮. સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબની વ્યાખ્યા આપો.

૯. સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબના લક્ષણો જણાવો.
૧૦. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીના સુષુપ્ત લક્ષણો જણાવો



પાઠ્ય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ

૩.૧

- | | | |
|-----------|--------------------|-----------|
| ૧. મૂડી | ૨. માલિક | ૩. સંચાલન |
| ૪. માનવીય | ૫. નાનું / સ્થાનિક | |

૩.૨

- | | | |
|--------------|-----------------|--------------|
| ૧. જરૂરી નથી | ૨. પરિવર્તનક્ષમ | ૩. વહેંચાયેલ |
| ૪. જૂથ | ૫. ૨૦૦૮ | |

૩.૩

(૧)

- | | | |
|-------------------------|----------|------------|
| ૧. હિંદુ અવિભક્ત કુટુંબ | ૨. ત્રણ | ૩. સહકર્તા |
| ૪. કર્તા | ૫. કર્તા | |

(૨)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|------|------|
| ૧. બ, | ૨. ક, | ૩. અ, | ૪. ડ | ૫. ક |
|-------|-------|-------|------|------|



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

તમારી આજુ બાજુના ઘંઘાઓનું બારીકાઈથી નિરીક્ષણ કરો, અને શોધો કે તે વૈયકિતક માલિકી, ભાગીદારી અથવા સંયુક્ત હિંદુ કુટુંબના ઘંઘાઓ છે. તે દરેકના લક્ષણો એકબીજાથી જુદા કેવી રીતે પડે છે. તેની પણ નોંધ કરો.



નોંધ



સહકારી મંડળીઓ અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

આપણે છેલ્લા પ્રકરણમાં વૈયક્તિક માલિકી, ભાગીદારી, ધંધાકીય વ્યવસ્થાના અલગ સ્વરૂપ તરીકે શીખ્યા. પરંતુ બીજા એવા વ્યવસ્થાતંત્રો છે કે જેનો મુખ્ય હેતુ નફો કમાવવાનો નહિ પરંતુ સેવા કરવાનો છે જો કે બજારમાં ટકી રહેવા માટે અમુક નફો જરૂરી છે. પણ તેમનો મુખ્ય ઈરાદો નફો કમાવીને વૃદ્ધિ કરવાનો નથી. આપણે ટાટા સ્ટીલ, રિલાયન્સ ઈન્ડ.લી., કોલ ઈન્ડીયા, રિલાયન્સ પાવર, ડી.એલ.એફ રેન બક્ષી વગેરે વિષે સાંભળ્યું છે. આપણા મગજમાં કેટલાક પ્રશ્નો ઉભા થાય છે કે તેના માલિકો કોણ છે? તેઓ શું કરે છે? કંપનીનું કદ શું છે? આવી કંપનીઓના નાણાકીય કદ શું છે? ચાલો, તેમના વિષે વધુ જાણીએ.



હેતુઓ:—

આ પાઠનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમે કહી શકશો.

- સહકારી મંડળીનો અર્થ જણાવો
- સહકારી મંડળીના લક્ષણો જણાવો
- સહકારી મંડળીના વિવિધ પ્રકારો ઓળખી બતાવો
- સહકારી મંડળીના ફાયદા અને ગેરફાયદાની ચર્ચા કરો
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીની વ્યાખ્યા આપો
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના મુખ્ય લક્ષણો જણાવો.
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી વિવિધ કંપનીના પ્રકાર ઓળખી બતાવો
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ફાયદા—ગેરફાયદાની ચર્ચા કરો
- ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ એવા સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીની અનુકુળતા અંગે સૂચન કરો.
- બહુવિધ કંપનીનો અર્થ જણાવો.

૪.૧ સહકારી મંડળીનો અર્થ

સહકારી ચળવળ એ ઔદ્યોગિક ક્રાંતિને કારણે ઉદભવેલ આર્થિક અને સામાજિક અસમાનતા છે. સહકારી મંડળીએ બંને મૂડીવાદી દેશો, યુ.એસ., જાપાન તેમજ સમાજવાદી દેશોમાં મહત્વ પ્રાપ્ત કર્યું છે.

'સહકાર' શબ્દ લેટિન ભાષાના 'કો-ઓપરારી' (Co-operari) પરથી ઉતરી આવ્યો છે. 'કો' એટલે સાથે અને 'ઓપરારી' એટલે 'કામ કરવું' અર્થ થાય છે. સહકાર એટલે સાથે કામ કરવું. તેનો અર્થ એ થાય કે જે લોકો સમાન આર્થિક હેતુઓ માટે કામ કરવા માંગે છે તે મંડળીની રચના કરી શકે છે, જેને 'સહકારી મંડળી' કહે છે. તે મરજીયાત પણે સભ્યોનું મંડળ છે



સહકારી મંડળીનું ચિત્ર

કે જેમાં આર્થિક હિતની વૃદ્ધિ માટે સાથે મળીને કામ કરે છે. તે 'સ્વમદદ' તેમજ 'પરસ્પર મદદ' ના સિદ્ધાંત પર કામ કરે છે. કોઈ પણ નફો કમાવવા માટે સહકારી મંડળીમાં જોડાતો નથી. લોકો જૂથમાં આગળ આવે છે. તેમના અંગત સાધનો (સ્ત્રોત) ખેંચી લાવે છે. તેનો શ્રેષ્ઠ મહત્તમ ઉપયોગ કરે છે અને તેમાંથી સર્વસામાન્ય લાભ મેળવે છે.

"સહકાર એ વ્યવસ્થાનું એવું સ્વરૂપ છે કે જેમાં વ્યક્તિઓ મરજીયાતપણે વ્યક્તિ તરીકે (માનવી) સમાનતા અને તેમના આર્થિક હિતોના સંવર્ધન માટે જોડાય છે."

દા.ત. ચોક્કસ વિસ્તારના વિદ્યાર્થીઓ વિવિધ ધોરણોના પુસ્તકો પૂરા પાડવાના હેતુથી હાથ મિલાવે અને સહકારી મંડળીની રચના કરો. હવે તે બારોબાર પ્રકાશક પાસેથી પુસ્તકો ખરીદે અને વિદ્યાર્થીઓને સસ્તી કિંમતે વેચે. કારણ, તેઓ પ્રકાશક પાસેથી સીધેસીધા પુસ્તકો ખરીદે છે અને તેથી મધ્યસ્થીનો નફો રહેતો નથી. તમને એવું લાગે છે કે કોઈપણ વ્યક્તિગત ગ્રાહક પ્રકાશક પાસેથી પુસ્તકો ખરીદે તે શક્ય છે? અલબત્ત આ માત્ર પરસ્પર સહકારથી જ શક્ય બની શકે.

૪.૨ સહકારી મંડળીના લક્ષણો

સહકારી મંડળી એ, તમે અગાઉ જે છેલ્લા પાઠમાં શીખ્યા તેના કરતાં જુદા પ્રકારનું ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું સ્વરૂપ છે. ચાલો તેના લક્ષણો વિષે ચર્ચા કરીએ.

૧. સ્વૈચ્છિક મંડળી:— સહકારી મંડળી એ વ્યક્તિઓની સ્વૈચ્છિક મંડળી છે. જ્યારે સભ્યને ઈચ્છા થાય ત્યારે તે જોડાઈ શકે છે, જ્યાં સુધી તેની ઈચ્છા હોય ત્યાં સુધી સભ્ય તરીકે ચાલુ રહી શકે છે અને જ્યારે તેની ઈચ્છા થાય ત્યારે મંડળી છોડી શકે છે.
૨. ખુલ્લુ સભ્યપદ:— જે સમાન હિત ધરાવે છે તેવી વ્યક્તિઓ માટે સભ્યપદ ખુલ્લું છે. સભ્યપદ જ્ઞાતિ, જાતિ, રંગ અથવા ધર્મને આધારે નિયંત્રિત નથી. પરંતુ તે ચોક્કસ વ્યવસ્થાતંત્રના કર્મચારી પૂરતું મર્યાદિત છે.
૩. અલગ કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ:— સહકારી મંડળીએ સહકારી મંડળીના ૧૯૧૨ના કાયદા અન્વયે નોંધણી કરાવવી પડે છે. અથવા રાજ્ય સરકારના



નોંધ



નોંધ

સંબંધિત સહકારી મંડળીના કાયદા હેઠળ નોંધણી કરાવવી પડે છે. સહકારી મંડળીને તેના સભ્યો કરતાં અલગ કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ છે.

૪. નાણાકીય સાધનો:- સહકારી મંડળી શેર મૂડીના સ્વરૂપમાં તેના સભ્યોમાંથી મૂડી ઉભી કરે છે. જો કે તે નોંધણી પછી સરળતાથી સરકારમાંથી લોન મેળવે છે અને સરકારમાંથી સહાય મેળવે છે.
૫. સેવાનો હેતુ:- સહકારી મંડળીનો પ્રાથમિક હેતુ તેના સભ્યોની સેવા કરવાનો છે. જો કે પ્રક્રિયામાં એવું બને છે કે તેમને તેમના માટે વ્યાજબી નફો મેળવવો પડે.
૬. મતદાન અધિકાર:- દરેક સભ્યને માત્ર એક મતનો અધિકાર છે. પછી ભલે તે / તેણી ગમે તેટલા શેર ધરાવતા હોય.

૪.૩ સહકારી મંડળીના પ્રકારો

સહકારી મંડળી તેના સેવાના સ્વરૂપને આધારે વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે. સહકારી મંડળીના મુખ્ય પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

૧. ગ્રાહકોની સહકારી મંડળી:- સહકારી મંડળીઓ સામાન્ય ગ્રાહકોના હિતનું રક્ષણ કરવા વપરાશી વસ્તુઓ વ્યાજબી ભાવે પૂરી પાડવા માટે રચવામાં આવે છે. તેઓ ઉત્પાદક પાસેથી સીધેસીધી વસ્તુઓ ખરીદે છે, આ વિતરણની પ્રક્રિયામાંથી મધ્યસ્થી (વચેટીયા)ને દૂર કરે છે. કેન્દ્રીય ભંડાર, અપના બજાર અને સુપર બજાર ગ્રાહક સહકારી મંડળીના ઉદાહરણ છે.
૨. ઉત્પાદકોની સહકારી મંડળી:- આ મંડળીઓ મૂળભૂત રીતે જે ઉત્પાદકો નાના છે તેમના હિતનું રક્ષણ કરવા અને તેમને ઉત્પાદન માટે જરૂરી વસ્તુઓ જેવી કે કાચો માલ, ટુલ્સ (ઓજાર) સાધનો, યંત્ર વગેરે મળી રહે તે માટે રચવામાં આવે છે. હેન્ડલુમ મંડળીઓ જેમ કે, એપ્કો બ્યાનિકા, હરિયાણા હેન્ડલુમ વગેરે ઉત્પાદકોની સહકારી મંડળીના ઉદાહરણ છે.
૩. બજાર માટે સહકારી મંડળી (માર્કેટીંગ):- આ મંડળી નાના ઉત્પાદકો અને ઉત્પાદકો જેમને વ્યક્તિગત રીતે તેમની બનાવેલ વસ્તુ વેચવામાં મુશ્કેલી પડે છે તેમને માટે રચવામાં આવે છે. આ મંડળી વ્યક્તિગત સભ્યો પાસેથી વસ્તુ એકઠી કરે છે અને બજારમાં તે વસ્તુઓ વેચવાની જવાબદારી સ્વીકારે છે. ગુજરાત કો.ઓ.મિલ્ક માર્કેટીંગ ફેડરેશન અમૂલની દૂધની બનાવટોનું વેચાણ કરે છે. તે બજાર માટે સહકારી મંડળી (માર્કેટીંગ)નો દાખલો છે.
૪. કરકસર અને શાખ (ધિરાણ)સહકારી મંડળી:- આ મંડળીઓ સભ્યોને નાણાકીય ટેકો પૂરો પાડવાના હેતુથી રચવામાં આવે છે. તેઓ સભ્યો પાસેથી થાપણો સ્વીકારે છે. અને સભ્યોને તેમની જરૂરિયાત સમયે વ્યાજના વ્યાજબી દરે લોન આપે છે. ગ્રામ્ય સેવા સહકારી મંડળી અને શહેરી સહકારી મંડળી સહકારી શાખ (ધિરાણ) મંડળીના ઉદાહરણ છે.
૫. સમૂહ ગૃહ સહકારી મંડળી:- આ રહેઠાણ મંડળીઓ છે જે તેના સભ્યોને રહેઠાણ માટેના મકાનો પૂરા પાડવા માટે રચવામાં આવે છે. તેઓ જમીન ખરીદે છે, મકાન અથવા ફ્લેટ બાંધે છે અને તે જ સભ્યોને ફાળવે છે.



૪.૧ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનોમાં ખાલી જગ્યાઓમાં યોગ્ય શબ્દ / શબ્દો મૂકો.

૧. સહકારી મંડળીએ વ્યક્તિઓની મંડળી છે કે જે સમાન હિત મેળવવા (પ્રાપ્ત કરવા) માટે એકઠા થાય છે.
૨. સહકારી મંડળીનો ધ્યેય સભ્યોને પૂરી પાડવાનો છે.
૩. સહકારી મંડળી તેના સભ્યોથી સ્વતંત્ર છે.
૪. સહકારી મંડળી સ્વમદદ તેમજ ના સિધ્ધાંત પર કામ કરે છે.
૫. ગ્રાહકોની સહકારી મંડળી વસ્તુની વિતરણ પ્રક્રિયામાંથી દૂર કરીને મદદ કરે છે.
૬. અપના બજાર અને કેન્દ્રીય બજાર સહકારી મંડળીના દાખલા છે.

૪.૪ સહકારી મંડળીના લાભ

ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ સહકારી મંડળીના લાભ નીચે મુજબ છે.

૧. સ્વૈચ્છિક સંગઠન (મરજીયાત):- તે સ્વૈચ્છિક સંગઠન છે કે જે મૂડીવાદી અને સમાજવાદી બંને પદ્ધતિમાં વિકસી શકે છે.
૨. લોકશાહી અંકુશ:- સહકારી મંડળી પર અંકુશ લોકશાહી ઢબે રાખવામાં આવે છે. સંચાલન લોકશાહી છે તે 'એક વ્યક્તિ, એક મત' ના ખ્યાલ પર આધારિત છે.
૩. ખુલ્લું સભ્યપદ:- જે વ્યક્તિઓ સમાન હિત ધરાવે છે. તેઓ સહકારી મંડળીની રચના કરી શકે છે. સક્ષમ વ્યક્તિ ગમે ત્યારે સભ્ય થઈ શકે છે અને તે / તેણી ઈચ્છા મુજબ સભ્યપદ છોડી શકે છે.
૪. મધ્યસ્થીનો નફો ઘટાડાય છે:- સામાન્ય રીતે મધ્યસ્થીનો નફો ઘટાડવામાં આવે છે. કારણ કે સહકારી મંડળી તેના સભ્યો દ્વારા તેમના પુરવઠાની વસ્તુઓનો અંકુશ રાખે છે કે જે તેમના દ્વારા વિવિધ ઉત્પાદકો પાસેથી સીધેસીધો ખરીદવામાં આવેલ હોય છે.
૫. મર્યાદિત જવાબદારી:- સહકારી મંડળીની બાબતમાં તેના સભ્યોની જવાબદારી તેમને આપેલ મૂડી સુધી મર્યાદિત હોય છે. વૈયક્તિક માલિકી અને ભાગીદારીના જેવું અહીં નથી, અહીં સહકારી મંડળીના સભ્યો ધંધાની જવાબદારીના કોઈપણ પ્રકારના જોખમથી મુક્ત છે.
૬. સ્થિર જીવન:- સહકારી મંડળીને સુગમ પડે તેવી સ્થિર જીંદગી છે અને તે લાંબા સમય સુધી અસ્તિત્વમાં રહે છે. તેના અસ્તિત્વને મૃત્યુ, નાદારી, ગાંડપણ કે કોઈ સભ્યના રાજીનામાની કોઈ અસર થતી નથી.

૪.૫ સહકારી મંડળીની મર્યાદાઓ

ઉપરોક્ત ફાયદા ઉપરાંત ધંધારીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ સહકારી મંડળીને કેટલીક મર્યાદાઓ છે. ચાલો મર્યાદાઓ જાણીએ.



નોંધ



૧. ઉત્તેજનનો (પ્રેરણા) અભાવ:- સભ્યો પૂરા ઉત્સાહથી અને બલિદાનથી કામ કરતા નથી કારણ કે અહીં નફાનું ઉત્તેજન નથી.
૨. મર્યાદિત મૂડી:- સહકારી મંડળીના સભ્યો દ્વારા તેની મૂડીમાં મર્યાદિત વધારો થાય છે કારણ કે સભ્યપદ સમાજના અમુક વર્ગ પુરતું જ મર્યાદિત હોય છે.
૩. સંચાલનમાં સમસ્યાઓ:- સહકારી મંડળીનું સંચાલન આવશ્યક લાયકાતવાળું નથી. કારણ કે સહકારી મંડળી તેના કર્મચારીઓને મહેનતાણા નીચા ધોરણે ચૂકવે છે.
૪. માથે લીધેલ જવાબદારીની ઉણપ:- સહકારી મંડળીની સફળતાનો આધાર તેના સભ્યોની નિષ્ઠા પર આધારિત છે. તે ખાત્રીપુર્વક કે દબાણથી થઈ શકે નહિ.
૫. સહકારનો અભાવ:- સહકારી મંડળી પરસ્પર સહકારના આશયથી સ્થપાય છે. પરંતુ એવું લાગે છે કે સભ્યો વચ્ચે ખુબ ઘર્ષણ હોય છે. પછી તે અંગત મતભેદ, અહંકાર, ઘર્ષણ વગેરેને કારણે ઉદભવે છે. ઘણીવાર સભ્યોની સ્વાર્થી વર્તણૂંકને કારણે સહકારી મંડળીનો અંત આવે છે.



૪.૨ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો સહકારી મંડળીને લગતા છે તેમાંથી કયા વિધાનો સાચા છે અને કયા વિધાનો ખોટા છે.

૧. કોઈ પણ સક્ષમ સભ્યગમે ત્યારે સહકારી મંડળીનો સભ્ય થઈ શકે છે.
૨. સભ્યોની જવાબદારી મર્યાદિત હોય છે.
૩. તેનું સભ્યો કરતાં કાયદેસરનું અલગ વ્યક્તિત્વ હોવાને કારણે લાંબા સમય સુધી અસ્તિત્વ છે.
૪. મંડળીનું સંચાલન માત્ર એક જ સભ્ય દ્વારા થાય છે.
૫. સહકારી મંડળી મહત્તમ નફો કમાવવા કરતાં સભ્યોને સેવા પૂરી પાડવા રચવામાં આવે છે.
૬. વ્યવસાયી સંચાલકો સહકારી મંડળીમાં કામ કરવાનું પસંદ કરતા નથી કારણ કે તેમને પુરતું મહેનતાણું મળતું નથી.
૭. સહકારી મંડળીની સફળતાનો આધાર સભ્યોની નિષ્ઠા પર છે. જેની નથી ખાત્રી મેળવી શકાતી કે નથી દબાણ થઈ શકતું.

૪.૬ સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીનો અર્થ

કંપનીઓનું સંચાલન ૧૯૫૬ના ભારતીય કંપનીધારા અન્વયે થાય છે. કાયદા પ્રમાણે કંપની એટલે જેને કાયદા મુજબ રચવામાં આવે છે અને નોંધણી કરવામાં આવે છે.



સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

સહકારી મંડળીઓ અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

તે કાયદા દ્વારા કૃત્રિમ વ્યક્તિત્વ ધરાવે છે. તેને કાયદેસરનું અલગ વ્યક્તિત્વ છે અને તે સતત વારસો અને સામાન્ય મહોર ધરાવે છે.

કંપનીની મૂડી સરખી કિંમતના શેરની સંખ્યામાં વહેંચાયેલી છે. સભ્યો કંપનીના એક કરતાં વધુ શેર ધરાવે છે. અને તે કંપનીના શેર હોલ્ડર તરીકે ઓળખાય છે.

૪.૭ સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના લક્ષણ

૧. કાયદેસરની કૃત્રિમ વ્યક્તિ:— કંપની કાયદાથી અસ્તિત્વમાં આવેલ કૃત્રિમ વ્યક્તિત્વ ધરાવે છે અને તે માત્ર કાયદાના વિચાર પ્રમાણે અસ્તિત્વ ધરાવે છે. જેમ માનવી જન્મે છે, વિકાસ પામે છે, સંબંધોમાં દાખલ થાય છે અને મૃત્યુ પામે છે. આ જ રીતે સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની પણ જન્મે છે, વિકાસ પામે છે, સંબંધોમાં દાખલ થાય છે અને મૃત્યુ પામે છે. છતાંય તેની પાસે કૃત્રિમ વ્યક્તિત્વ છે. કારણકે તેનો જન્મ, અસ્તિત્વ અને મૃત્યુ કાયદા દ્વારા અંકુશિત છે.
૨. કાયદેસરનું અલગ વ્યક્તિત્વ:— કંપની તેના સભ્યો કરતાં અલગ કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ ધરાવે છે. તે પોતે મિલકત ધરાવી શકે છે અને તેના નામથી કરાર કરી શકે છે. તે તેના નામથી દાવો દાખલ કરી શકે છે.
૩. સતત વારસાનો હકક:— કંપની સતત વારસો ભોગવે છે. અને તેની જીંદગીને સભ્યોના મૃત્યુ, નાદારી, ગાંડપણની અસર થતી નથી.
૪. મર્યાદિત જવાબદારી:— મર્યાદિત કંપનીના સભ્યોની જવાબદારી તેમને ખરીદેલ શેરની કિંમત પૂરતી મર્યાદિત હોય છે અથવા તેમણે જેટલી રકમની ખાત્રી આપેલ હોય તેટલી જવાબદારી હોય છે.
૫. સામાન્ય મહોર:— કંપની કાયદેસરનું કૃત્રિમ વ્યક્તિત્વ ધરાવે છે તેથી તે જાતે સહી કરી શકતી નથી. તેની કંપની પાસે તેની સામાન્ય મહોર (Common seal) હોય છે.
૬. શેરની ફેરબદલી:— જાહેર કંપનીના શેરની ફેરબદલી સરળતાથી કરી શકાય છે. તે શેરબજાર દ્વારા ખરીદી અને વેચી શકાય છે.
૭. માલિકી અને સંચાલન અલગ:— જાહેર કંપનીની સભ્ય સંખ્યા વિશાળ હોય છે. તેથી તેમાંના બધા અથવા મોટા ભાગના સભ્યો કંપનીના રોજબરોજના સંચાલનમાં ભાગ લેતા નથી. કંપનીનું સંચાલન સભ્યો દ્વારા ચૂંટાયેલ (બોર્ડ ઓફ ડિરેક્ટર્સ) સંચાલન મંડળ દ્વારા થાય છે. આમ કંપનીની માલિકી તેના સંચાલનથી અલગ છે.



૪.૩ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

નીચેનામાંથી કયા વિધાન સાચા છે અને કયા વિધાન ખોટા છે.

૧. કંપનીની રચના કરવા માટે કાયદેસરની પ્રક્રિયા જરૂરી છે.
૨. જાહેર કંપનીના શેરની મુક્તપણે ફેરબદલી થઈ શકે છે.

મોડ્યુલ — ૨
વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ



નોંધ

- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના શેર હોલ્ડરોની જવાબદારી મર્યાદિત હોય છે.
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની પોતાને નામે મિલકત ધરાવી શકે નહિ.

૪.૮ કંપનીના પ્રકાર

માલિકીને આધારે કંપનીના ચાર પ્રકાર છે.

ખાનગી કંપની	સરકારી કંપની
જાહેર કંપની	બહુરાષ્ટ્રિય કંપની

ખાનગી કંપની:-

૧૯૫૬ના ભારતીય કંપનીના આધારે ખાનગી કંપની એટલે એવી કંપની કે જેમાં એક લાખ રૂપિયાની ભરપાઈ થયેલ મૂડી હોય અથવા જણાવ્યા મુજબ તેનાથી વધુ મૂડી હોય અને તેના આર્ટીકલ્સ દ્વારા નીચે જણાવેલ લક્ષણો હોય.

- તેના સભ્યોના શેરની ફેરબદલી પર નિયંત્રણ હોય.
- સભ્યસંખ્યા માત્ર ૫૦ થી વધુ ન હોય.
- જાહેર જનતાને કંપનીના શેર અથવા ડિબેન્ચરમાં નાણાં રોકવાનું આમંત્રણ આપી શકે નહિ.
- વ્યક્તિઓ પાસેથી, તેના સભ્યો સિવાય, સંચાલકો અથવા તેમના સંબંધીઓને આમંત્રણ આપીને તેમની પાસેથી થાપણો સ્વીકારી શકે નહિ.

જાહેર કંપની:-

૧૯૫૬ના ભારતીય કંપનીધારા મુજબ જે કંપની ખાનગી કંપની નથી તે જાહેર કંપની છે. તેના લક્ષણો નીચે મુજબ છે.

- તેના શેરની મુક્તપણે ફેરબદલી થઈ શકે છે.
- તેની લઘુત્તમ શેરમૂડી રૂપિયા પાંચ લાખની હોય છે. અથવા સૂચવ્યા મુજબ વધુ મૂડી હોય છે.
- જેના સભ્યોની જવાબદારી મર્યાદિત હોય છે.
- શેર હોલ્ડરની સંખ્યા જેટલા શેર બહાર પાડ્યા હોય અને ભરપાઈ થયેલા હોય તેટલી અથવા તો તેથી વધુ પણ ઓછામાં ઓછી સભ્ય સંખ્યા સાતથી ઓછી ન હોવી જોઈએ.

૪.૯ ખાનગી કંપની અને જાહેર કંપની વચ્ચેનો તફાવત

- ખાનગી કંપનીના સંજોગોમાં કંપની રચવા માટે ઓછામાં ઓછા બે સભ્યોની જરૂર પડે છે. જ્યારે જાહેર કંપનીની બાબતમાં સભ્યસંખ્યા સાતની હોવી જોઈએ.
- ખાનગી કંપનીની લઘુત્તમ ભરપાઈ થયેલી મૂડી રૂ. ૧ લાખ છે. જ્યારે જાહેર કંપનીની ઓછામાં ઓછી ભરપાઈ થયેલ મૂડી રૂ. ૫ લાખ છે.

સહકારી મંડળીઓ અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

૩. ખાનગી કંપનીની બાબતમાં સભ્ય સંખ્યા ૫૦ થી વધુ ન હોવી જોઈએ. જ્યારે જાહેર કંપનીની બાબતમાં સભ્ય સંખ્યા ૫૦ આવા કોઈ નિયંત્રણ નથી.
૪. ખાનગી કંપનીમાં શેર ફેરબદલી પર નિયંત્રણ છે. જ્યારે જાહેર કંપનીની બાબતમાં શેરની ફેરબદલી મુક્તપણે કરી શકાય છે.
૫. ખાનગી કંપની વિજ્ઞાપનપત્ર બહાર પાડી શકતી નથી જ્યારે જાહેર કંપની સામાન્ય લોકોને શેર અથવા ડિબેન્ચરમાં નાણાં રોકવા માટે આમંત્રણ આપી શકે છે.
૬. ખાનગી કંપનીમાં ઓછામાં ઓછા બે ડિરેક્ટર (સંચાલક) હોવા જોઈએ. જ્યારે જાહેર કંપનીની બાબતમાં ઓછામાં ઓછા ત્રણ ડિરેક્ટર હોવા જોઈએ.
૭. ખાનગી કંપની સ્થાપનાનું પ્રમાણપત્ર મળ્યા પછી ધંધો શરૂ કરી શકે છે. જ્યારે જાહેર કંપનીને રજીસ્ટ્રાર (નોંધણી અધિકારી) પાસેથી ધંધો શરૂ કરવાનું પ્રમાણપત્ર મળ્યા પછી ધંધો શરૂ કરી શકે છે.
૮. ખાનગી કંપનીને કાયદેસરની સભા બોલાવવી જરૂરી નથી જ્યારે જાહેર કંપનીએ કાયદેસરની સભા ફરજીયાતપણે બોલાવવી પડે છે.
૯. ખાનગી કંપનીમાં બે સભ્ય જાતે હાજર રહીને 'કોરમ' રચે છે. જ્યારે જાહેર કંપનીમાં આ સંખ્યા પાંચ સભ્યોની છે.



૪.૪ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

- નીચેના વિધાનોમાં યોગ્ય શબ્દો / શબ્દો દ્વારા ખાલી જગ્યા પુરો.
૧. ખાનગી કંપનીમાં સભ્ય સંખ્યા ઓછામાં ઓછી હોવી જોઈએ.
 ૨. એક સભ્ય પાસેથી બીજા સભ્યમાં મુક્તપણે શેરની હેરફેર લિ કંપનીમાં શક્ય નથી.
 ૩. હિન્દુસ્તાન મશીન ટુલ્સ કંપની છે.
 ૪. ખાનગી કંપની શરૂ કરવા માટે ઓછામાં ઓછી મૂડી રૂપિયા છે.

૪.૧૦ સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ફાયદા

- ધંધાકીય વ્યવસ્થાનું સ્વરૂપ કંપનીની રચના કરવાથી ધંધાકીય વ્યવસ્થાના બીજા સ્વરૂપ કરતાં ઘણા ફાયદા છે જેનો લાભ કંપની મેળવે છે.
૧. મર્યાદિત જવાબદારી:— કંપનીના સભ્યોની જવાબદારી તેમને ખરીદેલા શેરની દાર્શનિક કિંમત જેટલી મર્યાદિત હોય છે.
 ૨. વિશાળ નાણાકીય સાધનો:— કંપની માલિકીની રચના દ્વારા મોટા પ્રમાણમાં નાણાકીય સાધનો એકત્રિત થઈ શકે છે. કંપનીની શેરમૂડી નાના એકમના શેરમાં વહેંચાયેલ હોય છે. જેથી ઓછા નાણા ધરાવતા લોકો પણ કંપનીના શેર ખરીદી શકે છે.

મોડ્યુલ — ૨
વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ



૩. સાતત્ય:- કંપની વિક્ષેપ વગરની જીંદગી જીવે છે. કોર્પોરેટ માળખા તરીકે તે મૃત્યુ પામે અથવા ત્યાગ કરે તો પણ તે ચાલુ રહે છે.
૪. શેરની ફેરબદલી:- બીજા સભ્યોની સંમતિ વગર જાહેર કંપનીના સભ્યો શેરની ફેરબદલી મુક્તપણે કરી શકે છે.
૫. ચોમેર ફેલાયેલ જોખમ:- કંપનીના જોખમનું નુકસાન મોટી સંખ્યામાં રહેલા કંપનીના સભ્યોમાં ફેલાયેલ છે.
૬. સામાજિક લાભ:- કંપનીનું વ્યવસ્થાતંત્ર સમાજની બચતની હેરફેર કરવામાં મદદ કરે છે અને ઉદ્યોગમાં તેનું રોકાણ કરે છે.

૪.૧૧ સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીની મર્યાદાઓ

૧. રચના કરવામાં મુશ્કેલી:- કંપનીની રચના કરવી ખુબ મુશ્કેલ અને ખર્ચાળ છે. કંપનીના રજીસ્ટ્રાર (નોંધણી અધિકારી) પાસે અસંખ્ય દસ્તાવેજો તૈયાર કરીને નોંધાવવા પડે છે.
૨. વધુ પડતો સરકારી અંકુશ:- કંપની તેના રોજબરોજના કાર્યોમાં ઝીણવટ ભરી રીતે કાયદાકીય નિયમોનું પાલન કરવાની શરતે બંધાયેલી છે. સામયિક માહિતી ઓડિટ અને હિસાબો પ્રકાશિત કરવાનું ફરજીયાત છે.
૩. કેટલાક માણસો દ્વારા સંચાલન:- કંપની દ્વારા સંચાલન લોકશાહી ઢબે દેખાય છે પણ વાસ્તવમાં તેનું સંચાલન કેટલાક (થોડા) માણસો દ્વારા થાય છે.
૪. નિર્ણયમાં વિલંબ:- સંચાલનમાં ઘણી બધી સપાટીઓ નિર્ણય લેવામાં વિલંબ કરે છે. ઘણો બધો સમય સભા બોલાવવામાં, સભા કરવામાં અને ઠરાવ પસાર કરવામાં જાય છે.
૫. ગુપ્તતાનો અભાવ (અછત):- ૧૯૫૬ના કંપની ધારા મુજબ કંપનીએ તેના કાર્યવાહીનો વિવિધ ભાગ જાહેર જનતા સમક્ષ રજુ કરવા પડે છે. આના પરિણામે રહસ્યો ખાનગી રાખી શકાતા નથી.

૪.૧૨ સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીની અનુકુળતા

કંપનીના સ્વરૂપનું વ્યવસ્થાતંત્ર વિશાળ એકમો માટે અનુકુળ છે. મોટા પાયા પરના કાર્યો માટે જરૂરી વિશાળ મૂડી ભેગી કરવાનું શક્ય બનાવ્યું છે. યંત્રો બનાવવા, માહિતી ટેકનોલોજી, લોખંડ અને સ્ટીલ, એલ્યુમિનિયમ, ખાતર અને ફાર્માસ્યુટીકલ (દવા બનાવવા સંબંધી વગેરે) વગેરે સામાન્ય રીતે સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના સ્વરૂપમાં સંગઠિત હોય છે. (ગોઠવાયેલા હોય છે.)

૪.૧૩ સરકારી કંપની

ભારતીય કંપનીધારા ૧૯૫૬ મુજબ સરકારી કંપનીની વ્યાખ્યા આપવામાં આવી છે તે મુજબ એવી કંપની કે જેની ભરપાઈ થયેલી મૂડી ૫૧ ટકા સરકાર ધરાવતી હોય (સરકાર અને રાજ્ય) અને આવી કંપનીની ગૌણ કંપનીનો સમાવેશ કરતી હોય. સરકારી કંપનીનું

સહકારી મંડળીઓ અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

ઓડિટ કોમ્પોટ્રોલર અને ઓડિટર જનરલ ઓફ ઈન્ડિયા (GAGI) દ્વારા થાય છે અને તેના રિપોર્ટ સંસદ સમક્ષ મૂકવામાં આવે છે. ભારતની મુખ્ય સરકારી કંપનીઓમાં હિન્દુસ્તાન મશીન ટુલ્સ, કોલ ઈન્ડિયા, સેઈલ, એનટીપીસી, એમટીએનએલ, ઓએનજીસી વગેરેનો સમાવેશ કરી શકાય. ઓએનજીસી વગેરેનો સમાવેશ કરી શકાય. સરકારી કંપનીના અન્ય ખાસ લક્ષણોની યાદી નીચે મુજબ રજૂ કરી શકાય.



સરકારી કંપની

1. તે સ્વતંત્ર કાયદેસરનું અલગ અસ્તિત્વ ધરાવે છે.
2. ક્યાં તો સંપૂર્ણ અથવા ભરપાઈ થયેલી શેર મૂડીના ૫૧ ટકા સરકાર ધરાવે છે.
3. બધા જ સંચાલકો અથવા મોટા ભાગના સરકાર દ્વારા નીમાય છે.
4. તેના કર્મચારીઓ શહેરી કર્મચારી નથી.



૪.૫ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનોમાં યોગ્ય શબ્દો દ્વારા ખાલી જગ્યા પુરો.

1. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના સભ્યોની જવાબદારી સુધી મર્યાદિત હોય છે.
2. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ધંધાનું વ્યવસ્થાતંત્રનું દ્વારા સંચાલન થાય છે.
3. કંપનીની રચનાનો ખર્ચ ખુબ જ હોય છે.
4. ઈન્ડિયન ઓઈલ કોર્પોરેશન અને ઓએનજીસી ના દાખલા છે.
5. કંપનીના જોખમનું નુકસાન મોટા ભાગના વચ્ચે વહેંચાયેલ છે.

૪.૧૪ બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રીય કંપનીનો અર્થ

આ એવી કંપની છે કે જે પોતાનો ધંધો તેના દેશમાં તેની રચના માટે નહિ પરંતુ એક થી વધુ દેશમાં ચલાવે છે. આવી કંપનીઓ વસ્તુઓ બનાવે છે. અથવા એક કે વધુ દેશમાં સેવા પૂરી પાડે છે. તમે બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રીય કંપનીઓ વિષે સાંભળ્યું હશે જે ભારતમાં ધંધો ચલાવે છે. જેમ કે ફ્લિપ્સ, એલજી, હુન્ડાઈ, જનરલ મોટર્સ ,



બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રીય કંપની

મોડ્યુલ - ૨ વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપો



નોંધ



કોકા કોલા, નેસ્લે, સોની (Sony) મેક ડોનાલ્ડસ, સીટીબેન્ક, પેપ્સી ફુડસ, કેડબરી વગેરે. બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપની પુષ્કળ કમાણીના લાભ મોટા પાયા પર ઉત્પાદન અને વિતરણની પ્રવૃત્તિ દેશની સરહદ બહાર થતી હોવાને કારણે મેળવે છે.

૪.૧૫ બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપનીના લાભ

૧. વિદેશી મૂડીનું રોકાણ:— બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપની દ્વારા મૂડીનું સીધું રોકાણ થાય છે. જે અલ્પ વિકાસીત દેશોને તેમનો આર્થિક વિકાસ ઝડપી બનાવવામાં મદદ કરે છે.
૨. રોજગારીનું સર્જન:— બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપનીની ઔદ્યોગિક અને વ્યપારી પ્રવૃત્તિઓ રોજગારીની તકોનું સર્જન કરે છે. અને યજમાન દેશનું જીવનધોરણ ઉચું લાવે છે.
૩. અદ્યતન ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ:— મોટા પાયા પરના સાધનોને કારણે બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપની સંશોધન અને વિકાસની પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરે છે કે જે ઉત્પાદનની પદ્ધતિ અને પ્રક્રિયામાં સુધારાનો ફાળો આપે છે. આમ વસ્તુની ગુણવત્તામાં વધારો કરે છે. ક્રમશઃ બીજા દેશો પણ આ ટેકનોલોજી અપનાવે છે.
૪. સહાયકારી અકમોની વૃદ્ધિ:— બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપનીના કાર્યોને પરિણામે માલસામાન અને સેવા પૂરી પાડનારાઓની સંખ્યા યજમાન દેશમાં વધતી જાય છે.
૫. નિકાસમાં વૃદ્ધિ અને વિદેશી હૂંડિયામણમાં આવક:— યજમાન દેશોનાં બનાવતી વસ્તુ કેટલીકવાર બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપનીઓ દ્વારા નિકાસ થતી હોય છે. આમ વિદેશી હૂંડિયામણ યજમાન દેશના રિઝર્વ હૂંડિયામણને વધારે છે.
૬. તંદુરસ્ત હરિફાઈ:— બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપની દ્વારા ગુણવત્તાસભર વસ્તુના કાર્યક્ષમ ઉત્પાદનો રાષ્ટ્રિય (સ્થાનિક)ઉત્પાદકોને બજારમાં ટકી રહેવા માટે તેમના પ્રયત્નો પ્રેરવા જણાવે છે.

૪.૧૬ બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપનીની મર્યાદાઓ

ઉપર ચર્ચા કરેલ ફાયદાઓ અલબત્ત યજમાન દેશ માટે લાભદાયી છે. પરંતુ બહુવિધ આંતરરાષ્ટ્રિય કંપનીની કેટલીક મર્યાદાઓ છે જેની આપણે નોંધ લેવી જોઈએ.

૧. યજમાન દેશની અગ્રતાને બહુસંબંધ નહિ:— બહુવિધ રાષ્ટ્રિય કંપનીઓ મોટે ભાગે મૂડીનું રોકાણ નફો કરતા ઉદ્યોગોમાં કરે છે. તે વિકસતા દેશોના ઉદ્યોગોના અગ્રતાક્રમ વિષે અને પછાત પ્રદેશમાં સેવા આપવાનું ધ્યાનમાં લેતા નથી.
૨. સ્થાનિક એકમો પર પ્રતિકુળ અસર:— મોટા પાયા પરના કાર્યો અને ટેકનોલોજીકલ આવડતને કારણે બહુવિધ રાષ્ટ્રિય કંપનીઓ વારંવાર યજમાન દેશના બજાર પર વર્યસ્વ જમાવે છે અને ઈજારાશાહી મેળવવાનો ઈરાદો ધરાવે છે. આમ ઘણાં સ્થાનિક એકમો બંધ કરવાની ફરજ પડે છે.

૩. પદ્ધતિમાં (પ્રણાલિકા) ફેરફાર:— બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની દ્વારા લવાતી વપરાતી વસ્તુઓ, યજમાન દેશના ધોરણો પ્રમાણે હોતી નથી. આમ, લોકોની વપરાશની ટેવો ખાસ કરીને ખોરાક અને કપડામાં તેમના સાંસ્કૃતિક વારસા કરતાં ઘણી બદલાઈ જાય છે.



૪.૬ પાઠ આધારિત પ્રશ્નો

- અ. નીચે બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની અંગેના વિધાનો આપ્યા છે. તમે જણાવો કે તેમાંના કયા વિધાન સાચા છે અને કયા વિધાન ખોટા છે.
૧. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની અલ્પ વિકસીત દેશોનો આર્થિક વિકાસ ધીમો પાડે છે.
 ૨. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપનીઓ યજમાન દેશોને વિદેશી હૂંડિયામણ કમાવવામાં મદદ કરે છે.
 ૩. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપનીઓને કારણે સ્થાનિક ઉત્પાદકો તેમના કાર્યોમાં સુધારા કરે છે.
 ૪. સામાન્ય રીતે બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપનીઓ નફાકારક ઉદ્યોગોમાં રોકાણ કરે છે.
 ૫. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની કદી યજમાન દેશ પર ઈજારો સ્થાપતી નથી.
- બ. વિવિધ વિકલ્પવાળા પ્રશ્નો
૧. સહકારી મંડળીઓમાં નીચે જણાવેલ લક્ષણો હોતા નથી.

અ. ખુલ્લુ સભ્યપદ	બ. અલગ કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ
ક. નફાનો હેતુ	ડ. મતદાનની સત્તા
 ૨. નીચેનામાંથી કયા દાખલા ગ્રાહક સહકારી મંડળીના નથી.

અ. અપના બજાર	ક. સુપર બજાર
બ. કેન્દ્રીય ભંડાર	ડ. નારાયણ ગૃપ હાઉસીંગ સોસાયટી
 ૩. સહકારી મંડળીના સભ્યોની જવાબદારી છે.

અ. મર્યાદિત	બ. અમર્યાદિત
ક. સંયુક્ત	ડ. સંયુક્ત અને અલગ
 ૪. સહકારી મંડળીની સફળતાનો આધાર

અ. તેના સભ્યોની વફાદારી પર	બ. કેન્દ્ર સરકાર પર
ક. રાજ્ય સરકાર પર	ડ. સ્થાનિક સ્વ સરકાર પર છે.
 ૫. ખાનગી મર્યાદિત કંપનીમાં મૂડીની વહેંચણી કરાય છે.

અ. કેન્દ્ર સરકાર	બ. માત્ર જનતા અને સરકાર
ક. માત્ર તેના સભ્યો	ડ. માત્ર જનતામાં શેર બહાર પાડીને



નોંધ



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- સહકારી મંડળી એ સ્વતંત્ર વ્યક્તિઓની સ્વૈચ્છિક મંડળી છે કે જે સામાન્ય આર્થિક હિતોની પ્રાપ્તિ માટે પરસ્પર સહકાર (મદદ) દ્વારા કામ કરે છે.
- સહકારી મંડળીના લક્ષણો:-
 ૧. સ્વૈચ્છિક સંગઠન
 ૨. ખુલ્લું સભ્યપદ
 ૩. કાયદેસરનું અલગ વ્યક્તિત્વ
 ૪. નાણાંના સાધનો
 ૫. સેવાનો આશય
 ૬. મતદાન અધિકાર
- સહકારી મંડળી, સહકારી મંડળી ધારા ૧૯૧૨ અન્વયે ઓછામાં ઓછા દસ સભ્યોથી રચી શકાય છે. સહકારી મંડળીની નોંધણી માટે અરજી સાથે મંડળીના પેટા કાયદા સહકારી મંડળીના નોંધણી અધિકારી સમક્ષ રજૂ કરવા પડે છે.
- સહકારી મંડળીના પ્રકારો:-
 ૧. ગ્રાહકોની સહકારી મંડળી
 ૨. ઉત્પાદકોની સહકારી મંડળી
 ૩. વેચાણ માટેની સહકારી મંડળી
 ૪. કરકસર અને ધિરણ મંડળી
 ૫. સહકારી જૂથ ગ્રાહક મંડળી
- સહકારી મંડળીઓના ફાયદા:-
 ૧. મરજીયાત સંગઠન (સ્વૈચ્છિક સંગઠન)
 ૨. લોકશાહી અંકુશ
 ૩. ખુલ્લું સભ્યપદ
 ૪. મધ્યસ્થીનો નફામાં ઘટાડો
 ૫. મર્યાદિત જવાબદારી
 ૬. સ્થિર જીવન
- સહકારી મંડળીની મયા દાઓ:-
 ૧. ઉત્તેજનનો અભાવ
 ૨. મર્યાદિત મૂડી
 ૩. સંચાલનમાં પ્રશ્નો

૪. માથે લીધેલ જવાબદારીનો અભાવ
 ૫. સહકારનો અભાવ
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની એ કાયદાથી અસ્તિત્વમાં આવેલ કૃત્રિમ વ્યક્તિ છે. તેને અલગ કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ છે તે ક્રમશઃ વારસદાર અને સામાન્ય મહોર ધરાવે છે. કંપનીનું સંચાલન ૧૯૫૬ના કંપનીધારા અન્વયે થાય છે.
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના લક્ષણો:—
૧. કૃત્રિમ કાયદેસરની વ્યક્તિ
 ૨. સ્વતંત્ર (અલગ) કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ
 ૩. સતત વરસાગત
 ૪. સભ્યોની મર્યાદિત જવાબદારી
 ૫. સામાન્ય મહોર
 ૬. શેરની ફેરબદલી
 ૭. માલિકી અને સંચાલન અલગ
- કંપનીના પ્રકારો:—
૧. ખાનગી મર્યાદિત કંપની
 ૨. જાહેર મર્યાદિત કંપની
 ૩. સહકારી કંપની
 ૪. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ફાયદા:—
૧. મર્યાદિત જવાબદારી
 ૨. વિશાળ નાણાકીય સાધનો
 ૩. સાતત્ય
 ૪. શેરની ફેરબદલી
 ૫. ચોમેર ફેલાયેલ જોખમ
 ૬. સામાજીક લાભ
- સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ગેરફાયદા:—
૧. રચનાની મુશ્કેલી
 ૨. સરકારનો વધુ પડતો અંકુશ
 ૩. જૂથ સંચાલન
 ૪. નિર્ણયમાં વિલંબ
 ૫. રહસ્યનો અભાવ





નોંધ

સહકારી મંડળીઓ અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

- સરકારી કંપની:—કંપની કે જેમાં ૫૧ ટકા શેર કેન્દ્ર સરકાર અથવા રાજ્ય સરકાર ધરાવતી હોય.
- બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની:— તે એવી કંપની છે કે જે તેની સ્થાપના દ્વારા તેના દેશમાં નહિ પણ એક કરતાં વધુ અન્ય દેશમાં ધંધો કરે છે.



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

૧. સહકારી મંડળીનો અર્થ શું છે ?
૨. ગ્રાહક સહકારી મંડળી દ્વારા કઈ કઈ પ્રવૃત્તિઓ ચલાવાય છે ?
૩. ગ્રાહક સહકારી મંડળી અને ઉત્પાદક સહકારી મંડળીના દરેકના બે બે દાખલા આપો.
૪. કરકસર અને વિરાણ મંડળીનો અર્થ શું થાય ?
૫. સહકારી મંડળીના સભ્યો વચ્ચે ઘર્ષણ અને ઉત્તેજનના અભાવના કયા કારણો છે ?
૬. ઉત્પાદક સહકારી મંડળી અને માર્કેટીંગ (વેચાણ) સહકારી મંડળી વચ્ચેનો તફાવત આપો.
૭. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીનો શું અર્થ થાય ?
૮. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ફાયદા જણાવો.
૯. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપનીનો અર્થ જણાવો.
૧૦. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના ગમે તે ચાર લક્ષણોનું વર્ણન કરો.
૧૧. ખાનગી મર્યાદિત કંપનીના શું લક્ષણો છે ? તે જાહેર મયા દિત કંપનીથી કઈ રીતે અલગ પડે છે?
૧૨. ખાનગી મર્યાદિત કંપની અને જાહેર મર્યાદિત કંપની વચ્ચેનો તફાવત જણાવો.
૧૩. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીના લાભની યાદી આપો.
૧૪. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપનીની મર્યાદાઓ જણાવો.
૧૫. બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપનીના પાંચ ઉદાહરણો (દાખલા) આપો.



પાઠ્ય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ

૪.૧

૧. સ્વૈચ્છિક, આથિ ક

૨. સેવાઓ

૩. કાયદેસરનું વ્યક્તિત્વ

૪. પરસ્પર મદદ

૫. મધ્યસ્થી

૬. ગ્રાહક

૪.૨

૧. સાચુ

૨. સાચુ

૩. સાચુ

૪. ખોટું

૫. સાચુ

૬. સાચુ

૭. સાચુ

૮. સાચુ

સહકારી મંડળીઓ અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની

૪.૩

૧. સાચુ ૨. સાચુ ૩. ખોટુ ૪. ખોટુ

૪.૪

૧. બે ૨. ખાનગી ૩. સરકાર ૪. ૧ લાખ

૪.૫

૧. શેરની દાશ નિક કિંમત તે ધરાવે છે.
૨. સંચાલક મંડળ (બોર્ડ ઓફ ડિરેક્ટસ)
૩. ઉચું
૪. ભારતીય બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપનીઓ
૫. સભ્યો

૪.૬

અ.

૧. ખોટું ૨. સાચુ ૩. સાચુ ૪. સાચુ ૫. ખોટુ

બ.

૧. ક ૨. ડ ૩. અ ૪. અ ૫. ક



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

૧. તમારા વિસ્તારમાં સહકારી મંડળીની શોધ કરો. મેળવવા પ્રયત્ન કરો.
 - અ. મંડળીની પ્રવૃત્તિઓ
 - બ. મંડળીની સભ્ય સંખ્યા
 - ક. મંડળીનો પ્રશ્ન
૨. કોઈપણ એક કંપની, ક્યાં તો ખાનગી કે જાહેર કે સરકારી કે બહુવિધ રાષ્ટ્રીય કંપની શોધો. અને તેની સ્થાપના અંગે તેમજ તેના ધંધાના કાર્યો અંગે માહિતી એકત્રિત કરવાનો પ્રયત્ન કરો.

મોડ્યુલ – ૨
વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના
સ્વરૂપો



નોંધ

મોડ્યુલ – ૩

મહત્તમ માર્ક

૨૫

અભ્યાસના કલાક

૪૫

સેવાના ક્ષેત્ર

આજનું વાણિજ્ય જટિલ અને સેન્સીટીવ બની ગયું છે. વાણિજ્યની સફળતાનો આધાર જુદા જુદા પ્રકારની આનુષંગિક સેવાઓ જેવી કે વાહન વ્યવહાર, વખાર, માહિતી સંચાર, ટપાલ વ્યવહાર, બેન્કીંગ, વીમો અને આઉટ સોર્સિંગ (BPO) વગેરે પર નિર્ભર છે. વાણિજ્યની આ સેવાઓ વિશાળ પાયા પર પથરાયેલ હોય સમગ્ર વિશ્વની આર્થિક પ્રવૃત્તિઓને ગતિશીલ શાખી વિકાસની નવી દિશાઓ સર્જી શકે છે. આ મોડ્યુલ આનુષંગિક સેવાઓનો અલૌકિક વિકાસ સમજાવી શકે છે.

પાઠ – ૫	:	વાહન વ્યવહારની સેવા
પાઠ – ૬	:	વખારની સેવા
પાઠ – ૭	:	માહિતી સંચારની સેવા
પાઠ – ૮	:	ટપાલ વ્યવસ્થા અને કુરિયરની સેવા
પાઠ – ૯	:	બેન્કની સેવા
પાઠ – ૧૦	:	વીમોની સેવા
પાઠ – ૧૧	:	આઉટ સોર્સિંગ



વાહન વ્યવહારની સેવા

આપણે દૈનિક જીવનમાં અનેક ઉત્પાદિત વસ્તુઓ ઉપયોગમાં લઈએ છીએ. તેમાંની ઘણી ઉત્પાદિત વસ્તુઓ આપણા રહેઠાણની દૂરના સ્થળે ઉત્પાદિત થતી હોય છે. તેમ છતાં આપણે કેવી રીતે ચીજવસ્તુઓ આપણા સ્થળે મેળવી શકીએ છીએ? ઉત્પાદિત તમામ ચીજ વસ્તુઓ વિવિધ સ્થળેથી રેલ્વે માર્ગ, રસ્તા માર્ગ, જળ કે હવાઈ માર્ગે આપણા વિસ્તારમાં પૂરવઠો સતત ઉપલબ્ધ રાખે છે. વિદ્યાર્થી મિત્રો તમે ટ્રક, ટેમ્પો, બળદ ગાડીમાં કાચો માલ કે ઉત્પાદિત તૈયાર માલ એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે પરિવહન થતા જોયા હશે. એ જ રીતે તમોએ મુશાફરોને પણ એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે પરિવહન થતા જોયા હશે. જેઓ વિમાન, ટ્રેઈન, બસ કે કારમાં મુસાફરી કરતા હોય છે.

વસ્તુઓ અને વ્યક્તિઓની આ હેર-ફેર આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ અત્યંત ઉપયોગી છે. વાહન વ્યવહારને કારણે જ કાચો માલ ઔદ્યોગિક કેન્દ્રમાં પહોંચે છે અને તૈયાર વસ્તુઓ-માલ વિવિધ બજારોમાં કે પ્રત્યક્ષ વપરાશકારો પાસે પહોંચે છે. માનવશ્રમ પણ વાહન વ્યવહારની સેવાથી જ એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે ઉપયોગમાં લઈ શકાય છે.

આ પ્રકરણમાં આપણે માલ સામાન અને શ્રમ પુરવઠો એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે કેવી રીતે સ્થળાંતર કરે છે તેનો અભ્યાસ કરીશું.



હેતુઓ:-

આ પ્રકરણના અભ્યાસ અંતે તમે આટલું જાણશો.

- વાહન વ્યવહારનો અર્થ જણાવી શકશો.
- વાહન વ્યવહારની અગત્યતા
- વાહન વ્યવહારના વિવિધ માધ્યમો – પ્રકારો
- વાહન વ્યવહારના વિવિધ પ્રકારોનો તુલાનાત્મક અભ્યાસ

૫.૧ વાહન વ્યવહારનો અર્થ

"વાહન વ્યવહારની સેવા એવી પ્રક્રિયા છે કે જેમાં વિવિધ પ્રકારનો માલ સામાન અને વ્યક્તિઓનો એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે ભૌતિક સ્થળાંતર કરવામાં આવે છે.

વાહન વ્યવહાર એ વ્યાપારની આનુષંગિક – સહાયક સેવા છે. એટલે કે તે કાચા માલને ઉત્પાદનના સ્થળે લઈ જવાના અને તૈયાર માલને અંતિમ વપરાશના બજારના સ્થળ સુધી વિતરણ કરવા માટે વેપાર અને ઉદ્યોગને આધાર આપે છે.

આમ વાહનવ્યવહારના વ્યવસાયમાં જે વ્યક્તિઓ અને પેઢીઓ રોકાયેલી છે તેમને ટ્રાન્સપોર્ટર કહે છે. તેમનું મુખ્ય કાર્ય કાચો માલ, અર્ધ તૈયાર માલ, તૈયાર માલ અને માનવ મહેરામણ એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે પરિવહન કરવાનું છે.

૫.૨ વાહન વ્યવહારનું મહત્વ

વાહન વ્યવહારનો અર્થ જોતાં વસ્તુના અંતર અંગેના અવરોધો દૂર કરે છે. હવે એક સ્થાને ઉત્પન્ન થયેલ ચીજ વસ્તુઓ બીજે દૂરને સ્થળે સહેલાઈથી ઉપલબ્ધ બને છે. લોકો વિશ્વભરમાં વાહનવ્યવહારને કારણે મુક્ત મને સહેલગાહ કરી શકે છે. વાહન વ્યવહારની સેવા વિના ધંધાકિય એકમો એક ડગલું પણ ચાલી શકે નહિ. વાહન વ્યવહારનું મહત્વ નીચેના મુદ્દા દ્વારા સમજી શકાય છે:

૧. ઉત્પાદકો કે નિર્માતાઓને કાચા માલનો પુરવઠો પૂરો પાડે છે:-

વાહન વ્યવહારની સેવા જે સ્થળેથી કાચો માલ ઉપલબ્ધ હોય ત્યાંથી એવા સ્થળે વહન કરે છે કે જ્યાં ઉત્પાદન પ્રક્રિયા દ્વારા તૈયાર માલમાં રૂપાંતર કરવામાં આવતો હોય.

૨. ગ્રાહકોને ચીજ વસ્તુઓ ઉપલબ્ધ બનાવે છે:-

વાહન વ્યવહાર દ્વારા વસ્તુઓનું એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે સરળતાથી અને ઝડપથી મોકલી શકાય છે. આમ દેશના જુદા જુદા ભાગમાં ફેલાયેલા ગ્રાહકો દૂરના સ્થળોએ ઉત્પાદિત થયેલ ચીજોનાં વપરાશનો લાભ મેળવે છે.

૩. જીવનધોરણ ઉચું લાવે છે:-

વાહન વ્યવહારના સરળ સાધનો ઉત્પાદન પડતર નીચી લાવી વિશાળ પાયા પર ઉત્પાદન ઝડપી બનાવે છે. તે ઉપભોક્તાઓને જુદી જુદી કિંમતે જુદા જુદા જથ્થાની વસ્તુઓનો ઉપયોગ કરવાની પસંદગી આપે છે. તેથી તે લોકોનું જીવનધોરણ ઉચે લાવે છે.

૪. નીચી પડતરે મોટા પાયા પર ઉત્પાદનના લાભ શક્ય બનાવે છે:-

આપણે જાણીએ છીએ કે મોટા પાયા પર ઔદ્યોગિક ઉત્પાદન હંમેશા શક્ય હોતું નથી. કારણકે આંતરમાળખાકિય સુવિધાના અભાવે. પરંતુ વાહનવ્યવહારની સેવાને કારણે મોટા પાયા પર કાચા માલ અને તૈયાર માલ અને શ્રમના પુરવઠાની સ્થાનાંતર કરી નીચી પડતરે મોટા પાયા પર ઉત્પાદન શક્ય બનાવે છે.

૫. કટોકટી અને કુદરતી આફત દરમિયાન મદદ કરે છે:-

યુધ્ધ, આંતરિક અશાંતિ કે તોફાનોને લીધે રાષ્ટ્રીય કટોકટીના સમયે વાહનવ્યવહાર ઝડપથી વસ્તુઓ અને માનવોની હેરફેર કરી શાંતિ અને સલામતિ સ્થાપે છે.





નોંધ

૬. રોજગારી ઉત્પન્ન કરવામાં સહાય કરે છે:-

વાહન વ્યવહારની સેવા વ્યક્તિઓને ડ્રાઈવર, કંડક્ટર, પાઈલોટ, કેબીન-કુ, જહાજના કેપ્ટન વગેરે કે જેઓ વાહન વ્યવહારની સેવા સાથે સીધી રીતે સંકળાયેલા હોય છે. તેમને માટે રોજગારીની તકો પૂરી પાડે છે. વળી તે એવા લોકો કે જેઓ આડકતરી રીતે વાહનો ઉત્પન્ન કરતા વિવિધ ઉદ્યોગોમાં નિર્માણ કાર્ય માં રોકાયેલા હોય છે. તેમને પણ રોજગારી પૂરી પાડે છે. આ ઉપરાંત પરોક્ષ રીતે વાહન વ્યવહારના ગેરેજ કે સર્વિસ સ્ટેશનો ખોલીને પણ રોજગારી મેળવતા હોય છે.

૭. શ્રમની ગતિશીલતામાં મદદરૂપ:-

વાહન વ્યવહારની સેવા માનવશ્રમને ગતિશીલતા બક્ષવામાં પૂષ્કળ મદદરૂપ બને છે. આપણા દેશના નાગરિકો વિદેશના ઉદ્યોગોમાં કામ કરવા વિદેશ જાય છે. અને વિદેશના નાગરિકો કામ મેળવવા ભારતમાં આવે છે. આપણા દેશના શ્રમિકો એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે શ્રમનો પુરવઠો પૂરો પાડવા સતત વાહન વ્યવહારની સેવા લેતા હોય છે. એવું હંમેશાં ન બને કે કારખાનાની નજીક જ હંમેશાં કામદાર રહેતા હોય તેવા સમયે કારખાનાના માલિક દ્વારા જ કામદારોને લાવવા લઈ જવા માટે વાહન વ્યવહારની સેવા સ્ટાફ બસ સુવિધા આપતા હોય છે.

૮. રાષ્ટ્રોને એક સાથે રાખવામાં મદદરૂપ થાય છે:-

વાહનવ્યવહારની સેવા દ્વારા નાગરિકો અને વસ્તુઓની હેરફેર એક દેશમાંથી બીજા દેશમાં ખુબ સરળ રીતે થઈ શકે છે. સાંસ્કૃતિક અને રીત રિવાજોના આદાન-પ્રદાન માટે વાહનવ્યવહાર મદદરૂપ છે. આ આદાન-પ્રદાનથી રાષ્ટ્રો-રાષ્ટ્રો વચ્ચે ભાઈચારાની લાગણી પ્રવર્તે છે.



૫.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો પૈકી કયા વિધાનો સાચા છે અને કયા ખોટા છે તે જણાવો.

૧. ઘંઘામાં વાહન વ્યવહારની સેવા આનુષંગિક ગણાય છે.
૨. વાહન વ્યવહારની સેવા લોકોનું જીવનધોરણ ઉચે લાવવામાં મદદરૂપ નથી.
૩. રાષ્ટ્રો વચ્ચે સંસ્કૃતિના આદાન-પ્રદાન વાહન વ્યવહારને આભારી નથી.
૪. વાહન વ્યવહારની સેવાથી કોઈ પણ પ્રકારની રોજગારી ઉભી થતી નથી.
૫. શ્રમની ગતિશીલતા વાહન વ્યવહારની સેવાથી વધે છે.

૫.૩ વાહન વ્યવહારના પ્રકારો અને સાધનો

આપણે જોઈ શકીએ છીએ મૂળભૂત રીતે સમગ્ર વાહન વ્યવહાર જમીન માર્ગ, હવાઈ માર્ગ અને જળ માર્ગે થાય છે. આ જ વાહન વ્યવહારના પ્રકાર છે. જમીન પર આપણે ચીજ

વાહન વ્યવહારની સેવા

વસ્તુઓ લઈ જવા ટ્રક, ટ્રેક્ટર વગેરે ઉપયોગમાં લઈએ છીએ. હવાઈ માર્ગ માટે આપણે વિમાન હેલિકોપ્ટર ઉપયોગમાં લઈએ છીએ. જે ચીજવસ્તુઓ સાથે મુસાફરોન પણ વહન કરે છે. તેવી જ રીતે જળમાર્ગે જહાજ, સ્ટીમર વગેરે ચીજવસ્તુઓ સાથે મુસાફરોન પણ વહન કરે છે. આ બધા વાહનો વાહન વ્યવહારના સાધન તરીકે ઓળખાય છે.

વાહન વ્યવહારના પ્રકાર મુખ્યત્વે ત્રણ ભાગમાં વહેંચી શકાય છે. ભૂમિ (જમીન) માર્ગ, જળમાર્ગે વાહન વ્યવહાર અને હવાઈ માર્ગે વાહન વ્યવહાર.

ચાલો આપણે વાહન વ્યવહારની વિવિધ રીતો વિશે ચર્ચા કરીએ.

૫.૪ ભૂમિ (જમીન) વાહન વ્યવહાર

ભૂમિ વાહન વ્યવહાર ચીજ વસ્તુઓ અને મુસાફરોની જમીન પરનાં ભૌતિક સ્થળાંતર – વહનની પ્રવૃત્તિઓ સૂચવે છે. આ પરિવહન રસ્તા (રોડ), રેલ, દોરડા કે પાઈપ દ્વારા થતી હોય છે. ભૂમિ (જમીન) માર્ગના પેટા વિભાગોમાં રોડ ટ્રાન્સપોર્ટ, રેલ ટ્રાન્સપોર્ટ, રોપ-વે અને પાઈપ લાઈનનો સમાવેશ થાય છે. ચાલો આપણે તે દરેક વિશે વિસ્તારથી સમજીએ.

૫.૫ રોડ (રસ્તા) ટ્રાન્સપોર્ટ

રોડ એ જમીનની સપાટી પર એક સ્થળને બીજા સ્થળ સાથે જોડનાર માધ્યમ છે. તમે તમારા ગામમાં, નગરોમાં અને શહેરોમાં રસ્તા જોયા હશે. તે બધા રસ્તા સરખા લાગતા નથી. તેમાંના કેટલાક રેતીના, તો કેટલાક ચિપ અને સિમેન્ટ અથવા કોલટાર (ડામર)નાં બનેલા હોય છે. તમે રોડ પર દોડતાં જુદા-જુદા વાહનો જેવાં કે બળદગાડાં, સાઈકલ, બાઈક, કાર, ટ્રક, બસ, રીક્ષા વગેરે જુઓ છો. આ તમામ રોડ ટ્રાન્સપોર્ટના વિવિધ સાધનો કહેવાય. રોડ ટ્રાન્સપોર્ટનાં સાધનોને ત્રણ પ્રકારમાં વહેંચી શકાય.

૧. મનુષ્ય દ્વારા ચલાવતા,
૨. પ્રાણીઓ દ્વારા હંકારાતા,
૩. મોટર દ્વારા હંકારાતા.



રોડ ટ્રાન્સપોર્ટ નું ચિત્ર

તમે કેટલીક એવી વ્યક્તિઓ જોઈ હશે, જે પોતાના માથા પર કે પીઠ પર, સાઈકલ કે ઠેલા પર સામાન એક જગ્યાએથી બીજી જગ્યાએ લઈ જાય છે. લોકો ટૂંકા અંતર માટે સાઈકલ

મોડ્યુલ – ૩ સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ



કે રીક્ષા સવારીનો ઉપયોગ કરે છે. વળી આપણે પ્રાણીઓ દ્વારા ચલાવતાં વાહનો (બળદ, ઉટ, ઘોડા, ગધેડાં) વગેરે ગ્રામ્ય વિસ્તારમાં પાક, ઘાસ-ચારો, લાકડા વગેરે લાવવા લઈ જતા જોઈએ છીએ. કેટલીક વાર પ્રાણીઓ જ વસ્તુ કે માનવોની હેરફેર કરે છે. એવા વિસ્તારો કે જે સામાન્ય રીતે વર્ષભર બરફથી છવાયેલા રહે છે, ત્યાં આપણે કૂતરાઓથી ખેંચાતી સ્લેજ (બરફ પર ચલાવાતી ગાડી) જોઈએ છેએ, જે ઉતાડૂઓ અને સામાન બંનેને લઈ જવા વપરાય છે. મનુષ્ય દ્વારા કે પ્રાણીઓ દ્વારા હંકારાતા રોડ ટ્રાન્સપોર્ટનાં સાધનોની સરખામણીમાં મોટર દ્વારા હંકારાતા વાહન વ્યવહારનાં સાધન વર્તમાન સમયમાં બૃહદ ઉપયોગી બન્યા છે. તેઓની ઝડપ અને વહન ક્ષમતાને કારણે વધુ ઉપયોગી બન્યા છે. દેશના દરેક ખૂણે રોડના વિસ્તારથી મોટર વડે ચાલતા વાહન વ્યવહારનો ઉપયોગ વધ્યો છે. સામાન અને ઉતાડૂઓને લઈ જવા વપરાતાં મોટર-વાહનોના પ્રકારોમાં ઓટો-રિક્ષા, સ્કૂટર, વાન, બસ ટેમ્પો અને ટ્રક વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. કલકતામાં ટ્રામ-વે પણ ઉતાડૂઓને લઈ જવા માટે રોડ ટ્રાન્સપોર્ટનો એક ભાગ બને છે.

૫.૬ રોડ ટ્રાન્સપોર્ટના લાભ

રોડ ટ્રાન્સપોર્ટના લાભ નીચે મુજબ છે.

૧. વાહન વ્યવહારના તમામ માર્ગોની સરખામણીમાં સૌથી સસ્તો માર્ગ છે.
૨. ઝડપી નાશવંત વસ્તુઓ રોડના માધ્યમ દ્વારા ટૂંકા માર્ગે ઝડપથી વહન કરી ઉપયોગી બનાવી શકાય.
૩. વાહન વ્યવહારની તે એક લવચીક - સૌથી સરળ ઉપલબ્ધ રીત છે. જે કોઈ પણ સ્થળે વસ્તુનું કે માનવાનું વહન શક્ય બનાવે છે.
૪. તેના દ્વારા લોકો એક જગ્યાએથી બીજી જગ્યાએ મુસાફરી કરે છે અને માલ સામાન લઈ જાય છે અને તે એવા સ્થળોએ પણ વાહન વ્યવહાર શક્ય બનાવે છે કે જ્યાં અન્ય માર્ગો ન હોય જેમ કે પવ તો કે દુર્ગમ જંગલો કે રણ વિસ્તારો.

૫.૭ રોડ (રસ્તા) માર્ગની મર્યાદાઓ

તેની મર્યાદાઓ નીચે મુજબ છે.

૧. મર્યાદિત માલ-વહન ક્ષમતાને લીધે રોડ ટ્રાન્સપોર્ટ માલના લાંબા અંતરના વહન માટે કરકસરવાળો નથી.
૨. ભારે માલ કે જથ્થાબંધ માલના રોડ દ્વારા વાહન વ્યવહાર ખૂબ ખર્ચાળ છે.
૩. પ્રતિકૂળ હવામાન પરિસ્થિતિઓની તેના પર અસર થાય છે. પૂર, વરસાદ, ભૂસ્ખલન (પર્વતની ભેખડ તૂટી પડવી) વગેરે કેટલીક વાર રોડ ટ્રાન્સપોર્ટમાં અવરોધ ઉત્પન્ન કરે છે.

૫.૮ રેલ્વે માર્ગ – રેલ્વે ટ્રાન્સપોર્ટ

રેલ્વે લાઈન પર ટ્રેન દ્વારા માલ અને મુસાફરોનો વાહન વ્યવહાર રેલ્વે ટ્રાન્સપોર્ટ કહેવાય છે. તે આપણા દેશના વાહન વ્યવહાર તંત્રમાં અગત્યનું સ્થાન ધરાવે છે અને લાંબા અંતર પર માલ અને મુસાફરોને લઈ જવા માટે વાહન વ્યવહારની સૌથી ભરોસો રાખી શકાય તેવી રીત છે. લાંબા અંતર ઉપરાંત મુસાફરોનો સ્થાનિક વાહન વ્યવહાર પણ લોકલ ટ્રેન કે મેટ્રો રેલ દ્વારા કેટલાક મેટ્રોપોલિટન શહેરોમાં પૂરો પાડવામાં આવે છે. રેલ્વે સેવા કેટલાક ડુંગરાળ કે પર્વતીય પ્રદેશો સિવાય દેશભરમાં ઉપલબ્ધ છે. ભારતમાં બે પ્રકારની ટ્રેન જોવા મળે છે. એક મુસાફરો (પેસેન્જર) માટેની ટ્રેન અને બીજી છે તે ભારવહન (ગુડ્સ ટ્રેન). પેસેન્જર ટ્રેન મુસાફરો તેમજ માલનો મર્યાદિત જથ્થો બંને વહન કરી જાય છે. ત્યારે ગુડ્સ ટ્રેન માત્ર ગુડ્સ (માલ) એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે લઈ જવા વપરાય છે. આ ટ્રેન રેલ્વે એન્જિન દ્વારા ચલાવાય છે અને તેમાં વરાળ, ડિઝલ કે વિદ્યુત પાવર વપરાય છે. ચાલો, હે આપણે રેલ્વે વ્યવહારના લાભ અને ગેરલાભ ચર્ચા કરીએ.



રેલ્વે ટ્રાન્સપોર્ટ



નોંધ

૫.૯ રેલ્વે માર્ગના લાભ

૧. લાંબા અંતરની મુસાફરી માટે તે એક અનુકૂળ વાહન વ્યવહારની રીતે છે.
૨. તે રોડ ટ્રાન્સપોર્ટ કરતાં વધુ ઝડપી છે.
૩. તે લાંબા અંતરે વિશાળ જથ્થામાં ભારે માલ વહન માટે ઉપયોગી છે.
૪. તેની કામગીરી ઉપર પ્રતિકૂળ હવામાન પરિસ્થિતિઓ જેવી કે વરસાદ, પૂર, ધુમ્મસ વેરેની અસર ઓછી પડે છે.

૫.૧૦ રેલ્વે માર્ગના ગેરલાભ

૧. ટૂંકા અંતરે માલસામાન તેમજ ઉતાડૂઓને લાવવા – લઈ જવા સાપેક્ષે ખર્ચાળ પડે છે.
૨. દેશના અંતરિયાળ પ્રદેશોમાં આ સેવા ઉપલબ્ધ નથી.
૩. તે નિયત સમયપત્રક મુજબ જ સેવા આપી શકે અને કોઈ પણ સ્થળેથી માલ ભરવા કે ખાલી કરવામાં લવચીકતા (સરળતા) હોતી નથી.
૪. તેમાં અકસ્માતના કિસ્સામાં માનવજીવન તેમજ માલ સામાનની ભારે ખુવારી થાય છે.

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા



નોંધ

પ.૧૧ પાઈપ લાઈન ટ્રાન્સપોર્ટ

વર્તમાન સમયમાં પાઈપ લાઈન વિવિધ હેતુઓ માટે વપરાય છે. રહેણાંક અને વાણિજ્ય વિસ્તારોમાં પાઈપ લાઈનની મદદ દ્વારા પાણી પુરું પાડવામાં આવે છે. વળી પેટ્રોલિયમ પેદાશો જેવી કે ગેસ વગેરે પણ સલામત રીતે વહન કરી શકાય છે. પેટ્રોલિયમ તેમજ નેચરલ ગેસનું વહન પૂરવડો વિશાળ અને સતત હોય તો, રોડ અને રેલ્વે વાહન વ્યવહારની સરખામણીમાં સૌથી અનુકૂળ તેમજ કરકસરભરી રીત છે. પરંતુ પાઈપ લાઈન નાખવામાં અને તેની જાળવણી કરવા માટે વિશાળ મૂડી રોકાણ જરૂરી હોય છે.



પાઈપ લાઈન ટ્રાન્સપોર્ટ

પ.૧૨ રોપ-વે ટ્રાન્સપોર્ટ

રોપ-વે વાહન વ્યવહારની એવી રીત છે જે પર્વત પર કે ખીણ કે નદી પરનાં બે સ્થળોને જોડે છે. પર્વતીય પ્રદેશોમાં લોખંડના દોરડા (રોપ વે) સાથે ટ્રોલી પૈડા સાથે જોડાયેલી હોય છે. અને તેમાં ઉતારુંઓ કે ખાદ્ય સામગ્રી – વપરાશી વસ્તુઓનું વહન થાય છે. ગુજરાતમાં પ્રસિદ્ધ ઉડન ખટોલા જગદંબા એ રોપ-વે વાહન વ્યવહારનું ઉદાહરણ છે. જે યાત્રાળુઓને પર્વત પર આવેલ મંદિરે લઈ જાય છે. એકી વખતે ૫૦ થી વધારે યાત્રાળુ યાત્રા કરે છે.



રોપ - વે ટ્રાન્સપોર્ટ



પ.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

- નીચેના કયા વિધાનો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો.
 - વાહન વ્યવહાર એટલે માત્ર માલ મોકલવો, વ્યક્તિઓ નહિ.
 - વાહન વ્યવહાર અંતરનો અંતરાય દૂર કરે છે.
 - પાઈપ લાઈન વાહન વ્યવહાર એ જમીન – ભૂમિ વાહન વ્યવહારનો પ્રકાર નથી.
 - રોડ ટ્રાન્સપોર્ટ પર પ્રતિકૂળ હવામાનની અસર થતી નથી.
 - રેલ્વે માર્ગ એ ભારે અને જથ્થાબંધ માલ સામાન લઈ જવા માટે અનુકૂળ માર્ગ છે.

૨. કોલમ A ને કોલમ B ના સાચા જવાબ સાથે જોડો.

કોલમ A	કોલમ B
૧. હાથલારી (ઠેલા)	અ. ખીણમાં પરિવહન સરળ બનાવે છે.
૨. રોપ-વે	બ. ભારે અને જથ્થાબંધ માલ સામાન લઈ જવાની રીત
૩. સ્લેજ	ક. ગેસ પરિવહન માટે ટ્રાન્સપોર્ટની રીત
૪. રેલ્વે	ડ. માનવ દ્વારા ચલાવાતા વાહન વ્યવહારનું માધ્યમ
૫. પાઈપ લાઈન	ઈ. ખેંચવા માટે કૂતરા વપરાય છે.

પ. ૧૩ જળ વાહન વ્યવહાર

જળ વાહન વ્યવહાર એટલે વિવિધ સાધનો જેવાં કે બોર, સ્ટીમર લૉચ, હોળી કે જહાજ દ્વારા જળમાર્ગે માલ સામાન અને ઉતાડૂઓનો પરિવહન. આ સાધનો દ્વારા માલ સામાન અને મુસાફરો દેશની અંદર અને બહાર ફરી શકે છે. દેશમાં નદીઓ અને નહેર દ્વારા હોળી કે બોટ લૉચ દ્વારા અવર જવર સરળ બને છે. માલ સામાન અને મુસાફરો દેશની અંદર જ અવર જવર કરતા હોઈ વાહન વ્યવહારના આ પ્રકારને આંતરિક જળમાર્ગ કહે છે. જ્યારે જળમાર્ગના જુદા જુદા સાધનોનો ઉપયોગ માલ સામાન અને ઉતાડૂઓને દરિયાઈ માર્ગે લઈ જવય ત્યારે તેને બાહ્ય જળમાર્ગ કે મહાસાગરીય જળમાર્ગ કહે છે. ચાલો, હવે આપણે જળ વાહન વ્યવહારના આ બે પ્રકારોનો વધુ અભ્યાસ કરીએ.

પ. ૧૪ આંતરિક જળમાર્ગ

આંતરિક કે અંત દેશીય જળમાર્ગમાં માલ સામાન અને મુસાફરોને નદી અને નહેર માર્ગ લાવવા-લઈ જવા હોડી (બોટ) લૉચ, બાજ - ફેરી, આગબોટ - સ્ટીમર વગેરેનો ઉપયોગ થાય છે. આ માર્ગને આંતરિક જળમાર્ગ કહે છે. આ માર્ગ જથ્થાબંધ માલ સામાનનું વહન કરવા કે આંતરિક વેપારને ઉપયોગી થવા મદદરૂપ બને છે. આંતરિક જળ માર્ગ ઉતાડૂઓ માટે આપણા દેશમાં એટલો પ્રચલિત નથી. આંતરિક જળમાર્ગ માત્ર કેટલાક રાજ્યોમાં ચાલે છે, જેવા કે પશ્ચિમ બંગાળ, આંધ્રપ્રદેશ, આસામ, તામિલનાડુ વગેરે.

પ. ૧૫ દરિયાઈ માર્ગ (બાહ્ય જળમાર્ગ)

બાહ્ય જળમાર્ગ એટલે દરિયા કે મહાસાગર દ્વારા જહાજની મદદથી માલ સામાન અને મુસાફરોની અવર જવર. આ માર્ગ આંતરરાષ્ટ્રીય વેપાર માટે ખૂબ જ અગત્યનો છે. વળી તે તટીય (કિનારાના) વિસ્તારોમાં માલ અને મુસાફરોના વહન માટે પણ વપરાય છે. મહાસાગરીય વાહન વ્યવહારને તેનો નિયત માર્ગ હોય છે. જે વિશ્વના લગભગ તમામ દેશોને સાંકળે છે. દરિયાઈ માર્ગના બે પ્રકારો છે.



દરિયાઈ માર્ગ

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા



નોંધ



નોંધ

૧. તટીય જહાજી માર્ગ:- આ વાહન વ્યવહારમાં જહાજો દેશના મુખ્ય બંદરો વચ્ચે દોડે છે. આનાથી દેશી વેપારને તેમજ દેશમાં ઉતાડોને લઈ જવામાં પણ મદદ કરે છે.

૨. દરિયાપાર જહાજી:- આ વાહન વ્યવહારમાં જહાજો દરિયા કે મહાસાગરથી અલગ પડેલ જુદા જુદા દેશો વચ્ચે પરિવહન કરે છે. તે મુખ્યત્વે આંતરરાષ્ટ્રીય વેપારની વૃદ્ધિ અને વિકાસ માટે ઉપયોગી બને છે. તે ભારે યંત્રો અને જથ્થાબંધ માલ લઈ જવા કરકસરપૂર્વક વાહન વ્યવહારનું માધ્યમ છે.



દરિયાપાર જહાજી

દરિયાપાર વાહન વ્યવહાર નિયત માર્ગોએ ચાલે છે. જે લગભગ તમામ દેશોને સાંકળે છે. દરિયાઈ વાહન વ્યવહારમાં જુદા જુદા પ્રકારનાં જહાજો મુસાફરો અને માલ સામાન લાવવા - લઈ જવા વપરાય છે. અ. વ હ ા ણ (લાઈનર) - વહાણ (લાઈનર) એ ઉતાડકે કે માલ વાહક વહાણ (કાગો વેસલ્સ) છે. જે ચોક્કસ કંપનીના માલિકીના હોય છે. આ લાઈનર - જહાજ નિયત સમય પત્રક પ્રમાણે પરિવહન કરે છે. બ. માલ વાહક વહાણ (ટ્રેમ્પ - Tramp) - ટ્રેમ્પ એ માલ વાહક (કાગો) જહાજ છે. જે નિયમિત મુસાફરી કરતું નથી. પરંતુ માલના વહનની જરૂરિયાત મુજબ કાય રત થાય છે. તે કોઈ નિયત માગ કે નિયત સમય પત્રકને લાઈનરની માફક અનુસરતું નથી.

૫.૧૬ જળમાર્ગ વાહન વ્યવહારના લાભ

જળમાર્ગના લાભ નીચે પ્રમાણે છે.

૧. તે જથ્થાબંધ અને ભારે માલ માટે કરકસરપૂર્વક વાહન વ્યવહાર કરે છે.
૨. તે સલામત ભરેલો, અકસ્માત ઓછા થવાની શક્યતાવાળો માર્ગ છે.
૩. માર્ગો બાંધવાના કે જાળવવાનાં ખર્ચા ખૂબ ઓછા હોય છે. કારણ કે આ માર્ગ કુદરતી માર્ગ છે.

૫.૧૭ જળમાર્ગ વાહન વ્યવહારના ગેરલાભ

૧. નદીઓ અને નહેર ઉડાઈ અને જહાજ ચલાવવાની અનુરૂપતા અલગ અલગ હોય છે. અને આમ જુદાં જુદાં વાહન વ્યવહાર વહાણોની કામગીરીને અસર કરે છે.
૨. સૌથી ધીમો માર્ગ છે જેથી ઝડપથી નાશ પામતા માલનું વહન કરવું મુશ્કેલ છે.
૩. હવામાનની આ માર્ગ પર ભારે અસર થાય છે.

૪. દરિયાઈ વાહન વ્યવહારને જહાજ અને તેમની જાળવણી માટે મોટું રોકાણ અનિવાર્ય છે.



૫.૩ પાઠગત પ્રશ્નો



નોંધ

૧. નીચેના પૈકી કયા વિધાનો સાચા કે ખોટા છે તે જણાવો.

૧. આંતરિક જળમાર્ગ દરિયા અને મહાસાગરથી જોડાયેલ છે.
૨. જળમાર્ગ એ ઘણો ઝડપી વાહન વ્યવહાર માર્ગ છે.
૩. જળમાર્ગ આંતરરાષ્ટ્રીય વેપારને સરળ બનાવે છે.
૪. દરિયા પાર જહાજો પડોશી દેશોમાં જાય છે.
૫. જળમાર્ગને વાતાવરણની કોઈ વિપરીત અસર થતી નથી.

૨. નીચેના વિધાનો ખાલી જગ્યા પૂરી પૂર્ણ કરો.

૧. જહાજ એ કાર્ગો જહાજ છે. જેનો ચોક્કસ સમય અને માર્ગ નિશ્ચિત હોતો નથી.
૨. આંતરિક જળમાર્ગ સામાન્ય રીતે વેપાર માટે વપરાય છે.
૩. નિયત માર્ગે નિયમિત દોડતા જહાજો કહેવાય છે.
૪. મહાસાગરીય માર્ગ મુખ્યત્વે વેપારને સરળ બનાવે છે.
૫. જળમાર્ગમાં જહાજો વસાવવા રોકાણની જરૂરિયાત હોય છે.

૫.૧૮ હવાઈ માર્ગ

હવાઈ માર્ગ એ વાહન વ્યવહારનો સૌથી ઝડપી માર્ગ છે. તે હવાઈ માર્ગે જુદા જુદા હવાઈ જહાજો જેવા કે એર ક્રાફ્ટ, કાગો એરક્રાફ્ટ, વિમાન, હેલિકોપ્ટર વગેરેનો ઉપયોગ કરીને માલ સામાન અને ઉતારૂઓને લઈ જાય છે. ઉતારૂઓ ઉપરાંત સામાન્ય રીતે તે એવો માલ સામાન લઈ જાય કે જેનું વજન ઓછું હોય. પરંતુ કિંમત હોય. દુર્ગમ પર્વતીય વિસ્તારોમાં જ્યાં અન્ય વાહન વ્યવહાર



હવાઈ માર્ગ



નોંધ

ન હોય ત્યાં હવાઈ વાહન વ્યવહાર અગત્યનો અને અનુકૂળ રહે છે. કુદરતી આપત્તિઓ જેવી કે ધરતીકંપ અને પૂર વગેરે સમયે માલ અને લોકોને બચાવવા ખૂબ ઉપયોગી બને છે. યુદ્ધ દરમિયાન હવાઈ માર્ગ સૌનિકોને તેમજ જરૂરી પૂરવઠાને પહોંચાડવા અગત્યની ભૂમિકા બજાવે છે.

હવાઈ માર્ગને આંતરિક હવાઈ માર્ગ અને આંતરરાષ્ટ્રીય હવાઈ માર્ગ એમ વર્ગીકૃત કરી શકાય છે. આંતરિક હવાઈ માર્ગ મુખ્યત્વે દેશની અંદર અવર જવરને સરળ બનાવે છે. જ્યારે આંતરરાષ્ટ્રીય હવાઈ માર્ગ જુદા જુદા રાષ્ટ્રો વચ્ચે માલ સામાન અને મુસાફરોનું વહન કરવા ઉપયોગી છે. હવાઈ માર્ગ ચોક્કસ માર્ગ પર ચાલે છે, જે લગભગ તમામ દેશોને સાંકળે છે.

૫.૧૯ હવાઈ માર્ગના લાભ

હવાઈ માર્ગના લાભો નીચે મુજબ છે.

૧. હવાઈ માર્ગ સૌથી ઝડપી માર્ગ છે.
૨. દુર્ગમ વિસ્તારોમાં માલ સામાન અને મુસાફરોને લાવવા લઈ જવા અત્યંત ઉપયોગી છે કે જ્યાં કોઈ માર્ગ દ્વારા પહોંચી ન શકાય.
૩. કુદરતી આપત્તિઓ દરમિયાન તે સૌથી વધુ ઉપયોગી માધ્યમ છે.
૪. તે રાષ્ટ્રીય સલામતી અને સંરક્ષણ માટે અત્યંત મહત્વનું પીઠબળ છે.

૫.૨૦ હવાઈ માર્ગની મર્યાદાઓ

હવાઈ માર્ગની મર્યાદાઓ નીચે મુજબ છે.

૧. બધા માર્ગો કરતા તે વધુ ખર્ચાળ માર્ગ છે.
૨. વજનમાં ભારે અને મોટા કદના માલ સામાન વહન કરવા અનુકૂળ નથી.
૩. પ્રતિકૂળ હવામાનની તેની પર ભારે અસર પડે છે.
૪. ટૂંકા અંતરની મુસાફરી માટે યોગ્ય નથી.
૫. અકસ્માતના કિસ્સાઓમાં માલ – મિલકત અને જીંદગીને ભારે નુકશાન થાય છે.



૫.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેના પૈકી કયા વિધાનો સાચા કે ખોટા છે તે જણાવો.
 ૧. હવાઈ માર્ગ એ સૌથી ઝડપી માર્ગ છે.



નોંધ

૨. હવાઈ માર્ગ પર પ્રતિકૂળ હવામાન સ્થિતિની કોઈ અસર થતી નથી.
 ૩. હવાઈ માર્ગ ટૂંકા અંતર માટે યોગ્ય નથી.
 ૪. હેલિકોપ્ટર સામાન્ય રીતે આંતરરાષ્ટ્રીય ઉડાણ માટે વપરાય છે.
 ૫. હવાઈ માર્ગ રાષ્ટ્રીય સાલમતી માટે મદદરૂપ નથી.
૨. બહુવિકલ્પમાંથી યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરી સાચો ઉત્તર આપો.
૧. પર્વતીય અને ઉંચા સ્થળોએ આ માર્ગ સૌથી વધુ ઉપયોગી છે.

અ. રેલ્વે માર્ગ	બ. રસ્તા માર્ગ
ક. હવાઈ માર્ગ	ડ. જળ માર્ગ
 ૨. વાહન વ્યવહારની સેવા પૂરી પાડતી કંપનીને

અ. ઉદ્યોગ	બ. વેપાર
ક. અનુષંગિક સેવા	ડ. આમાંથી એક પણ નહીં.
 ૩. દેશમાં જ ભારે વજનવાળી અને મોટા જથ્થામાં દૂરના સ્થળેથી વસ્તુની હેરફેર કરવા ઉપયોગી છે.

અ. રેલ્વે માર્ગ	બ. રસ્તા માર્ગ
ક. હવાઈ માર્ગ	ડ. જળ માર્ગ
 ૪. જે જહાજ ચોક્કસ સમયે અને ચોક્કસ માર્ગે પરિવહન કરે છે તેને

અ. કાર્ગો જહાજ	બ. ચાર્ટડ પાર્ટી જહાજ
ક. લાઈનસ	ડ. ગૃહવપરાશી જહાજ
 ૫. નીચેનામાંથી કયો લાભ જળ માર્ગને મળતો નથી.

અ. કરકસરયુક્ત મોટા જથ્થામાં અને ભારે માલ વહન કરવાનો.
બ. પ્રતિકૂળ હવામાનની અસર થતી નથી.
ક. આંતરરાષ્ટ્રીય વેપારની વૃદ્ધિ કરે છે.
ડ. અકસ્માત સમયે સલામતી માર્ગ ગણાય છે.



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- વાહન વ્યવહાર એટલે એવી પ્રકૃતિ જે માલ સામાન તેમજ વ્યક્તિઓને એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે વિવિધ સાધનો દ્વારા ભૌતિક અવર-જવર (સ્થળાંતર)ને શક્ય બનાવે છે.
- વાહન વ્યવહારનું મહત્વ નીચે પ્રમાણે છે.
 ૧. કાચા માલને નિર્માતા કે ઉત્પાદકોને પૂરો પાડે છે.
 ૨. ગ્રાહકોને તૈયાર માલ પૂરો પાડે છે.
 ૩. જીવન ધોરણ ઉન્નત બનાવે છે.
 ૪. નીચી પડતરે મોટા પાયા પર ઉત્પાદન શક્ય બને છે.
 ૫. કુદરતી આપત્તિ અને કટોકટી સમયે બચાવ કામગીરીમાં મદદ કરે છે.
 ૬. રોજગારી સર્જન કરે છે.
 ૭. શ્રમની ગતિશીલતામાં વધારો કરે છે.
 ૮. રાષ્ટ્રોને જોડવાનો પ્રયત્ન કરે છે.
- વાહન વ્યવહારના પ્રકારો નીચે મુજબ છે.

પદ્ધતિઓ	જમીન માર્ગ	જળ માર્ગ	હવાઈ માર્ગ
પ્રકાર	રોડ વાહન વ્યવહાર રેલ્વે વાહન વ્યવહાર પાઈપ લાઈન વાહન વ્યવહાર રોપ – વે માર્ગ	આંતરિક જળ માર્ગ દરિયાઈ માર્ગ	ડોમેસ્ટિક હવાઈ માર્ગ આંતરરાષ્ટ્રીય હવાઈ માર્ગ

- માલ અને મુસાફરોને લાવવા – લઈ જવા જળમાર્ગ ના વિવિધ સાધનો આ પ્રમાણે છે.

માધ્યમ	આંતરિક જળમાર્ગ	દરિયાઈ જળ માર્ગ
પ્રકાર	બોટસ, સ્ટીમર્સ, બાર્ગીસ, લોચીસ	જહાજ, ટેન્કસ , સબમરીન

વાહન વ્યવહારની સેવા

➤ માલ અને મુસાફરોને લાવવા – લઈ જવા જમી માગ ના વિવિધ સાધનો અને માધ્યમો આ પ્રમાણે છે.

રસ્તા (રોડ) માર્ગ			રેલ્વે માર્ગ	પાઈપ લાઈન	રોપ – વે
મનુષ્ય દ્વારા ચાલતા	પ્રાણીઓ દ્વારા ચાલતા	મોટર દ્વારા ચાલતા			
મનુષ્યનું માથું કે પીઠ	પ્રાણીઓ દ્વારા ખેંચાતા ગાડાં	સ્કૂટર અને મોટર સાયકલ	ઉત્તર ટ્રેન	પાઈપ	દોરડા
મનુષ્ય દ્વારા ખેંચાતી હાથલારી	સ્લેજ (બરફ ચાલતી ગાડી)	ઓટો રિક્ષા	ગુડ્ડ ટ્રેન (માલ ગાડી)		ટ્રોલી
ઠેલણ ગાડી	પ્રાણી	કાર			
સાઈકલ		વાન			
રિક્ષા		બસ			

➤ માલ અને મુસાફરોને લાવવા – લઈ જવા હવાઈ માર્ગના વિવિધ માધ્યમો આ પ્રમાણે છે.

માધ્યમ	ડોમેસ્ટીક હવાઈ માર્ગ	આંતરરાષ્ટ્રીય હવાઈ માર્ગ
પ્રકાર	એરોપ્લેન, હેલિકોપ્ટર	એરોપ્લેન



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

- વાહન વ્યવહાર એટલે શું? ધંધામાં વાહન વ્યવહારનું મહત્વ વર્ણવો.
- વાહન વ્યવહારના પ્રકારો એટલે શું? વાહન વ્યવહારનાં પ્રકારો વર્ણવો.
- જમીન માર્ગની વિવિધ રીતોનું વર્ણન કરો.
- રેલ્વે માર્ગના લાભા-લાભ જણાવો.
- રોડ માર્ગના વિવિધ પ્રકાર જણાવો.
- રોડ માર્ગના લાભા-લાભ જણાવો.
- જળ માર્ગના વિવિધ પ્રકારોનું વર્ગીકરણ કરો.
- જળ માર્ગના ફાયદા અને ગેરફાયદા જણાવો.

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ – ૩
સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ



નોંધ

૯. આંતરિક જળમાર્ગ અને બાહ્ય – દરિયાઈ જળમાર્ગનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.
૧૦. લાઈનર્સ એન ટ્રમ્પ્સનો તફાવત જણાવો.
૧૧. હવાઈ માર્ગના ફાયદા અને ગેરફાયદા વર્ણવો.
૧૨. યોગ્ય વાહન વ્યવહારનો માર્ગ પસંદ કરવા તમે કયા કયા પરિબલો ધ્યાનમાં લેશો? તે જણાવો.
૧૩. પાઈપ લાઈન દ્વારા કયા પ્રકારની પેદાશોનું વહન કરવું સરળ છે? અને શા માટે?



પાઠ્યત સ્વાધ્યાયની યાવી

પ. ૧

૧. સાયું, ૨. ખોટું, ૩. સાયું, ૪. ખોટું, ૫. સાયું

પ. ૨

૧.

૧. ખોટું, ૨. સાયું, ૩. ખોટું, ૪. ખોટું, ૫. સાયું

૨.

- ૧ – ડ, ૨ – અ, ૩ – ક, ૪ – બ, ૫ – ક

પ. ૩

૧.

૧. ખોટું, ૨. સાયું, ૩. ખોટું, ૪. ખોટું, ૫. સાયું

૨.

૧. ટ્રમ્પ ૫. ભારે
૨. હોમ – ડોમેસ્ટિક
૩. લાઈનસ
૪. વિદેશી

પ. ૪

૧.

૧. સાયું, ૨. ખોટું, ૩. સાયું, ૪. ખોટું, ૫. ખોટું

૨.

૧ - બ, ૨ - ક, ૩ - અ, ૪ - ડ, ૫ - બ



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

- તમારા રહેઠાણ નજીક વાહન વ્યવહારની વિવિધ રીતોનું વર્ણન કરો અને તેમના લાભ અને ગેરલાભ લખો.
- તમારા નજીકના વિસ્તારના બજારની મુલાકાત લો અને વેપારીને પૂછો કે તેઓ કયા પ્રકારના વાહન વ્યવહારનો ઉપયોગ કરે છે અને શા માટે?
- તમારા કુટુંબમાં વિવિધ પ્રસંગોએ વાહન વ્યવહારની કઈ કઈ રીતોનો ઉપયોગ થાય છે? તેની યાદી બનાવો.



નોંધ



વખારની સેવા

આપણે આપણા રોજબરોજના જીવનમાં વિવિધ પ્રકારનો ખોરાક ખાઈએ છીએ. આપણામાંના કેટલાંક ચોખ્ખા લે, જ્યારે અન્ય ચપાટી કે રોટી મુખ્ય ખોરાક તરીકે લે, પરંતુ તમે કદી વિચાર્યું છે કે અનાજ કે ઘઉં જેમાંથી આ ખોરાકની વાનગીઓ તૈયાર થાય છે તે ક્યાંથી આવે છે. આપણે જાણીએ છીએ કે આ અનાજ બારેમાસ ઉત્પન્ન થતું નથી. પરંતુ આપણે તો તે દરરોજ ખાવા જોઈએ. તેથી ખેડુતો એ અનાજ આપણને સતત કઈ રીતે પૂરું પાડે છે? તમે વિચારતાં હશો કે તેઓ યોગ્ય સ્થળે અનાજનો સંગ્રહ કરી સતત પૂરવઠો પૂરો પાડતા હશે. હા, બરાબર (તમે સાચા છો) ઉત્પાદન અમુક ઋતુ દરમિયાન અને વિશિષ્ટ વિસ્તારોમાં થતું હોઈ, આ અનાજ પધ્ધતિસર સંગ્રહ કરવાની આવશ્યકતા રહે છે. આપણા ઘરમાં પણ વપરાશ માટે મયા દિત જથ્થો રાખીએ છીએ. પરંતુ એવાં અમુક સ્થળો કે સ્ટોર છે. જ્યાં આ વસ્તુઓનો વિશાળ જથ્થામાં યોગ્ય અને પધ્ધતિસર રીતે સંગ્રહ કરવામાં આવે છે. આ પાઠમાં આપણે આ ભંડારો / વખારો વિશે વિસ્તારથી શીખીએ.



હેતુઓ:-

આ પાઠ શીખ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- 'વખાર' નો અર્થ સમજાવી શકશો.
- વખારની (માલ ભરવાની) આવશ્યકતા જાણી શકશો.
- જુદા જુદા પ્રકારના ભંડારો ઓળખી શકશો.
- આદર્શ (ભંડારો) વખારનાં લક્ષણો સમજાવી શકશો.
- વખારનાં કાર્યો અને
- વખારોના લાભની યાદી કરી શકશો.

૬.૧ 'વખાર'નો અર્થ

આપણને આપણા રોજબરોજના જીવનમાં વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓની જરૂર પડે છે. આપણે તેમાંની કેટલીક વસ્તુઓ મોટા જથ્થામાં ખરીદી આપણા ઘરમાં સંગ્રહ કરીએ છીએ. તે જ રીતે વ્યવસાયી વ્યક્તિઓને પણ વિવિધ વસ્તુઓ ઉપયોગ માટે જરૂર પડે છે. તેમાંથી કેટલીક દરેક વખતે ઉપલબ્ધ ન પણ બને, પરંતુ તેઓને વર્ષ દરમિયાન કોઈ જાતની અછત વગર તે વસ્તુઓની જરૂર હોય છે. શેરડીના કારખાનાનું ઉદાહરણ લઈએ તે

માટે ખાંડના ઉત્પાદન માટે શેરડીનો કાચો માલ જોઈએ. તમે જાણો છો શેરડી વર્ષના અમુક સમયગાળામાં પાકે છે. ખાંડનું ઉત્પાદન વર્ષભર થતું હોય છે. તેથી શેરડી સતત રીતે પૂરી પાડવાની જરૂરત હોય છે. પરંતુ તે કઈ રીતે શક્ય બને? અહીં પૂરતા જથ્થામાં શેરડીનો સંગ્રહ જરૂરી બની રહે છે. વળી ખાંડના ઉત્પાદન પછી પણ તેના વેચાણ કે



વખારની અંદર સામાન

વહેંચણી માટે કેટલોક સમય લાગે. આમ કાચા માલ તેમજ તૈયાર માલ માટે સંગ્રહની જરૂરિયાત ઉભી રહે છે. “સંગ્રહ એટલે ચીજવસ્તુઓને સાચવવા માટે યોગ્ય વ્યવસ્થા.” તેમના ઉત્પાદન કે ખરીદી સમયથી તે ખરેખર ઉપયોગ સુધી જ્યારે આ સંગ્રહ મોટા પાયા પર કરવામાં આવે અને તે પણ વિશિષ્ટ રીતે, ત્યારે તેને 'વખાર' કહે છે. “જે સ્થળે માલ રખાય તેને વખાર કહે છે.” વખારના કાર્યભાર સંભાળતા વ્યક્તિને સ્ટોર કીપર કહે છે.

વખારની સેવા એટલે એવી પ્રવૃત્તિઓ, કે જેમાં મોટા પાયા પર પદ્ધતિસર અને વ્યવસ્થિત રીતે માલસામાનનો સંગ્રહ અને તેમને અનુકૂળ રીતે જરૂર પડયે ઉપલબ્ધ બનાવવાનો સમાવેશ થતો હોય.

બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, વખાર અને તે પણ માલની ખરીદી કે ઉત્પાદનથી તેના ખરેખર ઉપયોગ કે વેચાણ સુધી.

વખાર એ વેપારને એક મુખ્ય સહાયક છે. તેનાં સમય ઉપયોગિતા ઉભી થાય છે. કારણ કે ઉત્પાદન અને વસ્તુઓના વપરાશ વચ્ચેના સમય માટે તે એક સેતુનું કાર્ય કરે છે.

૬.૨ વખારની જરૂરિયાતો

'વખાર' એ નીચેના કારણોને લીધે જરૂરી હોય છે.

૧. મોસમી ઉત્પાદન:— તમે જાણો છો કે કૃષિ વિષયક ઉત્પાદન નો પાક અમુક ઋતુ દરમિયાન લેવામાં આવે છે. પરંતુ તેમનો વપરાશ અને ઉપયોગ આખા વર્ષ દરમિયાન થતો હોય છે. તેથી આ ઉત્પાદન માટે યોગ્ય સંગ્રહ કે ભંડારની જરૂર હોય છે. જેથી તે જ્યારે આવશ્યક હોય ત્યારે પૂરાં પાડી શકાય.
૨. મોસમી માંગ:— કેટલીક ચીજો એવી હોય છે, જેની માંગ મોસમ પ્રમાણે હોય છે. જેમ કે શિયાળામાં ગરમ કપડાં કે ચોમાસામાં છત્રીઓ. આ વસ્તુઓનું ઉત્પાદન મોસમી માંગને પહોંચી વળવા માટે વર્ષ દરમિયાન થતું રહે છે. તેથી આ ચીજોને વખારમાં સંગ્રહ કરવાનું જરૂરી હોય છે. જેથી જરૂર વખતે તે ઉપલબ્ધ બની રહે.
૩. મોટા પાયા પર ઉત્પાદન:— નિર્મિત વસ્તુઓના કિસ્સામાં આજકાલ ઉત્પાદિત માલની પ્રવર્તમાન માગ તેમજ ભવિષ્યની માંગને પહોંચી વળવા માટે

નોંધ





નોંધ

- ઉત્પાદન થાય છે. નિર્માતાઓ પણ ચીજવસ્તુઓ વિશાળ જથ્થામાં ઉત્પાદિત કરે છે. જેથી મોટા પાયા પર ઉત્પાદનના લાભ લઈ શકાય, જે વધુ કરકસરયુક્ત હોય છે. તેથી તૈયાર માલ જે મોટા પાયા પર ઉત્પાદિત થાય છે તે જ્યાં સુધી વેચાઈ ન જાય ત્યાં સુધી યોગ્ય રીતે સંગ્રહ જરૂરી હોય છે.
૪. ઝડપી પૂરવઠો:- ઔદ્યોગિક તેમજ કૃષિ ચીજવસ્તુઓ કોઈ વિશિષ્ટ સ્થળોએ ઉત્પાદિત થાય છે. પરંતુ દેશભરમાં તે વપરાય છે. તેથી વપરાશ ને સ્થળે આ ચીજવસ્તુઓનો સંગ્રહ કરવો આવશ્યક હોય છે. જેથી વિલંબ વગર આ ચીજવસ્તુઓ ઉપભોક્તાઓને તેમની જરૂર હોય ત્યારે ઉપલબ્ધ હોય છે.
૫. સતત ઉત્પાદન:- કારખાનાંઓમાં ચીજવસ્તુઓના સતત ઉત્પાદન માટે કાચા માલનો પૂરતો પુરવઠો આવશ્યક હોય છે. તેથી ભંડારમાં કાચા માલનો પુરવઠાનો પૂરતો જથ્થો જાળવવો જરૂરી હોય છે, જેથી સતત ઉત્પાદનની ખાતરી મળે.
૬. કિંમતની સ્થિરતા:- બજારમાં ચીજવસ્તુઓની કિંમતની વાજબી કક્ષા જાળવી રાખવા માટે ભંડારમાં પૂરતો જથ્થો (સ્ટોક) રાખવો જરૂરી હોય છે. ચીજવસ્તુઓના પુરવઠાની અછત દ્વારા બજારમાં તેમની કિંમત વધે પણ ખરી. કિંમતમાં ઘટાડો પણ થાય. ચીજવસ્તુઓના પુરવઠાની સમતુલા જાળવવાથી ભંડાર દ્વારા કિંમતની સ્થિરતા જાળવી શકાય છે.



૬.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેનામાંથી કયા વિધાનો સાચા અને કયા ખોટા છે તે જણાવો

૧. વખારની પ્રવૃત્તિ દ્વારા સમયનો અવરોધ દૂર થાય છે.
૨. 'વખાર' એ વેપાર ને અગત્યનો સહાયક નથી.
૩. વખારનો હેતુ એ છે કે અછતના સમયે ભવિષ્યના વપરાશ માટે વધારાની ચીજવસ્તુઓની આપુર્તિ કરવી.
૪. મોસમી પ્રકારની ચીજવસ્તુઓનો સંગ્રહ કરવા ભંડાર પ્રવૃત્તિનો ઉપયોગ થતો નથી.
૫. મોટા પાયા પર વેપાર માટે ભંડાર પ્રવૃત્તિ ઉપયોગી નથી.
૬. 'વખાર' તે કારખાનાઓમાં ચીજવસ્તુઓના સતત ઉત્પાદનમાં સહાય કરે છે.

૬.૩ વખારના પ્રકાર

ભંડારની આવશ્યકતા વિશેતો ખ્યાલ મેળવ્યા પછી ચાલો આપણે વિવિધ પ્રકારના ભંડારો ઓળખીએ.

તમે શીખી ગયા કે વખાર પ્રવૃત્તિ વિવિધ પ્રકારના ચીજવસ્તુઓના સંગ્રહની આવશ્યકતા પૂરી પાડે છે. આવશ્યકતાઓને પહોંચી વળવા માટે વિવિધ પ્રકારના વખારો અસ્તિત્વમાં આવ્યા, જે નીચે પ્રમાણે વર્ગીકૃત કરી શકાય.

૧. ખાનગી (ભંડારો) વખાર

૨. જાહેર સાર્વજનિક (ભંડારો) વખાર
૩. સરકારી (ભંડાર) વખાર
૪. બોન્ડેડ ગોદામ
૫. સહકારી વખાર (ભંડાર)

હવે આપણે આ દરેકની ચર્ચા કરીશું

૧. ખાનગી વખારો:— ભંડારો કે જે નિર્માતાઓ કે વેપારીઓ દ્વારા માલિકી ધરાવતા હોય અને વહીવટ થતો હોય અને તે પણ તેમના પોતાના ચીજવસ્તુઓના સ્ટોક માટે તો તેમને ખાનગી ભંડારો કહે છે. સામાન્ય રીતે આ વખારો ખેડૂતો તેમના ખેતર પાસે બનાવે છે. જથ્થાબંધ વેપારીઓ તેમજ છૂટક વેપારીઓ તેમના વ્યવસાય કેન્દ્રો પાસે અને નિર્માતાઓ તેમનાં કારખાનાં પાસે તૈયાર કરે છે. તેમની ડિઝાઈન તેમજ સુવિધાઓ સંગ્રહ કરવાની ચીજવસ્તુઓના સ્વરૂપ / પ્રકાર પર રહે છે.
૨. જાહેર સાર્વજનિક વખારો:— વખારો કે જે આમ જનતાનો માલસામાનનો સંગ્રહ કરવા ચાલે છે, તે સાર્વજનિક વખાર તરીકે ઓળખાય છે. કોઈ પણ વ્યક્તિ પોતાનો માલસામાન ભાડું ચુકવીને આ વખારોમાં સંઘરી શકે. કોઈ વ્યક્તિ, ભાગીદારી ફર્મ કે કોઈ કંપની આ વખારોની માલિકી ધરાવી શકે. આવી વખાર શરૂ કરવા સરકારની પરવાનગી લાયસન્સ જરૂરી હોય છે. સરકાર પણ આ વખારોનાં કાર્યક્ષેત્ર અને કામગીરીને નિયમન કરી શકે. મોટે ભાગે આ વખારોનો ઉપયોગ ઉત્પાદકો, જથ્થાબંધ વેપારીઓ, નિકાસકારો, આયાતકારો, સરકારી એજન્સી વગેરે દ્વારા થતો હોય છે.
૩. સરકારી વખારો:— આ વખારોની માલિકી, વહીવટ અને નિયંત્રણ કેન્દ્ર અથવા રાજ્ય સરકાર કે પબ્લિક કોર્પોરેશન કે સ્થાનિક ઓથોરિટી ધરાવે છે. સરકારી તેમજ ખાનગી સાહસો બન્ને આ વખારોને ચીજવસ્તુના સંગ્રહ માટે ઉપયોગ કરી શકે. સેન્ટ્રલ વેરહાઉસિંગ કોર્પોરેશન ઓફ ઈન્ડિયા, સ્ટેટ વેરહાઉસિંગ કોર્પોરેશન અને ફૂડ કોર્પોરેશન ઓફ ઈન્ડિયા એ સરકારી વખારોની જાળવણી કરતી એજન્સીઓના ઉદાહરણો છે.
૪. બોન્ડેડ વખારો:— આ વખારોની માલિકી, વહીવટ અને નિયંત્રણ સરકાર તેમજ ખાનગી એજન્સીઓ ધરાવે છે. ખાનગી બોન્ડેડ વખારો એ સરકારમાંથી લાયસન્સ મેળવવું પડે છે. બંધક વખારો આયાત કરેલ માલના કિસ્સામાં આયાત કર્તાઓને ડયુટી ન ભરે ત્યાં સુધી માલ લઈ જવાની છૂટ આપતી નથી. આ વખારો સામાન્ય રીતે ડોક ઓથોરિટીના માલિકીપણ હેઠળ હોય છે. અને તે બંદરોની નજીક જોવા મળે છે.
૫. સહકારી વખારો:— સહકારી મંડળીઓ આ વખારોની માલિકી, વહીવટ અને નિયંત્રણ ધરાવે છે. તે તેમની મંડળીના સભ્યોને વખાર સુવિધા અત્યંત કરકસરભર્યા દરે પૂરી પાડવામાં આવે છે.



નોંધ



નોંધ

૬.૪ આદર્શ વખારનાં લક્ષણો

ઉપરના વિભાગમાં તમે વખારોના જુદા જુદા પ્રકારો વિશે શીખી ગયા. દરેક વખારમાં માલ સામાન એ યોગ્ય સ્થિતિમાં રાખવા માટે પૂરતી વ્યવસ્થા હોય છે. પરંતુ એક આદર્શ વખારમાં નીચે પ્રમાણેના લક્ષણો હોય છે.

૧. વખાર અનુકૂળ સ્થળે હોવી જોઈએ. જેમ કે હાઈવે, રેલ્વે સ્ટેશન, એરપોર્ટ અને દરિયાઈ બંદરોની પાસે જ્યાં માલ સહેલાઈથી ભરી શકાય અને ખાલી પણ કરી શકાય.
૨. માલસામાન ભરવા અને ખાલી કરવા યાંત્રિક ઉપકરણો હોવા જોઈએ. આનાથી કારભાર કરવામાં વ્યય ઓછો થાય અને તે અંગેનું ખચ ઓછું થાય.
૩. વખારમાં માલ યોગ્ય રીતે રાખવામાં પૂરતી જગા હોવી જોઈએ.
૪. ભગડી જાય તેવી ખાદ્ય ચીજો જેમ કે ફળ, શાકભાજી, ઈંડા અને માખણ વગેરેની જાળવણી માટેના વખારોમાં કોલ્ડ સ્ટોરેજની વ્યવસ્થા હોવી જોઈએ.



વખાર

૫. સૂર્ય પ્રકાશ, વરસાદ, પવન, ધૂળ, ભેજ અને ઉપદ્રવીઓથી રક્ષણ માટેની યોગ્ય વ્યવસ્થા હોવી જોઈએ.
૬. વખારની અંદર પૂરતી પાર્કિંગ વ્યવસ્થા હોવી જોઈએ. જેથી સામાન ભરવા અને ખાલી કરવાની કામગીરી સરળ અને ઝડપી બને.
૭. ચોરી ન થાય તે માટે રાત દિવસ સુરક્ષા કર્મચારી પોતાની ફરજ બજાવે.
૮. આગથી નુકશાન ન થાય તે માટે આધુનિક અગ્નિશામક વ્યવસ્થા હોવી જોઈએ.



૬.૨ પાઠગત પ્રશ્નો



નોંધ

- કોંસમાં આપેલ શબ્દોમાંથી યોગ્ય શબ્દો વડે ખાલી જગ્યા પૂરો
૧. ફૂડ કોર્પોરેશન ઓફ ઈન્ડિયા વખારોની જાળવણી કરે છે.
(સરકારી, ખાનગી, બોન્ડેડ)
 ૨. વેપારીઓ વડે પોતાનો માલ સંગ્રહવા વપરાતા વખારો વખારો તરીકે ઓળખાય છે.
(બોન્ડેડ, સાર્વજનિક, ખાનગી)
 ૩. વખાર શરૂ કરવા માટે સરકારમાંથી લાયસન્સ જરૂરી નથી.
(બોન્ડેડ, ખાનગી, સાર્વજનિક)
 ૪. બોન્ડેડ વખારો સમમાન્ય રીતે નજીક જોવા મળે છે.
(ઔદ્યોગિક વિસ્તાર, બંદરો, વાણિજ્ય કેન્દ્રો)
 ૫. માલ કે જેને માટે આયાત ડ્યુટી ચૂકવવામાં આવી ન હોય તેને વખારમાં રાખવામાં આવે છે.
(ખાનગી, બોન્ડેડ, સાર્વજનિક)

૬.૫ વખારનાં કાર્યક્ષેત્રો

તમે શીખી ગયા કે (બંડારો) વખારો માલસામાન મોટા પાયા પર પધ્ધતિસર અને વ્યવસ્થિત રીતે જાળવે છે. તે માલને ગરમી, પવન, તોફાન-વાવાઝોડું, ભેજ વગેરે સામે રક્ષણ પુરું પાડે છે અને બગાડ, અપવ્યય વગેરેને લીધે ખર્ચ પણ ઘટાડે છે. દરેક વખારનું આ પાયાનું કાર્ય છે. વધારામાં વખારો આજકાલ અન્ય વિવિધ કાર્યો પણ કરે છે. આ વિભાગમાં ચાલો, આપણે વખારોનાં વિવિધ કાર્યો વિશે શીખીએ.

વખારો નીચેના કાર્યો કરે છે.

૧. માલસામાનનો સંગ્રહ
૨. માલનું રક્ષણ
૩. જોખમ ઉઠાવવું
૪. નાણાકીય સુવિધાઓ
૫. પ્રક્રિયાકરણ
૬. ગ્રેડિંગ તથા બ્રાડિંગ
૭. વાહનવ્યવહાર વ્યવસ્થા

હવે આપણે દરેક કાર્યની ચર્ચા કરીશું

૧. માલસામાનનો સંગ્રહ:— વખારનું મૂળભૂત કાર્ય ચીજવસ્તુઓનો મોટા જથ્થાનો સંગ્રહ કરવો તે છે. આ વસ્તુઓ તેમના ઉત્પાદન કે ખરીદીથી માંડીને તેમના ઉપભોગ (વપરાશ) કે ઉપયોગ થાય ત્યાં સુધી સંઘરવામાં આવે છે.
૨. માલનું સંરક્ષણ:— વખાર ચીજવસ્તુઓની ગરમી, ધૂળ, પવન અને ભેજ વગેરેથી થતા નુકસાન કે હાનિથી બચાવે છે. તે વિવિધ ઉત્પાદનના સ્વરૂપ પ્રમાણે વિશિષ્ટ વ્યવસ્થા કરે છે. તેનાથી માલના સંગ્રહ દરમિયાન થતા બગાડ અને અપવ્યયને લીધું થતું નુકસાન ઘટે છે.



નોંધ

૩. જોખમ ઉઠાવવું:- વખારો વસ્તુઓના સંગ્રહને આનુષંગિક જોખમ ઉઠાવે છે. એક વાર ચીજવસ્તુઓ વખારના માલિકના હસ્તક સંગ્રહ માટે મુકાય એટલે આ ચીજવસ્તુઓની જવાબદારી વખાર સાયવનારની બને છે. આમ, સંગ્રહ દરમિયાન ચીજવસ્તુઓને થતા નુકસાન કે હાનિનું જોખમ વખાર સાયવનાર ભોગવે છે. ચીજવસ્તુઓ સારી સ્થિતિમાં પરત કરવાનું બંધન હોઈ વખાર કોઈ નુકસાન ચોરી કે હાનિ વગેરે માટે જવાબદાર ગણાય છે. આમ વખાર (વેર-હાઉસ) કોઈપણ દુર્ઘટનાને રોકવા તમામ સાવચેતીઓ લે છે.



વેર હાઉસ માં સામાન

૪. નાણાકીય સુવિધા:- જ્યારે ચીજવસ્તુઓ વખારમાં સંગ્રહ તરીકે મૂકવામાં આવે છે ત્યારે જમા કરનારને એક પહોંચ આપવામાં આવે છે. જે ચીજ વસ્તુઓ જમા કરાવવા માટેનો પુરાવો બની રહે છે. વળી, વખારો માલસામાનના માલિકની તરફેણમાં એક દસ્તાવેજ આપે છે, જેને વખાર કીપર વોરંટ કહે છે. આ વોરંટ એ અધિકારપત્ર હોય છે. અને તે દસ્તાવેજોની પાછળ હસ્તાક્ષર કરી હસ્તાંતરિત કરી શકાય છે. તેથી વસ્તુઓ જ્યારે (ભંડાર) વખાર સાયવનારના કબજામાં હોય, ત્યારે વ્યવસાયી વ્યક્તિઓ તેના પર બેંક કે અન્ય નાણાકીય સંસ્થાઓમાંથી તે વોરંટને ગીરવે મુકીને લોન મેળવી શકે છે. કેટલાક કિસ્સાઓમાં ભંડારો ડિપોઝિટરને ટૂંકા સમયગાળા માટે ચીજવસ્તુઓને જામીનગીરી ગણીને નાણાં એડવાન્સ પણ આપી શકે.
૫. પ્રક્રિયાકરણ:- કેટલીક વસ્તુઓ જે સ્વરૂપમાં ઉત્પાદિત થાય તે જ સ્વરૂપમાં વપરાતી નથી. તેમને વપરાશ યોગ્ય બનાવવા માટે તેના પર પ્રક્રિયા જરૂરી છે. ઉદાહરણાર્થ અનાજને પોલિશ કરવામાં આવે છે. (ઈમારતી) લાકડાને પાકું કરવામાં આવે છે અને ફળોને પકવવામાં આવે છે. વગેરે કેટલીક વાર વખારો માલિકો વતી આ પ્રવૃત્તિઓ પણ હાથ ધરે છે.
૬. ગ્રેડિંગ અને બ્રાડિંગ:-વખારો વિનંતીથી ઉત્પાદકો, જથ્થાબંધ વેપારીઓ કે આયાત કરનારાઓ વતીથી ચીજવસ્તુઓને ગ્રેડિંગ અને બ્રાડિંગના કાર્યો પણ હાથ ધરે છે. વળી તે ચીજવસ્તુઓ સાથે કામ પાડવાની અને વેચાણની અનુકૂળતા માટે મિશ્રણ, બ્લેન્ડિંગ અને પેકેજિંગની સુવિધાઓ પણ પૂરી પાડે છે.
૭. વાહનવ્યવહાર વ્યવસ્થા:- કેટલાક કિસ્સાઓમાં વખારો જથ્થાબંધ વેપારીઓ માટે વાહનવ્યવહારની વ્યવસ્થાની જોગવાઈ કરે છે તે ઉત્પાદનના સ્થળેથી

વસ્તુઓ એકત્ર કરે છે. વેપારીને વિનંતીથી તે તબદીલ (રવાના) કરવાના સ્થળે મોકલે પણ છે.

૬.૬ વખારના લાભ

વખાર વ્યવસાય સમાજને ઘણા લાભ આપે છે. પછી તે ઉદ્યોગ હોય કે વેપાર. તે અનેક લાભ પૂરા પાડે છે, જેની યાદી નીચે મુજબ છે.

૧. ચીજવસ્તુઓનું રક્ષણ અને જાળવણી:— વખાર વ્યવસાયી વ્યક્તિઓની તેમની વસ્તુઓના સંગ્રહ માટે જરૂરી સુવિધાઓ પુરી પાડે છે. એવે વખતે જ્યારે તે વેચાણ માટે જરૂરી ન હોય તે સ્ટોકને રક્ષણ પુરું પાડે છે. તેમની સલામતીની ખાતરી આપે છે અને બગાડ અટકાવે છે. તે તૂટવા, ફૂટવાથી, ગુણવત્તામાં ઘટાડાથી બગાડ થવાથી વગેરેથી થતી હાનિ ઘટાડે છે. વખારો સામાન્ય રીતે અઘતન ટેકનોલોજી અપનાવે છે, જેથી શક્ય હોય ત્યાં સુધી હાનિ રોકી શકાય.
૨. વસ્તુઓનો નિયમિત પ્રવાહ:— ઘણી ચીજો જેમ કે ચોખા, ઘઉં વગેરે અમુક ઋતુમાં ઉત્પાદિત થાય છે. પરંતુ તેમનો વપરાશ વર્ષભર થતો હોય છે. વખાર દ્વારા આવી મોસમી ચીજોનો વર્ષ દરમ્યાન નિયમિત પુરવઠો મળતો રહે છે.
૩. ઉત્પાદનમાં સાતત્ય:— વખાર નિર્માતાઓને ઉત્પાદન ચાલુ રાખવા માટે ને તે પણ કાચા માલનાં સંગ્રહ વિશે હેરાન (ચિંતિત) થયા વગર શક્ય બનાવે છે. તે મોસમી કાચો માલ કોઈ તૂટ વગર સતત પૂરો પાડવામાં સહાય કરે છે, જેથી તૈયાર ચીજો ઉત્પાદિત કરી શકાય.
૪. અનુકૂળ સ્થાન:— વખારો સામાન્ય રીતે અનુકૂળ સ્થળોએ રોડ, રેલ કે જળમાર્ગ નજીક ચીજવસ્તુઓના હેરફેરની સુવિધા માટે સ્થાપિત હોય છે. અનુકૂળ સ્થાન વાહનવ્યવહારોનો ખર્ચ ઘટાડે છે.
૫. સરળતાથી કામ પાડવું:— આધુનિક વખારો સામાન્ય રીતે યાંત્રિક ઉપકરણો સાથે જોડાયેલ છે, જેથી ચીજોની સાથે કામ સરળતાથી પાડી શકાય. ભારે અને વિપુલ જથ્થામાં ચીજો આધુનિક યંત્રોનો ઉપયોગ કરી ભરી શકાય કે ખાલી કરી શકાય. જે આવી અને ચીજો સાથેના વ્યવહારમાં થતો ખર્ચ ઘટાડે છે. આવા યંત્રો માલ ભરવામાં અને ખાલી કરવામાં બગાડ ન્યૂનતમ કરે છે.
૬. નાના વ્યવસાયીઓ માટે ઉપયોગી:— પોતાના વખારની રચના કરવા માટે ભારે મૂડી રોકાણ જરૂરી હોય છે, જે નાના ધંધાથી ઓને પરવડી શકે નહિ. આ પરિસ્થિતિમાં ભાડા તરીકે નામની રકમ ચૂકવીને તેઓ તેમનો કાચો માલ તેમજ તૈયાર ઉત્પાદનો સાર્વજનિક વખારોમાં જાળવી શકે છે.
૭. રોજગારી ઉભી કરવી:— વખારો દેશના દરેક ભાગમાં કુશળ અને બિનકુશળ બંને પ્રકારના કામદારો માટે રોજગારીની તકો ઉભી કરે છે. લોકો માટે તે આવકનો સ્ત્રોત બને છે, જે તેમનું જીવનધોરણ ઉન્નત બનાવે છે.
૮. વસ્તુઓના વેચાણને સરળ બનાવે:— વસ્તુઓના વેચાણ માટે જરૂરી કેટલાંક સોપાનો જેમ કે ભાવિક ખરીદનારાઓ દ્વારા વસ્તુઓનું નિરીક્ષણ, ગ્રેડીંગ, બ્રાન્ડિંગ, પેકેજિંગ અને લેબલિંગ વખારો દ્વારા કરાવી શકાય. વસ્તુઓની માલિકી વખાર સાચવનારના વોરંટ સોંપીને ખરીદનારને સહેલાઈથી હસ્તાંતરિત કરી શકાય.





નોંધ

૯. નાણાંની ઉપલબ્ધતા:- વખાર સાચવનારના રસીદની જામીનગીરી સામે બેંક અને અન્ય નાણાકીય સંસ્થાઓમાંથી લોન સહેલાઈથી લઈ શકાય. કેટલાક કિસ્સાઓમાં વખારો ચીજોને જામીનગીરી તરીકે રાખીને ડિપોઝિટરોને એડવાન્સની જોગવાઈ પણ કરી શકે છે.
૧૦. નુકસાનનું જોખમ ઘટાડે:- વખારમાં માલ સારી રીતે રક્ષિત અને જાળવેલો હોય છે. વખારો ચોરી નિવારવા સલામતી સ્ટાફ ઓછા ખર્ચે રોકી શકે, જાળવણી માટે જંતુનાશકો દવાનો ઉપયોગ્ય કરી શકે અને બગડી જાય તેવી વસ્તુઓ માટે કોલ્ડ સ્ટોરેજની વ્યવસ્થા કરી શકે. તેઓ અગ્નિશામક ઉપકરણ, આગને નિવારવા માટે સ્થાપિત કરી શકે છે. વળી સંગ્રહ કરી શકે. વળી સંગ્રહ કરેલ માલનો નુકસાનના કિસ્સામાં વળતર માટે વીમો ઉતરાવી શકે છે.



૬.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેનાં પૈકી કયા વિધાનો સાચા છે અને કયા ખોટા છે તે જણાવો.
૧. વખારનું મૂળભૂત કાર્ય માલનો સંગ્રહ કરવો તે છે.
 ૨. વખારમાં થતું નુકસાન વખાર સાચવનારે ઉઠાવવાનું હોતું નથી.
 ૩. વખારના માલિકની રસીદ બેંકમાંથી લોન માટે જામીનગીરી તરીકે કામ કરી શકે.
 ૪. વખારની સેવા સતત ઉત્પાદન અને નિયમિત પુરવઠામાં મદદ કરે છે.
 ૫. વખારની સેવા કોઈ રોજગાર તકો ઉભી કરતું નથી.
૨. બહુવિકલ્પનિય પ્રશ્નો
૧. નીચેનામાંથી કઈ બાબત વખારની સેવા માટે જરૂરી નથી.

અ. ઝડપી માલનો પૂરવઠો	બ. ઋતુગત માલનું ઉત્પાદન
ક. મોટા પાયા પર ઉત્પાદન	ડ. નાના પાયા પર ઉત્પાદન
 ૨. નીચેની કઈ વખાર વિમાની મથકે અથવા દરિયાઈ બંદરે જોવા મળે છે.

અ. જાહેર વખાર	બ. સરકારી વખારો
ક. બોન્ડેડ ગોદામ	ડ. સહકારી વખારો
 ૩. જે વખારોની માલિકી અને સંચાલન ઉત્પાદકો કે વેપારીઓની હોય છે. જેમનો મુખ્ય હેતુ માત્ર પોતાના જ માલનો સંગ્રહ કરવાનો હેતુ હોય છે.

અ. સરકારી વખારો	બ. ખાનગી વખારો
ક. જાહેર વખારો	ડ. સહકારી વખારો
 ૪. નીચેનું કયું કાર્ય વખારની સેવાનું નથી?

અ. જોખમ ઉઠાવવું	બ. નાંણાકીય સવલત
ક. દરેક ગ્રાહકને વાહન વ્યવહારની સેવા	ડ. માલનું રક્ષણ
 ૫. નીચેનો કયો લાભ વખારની સેવાનો નથી.

- અ. નાના ઘંઘાથી ઓને ઉપયોગી
- બ. અનુકૂળ જગ્યાએ ઉપલબ્ધી
- ક. રોજગારી ન આપી શકે
- ડ. નાંણાકીય સુવિધા સરળતાથી ઉપલબ્ધ



તમે શું શીખ્યા?

- વખારની સેવા એટલે માલનો મોટા પાયા પર પધ્ધતિસર અને વ્યવસ્થિત સંગ્રહ ઉત્પાદનના સમયથી તે વપરાશના સમય સુધી તે સમયનો અવરોધ દૂર કરે છે. તે વેપાર માટે અગત્યની સેવા છે.
- વખારની જરૂરીયાત નીચે મુજબ છે.
 ૧. ચીજવસ્તુઓનું મોસમી ઉત્પાદન
 ૨. મોસમી માગ
 ૩. મોટા પાયા પર ઉત્પાદન
 ૪. ઝડપી પુરવઠો
 ૫. સતત ઉત્પાદન
 ૬. કિંમતનું સ્થિરતાકરણ
- વખારોના પ્રકાર
 ૧. ખાનગી વખારો
 ૨. સાર્વજનિક વખારો
 ૩. સરકારી વખારો
 ૪. બોન્ડેડ વખારો
 ૫. સહકારી વખારો
- આદર્શ વખારનાં લક્ષણો
 ૧. અનુકૂળ સ્થળ
 ૨. માલ સાથે કામ પાડવા યાંત્રિક ઉપકરણોનો ઉપયોગ
 ૩. માલના સંગ્રહ માટે પૂરતી જગ્યા
 ૪. બગડી જાય તેવી (ખાદ્ય) ચીજો માટે કોલ્ડ સ્ટોરેજની સગવડ
 ૫. સૂર્ય પ્રકાશ, વરસાદ, પવન, ધૂળ, ભેજ અને ઉપદ્રવીઓથી માલનું રક્ષણ
 ૬. વાહનો માટે પૂરતી પાર્કિંગની જગ્યા
 ૭. ચોવીસે કલાક સલામતીની વ્યવસ્થા
- વખારોના કાર્યો
 ૧. માલનો સંગ્રહ
 ૨. માલનું રક્ષણ
 ૩. જોખમ ઉઠાવવું
 ૪. નાણાકીય સુવિધા



નોંધ



નોંધ

૫. પ્રક્રિયાકરણ
૬. ગ્રેડિંગ અને બ્રાન્ડિંગ
૭. વાહનવ્યવહાર વ્યવસ્થા
૮. અગ્નિશામક ઉપકરણનો ઉપલબ્ધી

- વખાર પ્રવૃત્તિ (વેર-હાઉસિંગ) ના લાભ
૧. માલનું રક્ષણ અને તેની જાળવણી
 ૨. માલનો નિયમિત પ્રવાહ
 ૩. ઉત્પાદનમાં સાતત્ય
 ૪. અનુકૂળ સ્થળ
 ૫. સરળ કામ પાડવું
 ૬. નાના ધંધાર્થીઓ માટે ઉપયોગી
 ૭. રોજગારી ઉભી કરવી.
 ૮. માલના વેચાણને સરળ બનાવે.
 ૯. નાણાંની ઉપલબ્ધતા
 ૧૦. નુકસાનનું જોખમ ઘટાડે



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

૧. વખારની સેવા એટલે શું?
૨. વખારની જરૂરિયાત સમજાવો.
૩. આદર્શ વખારની છ લાક્ષણિકતાઓનું વર્ણન કરો.
૪. વખારોના વિવિધ પ્રકારોનું વર્ગીકરણ કરો તેમને ટૂંકમાં સમજાવો.
૫. સાર્વજનિક અને ખાનગી વખારો વચ્ચે તફાવત આપો.
૬. વખારના કાર્યો સમજાવો.
૭. સાર્વજનિક વખાર એટલે શું ? સાર્વજનિક વખારનાં કોઈ પણ ત્રણ કાર્યો જણાવો.
૮. ધંધાર્થી ઓ લોકો માટે વખારના લાભ વર્ણવો.
૯. બોન્ડેડ વખાર આયાતકર્તાઓને કઈ રીતે ઉપયોગી હોય છે ?
૧૦. વખારની સેવા એ વેપારની એક અગત્યની સેવા છે. આ વિધાન લગભગ ૬૦ શબ્દોમાં સમજાવો.



પાઠગત પ્રશ્નોની ચાવી (જવાબ)

૬.૧

- | | | |
|-----------|-----------|-----------|
| (૧) સાચું | (૨) ખોટું | (૩) સાચું |
| (૪) ખોટું | (૫) ખોટું | (૬) સાચું |

૬.૨

- | | | |
|------------|-------------|-----------|
| (૧) સરકારી | (૨) ખાનગી | (૩) ખાનગી |
| (૪) બંદરો | (૫) બોન્ડેડ | |

૬.૩

- | | | |
|-----------|-----------|-----------|
| (૧) સાચું | (૨) ખોટું | (૩) સાચું |
| (૪) સાચું | (૫) ખોટું | |



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

સ્ટોર અને વખારના કાર્યોનું તુલનાત્મક પત્રક બનાવો સ્ટોર વખારથી કઈ રીતે જુદો પડે છે?

(મુદ્દાઓ:— સંગ્રહ ક્ષમતા, સંગ્રહ સ્થિતિઓ, માલિકીપણું, ઉપલબ્ધ સુવિધાઓને આધારે સરખામણી કરો)



નોંધ



માહિતીસંચારની સેવા

આપણે બધા જાણીએ છીએ કે મનુષ્ય સામાજિક પ્રાણી છે. તે એકલો રહી શકે નહિ. સમાજના એક સભ્ય તરીકે તે અન્યો પર આધારિત છે. ઘણીખરી વસ્તુઓ માટે બીજાની મદદ લેવી પડે છે. પરંતુ પ્રશ્ન એ છે કે બીજાને શું જોઈએ તે કોઈ કેવી રીતે જાણી શકે? કોઈ વ્યક્તિ એ તેની લાગણીઓ, વિચારો, ખ્યાલો, આવશ્યકતાઓ, અનુભવો વગેરે બીજાને એવી રીતે મોકલવા જેથી તે તેને સાચી રીતે સમજી શકે. આ જ વસ્તુ વ્યવસાયમાં પણ બને છે. તે ગ્રાહકો, સરકાર, માલિકો, કર્મચારીઓ વગેરેને માહિતી આપે છે અને તે જ વખતે તેમની પાસેથી માહિતી મેળવે છે. આ પાઠમાં ચાલો આપણે જાણીએ કે લોકો તેમની લાગણીઓ, વિચારો, ખ્યાલો, સંદેશો વગેરે કઈ રીતે પહોંચાડે છે.



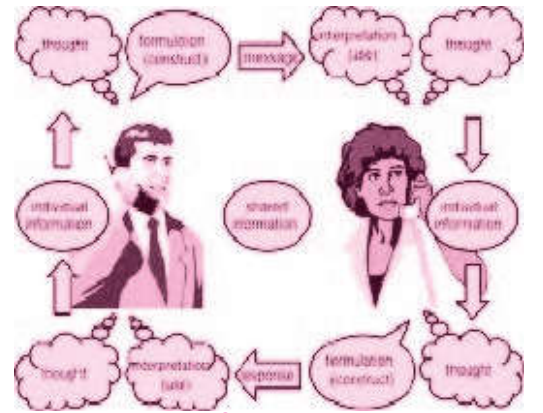
હેતુઓ:-

આ પાઠ શીખ્યા પછી તમે જાણી શકશો :

- માહિતી સંચારની વ્યાખ્યા આપી શકશો.
- માહિતી સંચાર પ્રક્રિયાનાં તત્વો જણાવી શકશો.
- વ્યવસાયમાં માહિતી સંચારની અગત્ય સમજાવી શકશો.
- માહિતી સંચારના પ્રકારો ઓળખાવી શકશો.
- માહિતી સંચારનાં વિવિધ સાધનોનું વર્ણન કરી શકશો. અને
- માહિતી સંચારના અવરોધો સમજી શકશો.

૭.૧ માહિતી સંચારનો અર્થ

દરરોજ તમે તમારા કુટુંબના સભ્યો, મિત્રો અને સંબંધીઓ સાથે વિવિધ બાબતો વિશે વાત કરો છો. તમે જુદા જુદા પ્રસંગોએ તમારા મિત્રો અને સંબંધીઓ પાસેથી પત્રો મેળવો છો. તમે તે પત્રોના જવાબ પણ આપો છો. કેટલીકવાર તાકીદના સંદેશ મોકલવા તમે ટેલિગ્રામ (તાર) મોકલો છો કે ટેલિફોન કોલ કરો છો. આ પ્રક્રિયામાં તમે અન્યો સાથે માહિતીનું આદાન પ્રદાન કરી શકો છો. તે જ રીતે તઓ



માહિતી સંચાર

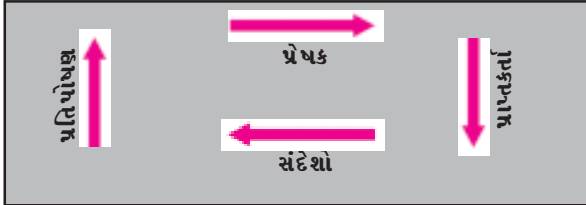


નોંધ

પણ તમારી સાથે તેમના અનુભવો જણાવે છે. તમે એ જોયું હશે કે ઓફિસમાં ઓફિસર પટાવાળાને બોલાવવા બેલ (ઘંટડી) વગાડે છે. લોકો રોડ ક્રોસિંગ આગળ ટ્રાફિક સિગ્નલની લાલ લાઈટ જોઈને તેઓના વાહન થંભાવે છે અને પછી લીલી લાઈટ જોતાં ચલાવવાનું શરૂ કરે છે. શાળામાં પણ વિદ્યાર્થીઓ શાળા દ્વારા ઘંટ સાંભળીને પ્રાર્થના માટે ભેગા થાય છે. આ સાધનો દ્વારા કોઈ સંદેશ મોકલાય છે અને સમજાય છે. અને તે પણ બોલ્યા કે લખ્યા વગર બે કે વધુ વ્યક્તિઓ વચ્ચે માહિતી ખ્યાલો અને અનુભવોના વિનિમયની આ તમામ પ્રવૃત્તિઓ માહિતી સંચાર કહેવાય છે.

માહિતી સંચારની આ વ્યાખ્યા આ રીતે કરી શકાય : "બે કે વધુ વ્યક્તિઓ વચ્ચે વાણી, લેખન, હાવભાવ કે સંકેતો દ્વારા હકીકત, ખ્યાલો, અભિપ્રાય, વિચારો અને માહિતીનો વિનિમય (આદાન પ્રદાન)."

માહિતી સંચારની આ પ્રક્રિયા હંમેશા સંદેશા ધરાવે છે, જે પાર્ટી વચ્ચે મોકલવાના હોય છે. બે પાર્ટીઓ હોય છે. એક મોકલનાર, જે સંદેશો મોકલે છે અને બીજી મેળવનાર જે સંદેશો મેળવે છે. સામાન્ય રીતે માહિતી સંચારની પ્રક્રિયા ત્યારે પૂર્ણ થઈ કહેવાય, જ્યારે પ્રાપ્તકર્તા (મેળવનાર) સંદેશ સમજે અને તેનું પ્રતિપોષણ કે પ્રતિભાવ આપે. રોડ ક્રોસિંગ આગળ લાલ લાઈટનું ટ્રાફિક સિગ્નલ વાહન થોભાવવાનો સંદેશો આપે છે. જ્યારે લોકો ટ્રાફિક સિગ્નલનો લાલ લાઈટ જોઈને પોતાના વાહન થોભાવે છે. ત્યારે તે પ્રતિપોષણ કે પ્રતિભાવ કહેવાય છે. આ પ્રતિપોષણ કોઈ પણ સ્વરૂપમાં હોઈ શકે. તમારા મિત્ર સાથે વાત કરતી વખતે પણ માથું હલાવવું પણ પ્રતિપોષણ તરીકે ગણાય છે. આમ સંદેશા પ્રેષક અને પ્રાપ્તકર્તાની સાથે સાથે પ્રતિપોષણ પણ માહિતી સંચાર પ્રક્રિયામાં એક આવશ્યક તત્વ હોય છે.



માહિતી સંચારની પ્રક્રિયા

તેથી માહિતી સંચાર પ્રક્રિયામાં નીચેના તત્વોનો સમાવેશ થાય છે.

પ્રેષક:- (મોકલનાર) સંદેશો મોકલે, તે વ્યક્તિ, જેને સ્ત્રોત તરીકે પણ ઓળખાય.

પ્રાપ્તકર્તા:- (મેળવનાર) સંદેશો મેળવે તે વ્યક્તિ.

સંદેશો:- માહિતી સંચારનું વિષયવસ્તુ તેમાં હકીકતો, ખ્યાલો, લાગણીઓ કે વિચારોનો સમાવેશ થાય છે.

પ્રતિપોષણ:- સંદેશા અંગે પ્રાપ્તકર્તાનો પ્રતિભાવ, પ્રતિક્રિયા કે પ્રત્યુત્તર જે મોકલનાર તરફ અભિપ્રેત હોય છે.



પ્રાપ્તકર્તાને સંદેશો મોકલવા માટે કે પ્રાપ્તકર્તા પાસેથી પ્રતિપોષણ મેળવવા માટે આપણને માધ્યમ જરૂરી છે. જેને માહિતી સંચારનું માધ્યમ કે સાધન કહે છે. તે પ્રાપ્તકર્તાને સંદેશો લઈ જાય છે. અને પ્રાપ્તકર્તા પાસેથી પ્રતિપોષણ લાવે છે.



૭.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. સાચા વિધાન આગળ 'T' (સા) લખો અને ખોટા વિધાન આગળ 'F' (ખો) લખો.
 ૧. વ્યક્તિઓ વચ્ચે માહિતી, ખ્યાલો અનુભવોનો વિનિમય એટલે માહિતી સંચાર.
 ૨. માહિતી સંચારની પ્રક્રિયામાં સંદેશ હંમેશા ન પણ હોય.
 ૩. પ્રતિપોષણ એ માહિતી સંચાર પ્રક્રિયાનું કોઈ એક તત્વ હોય
 ૪. લોકોને થોભવાનો સંકેત દર્શાવતો ટ્રાફિક પોલીસ એ માહિતી સંચારની પ્રક્રિયા છે.
૨. યોગ્ય શબ્દો / પદો વડે ખાલી જગ્યા પૂરો
 ૧. સંદેશો મોકલે તે વ્યક્તિ કહેવાય.
 ૨. સંદેશને પ્રાપ્તકર્તાનો પ્રતિભાવ એ કહેવાય.
 ૩. જે સંદેશ મેળવે તે વ્યક્તિ કહેવાય.
 ૪. માહિતી સંચારના વિષયવસ્તુમાં નો સમાવેશ થાય.
 ૫. કોઈપણ સંદેશનું પ્રતિપોષણ તરફ હંમેશા નિર્દેશિત થાય.

૭.૨ માહિતી સંચારનું મહત્વ

૧. માહિતી સંચાર એ સત્ય-હકીકતો, આક તિઓ અને વિચારો રજૂ કરવા માટે અગત્યનું છે.
૨. પેઢી માટે એક અંકુશનું સાધન છે. જેનાથી ધંધાકીય એકમની પ્રક્રિયા, વચ્ચે સંકલન સાધી શકાય છે. તેમજ વિભાગો - કર્મચારીઓ અને વ્યક્તિગત દેખરેખ રાખી શકાય છે.
૩. માહિતી સંચાર ધંધાની કાર્યક્ષમતા વધારે છે. તેમજ ધંધાની પ્રતિષ્ઠામાં પણ વધારો થાય છે.
૪. માહિતી સંચાર બાહ્ય પક્ષકારો જેવા કે માલનો પૂરવઠો પૂરો પાડતા અને ગ્રાહકો વગેરે સાથે પેઢીના સંબંધો જાળવે છે.
૫. માહિતી સંચાર લોકોને શિક્ષિત બનાવે છે. તેમના જ્ઞાનની સીમા પ્રસારે છે અને તેમની પ્રતિભાને ખીલવે છે.
૬. ભાષા અને લોક સંપર્કમાં નડતા અવરોધો દૂર કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે.
૭. તે લોકોને નવી શોધ ખોળ, નવી ટેકનોલોજી અને નવા ઉત્પાદનોનો માહિતી આપે છે.

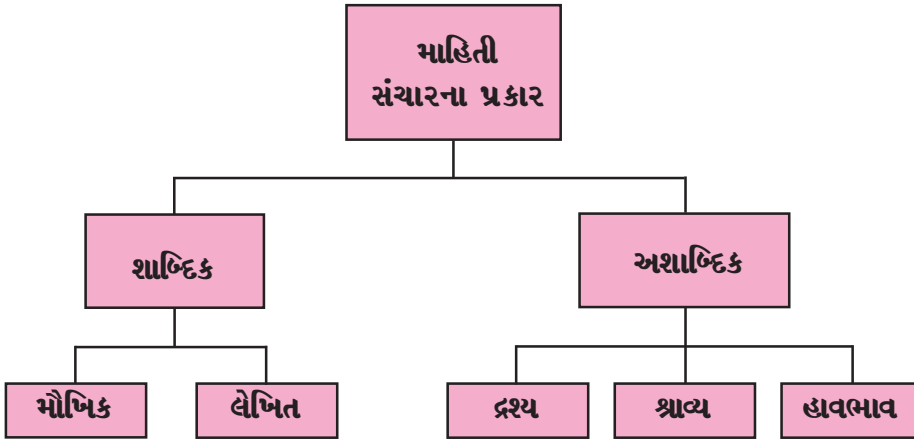
૮. માહિતી સંચાર બીજાઓએ ઉપલબ્ધ કરેલ લક્ષ્યાંકો અને શોધ ખોળનો લાભ અન્યને આપે છે.

૭.૩ માહિતી સંચારના પ્રકારો

જ્યારે આપણે બીજાઓ સાથે વાતચીત કરીએ છીએ કે તેમને લખીએ છીએ ત્યારે આપણી વચ્ચે માહિતી સંચાર થાય છે. પરંતુ આવા માહિતી સંચાર માટે ભાષા આવશ્યક છે. શબ્દોની મદદથી થતું માહિતી સંચાર શાબ્દિક માહિતી સંચાર કહેવાય છે. તે જ પ્રમાણે જ્યારે આપણે આપણા મિત્રોને મળીએ ત્યારે આપણે તેમની સાથે હાથ મિલાવીએ છીએ તે પણ કોઈ અર્થ પહોંચાડે છે. આ અશાબ્દિક માહિતી સંચારનું ઉદાહરણ છે. કોઈ પણ શબ્દોના ઉપયોગ વગર થતું માહિતી સંચાર કહેવાય છે. ચાલો, આપણે આ બે (પ્રકારો) વિશે જાણીએ.



નોંધ



શાબ્દિક માહિતી સંચાર બોલેલા કે લખેલા શબ્દો દ્વારા થતું હોય છે. બોલેલા શબ્દો દ્વારા થતું માહિતી સંચાર મૌખિક માહિતી સંચાર તરીકે ઓળખાય છે. જે પ્રવચન (વાતા લાપ) મિટિંગ, જૂથ ચર્ચા, પરિષદ, ટેલિફોન, વાતચીત, રેડિયો સંદેશ વગેરેસ્વરૂપમાં હોઈ શકે. લેખિત માહિતી સંચારમાં સંદેશો લેખિત શબ્દો દ્વારા પત્રો, મેમો, પરિપત્રો, નોટિસ, રીપોર્ટ, મેન્યુઅલ સામયિક, (મેગેઝિન), હેન્ડબુક વગેરે સ્વરૂપે સંક્રમિત થાય છે.

અશાબ્દિક માહિતી સંચાર 'દ્રશ્ય', 'શ્રાવ્ય' કે હાવભાવ (સાંકેતિક) હોઈ શકે. કેટલીક વાર તમે કોઈ ચિત્ર, આલેખ, સંકેત, આકૃતિ વગેરે જુઓ છો અને કોઈ સંદેશ તમને પહોંચે છે. આ તમામ જુદાં જુદાં પ્રાણીઓનો ચાર્ટ દર્શાવતો શિક્ષક એ દ્રશ્ય માહિતી સંચાર છે. ઘંટ, સિસોટી, બઝર, હોર્ન વગેરે પણ સાધનો છે જે દ્વારા આપણે સંદેશો મોકલી શકીએ. આ પ્રકારના ધ્વનિની સહાયથી થતું માહિતી સંચાર અને 'શ્રાવ્ય' માહિતી સંચાર છે. ઉદાહરણાર્થ શાળાઓ અને કોલેજોમાં પિરિયડના પ્રારંભ કે અંત વિશે જાણ કરવા માટે વાગતો ઘંટ, કામદારોની કાર્ય પાળીના ફેરફારની જાણ કરવા કારખાનામાં વપરાતી સાયરન એ શ્રાવ્ય માહિતી સંચારના ઉદાહરણો છે.



નોંધ

માનવશરીરના વિવિધ ભાગોના ઉપયોગ દ્વારા કે શારિરીક હાવભાવ (ભાષા) દ્વારા થતું માહિતી સંચાર હાવભાવ માહિતી સંચાર કહેવાય છે. આપણો રાષ્ટ્રધ્વજ ને સલામી, રાષ્ટ્રગીતના ગાન દરમિયાન હલનચલન વગરની સ્થિતિ, હાથ હલાવવા માર્થું હલાવવું, ચહેરા પર ગુસ્સાનો ભાવ દર્શાવવો વગેરે હાવભાવ (અંગચેષ્ટા) માહિતી સંચારના ઉદાહરણો છે.



૭.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

- અ. યોગ્ય શબ્દો વડે ખાલી જગ્યા પુરો
૧. શબ્દોની મદદથી થતો માહિતીસંચાર તરીકે ઓળખાય છે.
 ૨. બોલેલા શબ્દો દ્વારા થતું માહિતી સંચાર તરીકે જાણીતું છે.
 ૩. માનવશરીરના વિવિધ ભાગો દ્વારા થતું માહિતી સંચાર કહેવાય છે.
 ૪. ચિત્રો, સંકેત, આકૃતિઓ વગેરેની સહાયથી થતું માહિતી સંચાર તરીકે ઓળખાય છે.
- બ. શાબ્દિક માહિતી સંચાર દર્શાવતા વાક્યાંશ આગળ 'V' લખો અને અશાબ્દિક માહિતી સંચાર દર્શાવતા વાક્યાંશ આગળ 'NV' લખો.
૧. પત્ર વાંચતી વ્યક્તિ
 ૨. વિદ્યાર્થીને ગુસ્સા સાથે જોતો શિક્ષક.
 ૩. રાષ્ટ્રધ્વજને સલામી.
 ૪. દુકાનદાર સાથે વાતચીત.
 ૫. શાંતિથી મસ્તક હલાવવું.

૭.૪ માહિતી સંચારના સાધનો

આપણે વિવિધ રીતે એકબીજા સાથે માહિતી સંચાર કરીએ છીએ. આ બધા માહિતી સંચારના સાધનો કહેવાય છે. મુખો-મુખ સંપર્કમાં આપણે આપણા શરીરના જુદા જુદા ભાગોનો ઉપયોગ કરીએ છીએ અથવા આપણે એનાથી સંદેશ મોકલીએ છીએ. ઉદાહરણાર્થ, આપણે લેખિત સંદેશ મોકલવા પત્રોનો ઉપયોગ કરીએ છીએ. ટેલિફોન પર બીજાઓ સાથે વાતચીત કરીએ છીએ. ટેલિગ્રામ મોકલીએ છીએ અને આપણા સંદેશ મોકલવા વિવિધ આધુનિક મશીનો જેમ કે કમ્પ્યુટર, ફેક્સ મશીન વગેરેનો ઉપયોગ કરીએ છીએ. આપણી માહિતી સંચાર પ્રક્રિયામાં વપરાતા સાધન માહિતી સંચારના હેતુ પર આધાર રાખે છે. ઉદાહરણાર્થ, તાત્કાલિક સંદેશો મોકલવા આપણે સામાન્ય રીતે ટેલિફોનનો ઉપયોગ કરીએ છીએ. કોઈ મહત્વની બાબત જેને માટે લેખિત દસ્તાવેજ જરૂરી હોય, ત્યાં આપણે પત્ર, ટેલિગ્રામ ફેક્સ વગેરેનો ઉપયોગ કરીએ છીએ. આજકાલ, આધુનિક ટેકનોલોજી એ આપણા જરૂરિયાત અને પસંદ પ્રમાણે સાધન પસંદ કરવા વિશાળ વિકલ્પ આપેલ છે. ચાલો, આપણે પસંદ

માહિતી સંચારની સેવા

કરવા વિશાળ વિકલ્પ આપેલ છે. ચાલો, આપણે વ્યવસાયમાં સામાન્ય રીતે વપરાતા માહિતી સંચારના મહત્વના સાધનોની ચર્ચા કરીએ.

પત્રો:-

પત્રો એ માહિતી સંચારનું લેખિત સ્વરૂપ છે. વ્યક્તિઓ કે સંસ્થાઓ તે મોકલી શકે કે મેળવી શકે. પત્રોના સ્વરૂપમાં લેખિત સંદેશા પ્રાપ્તકર્તાઓને ખાસ સંદેશાવાહક, પોસ્ટઓફિસ, કે ખાનગી કુરિયર દ્વારા વિતરિત કરી શકાય. આ પદ્ધતિ ઘણું કરીને એવી જગ્યાએ વપરાય છે, જ્યાં મુખ્યમુખ્ય માહિતી સંચાર મુશ્કેલ હોય અથવા અન્ય સાધનો સહેલાઈથી ઉપલબ્ધ ન હોય. તેનાથી માહિતી સંચારના રેકર્ડ રાખવામાં મદદ મળે છે. માહિતી સંચારના આ સાધનમાં ખર્ચ ઓછો આવે છે.



પત્ર લખવો

ટેલિગ્રામ (તાર):-

તે પણ લેખિત માહિત સંચારનો પ્રકાર છે. જે દ્વારા સંદેશા દૂરનાં સ્થળોએ ઝડપથી મોકલાવી શકાય. સામાન્ય ટપાલ કરતાં અતિ ઝડપે સંદેશનું સંક્રમણ કરે છે. આ સુવિધા તમામ ટેલિગ્રાફ ઓફિસમાં ઉપલબ્ધ હોય છે, જ્યાં નિયત ફી ની ચુકવણી દ્વારા આપણે આપણો સંદેશ મોકલી શકીએ. સંદેશો લખવામાં વપરાતા શબ્દોની સંખ્યાને આધારે ચાર્જ ભરવાપાત્ર બને છે. જેમાં પ્રાપ્તકર્તાના સરનામાનો તેમજ પ્રેષકના નામનો પણ સમાવેશ થાય છે. તેથી તાર સંદેશાઓ ટૂંકમાં લખાય છે.



ટેલિગ્રામની આકૃતિ

તાર સામાન્ય કે એક્સપ્રેસ એ રીતે મોકલી શકાય. એક્સપ્રેસ ટેલિગ્રામ સામાન્ય ટેલિગ્રામ કરતાં ઝડપથી પહોંચે છે. તેને માટે વધારાનો ચાર્જ ભરવો પડે છે. વિદેશોમાં ટેલિગ્રામ મોકલવા કેબલગ્રામનો ઉપયોગ થાય છે. ટેલિગ્રામ ટેલિફોનનો ઉપયોગ કરીને પણ મોકલી શકાય છે, જેને ફોનોગ્રામ કહે છે. અહીં ટેલિગ્રાફ ઓફિસને રિંગ કરીને, ટેલિફોન દ્વારા સંદેશ નોંધાવી શકાય છે અને પછીથી ટેલિગ્રાફ ઓફિસ તે સંદેશો પ્રાપ્તકર્તાને સંક્રમિત કરે છે.

ફોન:-

ટેલિફોન એ મૌખિક માહિતી સંચારનું અતિ લોકપ્રિય સ્વરૂપ છે. તે આંતરિક અને બાહ્ય વ્યવસાય માહિતીસંચાર માટે વ્યાપક રીતે વપરાય



ટેલીફોન

મોડ્યુલ - ૩ સેવાના ક્ષેત્રો



નોંધ



નોંધ

છે. લાંબા અંતરે માહિતી સંચાર માટે STD (Subscriber Trunk Dialing) ની સુવિધા ઉપલબ્ધ હોય છે. જ્યારે આંતરરાષ્ટ્રીય સંદેશાવ્યવહાર ISD (International Subscriber Dialing) સુવિધા દ્વારા થઈ શકે. સરકારી તેમજ ખાનગી એજન્સી બન્ને ટેલિકોમ સેવાઓ પૂરી પાડે છે. ટેલિફોન મોટે ભાગે પસંદ કરવામાં આવે છે. કારણ કે તેનાથી તત્કાલ માહિતી સંચાર સ્થાપિત કરવામાં સહાય મળે છે.

વ્યવસાય ફર્મમાં તેમજ સરકારી અને ખાનગી ઓફિસોમાં ઓટોમેટિક, સ્વિચબોર્ડ જે પ્રાઈવેટ ઓટોમેટિક બ્રાંચ એક્સ્ચેન્જ (PABX) તરીકે ઓળખાય છે.

(TO CHECK SHOWN IN PAGE NO. 108 OF HARD COPY)

હસ્તલિખિત કે મુદ્રિત જેમ કે પત્રો, વિષયવસ્તુ, આલેખ સ્કેચ વગેરેનું તાત્કાલિક સંક્રમણ શક્ય બનાવે છે. ટેલિફોન લાઈનના ઉપયોગ દ્વારા આ મશીન દસ્તાવેજની આબેહૂબ નકલ સંદેશ પ્રાપ્તિને છેડે આવેલ બીજા ફેક્સ મશીન ને મોકલે છે. કોઈ પણ સંદેશ મોકલવા માટે દસ્તાવેજ કે જેની પર સંદેશ આકૃતિ કે ચિત્ર ટાઈપ કરવામાં કે દોરવામાં આવેલ હોય તે ફેક્સ મશીનમાં મૂકવાનું હોય છે અને અન્ય પાટી નો ફેક્સ નંબર અર્થાત ટેલિફોન નંબ ડાયલ કરવાનો હોય છે. પછી સંદેશ પ્રાપ્તિનો છેડે આવેલ ફેક્સ મશીન તરત જ મેટરની આબુહૂબ નકલ કાઢે છે. વ્યવસાયમાં લેખિત સંદેશાવ્યવહાર માટે આ સૌથી વધુ પ્રચલિત સાધન છે. ફેક્સ પધ્ધતિના મુખ્ય લાભ આ પ્રમાણે છે.



ફેક્સ મશીન

સરળ કામગીરી, કોઈપણ અંતરે હસ્તલિખિત કે મુદ્રિત મેટરનું તત્કાલ સંક્રમણ, કે વધુ પ્રાપ્તકર્તાઓને એક સાથે સંક્રમણ વગેરે. મશીન માહિતી સંચારના દરેક વ્યવહારને પણ રેકર્ડ કરે છે. એક માત્ર મર્યાદા એ છે કે ફેક્સ મશીન અમુક પ્રમાણભૂત કદના દસ્તાવેજને સ્વીકારે છે. વળી, સામાન્ય વ્યવહાર પ્રમાણે, તે જ દસ્તાવેજની એક નકલ પ્રાપ્તકર્તાને તેમના રેકર્ડ માટે ટપાલ દ્વારા મોકલાય છે. બીજે છેડે પ્રાપ્તકર્તા પણ દસ્તાવેજની ફોટોકોપી ફેક્સ મશીન દ્વારા સંદેશો મળે એટલે તરત જ કરી લે છે. કારણ કે મશીન દ્વારા વપરાયેલ શાહી થોડા સમય પછી ઉડી જવાનું જોખમ રહે છે.

ઈ-મેલ (E-Mail):-

ઈલેક્ટ્રોનિક મેલ જે ઈ-મેલ તરીકે વધુ પ્રચલિત છે. તે માહિતી સંચારનું આધુનિક સાધન છે. આ તંત્રમાં માહિતી સંચારનું આધુનિક સાધન છે. આ તંત્રમાં માહિતી સંક્રમણ કરવાની અને મેળવવાની ઈલેક્ટ્રોનિક પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ થાય છે. આ કિસ્સામાં વ્યક્તિ ઈન્ટરનેટ દ્વારા કોઈ ISP (Internet Service Provider) મારફતે તેમના નામે ઈ-મેલ એકાઉન્ટ ખોલાવે છે. પછી પત્રો, સંદેશાઓ, ચિત્રો કે ધ્વનિ તેમના કમ્પ્યુટર મારફતે અન્ય વ્યક્તિઓના ઈ-મેલ એકાઉન્ટને મોકલાવી શકાય છે. જ્યારે પણ અન્ય વ્યક્તિ પોતાનો ઈ-મેલ એકાઉન્ટ મેળવે ત્યારે તે સંદેશો મેળવે છે. આ માહિતી દ્રશ્ય-શ્રાવ્ય રીતે મોકલાય છે અને આ પ્રક્રિયા અતિ ઝડપી હોય છે. ઈન્ટરનેટના વધતા જતા ઉપયોગને લીધે ઉપયોગ કરતાઓમાં આ પદ્ધતિ લોકપ્રિયતા મેળવી રહી છે.



ઈ-મેલ દ્વારા માહિતી સંચાર



નોંધ

વોઈસ મેલ:-

આ એક કમ્પ્યુટર આધારિત તંત્ર છે, જે દ્વારા આવતા ટેલિફોન કોલ મેળવી શકાય અને તેનો પ્રત્યુત્તર વાળી શકાય. તે ટેલિફોન સંદેશ કમ્પ્યુટર મેમરી દ્વારા રેકર્ડ કરે છે અને સંગ્રહ કરે છે. કોલ કરનાર વોઈસ મેલ નંબર ડાયલ કરીને અને પછી કમ્પ્યુટરની સૂચનાઓ અનુસરીને જરૂરી માહિતી મેળવી શકે છે. વ્યક્તિઓ તેમના સંદેશો વોઈસ મેલ દ્વારા રેકર્ડ પણ કરી શકે છે. પ્રાપ્તકર્તાઓ પોતાની અનુકૂળતાએ



વોઈસ મેલ પદ્ધતિ

મશીનમાંથી સંદેશો મેળવી શકે છે. અને તે પ્રમાણે કાર્ય કરી શકે છે. તમે પ્રવેશ (Admission) પરીક્ષા અને NIOS ના પરિણામ અંગેની માહિતી ઈન્ટર એક્ટિવ વોઈસ મેલ પ્રણાલી દ્વારા મેળવી શકો છો. આ પદ્ધતિ મુખ્ય મથક ન્યુ દિલ્હી મુકામે સ્થાપિત થયેલ છે. તમે વોઈસ મેલમાંથી માહિતી મેળવવા માટે નીચેના બે પૈકી કોઈ ટેલિફોન નંબર જોડી શકો.

- (૧) ૦૧૧-૨૬૨૮૧૦૫૪
- (૨) ૦૧૧-૨૬૨૮૧૦૭૫

ટેલિકોન્ફરન્સિંગ:-

સામાન્ય રીતે, કોન્ફરન્સ એટલે કોઈ સામાન્ય મુદ્દાઓ વિશે સલાહ મસલત કે ચર્ચા માટે લોકોની મિટિંગ અહીં લોકો સાથે બેસે છે અને આમને સામને (મુખોમુખ) એકબીજા સાથે આંતરક્રિયા તો કરે છે પણ તે બીજાઓની સામે પ્રત્યક્ષ રીતે બેઠા વગર



ટેલિકોન્ફરન્સિંગ



નોંધ

લોકો અવાજ સાંભળી શકે, અન્યના ચિત્રો જોઈ શકે અને તેમની પૃથ્થાઓને પોતે જુદા જુદા દેશોમાં બેઠા હોવા છતાં પ્રતિભાવ આપી શકે. તેમાં આધુનિક ઈલેક્ટ્રોનિક ઉપકરણો જેમ કે ટેલિફોન, કમ્પ્યુટર, ટેલિવિઝન વગેરેનો ઉપયોગ જરૂરી હોય છે. દરેક ટેલિકોન્ફરન્સિંગ માટે કેન્દ્રીય નિયંત્રણ એકમ આવશ્યક હોય છે, જે સંદેશાવ્યવહારની સમગ્ર પ્રક્રિયાને સરળ બનાવે છે.

ટેલિકોન્ફરન્સિંગના બે જુદા પ્રકારો છે. એક. શ્રાવ્ય કોન્ફરન્સિંગ અને બીજું - દ્રશ્ય કોન્ફરન્સિંગ. ચાલો, તે વિશે વધુ જાણીએ.

શ્રાવ્ય કોન્ફરન્સિંગ:-

આ દ્વિ-માર્ગી શ્રાવ્ય સંદેશ વ્યવહાર તંત્ર છે, જેમાં સહયોગીઓ જુદાં જુદાં સ્થળે બેસીને અવાજ સાંભળે છે અને તરત પ્રતિભાવ આપે છે. લોકો રેડિયો કે ટેલિવિઝન મારફતે ધ્વનિ સાંભળી શકે અને ટેલિફોનના ઉપયોગ દ્વારા પૃથ્થાઓ વ્યક્ત કરી શકે.



શ્રાવ્ય કોન્ફરન્સિંગ

દ્રશ્ય-કોન્ફરન્સિંગ:-

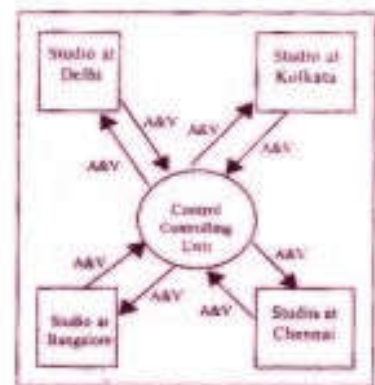
ધ્વનિ સાંભળવા ઉપરાંત, કોન્ફરન્સના સહયોગીઓ એકબીજા સાથે વાત કરતી વખતે દરેકનું ચિત્ર પણ જોઈ શકે. આને દ્રશ્ય કોન્ફરન્સિંગ કહેવાય છે.

વિડિયો કોન્ફરન્સિંગ પ્રક્રિયાના બે વિવિધ પ્રકારો છે :

૧. એકમાર્ગી વિડીયો અને દ્વિમાર્ગી ઓડિયો:- આ પ્રણાલીમાં સહયોગીઓ સ્ટુડિયોમાં બેઠેલી વ્યક્તિઓનો ધ્વનિ સાંભળી શકે અને તેમનું ચિત્ર જોઈ શકે. શ્રોતા / દર્શક ટેલિફોન દ્વારા સ્ટુડિયોનો સંપર્ક રાખે છે અને સ્ટુડિયોની વ્યક્તિઓ સહયોગીઓની ધ્વનિ સાંભળે છે.
૨. દ્વિમાર્ગી ઓડિયો અને વિડીયો:- અહીં બંને છેડેના સહયોગીઓ અર્થાત સ્ટુડિયો અને ઓડિયન્સ તેમની વચ્ચે વાતચીત કરતી વખતે એકબીજાને ધ્વનિ સાંભળી શકે છે અને ચિત્ર જોઈ શકે છે.



One-way video and two-way audio



Two-way video and audio

૭.૫ માહિતી સંચારને અવરોધતા પરિબલો

માહિતી સંચાર એ દરેક ક્ષેત્રને સ્પર્શતી પ્રવૃત્તિ છે. તે કેટલીકવાર વ્યવહારોમાં મૂકવી અઘરી હોય છે. કેટલાક અવરોધોને કારણે આંતરિક વિચારો અને સંદુશાઓ સ્થગિત થાય છે. અસરકારક માહિતી સંચારને અવરોધ કરનારા પીરબળો નીચે મુજબ છે.



નોંધ

૧. **સંદેશો રજૂ કરવાની નબળાઈ:**— ઘણી વખત સંદેશાઓ રજૂ કરવાનો હલકા શબ્દો કે શબ્દભંડોળનો ઉપયોગ જોવા મળે છે. સુસંસ્કૃત ભાષા, ન યોગ્ય શબ્દભંડોળ અને યોગ્ય જોડણીનો અભાવ જોવા મળે છે. આ પ્રકારની વાસ્તવિકતાના અભાવે અયોગ્ય રજૂઆત, અક્ષમ્ય ભુલો અને ગેરસમજ ઉભી થાય છે. ભાષાંતરની ભુલોને કારણે ખોટી માહિતી અને અસંગત સંદેશાઓ મળતા હોય છે. આવી ભાષાકીય સમસ્યા ઉભું થવાનું કારણ જુદા જુદા વ્યવસાયમાં રોકાયેલા લોકો તેમના મત મુજબ અર્થ કરતા હોય છે. તેનું કારણ તેમનું શિક્ષણ, તેમના હેતુ, અને તેમની પૂર્વભૂમિકા છે. આ અવરોધ સંચાલકની દિર્ઘદ્રષ્ટિ અને પ્રતિભાથી સંદેશા આપનારના સ્વભાગ જાણીને દૂર કરી શકાય છે.
૨. **અસ્પષ્ટ સંદેશાઓ:**— અસ્પષ્ટ સંદેશાઓને કારણે સફળતાપૂર્વક ચોક્કસાઈથી સંદેશાઓની આપ-લે થઈ શકતી નથી. દરેક સ્તરે સંદેશાઓ મેળવનાર દ્વારા માહિતી સંચારની પ્રક્રિયા મોકલનાર દ્વારા જે છાપ ઉભી થયેલ છે તે જ છાપ જાળવી રાખવામાં આવે છે. અપરિપકવતા માહિતી સંચારનું મૂલ્યાંકન યોગ્ય રીતે કરી શકતું નથી. કેટલાક સંદેશાઓ આડસ અને ધારણાઓને કારણે માહિતી સંચાર નિષ્ફળ જાય છે. સંચાલકે પોતાના તાબેદાર સાથે સહકાર સાધી આ સમસ્યા દૂર કરી શકાય છે. સંચાલકે તાબેદારોને ધ્યાનથી સાંભળવા, તેમના સંદેશાઓને યોગ્ય રીતે સમજવાનો વલણ કેળવવો જોઈએ.
૩. **બેધ્યાન:**— કેટલીક વાર લોકો બુલેટીન, નોટીસ, મિનિટ્સ (વિગતો) અને અહેવાલો વાંચવામાં નિષ્ફળ રહે છે. ધ્યાનપૂર્વક સંદેશાઓ સાંભળતા નથી. તાબેદાર એવું માને છે. કે આવેલ સંદેશાઓ સંદેશા વ્યવહાર માટે અગત્યના નથી. આવી ભૂલો સંદેશા વ્યવહારને ન્યાય આપવામાં બિન અસરકારક રહે છે. ઉચ્ચઅધિકારી હાથ નીચેના કર્મચારીઓનો સંદેશાઓ ન સાંભળવાનું વલણ ધરાવતા હોય છે. નબળા માહિતી સંચારના સાધનોને કારણે માહિતી સંચારને પ્રોત્સાહન મળતું નથી.
૪. **અસ્પષ્ટ ધારણાઓ:**— અસ્પષ્ટ ધારણાઓને કારણે સંદેશાની ચોક્કસાઈ રહેતી નથી. દેશા મોકલનાર અને મેળવનાર વચ્ચે ગેરસમજ ઉભી થાય છે. દા. ત. ગ્રાહક વેપારીને સંદેશો મોકલે છે કે નિયત સમયે આપના સ્થળની મુલાકાત લઈશ, પરંતુ ગ્રાહક એવું વિચારે છે કે વેપારી વાહનની, રહેવાની, જમવાની વ્યવસ્થા કરશે, પરંતુ વેપારી એવું માને છે કે અસ્પષ્ટ માન્યતાઓ (ધારણાઓ) વ્યાપારી અને ગ્રાહકના સંબંધો બગાડે છે.



નોંધ

૫. **પરિવર્તનનો અભાવ:**— માનવસ્વભાવ પ્રમાણે વ્યક્તિ રોજિંદુ જીવનમાં દબલગીરી ઈચ્છતા નથી અને નવા વિચારો સ્વીકારતા નથી. તેઓ તેમનો દરજ્જો સ્થિર રાખવા માંગતા હોય છે. દરેક વ્યક્તિ પોતાની માન્યતા અને રિવાજો પ્રમાણે સંદેશાઓ મેળવા ઈચ્છતા હોય છે. જ્યાં સુધી કર્મચારીઓને સંદેશાઓ અંગત રીતે સ્પર્શતા ન હોય ત્યાં સુધી તે માહિતી સંચારમાં રસ લેતા નથી. સંદેશાઓ સમજવાનો સમય વ્યક્તિ વ્યક્તિએ અલગ હોય છે. સંચાલિકીય તાબેદારોને સંદેશાઓ સમજવા પૂરતો સમય અને પ્રોત્સાહન પૂરો પાડવો જોઈએ.
૬. **પરસ્પર અવિશ્વાસ:**— અસરકારક માહિતીસંચાર ત્યારે જ શક્ય બને છે જ્યારે અધિકારી અને તાબેદારો વચ્ચે સંપૂર્ણપણે વિશ્વાસ અને સમજ હોય. તાબેદારને અન્યાય અને બિનતાર્કિક નિર્ણય સંદેશાઓ મેળવામાં વિલંબ કરે છે. બીજા દ્રષ્ટિએ મૂલ્યાંકન કરવાની મનોવૃત્તિ ખુલ્લામને સ્વીકારવાનો અભાવ હોય છે. સંચાલકે પોતાના તાબેદાર અને સ્વકર્મચારીઓ સારથે પરસ્પર વિશ્વાસનું વાતાવરણ ઉભું કરવું જોઈએ અને દરેકે રજૂ કરેલા વિચારોને માન આપવું જોઈએ.
૭. **સ્થાન અને દરજ્જો:**— તાબેદાર ઉચ્ચઅધિકારીના સ્થાન અને દરજ્જાને ધ્યાનમાં રાખીને સંપૂર્ણપણે સત્ય હકીકતો ઉપરી અધિકારી સમક્ષ રજૂ કરવાનું ડર રાખતા હોય છે. ઉપરી અધિકારી દ્વારા પોતાની માનહાનિ થવાના ડરને કારણે ગેરમાર્ગે દોરનારની માહિતી અને અસ્પષ્ટ માહિતી રજૂ કરતા હોય છે. ઉપરી અધિકારીનું એવું વલણ હોય છે કે વધુમાં વધુ માહિતી પોતાની પાસે હોય છે અને તાબેદારને સાંભળવાનું આગ્રહ રાખતા નથી. મુક્ત અને ન્યાયિક વાતાવરણને આધારે સંચાલક ઉપરી અધિકારી અને તાબેદાર વચ્ચેનો ડર દૂર કરવાનો અને વ્યવસ્થાતંત્રમાં સરળ રીતે માહિતી સંચાર થાય તે જોવાનું કાર્ય કરવું જોઈએ.
૮. **જટિલ વ્યવસ્થાતંત્ર:**— વ્યવસ્થાતંત્રના માળખામાં વિવિધ સ્તરે નિરક્ષણનું કાર્ય થાય છે. સત્તાની લાંબી સાંકળને કારણે આદેશોનું અસરકારક પાલન થઈ શકતું નથી. માહિતી સંચાર વિવિધ સ્તરોના નિરીક્ષણને કારણે બિનઅસરકારક રહે છે. કામદારો અને ઉચ્ચસંચાલકોના વ્યવસ્થાતંત્રના લાંબા અંતરને કારણે મુક્ત અને ઝડપી સંદેશાઓ કે વિચારોની આપ-લે થતી નથી. સંચાલકે વ્યવસ્થાતંત્રની આ નબળાઈ દૂર કરવી જોઈએ.



૭.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

સાચી રીતે જોડો

કોલમ A
(અ) ટેલિગ્રામ

કોલમ B
(૧) ઈન્ટરનેટ દ્વારા ટપાલ મેળવવી અને મોકલવી

- | | |
|----------------|---|
| (બ) મોબાઈલ ફોન | (ર) મુદ્રિત દસ્તાવેજનું તત્કાળ સંક્રમણ |
| (ક) ફેક્સ | (૩) શોર્ટ મેસેજિંગ સર્વિસ |
| (ડ) વોઈસ મેલ | (૪) વપરાયેલ શબ્દોની સંખ્યા પ્રમાણે નાણાંની ચુકવણી |
| (ઈ) ઈ-મેલ | (૫) આવતા ટેલિફોન કોલ મેળવવાની અને પ્રત્યુત્તરની કોમ્પ્યુટર આધારિત પ્રણાલી |



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- વ્યક્તિઓ વચ્ચે હકીકત, ખ્યાલો, અભિપ્રાય, વિચારો, વાણી દ્વારા માહિતી લેખન કે હાવભાવ અને સંકેતના વિનિમયની પ્રક્રિયા માહિતી સંચાર તરીકે ઓળખાય છે.
- માહિતી સંચાર પ્રક્રિયાનાં તત્ત્વો મોકલનાર (પ્રેષક), મેળવનાર (પ્રાપ્તકર્તા) સંદેશો અને પ્રતિપોષણ છે.
- માહિતી સંચાર શાબ્દિક કે અશાબ્દિક હોઈ શકે.
- શબ્દોની સહાયથી થતું માહિતી સંચાર શાબ્દિક માહિતીસંચાર કહેવાય છે અને શબ્દોના ઉપયોગ વગર થતું માહિતીસંચાર અશાબ્દિક માહિતીસંચાર કહેવાય છે.
- શાબ્દિક માહિતી સંચાર મૌખિક કે લેખિત હોઈ શકે.
- અશાબ્દિક માહિતીસંચાર દ્રશ્ય, શ્રાવ્ય કે હાવભાવાત્મક (અંગે ચેષ્ટાત્મક) હોઈ શકે.
- વ્યવસાય પ્રવૃત્તિઓ વિશે માહિતીનો વિનિમય અને તેમના પરિણામો વ્યવસાય માહિતી સંચાર કહેવાય છે.
- આપણે આપણો સંદેશો વિવિધ રીતો દ્વારા મોકલીએ છીએ તે માહિતી સંચારમાં સાધનો કહેવાય છે.
- પત્રો, ટેલિગ્રામ, (તાર) ફોન, ટેલેક્સ, ફેક્સ, ઈ-મેલ, પેજર, ટેલિફોન્ડરન્સિંગ એ માહિતીસંચારના એવા સાધનો છે. જે સામાન્ય રીતે દૂરનાં સ્થળોએ સંદેશા મોકલવા વપરાય છે.



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

૧. માહિતી સંચારની વ્યાખ્યા લભગભ ૨૦ શબ્દોમાં આપો.
૨. માહિતી સંચાર પ્રક્રિયાનાં ચાર તત્ત્વોનાં નામ આપો.
૩. વ્યવસાય માહિતીસંચાર એટલે શું ?



નોંધ

૪. "પત્રો એ માહિતીસંચારનું સૌથી ઉત્તમ સાધન છે." શું તમે આ વિધાન સાથે સંમત છો? કારણ આપો.
૫. વોઈસ મેલનું સંક્ષિપ્ત વર્ણન આશરે બે વાક્યોમાં આપો.
૬. શાબ્દિક માહિતી સંચારનો અર્થ સમજાવો.
૭. વ્યવસાયમાં માહિતીસંચારનું મહત્વ આગળ તરી આવે તે આ ચાર મુદ્દાઓ આપો.
૮. ટેલિફોન એ મૌખિક માહિતીસંચારનું અતિલોકપ્રિય સ્વરૂપ છે. શું તમે સંમત છો? કારણો આપો.
૯. શાબ્દિક અને અશાબ્દિક માહિતી સંચાર વચ્ચેનો તફાવત આપો.
૧૦. માહિતી સંચાર પ્રક્રિયા આવૃત્તિની મદદથી દર્શાવો.
૧૧. માહિતી સંચારનો અર્થ અને તેની પ્રક્રિયા સમજાવો.
૧૨. અશાબ્દિક માહિતીસંચારના વિવિધ પ્રકારો જણાવો.
૧૩. "ઈ-મેલ એ લેખિત સંદેશા સંક્રમણ કરવાની સૌથી ઝડપી પદ્ધતિ છે." સમજાવો.
૧૪. તમે નિકાસકર્તા છો અને (તમે) યુ.એસ.એ.માંના આયાતકર્તાને ભાવપત્રક (Quotation) ની આબુહૂબ નકલ મોકલવા ઈચ્છો છો માહિતીસંચારનું કયું સાધન તમે વાપરશો અને શા માટે?



પાઠગત પ્રશ્નોની યાવી

૭.૧

૧.

૧. T ૨. F ૩. T ૪. T

૨.

૧. મોકલનાર (પ્રેષક) ૨. પ્રતિપોષણ ૩. મેળવનાર (પ્રાપ્તકર્તા)
૪. હકીકત, ખ્યાલો, લાગણીઓ કે વિચારો ૫. મોકલનાર (પ્રેષક)

૭.૨

અ.

૧. શાબ્દિક માહિતી સંચાર ૨. મૌખિક માહિતીસંચાર
૩. હાવભાવ માહિતી સંચાર ૪. દ્રશ્ય માહિતી સંચાર

બ.

૧. V ૨. NV ૩. NV ૪. V ૫. NV

૭.૩

૧. (અ)-(૪), (બ)-(૩), (ક)-(૨), (ડ)-(૫),
(ઈ)-(૧)

૨. (i) d (ii) d (iii) d (iv) c (v) b



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

માહિતીસંચારમાં વિવિધ સાધનો જે તમારા વિસ્તારમાં ઉપલબ્ધ હોય તેની યાદી બનાવો. તમારી જરૂરિયાત મુજબ કોઈ એક સાધનને અગ્રતા આપો. અગ્રતા આપતી વખતે થતો ખર્ચ તેમજ માહિતીસંચારના સાધનમાંથી તમને મળતા લાભો ધ્યાનમાં રાખો.



નોંધ



ટપાલ (પોસ્ટ) અને કુરીયર સેવા

શું તમને આ કોર્સ સામગ્રીનો અભ્યાસ કરતાં કોઈ મુશ્કેલી પડે છે? તમે અત્યાર સુધી શીખી ગયેલ પાઠો સમજી શક્યા છો? જો ના, તો તમે તમારી વિશિષ્ટ સમસ્યાઓ વિશે નેશનલ ઈન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઓપન સ્કૂલિંગ (NIO) ને લખી શકો. NIO તમારી સમસ્યાનો ઉકેલ નક્કી શોધી કાઢશે, પરંતુ હવે પ્રશ્ન એ છે કે તમે કેવી રીતે તમારી સમસ્યાઓ મોકલી શકો? અગાઉના પાઠમાં તમે માહિતીસંચારના વિવિધ સાધનો વિશે શીખી ગયા. તેમાંના કોઈ પણ સાધનનો ઉપયોગ કરીને તમે અમને જણાવી શકો. તે પાઠમાં તમે એ પણ શીખી ગયા કે પત્રો એ લેખિત માહિતી સંચારનું બહુ સામાન્ય અને અનુકૂળ સાધન છે. જો તમે અમને કાગળ લખો તો તે કેવી રીતે અમને પહોંચશે? તે અમારી પાસે કોણ લાવશે? વારુ, એ છે પોસ્ટઓફિસ, જે આ કાર્ય કરશે. તે મોકલનાર અને મેળવનાર વચ્ચે મધ્યસ્થી તરીકે કામ કરશે. પ્રેષક પોસ્ટઓફિસમાં પત્ર પોસ્ટ કરે છે અને પોસ્ટઓફિસ તે પત્ર જે તે વ્યક્તિને પહોંચાડવા તમામ જરૂરી પગલાં લે છે. વધારામાં પોસ્ટઓફિસ કેટલીક અન્ય સેવાઓ પણ કરે છે. આ પાઠમાં આપણે પોસ્ટઓફિસ દ્વારા આપવામાં આવતી વિવિધ સેવાઓ વિશે વધુ શીખીશું.



હેતુઓ:—

આ પાઠ શીખ્યા પછી તમે જાણી શકશો,

- ટપાલ સેવાઓનો અર્થ અને સ્વરૂપ સમજાવી શકશો.
- ટપાલ વિભાગ દ્વારા અને ખાનગી કુરિયર દ્વારા આપવામાં આવતી વિવિધ સેવાઓ જણાવી શકશો.
- ટપાલ સેવાઓનું મહત્વ વર્ણવી શકશો. અને
- ખાનગી કુરિયર સેવાઓનસ ભૂમિકા ઓળખી શકશો.

૮.૧ ટપાલ સેવાનો અર્થ

તમે પોસ્ટ ઓફિસે ગયા હશો. તમે ત્યાં શું કરેલું? તમે ટિકિટો ખરીદી હશે અને પત્ર પોસ્ટ કર્યો હશે. કેટલીકવાર તમે પૈસા પણ મોકલ્યા હશે કે પાર્સલ પણ, અથવા તો તમે તમારી બચત પોસ્ટ ઓફિસમાં જમા કરાવી હશે. પત્રો અને પાર્સલ લઈ જવા, નાણાં મોકલવાની વ્યવસ્થા કરવી, નાણાંની ડિપોઝિટ સ્વીકારવી વગેરે સેવાઓ પોસ્ટઓફિસ દ્વારા

ટપાલ (પોસ્ટ) અને કુરીયર સેવા

અપાતી વિવિધ સેવાઓ છે. આમ જનતા આ સેવાઓ મેળવી શકે. આ તમામ સેવાઓ ટપાલ સેવાઓ કહેવાય છે.



ભારતીય ડાક



૮.૨ ટપાલ સેવાનું સ્વરૂપ

ટપાલ સેવાઓ લેખિત સંદેશા મોકલવામાં જરૂરિયાત સાથે ઉદભવી ભૂતકાળમાં પણ લેખિત સંદેશાનું આદાન પ્રદાન થતું, પરંતુ ત્યારે ત્યાં કેટલીક વ્યક્તિઓ જે 'ખેપીયા' તરીકે ઓળખાય તેમ સંદેશા એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે આપવા માટે રાખવામાં આવતા. તાલીમી કબૂતરોને પણ એક જગ્યાએથી બીજી જગ્યાએ પત્રો પહોંચાડવા ઉપયોગ થતો. આજની ટપાલ પ્રણાલી વાહનવ્યવહાર તરીકે રોડ અને રેલવેના ફેલાવા સાથે અસરકારક બની. ભારતમાં ૧૮૩૭ સુધી ટપાલ સેવાનો માત્ર સરકારી ટપાલ મોકલવા ઉપયોગ થતો. ૧૮૩૭ પછી ટપાલ સેવા આમ જનતા માટે પણ ઉપલબ્ધ બની પોસ્ટઓફિસે બીજી પણ કેટલીક સેવાઓ: નાણાં મોકલવા, પાર્સલોનું વિતરણ કરવું, બેંકિંગ, વીમા અને આવી ઘણી સેવાઓ સહિત આપતી.

તમે જાણો છો તેમ પોસ્ટઓફિસ વિવિધ પ્રકારના કાર્યોની સેવા આપે છે. તેથી ટપાલ સેવાઓનું સ્વરૂપ બહુઆયામી હોય છે. ચાલો, આપણે ટપાલસેવાઓનું સ્વરૂપ જોઈએ. ટપાલ સેવાઓનો વહીવટ દેશભરમાં ભારત સરકાર દ્વારા થાય છે. અને તેના ચાર્જ સામાન્ય વ્યક્તિને પરવડે તેવા લઘુત્તમ હોય છે. લેખિત સંદેશાવ્યવહારના સાધન તરીકે સૌથી વધુ આધાર રાખી શકાય તે રીતે તે જોવાય છે. વળી અતિ દૂર રહેતા લોકોને મનીઓર્ડર દ્વારા નાણાં મોકલવા સૌથી વધુ વિશ્વસનીય સાધન તરીકે સામાન્ય માણસ તેનો ઉપયોગ કરે છે. વળી કિંમતી ચીજવસ્તુઓ વિતરણ કરવા સૌથી સહજ સાધન છે.

પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા અપાતી બેંકિંગ સેવાઓ ગ્રામ તેમજ શહેરી વિસ્તારના મોટી સંખ્યાના લોકોને આકર્ષે છે, કારણ કે તે સહેલાઈથી સુલભ છે અને પોસ્ટ ઓફિસનું એક વિશાળ નેટવર્ક છે. સૌથી વધુ રસપ્રદ નોંધપાત્ર લક્ષણ એ છે કે આ તમામ વિવિધ ટપાલ સેવાઓ આપણને કેટલાક વિકલ્પો પૂરો પાડે છે, જે આપણે આપણે જરૂરિયાત અને અનુકૂળતા મુજબ વાપરી શકીએ છીએ. ઉદાહરણાર્થે પત્ર લખવા માટે આપણે પોસ્ટ કાર્ડ, અંતરદેશીય પત્ર કે કવરનો ઉપયોગ કરી શકીએ.

૮.૩ ટપાલ સેવાઓના પ્રકાર

ભારતીય ટપાલ સેવાઓ પત્રો, પાર્સલ પેકેટ વગેરેનું એકત્રીકરણ છૂટાં પાડવા (Sorting) અને વિતરણ સાથે મુખ્યત્વે સંબંધિત છે. તદુપરાંત અનેક બીજી સેવાઓ પણ આમ જનતા તેમજ વ્યવસાય સાહસોને પૂરી પાડવામાં આવે છે. ચાલો આપણે એ બધી સુવિધાઓને નીચેનાં મુખ્ય મથાળાં હેઠળ વર્ગીકરણ કરીએ:

૧. ટપાલ સેવા
૨. નાણાં મોકલવાની સેવા

મોડ્યુલ – ૩ સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ



નોંધ

૩. બેંકિંગ સેવા
૪. વીમા સેવા
૫. અન્ય સેવા

૮.૪ ટપાલ સેવા (મેઈલ સેવા)

તમે તમારા મિત્રોને અને સંબંધીઓને જુદા-જુદા પ્રસંગોએ પત્રો મોકલો છો. તે જ રીતે, તમે NIOS સાથે તમારા પ્રશ્નો વિશે પત્રવ્યવહાર કરો છો. વિશિષ્ટ પ્રસંગોએ તમે તમારા મિત્રોને અભિવાદન (Greeting) અને ભેટ મોકલો છો. આ બધી પરિસ્થિતિઓમાં પોસ્ટઓફિસ તમને સંદેશો મોકલવામાં તેમજ ટપાલ સેવા તરીકે જાણીતી સેવા દ્વારા તમને સંદેશો લાવવામાં પણ સહાય કરે છે. ટપાલ સેવા તરીકે જાણીતી સેવા દ્વારા તમને સંદેશો લાવવામાં પણ સહાય કરે છે. ટપાલ સેવા એ પોસ્ટઓફિસની એક મુખ્ય સેવા છે. જે પત્રો અને પાર્સલ ઓફિસની એક મુખ્ય સેવા છે. જે પત્રો અને પાર્સલ પ્રેષક પાસેથી એકત્રીકરણ કરીને પ્રાપ્તકર્તાઓને વિતરિત કરવા સાથે સંબંધિત છે. ભારતીય ટપાલ સેવા અંતર્દેશીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય ટપાલની કામગીરી કરે છે. અંતર્દેશીય ટપાલ એ તે પત્ર છે જ્યાં પત્ર મોકલનાર અને મેળવનાર તે જ દેશમાં રહેતા હોય. બીજી તરફ જ્યાં ટપાલ મોકલનાર અને મેળવનાર જુદા જુદા દેશોમાં રહેતા હોય ત્યારે તે આંતરરાષ્ટ્રીય ટપાલ કહેવાય છે.

લેખિત સંદેશો મોકલવા પ્રેષક પોસ્ટ કાર્ડ, અંતર્દેશીય પત્ર (Indian Letter) કે કવરનો ઉપયોગ કરી શકે. પેકેટ કે પાર્સલમાં કોઈ વસ્તુ મોકલવા (જાડા કાગળ કે કપડાનું) રેપર વાપરી શકાય. આ પોસ્ટઓફિસ દ્વારા મોકલવાની ટપાલનાં વૈકલ્પિક સાધનો છે. ચાલો, આપણે ટપાલ સેવાનાં આ સાધનો વિશે વધુ જાણીએ.

૧. પોસ્ટકાર્ડ:-

પોસ્ટકાર્ડ એ લેખિત સંદેશાવ્યવહારનું સૌથી સસ્તુ સાધન છે. તે એક એવું કાર્ડ છે જેની બંને બાજુએ આપણે સંદેશો લખી શકીએ. તેમાં પ્રાપ્તકર્તાનું સરનામું લખવા માટે નિયત જગ્યા હોય છે. પોસ્ટઓફિસમાં બે જુદા પ્રકારના પોસ્ટકાર્ડ ઉપલબ્ધ હોય છે. એક સામાન્ય પોસ્ટકાર્ડ અને બીજું સ્પર્ધા (પ્રતિયોગીતા) પોસ્ટકાર્ડ. સામાન્ય પોસ્ટકાર્ડ પત્રો લખવા વપરાય છે. સ્પર્ધા પોસ્ટકાર્ડ રેડિયો, ટેલિવિઝન, ન્યુઝપેપર, સામયિકો દ્વારા જાહેર વિવિધ સ્પર્ધાઓમાં પૂછાયેલા પ્રશ્નોના જવાબ મોકલવા વપરાય છે. બન્ને પોસ્ટકાર્ડનું કદ સરખું હોવા છતાં તે રંગ અને કિંમતની બાબતમાં જુદા પડે છે.

પોસ્ટકાર્ડ લખતી વખતે એક અગત્યનો મુદ્દો તમારે એ યાદ રાખવો જોઈએ કે જો તમે પોસ્ટકાર્ડની કોઈ એક બાજુએ તમારો સંદેશ શબ્દોમાં કે ચિત્રમાં છાપો તો તમારે વધારાનું પોસ્ટેન ચુકવવું પડે. આ પ્રકારનું કાર્ડ મુદ્રિત પોસ્ટકાર્ડ કહેવાય છે. તમે પોસ્ટકાર્ડ કદના અભિવાદન કાર્ડ જોયા હશે, જેની એક બાજુએ ચિત્ર કે સંદેશો મુદ્રિત હોય છે, આ પણ મુદ્રિત પોસ્ટકાર્ડ છે.

પોસ્ટઓફિસમાં જવાબી પોસ્ટકાર્ડ પણ ઉપલબ્ધ હોય છે, જે પોસ્ટકાર્ડ સાથે બીડેલ હોય છે, જેથી સંદેશો મોકલી શકાય. તે મોકલવાથી પ્રાપ્તકર્તા પાસેથી તમે જવાબ મેળવી શકો. ખરેખર તો તે બે સામાન્ય પોસ્ટકાર્ડ એકબીજા સાથે જોડાયેલા હોય છે. તેમાંનું એક પોસ્ટકાર્ડ સંદેશો મોકલવા વપરાય છે. અને બીજું જવાબ મેળવવા ઉપયોગ થાય છે. પ્રેષક તેનું પોતાનું સરનામું જવાબ પોસ્ટકાર્ડ લખે છે અને તે બન્ને જુદા પાડ્યા સિવાય મોકલે છે. પ્રાપ્તકર્તા સંદેશ સાથેનું પોસ્ટકાર્ડ છૂટું પાડે છે અને પ્રેષકને જવાબી પોસ્ટકાર્ડમાં જવાબ મોકલે છે.



પોસ્ટ કાર્ડ

૨. આંતરદેશીય પત્રકાર્ડ:-

પોસ્ટકાર્ડની માફક લેખિત સંદેશા અંતરદેશીય (Inland) પત્રકાર્ડનો ઉપયોગ કરીને મોકલી શકાય. પોસ્ટઓફિસ દ્વારા આ કાર્ડનું વેચાણ થાય છે અને તે સામાન્ય રીતે આપણા દેશની અંદર સંદેશા મોકલવા વપરાય છે. પોસ્ટકાર્ડથી ભિન્ન રીતે, ઈન્લેન્ડ લેટર કાર્ડનો લખેલ ભાગ ગડી વાળેલ અને બંધ કરેલ (ચોંટાડેલ) હોય છે. પ્રાપ્તકર્તા અને મોકલનાર (પ્રેષક)નાં માત્ર નામ-સરનામાં જો કે ઈન્લેન્ડ લેટર કાર્ડમાં અંદર કોઈ બિડાણની છૂટ હોતી નથી. ઈન્લેન્ડ લેટર કાર્ડની માફક એક ખાસ પ્રકારનું કાર્ડ વિદેશોમાં સંદેશા મોકલવા વપરાય છે. તેને એરોગ્રામ (Aerogram) કહે છે.



આંતરદેશીય પત્રકાર્ડ

૩. કવર (Envelope):-

તમે શીખી ગયા કે પોસ્ટકાર્ડ પર કે અંતરદેશીય પત્ર (કાર્ડ) પર સંદેશા લખી શકાય. પરંતુ પોસ્ટકાર્ડ ગુપ્ત સંદેશા મોકલવા યોગ્ય હોતા નથી. વળી, ઈન્લેન્ડ લેટર કાર્ડમાં કોઈ બિડાણ સાથે મોકલવાનું શક્ય હોતું નથી. જો કે તેમાં સંદેશાની ગુપ્તતાની ખાતરી જરૂર હોય છે. હવે, ધારો કે તમારે કોઈ સંસ્થામાં નોકરીની શોધ માટે તમારી અરજી કે બાયોડેટા મોકલવાનો છે.



કવર



નોંધ



નોંધ

શું તમે ટપાલ મારફતે મોકલાવી શકો ? હા, મોકલવા માટે તમારે ટપાલ પરબીડિયું (કવર) કે ટપાલની ટિકિટો ચોંટાડેલ હોય તેવું સામાન્ય કવર જોઈએ. તે એક નાનું પેપર પેકેટ છે, જેની એક બાજું ખુલ્લી હોય છે. તમારું બિડાણ તેમાં મુક્યા પછી તમારે તે બંધ કરવાનું હોય છે અને પછી પ્રાપ્તકર્તાને મોકલવાનું રહે છે. ટપાલ પરબીડિયાં તમામ પોસ્ટઓફિસોએ ઉપલબ્ધ હોય છે. તે તમામ સરકારી કે ખાનગી ઓફિસોમાં તેમજ વ્યવસાય ફર્મ (પેઢીઓ)માં પત્રો અને અન્ય દસ્તાવેજો મોકલવા વ્યાપક રીતે વપરાય છે. પત્રો મોકલવા ઉપરાંત આપણે અમુક હલકાં બિડાણ જેવાં કે ફોટોગ્રાફ, અભિવાદન કાર્ડ પણ કવર દ્વારા મોકલી શકીએ છીએ. પોસ્ટઓફિસમાં તમે જુદા જુદા પ્રકારના કવર જોશો, જેમ કે સામાન્ય કવર, રજિસ્ટર્ડ ટપાલ માટેનું કવર વગેરે. આ કવરોમાં જો તમારા બિડાણનું વજન અમુક નિશ્ચિત મર્યાદામાં હોય તો વધારાની ટપાલ ટિકિટો લગાવવાની જરૂર રહેતી નથી. પરંતુ જો તે મર્યાદા કરતા વજન વધુ હોય તો ટપાલના દર મુજબ વધારાની ટપાલ ટિકિટો લગાવવાની રહે છે. જો તમારા બિડાણનું કદ પોસ્ટઓફિસમાં ઉપલબ્ધ હોય તેવા કવરમાં ન આવે તો તમે તમારું પોતાનું કવર તૈયાર કરી શકો કે બજારમાંથી ખરીદી શકો અને વજન પ્રમાણે તેની પર ટપાલ ટિકિટો લગાવી શકો. અન્યથા પણ પોસ્ટઓફિસમાં ઉપલબ્ધ કવરો વાપરવાનું ફરજિયાત નથી.

૪. પાર્સલ ટપાલ:-

ધારો કે તમારે નજીકના શહેરમાં રહેતા તમારા મિત્રોને એક પુસ્તક મોકલવું છે. શું તમે તે ટપાલ દ્વારા મોકલાવી શકો ? હા, તે પોસ્ટઓફિસની પાસૂલ સેવા દ્વારા મોકલાવી શકાય. ચાલો, તે વિશે શીખીએ. ટપાલ સુવિધા કે જે દ્વારા વસ્તુઓ પાર્સલના સ્વરૂપે મોકલાવી શકાય તેને પાર્સલ પોસ્ટ કહે છે.



પાર્સલ ટપાલ

તે વિશ્વસનીય અને સસ્તી પાર્સલ વિતરણ સેવા છે. પાર્સલ ટપાલ સેવાઓ હેઠળ નિયત કદ અને વજનનાં પાર્સલો દેશની હદમાં તેમજ દેશની બહાર મોકલાવી શકાય છે. ટપાલ ચાર્જ પાર્સલના વજન પ્રમાણે બદલાતો હોય છે. અંતરદેશીય અને વિદેશી પાર્સલ ટપાલ માટે અલગ પોસ્ટેજ ચાર્જ ચુકવવાનો હોય છે.

૫. બુક પોસ્ટ:-

મુદ્રિત સામગ્રી, મુદ્રિત પુસ્તકો, સામયિકો, અભિવાદન કાર્ડ સ્વરૂપમાં વસ્તુઓ બુક પોસ્ટ તરીકે ટપાલમાં મોકલી શકાય છે.



બુક પોસ્ટ

ટપાલ (પોસ્ટ) અને કુરીયર સેવા

બુક પોસ્ટ હેઠળ પુસ્તકો કે દસ્તાવેજો ધરાવતા કવર માત્ર બંધ સ્વરૂપમાં હોવા જોઈએ, પણ ચોટાડેલ નહિ. કવર પર બુક પોસ્ટ એમ દર્શાવેલ હોવું જોઈએ. બુક પોસ્ટ પરનું પોસ્ટેજ ચાર્જ ચોટાડેલ કવરના ચાર્જ કરતાં ઓછો હોય છે.



૮.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય શબ્દો વડે ખાલી જગ્યા પૂરો

- ને લેખિત સંદેશો મોકલવા એરોગ્રામ વપરાય છે.
- સામાન્ય પોસ્ટકાર્ડ અને પ્રતિયોગિતા પોસ્ટકાર્ડ ની બાબતમાં ભિન્ન પડે છે.
- સામાન્ય અંતરદેશીય પાર્સલ પરનો ટપાલ ચાર્જ પ્રમાણે બદલાતો રહે છે.
- બુક પોસ્ટ ટપાલ પરનો પોસ્ટેજ ચાર્જ ચોટાડેલ કવર પરના ચાર્જ કરતાં હોય છે.
- પોસ્ટકાર્ડને બદલે અંતરદેશીય પોસ્ટકાર્ડ વાપરવું જોઈએ, જ્યારે સંદેશો મોકલનાર કોઈ સંદેશો મોકલવા માગતો હોય.

૮.૫ નાણાં મોકલવાની સેવા

ઘરો કે તમે તમારા ઘરથી અતિ દૂરના સ્થળે કાર્ય કરો છો અને તમે તમારા કુટુંબને નાણાં મોકલવા માગો છો. તમે પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા અપાતી નાણાં મોકલવાની સેવા મારફતે તે મોકલાવી શકો. તે મનીઓર્ડર અને પોસ્ટલ ઓર્ડર સુવિધા પૂરી પાડે છે, જેની મદદથી લોકો એક જગ્યાએથી બીજી જગ્યાએ દેશની અંદર અને બહાર નાણાં મોકલી શકે. ચાલો, આપણે મનીઓર્ડર અને પોસ્ટલઓર્ડર વિશે વધુ જાણીએ.

અ. મનીઓર્ડર:-

મનીઓર્ડર સર્વિસ હેઠળ પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા નાણાં મોકલી શકાય. મનીઓર્ડર એ એક એવો ઓર્ડર છે જે એક પોસ્ટઓફિસ દ્વારા બીજી પોસ્ટઓફિસને કરવામાં આવે છે. તેમાં જણાવેલ નામની વ્યક્તિને નાણાની અમુક રકમ ચૂકવવા માટે જો તમારે નાણાં મોકલવા હોય તો પ્રથમ તમારે મની ઓર્ડર ફોર્મ ભરવું પડે, જે તમામ પોસ્ટઓફિસે કિંમત ચુકવણી દ્વારા ઉપલબ્ધ બને છે. ભરવામાં આવેલ ફોર્મ મોકલવાના નાણાંની રકમ સાથે પોસ્ટઓફિસને આપવામાં આવે છે. એમ મનીઓર્ડર ફોર્મ માં આપણે વધુમાં વધુ રૂ.૫૦૦૦/- મોકલી શકીએ. મનીઓર્ડર ફોર્મમાં થોડી જગ્યા હોય છે, જ્યાં

મનીઓર્ડર ફોર્મ

મોડ્યુલ - ૩ સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ



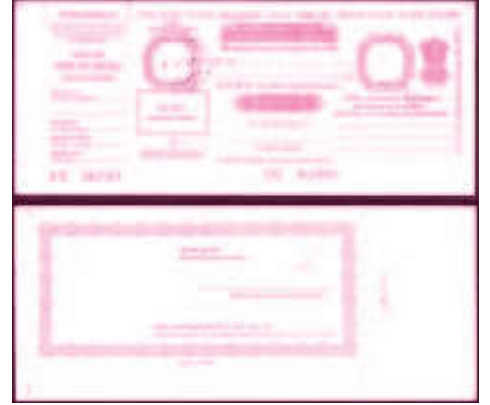
નોંધ

તમે તમારો સંદેશ પ્રાપ્તકર્તાને લખી શકો. ભરેલું ફોર્મ પછી પોસ્ટઓફિસને મોકલાય છે, જ્યાં પેમેન્ટ કરવાનું હોય છે. ટપાલી તેની સાથે ફોર્મ લઈ જાય છે અને પ્રાપ્તકર્તા પાસેથી સહી મેળવ્યા પછી તેને પૈસા આપે છે.

આ સેવા માટે પોસ્ટ ઓફિસ મોકલનાર પાસેથી નિયત કમિશન ચાર્જ કરે છે, જે મોકલેલ નાણાંની રકમના પ્રમાણમાં બદલાય છે. ગ્રાહકોની અનુકૂળતા માટે પોસ્ટ ઓફિસ વિવિધ પ્રકારની મનીઓર્ડર સેવાઓ આપે છે. જેમ કે સામાન્ય મનીઓર્ડર, ટેલિગ્રાફિક મનીઓર્ડર, સેટેલાઈટ મનીઓર્ડર, સ્પીડપોસ્ટ મનીઓર્ડર વગેરે. વ્યવસાયી વ્યક્તિઓનસ સગવડ માટે તે કોર્પોરેટ મનીઓર્ડર સર્વિસ પણ આપે છે.

બ. પોસ્ટલ ઓર્ડર:-

મનીઓર્ડરની માફક આપણે પોસ્ટલ ઓર્ડર દ્વારા પણ નાણાં મોકલી શકીએ. અર્થાત ભારતીય પોસ્ટલ ઓર્ડર તે Indian Postal Order (IPO) એક જગાએથી બીજી જગ્યાએ નાણાં મોકલવાની સગવડભરી પદ્ધતિ છે અને તે મુખ્યત્વે પરીક્ષા ફી ભરવા કે કોઈ નોકરી માટે અરજી કરવાની ફી ભરવા વપરાય છે. પોસ્ટલ ઓર્ડર તમામ પોસ્ટ ઓફિસો એ જુદાં જુદાં મુલ્ય વર્ગોમાં જેમ કે રૂ. ૧/-, રૂ. ૨/-, રૂ. ૫/-, રૂ. ૭/-, રૂ. ૧૦/-, રૂ. ૨૦/-, રૂ. ૫૦/-, રૂ. ૧૦૦/- ઉપલબ્ધ હોય છે. આપણે નિયત ચાર્જ ભરી પોસ્ટલ ઓર્ડર ખરીદી શકીએ અને પ્રાપ્તકર્તાને તેનું નામ ઉલ્લેખ કરીને અને જ્યાંથી નાણા લેવાના છે તે પોસ્ટઓફિસમાં રજૂ કરે છે. યોગ્ય વ્યક્તિને પેમેન્ટ થાય તેની ખાતરી માટે પોસ્ટલ ઓર્ડરને ઉપર ડાબી બાજુના ખૂણે બે સમાંતર રેખાઓ દોરીને ક્રોસ કરી શકાય. બરાબર બેંક ડ્રાફ્ટ કે ચેક ક્રોસ કરીએ છીએ. તેમ, પોસ્ટલ ઓર્ડરને ક્રોસ કર્યાની અસર એ છે કે તેનું પેમેન્ટ પોસ્ટ ઓફિસ કે બેંકમાં ખાતા દ્વારા જમા કરી પ્રાપ્ત કરી શકાય છે. નાણાં મોકલવાની આ પદ્ધતિ ઘણું કરીને અધિકારિક હેતુથી કરવામાં આવે છે.



પોસ્ટલ ઓર્ડર

૮.૬ બેન્કિંગ સેવા

તમે જાણો છો બેંક નાણાં સાથે વ્યવહાર કરે છે. બેન્ક આમ જનતા પાસેથી ડિપોઝિટ સ્વીકારે છે. અને જેમને ફંડની જરૂર હોય તેમને લોન અને એડવાન્સ આપે છે. ડિપોઝિટ સ્વીકારવા અને નાણાં ઉછીના આપવા ઉપરાંત બેન્ક ગ્રાહકોને તેમની કિંમતી ચીજો સેફ કસ્ટડી (સલામત હવાલા)માં રાખીને, એક જગાએથી બીજી જગ્યાએ નાણાં મોકલીને, વ્યવસાય માહિતી પૂરી પાડીને વગેરે દ્વારા ગ્રાહકોને મદદ પણ કરે છે. પોસ્ટઓફિસો આવી કેટલીક સેવાઓ હાથ ધરે છે જેમ કે આમ જનતા પાસેથી ડિપોઝિટ સ્વીકારવી અને ડિપોઝિટ ઉપાડવી. આમ જનતા પાસેથી ડિપોઝિટ સ્વીકારવી અને ડિપોઝિટ ઉપાડવી.

આમ આપણે કહી શકીએ કે આ પોસ્ટઓફિસ દ્વારા અપાતી બેંકિંગ સેવાઓ છે. આ સેવા હેઠળ તે વિવિધ યોજનાઓ બચત ને ઉત્તેજન આપવા તેમજ લોકોને બચત માટે પ્રેરવા માટે આપે છે. ચાલો, આપણે પોસ્ટઓફિસ દ્વારા અપાતી કેટલીક મહત્વની બચત યોજનાઓ વિશે શીખીએ.



નોંધ

૧. પોસ્ટઓફિસ સેવિંગ્સ બેન્ક એકાઉન્ટ:-

આ એવા પ્રકારનું એકાઉન્ટ છે, જેમાં આપણે આપણી બચત પોસ્ટ ઓફિસમાં જમા કરાવી શકીએ છીએ અને જરૂર હોય ત્યારે ઉપાડી શકીએ છીએ. એકાઉન્ટ ખોલવા માટે ઓછામાં ઓછી રકમ રૂ.૫૦/- જરૂરી હોય છે. અને આપણે વધુમાં વધુ રૂ. એક લાખ (૧,૦૦,૦૦૦/-) આપણા એકાઉન્ટમાં જમા કરાવી શકીએ છીએ. એકાઉન્ટ સંયુક્ત રીતે ઓપરેટ કરી શકાય અને તે કિસ્સામાં ડિપોઝિટજી મહત્તમ મર્યાદા રૂપિયા બે લાખ સુધી વધારી શકાય. એકાઉન્ટમાંથી નાણાં ઉપાડ કે સિલ્વ કે ચેકનો ઉપયોગ કરીને ઉપાડી શકાય. પોસ્ટ ઓફિસ આપણી ડિપોઝિટ પર વ્યાજ આપે છે જે સદંતર ઈન્ડમટેક્સમાંથી મુક્ત હોય છે.

૨. ૫ વર્ષીય પોસ્ટઓફિસ આવર્તી જમા યોજના(Recurring Deposit Scheme):-

આવર્તી જમા એકાઉન્ટ ખોલાવવા માટે ઓછામાં ઓછી રકમ રૂ.૧૦/- સાથે જે રૂ.૫/-ના ગુણાંકમાં હોય છે. તે પણ કોઈ મહત્તમ મર્યાદા વગર, ડિપોઝિટ દર મહિને ૫ વર્ષના સમયગાળા માટે કરવાની હોય છે. એક વર્ષ પછી ૫૦% ડિપોઝિટ પાંચ વર્ષના સમયગાળામાં માત્ર એક વખત ઉપાડી શકાય. એક કરતાં વધુ આવર્તી જમા એકાઉન્ટ કોઈ એક વ્યક્તિના નામે ખોલવામાં કોઈ બાધ નથી.

૩. પોસ્ટઓફિસ ટાઈમ ડિપોઝિટ એકાઉન્ટ:-

કોઈપણ વ્યક્તિ ઓછામાં ઓછા રૂ.૨૦૦/) ના બેલેન્સથી આવું ખાતું ખોલાવી શકે અને તે પણ કોઈ મહત્તમ મર્યાદા વગર. ડિપોઝિટરે એકી વખતે નિયત સમયગાળો પૂરો થયા બાદ પાકે છે. જેમ કે એક, બે, ત્રણ કે પાંચ વર્ષ. આ એકાઉન્ટ પર વાર્ષિક ધોરણે વ્યાજ આપવામાં આવે છે. પરંતુ તે ત્રિમાસિક ગણતરી થાય છે. આ એકાઉન્ટ ટ્રસ્ટ દ્વારા પણ ખોલી શકાય. ડિપોઝિટ રકમ તેમજ વ્યાજની આવક ટેક્સમાંથી મુક્ત હોય છે.

૪. પોસ્ટ ઓફિસ માસિક આવક યોજના (Monthly Income Scheme) (MIS):-

આ યોજના હેઠળ એક નિશ્ચિત રકમ છ વર્ષ માટે જમા કરવામાં આવે છે અને ડિપોઝિટર દર મહિને તેનું વ્યાજ મળવે છે. ઓછામાં ઓછા રૂ.૧,૫૦૦/- અને વધુમાં વધુ વ્યક્તિગત એકાઉન્ટમાં રૂ.૪.૫ લાખ અને સંયુક્ત એકાઉન્ટ કિસ્સામાં રૂ.૮ લાખ ડિપોઝિટ કરી શકાય. ડિપોઝિટની રકમ વ્યાજ ઉપરાંત ૫% દરે બોનસ પણ મેળવે છે. જે પાકતી મુદતે ચુકવવા પાત્ર બને છે. વ્યાજ અને બોનસ બન્ને ટેક્સમાંથી મુક્ત હોય છે. આ એકાઉન્ટ નિવૃત્ત કર્મચારીઓ માટે અથવા તો જે કોઈ જે પેન્શન કે પગારની માફક નિયમિત આવક જોઈતી હોય તેમને અનુકૂળ હોય છે.



નોંધ

૫. છ વર્ષીય નેશનલ સેવિંગ્ઝ સર્ટિફિકેટ (VIII ઈસ્યુ) યોજના:-

નેશનલ સેવિંગ્ઝ સર્ટિફિકેટ (NSC) પોસ્ટ ઓફિસમાંથી ખરીદી શકાય : (૧) પુખ્ત ઉમરની વ્યક્તિ વડે પોતાને માટે અથવા કોઈ સગીર માટે અથવા કોઈ સગીર દ્વારા (૨) બે પુખ્ત વ્યક્તિઓ સંયુક્ત રીતે અથવા (૩) ટ્રસ્ટ ડિપોઝિટરની કોઈ મર્યાદા નથી. સર્ટિફિકેટ રૂ.૧૦૦/-, રૂ.૫૦૦/-, રૂ.૧૦૦૦/-, રૂ.૫૦૦૦/- અને રૂ.૧૦૦૦૦/- ના મૂલ્યવર્ગોમાં ઉપલબ્ધ હોય છે. ચક્રવૃદ્ધિ વ્યાજ અર્ધવાર્ષિક ગણાય છે. અને ચૂકવવાપાત્ર પણ અર્ધવાર્ષિક બને છે. ૬ વર્ષ પછી આ સર્ટિફિકેટ પોસ્ટઓફિસમાંથી વટાવી રોકડ રકમ લઈ શકાય છે. વ્યાજની આવક પુનઃ રોકાણ તરીકે ગણાતી હોઈ ટેક્સ વળતરને આધીન હોય છે. આ ડિપોઝિટ યોજના આવકવેરા ભરનારા માટે અતિ લોકપ્રિય છે.

૬. ૧૫ વર્ષીય પબ્લિક પ્રોવિડન્ડ ફંડ એકાઉન્ટ (PPF એકાઉન્ટ):-

વ્યક્તિઓ આ એકાઉન્ટ પોતાને નામે અથવા તો તેમના સગીર બાળકને નામે ખોલાવી શકે. આ એકાઉન્ટમાં દરેક વર્ષમાં ડિપોઝિટ ઓછામાં ઓછા એકવાર ડિપોઝિટ જમા કરાવવી જરૂરી હોય છે. એકાઉન્ટ ધારક વર્ષમાં મહત્તમ રૂ.૭૦૦૦૦/- ડિપોઝિટ કરી શકે, જે ક્યાં તો એકી સાથે અથવા તો વધુમાં વધુ ૧૨ હપ્તાઓમાં જમા કરી શકો. દર વર્ષે ઓછામાં ઓછા રૂ.૫૦૦/- ડિપોઝિટ કરાવવી જરૂરી હોય છે. દરેક ડિપોઝિટની રકમ રૂ.૧૦૦/- ના ગુણાંકમાં હોવી જોઈએ. એનો અર્થ એ છે કે તમે કોઈ રકમ જેમ કે રૂ.૧૨૫૦/- કે રૂ.૩૭૮૫/- જમા કરાવી શકો. જો કે તે રૂ.૧૨૦૦/- કે રૂ.૩૭૦૦/- એમ હોઈ શકે. લોન સુવિધા ૩ વર્ષ પછી ઉપલબ્ધ બને છે. જ્યારે એકાઉન્ટમાંથી નાણાનો ઉપાડ ૭ વર્ષ પછી કરવા દેવામાં આવે છે. ડિપોઝિટની રકમ આવકવેરા હેઠળ વળતર મળે છે અને વ્યાજની આવક સંપૂર્ણપણે આવકવેરાયુક્ત હોય છે.

૭. કિસાન વિકાસપત્ર યોજના:-

આ યોજનામાં નાણાંની નિયત રકમ અમુક સમયગાળામાં બમણી થાય છે. નીચેની દ્વારા કિસાન વિકાસપત્રોમાં નાણાં ડિપોઝિટ કરી શકાય.

કોઈ પુખ્ત ઉમરની વ્યક્તિ પોતાને માટે કે કોઈ સગીર માટે.

બે પુખ્ત વ્યક્તિઓ સંયુક્ત રીતે.

ટ્રસ્ટ આ (કિસાન વિકાસપત્ર) તમામ પોસ્ટ ઓફિસોએ રૂ.૧૦૦/-, રૂ.૫૦૦/-, રૂ.૧૦૦૦/-, રૂ.૫૦૦૦/- અને રૂ.૧૦૦૦૦/- ના મૂલ્યવર્ગમાં ઉપલબ્ધ હોય છે. જ્યારે રૂ. ૫૦૦૦૦/- મૂલ્યવર્ગનું કિસાન વિકાસપત્ર માત્ર જનરલ પોસ્ટઓફિસ (GPO)માં ઉપલબ્ધ હોય છે. રોકાણ પર કોઈ મહત્તમ મર્યાદા નથી. તે પાકે તે પહેલા નાણાં ઉપાડી શકાય છે. પરંતુ ઓછામાં ઓછો સમયગાળો જેને લોક ઈન પીરિયડ કહે છે, તેની અંદર નાણાં ઉપાડી શકાય નહિ.

૮. વરિષ્ઠ નાગરિક બચત યોજના:-

આ યોજનામાં ૬૦ વર્ષ ઉપરના વરિષ્ઠ નાગરિકો દ્વારા એક સાથે રૂ. ૧૦૦૦ના ગુણાંકમાં વધુમાં વધુ ૧૫,૦૦,૦૦૦ રૂ. નું રોકાણ કરી શકે છે. જેની પાકવાની

ટપાલ (પોસ્ટ) અને કુરીયર સેવા

મુદત ૫ વર્ષ માટેની છે. જે એક જ વ્યક્તિ કે સંયુક્ત વ્યક્તિઓ દ્વારા આ ખાતુ સંભાળી શકે છે. આ લાભ ૬૦ વર્ષ કે તેનાથી વધુ ઉંમર ધરાવતી વ્યક્તિઓને મળે છે. પ્રથમ મુદતમાં વ્યાજ ૩૧મી માર્ચ, ૩૦ જૂન અને ૩૧મી ડિસેમ્બર મળે છે અને ત્યારબાદ આ વ્યાજ ૩૧ મી માર્ચ, ૩૦મી જૂન, ૩૦મી સપ્ટેમ્બર અને ૩૧મી ડિસેમ્બરે મળે છે.



૮.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

ખાલી જગ્યા પુરો.

૧. પોસ્ટઓફિસ PPF એકાઉન્ટમાં એક વર્ષ દરમિયાન વધુમાં વધુ નાણાની રકમ ડિપોઝિટ કરાવી શકાય તે છે રૂ.
૨. એક મનીઓર્ડર ફોર્મમાં આપણે વધુમાં વધુ રૂ. ની રકમ મોકલી શકીએ.
૩. યોગ્ય વ્યક્તિને નાણાંની ચુકવણીની ખાતરી કરવા માટે આપણે પોસ્ટલ ઓર્ડરને કરી શકીએ.
૪. PPF એકાઉન્ટ ધારકને લોન સુવિધા વર્ષો પૂર્ણ થતાં ઉપલબ્ધ બને છે.
૫. વધુ પૂર્ણ થયા બાદ NSC વટાવી શકાય છે.

૮.૭ વીમા સેવાઓ

ટપાલ અને નાણાં મોકલવાની કામગીરી ઉપરાંત પોસ્ટઓફિસો વ્યક્તિનો લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ સુવિધા પણ પૂરી પાડે છે. વીમો એટલે શું તે તમે જાણો છો ? વીમો એ બે પાર્ટીઓ વચ્ચેનો એવો કરાર છે જે દ્વારા એક પાર્ટી બીજી પાર્ટીને હાનિ કે નુકસાન થવાના કોઈ પ્રસંગે નાણાંની નિયત રકમ ચૂકવવા સંમત થાય છે. પાર્ટી કે જે નાણાં ચૂકવવા સંમત થાય છે, તેને વીમાકર્તા (વીમો ઉતારનાર) કહે છે અને બીજી પાર્ટીને વીમાકૃત કહે છે. કરાર પ્રમાણે વીમો ઉતારાવ્યો હોય તે નિયત રકમ અર્થાત પ્રીમિયમ એકી સાથે અથવા હપ્તામાં નિયત સમયગાળા માટે વીમો ઉતારનારને ચૂકવે છે. જો તે સમયગાળા દરમિયાન આવી કોઈ ઘટના બને અને વીમેદારને કોઈ નુકસાન થાય તો વીમા કંપનીએ અથવા તેના કુટુંબના સભ્યોને સંમત થયેલ રકમ ચૂકવવાની હોય છે. પોસ્ટ ઓફિસ બે યોજનાઓ હેઠળ જીવનવીમો આપે છે. ૧. પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ (PLI) અને ૨. Rural Postal Life Insurance (RPLI). ચાલો, આપણે આ યોજનાઓ વિશે વિસ્તારથી શીખીએ.

૧. પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ (Postal Life Insurance PLI):-

પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ (Postal Life Insurance PLI) યોજના પ્રારંભમાં ટપાલ ખાતાના કર્મચારીઓ માટે દાખલ કરવામાં આવેલી, વર્ષો જતાં તે કેન્દ્ર અને રાજ્ય સરકાર, પબ્લિક સેક્ટર ઉપક્રમો, યુનિવર્સિટીઓ સરકારી અનુદાન સંસ્થાઓ રાષ્ટ્રીયકૃત બેન્કો અને નાણાકીય સંસ્થાઓના કર્મચારીઓ માટે વિસ્તારવામાં આવી. પોસ્ટ ઓફિસ આ સંસ્થાઓના કર્મચારીઓ જે ૫૦ વર્ષ ઉંમરની નીચેના હોય તેમને માટે અમુક સમયગાળા

મોડ્યુલ – ૩ સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ



સુધી નિયત પ્રિમિયમ ભરીને જીવનવીમો ઉતારવાની છૂટ આપવામાં આવે છે. તે (પોસ્ટઓફિસ) વીમો લેનાર વ્યક્તિનું મૃત્યુ થતાં કે નિયત કાલાવધિ પુરી થતાં અમુક નાણાની રકમ ચૂકવવાનો વાયદો કરે છે.

૨. સરલ પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ (RPLI):-

પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સની માફક પોસ્ટઓફિસ ગ્રામ વિસ્તારમાં રહેતા લોકો અને સમાજના નબળા વર્ગના લોકોને જીવનવીમા સુવિધા પણ પૂરી પાડે છે, જેને રૂરલ પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ (RPLI) કહે છે. RPLI હેઠળ વીમાદાર વ્યક્તિ વીમા સુરક્ષા માટે અતિ અલ્પ પ્રીમિયમ ચૂકવે છે.

૮.૮ અન્ય ટપાલ સેવાઓ

અત્યાર સુધી તમે કેટલીક ટપાલ સેવાઓ જેમ કે ટપાલ, નાણાં મોકલવા, બેન્કિંગ અને વીમા સેવાઓ વિશે શીખી ગયા. આ સેવાઓ ઉપરાંત પોસ્ટઓફિસ વિવિધ અન્ય સેવાઓ પણ પૂરી પાડે છે જેમકે,

૧. સ્ટેમ્પનું વેચાણ:-

પોસ્ટલ સ્ટેમ્પના વધારામાં વિવિધ અન્ય પ્રકારની સ્ટેમ્પ જેમ કે રેવન્યુ સ્ટેમ્પ, શેર ટ્રાન્સફર સ્ટેમ્પ, રીક્રુટમેન્ટ સ્ટેમ્પ વગેરે પોસ્ટ ઓફિસોએ પણ વેચાય છે. પ્રાપ્તકર્તા પાસેથી પહોંચ મેળવતી વખતે જો નાણાકીય વ્યવહારની રકમ રૂપિયા પાંચસો (હવે પાંચ હજાર) કરતાં વધે ત્યારે રેવન્યુ સ્ટેમ્પ વપરાય છે. શેર ટ્રાન્સફર સ્ટેમ્પ બીજાઓનું નામે શેર કે અન્ય જામીનગીરીઓ હસ્તાંતરિત કરતી વખતે ઉપયોગ થાય છે. તે જ પ્રમાણે રીક્રુટમેન્ટ (ભરતી) સ્ટેમ્પ ઉમેદવારોની ભરતી માટે ભારત સરકાર દ્વારા સંચાલિત વિવિધ પરિક્ષાઓની ફી ચૂકવવા માટે જરૂર હોય છે.

૨. ફોર્મનું વેચાણ:-

પોસ્ટ ઓફિસ વિવિધ ફોર્મ જેમ કે પાસપોર્ટ ફોર્મ, UPSC (યુનિયન પબ્લિક સર્વિસ કમિશન) ફોર્મ, SSC (સ્ટાફ સિલેક્શન કમિશન) ફોર્મ અને અન્ય રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષાઓના ફોર્મનું વેચાણ કરવામાં સુવિધા પુરી પાડે છે.

૩. બિલ પેમેન્ટ:-

પોસ્ટઓફિસ, ટેલિફોન, વીજળી અને પાણીના બિલ પેમેન્ટ ઉપભોક્તાઓ પાસેથી એકત્ર કરે છે.

૪. પેન્શન ચૂકવણી:-

પેન્શનરની સગવડ માટે ભારત સરકારે પોસ્ટઓફિસ દ્વારા પેન્શનની ચૂકવણીની જરૂરી વ્યવસ્થા ગોઠવી છે. સરકાર રેલવે, કોલસાની ખાણ, ટેલિકોમ પેન્શનરો નજીકની પોસ્ટઓફિસમાંથી આ સુવિધા મેળવી શકે છે. પોસ્ટઓફિસ, સિનિયર સિટિઝન્સો વૃદ્ધાવસ્થા પેન્શનની સુવિધા પણ પુરી પાડે છે. સમાજ કલ્યાણ મંત્રાલય અને રાજ્ય સરકારો આ વૃદ્ધાવસ્થા પેન્શન આપે છે.



નોંધ

૫. પોસ્ટ દુકાન (Post Shoppes):-

પોસ્ટ દુકાન એ નાની છૂટક માલ દુકાનો છે જે સ્ટેશનરી આઈટમ, અભિવાદન કાર્ડ અને નાની ભેટ આઈટમોનું વેચાણ ગ્રાહકોને કરે છે. આ દુકાનો કેટલીક પોસ્ટઓફિસોના પ્રીમાસીસમાં જોવા મળે છે.

૬. ફિલેટેલી : ટપાલની ટિકિટોનો સંગ્રહ :-

ખાસ અને સ્મારક પોસ્ટ ટિકિટો તેમજ વિશેષ કવર ટપાલ ખાતા દ્વારા આપવામાં આવે છે, જે દેશના સમૃદ્ધ પ્રાકૃતિક અને સાંસ્કૃતિક વારસાને પ્રતિબિંબિત કરતાં વિશાળ હારમાળાના થીમને આવરી લે છે. મહત્વની રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય ઘટનાઓ, નામાંકિત વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ સ્મારક ટપાલ ટિકિટ અને કવરના માધ્યમ દ્વારા સન્માનિત કરવામાં આવે છે. આ સ્ટેમ્પ ટપાલ ટિકિટ સંગ્રહના વિશ્વમાં વિશાળ લોકપ્રિયતા માણે છે.

૭. ગ્રામીણ સંચાર સેવક યોજના:-

દરેક ઘરને ટેલિફોન સુવિધા પુરી પાડવાના સ્વપ્ન સાથે ગ્રામીણ સંચાર સેવક યોજના પ્રસ્થાપિત કરવામાં આવી. તે ટપાલ ખાતું અને ભારત સંચાર નિગમ લિમિટેડ (BSNL) નો સંયુક્ત પ્રયાસ છે. આ યોજના હેઠળ ટપાલી ટપાલ આપવા ઘેર-ઘેર જાય ત્યારે તે પોતાની સાથે મોબાઈલ પણ લઈ જાય. લોકો તે ફોનનો ઉપયોગ ટપાલીને નિયત ચાર્જ ચુકવીને કરી શકે. આ સુવિધા આપણા દેશના માત્ર ગ્રામ વિસ્તારોમાં ઉપલબ્ધ છે.



૮.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો સાચા છે કે ખોટાં તે જણાવો.

૧. એક સરકારી કર્મચારી જેમની ઉંમર પર વર્ષ છે, તે પોસ્ટ ઓફિસમાં જીવન વીમો ઉતરાવી શકે.
૨. રૂા.૬૦૦ રકમના નાણાકીય વ્યવહારના પહોંચ પર કોઈ રેવન્યુ સ્ટેમ્પ લગાવવાની જરૂર નથી.
૩. પોસ્ટ શોપીમાં તૈયાર વસ્ત્રો વેચવામાં આવે છે.
૪. પોસ્ટઓફિસ સમાજના નબળા વર્ગોના લાભ માટે સરલ પોસ્ટ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ સુવિધા આપે છે.
૫. ગ્રામીણ સંચાર સેવા યોજના માત્ર ગ્રામ વિસ્તારોમાં ઉપલબ્ધ હોય છે.

૮.૯ વિશિષ્ટ ટપાલની સેવા

લોકોની સુવિધા માટે પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા જુદા જુદા પ્રકારની કેટલીક વિશિષ્ટ સુવિધાઓ પૂરી પાડે છે, જેવી કે ઝડપી સંદેશાઓ મોકલવા, નિયત વ્યક્તિને હાથોહાથ ટપાલ મળે તેવી સુવિધા, ટપાલ કે પાર્સલ ખોવાઈ જાય કે નુકશાન પામે તો મોકલનારને વળતર મળે તેવી



નોંધ

સુવિધા પૂરી પાડવામાં આવે છે. આપ વધારાનો ચાર્જ ચુકવી આ સુવિધા મેળવી શકીએ છીએ. ચાલો, આપણે આ સેવાઓ વિગતવાર સમજીએ.

૧. સર્ટિફિકેટ ઓફ પોસ્ટિંગ:-

સામાન્ય રીતે પત્રો ટપાલપેટીમાં નાખતા ટપાલખાતા દ્વારા ટપાલ મોકલી છે તેની પહોંચ આપવામાં આવતી નથી. જ્યારે પત્ર મેળવનાર પત્ર મોકલ્યો છે તેની ખાતરી પત્ર મોકલનાર પાસે મેળવા માંગતો હોય તો પત્ર મેળવનારે વધારાનો ચાર્જ ચુકવી ખરેખર પત્રો મોકલે છે તેનું પ્રમાણપત્ર ટપાલખાતા પાસેથી મેળવી શકે છે તેને સર્ટિફિકેટ ઓફ પોસ્ટિંગ કહે છે. આવું પ્રમાણપત્ર મેળવવા કોરા કાગળ ઉપર પત્ર મોકલનારના નામ, સરનામા લખી યોગ્ય કિંમતની ટિકિટ ચોંટાડી પરબિડિયા સાથે આ કાગળ પોસ્ટઓફિસમાં રજૂ કરવા. પોસ્ટઓફિસ પરબિડિયા લઈ રજૂ કરલેલા કાગળ પર સિક્કો મારી આ કાગળ પરત આપે છે. આ કાગળ તમે પત્રો ટપાલ કર્યા છે તનો આધારભૂત દસ્તાવેજ ગણાય છે. આ સેવા મુળવવા માટે ખાસ ધ્યાન રાખો કે પરબિડિયા ઉપર “યુપીસી” લખવો જોઈએ. “યુપીસી” એટલે “અંડર પોસ્ટલ સર્ટિફિકેટ”

વિવાદાસ્પદ સમયે આ સર્ટિફિકેટ રજૂ કરી શકાય છે.

૨. રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ:-

કેટલીક વાર આપણે એવું ઈચ્છીએ કે મોકલી ટપાલ નિશ્ચિત વ્યક્તિને હાથો હાથ મળે નહિ તો તે ટપાલ પરત આવે. આવી પરિસ્થિતિમાં પોસ્ટઓફિસ દ્વારા રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટની સુવિધા આપે છે. આપણે પત્રો કે પાર્સલ આ રીતે મોકલી શકીએ છીએ. રજિસ્ટ્રેશન ચાર્જ ચુકવ્યા પછી વધારાની ટિકિટ ટપાલ પર લગાવી હાથો હાથ આ ટપાલ પોસ્ટઓફિસમાં આપવામાં આવે છે. પોસ્ટઓફિસ આ ટપાલ લઈ ટપાલ મોકલનારને ટપાલ મળ્યાની રસીદ આપે છે. આ રસીદ ટપાલ મોકલી છે તેની ખાતરી પણ આપે છે. યાદ રાખો કે પરબિડિયા પર પૂરે પૂરું સરનામું લખાયું હોય તો જ પોસ્ટ ઓફિસ આ ટપાલ સ્વીકારે છે. સામાન્ય ટપાલ પર “રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ” એમ લખવામાં આવે છે. શું આપ એ ખાતરી કરવા માંગો છો કે તમારી ટપાલ જે સરનામે મોકી છે તે જ સરનામે પહોંચી છે. અહીંયા ટપાલ દ્વારા બીજી વધારાની સુવિધા આપવામાં આવે છે. પોસ્ટખાતાના દસ્તાવેજી કાગળ ઉપર રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ મેળવનારની સહી લઈ તેને આ ટપાલ હાથો હાથ આપવામાં આવે છે. પરંતુ પત્ર મોકલનારને ખબર હોતી નથી કે તે જ વ્યક્તિને પત્ર મળ્યો છે. પરંતુ જો પત્ર મેળવનાર ઈચ્છે તો “એકનોલેજમેન્ટ ડ્યૂ કાર્ડ” પરબિડિયા સાથે ભરીને રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ કરી શકાય છે. આ કાર્ડ ઉપર પત્ર મેળવનાર પોતાની સહિ કરી ટપાલીને કાર્ડ પરત આપે છે. ટપાલી આ કાર્ડ પત્ર મોકલનારને પોસ્ટ કરે છે. ચોક્કસ ચાર્જ ચુકવ્યા બાદ દરેક પોસ્ટઓફિસ ઉપર “એકનોલેજમેન્ટ ડ્યૂ કાર્ડ”ની સુવિધા મળે છે. પત્ર મોકલનાર આ કાર્ડ ઉપર એક બાજુ પોતાનું સરનામું અને બીજી બાજુ પત્ર મેળવનારનું સરનામું લખી પરબિડિયા ઉપર આ કાર્ડ બાંધવામાં આવે છે. પરબિડિયા ઉપર પત્ર મોકલનારે ખાસ લખવું જોઈએ “રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ એડી”.



નોંધ

૩. વીમાયુક્ત ટપાલ:-

પત્ર મોકલતી વખતે પત્ર ખોવાઈ જવાનો કે નુકશાન થવાનો ડર હોય છે. જે વસ્તુઓ ટપાલ દ્વારા મોકલવામાં આવી હોય અને તેની હેરફેર થતા આ વસ્તુઓની નુકશાન થાય તો તે નુકશાનનું વળતર વસ્તુ મોકલનારને મળી શકે. જો સામાન્ય પત્ર રજિસ્ટર્ડ પત્રો કે પાર્સલને નુકશાન થાય તો ટપાલખાતા જવાબદાર નથી પરંતુ જો વીમાસુરક્ષિત સુવિધાનો લાભ લઈ પત્ર કે પાર્સલ મોકલનારને હેરફેર દ્વારા આ પત્રને કે પાર્સલને નુકશાન થાય તો ટપાલ ખાતા દ્વારા ચોક્કસ વળતર ચુકવી આપવામાં આવે છે. ચોક્કસ રકમ ભરી કિંમતી ચીજ વસ્તુઓ કે દસ્તાવેજો વીમા સુરક્ષિત પોસ્ટ દ્વારા મોકલી શકાય છે. વસ્તુના કિંમતને આધારે ટપાલખાતા દ્વારા વીમાનું પ્રિમિયમ નક્કી કરવામાં આવે છે. અહીંયા ટપાલ ખાતા દ્વારા કાયદા મુજબ નુકશાનનું વળતર ચૂકવવા જવાબદાર હોય છે. યાદ રાખો કે પોસ્ટ ઓફિસની જરૂરિયાત મુજબ આવા પાર્સલને યોગ્ય રીતે પેકિંગ અને બંધ કરવું અનિવાર્ય છે.

૪. સ્પીડ પોસ્ટ:-

પહેલી ઓગસ્ટ ૧૯૮૬ના રોજ સ્પીડ પોસ્ટની સુવિધા શરૂ કરવામાં આવી. કેટલીકવાર આકસ્મિક સંજોગોને કારણે કે વહેલામાં વહેલી તકે પત્ર મેળવનારને પત્ર મળવો જરૂરી હોય છે. અહીં ટપાલ ખાતા દ્વારા ખાતરી આપવામાં આવે છે કે સ્પીડ પોસ્ટની સુવિધાના કારણે તમારો પત્ર નિયત સમયે ચોક્કસ વ્યક્તિને મળી જશે. આ સેવા મુજબ પત્રો દસ્તાવેજ અને પાર્સલ ખૂબ ઝડપથી એટલે કે ચોક્કસ સમયમાં રવાનગી કરવામાં આવે છે. સામાન્ય ટપાલ કરતા અંતરના આધારે સ્પીડ પોસ્ટ ઉપર ચુકવવો પડણો ચાર્જ વધુ હોય છે. આ સુવિધા સ્પીડ પોસ્ટના કેન્દ્ર ઉપર ચોવીસ કલાક ઉપલબ્ધ હોય છે. જો મોકલનાર મોટા જથ્થામાં નિયમિત સ્પીડ પોસ્ટ કરતા હોય તો તેમના સ્થળેથી પણ સ્પીડ પોસ્ટ લઈ જવાની સુવિધા ટપાલખાતા દ્વારા આપવામાં આવે છે.

૫. પોસ્ટ રેસ્ટેન્ટ:-

પત્ર મોકલનારને જ્યારે પત્ર મેળવનારનું સરનામું સચોટ રીતે ખબર ન હોય ત્યારે તે વિસ્તારના પોસ્ટ માસ્ટરને પત્ર મોકલવામાં આવે છે. આવા પત્રો પોસ્ટ રેસ્ટેન્ટ પત્રો કહે છે. આવા પત્રો મોકલતી વખતે ખાસ ધ્યાન રાખો કે પત્ર ઉપર “પોસ્ટ રેસ્ટેન્ટ” કે “કેર ઓફ પોસ્ટ માસ્ટર” દર્શાવું જરૂરી છે. આ સૂચનાને આધારે પોસ્ટ માસ્ટર જેને પત્ર મોકલે છે. તેના દ્વારા આવી ટપાલો પોસ્ટમાસ્ટર પાસે વધુમાં વધુ ૧૪ દિવસ સુધી રાખવામાં આવે છે. ત્યારબાદ આવા પત્રો જે પોસ્ટ ઓફિસથી પત્રો મળ્યા છે ત્યાં પરત કરવામાં આવે છે. આવી સુવિધા ખાસ કરીને પ્રવાસીઓ અને મુસાફરી કરતા સેલ્સમેનો માટે ઉપકારક છે કે જેમનું ચોક્કસ સ્થળ કે સરનામું નક્કી હોતું નથી. અથવા તો જેઓ ચોક્કસ સરનામાવાળી સ્થળ શોધી રહ્યા છે તેવી વ્યક્તિઓ માટે પણ આ સુવિધા ઉપયોગી છે.



૮.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો.

૧. સ્પીડ પોસ્ટની સુવિધા બધીજ પોસ્ટ ઓફિસમાં ઉપલબ્ધ હોય છે.

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા



નોંધ

૨. માત્ર રજિસ્ટર્ડ ટપાલ જ વીમા સુરક્ષિત ટપાલ બનાવી શકાય છે.
૩. પોસ્ટ રેસ્ટેન્ટ ટપાલ મેળવનારને પોસ્ટ ઓફિસમાં માત્ર એક અઠવાડિયા સુધી રાખવામાં આવે છે.
૪. બે પોસ્ટ ઓફિસના અંતરના આધારે વીમા સુરક્ષિત ટપાલનો ચાર્જ નક્કી થાય છે.
૫. સર્ટિફિકેટ ઓ પોસ્ટીંગ દ્વારા મોકલેલ ટપાલ ખોવાઈ જાય તો પત્ર મોકલનારને નુકશાનનું વળતર મળતું નથી.

૮.૧૦ સંદેશા વ્યવહાર

પોસ્ટ ઓફિસ પોતાના કાઉન્ટર પર અથવા પોસ્ટ ઓફિસ સામે મૂકેલ લેટર બોક્સમાંથી ટપાલ મેળવે છે. લોકો પોતાની ફૂરસદના આધારે લેટર બોક્સમાં ગમે ત્યારે પત્રો નાખી શકે છે. પોસ્ટ ઓફિસ કામકાજના કાર્યલયના સમય દરમ્યાન દિવસના એક કે બે વખત લેટર બોક્સમાંથી આ ટપાલ મેળવે છે. આવા લેટર બોક્સ પોસ્ટ ઓફિસની સામે અથવા તો ખાસ નક્કી કરેલા જાહેર સ્થળે મૂકેલા તમે જોઈ શકો છો. પરંતુ તમે ક્યારેય એવું નોંધ્યું છે કે કેટલીક પોસ્ટ ઓફિસની આગળ આ લેટર બોક્સ લાલ, લીલા, ભૂરા અને પીળા કલરના હોય છે. શા માટે આવી ભિન્નતા રાખવામાં આવી છે? ખરેખર તેના હેતુ જુદા જુદા સ્થળોના અંતરના આધારે પત્રો ટપાલ કરી શકાય તે માટે આવા રંગો પસંદ કરવામાં આવ્યા છે. આ સુવિધા પત્રોનું ઝડપી વિભાગીકરણ અને ઝડપી રવાનગી કરવા ઉપયોગી થાય છે. ચાલો આપણે જોઈએ કે જુદી જુદી રંગની પેટીઓ કયા પ્રકારના પત્રો માટે ઉપયોગી થાય છે.

- લાલ રંગની પેટીમાં સ્થાનિક પત્રો નાખી ન શકાય.
- લીલા રંગની પેટીમાં માત્ર સ્થાનિક પત્રો જ નાખી શકાય.
- ભૂરા રંગની પેટીમાં મેટ્રો શહેરને લખવામાં આવતા પત્રો જ નાખી શકાય.
- પીળા રંગની પેટીમાં માત્ર રાજધાની – કેપિટલ શહેરમાં જતી ટપાલ નાંખવામાં આવે છે.

જ્યારે તમે લેટરબોક્સમાં પત્રો નાખો છો ત્યાર બાદ પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા આ પત્રોનું વિતરણ કેવી રીતે થાય છે તે તમે જાણો છો?

- પોસ્ટ ઓફિસ બધા જ પત્રો એકત્રિત કેર છે. દરેક પત્રો ઉપર પૂરતી કિંમતની ટિકિટો લગાડી કે કેમ તેની ચકાસણી કરે છે.
- સ્થળના અંતરને આધારે પત્રો અલગ પાડવામાં આવે છે.
- જુદા જુદા અંતરને આધારે અલગ પાડેલ ટપાલોનું જુદા પેકેટમાં કે કોથળામાં મુકવામાં આવે છે.
- આ પેકેટ કે કોથળામાં જે તે પોસ્ટ ઓફિસે રવાના કરવામાં આવે છે.
- પેકેટ કે કોથળા મેળવનાર પોસ્ટ ઓફિસ આ પેકેટ કે કોથળા ખોલીને દરેક પત્ર ઉપર પોસ્ટ ઓફિસ પર સિક્કો મારે છે.
- સ્થળ અને સરનામાના આધારે આ પોસ્ટ ઓફિસ પત્રોનું વગી કરણ કરે છે.

- ટપાલી દ્વારા જે તે સ્થળે જાતે જઈને પત્રોને વહેંચણી કરે છે.

તમે વિચારતા હશો કે આ પોસ્ટ બેગ કે કોથળાઓ કે પોસ્ટ ઓફિસથી બીજી પોસ્ટ ઓફિસે કેવી રીતે પહોંચતા હશે?

ટૂંકા અંતર માટે ટપાલના કોથળાઓ લઈ જવામાં આવે છે.

- સામાન્ય રીતે રસ્તા માર્ગે મોટર, રીક્ષા અને સાઈકલનો ઉપયોગ ટપાલ લાવવા લઈ જવા થાય છે. પરંતુ લાંબાં અંતરને ટપાલની હેરફેર માટે રેલ્વે માર્ગનો બૃહદ ઉપયોગ થાય છે. જેને રેલ્વે મેલ સર્વિસ (RMS) કહે છે. સમગ્ર ભારતમાં મોટા રેલ્વે સ્ટેશનો ઉપર આરએમએસની સુવિધા તમે જોઈ હશે.
- રેલ્વે, મોટર કે સાઈકલ દ્વારા મોકલવામાં આવતી ટપાલને સમાંતર ટપાલ કહે છે.
- રોડ અને રેલ્વે દ્વારા ટપાલ મોકલવા ઉપરાંત ભારતીય ટપાલ ખાતા દ્વારા જરૂર પડે હવાઈ-વિમાન માર્ગનો પણ ઉપયોગ કરે છે.
- બધી જ વિદેશી ટપાલો હવાઈ માર્ગે મોકલવામાં આવે છે. જેથી જે ટપાલ હવાલ માર્ગે મોકલવામાં આવે છે. તેને “એર મેઈલ” કહે છે.

૮.૧૧ ટપાલની હેરફેર માટે પોસ્ટેજની સુવિધા

તમે વિચારતા હશો કે પોસ્ટ કાર્ડ કે અંતરદેશીય પત્ર સમગ્ર દેશમાં જુદા જુદા અંતરે કેવી રીતે પહોંચાડવામાં આવતા હશે? આપણા દેશમાં સ્પીડ પોસ્ટ સિવાય દરેક પ્રકારની ટપાલ માટે દરેક સ્થળે એક સરખા ભાવ રાખવામાં આવ્યા છે. સામાન્ય રીતે પત્રોના વજનના આધારે પોસ્ટેજ ચાર્જ વસૂલ કરવામાં આવે છે. પરંતુ જ્યારે આ પત્રો વિદેશમાં મોકલવામાં આવે છે ત્યારે વજન અને અંતરના આધારે પોસ્ટેજ ચાર્જ વસૂલ કરવામાં આવે છે. પોસ્ટ ઓફિસમાં ટપાલ ખર્ચ ચૂકવવા માટે જુદી જુદી કિંમતની ટિકિટોનો ઉપયોગ થાય છે. ખાસ ધ્યાન રાખવું જોઈએ કે ટિકિટો પોસ્ટ ઓફિસમાંથી ખરીદેલ હોવી જોઈએ એને પરબિડીયા પર યોગ્ય સ્થળે ચોટાડી હોવી જોઈએ. ટપાલ મોકલવા માટે આ જ માત્ર એક ટપાલ ખર્ચ ચૂકવવાની સુવિધા નથી પરંતુ જુદા જુદા પ્રકારની ટપાલો જ્યારે મોકલવામાં આવે છે ત્યારે ટપાલ ખર્ચ ચૂકવવા નીચે મુજબની પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ થાય છે.

૧. ટપાલ ટિકિટો:-

પરબિડીયાને પાર્સલ મોકલવા માટે પોસ્ટ ઓફિસમાંથી યોગ્ય કિંમતની ટિકિટો ખરીદી તેની ઉપર લગાવામાં આવે છે. પરંતુ જે પોસ્ટ કાર્ડ, અંતરદેશીય પત્રો અને પરબિડીયાં પોસ્ટ ઓફિસમાંથી જ ખરીદ્યા છે તેની પર ટિકિટ લગાવાની હોતી નથી. કારણ કે તે જરૂરી કિંમતની સાથેના જ હોય છે. ઓછામાં ઓછું વજન ધરાવતા પત્રો માટે જ આ પ્રકારના પરબિડીયા ખરીદી શકાય છે. પરંતુ તમારા પરબિડીયાનું સામાન્ય વજન કરતા વજન વધી જાય છે તો તેની ઉપર વધારાની ટિકિટ લવાગી અનિવાર્ય બને છે.



નોંધ



નોંધ

૨. ફેક્ટિંગ મશીન:-

વિશાળ ઓફિસોમાં જ્યાં દરરોજના સેંકડો પત્રો મોકલવાના હોય ત્યાં ટપાલ ખાતા દ્વારા આ પત્રો ઉપર ફેક્ટિંગ મશીનથી ટિકિટો લગાડવાની સુવિધા આપવામાં આવે છે. પરબિડીયા ઉપર ટિકિટ લગાડવાના યંત્રને ફેક્ટિંગ મશીન કહે છે. આ મશીન પરબિડીયા ઉપર નિશ્ચિત કિંમતના ટિકિટો છાપે છે. આવી ટપાલને રેંક ટપાલ કહે છે. મશીનમાં પત્રો મુકી જુદી જુદી કિંમત માટે બટન દબાવી પરબિડીયા ઉપર ટિકિટની છાપ ઉપસાવી શકાય છે. ફેક્ટિંગ મશીન દ્વારા લાલ રંગની તકતિમાં ટિકિટ છાપે છે. આવું યંત્ર પોસ્ટ ઓફિસમાંથી ભાડેથી લાઈસન્સ દ્વારા મેળવી શકાય છે. પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા મેળવેલ લાઈસન્સ ઘારે આ મશીનમાં જુદી જુદી કિંમતની ટિકિટો અંકિત કરી શકે છે. પોસ્ટ ઓફિસને ચૂકવેલ કિંમતને ફેક્ટિંગ મશીનમાં ટિકિટો છપાયા બાદ આપોઆપ આ મશીન બંધ થઈ જાય છે. મશીન પુનઃકાર્યરત કરવા ટપાલખાતાની જરૂરી કિંમત ચૂકવી ચાલુ કરી શકાય છે.

૩. ટિકિટ ચોંટાડયા સિવાય ટપાલ વ્યવસ્થા:-

તમે જોયું હશે કે કેટલીક ટપાલ ઉપર ટિકિટ લગાડવામાં આવતી નથી. તો આ ટપાલ તમારા સ્થળે કેવી રીતે આવી? ખરેખર આવી ટપાલ મોકલવા માટે અગાઉથી જ ટપાલ ખાતાને એક સાથે ટપાલ ખર્ચ ચૂકવી દેવામાં આવે છે. દા. ત. વર્તમાન પત્રો કે સામાયિકો મોકલતા પહેલા અગાઉથી જ ટપાલ ખર્ચ એક સાથે જ પોસ્ટ ઓફિસમાં ભરવામાં આવે છે. વ્યાપારી જવાબ મેળવતા પત્રો પણ આ રીતે અગાઉથી ટપાલ ખર્ચ ચૂકવીને વગર ટિકિટ ટપાલ મોકલી શકાય છે. ટપાલ ખાતા દ્વારા બ્રેલવિપીમાં લખેલું સાહિત્ય વિના મૂલ્ય હેરફેર કરે છે.

૪. કોમ્પ્યુટરરાઈઝ રસીદ:-

કેટલીક પોસ્ટ ઓફિસમાં વર્તમાન સમયમાં કોમ્પ્યુટર દ્વારા તૈયાર થયેલ સ્લિપ ચોંટાડીને પત્ર મોકલી શકાય છે. જેની ઉપર ટિકિટ લગાડવી જરૂરી હોતી નથી. આ રસીદ ઉપર ચૂકવેલ કિંમત તારીખ અને સમય અંકિત થયેલ હોય છે. આવી સુવિધા રજિસ્ટર્ડ પત્રો અને સ્પીડ પોસ્ટ માટે વપરાય છે. સામાન્ય પત્રો માટે નહિ.



૮.૫ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના એ અને બી જોડકાને યોગ્ય રીતે જોડો.

કોલમ એ

૧. લીલા રંગની પેટી

૨. ફેક્ટિંગ મશીન

૩. અપૂરતી કિંમતની ટપાલ ટિકિટ ચોંટાડવી.

કોલમ બી

અ. પત્ર મોકલનારને પત્ર પરત કરવો.

બ. પત્ર મોકલનાર દ્વારા ટપાલ ખર્ચ ન ચૂકવો.

ક. પત્ર મેળવના દ્વારા ખૂટતી કિંમતની ટિકિટનો બે ગણો ચાર્જ ભરી પત્રો મેળવવા પડે છે.

૪. બિઝનેસ રિપ્લાય કાર્ડ
૫. પત્ર મેળવનારના ખોટા સરનામા
૩. લોકલ પત્રો.
૬. ટપાલ ભર્ય છાપવો.

૮.૧૨ પોસ્ટ ઓફિસ વ્યવસાય વ્યવહારને કેવી રીતે સુવિધા આપે છે?

અગાઉ ચર્ચા કર્યા મુજબ વિવિધ સાધનો દ્વારા ટપાલ પહોંચાડવા ઉપરાંત પોસ્ટઓફિસ વ્યવસાય ફર્મને કેટલીક ખાસ સેવાઓ પૂરી પાડે છે. જેમ કે,

- વેલ્યુ પેયેબલ પોસ્ટ દ્વારા ચીજોના વેચાણને સરળ બનાવવું.
- વ્યવસાય જવાબી ટપાલ દ્વારા કોઈ અગાઉથી ચુકવણી વગર ગ્રાહકો પાસેથી પત્રો લઈ જવા.
- મીડિયા પોસ્ટ દ્વારા ઉત્પાદનની જાહેરાતોને સુવિધા આપવી.
- એક્સપ્રેસ પોસ્ટ મારફતે વિ વસનિયત અને સમયબદ્ધ સેવા પૂરી પાડવી.
- બીઝનેસ (વ્યવસાય) પોસ્ટ દ્વારા મોટા જથ્થામાં ટપાલ મોકલનારને વિવિધ પ્રી-મેલ સેવા આપવી.
- કોર્પોરેટ મનીઓર્ડર દ્વારા નાણાંની મોટી રકમનું હસ્તાંતરિત કરવા દેવું.
- પોસ્ટ બેગ અને પોસ્ટ બોક્સ સુવિધા દ્વારા ટપાલ એકમ કરવાની ખાસ વ્યવસ્થા કરવી.

ચાલો, આપણે આ સુવિધાઓ વિશે વિશેષ જાણીએ.

૧. વેલ્યુ પેયેબલ પોસ્ટ (Value Payable Post - VPP):-

કેટલીક વાર આપણે અમુક ચીજો ખરીદવા માંગીએ, જે કોઈ સ્થાનિક દુકાનમાં ઉપલબ્ધ ન હોય. આવા કિસ્સામાં આપણે દૂરના વિક્રેતાને વસ્તુઓ આપણને મોકલવા હંમેશા વિનંતી કરી શકીએ. અહીં પોસ્ટઓફિસ વિક્રેતાને એક સારો વિકલ્પ વેલ્યુ પેયેબલ પોસ્ટ (VPP) સેવાનો ઉપયોગ કરવાનો આપે છે. આ સેવા હેઠળ પોસ્ટ ઓફિસ વિક્રેતા પાસેથી કુલ રકમ (વસ્તુઓની કિંમત અને VPP ચાર્જ) મળ્યા પછી તે વસ્તુઓની ડીલિવરી આપે છે. પછી પોસ્ટઓફિસ વિક્રેતાને નાણાં મોકલે છે.

૨. બીઝનેસ જવાબી પોસ્ટ:-

આપણે જાણીએ છીએ કે ગ્રાહકો ઉભા કરવા તે દરેક વ્યવસાયનો મહત્વનો આર્થિક હેતુ છે. આ હેતુ સિધ્ધ કરવા માટે વ્યવસાયદાર હંમેશા ગ્રાહકો પાસેથી ત્વરિત જવાબ અને પ્રતિક્રિયા શોધે છે. આ બાબતમાં પોસ્ટઓફિસ ગ્રાહકોને તેમના જવાબ બીઝનેસ જવાબ પોસ્ટ દ્વારા મોકલવાની છૂટ આપે છે, જેને માટે મોકલનાર પાસેથી કોઈ પોસ્ટેજ વસુલ કરે છે. આ સુવિધાઓ લાભ લેવા માટે વ્યવસાયદાર પોસ્ટઓફિસમાંથી નિયત ફી ભરીને લાયસન્સ મેળવી શકે છે. તે લાયસન્સ નંબર કાર્ડ કે કવર પર સ્પષ્ટ રીતે છપાયેલા હોવા જોઈએ અને તેની સાથે શબ્દસમૂહ જેમ કે "બીઝનેસ જવાબી કાર્ડ / કવર, પ્રાપ્તકતા (જેને પત્ર લખ્યો હોય તે વ્યક્તિ) દ્વારા પોસ્ટેજ ચુકવાતું નથી." જો ભારતમાં પોસ્ટ કરેલ હોય તો કોઈ પોસ્ટેજ સ્ટેમ્પ જરૂરી નથી. પ્રાપ્તકર્તાનું સરનામું કાર્ડ કે કવર પર છપાયેલ હોવું જોઈએ.



નોંધ



નોંધ

૩. મીડિયા પોસ્ટ:-

આ સેવા હેઠળ ટપાલ ખાતું કોર્પોરેટ અને સરકારી સંસ્થાઓ ગ્રાહકોને પોસ્ટકાર્ડ, અંતરદેશીય પત્રકાર્ડ, એરોગ્રામ અને અન્ય ટપાલ સ્ટેશનરી પર જાહેરાત દ્વારા પહોંચી શકે તેવી છૂટ આપે છે. જનતા જાગૃતિ સંદેશાઓ સરકાર દ્વારા ટપાલ સ્ટેશનરી પર છાપી શકાય.

૪. એક્સપ્રેસ પોસ્ટ :-

પોસ્ટઓફિસ કોર્પોરેટ અને વ્યવસાય ગ્રાહકોને તેની એક્સપ્રેસ પોસ્ટ દ્વારા વિશ્વસનીય ઝડપી અને સસ્તી પાર્સલ સેવા આપે છે. તે ઘેર ઘેર ૩૫ કિ.ગ્રા. વજન સુધીનાં પાર્સલોની સમયબદ્ધ ડિલિવરી પૂરી પાડે છે.

૫. બીઝનેસ (વ્યવસાય) પોસ્ટ:-

પોસ્ટઓફિસ બિઝનેસ ગ્રાહકોને વ્યવસાય પોસ્ટ દ્વારા પ્રીમેલ પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરીને બીજી તક પૂરી પાડે છે. પ્રી-મેલિંગ પ્રવૃત્તિઓમાં મોકલનારના ઘરેથી એકત્રીકરણ, પેકેટમાં ચીજો મૂકવી, પાર્સલ ચોંટાડવું, સરનામું કરવું વગેરે તેમજ ટપાલને ફ્રેન્કિંગ કરવું વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

૬. કોર્પોરેટ મનીઓર્ડર:-

વ્યક્તિઓની માફક બિઝનેસ સંસ્થાઓ પણ મનીઓર્ડર દ્વારા નાણાં મોકલી શકે. તેમને માટે પોસ્ટઓફિસ કોર્પોરેટ મનીઓર્ડર સેવા આપે છે. તેનાથી બીઝનેસ સંસ્થાને દેશના કોઈ પણ ભાગમાં રૂપિયા એક કરોડ સુધી હસ્તાંતરિત કરવા સક્ષમ બનાવે છે. આ સુવિધા સેટેલાઈટ સાથે સંકળાયેલ પોસ્ટ ઓફિસોમાં ઉપલબ્ધ હોય છે.

૭. પોસ્ટ બોક્સ અને પોસ્ટ બેગ:-

તમે જાણો છો કે ટપાલી પ્રાપ્તકર્તા (જેને ટપાલ લખી હોય)ના ઘરે વિવિધ પ્રકારની ટપાલ પહોંચાડે છે. વધારામાં પોસ્ટઓફિસ અનરજિસ્ટર્ડ ટપાલ પ્રાપ્તકર્તા ઓને પોસ્ટઓફિસ અને પોસ્ટબેગ સુવિધાઓ પણ પૂરી પાડે છે. આ સુવિધા હેઠળ પોસ્ટઓફિસે પ્રાપ્તકર્તાને નિયત ભાડું ભરીને અમુક નંબર અને બોક્સ કે બેગમાં રાખે છે. પોસ્ટઓફિસ તે નંબરને લખેલ (સંબોધેલ) તમામ ટપાલ તે બોક્સ કે બેગમાં રાખે છે. પછી પ્રાપ્તકર્તા (જેને ટપાલ લખી હોય તે) પોતાની સગવડ મુજબ ટપાલ એકત્ર કરવા જરૂરી વ્યવસ્થા કરે છે. પોસ્ટબોક્સના કિસ્સામાં પ્રાપ્તકર્તા પોસ્ટઓફિસમાંથી તેની એલોટ થયેલ બોક્સમાંથી ટપાલ એકત્ર કરે છે. પરંતુ પોસ્ટ બેગના કિસ્સામાં પ્રાપ્તકર્તા બેગને તેની ઓફિસે લઈ જઈ બેગ ખોલી શકે. કોઈ ફર્મ કે વ્યક્તિ આવી બોક્સ પોસ્ટઓફિસમાંથી ભાડે લઈ શકે. આ સુવિધા ઘણું કરીને નીચેના માટે યોગ્ય હોય છે.

- વ્યવસાય ફર્મ જેમને પોતાની ટપાલ તત્કાલ જોઈએ છે.
- જથ્થાબંધ ટપાલ પ્રાપ્તકર્તા.
- મેલ ઓર્ડર વ્યવસાય.
- જેમને પોતાનું નકકી સરનામું ન હોય.
- જેઓ પોતાના નામ સરનામાં જાહેર કરવા માંગતા ન હોય.



૮.૬ પાઠગત પ્રશ્નો

બાલી જગ્યા પુરો

૧. પોસ્ટ ઓફિસ વ્યવસાય સાહસોને પોસ્ટ દ્વારા પ્રીમેલ સેવા આપે છે.
૨. ઉત્પાદન અને સેવાઓની જાહેરાત પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા ટપાલની સુવિધાનો ઉપયોગ કરીને થઈ શકે.
૩. બીઝનેસ પોસ્ટમાં મોકલનાર દ્વારા કોઈ પોસ્ટેજ લગાવવાની જરૂર નથી.
૪. કોર્પોરેટ મની ઓર્ડર, નાણાં રૂા..... સુધી મોકલાવી શકાય.
૫. દ્વારા ટપાલો મોકલનાર કે લોકોને પ્રાપ્તકર્તાની ઓળખ જાહેર કર્યા સિવાય મેળવી શકાય.

૮.૧૩ ટપાલ સેવાઓનું મહત્વ

ટપાલ સેવાઓ સામાન્યતઃ આમ જનતા માટે અને વિશેષતઃ વ્યવસાય માટે મહત્વની છે. નીચેના મુદ્દાઓ ટપાલ સેવાઓનું મહત્વ પ્રકાશિત કરે છે:

૧. સંદેશા વ્યવહારનાં સસ્તાં સાધનો:—

પોસ્ટ ટપાલ સેવાઓ સંદેશાવ્યવહારનાં અન્ય સાધનોનાં સાપેક્ષે અતિ નીચા દરે ઉપલબ્ધ હોય છે. ન્યુઝપેપર્સ અને જર્નલનો ફેલાવો મોટો છે અને દૂર દૂરનાં ગામડાંઓના લોકોને પણ પહોંચે છે. તે ટપાલ સેવાઓને કારણે આ શક્ય એટલા માટે બને છે કે ન્યુઝ પેપર્સ અને મેગેઝિન રાહતના દરે મોકલી શકાય છે.

૨. બચતને પ્રોત્સાહન આપે છે:—

સામાન્ય સાધનવાળા લોકો પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા ચલાવાતી વિવિધ નાની બચત યોજનાઓ દ્વારા નાની બચત કરવા પ્રેરાય છે. તદુપરાંત પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા બચતો ને ટેક્સ વળતરની છૂટ છે. દા.ત. નેશનલ સેવિંગ્સ સર્ટિફિકેટ અને પબ્લિક પ્રોવિડન્ડ ફંડ. વળી પોસ્ટઓફિસમાં બચત કરતા લોકો માટે ઈનામો આપવાની પણ જોગવાઈ છે.

૩. નીચા દરે નાણાં સલામત મોકલવા:—

નાણાં મોકલવાનું સૌથી સસ્તું અને અતિ પ્રચલિત સાધન પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા મની ઓર્ડરથી નાણાં મોકલાવાં તે છે. જો નાણાં તાકીદે મોકલવાના હોય, તો તે ટેલિગ્રાફિક મનીઓર્ડર દ્વારા થઈ શકે. પોસ્ટલ ઓર્ડર એ નાણાં હસ્તાંતરણનો અન્ય તરીકો છે.

૪. વેપારને ઉન્નતિ:—

ટપાલ સેવાઓની ઉપલબ્ધતા એ આંતરિક તેમજ બાહ્ય વેપાર બંનેના વિકાસ અને વિસ્તારને સુવિધા પૂરી પાડે છે. પત્રવ્યવહાર દ્વારા વેપાર પૃચ્છાઓ કરવામાં આવે છે અને વ્યવસાય કામગીરીને પૂર્ણ કરવામાં આવે છે. ઓર્ડર મુકવા, મેલ મોકલવાની જાણ,



નોંધ



નોંધ

ચુકવણી માટે સ્મૃતિપત્રો વગેરે ઘણું કરીને ટપાલ દ્વારા મોકલાય છે. ચેક, ડ્રાફ્ટ અને કિંમતી દસ્તાવેજો પણ ટપાલ દ્વારા મોકલાય છે. મૂલ્યવાન દસ્તાવેજો ધરાવતી રજિસ્ટર્ડ ટપાલ નિયત રકમ માટે વીમાકૃત થઈ શકે, જેથી ટપાલ સંક્રમણ દરમિયાન નુકસાનના જોખમ ને ક્વર કરી શકાય. મેલ ઓર્ડર બીઝનેસ સમગ્ર રીતે ટપાલ મેલ અને પાર્સલ ડિલિવરી સેવા પર આધાર રાખે છે.

૫. દૂર અધ્યયન ને સરળ બનાવે છે ઓપન સ્કુલ:-

ઓપન યુનિવર્સિટીઓ અને અન્ય સંસ્થાઓ જે દૂર શિક્ષણ અને પત્રવ્યવહાર દ્વારા શિક્ષણ આપે છે, તે અધ્યેતાઓને ટપાલ દ્વારા અધ્યયન સામગ્રી મોકલીને શિક્ષણ આપે છે. વળી તેઓ અધ્યેતાઓ સાથે તમામ પત્ર વ્યવહાર પોસ્ટઓફિસ દ્વારા કરે છે. આમ, દૂર દૂરના વિદ્યાર્થીઓ નિયમિત વર્ગોમાં હાજરી આપવાની આવશ્યકતા વગર તેમના પાઠો શીખવાના લાભ મેળવે છે.

૮.૧૪ ખાનગી કુરિયર સેવાઓ

કેટલાક ખાનગી સંચાલકો છે જેઓ જનતાને ટપાલ સેવા પૂરી પાડે છે. તેઓ ખાનગી કુરિયર તરીકે જાણીતા છે. તેઓ પત્રો અને પાર્સલો એકત્ર કરે છે અને પ્રાપ્તકર્તાના સ્થળે પહોંચાડે છે. ખાનગી કુરિયર પત્રો, પાર્સલ, પેકેટ વગેરે એકત્ર કરવામાં અને વિતરણ કરવામાં ઝડપી સેવા પૂરી પાડે છે. પત્રો અને પાર્સલો કુરિયર દ્વારા મોકલીએ તો કોઈ પોસ્ટેજ પત્રો અને પાર્સલ પર લગાવવાની જરૂર નથી. ખાનગી કુરિયર સેવા માટે ચૂકવવા પાત્ર ચાર્જ એક સમાન હોતા નથી. ખાનગી કુરિયર મોટાં શહેરો અને નગરોમાં લોકપ્રિય હોય છે. ઓવર નાઈટ એક્સપ્રેસ (OVERNITE EXPRESS), DHL, બ્લ્યુડાર્ટ એક્સપ્રેસ (BLUEDART EXPRESS) આપણા દેશના કેટલાક ખાનગી કુરિયરો છે.



ખાનગી કુરિયર સેવાઓની મુખ્ય વિશેષતાઓ નીચે પ્રમણે છે.

૧. તે સંદેશાવ્યવહારનું ઝડપી સાધન પુરું પાડે છે.
૨. તે રાષ્ટ્રીય તેમજ આંતરરાષ્ટ્રીય સંદેશાવ્યવહાર માટે સુવિધાઓ પૂરી પાડે છે.
૩. તે તમામ પ્રકારની વસ્તુઓ (સોનું અને જવેલરી સિવાય) પહોંચાડે છે.
૪. વસ્તુઓ પહોંચાડવા રેલવે, રોડ વે અને હવાઈમાર્ગનો ઉપયોગ ઉપરાંત કેટલીક એજન્સીઓ સંદેશાના સંક્રમણ માટે ટેલિફોન, ટેલેક્સ અને ફેક્સ સેવાઓના ઉપયોગ કરે છે.
૫. તે વસ્તુઓના સલામત અને સમયસર વિતરણ માટે પૂર્ણ જવાબદારી ઉઠાવે છે.
૬. તે મોકલનારના ઠેકાણેથી વસ્તુઓ એકત્ર કરે છે અને પ્રાપ્તકર્તા ઓને પહોંચાડે છે.



૮.૭ પાઠગત પ્રશ્નો

પાઠગત પ્ર નો

૧. નીચેનામાંથી કયા વિધાનો સાચાં છે કે કયા ખોટા છે?
 ૧. PIN ટપાલના ઝડપી અને સહેલા સોર્ટિંગને સરળ બનાવે છે.
 ૨. ટપાલખાતું ભારત સરકારના નાણાં મંત્રાલય હેઠળ કામ કરે છે.
 ૩. ટપાલ કચેરી (પોસ્ટ ઓફિસ) દૂર અધ્યયન કાર્યક્રમમાં સહાય કરતી નથી.
 ૪. ચેક અને કિંમતી દસ્તાવેજો લોકોને પોસ્ટ દ્વારા મોકલી શકાય.
 ૫. ખાનગી કુરિયર પાર્સલ લઈ જતા નથી.
૨. યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરી ઉત્તર આપો.
 ૧. નીચેની કઈ સેવા ટપાલ વ્યવહારની સેવા નથી.

અ. મેઈલ સર્વિસ	બ. બેન્કીંગ સર્વિસ
ક. લોકરની સુવિધા	ડ. લોકરની સુવિધા
 ૨. નીચેનામાંથી કઈ વીમાની પોલિસી ટપાલ દ્વારા આપવામાં આવે છે.

અ. આજીવન વીમા પોલિસી
ક. ગ્રામિણ પોસ્ટલ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ
ડ. સંયુક્ત જીવન પોલિસી
 ૩. નીચેનામાંથી કઈ ટપાલ ખાતા દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવે છે.

અ. પેન્શનના નાણાં ચૂકવવાની
બ. બિલ ચૂકવવાની
ક. મની ઓર્ડરની સેવા
ડ. ટપાલ સેવાની માસિક બચત યોજના
 ૪. નીચેની કઈ ખાસ સેવા ટપાલ ખાતા દ્વારા આપવામાં આવતી નથી.

અ. રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટની સેવા
બ. ટિકિટોનું વેચાણ
ક. સ્પીડ પોસ્ટ
ડ. વીમા સુરક્ષિત ટપાલ
 ૫. નીચેનામાંથી કઈ સેવા ખાનગી કુરિયરની સેવા છે?

અ. પોસ્ટ બોક્ષ અને પોસ્ટ બેગ
બ. ધંધાકીય ટપાલ
ક. ઓવરનાઈટ એક્સપ્રેશની સેવા
ડ. વેલ્યુ પે એબલ પોસ્ટની સેવા



નોંધ



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- પોસ્ટઓફિસ દ્વારા અપાતી વિવિધ સેવાઓ ટપાલ સેવાઓ postal services કહેવાય છે. આ સેવાઓમાં પત્રો અને પાર્સલો લઈ જવા નાણાં મોકલવાની વ્યવસ્થા ગોઠવવી, ડિપોઝિટ સ્વીકારવી, લોકોનો જીવનવીમો ઉતારવો વગેરે.
- મોકલનાર પાસેથી પત્રો અને પાર્સલોનું એકત્રીકરણ કરો પ્રાપ્તકર્તાને પહોંચાડવા તેને ટપાલસેવા કરે છે. પોસ્ટ ઓફિસ પોસ્ટકાર્ડ, કવર, અંતરદેશીય પત્ર કાર્ડ, પાર્સલ પોસ્ટ બુક પોસ્ટ વગેરે દ્વારા ટપાલ સેવા આપે છે વળી તે વિશિષ્ટ ટપાલ સેવાઓ પણ Certificate of posting (ટપાલ પ્રમાણપત્ર) રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ, વીમાકૃત પોસ્ટ, સ્પીડપોસ્ટ, ન્યસ્ટ પોસ્ટ (Post restante) દ્વારા પૂરી પાડે છે.
- પોસ્ટઓફિસની નાણાં મોકલવાની સેવા દ્વારા નાણાં એક સ્થળેથી બીજે સ્થળે હસ્તાંતરિત કરી શકાય છે. તે મનીઓર્ડર કે પોસ્ટલ ઓર્ડર સુવિધાઓ પૂરી પાડે છે. જેના દ્વારા લોકો દૂરનાં સ્થળોએ નાણાં મોકલી શકે છે.
- પોસ્ટઓફિસ વિવિધ બચત યોજનાઓ જેવી કે પોસ્ટઓફિસ સેવિંગ્સ બેંક એકાઉન્ટ, ૫ વર્ષીય પોસ્ટઓફિસ ટાઈમ ડિપોઝિટ એકાઉન્ટ, પોસ્ટઓફિસ, માસિક આવક યોજના (Monthly Income Scheme) છ વર્ષીય નેશનલ સેવિંગ્સ સર્ટિફિકેટ (VIII ઈશ્યુ) યોજના, ૧૫ વર્ષીય પબ્લિક પ્રોવિડન્ડ ફંડ એકાઉન્ટ, કિસાન વિકાસ પત્ર યોજના વગેરે આપીને લોકોમાં બચત ટેવને પ્રોત્સાહન આપે છે.
- વ્યક્તિગત જીવન પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા Postal Life Insurance (PLI) તેમજ Rural Postal Life Insurance યોજનાઓ દ્વારા વીમો ઉતરાવી શકાય.
- પોસ્ટ ઓફિસ વ્યવસાયી વ્યવહારો VPP બીઝનેસ જવાબી પોસ્ટ, મીડિયા પોસ્ટ એક્સપ્રેસ પોસ્ટ, બઝનેસ પોસ્ટ, કોર્પોરેટ મનીઓર્ડર, પોસ્ટ બેગ કે પોસ્ટ બોક્સ આપીને સુવિધા પૂરી પાડે છે.
- ટપાલ સેવાનું મહત્વ:- તે સંદેશાવ્યવહારનું સસ્તું સાધન પુરું પાડે છે. બચતને પ્રોત્સાહન આપે છે, નીચા દરે નાણાં મોકલવામાં સહાય કરે છે. વેપારને ઉન્નત કરે છે અને દૂર અધ્યયન ને સરળ બનાવે છે.
- ખાનગી કુરિયર તેમના પોતાના નેટવર્કની સહાય દ્વારા આપણા દેશમાં ટપાલ સેવાઓ પણ પૂરી પાડે છે. તેઓ પત્રો, પાર્સલોના એકત્રીકરણ અને ડિલિવરીમાં ઝડપી સેવા પૂરી પાડે છે.



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

૧. ભારતીય ટપાલનો લોગો(મુદ્રક) તમારી નોટબૂકમાં બનાવો.
૨. અંતરદેશીય ટપાલ અને આંતરરાષ્ટ્રીય ટપાલ વચ્ચેનો તફાવત આપો.
૩. ગ્રામીણ સંચાર સેવક યોજના એટલે શું ?

ટપાલ (પોસ્ટ) અને કુરીયર સેવા

૪. ૧૫ વર્ષીય પબ્લિક પ્રોવિડન્ડ ફંડ એકાઉન્ટની વિશેષતાઓ જણાવો.
૫. ટપાલ સેવાઓમાં PIN કયો હેતુ સારે છે ?
૬. ભૂ-તલ ટપાલ અને હવાઈ ટપાલ વચ્ચેનો તફાવત આપો.
૭. પોસ્ટ ઓફિસોમાં ઉપલબ્ધ લેટરબોક્સના જુદા જુદા રંગો કયા? તેઓ કયો હેતુ સારે છે ?
૮. પોસ્ટ ઓફિસોમાં ઉપલબ્ધ લેટરબોક્સના જુદા જુદા પ્રકારના પોસ્ટકાર્ડ જણાવો.
૯. મનીઓર્ડર અને પોસ્ટલઓર્ડર વચ્ચેનો તફાવત લખો.
૧૦. પોસ્ટ ઓફિસોમાં ઉપલબ્ધ એવી જીવનવીમાની વિવિધ યોજનાઓ સમજાવો.
૧૧. ખાનગી કુરીયર સેવાની વિશેષતાઓ જણાવો.
૧૨. પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા અપાતી પોસ્ટ બેગ સુવિધાની યોગ્યતાનું વર્ણન કરો.
૧૩. પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા અપાતી નાણાં મોકલવાની સેવાઓનું વર્ણન કરો.
૧૪. પોસ્ટલ સેવા એટલે શું? પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી કોઈ બે સેવાઓ સમજાવો.
૧૫. પોસ્ટઓફિસ દ્વારા સંચાલિત થતી કોઈ પણ ચાર બચત યોજનાઓ સમજાવો.
૧૬. ટપાલ સેવા વ્યવસાય વ્યવહારોને કઈ રીતે સરળ બનાવે છે ?



પાઠ્ય આધારિત પ્રશ્નોના જવાબ

- ૮.૧
(૧) વિદેશો (૨) રંગ અને કિંમત (૩) વજન (૪) ઓછું
(૫) ગુપ્ત
- ૮.૨
(૧) રૂ.૭૦૦૦૦/- (૨) રૂ.૫૦૦૦/- (૩) ક્રોસ (૪) ત્રણ
(૫) છ
- ૮.૩
(૧) ખોટું (૨) ખોટું (૩) ખોટું (૪) સાચું (૫) સાચું
- ૮.૪
(૧) ખોટું (૨) સાચું (૩) ખોટું (૪) ખોટું (૫) સાચું
- ૮.૫
(૧) ૩ (૨) ૬ (૩) ૬ (૪) ૮ (૫) ૯
- ૮.૬
(૧) વ્યવસાય (૨) માધ્યમ (૩) જવાબ (૪) એક કરોડ

મોડ્યુલ - ૩ સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ



નોંધ

(પ) પોસ્ટ બેગ કે પોસ્ટ બોક્સ

૮.૭

૧.

૧. સાચું ૨. ખોટું ૩. ખોટું ૪. સાચું ૫. ખોટું

૨.

૧. અ. ૨. ક. ૩. ક. ૪. બ ૫. ક



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

૧. નજીકની પોસ્ટઓફિસની મુલાકાત લો, અને સામાન્ય ટપાલના નીચેનાના પ્રવર્તમાન ટપાલ દરો મેળવો. ક્વર, રજિસ્ટર્ડ પોસ્ટ, મનીઓર્ડર ફી, પોસ્ટલ ઓર્ડર ચાજૂ, સ્પર્ધા (પ્રતિયોગિતા) પોસ્ટકાર્ડ, સર્ટિફિકેટ ઓફ પોસ્ટિંગ વગેરે
૨. નજીકની પોસ્ટઓફિસે જાઓ અને નેશનલ સેવિંગ્સ સર્ટિફિકેટ અને કિસાન વિકાસ પત્રના લાભ વિશે તપાસ કરો.

ધ્યાન આપો:—

આ પાઠમાં ટપાલ સુવિધાઓ અને યોજનાઓ માટે આપવામાં આવેલ વિવિધ માહિતી વર્ષ ૨૦૧૧ ને લાગુ પડે છે. આ અંગેની અદ્યતન માહિતી માટે તમારી નજીકની પોસ્ટઓફિસમાં સંપર્ક કરવા સલાહ છે.



બેન્કિંગ સેવાઓ

જ્યારે આપ શેરીઓમાંથી પસાર થઈ રહ્યા હશો ત્યારે આપે કેનેરા બેંક, પંજાબ નેશનલ બેંક, સ્ટેટ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા, યુનાઈટેડ કોમર્શિયલ બેંક વગેરે સાર્ઠનબોર્ડ (પાટિયા) મકાનો ઉપર લાગેલાં જોયા હશે. આ બધાં નામોનો અર્થ શો ? શું આપે કદી તેમના વિષે જાણવા પ્રયત્ન કર્યો છે ? જો આપ કોઈ એવા મકાનમાં પ્રવેશ કરશો તો તમને કોઈ વ્યાપારી કાર્યાલય જેવો માહોલ જોવા મળશે. તમે જોશે કે કાઉન્ટર પાછળ બેઠેલા કેટલાક કર્મચારીઓ તેમના સામે ઉભેલા આગંતુકો સાથે વાત કરી રહ્યા છે. તમે જોશો કે કેટલાક માણસો એક કાઉન્ટર ઉપર પૈસા જમા કરાવી રહ્યા છે, જ્યારે કેટલાક બીજા કાઉન્ટર ઉપરથી પૈસા મેળવી રહ્યા છે. કાઉન્ટરોની પાછળ કાર્યાલયમાં કેટલાક મેજ અને ખુરશી જોઈ શકાશે. તેના ઉપર અધિકારીઓ બેઠેલા હોય છે. કાર્યાલયના એક છેડે તમને એક ચેમ્બર (પાર્ટીશનવાળી નાની ઓરડી) જોવા મળશે. તેમાં પ્રબંધક બેઠા હોય છે. તેના ટેબલ ઉપર કેટલાક કાગળો પડ્યા હોય છે. આ છે એક બેંકનું કાર્યાલય.

ચાલો આપણે બેંકો અને તેમની પ્રવ તિ વિષે વિગતવાર જાણકારી મેળવીએ.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- બેંક શબ્દનો અર્થ જણાવી શકશો.
- બેંકીંગની ભૂમિકા સમજાવી શકશો.
- જુદી જુદી જાતની બેંકો ઓળખી શકશો, અને
- વ્યાપારી બેંકના કાર્યો વર્ણવી શકશો.

૯.૧ બેંકનો અર્થ

તમે જાણો છો કે ખોરાક, કપડાં, બાળકોનું શિક્ષણ, રહેઠાણ વગેરેના રોજબરોજના ખર્ચને પહોંચી વળવા લોકો પૈસા કમાય છે. તેમને વિવાહ, બાળકોનું ઉચ્ચશિક્ષણ, મકાન બાંધવું તેમજ અન્ય સામાજિક કાર્યો વગેરે જેવા ભાવિ ખર્ચાઓને પહોંચી વળવા પણ પૈસાની જરૂર પડે છે. આ બધા મોટા ખર્ચા છે અને જો વર્તમાન આવકમાંથી થોડા થોડા પૈસા બચાવ્યા હોય તો જ તેમને પૂરા કરી શકાય છે. વૃધ્ધાવસ્થા અને બીમારી માટે

પણ બચત કરવી જરૂરી છે. કારણ કે આવા સમયે લોકો કામ કરીને પોતાની આજીવિકા રળી શકે નહિ.

પ્રાચીન કાળમાં પણ લોકોને બચત કરવી જરૂરી લાગી હતી. તેઓ પોતાના ઘરમાં ધનનો સંગ્રહ કરી રાખતા આ પ્રથાથી તેમને જ્યારે જરૂર હોય ત્યારે બચત કામમાં આવી શકતી. પણ આ પ્રથામાં ચોરી, લૂંટ કે અન્ય અકસ્માત ઘટનાઓથી ધનહાનિ થવાનું જોખમ રહેતું. આથી લોકોને એવા કોઈ સ્થાનની જરૂર પડવા લાગી કે જ્યાં પોતાની બચત સલામત રીતે જમા કરી શકાય અને જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે મેળવી શકાય. બેંકો એવાં સ્થાનો છે કે જ્યાં લોકો પોતાની બચત એવી ખાતરી સાથે જમા કરાવી શકે કે જ્યારે જરૂર પડશે ત્યારે પોતાની થાપણ તેઓ ઉપાડી શકશે. જે લોકો વેપાર કે કોઈ અન્ય હેતુ માટે ઉધાર પૈસા લેવા માગતા હોય તેઓ પણ વ્યાજબી વ્યાજના દરે બેંકો પાસેથી લોન મેળવી શકે.



નોંધ

"બેંક એક કાયદેસરનું સંગઠન છે, જે લોકોની થાપણો સ્વીકારે છે જે માગણી મુજબ ઉપાડી શકાય છે. જે વ્યક્તિઓ કે વ્યાપાર ગૃહોને પૈસાની જરૂર હોય તેમને બેંક પૈસા ધીરે પણ છે."

બેંકો બીજી પણ ઘણી સેવાઓ પૂરી પાડે છે. જેમકે બિલો એકઠાં કરવા, બિલોની ચૂકવણી કરવી, ઝવેરાત અને અન્ય કીમતી ચીજો સલામતીપૂર્વક સાચવવી, વ્યાપારીઓની શાખા ક્ષમતાને પ્રમાણિત કરવી વગેરે.

બેંકો જાહેર જનતા તેમજ વ્યાપાર જગત પાસેથી પણ થાપણ સ્વીકારે છે. કોઈ વ્યક્તિ ભવિષ્ય માટે પૈસા બચાવવા માગે તો તે પોતાની બચત બેંકમાં જમા કરાવી શકે છે. વેપારીઓને વેચાણમાંથી આવક થાય છે. તેમાંથી તેમણે ભર્ય માટે ચૂકવણું કરવું પડે છે. તેઓ પોતાના વેચાણનો વકરો સલામતી પૂર્વક બેંકમાં જમા કરાવી શકે છે અને તેમાંથી વખતોવખત પોતાનો ભર્ય કાઢે છે. બેંકો થાપણ જમા કરાવનારને બે ખાતરી આપે છે.

અ. થાપણની સલામતી અને

બ. જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે થાપણનો ઉપાડ

થાપણો ઉપર બેંકો વ્યાજ આપે છે. જે મુદ્દલમાં ભરતું જાય છે. થાપણદારો માટે આ એક જબરું પ્રલોભન છે. આનાથી લોકોમાં બચત કરવાની ટેવ પાડવાને પ્રોત્સાહન



નોંધ

મળે છે. બેંકો થાપણના આધાર ઉપર કિસાનો, ઘંઘાદારીઓ અને વેપારીઓને ઉત્પાદક હેતુ માટે લોનો તેમજ એડવાન્સ (આગોતરો ઉપાડ) પણ આપે છે. આ રીતે બેંકો દેશના આર્થિક વિકાસ અને આમ જનતાની સુખાકારીમાં પણ યોગદાન આપે છે. બેંકો લોનો ઉપર વ્યાજ પણ લે છે. સામાન્ય રીતે જમા થાપણ ઉપર જે વ્યાજ આપવામાં આવે છે તેના કરતાં આ વ્યાજના દર ઉચા હોય છે. વળી બેંકો વેપારી આલમને અને જાહેર જનતાને જે અન્ય વિવિધ સેવાઓ પુરી પાડે છે તેને માટે પણ ફી વસુલ કરે છે લોન ઉપર બેંકને મળતું વ્યાજ જે થાપણ જમા કરનારને અપાતા વ્યાજ કરતાં વધુ હોય છે તે અને સેવા માટે વસુલ કરવામાં આવતી ફી એ બંને બેંકો માટે આવકના મુખ્ય સ્ત્રોત છે. તેમાંથી તેઓ વહીવટી ખર્ચ કાઢે છે.

બેંકો દ્વારા હાથ ધરાતી પ્રવૃત્તિઓને 'બેંકિંગ' કહેવામાં આવે છે. એક પ્રવૃત્તિ તરીકે બેંકિંગમાં થાપણ સ્વીકારવી અને પૈસા ધીરવા અથવા રોકવાનો સમાવેશ થાય છે. માલસામાન અને સેવાઓના વિનિમય (આદાન-પ્રદાન)માં સહાયક એવી કેટલીક સેવાઓ અને ધન પુરું પાડીને તે વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓને સરળ બનાવે છે. આમ બેંકિંગ વેપાર વણજની એક અગત્યની સહાયક સેવા છે. તે માત્ર માલના ઉત્પાદન કે સેવાઓ માટે જ ધન આપતી નથી પણ ખરીદનાર અને વેચનાર વચ્ચેના વિનિમયને પણ સુલભ બનાવે છે.

આપ જાણતા હશો કે આપણા દેશમાં બેંકિંગ પ્રવૃત્તિઓનું નિયમન કરવા કાયદા છે. બેંકમાં થાપણ જમા મૂકવી કે બેંકમાંથી કરજ લેવું તે વૈધાનિક (કાયદેસરનો) વ્યવહાર છે. બેંકો ઉપર સરકારનું નિયંત્રણ હોય છે. તેથી બેંકો જનતાનો વિશ્વાસ અને ખાતરી માણે છે. વળી બેંકો જનતાના વિશ્વાસ ઉપર પણ અવલંબે છે. જનતાઓ વિશ્વાસ સંપાદન કર્યા સિવાય બેંકો ટકી શકે નહિ.

૯.૨ બેંકો અને શરાફો (શાહુકારો) વચ્ચે તફાવત

આપ ધારતા હશો કે બેંક પણ શરાફની માફક કરજ લેનારને નાણાં આપે છે અને લોન ઉપર વ્યાજ લે છે. પણ ખરેખર એમ નથી, બેંક શાહુકાર કરતાં તદ્દન જુદી છે. બેંક બે મુખ્ય કાર્યો કરે છે. પ્રથમ તો તે થાપણ (જમા) સ્વીકારે છે અને પછી તેના આધારે લોન ધીરે છે. જ્યારે બીજીબાજુ શરાફો તેમની પોતાની અંગત દોલતમાંથી ધીરે છે અને સામાન્ય રીતે બીજા પાસેથી (જમા) થાપણ સ્વીકારતા નથી.

નીચેનું કોષ્ટક બેંક શરાફ વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરે છે.

આધાર	બેંક	શરાફો
૧. અસ્તિત્વ	બેંક વ્યવસ્થિત સંસ્થાન છે.	શરાફ વ્યક્તિ છે.
૨. પ્રવૃત્તિ	બેંકિંગ પ્રવૃત્તિમાં જમા સ્વીકારવામાં આવે છે તેમજ પૈસા ધીરવામાં આવે છે.	શરાફની પ્રવૃત્તિમાં રકમ (થાપણ) જમા લેવાનો સમાવેશ થતો નથી.



નોંધ

૩. ગ્રાહક	બેંકો સામાન્ય તથા આમ જનતાની અને ખાસ કરીને વેપારી આલમની જરૂરિયાતો પુરી કરે છે.	શરાફ ખેડૂતો અને ગરીબ લોકોની જરૂરિયાતો પૂરી કરે છે.
૪. જમાનત	બેંકો વાસ્તવિક (મુર્ત) અને વ્યક્તિગત જમાનતો સ્વીકારે છે.	શાહુકારો મોટે ભાગે લોન આપવા માટે જમાનત રૂપે ઘરેણાં, ઝવેરાત કે જમીન સ્વીકારે છે.
૫. લોન વસુલાત કરવાની પ્રક્રિયા	લોન વસુલ કરવાની પ્રક્રિયા લવચીક હોય છે.	વસુલ કરવાની પ્રક્રિયા સખત અને જડ હોય છે.
૬. વ્યાજનો દર	લોન પર વ્યાજનો દર ભારતીય રિઝર્વ બેંક નક્કી કરે છે.	વ્યાજનો દર શરાફ નક્કી કરે છે તથા મોટા ભાગે ખૂબ ઉચો હોય છે.

બેંકીંગની ભૂમિકા:-

બેંકો વેચાર માટે તેમજ વ્યક્તિની અંગત જરૂરિયાત માટે ધન આપે છે. રાષ્ટ્રની અર્થવ્યવસ્થામાં તેઓ એક મહત્વની ભૂમિકા ભજવે છે. ચાલો આપણે બેંકીંગની ભૂમિકા વિષે જાણીએ.

- તે આમ જનતામાં બચતની ટેવને પ્રોત્સાહિત કરે છે અને એ રીતે ઉત્પાદન માટે ધન પુરું પાડે છે.
- તે જેમની પાસે વધારાના (ફાજલ) નાણાં છે અને જેમને વિવિધ વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓ માટે પૈસાની જરૂર છે તે બંનેની વચ્ચે મધ્યસ્થી નું કાર્ય કરે છે.
- તે રોકડને બદલે ચેક દ્વારા ધનની પ્રાપ્તિ અને ચૂકવણી કરીને વ્યાપારી વ્યવહારોને સરળ બનાવે છે.
- તે વેપારીઓને ટૂંકા તેમજ લાંબાગાળાની લોન તથા પેશગી (આગોતરી ચૂકવણી) આપે છે.
- તે ખેડૂતોને, લઘુઉદ્યોગોને અને સ્વનિર્ભર (સ્વ-રોજગારીવાળા- લોકોને તેમજ મોટા ઉદ્યોગ ગૃહોને શાખ પૂરી પાડીને રાષ્ટ્રીય વિકાસમાં સહાયક બને છે અને દેશના સંતુલિત આર્થિક વિકાસમાં ફાળો આપે છે.
- તે સામાન્ય લોકોને ગ્રાહક માટે ટકાઉ વસ્તુઓ, મકાન, મોટર વાહન વગેરે માટે લોન આપીને લોકોનું જીવન ધોરણ ઉચું લાવવામાં મદદ કરે છે.



૯.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય શબ્દોથી ખાલી જગ્યા પુરો

૧. બેંક લોકો પાસેથી થાપણો સ્વીકારે છે અને જે લોકોની વિવિધ હેતુ માટે જરૂર હોય તેને પૈસા



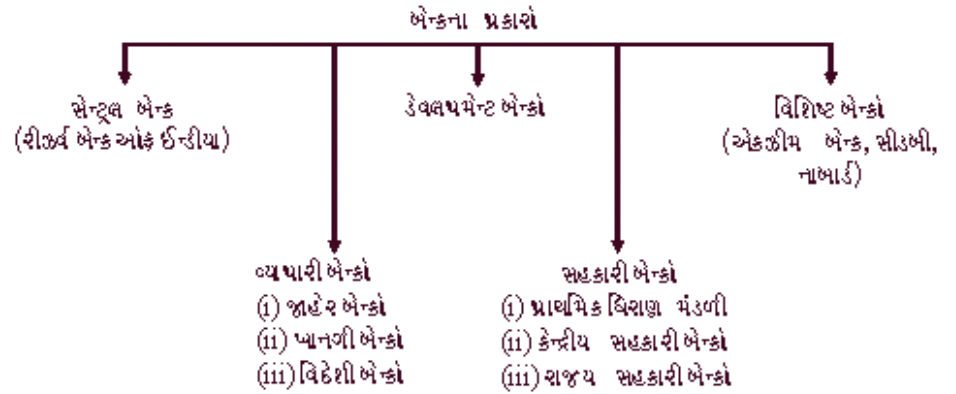
નોંધ

૨. જે લોકો પાસે વધારાના પૈસા હોય અને જેમને પૈસા ઉધાર લેવા હોય તે બે વચ્ચે બેંક નું કામ કરે છે.
૩. બેંકીંગ વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓને સરળ બનાવે છે અને ના એક અગત્યના સહાયક તરીકે ગણવામાં આવે છે.
૪. બેંક રોકડને બદલે થી નાણાં ચૂકવવાની સગવડ આપે છે.
૫. એક પોતાની અંગત દોલતમાંથી નાણાં ધીરે છે અને સામાન્ય રીતે કોઈ પાસેથી થાપણ જમા લેતો નથી.

૯.૩ બેન્કોના પ્રકાર

આપણા દેશમાં ભિન્ન ભિન્ન પ્રકારની બેંકો કાર્યરત છે. તેઓ ખેતી, વ્યાપાર, ધંધા વગેરેમાં જોડાયેલા વિવિધ કક્ષાના લોકોની આર્થિક જરૂરિયાતો પૂરી કરે છે. કાર્યોના આધાર પર ભારતમાં બેંકીંગ સંસ્થાઓનું નીચે મુજબ વર્ગીકરણ કરી શકાય.

બેંકોના પ્રકાર



ક. કેન્દ્રીય બેંક:-

કોઈપણ દેશની એવી બેંક કે જેને દેશની બેંકીંગ પ્રથાનું નિર્દેશન અને નિયમન કરવાની કામગીરી સોંપવામાં આવી હોય તેને કેન્દ્રીય બેંક કહેવામાં આવે છે. આવી બેંક સામાન્ય જનતા સાથે વ્યવહાર કરતી નથી. આવી બેંકો મુખ્યત્વે સરકારના બેંકર તરીકે કામ કરે છે. તમામ અન્ય બેંકોના જમા ખાતાનો હિસાબ રાખે છે અને જરૂર પડે ત્યારે અન્ય બેંકોને એડવાન્સ પૈસા આપે છે. આથી તેને બેંકરની બેંક કહેવાય છે. રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા આપણા દેશની કેન્દ્રીય બેંક છે.



કેન્દ્રીય બેંક સરકારની (રેવન્યુ) આવક અને વિવિધ હેડે થયેલ ખર્ચનો અહેવાલ રાખે છે. એ નાણાંકીય અને શાખની બાબતોની નીતિઓમાં સરકારને સલાહ આપે છે અને બેંકની



નોંધ


થાપણો (જમા રકમ) અને બેંકની લોનો ઉપરના વ્યાજના દરો પણ નક્કી કરે છે. આ ઉપરાંત વિદેશી વિનિમય દરો પણ આ બેંક નક્કી કરે છે. કેન્દ્રીય બેંકનું એક અન્ય અગત્યનું કાર્ય છે ચલણી નોટોનું પ્રદાન કરવું અને વિવિધ પદ્ધતિથી દેશમાં ચલણી નોટો ફરતી રહે તેનું નિયમન કરવું કેન્દ્રીય બેંક સિવાય અન્ય કોઈ બેંક ચલણી નાણું આપી શકે નહિ.


ખ. વ્યાપારી બેંક (વાણિજ્ય બેંક):-


વાણિજ્ય બેંકો એવી વાણિજ્ય સંસ્થાઓ છે કે જે જમા (થાપણ) સ્વીકારે છે અને પોતાના ગ્રાહકોને ટૂંકા સમય માટે લોનો તથા અગ્રીમ ઉપાડ (એડવાન્સ) આપે છે. ટૂંકા ગાળાની આવી લોનો ઉપરાંત વાણિજ્ય બેંકો વ્યાપારી સાહસોનો મધ્યમગાળોની તેમજ (દીર્ઘ) લાંબાગાળાની લોન પણ આપે છે. હાલમાં કેટલીક વાણિજ્ય બેંકો વ્યક્તિઓને મકાન માટેની લાંબાગાળાની લોનો પણ આપે છે. વાણિજ્ય બેંકના બીજા પણ ઘણાં કાર્યો છે. તેમની ચર્ચા આ પાઠમાં પાછળ કરવામાં આવી છે.

વાણિજ્ય બેંકોના પ્રકાર:- વાણિજ્ય બેંકો ત્રણ પ્રકારની છે. જેમકે, સાવ જનિક ક્ષેત્રની બેંક, ખાનગી ક્ષેત્રની બેંક અને વિદેશી બેંક.

- ૧. સાર્વજનિક ક્ષેત્રની બેંકો:-** આ એવી બેંકો છે જેમાં પૈસાના જોખમની જવાબદારી મહદ અંશે ભારત સરકાર કે રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયાની હોય છે. સાર્વજનિક ક્ષેત્રની બેંકોના ઉદાહરણ છે : સ્ટેટ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા, કોર્પોરેશન બેંક, બેંક ઓફ બરોડા અને દેના બેંક વગેરે


- ૨. ખાનગી ક્ષેત્રની બેંકો:-** ખાનગી ક્ષેત્રની બેંકોમાં મોટા ભાગની શેરની અસ્કયામત ખાનગી વ્યક્તિઓની હોય છે. આ બેંકોને મર્યાદિત ઉત્તરદાયિત્વવાળી કંપનીઓ તરીકે રજિસ્ટર (નોંધણી પંજીકરણ) કરવામાં આવે છે. દા.ત. જમ્મુ એન્ડ કાશ્મીર બેંક લિ., બેંક ઓફ રાજસ્થાન લિ., ડેવલપમેન્ટ ક્રેડિટ બેંક લિ., લોર્ડ કિખા બેંક લિ., ભારત ઓવરસીઝ બેંક લિ., ગ્લોબલ ટ્રસ્ટ બેંક, વિજયા બેંક વગેરે


- ૩. વિદેશી બેંક:-** આ બેંકો રજિસ્ટર્ડ (પંજીકૃત) હોય છે અને તેમના મથકો વિદેશોમાં હોય છે. પણ આપણા દેશમાં તેમની શાખાઓ કાર્યરત હોય છે. આપણા દેશમાં કાર્યરત કેટલીક વિદેશી બેંકો છે. હોંગકોંગ એન્ડ શાંગહાઈ બેંકીંગ, કોર્પોરેશન (HSBC) સિટીબેંક, અમેરિકન એક્સ્પ્રેસ બેંક, સ્ટાન્ડર્ડ એન્ડ ચાર્ટર્ડ બેંક, ગ્રિંડલે બેંક વગેરે. ૧૯૯૧ના વિત્તીય ક્ષેત્ર સુધારા પછી આપણા દેશમાં કાર્યરત બેંકોની સંખ્યામાં વધારો થયો છે.





નોંધ

ગ. વિકાસ બેંકો:-

ચંત્ર સામગ્રી (મશીનરી) અને ઉપકરણો (સાધાનો)ની ખરીદી માટે, આધુનિકતમ તકનીકીનો ઉપયોગ કરવા માટે અને આધુનિકીકરણ (અદ્યતનીકરણ)ના પ્રસાર માટે વ્યાપારમાં કેટલીકવાર માધ્યમથી માંડીને લાંબાગાળાની પૂંજીની જરૂર પડે છે. આવી આર્થિક સહાય વિકાસ બેંકો આપે છે. તેઓ વિકાસ માટેના અન્ય ઉપાયો પણ યોજે છે. જેમ કે જો કોઈ કંપનીએ શેર કે ડિબેન્ચરનો ઈસ્યુ બહાર પાડ્યો હોય અને લોકોમાંથી પુરું ભરણું ન થાય તો તે શેરો કે ડિબેન્ચરો ખરીદે છે. ભારતીય ઔદ્યોગિક નાણા નિગમ (IFCI) અને રાજ્ય નાણાં નિગમ (SFCs) ભારતમાં વિકાસ બેંકના ઉદાહરણ છે.



ઘ. સહકારી બેંકો:-

જે લોકો તેમના આપસી હિતને સંયુક્ત રીતે પરિપુર્ણ કરવા ઈચ્છતા હોય તેઓ સહકારી મંડળી એક્ટ હેઠળ એક સહકારી મંડળી સ્થાપે છે. જ્યારે આવી કોઈ સહકારી મંડળી બેંકીંગ ક્ષેત્ર અપનાવે ત્યારે તેને સહકારી બેંક કહે છે. આવી મંડળીઓ બેંકીંગ વ્યવસાય શરૂ કરતા પહેલાં રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા પાસેથી લાઈસન્સ મેળવવું પડે છે. કોઈપણ સહકારી બેંકે મંડળી તરીકે રાજ્ય સહકારી મંડળીઓના રજિસ્ટ્રારની સંપૂર્ણ દેખરેખ (નિરીક્ષણ) નીચે કામ કરવાનું હોય છે. બેંકીંગ વ્યાપારની બાબતમાં મંડળીએ રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયાએ ઘડેલા અને બહાર પાડેલા નિર્દેશોનું પાલન કરવું ફરજિયાત છે.

સહકારી બેંકોના પ્રકાર:- આપણા દેશમાં ત્રણ પ્રકારની સહકારી બેંકો કાર્યરત છે. તેઓ છે પ્રાથમિક શાખ મંડળીનો કેન્દ્રીય સહકારી બેંકો. આ બેંકો કાર્યરત છે. તેઓ છે પ્રાથમિક મંડળીઓ, કેન્દ્રીય સહકારી બેંકો તથા રાજ્ય સહકારી બેંકો. આ બેંકો ત્રણ સ્તરે સંગઠિત હોય છે. ગ્રામ કે શહેરી કક્ષાએ, જિલ્લા કક્ષાએ અને રાજ્ય કક્ષાએ.

૧. **પ્રાથમિક શાખ મંડળીઓ:-** આ મંડળીઓ ગામડા કે શહેરની કક્ષાએ રચાઈ હોય છે. તેમાં એક ક્ષેત્રમાં રહેતા એવા પૈસા (ઋણ) લેનાર તેમજ ન લેનાર એવા બંને પ્રકારના લોકો સભ્ય હોય છે. આવી દરેક મંડળીનું કાર્યક્ષેત્ર એક નાનકડા વિસ્તાર પૂરતું મર્યાદિત હોય છે જેથી સભ્યો એકબીજાને ઓળખતા હોય અને પ્રવૃત્તિઓ ઉપર દેખરેખ રાખી શકતા હોય જેથી દગાને સ્થાન ન રહે.
૨. **કેન્દ્રીય સહકારી બેંકો:-** આ બેંકો જિલ્લા કક્ષાએ કામ કરતી હોય છે. તે જ જિલ્લાની કેટલીક પ્રાથમિક શાખ મંડળીઓ તેની સભ્ય હોય છે. આ બેંકો પોતાના સભ્યો (એટલે કે પ્રાથમિક શાખ મંડળી) ને લોન આપે છે અને પ્રાથમિક શાખ મંડળીઓ અને રાજ્ય સહકારી બેંકો વચ્ચે કડીરૂપ કાર્ય કરે છે.
૩. **રાજ્ય સહકારી બેંકો:-** આ બેંકો દેશના રાજ્યોમાં સર્વોચ્ચ (શિખરરૂપ) સહકારી બેંકો છે. આ બેંકો ધન એકત્ર જમા કરે છે અને વિવિધ ક્ષેત્રોમાં યોગ્ય

વિતરણમાં સહાય કરે છે. પૈસા ઉઘાર લેનાર વ્યક્તિ પાસે પૈસા રાજ્ય સહકારી બેંકોમાંથી કેન્દ્રીય સહકારી બેંકો તથા પ્રાથમિક શાખા મંડળીઓ દ્વારા પહોંચે છે.

ચ. વિશિષ્ટ બેંકો:-

કેટલીક એવી બેંકો છે કે જે કોઈ વિશિષ્ટ કાર્યક્ષેત્રમાં સ્થપાયેલા વ્યવસાયની તમામ જરૂરિયાતો પૂર્ણ કરે છે અને તમામ પ્રકારની સહાય પૂરી પાડે છે. 'એક્સીમ' (EXIM) બેંક, 'સીડબી' (SIDBI) અને 'નાબાર્ડ' બેંક વગેરે આના ઉદાહરણ છે. તેઓ કોઈ વિશિષ્ટ કાર્ય ક્ષેત્રમાં પોતાને જોડે છે અને એ રીતે તેમને વિશિષ્ટ બેંક કહે છે. ચાલો આપણે તેમના વિષે જાણીએ.



નોંધ

૧. ભારતીય આયાત-નિકાસ બેંક : (EXIM – EXPORT-IMPORT Bank of India.) (એક્સીમ):- જો તમે તમારા ઉત્પાદનની વિદેશોમાં નિકાસ કરવા માટે અથવા તમારા દેશમાં વેચવા માટે વિદેશોમાં આયાત કરવા માટેનો કોઈ વ્યવસાય સ્થાપવા માંગતા હો તો એક્સીમ બેંક તમને જરૂરી જાણકારી તેમજ સહાય પૂરી પાડે છે. આ બેંક આયાતકારો અને નિકાસકારોને લોન આપે છે. અને વૈવેક બજારની માહિતી આપે છે. આ બેંક આયાત અને નિકાસ માટેની તકો વિષે માગ દર્શાવવા આપે છે. તેમાં રહેલા જોખમો અને જે હરિફાળનો સામનો કરવો પડે તેની વિષે પણ જાણકારી આપે છે.



૨. ભારતીય લઘુ ઉદ્યોગ વિકાસ બેંક સીડબી (SIDBI – Small Industries Development Bank of India):- જો તમે કોઈ નાનું વ્યાપારી એકમ કે નાના પાયા પરનો લઘુ ઉદ્યોગ સ્થાપવા માંગતા હો તો ભારતીય લઘુ ઉદ્યોગ વિકાસ બેંક તમને સરળ શરતોએ લોન આપે. તે બેંક નાના પાયા ઉપરના ઉદ્યોગોનું અદ્યતનીકરણ કરવા, નવી ટેકનોલોજી (તકનીકી) નો ઉપયોગ કરવા માટે વિક્રય માટેની પ્રવૃત્તિઓ માટે ધન પુરું પાડે છે. ભારતીય લઘુ ઉદ્યોગ વિકાસ બેંકનું મુખ્ય કાર્ય અને હેતુ છે. નાના પાયાને ઉદ્યોગોનો પ્રસાર કરવો, વિકાસ કરવો અને ધન પુરું પાડવું.



૩. રાષ્ટ્રીયકૃત – ગ્રામ વિકાસ બેંક (નાબાર્ડ) NABARD. (National Bank for Agriculture and Rural Development):- કૃષિ તથા ગ્રામ વિકાસના ક્ષેત્રોને ધન પુરું પાડવા માટે 'નાબાર્ડ' કેન્દ્રીય અથવા મૂર્ધન્ય (સર્વોચ્ચ) સંસ્થા છે. જો કોઈ વ્યક્તિ ખેતી કે હાથશાળ વણાટ, માછીમારી વગેરે જેવી પ્રવૃત્તિ કરવા માંગતી હોય તો નાબાર્ડ પ્રાદેશિક ગ્રામ્ય બેંકો દ્વારા તેને લાંબા તેમજ ટૂંકાગાળાની એમ બંને પ્રકારની શાખા પૂરી પાડે છે. આ બેંક ખાસ કરીને ખેતી, લઘુ-ઉદ્યોગો, કુટિર ઉદ્યોગો, ગ્રામ ઉદ્યોગો હાથ





નોંધ

કારીગરી (હુન્નર) અને એને આનુષંગિક ગ્રામ્ય ક્ષેત્રની પ્રવૃત્તિઓમાં રોકાયેલી સહકારી શાખા મંડળીઓને આર્થિક સહાય કરે છે.



૯.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના દરેક વિધાનમાં વર્ણવાયેલ બેંકનો પ્રકાર ઓળખો

૧. ઓછું ભરણું થવાના સંયોગોમાં એક કંપનીના શેર અને રિબેન્ચરના ગ્રાહક થવાની જવાબદારી ઉઠાવતી બેંક.
૨. ઉત્પાદનની વિદેશોમાં નિકાસ કરવામાં સહાય અને માર્ગદર્શન આપતી બેંક.
૩. પોતાના સમાન હેતુની પૂર્તિ માટે લોકોના એક જૂથે રચેલી બેંક.
૪. ચલણી નોટો આપનાર બેંક.
૫. વાણિજ્ય બેંક જેમાં મોટાભાગનું જોખમ સરકારનું હોય છે.

૯.૪ વાણિજ્ય બેંકના કાર્યો

વાણિજ્ય બેંકોના કાર્યો બે પ્રકારનાં છે

૧. પ્રાથમિક કાર્ય અને
૨. ગૌણ કાર્ય

ચાલો આપણે આ કાર્યોની વિસ્તારથી ચર્ચા કરીએ.

૧. પ્રાથમિક કાર્ય:-

વાણિજ્ય બેંકના પ્રાથમિક કાર્યમાં સમાવિષ્ટ છે.

- ક. જમા (થાપણો) સ્વીકારવી
- ખ. લોન અને એડવાન્સ (અગ્રીમ ઉપાડ) મંજૂર કરવા

ક. જમા (થાપણો) સ્વીકારવી:-

વાણિજ્ય બેંકનું સૌથી અગત્યનું કાર્ય છે. લોકો પાસેથી થાપણો એકઠી કરવી. જે લોકો પાસે વધારાની આવક અને બચત હોય છે તેઓ તે રકમ બેંકમાં થાપણ મૂકવાનું પસંદ કરે છે. થાપણના પ્રકારોના આધારે બેંકોમાં મૂકેલું ભંડોળ (નાણાં) વ્યાજની પણ કમાણી કરે છે અને આમ બેંક પાસે જમા રકમ રળેલા વ્યાજ સાથે વધતી જાય છે. વ્યાજનો દર ઉચો હોય તો લોકોને વધુ પૈસા બેંકમાં મૂકવાનું પ્રોત્સાહન મળે છે. વળી બેંકમાં જમા કરાવેલી રકમ સુરક્ષિત રહે છે.

ખ. લોન તથા એડવાન્સ આપવા:-



નોંધ

વાણિજ્ય બેંકનું એક બીજું મહત્વનું કાર્ય છે લોન તથા એડવાન્સ આપવા, આવી લોનો અને એડવાન્સ જનતાના સભ્યો અને વેપારી આલમને આપવામાં આવે છે. તેનો વ્યાજનો દર વિવિધ જમા ખાતાઓ ઉપર આપવામાં આવતા વ્યાજના દર કરતાં વધારે ઉચો હોય છે. લોન તથા એડવાન્સ ઉપર લેવામાં આવતા વ્યાજનો દર તેના હેતુ, અવધિ (સમયગાળો) અને પરત કરવાના પ્રકાર પ્રમાણે ભિન્ન ભિન્ન હોય છે.

૧. લોન :-

લોન એક નિશ્ચિત સમય મર્યાદા માટે આપવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે વાણિજ્ય બેંકો ટૂંકા સમયગાળા માટે લોનો આપે છે. પરંતુ લોન 'સમયાવધિ' લોન એટલે કે એક વર્ષથી વધુ સમય માટે લોન પણ આપવામાં આવે છે. લોન લેનારને લોન એક જ હપ્તામાં અથવા જુદા જુદા હપ્તામાં પણ આપવામાં આવે છે. લોન સામાન્ય રીતે અમુક સંપત્તિની જમાનત સામે આપવામાં આવે છે. લોન સામાન્ય રીતે હપ્તામાં ભરપાઈ કરવામાં આવે છે. જો કે કુલ રકમ એક સાથે પણ ભરી શકાય છે.

૨. એડવાન્સ:-

એડવાન્સ એક શાખ-સુવિધા છે જે બેંક પોતાના ગ્રાહકોને આપે છે. તે લોન કરતાં એ રીતે જુદી પડે છે કે લોન લાંબા ગાળા માટે પણ આપી શકાય છે. પણ એડવાન્સનો હેતુ રોજ બરોજના વ્યાપારની જરૂરિયાતો પૂરી પાડવાનો છે. વ્યાજનો દર દરેક બેંકનો જુદો જુદો હોય છે. વ્યાજ મંજૂર થયેલી રકમ ઉપર નહીં પણ ઉપાડેલી રકમ ઉપર વસુલ કરાય છે.

એડવાન્સના પ્રકાર:-

બેંકો એડવાન્સ નગદ શાખ, ઓવર ડ્રાફ્ટ (અધિવિકર્ષ ખાતામાં જમા રકમ કરતાં વધારે ઉપાડ) અને બિલ ડિસ્કાઉન્ટિંગ દ્વારા આપે છે.

૩. નગદ શાખ:-

નગદ શાખ એક એવી સુવિધા (વ્યવસ્થા) છે કે જેના દ્વારા બેંક ગ્રાહકોને અમુક મર્યાદા સુધી રકમ ઉપાડવાની મંજૂરી આપે છે. આ રકમ ગ્રાહકના ખાતામાં જમા કરી દેવામાં આવે છે. ગ્રાહક આ રકમ જેવી રીતે અને જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે ઉપાડી શકે છે. વ્યાજ બરેબર ઉપાડેલી રકમ ઉપર વસુલ કરવામાં આવે છે. ગ્રાહક સાથે નક્કી થયેલી શરતો મુજબ નગદ શાખ મંજૂર કરવામાં આવે છે.

ખ. ઓવરડ્રાફ્ટ (જમા રકમ કરતાં વધારે ઉપાડ):-

ઓવરડ્રાફ્ટ પણ બેંક દ્વારા આપવામાં આવતી એક શાખ સુવિધા છે. બેંકમાં ચાલુખાતું ધરાવતા ગ્રાહકને પોતાના ખાતામાં જમા કરતાં વધુ રકમ ઉપાડવાની છૂટ આપવામાં આવે છે. આ એક કામચલાઉ સુવિધા છે. ઓવરડ્રાફ્ટની સગવડ અમુક



નોંધ

નિશ્ચિત મર્યાદા સુધી સંપત્તિની જમાનત અથવા વ્યક્તિની જમાનત અથવા બંને ઉપર આપવામાં આવે છે.

૧. બિલ ડિસ્કાઉન્ટીંગ:-

બેંકો બિલ ડિસ્કાઉન્ટીંગ દ્વારા ટૂંકાગાળાની આર્થિક સુવિધા આપે છે. એટલે કે બીલ (હૂંડી)ની પાકવાની તારીખ પહેલાં વળતરની અમુક રકમ કાપી લઈને ચૂકવણી કરી આપે છે. ગ્રાહકને હૂંડી પાકવાના સમય સુધી રાહ જોવા વગર રકમ મળી જાય છે. જો કદાચ કોઈ હૂંડીનો પાકવાના સમયે સ્વીકાર ન થાય તો બેંક ગ્રાહક પાસેથી બીલની રકમ વસુલ કરી શકે છે.

૨. ગૌણ કાર્યો:-

જમા રકમ સ્વીકારવી અને પૈસા ધીરવાના પ્રાથમિક (મુખ્ય) કાર્યો ઉપરાંત બેંકો અન્ય સંખ્યાબંધ કાર્યો કરે છે તેને ગૌણ (દ્વિતીય કક્ષાના) કાર્યો કહેવામાં આવે છે. તે આ મુજબ છે :

- ક. શાખા પત્રો તેમજ ટ્રાવેલર્સ ચેક વગેરે આપવા.
- ખ. સેફ ડિપોઝિટ વોલ્ટ કે લોકરની સુવિધા પૂરી પાડીને બહુ મૂલ્ય વસ્તુઓ (ઝવેરાત - ઘરેણાં) અગત્યના દસ્તાવેજો અને જામીનગીરી વગેરેને સલામતી પૂરી પાડે છે.
- ગ. ગ્રાહકોને વિદેશી ચલણના વિનિમય વ્યવહારોની સુગમતા આપે છે.
- ઘ. એક ખાતામાંથી બીજા ખાતામાં કે એક શાખામાંથી બીજી શાખામાં ચેક, પે ઓર્ડર કે ડીમાન્ડ ડ્રાફ્ટ દ્વારા પૈસાના હસ્તાંતરની સુવિધા આપે છે.
- ચ. માલ સામાન, યંત્ર સામગ્રી, વાહનોની ખરીદી માટેની ચૂકવણી કરવા પોતાના ગ્રાહકો વતી બાંહેધરી આપવી.



૯.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેનામાંથી કયા વિધાનો સાચાં અને ખોટાં છે તે જણાવો અને સાચા વિધાનો સામે "સાચા" દર્શાવો, ખોટા વિધાનો સામે "ખોટા" દર્શાવો.

૧. લોન અને એડવાન્સ બંને બેંકો દ્વારા ગ્રાહકોને લાંબાગાળા માટે આપવામાં આવે છે.
૨. બેંક આપણા ઝવેરાત, અગત્યના દસ્તાવેજ વગેરે પોતા પાસે સુરક્ષિત રાખે છે.
૩. બેંક વિદ્યાર્થીઓને તેમના અભ્યાસ માટે વ્યાજબી દરે લોન આપે છે.
૪. બિલોનું ડિસ્કાઉન્ટીંગ બેંકો મફત કરે છે.
૫. ઓવરડ્રાફ્ટ દ્વારા ગ્રાહક પોતાના ખાતામાં જમા રકમ કરતાં વધુ પૈસાનો ઉપાડ કરી શકે છે.

૯.૫ મધ્યસ્થ બેંક

મધ્યસ્થ બેંકની સ્થાપના પહેલી એપ્રિલ ૧૯૩૫માં રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયાના કાયદા ૧૯૩૪ દ્વારા થઈ હતી. શરૂઆતમાં આરબીઆઈનું વડું મથક કલકત્તામાં હતું. પરંતુ ૧૯૩૭માં આ વડું મથક મુંબઈ ખાતે કાયમી સ્થળાંતર કરવામાં આવ્યું. આરબીઆઈના વડા મથકે આરબીઆઈના ગર્વનર બેંકીંગની નીતિઓ-નિર્ણયો ઘડે છે. શરૂઆતમાં ખાનગીક્ષેત્રની માલિકો હોવાથી ૧૯૪૯માં આરબીઆઈનું રાષ્ટ્રીયકરણ કરવામાં આવ્યું. રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા સંપૂર્ણપણે ભારત સરકારની માલિકીની છે. જેનું સૌથી મહત્વનું કાર્ય સમગ્ર દેશની બેંકો ઉપર દેખરેખ રાખવા નિયંત્રણ રાખવા અને સ્થાનિક બાબતો માટે સેન્ટ્રલ બોર્ડને માર્ગદર્શન આપવું. પ્રાદેશિક બેંકોનું પ્રતિનિધિત્વ કરવું. આર્થિક વિકાસના હેતુથી સ્થાનિક સરકારી બેંકોને માર્ગદર્શન આપવું અને સેન્ટ્રલ બોર્ડના સત્તામંડળ દ્વારા સમયાંતરે થયેલ કાર્યોની મૂલ્યાંકન કરવું.

૯.૬ બેંક જમા ખાતું

તમે શીખી ચૂક્યા છો કે બેંકોની મુખ્ય પ્રવૃત્તિ લોકો પાસેથી જમા રકમ સ્વીકારીને વ્યાવસાયિકો તેમજ અન્ય જરૂરિયાતવાળાઓની ધીરવાની છે. વાસ્તવમાં જે પૈસા બેંકોમાં જમા કરાવવામાં આવે છે તે બનતા સુધી લોકોની બચત હોય છે. તમે જાણો છો કે જો કોઈ પૈસા કમાતું હોય અને તેની નિયમિત આવક હોય તો તે પૈસા માત્ર રોજબરોજના ખર્ચામાં વાપરતું નથી પણ ભવિષ્યની જરૂરિયાત માટે આવકઓ અમુક હિસ્સો બચાવવાનો પ્રયત્ન કરે છે. ધનની ભવિષ્યમાં વિવિધ હેતુઓ માટે જરૂર પડે છે. જેમ કે પરિવારમાં આંદોળી સબબ ડોક્ટરી સારવા માટે, લગ્ન પ્રસંગ કે બાળકોના ઉચ્ચ અભ્યાસના ખર્ચ માટે અથવા કોઈ ધાર્મિક ઉત્સવ ઉજવવા માટે ધનની જરૂર પડે છે, ભવિષ્યની જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે બચાવેલા પૈસા ઘરમાં રાખી શકાય. પણ ઘરમાં બચાવી રાખેલા પૈસા નિષ્ક્રિય (બિન ઉત્પાદક) રહે છે, કોઈ વળતર આપતા નથી. એટલા માટે લોકો પૈસા એવા કોઈ સ્થળે રાખે છે કે જ્યાં તે સલામત પણ રહી શકે અને વળી કંઈક આવક પણ કમાઈ શકે. બેંક એક એવું સ્થળ છે કે જ્યાં એકવાર જમા કરાવેલી રકમ સલામત પણ રહે છે અને વ્યાજ પણ કમાઈ શકે છે. આ પાઠમાં આપણે જમા ખાતા કે જે આપણે બેંકમાં ખોલાવી શકાય અને તેનું સંચાલન કરી શકાય તે વિષે શીખીશું.

૯.૭ બેંક જમા ખાતાના પ્રકારો

બેંક જમા (થાપણ) જુદા જુદા લોકો માટે જુદા જુદા હેતુઓ પરિપૂર્ણ કરે છે. કેટલાક લોકો નિયમિત બચત કરી શકતા નથી. તેઓ માત્ર જ્યારે તેમને વધારાની આવક થાય ત્યારે બેંકમાં પૈસા મૂકતા હોય છે. બેંકમાં જમા કરાવવાના હેતુ છે ભાવિ જરૂરિયાતો માટે પૈસા સલામત રાખવા કેટલાક લોકો બની શકે તેટલા લાંબા સમય સુધી બેંકમાં પૈસા મૂકી રાખવા ઈચ્છે છે. જેથી તેઓ વ્યાજ કમાઈ શકે અથવા બચતનો વ્યાજ સહિત સંગ્રહ કરી શકે જેથી તેઓ ફ્લેટ ખરીદી શકે અથવા વૃદ્ધાવસ્થામાં દવાખાનાના ખર્ચને પહોંચી વળે. કેટલાક, મોટે ભાગે વેપારીઓ, તેમના વેચાણની સંપૂર્ણ આવક બેંકમાં જમા કરાવે છે અને આ જમા રકમમાંથી જ બધા વ્યાપારી ખર્ચ ચુકવે છે. આ તફાવતોને ધ્યાનમાં



નોંધ



નોંધ

રાખીને જ બેંકો લોકોના હેતુને અનુકૂળ આવે અને તેમને સગવડતા રહે તે માટે ભિન્ન ભિન્ન પ્રકારના ડિપોઝિટ ખાતા ખોલવાની સુવિધા આપે છે.

બેંકો જે હેતુ સારે છે તેના આધારે બેંક ડિપોઝિટના ખાતાનું નીચે મુજબ વર્ગીકરણ કરી શકાય.

- ક. બચત બેંક ખાતું
- ખ. ચાલુ જમા ખાતું.
- ગ. સાવધિ જમા ખાતું.
- ઘ. આવતી જમા ખાતું.

ચાલો ઉપરોક્ત ખાતાના સ્વરૂપ વિષે ટૂંકમાં જાણીએ.

ક. બચત બેંક ખાતું:-

જો કોઈ વ્યક્તિની આવક મર્યાદિત હોય અને ભવિષ્યની જરૂરિયાતો માટે પૈસા બચાવવા ઈચ્છે તો તેને માટે બચત બેંક ખાતું સૌથી વધુ સાનુકૂળ છે. આ ખાતું અમુક પ્રારંભિક લઘુત્તમ રકમ જમા કરાવી ખોલાવી શકાય છે. આ લઘુત્તમ રકમ બેંકે બેંકે અલગ હોઈ શકે છે. આ ખાતામાં પૈસા ગમે ત્યારે મૂકી શકાય છે અને (ઉપાડ) વિદ્રોઅલ ફોર્મમાં સહી કરી અથવા ચેક આપી અથવા ATM કાર્ડની મદદથી પૈસા ઉપાડી શકાય છે. સામાન્ય રીતે બેંક આ ખાતામાંથી પૈસા ઉપાડવાની સંખ્યા ઉપર અમુક અંકુશ મૂકે છે. વ્યાજ જમા રકમની બચેલી સિલક ઉપર મળે છે અને વળી વખતોવખત તેમાં ફેરફાર પણ થાય છે. બેંકે નક્કી કર્યા મુજબની લઘુત્તમ રકમની સિલક ખાતામાં જાળવવી પડે છે.

ખ. ચાલુ જમા ખાતું:-

મોટા મોટા વેપારીઓ, કંપનીઓ અને શાળા, કોલેજ કે હોસ્પિટલ જેવી સંસ્થાઓને પોતાના બેંકના ખાતા દ્વારા પૈસા ચૂકવવાના હોય છે. બચત બેંક ખાતામાંથી ઉપાડ કરવાની સંખ્યા ઉપર નિયંત્રણ હોય છે. તેથી આ જાતનું ખાતું તેમને માટે અનુકૂળ નથી. તેમને એવા ખાતાની જરૂર છે કે જેમાંથી તેઓ ધારે તેટલી વાર ઉપાડ કરી શકે. બેંકો તેમના માટે ચાલુ ખાતા ખોલે છે. બચત બેંક ખાતાની માફક આ ખાતું પણ ખોલાવવા માટે તેમાં અમુક લઘુત્તમ રકમ મૂકવી જરૂરી છે. આ જમા ખાતામાં બેંક સિલક ઉપર કશું જ વ્યાજ આપતી નથી. ઉલટાનું ખાતેદારે ખાતું ચલાવવા માટે દર વર્ષે ખર્ચ પેટે અમુક રકમ ચૂકવવી પડે છે.

બેંકો પણ ખાતેદારોની સગવડ સાચવવા ખાતામાં કુલ જમા રકમ કરતાં વધુ ઉપાડની છૂટ આપે છે. આને ઓવર ડ્રાફ્ટની સગવડતા કહે છે. આવી સુવિધા ખાસ વિશિષ્ટ ગ્રાહકોને જે તે બેંક સાથે અગાઉ કરાર કર્યા મુજબ અમુક મર્યાદામાં આપવામાં આવે છે.

ગ. સાવધિ જમા ખાતું (FD એકાઉન્ટ):-



નોંધ

આને ટર્મ ડિપોઝિટ એકાઉન્ટ પણ કહે છે. ઘણી વખત લોકો લાંબા સમય માટે પૈસા બચાવવા ઈચ્છે છે. જો પૈસા બચત બેંક ખાતામાં મૂકવામાં આવે તો બેંકો નીચા દરે વ્યાજ આપે છે. તેથી વધુ વ્યાજ કમાવા માટે પૈસાને (ફિક્સ્ડ ડિપોઝિટ) "સાવધિ જમા ખાતામાં" મૂકવામાં આવે છે.

આ પ્રકારના જમા ખાતામાં રકમ અમુક નિશ્ચિત સમય સુધી જમા કરવામાં આવે છે. આ અવધિ ૧૫ દિવસથી માંડીને ૩ વર્ષ કે તેથી વધુ સમય માટેની હોય છે. આ દરમિયાન ઉપાડ કરવાની છૂટ હોતી નથી. તેમ છતાં જમાકર્તાની વિનંતીથી રકમ પાકતી તારીખ પહેલાં ઉપાડવા દેવામાં આવે છે.

આવ કિસ્સામાં બેંક અગાઉ નક્કી કર્યા કરતાં ઓછું વ્યાજ આપે છે. જ્યારે સાવધિ જમા રકમ ઉપરનું વ્યાજ નિશ્ચિત સમયાંતરે ઉપાડી શકાય છે. અવધિ સમાપ્ત થતાં જમા રકમ ઉપાડી શકાય છે અથવા તેને બીજા સમયગાળા માટે ફરીથી મૂકી શકાય છે. બેંકો સાવધિ જમાની રસીદની જામીનગીરી ઉપર લોન પણ આપે છે.

ઘ. આવતી જમા ખાતું:-

આ ખાતું એવા લોકો માટે ઉપયોગી છે કે જેઓ નિયમિત બચત કરી શકતા હોય અને નિશ્ચિત સમય બાદ જમા રકમનું સારું એવું વળતર મેળવવાની અપેક્ષા રાખતા હોય. ખાતું ખોલતી વખતે વ્યક્તિએ અમુક સમય સુધી દર મહિને અમુક રકમ જમા કરવાનું કબૂલ કરવું પડતું હોય છે. અવધિ પૂરી થતાં (પાકતી તારીખે) સમગ્ર જમા થયેલી રકમ વ્યાજ સહિત ચૂકવવામાં આવે છે. તેમ છતાં રકમ જમા કરાવનાર પાકતી તારીખ પહેલા પણ પોતાનું ખાતું બંધ કરાવી શકે છે અને ત્યાં સુધીના સમયગાળાના વ્યાજ સહિત કુલ રકમ પરત મેળવી શકે છે. ખાતું માણસ વ્યક્તિગત રીતે અથવા બીજા સાથે સંયુક્ત રીતે અથવા તો સગીરના નામે વાલી તરીકે ખોલાવી શકે છે. આ ખાતાની જમા રકમ ઉપર વ્યાજનો દર બચત બેંક ખાતાના વ્યાજના દર કરતાં ઉંચો અને સાવધિ જમા પરના વ્યાજ કરતાં નીચો હોય છે.



૯.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

- અ. નીચેનામાંથી કયાં વિધાનો ખરાં છે કે ખોટાં છે ?
૧. બચત બેંક ખાતામાં મૂકેલી રકમ વર્તમાન તેમજ ભાવિ જરૂરિયાતો પૂરી કરવા કામમાં આવે છે.
 ૨. સાવધિ જમા ખાતામાં નિશ્ચિત રકમ દર મહિને મૂકવી પડે છે.
 ૩. આવતી જમા ખાતામાં મૂકેલી રકમનો વ્યાજનો દર બચત બેંક ખાતાનાં દર કરતાં પ્રમાણમાં ઉંચો હોય છે.
 ૪. ચાલુ જમા ખાતું માત્ર વ્યાપારીઓ જ ખોલાવી શકે છે, શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ નહિ.



૫. ગૃહનિર્માણ બચત જમા ખાતું આવતી જમા ખાતાનો જ એક પ્રકાર છે.
 ૬. સાવધિ જમા ખાતા ઉપર મળતું વ્યાજ જેટલા સમયગાળા માટે રકમ મૂકી હોય તેની (લંબાઈ) લાંબા સમયગાળા ઉપર આધારિત હોય છે.
 ૭. બચત બેંક ખાતામાંથી ઉપાડ માત્ર ખાતા ધારક જ કરી શકે છે.
 ૮. બેંક ચાલુ જમા ખાતા ઉપર વ્યાજ દેતી નથી.
- બ. યોગ્ય શબ્દોથી ખાલી જગ્યા પુરો
૧. બચત બેંક ખાતું ધનરાશિથી ખોલી શકાય છે.
 ૨. સાવધિ જમા ખાતું જે દરે વ્યાજ આપે છે. તે દર બચત બેંક ખાતાના વ્યાજના દર કરતાં હોય છે.
 ૩. ઓવરડ્રાફ્ટની સગવડ જમા ખાતા ધારકોને મળે છે.
 ૪. ચાલુ ખાતામાંથી પૈસા આપીને ઉપાડી શકાય છે.
 ૫. આવતી જમા ખાતની સિલક ઉપર વ્યાજનો દર સાવધિ જમા ખાતા પર મળતા વ્યાજના દર કરતાં હોય છે.

૯.૮ બચત બેંક ખાતું કેવી રીતે ખોલવું

કોઈ વાણિજ્ય બેંકમાં બચતખાતું ખોલાવવા માટે તમારે શરૂઆતમાં કેટલી રકમ તમે જમા કરાવવા માગો છો તે નક્કી કરી લેવું પડે. તમે તમારી નજીકમાં નજીકની કોઈ બેંકમાં જઈને બચત બેંક ખાતું ખોલાવવા માટે ઓછામાં ઓવી કેટલી રકમ જમા કરાવવી પડે તે જાણી શકો. તમારે ઓછામાં ઓછી એટલી રકમ અથવા તેથી વધુ રકમ જમા કરાવી શકો. બેંકમાં (કે તેની કોઈપણ શાખામાં) પ્રવેશતાં જ તમને પુછપરછ માટેની બારી (અથવા 'હું' આપને મદદ કરી શકું? એવા બોર્ડ વાળી બારી) જોવા મળશે. જમા કરાવવાની લઘુત્તમ રકમ વિષે જાણી લીધા પછી તમારે બેંકમાં બચત જમા ખાતું ખોલવા માટે આવેદનપત્ર (ફોર્મ)ની માંગણી કરવી જોઈએ. આ ફોર્મ માટે તમારે પૈસા આપવાના હોતા નથી. ત્યાર પછી તમારે નીચેનાં પગલાં ભરવા જોઈએ.

૧. આવેદનપત્ર ભરવું:-

આવેદન પત્રમાં નીચેની જરૂરી માહિતી ભરવી જોઈએ.

- ક. અરજદાર (વ્યક્તિ)નું નામ.
- ખ. તેનો / તેણીનો ધંધો.
- ગ. રહેઠાણનું સરનામું.
- ઘ. અરજદારની નમુનાની સહી.
- ચ. અરજદારની ઓળખાણ આપનારનું નામ, સરનામું, ખાતા નંબર અને સહી.

આ માહિતી આપવા ઉપરાંત તમારે જે તે કાળે અલમમાં હોય તે બેંકના નીતિ નિયમો અને શરતોનું પાલન કરવાની બાહેધરી પણ આપવી પડશે. આવેદન પત્ર નીચે તમારે

સહી કરવી પડે છે. (કેટલીક બેંકોમાં આવેદનપત્ર સાથે અરજદારના બે ફોટા સંલગ્ન કરવા પડતા હોય છે.)

૨. યોગ્ય ઓળખાણ (પરિચય):-

દરેક બેંક માટે એ જરૂરી હોય છે કે અરજી કરનાર (આવેદક) ની ઓળખાણ આપનાર બેંકનો જાણીતો માણસ હોવો જોઈએ. કોઈ વ્યક્તિનું ખાતું પહેલેથી જ બેંકમાં હોય તે ઓળખાણ આપે તો તે સગવડતા ભર્યું રહે. કેટલીક બેંકો અરજદારના પાસપોર્ટ અથવા ડ્રાઈવીંગ લાયસન્સની પ્રમાણિત નકલ સ્વીકારતી હોય છે. આમ, હોય તો અંગન ઓળખાણની જરૂર રહેતી નથી. ઓળખાણ એટલા માટે જરૂરી છે કે કોઈ અનિચ્છનિય (સંદિગ્ધ) વ્યક્તિને ખાતું ખોલાવતાં રોકી શકાય.

૩. નમુનાની સહી (હસ્તાક્ષર):-

આવેદકે આવેદનપત્રમાં નક્કી કરેલ જગ્યાએ પોતાની નમુનાની સહી કરવાની હોય છે. આ ઉપરાંત અરજદારે એક અન્ય કાર્ડ ઉપર પણ નમુનાની સહી કરવાની હોય છે. આ કાર્ડ ઉપર પણ નમુનાની સહી કરવાની હોય છે. આ કાર્ડ ઉપર અરજદારનો પોતાનો ફોટો ચીપકાવવામાં આવે છે અને તેના ઉપર તેનું નામ અને ખાતા નંબર લખેલા હોય છે.

ઉપરના પગલાં ભર્યા પછી (વિધિ પૂર્ણ કર્યા પછી) અને પછી સંબંધિત અધિકારીને સંતોષ થાય કે આવેદનપત્ર બરાબર છે તે પછી એક છાપેલી પે-ઈન-સ્લીપ (પૈસા જમા કરાવવાની કાપલી) ભરીને રોકડની બારી ઉપર રકમ જમા કરાવવાની હોય છે. ત્યારપછી તમને ખાતા નંબર ફાળવવામાં આવે છે. આ નંબર તમારા અરજીપત્રક ઉપર તેમજ તમારી નમુના સહી ધરાવતા કાર્ડ ઉપર લખવામાં આવે છે. આ સાથે જ તમે જે પ્રારંભિક રકમ (ખાતું ખોલાવવા) જમા કરી હોય તેની નોંધ કરેલી એક પાસબુક તમને આપવામાં આવે છે. ભવિષ્યની બધી જમા તેમજ ઉપાડની રકમમાં તેમાં નોંધવામાં આવે છે. આ પાસબુક તમારી પાસે જ રહે છે. જો તમે તમારી જમા રકમમાંથી ઉપાડ કરવા માટે કે તમારા ખાતામાંથી પૈસા ચૂકવવા માટે ચેકનો ઉપયોગ કરવા માગતા હો તો તમને તમારી માગણીથી ચેકબુક આપવામાં આવે છે. ચેક એક છાપેલું ફોર્મ હોય છે તેના ઉપર તમે તેના ઉપર નિર્દિષ્ટ જગ્યાએ બેંકને અમુક વ્યક્તિને રકમ આપવાનો ઓર્ડર આપી શકો છો.

૯.૯ બચત બેંક ખાતું ચલાવવાની પદ્ધતિ

તમે આ રીતે ખાતું ખોલાવ્યા બાદ ખાતાનું સંચાલન કેવી રીતે કરવું તે તમારે જાણવું જોઈએ, બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો તમારા ખાતામાં વધારે જમા રકમ ભરવા કે પૈસા ઉપાડવા માટેની પદ્ધતિ વિષે તમારે જાણવું જોઈએ.

૧. ખાતામાં રકમ જમા કરાવવા બાબત:-



નોંધ

મોડ્યુલ - ૩
સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ

બેન્કિંગ સેવાઓ

તમે તમારા ખાતામાં પૈસા કઈ રીતે જમા કરાવશો ? તમે અગાઉ ખાતું ખોલાવતી વખતે પ્રારંભિક રકમ જમા કરાવવા માટે પે-સ્લીપ વાપરી ચુક્યા છો. આ એક છાપેલું ફોર્મ છે, જે બેંકમાં મળે છે. દરેક પે-સ્લીપમાં બે ભાગ હોય છે જે કાણાં કાણાં વાળી લાઈનથી જુદા પાડેલ હોય છે, તેમાં જમણી બાજુના ભાગને 'ફોઈલ' તથા ડાબી બાજુના ભાગને 'કાઉન્ટર ફોઈલ' કહે છે. રોકડ રકમ કે ચેક જમા કરાવતી વખતે પે-સ્લીપ ભરવી પડે છે. રોકડ અને ચેક એમ બંને ભરવા હોય તે બે અલગ અલગ સ્લીપ ભરવી પડે છે.

ધારો કે તમારે ખાતામાં રોકડ જમા કરાવવી છે. તો તમારે પે-સ્લીપ ભરવી પડે છે. તેમાં જમા કરવાની તારીખ, તમારું નામ અથવા કોઈ બીજાના ખાતામાં પૈસા ભરવા હોય તો તેનું નામ, ખાતા નંબર અને જમા કરેલી રકમ (આંકડાં) સંખ્યામાં તેમજ શબ્દોમાં લખવાની હોય છે. આ ઉપરાંત તમારે પે-સ્લીપમાં મુકરર કરેલી જગ્યાએ જુદા જુદા મુદ્દાની (એટલે કે રૂ.પ, ૧૦, ૨૦, ૫૦, ૧૦૦ વગેરે) કેટલી ચલણી નોટો છે તે અને તેની સામે તેનું મૂલ્ય વગેરે વિગતો જણાવવી પડે છે. બેંકમાં રોકડ જમા કરાવવા માટે એક બારી હોય છે. તમારે પે-સ્લીપ ઉપર સહી કરીને ત્યાં રજૂ કરવી પડે છે અને સાથે જ રોકડ રકમ પણ ત્યાં જ આપવાની હોય છે. રોકડ સ્વીકારનાર જમણી બાજુની ફોઈલ પોતાની પાસે રાખી લે છે અને ડાબી બાજુની કાઉન્ટર ફોઈલ રબ્બર સ્ટેમ્પ મારી પોતાની સહી કરીને તમને પરત આપે છે.



પે-સ્લીપ નો નમૂનો

હવે ધારો કે તમારે રોકડ ને બદલે તમે જે કાર્યાલયમાં કામ કરતા હો તેમાંથી તમને પગાર પેટે ચેક મળ્યો હોય તે તમારે જમા કરાવવો છે. તો તમે તેને કોઈ બીજી બેંકમાં જઈને રોકડ કરવાને બદલે તમારી બેંકમાં તમારા ખાતામાં જમા કરવાનું પસંદ કરશો. તમારી બેંક ચેકની રકમ મેળવી લેશે અને તમારા બચત બેંક ખાતામાં જમા કરશે.

તમારે તેક જમા કરાવવો હોય તો પણ તમારે ફરી પે-સ્લીપ જ વાપરવી પડશે.

તેમાં તમારે જમા કરવાની તારીખ, તમારો ખાતા નંબર, ખાતા ધારકનું નામ, ચેકનો ક્રમ નંબર તથા તારીખ જે બેંક ઉપર ચેક લખ્યો હોય તેનું નામ અને સરનામું અને ચેકની રકમ આંકડામાં તથા શબ્દોમાં એમ બધી વિગતો દર્શાવવી પડે છે. પછી સ્લીપમાં સહી કરીને ચેકને ટાંકણીથી ફોઈલ સાથે જોડીને ચેક સ્વીકારની બારી ઉપર

તમારે તે રજૂ કરવાનું હોય છે. બારી ઉપર ચેક સ્વીકારનાર વ્યક્તિ ચેક સાથેની ફોઈલ પોતાની પાસે રાખી લેશે અને કાઉન્ટર ફોઈલ ઉપર બેંકનો રબ્બર સ્ટેમ્પ લગાવીને પોતાની સહી કરીને તમને પરત કરશે. કેટલીક બેંકોમાં બારી પાસે એક બોક્સ (પેટી) રાખવામાં આવે છે. બારી ઉપર રબ્બર સ્ટેમ્પ પણ મોજુદ હોય છે. જમા કરાવનાર ફોઈલ અને કાઉન્ટર ફોઈલ પર રબ્બર સ્ટેમ્પ લગાડે છે અને પછી કાઉન્ટર ફોઈલ જુદી પાડીને ચેક સાથેની ફોઈલ પેટીમાં રહેલી તીરાડ દ્વારા પેટીમાં નાખે છે.



નોંધ

૨. જમા ખાતામાંથી ઉપાડ:-

તમે તમારા ખાતામાં બચત ભવિષ્ય માટે જમા કરાવો છો ગમે ત્યારે તમને પૈસાની જરૂર પડી શકે. તેથી બેંકમાંથી પૈસા કેવી રીતે પાછા મેળવવા તે તમારે જાણી લેવું જોઈએ. ઉપરના વિભાગમાં તમે બચત ખાતામાં પૈસા જમા કરાવવાની રીત શીખી ગયા છો. આવો હવે તમારા ખાતામાંથી પૈસા ઉપાડવાની પ્રક્રિયા સમજીએ.

નીચેનાનો ઉપયોગ કરી બેંકમાંથી પૈસા ઉપાડી શકાય છે.

- ક. રૂપિયા ઉપાડવાનું ફોર્મ
- ખ. ચેક
- ગ. એ.ટી.અમ. કાર્ડ

ક. રૂપિયા ઉપાડવાનું ફોર્મ:-

દરેક બેંકમાં ઉપાડ માટેનું છાપેલું ફોર્મ હોય છે. તેનો ઉપયોગ ખાતા ધારક પોતાના ખાતામાંથી ઉપાડ કરવા માટે કરી શકે છે.

આ ફોર્મ ભરી તેમાં ઉપાડની તારીખ, ખાતા નંબર, ઉપાડવાની રકમ (આંકડામાં તેમજ શબ્દોમાં) અને ખાતા ધારકની સહી વગેરે દશા વવાનાં હોય છે. તે ફોર્મ તમારે તમારી પાસબુક સાથે રાખીને જે બારી ઉપર તમારા ખાતાનું સંચાલન થતું હોય ત્યાં રજૂ કરવું પડે છે. બારી ઉપર સામાન્ય રીતે જે તે અધિકારી તમારા ખાતામાં જમા સિલકની ચકાસણી કરી અને તમે ફોર્મ ઉપર કરેલ નમુનાની સહી તને કાર્ડ ઉપર કરેલી સહી સાથે મેળવીને ફોર્મ પૈસા ઉપાડવા માટે પાસ કરી દે છે. ઉપાડની રકમ તમારી પાસબુકમાં નોંધવામાં આવે છે. અને જો ઉપાડ અમુક ચોક્કસ મર્યાદામાં (દા.ત.રૂ.૫૦૦૦/-) હોય તો તમને બારી ઉપર પૈસા ચૂકવી દેવામાં આવે છે. નહીંતર તમને અમુક નંબર છાપેલો ટોકન આપવામાં આવે છે. અને આ ટોકન ઉપાડની રકમ મેળવવા માટે નગદ બારી (કેશ કાઉન્ટર) ઉપર રજૂ કરવો પડે છે.

ખ. ચેક:-

ખાતા ધારક તરીકે તમે તમારા બચત ખાતામાંથી રકમ ઉપાડવાનું ફોર્મ ભરીને સહી કરીને ઉપાડી શકો. અથવા ચેકથી ઉપાડી શકો છો. ખાતામાંથી ઉપાડ કરવાનું ફોર્મ માત્ર ખાતાધારક જ વાપરી શકે છે. અન્ય કોઈ નહિ, જ્યારે તેક કોઈ બીજી પાર્ટીઓને ચુકવણું કરવા માટે પણ વાપરી શકાય છે.

મોડ્યુલ - ૩
સેવાના ક્ષેત્ર



નોંધ

બેન્કિંગ સેવાઓ	
Pay to20.....
Rupees.....or Bearer
STATE BANK OF INDIA	
J.N.U., N.Delhi	Rs. <input type="text"/>
MSBL/97	Signature
6 5 3 0 0 3 1 1 0 0 0 2 0 5 6 1 0	

ચેક

આ રીતે અન્ય કોઈ વ્યક્તિને આપેલો ચેક બેંકમાંથી તે પોતે વટાવીને રોકડા પૈસા લઈ શકે છે અથવા બીજી કોઈ બેંકમાં પોતાના ખાતામાં તેના વતી એકત્રિત કરવા માટે જમા કરાવી શકે છે.

ચેક રજૂ કરીને પૈસા ઉપાડવામાં પણ પૈસા ઉપાડવાનું ફોર્મ ભરીને સહી કરીને પૈસા ઉપાડવાની ઉપર દર્શાવેલી તમામ પ્રક્રિયા કરવી પડે છે. આ બંને કિસ્સામાં ઉપાડની રકમ બેંકના ચોપડામાં જે તે સંબંધિત બચત બેંક ખાતામાં નોંધવામાં આવે છે. અને આ બધી નોંધો જ્યારે પણ ખાતા ધારક પોતાની પાસબુક બેંકમાં રજૂ કરે ત્યારે તેમાં નોંધી દેવામાં આવે છે.

ગ. એ.ટી.એમ. કાર્ડ:-

ખાતાધારક પોતાના ખાતામાંથી સરળ રીતે પૈસા ઉપાડી શકે તે માટે બેંકો ખાતેદારોને એ.ટી.એમ.કાર્ડ આપે છે. આ કાર્ડનો ઉપયોગ ચાલુ જમા ખાતું કે બચત બેંક ખાતું એમ બંનેમાંથી રકમ સ્વયંસંચાલિત ટેલર મશીન (ATM) દ્વારા ઉપાડવા માટે કરી શકાય છે. આ એક ચુંબકીય કાર્ડ છે. અને અમુક ચોકકસ ગુપ્ત નંબરથી તેનું સંચાલન કરી શકાય છે. પૈસા ઉપાડવાની આ સર્વોત્તમ સરળ રીત છે.

ટેલર બારીઓ:-

જમા ખાતામાંથી રકમ ઉપાડવા માટે ઝડપી લેવડ-દેવડ માટે બેંકોમાં ટેલર બારીઓ રાખવામાં આવે છે. આ ટેલર બારી બે જાતની હોય છે.

- ક. માનવ સંચાલિત ટેલર બારી અને
- ખ. સ્વયં સંચાલિત ટેલર બારી.

સામાન્ય રીતે માનવ સંચાલિત ટેલર બારીમાં બચત બેંક ખાતામાંથી અમુક ચોકકસ મર્યાદા સુધી રકમ ઉપાડવાની છૂટ આપે છે. ચેક કે ઉપાડનું ફોર્મ બારી ઉપર રજૂ કરવામાં આવે છે અને ખાતામાં સિલકની ચકાસણી કરીને અને ખાતેદારની નમુનાની સહી મેળવીને ખાતરી કરીને રકમ ચૂકવવામાં આવે છે.



ટેલર બારી



નોંધ

સ્વયં સંચાલિત ટેલર કાઉન્ટર પર ATM (ઓટોમેટેડ ટેલર મશીન) સ્થાપી દેવામાં આવે છે. જેમાં ચોવીસેય કલાક જરા પણ રૂકાવટ વગર રકમની લેવડ -દેવડ થઈ શકે છે. આમા તમારી સિલકની ચકાસણી કરવા, નમુનાની સહી સરખાવવા કે અથવા રકમ તમને આપવા કે તમારી પાસેથી સ્વીકારવા કોઈ માણસની જરૂર પડતી નથી. ચાલો આપણે જોઈએ કે ATM મશીન કઈ રીતે કાર્ય કરે છે.

જ્યારે બેંક ATM મશીન સ્થાપે છે ત્યારે દરેક ખાતેદારને બક એક ચુંબકીયકાર્ડ ગુપ્ત કોડ નંબર સાથે આપે છે. આ (ગુપ્ત) કોડ નંબર ને (PIN) કહેવામાં આવે છે. કાર્ડ ધારકને જ્યારે પૈસા ઉપાડવા કે જમા કરાવવા હોય ત્યારે પ્રથમ તો તેણે પોતાનો (PIN) 'વ્યક્તિગત ઓળખાણ નંબર' દર્શાવીને ATM મશીન સંચાલન માટે ઓળખાણ સાબિત કરવી પડે છે. જ્યારે ATM કાર્ડ મશીનમાં દાખલ કરવામાં આવે ત્યારે તે તમારો PIN દાખલ કરવા માટે તમારે કાં તો ક્રી બોર્ડનો ઉપયોગ કરવો પડે અથવા તો મશીનના પર્દા (સ્ક્રીન) ને સ્પર્શ કરવો પડે— એકવાર તમારી ઓળખાણ નક્કી થઈ જાય પછી બહુ જ સરળ રીતે મશીન જે સુચના આપે તે રીતે પૈસા ઉપાડી કે જમા કરાવી શકાય. પૈસા જમા કરાવવા માટે ATM કેન્દ્ર ઉપર રાખી મૂકવામાં આવેલા એક ખાસ પરબીડિયામાં તમારે તે કવરને તમારે મશીનની તીરાડ પાસે રાખવું ત્યાર પછી ડીપોઝીટનું બટન દબાવતાં પરબીડિયું આપમેળે જ મશીનમાં દાખલ થઈ જશે. બેંકના અધિકારીઓ નિયમિત રીતે અમુક સમય બાદ તે કવરો કાઢી લે છે અને કવરની રકમ જે તે ખાતામાં જમા કરી દે છે.



એ.ટી.એમ. કાર્ડના નમૂના

એ જ રીતે પૈસા ઉપાડવા માટે પણ ઉપાડ બટનને દબાવવું કે સ્પર્શ કરવો પડે અને ત્યાર પછી જરૂરી રકમનો ઉલ્લેખ કરવો પડે અને તમારી જરૂરી રકમ તમને તુરત જ મશીનની નીચેના (નિકાસ) ખાનામાં મળી જશે.



૯.૫ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેના કયા વિધાનો ખરાં છે કે ખોટા છે?
 ૧. બચત બેંક ખાતું ખોલવા માટે પે-સ્લીપનો ઉપયોગ કરવો પડે.
 ૨. જો ખાતા ધારક બચત બેંક ખાતામાંથી ઉપાડ કરવા માટે ચેકનો ઉપયોગ કરતો હોય તો તે ઉપાડનું ફોર્મ વાપરી શકે નહીં.
 ૩. બચત બેંક ખાતું ધારણ કરનાર બચત બેંક ખાતું ખોલવાના સમયે કોઈ અન્ય વ્યક્તિની ઓળખાણ આપી શકે નહીં.



૪. બેંક જમા રકમ અને ઉપાડ નોંધ શકે તે માટે ખાતેદારે પાસબુક રજૂ કરવી જોઈએ.
 ૫. ખાતુ ખોલવા માટેની અરજીનું ફોર્મ બેંક તરફથી મફત આપવામાં આવે છે.
 ૬. જ્યારે ચેક દ્વારા કોઈ ત્રીજી વ્યક્તિને ચુકવણું કરવાનું હોય ત્યારે ચેક ઉપર તેનું નામ લખવું જોઈએ.
 ૭. જો ખાતા ધારક માગણી કરે તો જ બેંક ચેકબુક આપે છે.
 ૮. બચત બેંક ખાતું ખોલાવ્યા પછી તુરત જ બેંક પાસબુક આપે છે.
૨. યોગ્ય ખાલી જગ્યા પૂરો
૧. બેંક પે-સ્લીપની કાઉન્ટર ફોઈલ ને પાછી આપે છે.
 ૨. પે-સ્લીપની જમણી બાજુના ભાગને કહે છે.
 ૩. જમા કરાવતા પહેલાં ચેક પે-સ્લીપની ઉપર લગાડવો પડે છે.
 ૪. ચેકનું ચુકવણું કરતા પહેલા ખાતેદારની સહીની સાથે ચકાસણી કરવામાં આવે છે.
 ૫. ટેલર પધ્ધતિ ખાતેદારને રોકડના ઝડપી માં મદદ કરે છે.
 ૬. બચત બેંક ખાતામાં રોકડ રકમ બારી ઉપર જમા કરાવી શકાય છે.

૯.૧૦ ઈ-ઈલેક્ટ્રોનિક બેન્કિંગ

સૂચના અને સંચારની આધુનિક તકનીકીના વિકાસ સાથે બેંકીંગ સેવા પણ હવે કોમ્પ્યુટર દ્વારા સુલભ બની છે. હાલમાં મોટાભાગની શાખાઓમાં તમે બેંકીંગ વ્યવહારોની નોંધ રાખવા માટે કોમ્પ્યુટરનો ઉપયોગ થતો જોઈ શકશો. તમારા જમા ખાતામાં કેટલી સિલક છે તેની માહિતી તમે કોમ્પ્યુટર દ્વારા મેળવી શકશો. હાલમાં મોટા ભાગની બેંકોમાં પૈસાની લેવડદેવડ કરનાર માણસના કાઉન્ટર (બારી)નું સ્થાન હવે "ઓટોમેટેડ ટેલર મશીન" (ATM) લીધું છે. કોમ્પ્યુટરો અને અન્ય સંચારના વિજાણું માધ્યમો દ્વારા ચાલતી બેંકીંગ પ્રવૃત્તિને "ઈલેક્ટ્રોનિક બેંકીંગ" અથવા "ઈ-બેંકીંગ" કહેવામાં આવે છે. ચાલો આપણે ભારતમાં વપરાતી કેટલીક બેંકીંગની આધુનિક વિધિઓ વિષે ચર્ચા કરીએ.

સ્વયંસંચાલિત ટેલર (લેવડદેવડ) મશીન (ચંત્ર) (ATM):-

હાલમાં બેંકોએ સંપૂર્ણ ભારતમાં સાનુકૂળ જગ્યાઓને ATM મશીનો લગાવ્યા છે. આના ઉપયોગથી ગ્રાહક ગમે ત્યારે પોતાના ખાતામાંથી પૈસા ઉપાડી મૂકી શકે છે.

ડેબિટ કાર્ડ:-

બેંકો હાલમાં પોતાના ગ્રાહકો જે ચાલુ કે બચત ગમે તે ખાતું ધરાવતા હોય તેમને ડેબિટકાર્ડ આપે છે. ગ્રાહકો વિવિધ સ્થળોએ માલ-સામાન કે સેવાઓ ખરીદવા માટે રોકડ રકમની જગ્યાએ આ ડેબિટકાર્ડનો ઉપયોગ કરી શકે છે. ડેબિટકાર્ડ આ ચૂકવાયેલી રકમ આપોઆપ ગ્રાહકના ખાતામાં ઉધરાઈ (બાદ થઈ) જાય છે.



ડેબિટ કાર્ડ



નોંધ

ક્રેડિટ કાર્ડ:-

જે લોકોનું ખાતું બેંકમાં હોય કે ન પણ હોય તેમને બેંક ક્રેડિટ કાર્ડ આપે છે, ડેબિટ કાર્ડની માફક જ ક્રેડિટ કાર્ડ પણ ખરીદીની રકમ ચૂકવવા માટે વપરાય છે. જેથી વ્યક્તિ એ પોતાની સાથે રોકડ રકમ લઈ જવાની જરૂર પડતી નથી. ક્રેડિટકાર્ડ ધરાવનારને બેંક અમુક નિર્ધારિત સમયગાળામાં ક્રેડિટની રકમ ચૂકવી આપવાની છૂટ આપે છે. જો કાર્ડધારક નિર્ધારિત સમયગાળામાં તેની ક્રેડિટ રકમ પાછી ભરપાઈ ન કરી શકે તો બેંક તેની પાસેથી વ્યાજ વસૂલ કરે છે. આ વ્યાજ નો દર સામાન્ય રીતે ઘણો ઉંચો હોય છે.



ક્રેડિટ કાર્ડ

નેટ બેંકિંગ:-

ઈન્ટરનેટની સુવિધા દ્વારા બેંક અને ખાતેદાર વચ્ચે નાણાંકીય વ્યવહારની લેવડ દેવડ થાય છે. ઈન્ટરનેટ દ્વારા સમગ્ર બેંકિંગ વ્યવહારો સરળ રીતે કરી શકાય છે. બધીજ બેંકોના કોમ્પ્યુટર ઈન્ટરનેટના જોડાણથી સુસજ્જ કરી નાણાંકીય વ્યવહારોની એકસૂત્રતા જાળવામાં આવે છે. ઈન્ટરનેટની બેંકિંગ કાર્ય કરી શકે છે. નેટ બેંકિંગના સહયોગથી તમારા ખાતામાં રહેલું બેલેન્સ જાણી શકો છો. પરંતુ ફિક્સ ડિપોઝિટ મુકી શકો છો. ભંડોળની હેરફેર કરી શકો છો. લાઈટનું બીલ, ટેલિફોન કે મોબાઈલ બીલ કે અન્ય ચૂકવણી પણ ઈન્ટરનેટ દ્વારા કરો શકો છો. વર્તમાન સમયમાં નેટબેંકિંગના કારણે તમારી બેંકોના ખાતા સાથે તમારા અન્ય બેંકના ખાતા સાથે જોડી શકાય છે. જેથી કોમ્પ્યુટરના મોનીટર પર એક સ્થળે એક જ સમયે જુદી જુદી બેંકમાં રહેલા ખાતા ઉપયોગ કરી શકો છો.



નેટ બેન્કિંગ પદ્ધતિ



નોંધ

નેટ બેંકિંગ તમારા ઘરે ઈન્ટરનેટની મદદથી તમારા બેંકિંગ કાર્યો કરવાની સુવિધા આપે છે. ઓન લાઈન બેંકિંગ સુવિધાથી ખાતેદારને રોજિંદા બેંકિંગ કાર્યો જેવા કે ભંડોળની ફેરબદલ, બેલેન્સની જાણકારી, બિન-નોની ચૂકવણી અને સ્ટોપ પેમેન્ટની વિનંતી ઉપરાંત લોન અને ક્રેડિટ કાર્ડની અરજી પણ કરી શકો છો. ઓન લાઈન બેંકિંગ સુવિધા કોઈ પણ સ્થળેથી કોઈ પણ સમયે મેળવી શકો છો. કોમ્પ્યુટર અને ઈન્ટરનેટના ઉપયોગથી તમામ બેંકોના વ્યવહારો સુસજ્જ બનાવામાં આવ્યા છે. ખાતેદાર પોતાના કોમ્પ્યુટરમાં બેંકની વેબસાઈટમાં જઈને લોગ-ઈન કરી પોતાના ખાતાની માહિતી મેળવી શકે છે.

ખાતેદાર બિલોની ચૂકવણી, મની ટ્રાન્સફરની સુવિધા, ફિક્સડ ડિપોઝીટ અને બાકી બિલોના નાણાં પણ મેળવી શકે છે.

ફોન બેંકિંગ:-

ફોન બેંકિંગ દ્વારા ખાતેદાર આ સુવિધા મેળવી ચોવીસ કલાકના સમય દરમિયાન ગમે ત્યારે ટેલિફોન દ્વારા બેંકની સેવાઓનો લાભ લઈ શકે છે. ફોન પર નાણાંની ચૂકવણી, નાણાંની તબદીલ, લોનની માંગણી ઉપરાંત વ્યક્તિગત મુલાકાત જેવી જ સુવિધાઓ ટેલિફોન દ્વારા મેળવી શકાય છે. ફોન બેંકિંગ દ્વારા ખાતેદાર પોતાના ખાતાની સંપૂર્ણ માહિત જાણી શકે છે, ફિક્સડ ડિપોઝીટ કરી શકે છે, નાણાંની હેરફેર કરી શકે છે. ડિમાન્ડ ડ્રાફ્ટ મેળવી શકે છે કે પોતાના બાકી રહેલા બીલના નાણાં મેળવી શકે છે. વર્તમાન સમયમાં મોબાઈલ ફોનની ઉપયોગીતા વધતા વધુ ને વધુ લોકો ફોન બેંકિંગ સુવિધાનો લાભ લે છે. બેંક સાથેના તમામ વ્યવહારોના SMS બેંક અને ખાતેદાર પરસ્પર એકબીજાને મોકલવાની સુવિધા ફોન બેંકિંગ દ્વારા આપવામાં આવે છે.



ફોન બેંકિંગ



૯.૬ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. કોલમ 'અ' માં આપેલા વિધાનો તે કોલમ 'બ' ના શબ્દો (પદો) સાથે યોગ્ય રીતે જોડો.

કોલમ 'અ'

કોલમ 'બ'

(૧) બેંકિંગ સગવડ જે આપણે સાથે પૈસા લઈ ન ગયા હોઈએ તો પણ આપણા ખાતામાંથી ચૂકવણું કરવાની સગવડ આપે છે.

(અ) ATM (એ.ટી.એમ.)

(૨) આપણને ચોવીસે કલાક પૈસાની જમા કરવા કે ઉપાડવાની અપાતી બેંકિંગ સુવિધા

(બ) ફોન બેંકિંગ



નોંધ

- (૩) આપણને બેંકના વ્યવહારો ઈન્ટરનેટ પર કરવામાં સહાયક સુવિધા (ક) ક્રેડિટ કાર્ડ
- (૪) આ સગવડ વાપરીને આપણે મોબાઇલ ફોન ઉપર બેંકના ખાતામાં સિલક કેટલી છે તે જાણી શકીએ. (ડ) ડેબિટ કાર્ડ
- (૫) બેંકમાંથી શાખ લઈને માલસામાનની ખરીદી માટે ચુકવણું કરવા આપણને મળતી સુવિધા (ઈ) નેટ બેંકીંગ

૨. યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરીને ઉત્તર આપો.

૧. નીચેનું કયું કાર્ય મધ્યસ્થ બેંકનું નથી?
- અ. સવ બેંકિંગ પ્રક્રિયાને માર્ગદર્શન આપવું અને અંકુશ રાખવું.
બ. સરકારના પ્રતિતરીક તરીકે બેંકિંગનું કાર્ય કરવું.
ક. આમ જનતાનાં બેંકના કાર્ય કરવા.
ડ. બીજી વધી બેંકોની થાપણો સાચવવી.
૨. નીચેની કઈ બેંક વાણિજ્ય બેંક નથી?
- અ. સ્ટેટ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા.
બ. રીઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા.
ક. ICICI બેંક.
ડ. પંજાબ નેશનલ બેંક.
૩. નીચેનું કયું કાર્ય વાણિજ્ય બેંક દ્વારા કરવામાં આવતું નથી?
- અ. કેશ ક્રેડિટ.
બ. ઓવરડ્રાફ્ટ.
ક. ધંધાકીય માહિતી મેળવી અને પૂરી પાડવી.
ડ. હૂંડી વટાવવી.
૪. જાહેર થાપણોની (F.D.) સુવિધા મળવાપાત્ર છે.
- અ. વેપારીઓને.
બ. પગારદાર કર્મચારીઓને.
ક. લોકો લાંબા સમય સુધી બચત કરવા ઈચ્છતા હોય તેવા લોકો માટે.
ડ. જે લોકો દર મહિને વ્યાજ મેળવવા ઈચ્છતા હોય તેવા માટે.
૫. નીચેના કયા દસ્તાવેજથી બેંકમાંથી નાણાં ન ઉપાડી શકાય?
- અ. ચેક. ક. ઓળખપત્ર.
બ. ઉપાડ ચિટ્ટી. ડ. A.T.M.



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- બેંક એક એવી સંસ્થા છે જે લોકો પાસેથી જમા થાપણ સ્વીકારે છે અને જે લોકોને જરૂર હોય તેને પૈસા ધીરે છે.
- વ્યાપાર માટે બેંકીંગ એક મહત્વપૂર્ણ સહાયક છે.
- બેંકીંગ બચત (ની ટેવ) નુ પ્રોત્સાહન આપે છે અને જમા કરાવનાર અને ઉધાર લેનાર વચ્ચે મધ્યસ્થી (કડી) રૂપ છે.
- તેઓ ઉધાર વ્યવહારોમાં મદદ કરે છે, આયાત-નિકાસને સરળ બનાવે છે, રાષ્ટ્રીય વિકાસમાં મદદ કરે છે અને લોકોનું જીવન ધોરણ ઉચું લાવે છે.
- બેંકોના પ્રકાર:-
 - કેન્દ્રીય બેંક રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા સરકારી બેંકનું કામ કરે છે. દેશમાં ચલણી નોટો પહોંચાડે છે. તેને બેંકરની બેંક પણ કહે છે.
 - વાણિજ્ય બેંકો લાંબા-ટૂંકાગાળાની લોનો આપે છે અને તેના ઉપર વ્યાજ લે છે તેના ત્રણ પ્રકાર છે.- જાહેર ક્ષેત્રની બેંકો, ખાનગી ક્ષેત્રની બેંકો અને વિદેશી બેંકો
 - વિકાસ બેંક મધ્યમ કે લાંબાગાળા માટે વ્યાપારને નાણાં ધીરે છે.
 - સહકારી બેંકો સભ્યોના સામાન્ય હિતને પૂરા કરવા રચાય છે. ભારતમાં આપણી પાસે પ્રાથમિક શાખ મંડળી (ગ્રામ્ય કક્ષા), કેન્દ્રીય સહકારી બેંકો (જિલ્લા કક્ષા) અને રાજ્ય સહકારી બેંકો (રાજ્ય કક્ષા) વગેરે છે.
 - 'એકઝીમ' બેંકો આયાતકારો અને નિકાસકારો ને માર્ગદર્શન અને સહાય આપે છે.
 - "નાબાર્ડ" બેંકો અને અન્ય ગ્રામ્ય પ્રવૃત્તિઓને નાણાં પૂરા પાડવામાં મદદ કરે છે.
- વાણિજ્ય બેંકોના કાર્યો:-
 - પ્રાથમિક કાર્યોમાં જમા થાપણ સ્વીકારવી, લોનો, એડવાન્સ, રોકડ, શાખ, ઓવરડ્રાફ્ટ અને બિલના ડિસ્કાઉન્ટીંગ વગેરે મંજૂર કરવાનો સમાવેશ થાય છે.
 - ગૌણ કાર્યોમાં શાખપત્ર આપવો, કિંમતી ચીજો માટે સલામત સુરક્ષાની જવાબદારી લેવી, ગ્રાહક ભંડોળ, શૈક્ષણિક લોનો વગેરે પૂરાં પાડવાં.
- બેંકમાં જમા થતી રકમો જુદા જુદા લોકોના જુદા જુદા હેતુ પૂર્ણ કરે છે. આ તફાવતોને લક્ષમાં રાખીને જુદા જુદા લોકોને તેમની સગવડતા અને હેતુઓને અનુકૂળ આવે તે માટે નીચે દર્શાવેલા જુદા જુદા પ્રકારના ખાતા ખોલવાની સુવિધા પૂરી પાડે છે.



નોંધ

- બચત બેંક ખાતું
- ચાલુ જમા ખાતું
- ફીક્સ ડીપોઝીટ (સાવધિ) ખાતું
- આવતી જમા ખાતું
- આવતી જમા ખાતાના વિવિધ પ્રકારો હોય છે. જેમ કે ગૃહ સુરક્ષિત ખાતું, સંગૃહિત-કમ-બિમારી જમા ખાતું ગૃહ નિર્માણ જમા ખાતું વગેરે
- વાણિજ્ય બેંકમાં બચત બેંક ખાતું ખોલવા માટે તમારી નીચેના પગલાં ભરવા જોઈએ.
- આવેદનપત્ર ભરવું, બેંકને પરિચિત એવી કોઈ વ્યક્તિની વ્યવસ્થા કરવી, નમુનાની સહી.
- ઈ-બેંકીંગ:- સૂચના અને પ્રસારણ ટેકનોલોજીનો વિકાસ થતાં બેંકીંગ વ્યવહાર ક્રેડિટકાર્ડ, ડેબિટકાર્ડ, અને એ.ટી.એમ. વગેરે દ્વારા વિજાણું માધ્યમ દ્વારા થાય છે.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. બેંક શબ્દની પશ્ચિભાષા જણાવો.
૨. 'બેંકીંગ' નો અર્થ શો ?
૩. દરેકનાં બે ઉદાહરણ આપો (૧) ખાનગી ક્ષેત્રની વાણિજ્ય બેંકો (૨) ભારતમાં વિદેશી બેંકો
૪. બેંકના ગ્રાહકોને ક્રેડિટકાર્ડ દ્વારા કઈ સુવિધાઓ મળે છે ?
૫. નગદ શાખ (કેર ક્રેડિટ) એટલે શું ?
૬. 'વિકાસ બેંક' કયા કાર્યો કરે છે ?
૭. લગભગ ૧૦૦ શબ્દોમાં બેંકીંગની ભૂમિકા સમજાવો.
૮. 'કેન્દ્રીય બેંક' કયા કાર્યો કરે છે ?
૯. (ક) 'એકઝીમ બેંક અને (ખ) 'નાબાર્ડ' કયા કાર્યો કરે છે.
૧૦. વાણિજ્ય બેંકના કોઈપણ ૪ (ચાર) ગૌણ કાર્યો જણાવો.
૧૧. વાણિજ્ય બેંકના પ્રાથમિક કાર્યો જણાવો.
૧૨. વાણિજ્ય બેંકના વિવિધ પ્રકારો સોદાહરણ સમજાવો.
૧૩. (૧) અસ્તિત્વ (૨) સલામતી (૩) પ્રવૃત્તિ અને (૪) ગ્રાહકોના આધારે બેંકો અને શાહુકારો (શરાફો) વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.
૧૪. વાણિજ્ય બેંક કયા કાર્યો કરે છે તે વર્ણવો.



નોંધ

૧૫. ગ્રાહકોને આપવામાં આવતી આધુનિકતમ સગવડતાઓના ઉદાહરણો આપીને બેંકીંગ ક્ષેત્રનાં વર્તમાન વિકાસને સમજાવો.
૧૬. 'સહકારી બેંક એટલે શું?' ભારતમાં સહકાર બેંકોના પ્રકારો સમજાવો.
૧૭. કોઈ બેંકમાં બચત બેંક ખાતું ખોલાવવાની પ્રક્રિયા વર્ણવો.
૧૮. બચત બેંક ખાતામાં રોકડ જમા કરાવવાની રીત જણાવો.
૧૯. તમારા બચત બેંક ખાતામાં ચેક જમા કરાવવા તમે શી વિધિ કરશો ?
૨૦. બચત બેંક ખાતામાં ઉપાડ ફોર્મનો ઉપયોગ વર્ણવો.
૨૧. બચત બેંક ખાતું ખોલવા તમારે કઈ કઈ વિગતો આવેદનપત્રમાં ભરવી પડે ?
૨૨. તમારા બચત બેંક ખાતામાંથી રોકડ ઉપાડ કેમ કરશો તે જણાવો.
૨૩. બચત બેંક ખાતામાં રોકડ કે ચેક જમા કરાવવા માટે પે-સ્લીપનો ઉપયોગ ટૂંકમાં વર્ણવો.
૨૪. પે-સ્લીપ શું છે ? તેની ઉપયોગિતા જણાવો.
૨૫. તમારા બચત બેંક ખાતામાં કુલ સિલક હોય તેથી વધુ રકમ તમે ઉપાડી શકો ? તમારા જવાબ માટેના કારણો આપો.
૨૬. ATM શું છે ? ગ્રાહકોને તે કઈ રીતે સહાય કરે છે ?
૨૭. બચત બેંક ખાતું ખોલવા માટે બેંકને જાણીતી વ્યક્તિ દ્વારા અરજદારની ઓળખાણ સ્થાપિત કરવી શા માટે જરૂરી છે ?
૨૮. બચત બેંક ખાતામાંથી પૈસા ઉપાડવાની વિવિધ પદ્ધતિઓ કઈ કઈ છે ?



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૯.૧

- (૧) ઘીરે છે. (૨) મધ્યસ્થી (૩) વ્યાપાર (૪) ચેક
(૫) શાહુકાર / શરાફ

૯.૨

- (૧) વિકાસ બેંક (૨) એકઝીમ (૩) સહકારી બેંક
(૪) કેન્દ્રીય બેંક (૫) સાવ જનિક ક્ષેત્ર બેંક

૯.૩

- (૧) ખોટું (૨) સાચું (૩) સાચું (૪) ખોટું (૫) સાચું

૯.૪

(અ)

- (૧) સાચું (૨) સાચું (૩) સાચું (૪) ખોટું (૫) સાચું
(૬) સાચું (૭) ખોટું (૮) સાચું



નોંધ

(બ)

- (૧) ઓછામાં ઓછું (૨) વધુ (૩) ચાલુ ખાતું
(૪) ચેક (૫) સરખું

૯.૫

૧.

- (૧) સાચું (૨) સાચું (૩) ખોટું (૪) ખોટું (૫) સાચું
(૬) સાચું (૭) સાચું (૮) સાચું

૨.

- (૧) ખાતેદાર / જમાકતા (૨) ફોઈલ (૩) ફોઈલ
(૪) નમુનાની સહી (૫) ઉપાડ (૬) જમા સ્વીકાર બારી

૯.૬

૧.

- ૧ - ડ, ૨ - અ, ૩ - ઈ, ૪ - બ,
૫ - ક.

૨.

- (૧) ક (૨) બ (૩) ક (૪) બ (૫) ક



આપ જાતે કરો:-

- તમારા ક્ષેત્રમાં કાર્યરત બેંકોની યાદી બનાવો અને તેમના કાર્યો પ્રમાણે તેમનું વર્ગીકરણ કરો.
૧. તમારી નજીકની ગમે તે બેંકની શાખામાં જાઓ, એક જમા પે-સ્લીપ લઈ આવો અને તેમાં કાલ્પનિક આંકડાઓથી વિગતો ભરવા પ્રયત્ન કરો.
 ૨. નીચેના વિષે માહિતી એકઠી કરો.
 - ક. જુદાં જુદાં જમા ખાતા ખોલવા માટે જરૂરી લઘુત્તમ રકમ.
 - ખ. બચત બેંક, આવતી અને ફિક્સડ (સાવધિ) જમા ખાતા પર પ્રાપ્ય વ્યાજના દરો.



વીમાની સેવાઓ

તમે બજારમાં દુકાનો જોઈ હશે આ દુકાનોમાં ઘણી વસ્તુઓ વેચવા માટે સંગ્રહિત કરવામાં આવી હોય છે. તમારામાંથી કેટલાકે કારખાનાઓ જોયાં હશે. ત્યાં વિવિધ વસ્તુઓના ઉત્પાદન માટે યંત્રો લગાવવામાં આવ્યા હોય છે. તમે એક જગ્યાએથી બીજી જગ્યાએ માલ પરિવહન કરતી આગગાડીઓ, ખટારાઓ અને વહાણો પણ જોયા હશે. આ બધામાં ઢગલાબંધ પૈસાની જરૂર પડે છે. અને માર્ગમાં હંમેશા હાનિ (નુકસાન) થવાનું જોખમ ઉભું હોય છે. દા.ત. દુકાનોમાં વેચાણ માટે સંઘરવાની વસ્તુઓ ખરીદવામાં પુષ્કળ ધનનું રોકાણ કરવું પડે છે અને વસ્તુઓ વેચાયા પહેલાં નુકસાન થવાનું જોખમ કાયમ હોય છે. આ નુકસાન આગ જેવી આકસ્મિક ઘટનાઓ, કુદરતી પ્રકોપ કે દંગા ફસાદ કે ચોરી સુધ્ધાના કારણે થઈ શકે છે. એજ રીતે કારખાનાઓમાં મશીનો ખરાબ થઈ જવાથી ભારે નુકસાન થવા સંભવ છે. પરિવહન દરમિયાન પણ માલ સામાનને અકસ્માતના કારણે નુકસાન થાય અથવા નાશ પામે આ બધા સંજોગોમાં નુકસાન થાય અથવા નાશ પામે આ બધા સંજોગોમાં નુકસાન તો વેપારીને જ થાય છે. માત્ર તેનો માલ સામાન કે સંપત્તિ જ નહિ પણ ખુદ પોતે પણ રોજબરોજના જીવનમાં જોખમથી મુક્ત હોતો નથી. તેને કોઈ બીમારી લાગુ પડી શકે અથવા કોઈ દુર્ઘટના થઈ શકે તેનાથી તેના કુટુંબને મોટું નુકસાન ભોગવવું પડે.

આ બધાં જોખમો દૂર કરી શકાય ? અથવા તેમને લઘુત્તમ કરી શકાય ? આ જોખમો સામે રક્ષણ આપે તેવી કોઈ ચીજ છે ? ચાલો આપણે આ પાઠમાં તેના વિષે શીખીએ.



હેતુઓ:—

- વ્યવસાયિક જોખમો સમજાવી શકશો.
- વીમાની વ્યાખ્યા કરી શકશો.
- વીમાનું મહત્વ સમજાવી શકશો.
- વીમાના જુદા જુદા પ્રકારો ઓળખાવો
- જીવન વીમો, આગ વીમો, સમુદ્રી વીમો અને અન્ય પ્રકારના વીમાના પ્રમુખ લક્ષણો વર્ણવી શકશો અને

➤ વીમા કરારને લાગુ પડતા સિધ્ધાંતો જણાવી શકશો.

૧૦.૧ વ્યવસાયિક જોખમોનું સ્વરૂપ

તમે જો કોઈ વ્યાપારમાં પડવા માગતા હો તો સ્વાભાવિક છે કે તમારો મુખ્ય હેતુ નફો કમાવાનો હોય. દરેક વ્યાપારનો આ અત્યંત મહત્વનો પ્રમુખ હેતુ છે, કારણ કે નફા વગર તો તમારી મૂડી ઘટતી જાય અને છેવટે સદંતર નષ્ટ થઈ જાય. આથી તમે તમારો વ્યાપાર કૂશળતાપૂર્વક ચલાવવા બધું જ કરી છૂટો. ક્યારે તમને લાગે કે તમારા કારખાનાના ઉત્પાદનનું વેચાણ ઘટી રહ્યું છે. આ એક ચેતવણીનો સંકેત છે. ત્યારપછી તમે તેની પાછળનાં કારણો શોધવા પ્રયત્ન કરશો. જો તમે તે કારણો શોધી શકો તો તમે તેના કોઈ ઉપાયો યોજી શકો. ધારો કે તમને ખબર પડે કે તમે જે આયાતી માલ વેચો છો તે જ ગુણવત્તા (પ્રકાર)નો માલ તમારા પ્રતિસ્પર્ધી વેપારીઓ ખૂબ જ નીચી કિંમતે વેચે છે. આમ બજારની પરિસ્થિતિ બદલાતાં તમારે ખોટ આવી પડે છે. વળી આવક કે નફામાં ઘટાડો થવાના અન્ય કારણો પણ હોય છે.

એક જગ્યાએથી અન્યત્ર લઈ જતાં માલસામાન ખોવાઈ જાય. ગોદામમાં અચાનક આગ લાગી શકે. કામદારો હડતાળ ઉપર જાય. આમાંથી કેટલીક શક્યતાઓનું પુવા નુમાન તમે ન કરી શકો કે કેટલાક કિસ્સામાં તમે પરિસ્થિતિ નિયંત્રણમાં ન લઈ શકો. આ છે જોખમની સંકલ્પના. જોખમ એ એવી ખોટ કે નુકસાનની સંભાવના છે કે તેમાં ભાગ ભજવનારા પરિભળો ઉપર વ્યાપારીનું બહુ જ જુજ નિયંત્રણ હોય છે, અથવા મુદલ હોતું નથી.

તમામ વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓ અચોક્કસ, આકસ્મિક ઘટનાઓ કે બનાવોને આધીન છે. અને તેથી નુકસાન કે ખોટનો સંભવ છે. આમાંથી કેટલીક ખોટ માટે સમયસર સાવચેતી (પાણી પહેલાં પાળ બાંધવી) રાખી શકાય. પણ અમુક નુકસાન કે હાનિ તો એવાં છે કે કાં તો વ્યાપારીએ પોતે જ સહન કરવા પડે અથવા શક્ય હોય તો બીજાને સહભાગી બનાવવા પડે.

નુકસાન કે ખોટની શક્યતાને બે વ્યાપક અર્થમાં બે કક્ષામાં વહેંચી શકાય. અનિશ્ચિતતાઓ અને જોખમ. અનિશ્ચિતતાઓ એવી એવી ઘટનાઓ છે કે જેનું પુર્વાનુમાન થઈ શકે નહીં. પણ ભૂતકાળના અનુભવોના પ્રકાશમાં જોખમોનું પુર્વાનુમાન થઈ શકે. કારખાના કે ગોદામોમાં આગ લાગવાની શક્યતાઓ આવા બનાવો બનવા સામે અગમચેતી ઉપર અથવા પરિણામે થનાર નુકસાનને બની શકે તેટલી નીચી કક્ષાએ લઈ જવાની પૂર્વ તૈયારી ઉપર નિર્ભર હોય છે. એ જ બાબત ચોરસ કે અકસ્માતને પણ લાગુ પડે છે.

હવે બીજા પ્રકારની પરિસ્થિતિ જુઓ. દરેક વ્યક્તિએ જ્યારે તે કામ કરવા શક્તિમાન ન રહે અથવા વૃદ્ધાવસ્થા કે માંદગીનો ભોગ બને તે માટે પોતાની ભાવિ જરૂરિયાતોનો વિચાર કરવો પડે છે. હવે આ કોઈ આકસ્મિક ઘટના નથી. બીમારી તો ગમે તે વ્યક્તિને કોઈને કોઈ સમયે તો આવી જ શકે છે, ખાસ કરીને અમુક ઉંમર બાદ એ પણ લક્ષમાં રાખવું જરૂરી છે કે મૃત્યુ પણ એવા સમયે આવી શકે છે જ્યારે કુટુંબનું ભરણપોષણ કરવા માટે આજીવિકાની જરૂર હોય.



નોંધ



એવાં જોખમો પણ હોય છે કે જેમનું વ્યાપારમાં ઘણું મહત્વનું સ્થાન હોય છે. જ્યારે માલ સામાનનું એક જગ્યાએથી બીજી જગ્યાએ પરિવહન થતું હોય ત્યારે અકસ્માત થઈ શકે છે. જેનાથી માલસામાન ને નુકસાન થવાનું અથવા તદન ગુમાવવાનું જોખમ હોય છે. ગાડીઓ પાટા ઉપરથી પડી જાય, પૂલો તૂટી પડે અથવા એન્જીનમાં ખામી સર્જાવાથી વિમાન દુર્ઘટના ગ્રસ્ત બની શકે છે. બીજા શહેરમાં જતાં વચમાં ખટારા લૂંટાઈ શકે છે. વહાણ દ્વારા (દરિયાઈ માર્ગે) મોકલેલો માલ બંદરે ઉતરતા કે બંદરથી ચડાવતા માલને નુકસાન થઈ શકે છે. આવા નુકસાનમાં શું કોઈ અન્ય પક્ષોને ભાગીદાર બનાવી શકાય છે ? ચાલો આપણે વીમાની મદદથી આ બધામાં કેમ ભાગીદારી બનાવી શકાય તે સમજીએ.

જોખમોનો પ્રકાર

સહારૂપ જોખમ	:	પૂર્વધારણા ઉપર વ્યાપારી નિર્ણયને લગતું જોખમ. દા.ત. ફેશનમાં ફેરફાર, સરકારી નીતિ વગેરે
શુદ્ધ જોખમ	:	જેમાં હાજિજી શક્યતા જોઈ શકાય છે તેવું જોખમ
સમ્પત્તિ જોખમ	:	સંપત્તિની હાનિ સંબંધ જોખમ
અંગત જોખમ	:	લોકોના જીવન કે સ્વાસ્થ્યને લગતું જોખમ.
નાણાંકીય જોખમ	:	વ્યાપારના નાણાંકીય વ્યવહારને લગતું જોખમ
બજારનું જોખમ	:	માલ સામાન બજારમાં વેચવાનું જોખમ

૧૦.૨ વીમાનો અર્થ શો?

સરળ ભાષામાં કહીએ તો વીમે એક એવું સાધન છે જેના દ્વારા થોડ શુલ્ક (જેને પ્રીમિયમ કહે છે.) ભરીને નુકસાન કે ખોટના જોખમો બીજા પક્ષ (વીમો ઉતારનાર) પર નાખી શકાય છે. જે પક્ષનું જોખમ વીમો ઉતારનાર પર નાખવામાં આવે છે તેને વીમાદાર (insured, વીમો ઉતારેલ વ્યક્તિ) કહે છે. દેખીતી રીતે જ વીમો ઉતારનાર સામાન્ય રીતે કોઈ કંપની (સંગઠન) હોય છે જે નુકસાન કે ખોટ વહેંચી લેવા (માં ભાગીદાર કરવા) તૈયાર હોય છે. અને તેમ કરવા સક્ષમ પણ હોય છે.

વીમો વીમા કંપની અને વીમાકૃત વ્યક્તિ વચ્ચેનો એક કરાર છે જેમાં વીમા કંપની એક નક્કી કરેલી રકમ (પ્રીમિયમ) ના બદલમાં વીમાકૃત વ્યક્તિને કોઈ બનાવ (ઘટના) બનતાં (દા.ત. અમુક ઉમરે મૃત્યુ) અમુક નક્કી કરેલી રકમ આપે છે અથવા જોખમનો વીમો ઉતારેલ હોવાથી ખરેખર થયેલું નુકસાન ભરપાઈ કરી આપે છે.

જો તમે વીમાના આધાર વિષે વિચાર કરશો તો તમને માલુમ પડશે કે એ એક પ્રકારનો સહકાર (સહયોગ) છે જેના દ્વારા જુમનું જોખમનો ભય હોય તે સર્વ પ્રીમિયમ ભરે છે. જ્યારે એકાદ કે બહુ જ જુજ



વ્યક્તિઓ કે જેમણે નુકસાન સહન કરવું પડ્યું હોય તેમને વળતર ચુકવી આપવામાં આવે છે. વાસ્તવમાં જોખમની સંભાવનાવાળાઓની સંખ્યા ઘણી વિશાળ હોય છે અને તે પૈકીના બહુ જ થોડા લોકોને નિશ્ચિત સમયગાળા દરમિયાન નુકસાન સહન કરવું પડતું હોય છે. વીમા કંપની જે થોડા ઘણા લોકોને ખરેખર નુકસાન વેઠવું પડ્યું હોય તે નુકસાન તમામ વીમાદારોમાં વહેંચી નાખવાના મધ્યસ્થી તરીકે કામ કરે છે.



૧૦.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પત્રકી કયા વિધાનો 'ખોટા' છે અને કયા 'ખરાં' છે ?

૧. જોખમનો અર્થ છે માલસામાન કે માણસને થનાર હાનિ કે નુકસાનની સંભાવના.
૨. ફેશનમાં પરિવર્તન વ્યક્તિગત જોખમ છે.
૩. અમુક અચોક્કસ ઘટનાઓથી થતું નુકસાન વેપારીઓએ જાતે ભોગવવું પડે છે.
૪. કેટલાંક જોખમો અગમચેતી વાપરીને રોકી શકાય છે. જેમ કે મશીનની ખરાબી.
૫. વીમો એ કોઈ પક્ષને થનાર નુકસાન (ખોટ)નાં જોખમોને અન્ય સ્વૈચ્છિક અને નુકસાન વહેંચી લેવા માટે સક્ષમ એવા પક્ષ ઉપર સંક્રાન્ત કરવાનું સાધન છે.
૬. વીમો ઉતરાવનાર વ્યક્તિ વીમા કંપનીને જે રકમ ચૂકવે તેને પ્રીમિયમ કહે છે.

૧૦.૩ વીમાનું મહત્વ

વીમાનું મહત્વ બરાબર સમજવા માટે આપણે તેનાથી થતા ફાયદાની ચર્ચા કરવી જોઈએ. આપણે આગળના ભાગમાં સમજાવ્યું હતું તેમ વીમો હાનિ કે નુકસાનની સ્થિતિમાં વ્યક્તિગત કે વ્યાપારી જોખમોની અસરને ઘણા લોકો (વિશાળ સમુદાય)માં વહેંચી નાખવાનું એક અત્યંત મહત્વનું સાધન છે. આ રીતે વીમો ઉતરાવેલ વ્યક્તિમાં સુરક્ષાની ભાવના પેદા થાય છે. જે વ્યક્તિ પોતાની ચાલુ આવકમાંથી નિશ્ચિત સમયગાળે વીમાનું પ્રીમિયમ ભરે છે તેને સેવા નિવૃત્તિ સમયે એક ચોક્કસ (મોટી) રકમ મળવાનું અથવા મૃત્યુ થાય તો તેના કુટુંબને સુરક્ષા મળવાનું આશ્વાસન રહે છે. વેપારીઓ પણ પોતાના હાનિ કે નુકસાનના જોખમનું વીમાનું પ્રીમિયમ ભરીને હાનિ કે નુકસાનની સતતથ તી ચિંતામાંથી મુક્ત થઈ જાય છે.

માલસામાનના વિશાળ પાયા પર ઉત્પાદન અને રાષ્ટ્રીયથી માંડીને આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં તેના વિતરણના પરિપ્રેશ્યમાં જોઈએ તો વીમો અત્યંત મહત્વનો ભાગ ભજવે છે. વીમો વ્યાપારી તેમજ ઔદ્યોગિક એમ બંને સાહસોમાં સહાયક છે, કેમ કે આ સાહસોમાં મિલકતો અને પ્લાન્ટો સ્થાપવામાં અને કાર્યામાલની શોધખોળ (પ્રાપ્તિ) અને તૈયાર વસ્તુઓમાં અઢળક ધનના રોકાણોની જરૂર પડે છે. વ્યાપારી વર્ગને વીમા દ્વારા સલામતી (સુરક્ષા) નો અનુભવ થાય છે. કેમકે તમને ખાતરી મળે છે કે એક નાનકડી રકમ ભરીને તેઓ ભવિષ્યમાં થનાર સંભાવ્ય ખોટા નુકસાનને ભરપાઈ કરી શકશે.





રાષ્ટ્રીય અર્થવ્યવસ્થાની દ્રષ્ટિએ પણ વ્યક્તિઓની ખ્યતને પણ વીમો તેમણે આપેલ પ્રીમિયમરૂપે વીમા કંપનીઓ પાસે સંગ્રહીત થવાની તક આપે છે. આ ધનભંડોળ મોટી મોટી કંપનીઓ કે સરકાર દ્વારા અપાતી જામીનગીરી (સુરક્ષા)માં રોકવામાં આવે છે.

જે લોકો પોતાની વૃદ્ધાવસ્થા કે મૃત્યુના જોખમે ને આવરી લેવા માટે વીમો ઉતરાવે છે તેઓ પોતાની વર્તમાન આવકમાંથી અમુક ભાગ બચત કરવા પ્રેરાય છે, જે પોથે જ એક અતિ મહત્વની પ્રવૃત્તિ છે.

વળી વીમાક્ષેત્ર ઘણા લોકો માટે રોજગારીનો સ્ત્રોત (પ્રાપ્તિસ્થાન) પણ છે. આખા દેશમાં પથરાયેલી (વીમા) કચેરીઓમાં (લાખો) લોકો નોકરી મેળવે છે. તેમજ તે વીમા કંપનીઓમાં એજન્ટ (દલાલ) તરીકે આજીવિકા રળવાની પણ લોકોને તક આપે છે.



૧૦.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

કોંસમાં આપેલા શબ્દોમાંથી યોગ્ય શબ્દથી ખાલી જગ્યા પુરો.

૧. વીમો થોડા લોકોનાને ઘણા લોકોમાં વહેંચવાનું સાધન છે.
(નુક્સાન, ખર્ચ)
૨. વ્યાપારી આલમના લોકો વીમાને કારણે અનુભવે છે.
(સલામતી, બિન સલામતી)
૩. વીમા કંપનીઓ પોતાનું ભંડોળ મોટી કંપનીઓ કે સરકારી માં રોકે છે.
(વીમા, જામીનગીરી)
૪. વીમો તેમજ વાણિજ્ય માટે એક પ્રકારની સહાય છે.
(ઉદ્યોગ, વ્યાપાર)

૧૦.૪ વીમાના પ્રકાર

કરાર ઉપર આધારિત વીમાનું નીચેના પ્રકારોમાં વર્ગીકરણ કરી શકાય.

૧. જીવન વીમો
૨. આગ વીમો
૩. સમુદ્રી વીમો અને
૪. અન્ય વીમા જેમકે લૂંટઘાડ વીમો, મોટરવાહન વીમા વગેરે

થોડા સમય પહેલાં (હજુ હમણા સુધી) ભારતીય જીવનવીમા નિગમ (LIC) અને પોતાની સહાયક કંપનીઓ સહિત સામાન્ય વીમા નિગમ જીવન વીમા અને સામાન્ય વીમાના ક્ષેત્રમાં કામ કરતી એકમાત્ર કંપનીઓ હતી. હવે આ સેવા

ક્ષેત્રમાં સંખ્યાબંધ ખાનગી કંપનીઓ દાખલ થઈ છે. ચાલો આપણે આ દરેક પ્રત્રકાના પ્રમુખ લક્ષણો જોઈએ.

૧. જીવનવીમો:-

જીવન વીમો (જેને જીવન સુરક્ષા પણ કહે છે.) એક કરાર છે જે અનુસાર વીમા કંપની વીમાદારને અમુક રકમ મરણ થાય ત્યારે અથવા અમુક વર્ષ પૂરાં થાય ત્યારે આપવાનું વચન આપે છે. એના બદલમાં વીમો ઉતરાવનાર વ્યક્તિ અમુક રકમ પ્રીમિયમ તરીકે એક સામટી અથવા છ માસિક કે વાર્ષિક હપ્તામાં ચૂકવવા સહમત થાય છે. આવી જાતના મામલામાં જે જોખમોનો વીમો ઉતર્યો હોય તે બનવાનું ચોક્કસ નક્કી જ હોય છે. તેથી જ જીવન વીમાને જીવન સુરક્ષા પણ કહે છે. આ માટેના લેખિત સ્વરૂપના આવેદનપત્રને જીવન વીમા પોલિસી કહે છે. આ મુજબ વીમા ધારકને અમુક નિશ્ચિત રકમ નક્કી કરેલી અવધિની તારીખે અથવા કોઈ ઘટના ઘટે ત્યારે ચૂકવવાની જોગવાઈ કરવામાં આવેલી હોય છે, જે નક્કી જ છે. વેપારીઓ જુથ વીમા દ્વારા પોતાના કર્મચારીઓના વીમા ઉતરાવવાની વ્યવસ્થા કરી શકે છે. આનાથી કર્મચારીઓમાં વફાદારીની ભાવના પણ વિકસે છે. અને તેઓ ઉપયોગ કરજ (લોન) લેવામાં પણ થઈ શકે છે.

વીમા (સુરક્ષા) પોલિસી બે પ્રકારની હોય છે. (ક) આજીવન વીમા પોલિસી (ખ) બક્ષિત (મુદતી) પોલિસી. આજીવન વીમા પોલિસી જીવન પર્યંતની હોય છે અને પ્રીમિયમ ભર્યા કરવાનું હોય છે. વીમાની રકમ વીમા ધારકના મૃત્યુબાદ જ તેના વારસદારોને ચૂકવવામાં આવે છે. જ્યારે બીજી બાજુ બક્ષિત (મુદતી) પોલિસી અમુક નિશ્ચિત મુદત સુધી ચાલુ રહે છે. વીમાની રકમ નિશ્ચિત કરેલા વર્ષોનો સમયગાળો પૂરા થાય પછી ચૂકવવા પાત્ર બને છે અથવા જો વીમાધારકનું મૃત્યુ તે સમય પહેલા થાય તો ત્યારે ચૂકવવાપાત્ર બને છે.

૨. આગ વીમો:-

આગ વીમાનો કરાર એ એવો કરાર છે જે મુજબ વીમા કંપની વીમા ધારકે પ્રીમિયમ ભર્યા બાદ અમુક નિશ્ચિત કરેલ વસ્તુઓને આગથી નુકસાન થાય અથવા નષ્ટ થાય ત્યારે તેના કારણે વીમા ધારકને થતું નુકસાન કે ખોટ ભરપાઈ કરી દેવાનું વચન આપે છે. આ વીમો ક્ષતિપૂર્તિનો કરાર છે. એનો મતબલ એ થયો કે વીમા ધારક આગથી ગુમાવેલી મિલકતનું મૂલ્ય અથવા પોલિસીની રકમ બેમાંથી જે ઓછું હોય તેના સિવાય કોઈ બીજી વસ્તુનો દાવો કરી શકતો નથી. આગથી થયેલા નુકસાનના દાવાની રકમ બે શરતોને આધીન ચૂકવવામાં આવે છે. (ક) આગ ખરેખર લાગી હોવી જોઈએ અને (ખ) આગ અકસ્માત લાગી હોવી જોઈએ. ઈરાદાપૂર્વક લગાડેલી નહી. આગ લાગવાનું કારણ ગમે તે હોય તેનાથી કશો ફરક પડતો નથી. આ મામલામાં દાવો કરવાને લાગુ પડતો મૂળ ભૂત સિદ્ધાંત ક્ષતિપૂર્તિનો છે. વીમા ધારકે તેણે જેટલી રકમની પોલિસી લીધી હોય તેટલી જ મહત્તમ રકમ તેને મળી શકે. તેની મર્યાદામાં તે ખરેખર થયેલ નુકસાનનું વળતર મેળવવા હકદાર છે. તે વીમા દ્વારા નફો કરી શકે નહિ. દા.ત. કોઈ વ્યક્તિ અમુક ચીજો ઉપર



નોંધ



નોંધ

રૂ.૨૦૦૦૦/- નો વીમો ઉતરાવે છે. આમાંથી રૂ.૧૫૦૦૦/-ની કિંમતનો માલ સામાન આગથી નષ્ટ થયો છે તો વીમા ધારક વીમા કંપની પાસેથી થયેલા નુકસાનની રકમ એટલે કે રૂ.૧૫૦૦૦/- નો દાવો કરી શકે (રૂ. ૨૦૦૦૦/- નો નહીં)

૩. સમુદ્રી વીમો:-

સમુદ્રી વીમો એક એવો કરાર છે જેનાથી વીમા કંપની સમુદ્રી સાહસોમાં આકસ્મિક રીતે આવી પડેલાં જોખમોમાં યાત્રી વહાણ કે માલવાહક જહાજના માલિકને થતા નુકસાન પર લદાયેલ માલસામાનના નુકસાનના જોખમનો વીમો પણ સામેલ છે. જે સમુદ્રી વીમો તુફાનને કારણે થયેલા માલના નુકસાનના જોખમને આવરી લે છે તેને માલસામાન વીમો કહે છે. વહાણનો માલિક સમુદ્રમાં આવતા ઉતાર-ચઢાવના કારણે વહાણને થયેલા નુકસાનના જોખમ સામે વહાણનો પણ વીમો ઉતરાવી શકે તેને 'હલ્લ' વીમો કહે છે. વળી જ્યારે માલસામાન નક્કી કરેલા બંદરના મુકામે સલામત ઉતર્યા પછી માલના માલિકે ચૂકવવાનું હોય ત્યારે જહાજ કંપની માલના નુકસાનના કારણે ભાડાની ખોટ જવાનું જોખમ હોય તો તેનો પણ વીમો ઉતારી શકે છે. આવા સમુદ્રી વીમાને નૂર વીમો (ભાડાનો વીમો) કહે છે. સમુદ્રી વીમાના તમામ કરારો ક્ષતિપૂર્તિના કરારો હોય છે.

નીચે વિવિધ પ્રકારની સમુદ્રી વીમા પોલિસીઓ આપેલી છે.

ક. સમયાવધિ વીમો:- આ પોલિસી અમુક વસ્તુ માટે અમુક નિશ્ચિત સમય માટેનો વીમો ઉતારે છે. બનતા સુધી ૧ વર્ષનો સમય હોય છે. આ સામાન્ય રીતે જ્યારે અલ્પમાત્રામાં માલ હોય ત્યારે માલસામાન કે હલ્લ વીમા માટે ઉપયોગ થાય છે.

ખ. યાત્રા વીમા પોલિસી:- આ પોલિસી કોઈ વિશેષ યાત્રા માટે હોય છે. તેમાં સમયની કોઈ ગણતરી નથી. આનો ઉપયોગ મોટેભાગે માલસામાન માટે થતો હોય છે.

ગ. મિશ્ર વીમા પોલિસી:- આ પોલિસી અંતર્ગત જહાજ કે માલનો વીમો કોઈ વિશિષ્ટ યાત્રા માટે અને નિશ્ચિત સમય એમ બંને માટે ઉતારવામાં આવે છે. (દા.ત.હલ્લ) દા.ત. એક વહાણનો મુંબઈ અને કોલંબો વચ્ચે ૬ મહિનાની મુદત માટે વીમો ઉતારવામાં આવે છે આથે મિશ્ર પોલિસી કહે છે.

ઘ. અનિશ્ચિત વીમા પોલિસી:- આ પોલિસી હેઠળ માલસામાનની પોલિસી અમુક મોટી રકમ માટે લેવામાં આવે છે. જ્યારે જ્યારે માલ સામાન વહાણમાં ચડાવવામાં આવે ત્યારે વીમા કંપની તેનું મૂલ્ય જાહેર કરે છે અને પોલિસીના કુલ મૂલ્યમાંથી તે રકમ બાદ કરવામાં આવે છે. અને આમને આમ પોલિસીની કુલ રકમ પૂરી ન થાય ત્યાં સુધી આ વહાણના માલનો વીમો ચાલુ રહે છે.

ક્રમ	મુદ્દાઓ	આગનો વીમો	દરિયાઈ વીમો	જીવન વીમો
૧	વળતર	વળતર સ્વરૂપે વીમાની રકમ કે વાસ્તવિક નુકસાન બે માંથી જે ઓછું	વળતર સ્વરૂપે ખરીદ કિંમત ઉપરાંત ૧૦ થી ૧૫% જેટલા નફા	ઉતરેલ વીમાની પૂરેપૂરી કિંમત પડતર સ્વરૂપે ચૂકવાય છે.



નોંધ

		હોય તે ચૂકવાય છે.	સ્વરૂપે વધારાની રકમ ચૂકવાય છે.	
૨	વીમા યોગ્યહીત	વીમા યોગ્યહીત વીમો ઉતારતી અને વીમો પાકતી બંને સમયની મુદ્દતે હોવા જોઈએ.	નુકશાન સમયે વીમાયોગ્યહીત હોવું જોઈએ.	વીમો ઉતારતી વખતે વીમા યોગ્યહીત હોવું જોઈએ.
૩	પોલિસીની તબદિલી	વીમા કંપનીની મંજૂરી વિના વીમા પોલિસી બદલાય નહિ.	વીમા કંપનીની મંજૂરી વિના વીમા પોલિસી બદલાય નહિ.	વીમા પોલિસીની ફેરબદલ શક્ય નથી.
૪	જોખમનો પ્રકાર	ચોક્કસ	ચોક્કસ	ચોક્કસ પરંતુ સમય અનિશ્ચિત.
૫	મુદ્દત	એક વર્ષીય મુદ્દત	એક વર્ષીય મુદ્દત વીમા પ્રિમિયમનો	લાંબી મુદ્દત
૬	પ્રિમિયમ	પ્રિમિયમનો આધાર વીમા રકમ ઉપર રહે છે. વધુ વીમો ઉતારતા વધુ પ્રિમિયમ ભરવું પડે છે.	આધાર જોખમના પ્રકાર પર રહેલો છે.	વીમો પ્રિમિયમનો આધાર ઉંમર, વીમાની રમક અને મુદ્દત ઉપર રહેલો છે.
૭	હેતુ	આગના જોખમ સામે વળતર મેળવવા.	દરિયાઈ જોખમ સામે વળતર મેળવવા.	રક્ષણ અને બચત માટે.
૮	સરન્ડર (પોલિસી પરત કરવી)	મુદ્દત પહેલા વીમો પરત થઈ શકે નહિ.	મુદ્દત પહેલા વીમો પરત થઈ શકે નહિ.	પાકતી મુદ્દત પહેલા વીમો પરત થઈ શકે છે.

૪. વીમાના અન્ય પ્રકાર:-

સાધારણ વીમા કંપનીઓ જીવન, આગ અને સમુદ્રી વીમા ઉપરાંત વિવિધ પોલિસી દ્વારા બીજી ઘણી બાબતોમાં જોખમોનો વીમો ઉતારે છે. આમાના કેટલાક જોખમો અને વિવિધ પોલિસીઓની રૂપરેખા આ નીચે આપવામાં આવી છે.

ક. મોટર વાહન વીમો:-

ઉતારી મોટરકારો, વેન, વ્યાપારી વાહનો, મોટર સાઈકલ, સ્કૂટર વગેરે તમામ પ્રકારનાં મોટર વાહનના વીમામાં વાહનને અકસ્માતથી થયેલું નુકસાન અથવા ચોરીનું



જોખમ તેમજ અકસ્માતમાં ઘાયલ થવા કે મૃત્યુ થવાથી ઉત્પન્ન થતી ત્રીજાપક્ષની જવાબદારીની સ્થિતિમાં થયેલા નુકસાનને પણ આવરી લેવામાં આવે છે. મોટર વ્હીકલ એક્ટ મુજબ ત્રીજા પક્ષના જોખમાનો વીમો અનિવાર્ય છે.

ખ. ચોરી વીમો:-

આ વીમા હેઠળ વીમા કંપની વીમા રક્ષિત વસ્તુઓની ચોરી લૂંટ-ઘાડ એટલે કે જંગમ વસ્તુઓની લૂંટ, ઘરફોડ ચોરીથી થયેલી નુકસાની ભરપાઈ કરી દે છે.

ગ. વિશ્વાસ વીમો:-

વ્યાપારીઓ પોતાના કર્મચારીઓ દ્વારા થતી ધોખાબાજી કે બેઈમાની અથવા રોકડરકમની ઉચાપત કે માલ સામાન હડપ કરી જવાથી થતા નુકસાનના જોખમની સામે સાવચેતી રૂપે આવી પોલિસી લેતા હોય છે. જે રોકડ રકમનો હવાલો ધરાવતા કે સ્ટોરના ઈન્ચાર્જ કર્મચારીઓના દગા અને અપ્રમાણિકતાથી થતા નુકસાન આવરી લે છે.

ઘ. વ્યક્તિગત અકસ્માત અને માંદગીનો વીમો:-

વ્યક્તિના મૃત્યુ કે કાયમી ખોડ ખાપણ થવાની સામે આ પ્રકારની વીમા પોલિસી ઉતારવામાં આવે છે. ઉદા. વીમાનમાં મુસાફરી કરતા થતા અકસ્માતો.

ચ. જવાબદારીના વીમા:-

કોઈ વ્યક્તિનું મૃત્યુ કે અકસ્માત થાય તો તેની ચુકવવી પડતી વળતરની ચુકવણી માટે ઉતારવામાં આવતા વીમાને જવાબદારીના વીમા કહે છે. આ વીમાના મુખ્ય બે પ્રકારો છે.

૧. **કમ ચારીની જવાબદારીનો વીમો:-** આ વીમામાં નોકરી આપનાર માલિક દ્વારા કામદારને થતા નુકસાનની સામે વળતર ચૂકવવા કામદારોનો વીમો લેવામાં આવે છે.

૨. **જાહેર જવાબદારી:-** વ્યક્તિ કે વેપારીના ધંધાકીય સ્થળે જાહેર જનતા દ્વારા મુલાકાત દરમ્યાન થતા નુકસાન સામે વળતર ચૂકવવા આ વીમો ઉતારવામાં આવે છે.

છ. માલ મિલકતનો વીમો:-

પોતાના મકાનમાં કે હેરફેર કરતી વખતે કિંમતી વસ્તુઓને થતા નુકસાન સામે આર્થિક વળતર મેળવવા આ વીમો ઉતારવામાં આવે છે. માલ મિલકતનો વીમો વેપારી ઉપરાંત ગૃહસ્થ પણ લઈ શકે છે.



૧૦.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે?

૧. સમુદ્રી વીમાના કરાર સામાન્ય કરાર છે, જ્યારે જીવન વીમો ક્ષતિપૂર્તિનો કરાર છે.

વીમાની સેવાઓ

૨. આગ વીમો આગથી થતા નુકસાનને ભરપાઈ કરી આપે છે અને વીમા કંપની સમક્ષ દાવો કરતાં આગ લાગવાના કારણનું કોઈ મહત્વ નથી.
૩. સાગરમાં તોફાનથી થતા નુકસાન સામે વહાણનો વીમો ઉતરાવી શકાય છે.
૪. (બક્ષિસ) બંદોબસ્ત પોલિસીમાં વીમા ધારકે જીવનભર પ્રીમિયમ ભરવું પડે છે.
૫. જીવનવીમામાં પ્રીમિયમ એક સાથે અથવા વાર્ષિક હપ્તામાં ભરી શકાય છે.
૬. સમુદ્રી વીમામાં કેટલીક વખત હલ્લ વીમા માટે સમયાવધિ વીમો વાપરવામાં આવે છે.
૭. વેપારના માલિકો માટે વિશ્વાસ વીમો ફરજિયાત નથી.
૮. ક્ષતિપૂર્તિ કરાર પાછળ નિહિત સિધ્ધાંત એ વાત સુનિશ્ચિત કરવાનો છે કે વીમાધારક વીમામાંથી નફો કમાઈ ન લે.

૧૦.૫ વીમાના સિધ્ધાંતો

વીમાના કેટલાક સિધ્ધાંતોને વીમા કંપની અને વીમા ધારક વચ્ચેના કરારને લાગુ પડે છે. આ સિધ્ધાંતો નીચે પ્રમાણે ચર્ચા કરી છે.

૧. પૂર્ણ સદ્ભાવના (સદ્વિશ્વાસ):-

વીમા કરાર એ પરસ્પર વિશ્વાસ અને શ્રદ્ધાના કરારો છે. વીમા કંપની અને વીમા ધારક બંને પક્ષો અરસ પરસ તમામ આનુષંગિક માહિતી પુરી પાડવી જોઈએ. દા.ત. વીમો ઉતરાવનાર જો તેના જીવન ઉપર જોખમરૂપ કોઈ બીમારીથી ગ્રસ્ત હોય તો તેણે તે હકીકત જીવન વીમો ઉતારનાર કંપનીને જણાવી દેવી જોઈએ.

૨. વીમા યોગ્ય સ્વાથ :-

આનો અર્થ છે વીમાની બાબતમાં આર્થિક અથવા ધન સંપત્તિનો સ્વાર્થ હોવો. કોઈ વ્યક્તિને સંપત્તિ કે જીવનના વીમામાં ત્યારેજ વીમા યોગ્ય હિત (સ્વાર્થ) હોય જ્યારે તેના હોવાથી તેને લાભ થવાનો હોય અને તેને નુકસાન થવાથી કે તેનો નાશ થવાથી આર્થિક રીતે ગુમાવવાનું હોય. જીવનવીમાની બાબતમાં પોલિસી લેનાર વ્યક્તિને પોલિસી લેતી વખતે વીમા યોગ્ય સ્વાર્થ હોવો જોઈએ. દા.ત. કોઈ માણસ પોતાની પત્નીના નામે જીવન વીમો પોલિસી લઈ શકે છે અને જો પાછળથી તેઓ છૂટા છુડા લઈલે તો આનાથી વીમા કરારને કોઈ અસર નહીં પડે કારણ કે તે માણસને વીમાનો કરાર કરતી વખતે તેની પત્નીના જીવનમાં વીમા યોગ્ય સ્વાર્થ હતો.

સમુદ્રી વીમાની બાબતમાં સંપત્તિને નુકસાન કે હાનિ થાય તે સમયે વીમાયોગ્ય સ્વાર્થ હોવો જરૂરી છે. આગ વીમાના કરારમાં વીમા યોગ્ય સ્વાર્થ પોલિસી લેતી વખતે તેમજ સંપત્તિને નુકસાન અથવા હાનિ એમ બંને સમયે હોવો જરૂરી છે.

મોડ્યુલ - ૩ સેવાના ક્ષેત્રો



નોંધ



નોંધ

૩. ક્ષતિપૂર્તિ (નુકસાનીનું વળતર):-

ક્ષતિપૂર્તિનો અર્થ છે કે માણસ ઘટના ઘટવા પૂર્વે જે સ્થિતિમાં હતો તે જ સ્થિતિ તેને પુનઃ લાવી આપવી આ સિધ્ધાંત આગ અને સમુદ્રી વીમાને લાગુ પડે છે, પણ જીવન વીમાને લાગુ પડતો નથી કારણ કે જીવન પાછું લાવી આપી શકાતું નથી.

આ સિધ્ધાંતનો હેતુ એ છે કે જ્યારે જે ઘટનાનો વીમો ઉતારવામાં આવ્યો હોય તેવી ઘટના બની જાય ત્યારે વીમા ધારક વ્યક્તિ તેમાંથી કોઈ નફો કમાઈ ન જાય. નુકસાનીનું વળતર ભરેભર થયેલું નુકસાન અથવા જેટલી રકમનો વીમો હોય તે બેમાંથી જે ઓછું હોય તે મુજબ મળે છે.

૪. યોગદાન :-

એક વસ્તુનો વીમો એકથી વધુ વીમા કંપની પાસે ઉતારાવી શકાય આવા સંયોગોમાં જે વીમા (ની રકમ) નો દાવો કરવામાં આવે તેમાં બધી વીમા કંપનીઓને ભાગીદાર થવું જોઈએ અથવા યોગદાન આપવું જોઈએ.

૫. ઉત્તરાધિકાર નિયુક્તિ અથવા અવેજીકરણ:-

વીમાના કરારમાં અવેજીકરણ એટલે જ્યારે વીમા કંપની વીમા ધારકને વળતર ચૂકવી આપે પછી જે વસ્તુનો વીમો ઉતારાવવામાં આવ્યો હોય તેના તમામ અધિકારી વીમા ધારક પાસેથી પ્રાપ્ત કરી લે છે. ધારો કે ૨૦૦૦૦/- રૂપિયાની કિંમતનો માલસામાન આંશિક રીતે (અર્ધોપધો) નાશ પામ્યો છે, અને વીમા કંપની વીમા ધારકને વળતર ચૂકવી દે છે. પછી વીમા કંપની તે આંશિક રીતે નાશ પામેલ માલ સામાન પણ લઈ શકે છે. અને તેને બજારમાં વેચી શકે છે.

૬. ન્યૂનીકરણ:-

જો કોઈ કમનસીબ ઘટના બને તો વીમા ધારકે વીમો ઉતારેલ વસ્તુનું નુકસાન કે હાનિ જેટલું બની શકે તેટલું ઓછું કરવાના તમામ શક્ય પ્રયત્નો કરવા જોઈએ. આ સિધ્ધાંત એટલું સુનિશ્ચિત કરે છે કે વીમાધારક કોઈ વસ્તુનો વીમો ઉતારાવ્યા પછી તે વસ્તુની સલામતી પરત્વે બેપરવા ન બની જવો જોઈએ. વીમા ધારક પાસે એવા વર્તનની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે જાણે તે વસ્તુનો વીમો ઉતારાવ્યો જ ન હોય.

૭. હાનિનું નિકટતમ કારણ:-

આ સિધ્ધાંત મુજબ નુકસાનનું વળતર વીમા ધારક ત્યારે જ માગી શકે જ્યારે જે કારણ સામે જોખમનો વીમો ઉતારાવ્યો હોય તે જ કારણથી નુકસાન થયું હોય. જે જોખમનો વીમો ઉતારાવ્યો હોય તે નુકસાનનું નજીકતમ કારણ હોવું જોઈએ એમ હોય તો જ વીમા કંપની નુકસાન ભરપાઈ કરવા જવાબદાર ઠરે છે. દા.ત. એક વહાણ સંતરા ભરેલું છે. તેનો દુર્ઘટનાથી થતા નુકસાન સામે વીમો ઉતારાવવામાં વિલંબ થાય છે. પરિણામે સંતરા સડી જાય છે. આ માટે વીમા કંપની કોઈ વળતર નહીં ચૂકવે કારણ કે

નુકસાનીનું કારણ સફર દરમિયાન અકસ્માતનું ન હતું પણ સંતરા ઉતારવામાં થયેલા વિલંબનું હતું.



૧૦.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય શબ્દોથી ખાલીજગ્યા પુરો

૧. પૂર્ણ સદ્ભાવનાનો સિધ્ધાંત વીમા કંપની અને વીમા ધારક બંને વચ્ચે ઉપર આધારિત છે.
૨. જીવન વીમા કરારમાં વીમા ધારકનું ના સમયે વીમા યોગ્ય હિત જોવું જોઈએ.
૩. ના સિધ્ધાંત પાછળનો હેતુ એ છે કે વીમા ધારક વીમા કરારમાંથી કોઈ નફો કરી ન જવો જોઈએ.
૪. જો વીમા કંપની બે કે તેથી વધુ હોય અને વીમાના દાવાની રકમ કોઈ એક વીમા કંપનીએ ચૂકવી હોય તો તેણે તે રકમ ચૂકવી હોય તે વીમા કંપનીને બીજી વીમા કંપનીઓએ હિસ્સો આપવો પડે છે.



તમે શું શીખ્યા?

- જોખમ એ એવી હાનિ કે નુકસાનની શક્યતા છે કે તેનાં જે કારણો છે તેના ઉપર આપણું નહીંવત નિયંત્રણ છે. (નિયંત્રણ નથી) તમામ વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓમાં આકસ્મિક ઘટનાઓથી થતા નુકસાનને હાનિનો સંભવ રહેલો છે.
- વીમો એક એવું સાધન છે જેના દ્વારા અમુક રકમ જેને પ્રીમિયમ કહે છે તે ભરીને હાનિ કે નુકસાનના જોખમને બીજા પક્ષ (વીમા કંપની) ઉપર લાદી શકાય છે. જે પક્ષનું જોખમ વીમા કંપની ઉપર તબદીલ થાય છે તેને વીમાધારક કહે છે.
- વીમો વીમાકંપની અને વીમાધારક વચ્ચે થયેલા કરાર ઉપર આધારિત છે. આ માટે તે એક નક્કી રકમ (પ્રીમિયમ)ના બદલામાં કોઈ ચોક્કસ ઘટના બનતાં (દા.ત. વીમા ધારક મૃત્યુ થતા) વીમા ધારકને આપવાનું વચન આપે છે. (જવાબદારી લે છે.) અથવા તો જ્યારે વીમાકૃત જોખમના કારણે જે ખોટ ગઈ હોય તેને ભરપાઈ કરી આપે છે.
- **વીમાનું મહત્વ:-** વીમો એક વ્યક્તિને થયેલા નુકસાન કે હાનિને ઘણા લોકોમાં વહેંચવાનું સરળ સાધન છે. મોટા પાયા પર ઉત્પાદન અને માલસામાનના રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં વિતરણના પરિપ્રેક્ષ્યમાં જોતાં વીમો એક અગત્યની ભૂમિકા ભજવે છે. વ્યાપારી અને ઔદ્યોગિક એમ બંને સાહસો માટે તે સહાયક છે. આમ એકત્રિત થયેલ પ્રીમિયમની રકમ



નોંધ



નોંધ

જામીનગરીઓમાં તે રોકે છે, જે આખરે રાષ્ટ્રીય વિકાસમાં વપરાય છે. વળી વીમો ઘણા લોકો માટે રોજગારીનું પ્રાપ્તિસ્થાન પણ બને છે.

- **પ્રકારો** : એક સેવા તરીકે વીમાની પ્રવૃત્તિ ચાર મોટા વર્ગોમાં વહેંચી શકાય.
- **જીવનવીમો** : આજીવન વીમા પોલિસી, બક્ષિસ વીમા પોલિસી
- **આગ વીમો** : સમયાવિધિ વીમા પોલિસી
- **સમુદ્રી વીમો** : સફર વીમા પોલિસી, મિશ્ર વીમા પોલિસી, અનિશ્ચિત વીમા પોલિસી
- **અન્ય વીમાના પ્રકાર** : મોટર વાહન વીમો, ચોરી-ઘાડ વીમો, વિશ્વાસ વીમો, વ્યક્તિગત અકસ્માત અને તંદુરસ્તી વીમો, જવાબદારી વીમો, મિલકત વીમો



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. વ્યાપારી જોખમનો અર્થ શો છે ?
૨. વીમાની વ્યાખ્યા આપો.
૩. વીમો કેમ મહત્વનો ગણાય છે ? ગમે તે બે કારણ જણાવો.
૪. 'બક્ષિસ' (બંદોબસ્ત) જીવન વીમા પોલિસી એટલે શું ?
૫. સફર પોલિસી એટલે શું ?
૬. 'હલ્લ' (જહાજી) વીમો એટલે શું ?
૭. વીમો વ્યાપાર અને ઉદ્યોગ માટે અગત્યની સહાય કઈ રીતે છે તે સમજાવો.
૮. આજીવન વીમા પોલિસી બંદોબસ્ત વીમા પોલિસીથી જુદી પડે છે. જીવન વીમાને જીવન સુરક્ષા પણ શા માટે કહે છે ?
૯. મોટરવાહન વીમો અને વિશ્વાસ વીમા નીચે આવરી લેવાતા જોખમોના પ્રકાર સમજાવો.
૧૦. સમુદ્રીવીમા પોલિસી ક્યો હેતુ સારે છે ? વિવિધ પ્રકારની સમુદ્રી પોલિસીઓ સમજાવો. તેઓ આયાત નિકાસકારોને કોઈ રીતે ઉપયોગી છે ?
૧૧. એક વ્યક્તિને કેન્સરની બીમારી હતી તે વાત તેણે જીવન વીમા પોલિસી લેતી વખતે જાહેર કરી નહી. તેણે આમાં જે સિધ્ધાંતનો ભંગ કર્યો તેનું નામ આપો અને લગભગ ૫૦ શબ્દોમાં તે સમજાવો.
૧૨. (ક) જીવનવીમો (ખ) અગ્નિ વીમો (ગ) સમુદ્રી વીમો આ બધામાં કયા સમયે વીમા યોગ્ય (સ્વાર્થ) હિત હોય?



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબો

- ૧૦.૧ (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખોટું (૪) ખરું
(૫) ખરું (૬) ખરું
- ૧૦.૨ (૧) નુકસાન (૨) સલામતી (૩) જામીનગીરી
(૪) ઉદ્યોગ
- ૧૦.૩ (૧) ખોટું (૨) ખરું (૩) ખરું (૪) ખોટું
(૫) ખરું (૬) ખરું (૭) ખરું (૮) ખરું
- ૧૦.૪
૧. વિશ્વાસ અને શ્રદ્ધા
 ૨. પોલિસી સેવા
 ૩. ક્ષતિપૂર્તિ
 ૪. ભાગે પડતો



જાતે કરો (પ્રવૃત્તિ)

- વિદ્યાર્થીઓના વિસ્તારમાં જેમણે આગથી થતા નુકસાનને સરભર કરવા વીમો ઉતરાવ્યો હોય તેવા દુકાનદારોની સંખ્યા વિષે તપાસ કરવા તેમણે જણાવ્યું.
- પડોશમાં જે લોકોએ જીવવીમાની પોલિસી લીધી હોય તેવા લોકોની સંખ્યા વિષે તપાસ કરવા વિદ્યાર્થીઓને જણાવવું અને જે લોકો પાસે જીવનવીમા પોલિસી હોય તેમની પાસે આજીવન કે એન્ડાઉમેન્ટ પોલિસી છે તે પણ તપાસ કરવા કહેલું.



નોંધ



આઉટ સોર્સિંગ

કોઈ ચોક્કસ હેતુ, કાર્ય, પ્રક્રિયા, ઉત્પાદન કે સેવા પોતાની કંપની કે ઈધાના સ્થળે કરવાના બદલે કોઈ ચોક્કસ બીજી કંપની કે એકમની પાસે ચોક્કસ સમય કે મુદ્ત માટે કરાવવામાં આવે તો તેને આઉટ સોર્સિંગ કહે છે. તમારા લેડી સેક્રેટરી મેટરનીટી રજા પર ગયા છે અને તેમના સ્થાને નવા સેક્રેટરી થોડા સમય માટે કામ કરે છે. તેને આઉટ સોર્સિંગ ન કહેવાય. વધુમાં જણાવીએ તો જે કાર્ય બહાર બીજા પાસે કરાવીએ તેને આઉટ સોર્સિંગ કહે છે. આઉટ સોર્સિંગનું સામાન્ય ઉદાહરણ આપણે વર્તમાન પત્રમાં આવતા સમાચારો કે અમેરિકા – યુરોપના દેશો દ્વારા ભારત અને ચીનમાં ઉત્પાદન કે સેવાનું કાર્ય કરાવવાનું વધુ ફાયદાકારક ગણે છે. આઉટ સોર્સિંગના સામાન્ય ઉદાહરણોમાં ટેલિફોન કોલ સેન્ટર, ટેકનીકલ સહાય કેન્દ્રો ઉપરાંત કોમ્પ્યુટર પ્રોગ્રામીંગ વગેરે છે. વિશિષ્ટિકરણનો લાભ મેળવવાના કેન્દ્રબિંદુથી આઉટ સોર્સિંગ કરવામાં આવે છે. ગ્રાહકલક્ષી કાર્યો બહાર કરાવવાનો ઉકેલ વાણિજ્યની પ્રક્રિયાનું આઉટ સોર્સિંગ જેને Business Process Outsourcing (BPO) દ્વારા કરાવી શકાય છે. બીઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ (BPO) એ ચોક્કસ કાર્ય કે લક્ષ્ય જેવા કે પગાર પત્રકો તૈયાર કરવા, વિવિધ પ્રકારની સેવાઓ રહારની મેળવવી, સામાન્ય રીતે BPO એ એકમે પોતાની પડતર નીચી લાવી આર્થિક પરિસ્થિતિને વધુ સધ્ધર – મજબૂત બનાવી બજારમાં પોતાનું કાયમી સ્થાન બનાવવાનું છે. આ પ્રકરણમાં તમે બીઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગનો અર્થ અને મહત્વ સમજી શકશો. સાથે સાથે જ્ઞાન – વિશિષ્ટ સેવાના આઉટ સોર્સિંગ જેને નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ, ટુંકામાં KPO નો અર્થ સમજી શકશો.



હેતુઓ:—

આ પ્રકરણના અધ્યયન પછી તમે,

- બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગનો (Business Process Outsourcing) BPO અર્થ જાણશો.
- નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગનો (Knowledge Process Outsourcing) KPO અર્થ જાણશો.

- બી. પી. ઓ. અને કે. પી. ઓ.નું મહત્વ વર્ણવી શકશો.
- બી. પી. ઓ. અને કે. પી. ઓ.નો તફાવત જાણશો.

૧૧.૧ ધંધાકીય પ્રક્રિયા આઉટ સોર્સિંગનો અર્થ અને સમજૂતિ (Business Process Outsourcing) બી. પી. ઓ. નો અર્થ અને સમજૂતિ

બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગમાં જે ઉત્પાદન પ્રક્રિયાનું કોઈ ચોક્કસ કાર્ય એકમની એક પ્રક્રિયાના ભાગ રૂપે એકમમાં ન કરાવતા તે કાર્ય બહારના એકમો દ્વારા કરાવવામાં આવે તો તેને બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ કહે છે. સરળ સમજ માટે જ્યારે વીમા કંપનીઓ તેના વીમાના દાવા પતાવટની પ્રક્રિયા અને બેન્ક ધિરાણ આપવાની પ્રક્રિયા જ્યારે જાતે કરવાને બદલે બહારની વ્યક્તિ કે એકમો પાસે કરાવે તેને આઉટ સોર્સિંગ કહે છે. બી. પી. ઓ. ના બીજા સામાન્ય ઉદાહરણો જોઈએ તો શહેરમાં આવેલ કોલ સેન્ટર અને પગારપત્રકો બનાવતા કેન્દ્રો. ખાસ કરીને કંપનીઓ પોતાની પડતર ઘટાડવા અને વિશિષ્ટિકરણનો લાભ મેળવવા ધંધાના અમુક કાર્યો જાતે કરવાને બદલે જે એકમોને આવા કાર્યો કરવાનો અનુભવ વધુ હોય તેમને સોંપવામાં આવે છે. આ ઉપરાંત દરેક દેશમાં મજૂરી – વેતનનાં દર જીવન જીવવાની પદ્ધતિને કારણે અલગ – અલગ હોય છે. ત્યારે નીચી મજૂરી વાળા દેશમાં ધંધાકીય પ્રક્રિયાઓ કરાવી નાણાકીય લાભ કંપનીઓ મેળવે છે.

બી. પી. ઓ. સામાન્ય રીતે બે કક્ષામાં વહેચાયેલ છે. ઓફિસમાં પછીથી કરવામાં આવતા (બેક ઓફિસ – back office)

આઉટ સોર્સિંગના કાર્યો જેવા કે ખરીદ પ્રક્રિયા કરવી, બિલ બનાવવા, ઉઘરાણી કરવા વગેરે. અને ઓફિસમાં પહેલેથી કરવામાં આવતા આઉટ સોર્સિંગના કાર્યો જેવા કે બજાર-સંશોધન, ગ્રાહકોનો સંપર્ક અને તેમને આપવામાં આવતી સેવાઓ, જાહેરાતો કે પછી ટેકનીકલ માર્ગદર્શન કે સહાય જેને ફ્રન્ટ ઓફિસ આઉટ સોર્સિંગ કહે છે. આઉટ સોર્સિંગ એ



વિશાળ ફલક ઉપર કાર્યરત છે. ધંધાનો લક્ષ્યાંક પૂર્ણ કરામાં સહાયક ઉપરાંત નીચી પડતર અને કાર્યદક્ષતા તેના પાયાના તત્વો છે. સામાન્ય ભાષામાં બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ (Business Process Outsourcing - B.P.O.) બી. પી. ઓ. એટલે એક એવી પ્રક્રિયા છે કે કંપનીઓ પોતાના કેટલાક કામો ત્રાહિત પક્ષકારો પાસેથી કરાવવા અને જેના બદલામાં આવી કંપનીઓને કરાર પ્રમાણે જરૂરી ફી અથવા વળતર એ અગાઉથી નક્કી થયેલ છે તે ચુકવવામાં આવે છે. આ બી.પી.ઓ. નો મુખ્ય ઉદ્દેશ કંપની પોતાનો ઉત્પાદન ખર્ચ અને ઉત્પાદન સમય પર અસરકાર અંકુશ મુકી વિશાળ નફો મેળવવાનો છે.





બી.પી.ઓ.નું ધ્યાન ઉપભોક્તાઓને શ્રેષ્ઠ સુવિધાઓ ઝડપી પૂરી પાડી તેમનો સંતોષ વધારવો, ગ્રાહકોને વસ્તુ કે સેવાની સાચી ઓળખ આપવી, ઉપભોક્તા વપરાશ વધારવી, હરિફાઈનો યોગ્ય સામનો કરવો અને છેલ્લે આ બધાનો લાભ એકમની નફાકારક વધારવાનો છે. વર્તમાન સમયમાં ઘણાં બધા એકમો બી.પી.ઓ. (B.P.O.) ની સેવા આપી રહ્યા છે. જેમાં કોલ સેન્ટર, હેલ્પ સેન્ટર, તબીબી-સ્વાસ્થ્ય વિવરણ, બિલ બનાવવા - મોકલવા, પગાર પત્રકો તૈયાર કરવા, ડેટા એન્ટ્રી, માહિતી સંચાર, સંદેશા વ્યવહારની સેવાઓ, માનવ સંશોધનને લગતી સેવાઓ, જેમાં કર્મચારીની ભરતી, ઈન્ટરવ્યુ, પસંદગી વગેરે બી.પી.ઓ. દ્વારા ઓછા ખર્ચ અને ઓછા સમયમાં શ્રેષ્ઠ રીતે મેળવી શકાય છે. બી.પી.ઓ.ના ઓછા સમયમાં શ્રેષ્ઠ રીતે મેળવી શકાય છે. બી.પી. ઓના સંશોધન અને વિકાસનો શ્રેય ઈન્ફરમેશન ટેકનોલોજી (IT) ને આભારી છે. બી.પી.ઓ. ને કારણે ઈન્ફરમેશન ટેકનોલોજીની સેવા પણ બી.પી.ઓ. દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવે છે. બી.પી.ઓ. આઈ.ટી.ની સુવિધાઓ પૂરતી જ મર્યાદિત નથી. પરંતુ તમામ ક્ષેત્રોમાં સેવાઓ પૂરી પાડે છે.

બી.પી.ઓ. સરળ રીતે કહીએ તો વાણિજ્યની એવી પ્રક્રિયાઓનું કે કાર્યનું નિરાકરણ લાવે છે કે જેની સાથે લોકો એક પદ્ધતિથી જોડાયેલા હોય. ઓર્ડરો મેળવવા માટેના લક્ષ્યાંકો પ્રાપ્ત કરવા અને એકમના ખર્ચા - પડતર નીચે લાવવી. સમગ્ર ધંધાકીય એકમની પદ્ધતિઓને કાર્યદક્ષતા તરીકે, જવાબદારીપૂર્વક, બ્રાન્ડની ઓળખ, ઉપભોક્તા સંબંધ અને સમગ્ર વ્યવસ્થાતંત્રને શ્રેષ્ઠતમ બનાવે છે.

૧૧.૨ બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગના લાભ (બી.પી.ઓ.)

મહત્વના લાભ જોઈએ તો બી.પી.ઓ. સંચાલકોને તેમના રોજ - બરોજના કાર્યોમાંથી મુક્ત કરી તેમની કાબેલીયત ધંધાના મહત્વના નિર્ણયો તરફ કેન્દ્રીત કરી શકાય છે. એક વાર કંપની આઉટ સોર્સિંગના માળખામાં સફળ રીતે પ્રવેશ્યા બાદ સંચાલકો નવી ધંધાકીય આવકની તકો શોધી નવા - નવા પ્રોજેક્ટો શરૂ કરી પોતાના ઉપભોક્તા - ગ્રાહકો તરફ ધ્યાન કેન્દ્રીત કરી શકે છે. કાર્યાલયની બાદના કાર્યોનું આઉટ સોર્સિંગ સામાન્ય રીતે વિકાસશીલ રાષ્ટ્રોની કંપનીઓને સૌંપી નીચેના લાભ મેળવી શકાય છે.

૧. **પડતર ઘટાડી શકાય છે:-** ધંધાકીય એકમના કેટલાક કાર્યો બહાર કરાવીને નિષ્ણાંત વ્યક્તિઓનો લાભ મેળવી શકાય છે. તેમના જ યંત્રો આધુનિક ટેકનોલોજીનો લાભ લઈ એકમના યંત્રોનો ખર્ચ, મરામતનો ખર્ચ, મજૂરીનો ખર્ચ, વહિવટી ખર્ચ અને અન્ય ખર્ચાઓ ઘટાડી શકાય છે.
૨. **કંપનીના (ધંધાના) મુખ્ય (ચાવીરૂપ) કાર્ય તરફ લક્ષ:-** રોજ બરોજના કાર્યાલયના કાર્યોનું આઉટ સોર્સિંગ કરાવીને સંચાલકોનાં સમય શક્તિ બચાવી એકમના મુખ્ય કાર્ય તરફ ધ્યાન આપી કંપનીને આર્થિક રીતે સદ્ધર બનાવી શકાય છે.



નોંધ

૩. **બહારના નિષ્ણાંતોનો લાભ:-** જે તે ક્ષેત્રના નિષ્ણાંત અધિકારીની નિમણૂક કરી તાલીમ આપી તેનો લાભ લેવો એ અતિશય ખર્ચાળ બને છે. જ્યારે તેવા જ બહારના નિષ્ણાંતોને કામ સોંપી તેમના જ્ઞાન અને માર્ગદર્શનનો લાભ મેળવી શકાય છે.
૪. **ગ્રાહકોની સતત બદલાતી જતી માંગને ધ્યાનમાં રાખવી:-** ઘણાં બી.પી.ઓ.ની સેવા પૂરી પાડતા સ્થાનિક કેન્દ્રો ગ્રાહકોની બદલાતી જતી માંગની માહિતી, તેમજ ગ્રાહકોને જે પ્રકારનો બદલાવની જરૂરિયાત છે તે મુજબની માહિતી કંપનીને સંયોજન, જોડાણ કે સંયુક્ત સાહસમાં ફેરફાર કરવા મદદ કરે છે.
૫. **કમાણીમાં વધારો:-** અતિ મહત્વની ન હોય તેવી પ્રવૃત્તિઓનું આઉટ સોર્સિંગ કરાય છે. કંપની તેનું વેચાણ અને બજાર હિસ્સામાં વધારો કરી શકે છે, નવી પેદાશોનો વિકાસ કરી શકે છે, નવા જ બજારમાં પ્રવેશી શકે છે. ગ્રાહકોની સેવાઓ અને સંતોષ વધારવામાં મદદરૂપ થાય છે.

૧૧.૩ નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગનો (Knowledge Process Outsourcing - KPO) અર્થ.

કે.પી.ઓ. એ ભારતમાં નવો જ ઉદ્ય પામતો અભિગમ છે. કે.પી.ઓ. એટલે નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ છે. કે.પી.ઓ. એ બી.પી.ઓ.નો સુધારેલ આવૃત્તિ સમાન છે. જૂની બી.પી.ઓ. પદ્ધતિમાં ગ્રાહકો કે ઓફિસને લગતા અત્યંત સામાન્ય કાર્યો જ બહારની દુનિયાને સોંપવામાં આવતા હતા. પરંતુ કે.પી.ઓ.માં અગત્યના કાર્યો બહારના નિષ્ણાંત વ્યક્તિઓ કે કંપનીઓ પાસે કરાવવામાં આવે છે. કે.પી.ઓ. જ્ઞાનને કે નિષ્ણાંત વ્યક્તિઓના ઉપયોગ પર પ્રકાશ ફેંકે છે. કે.પી.ઓ. એ ધંધાની એવી પ્રવૃત્તિઓને લક્ષ આપે છે કે જ્યાં નિષ્ણાંત વ્યક્તિઓની ખાસ જરૂર હોય, સંસ્થાને સામાન્ય કાર્ય કે પ્રક્રિયા પૂરી પાડવાને બદલે જ્યાં ઉચ્ચ જ્ઞાન, ટેકનોલોજી અને નિષ્ણાંતોની જરૂર હોય તેવી પ્રવૃત્તિ કે કાર્ય પૂરા પાડવામાં આવે છે. કે.પી.ઓ. એ બી.પી.ઓ.ના એક દરજ્જા કરતા આગળ છે. બી.પી.ઓ. પૂરા પાડતા ઔદ્યોગિક એકમો બરેબર નિષ્ણાંત કે જ્ઞાની વ્યક્તિને કાર્યશીલ અને બહુઉપયોગી બનાવવાનું કાર્ય કરે છે. બી.પી.ઓ. જ કે.પી.ઓ.ના અનેક લાભ અને ભવિષ્યના વિકાસના ફળ બક્ષવાનું કાર્ય કરે છે.

પરંતુ આપણે માત્ર B ની જગ્યાએ K ને જ મહત્વ આપીએ એવું નથી. નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ એ ઉચ્ચ મુલ્ય વૃદ્ધિ પ્રક્રિયા છે. જે ખુબ જ ઉચી ગુણવત્તા અને લાયકાત માંગી લેતી યોજના માટે છે. વ્યક્તિઓનામાં રહેલું ઉપયોગી જ્ઞાન અને અનુભવનો ઉપયોગ બહાર લાવવાની પ્રક્રિયા છે. જ્યારે આ





નોંધ

જ પ્રવૃત્તિ બહારથી મેળવવામાં આવે છે ત્યારે નવી જ ધંધાકીય પ્રવૃત્તિઓનો જન્મ થાય છે. અને આ જ પ્રવૃત્તિ નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ તરીકે ઓળખાય છે. કે.પી.ઓ. એ સેવાના મુલ્યાંકન અને મૂડી રોકાણના સંશોધનમાં, પેટન્ટ મેળવવામાં, કાયદાકીય અને વીમાના ક્ષેત્રે એકમને સેવા આપવામાં ઉપયોગી છે. કે.પી.ઓ. ને સરળ શબ્દોમાં કહેવું હોય તો જે અતિમહત્વના કાર્યો છે જેમાં નિષ્ણાંત અને અનુભવી વ્યક્તિઓના જ્ઞાનની જરૂર હોય તેવા કાર્યો બહારના નિષ્ણાત અને અનુભવી વ્યક્તિઓ કે સંસ્થાઓ પાસેથી કરાવવા.

નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ એ ઉચ્ચ કક્ષાના લક્ષ્યાંકો બહારની વ્યક્તિઓના ગૃપ (શક્ય છે કે જુદા જુદા ભૌગોલિક વિસ્તારમાં પ્રસારેલા હોય તેવા ગૃપ) પાસેથી કરાવવા. કંપનીના સામાન્ય કાર્યોમાં બી.પી.ઓ. વ્યવસ્થાતંત્રને ઉપયોગી બને છે. આગળની હરોળ ના ન હોય તેવા અને માહિતીની કોમ્પ્યુટરમાં એન્ટ્રી કરવાના કાર્યો કે જેમાં ઈંગ્લીશ ઉપર સામાન્ય પ્રભાવ હોય અને કોમ્પ્યુટરનું સામાન્ય જ્ઞાન જરૂરી બને છે. જ્યારે નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ એ બી.પી.ઓ.ની તુલનાએ વધુ જટિલ અને વધુ મુલ્યવર્ધક હોય છે. વધુ અગત્યના કાર્યો માટે ઉપયોગી છે. કે.પી.ઓ. ના કાર્યો વધુ મુશ્કેલ ભર્યા અને ઉચ્ચ અભ્યાસ કે ખાસ પ્રમાણપત્ર ધરાવતા નિષ્ણાતો દ્વારા કરાવાય છે. ઉદાહરણ તરીકે એકાઉન્ટીંગ તૈયાર કરવું, બજાર અને કાયદાકીય સંશોધનો, વેબ ડિઝાઇન અને સંપર્ક સર્જન કરનારા હોય છે.

કે.પી.ઓ. અને બી.પી.ઓ. ઘણીવાર કંપનીઓ આઉટ સોર્સિંગ કરતા હોય છે. ઘણા ઉચા મુલ્યના કાર્યો સૌથી નીચા દરે રોજગારીનો દર હોય છે એવા રાષ્ટ્રોમાં કરાવવામાં આવે છે. કે.પી.ઓ દ્વારા પોતાના રાષ્ટ્રની આર્થિક સમૃદ્ધિમાં વધારો બી.પી.ઓ ના જેમજ કરે છે. ભારત જેવા રાષ્ટ્રો જ્યાં માનવવસ્તી - શ્રમનો પૂરવઠો વધુ છે તેવા રાષ્ટ્રો કે.પી.ઓ અને બી.પી.ઓ.ના ઉદ્યોગને વધુ મહત્વ આપી રહ્યા છે.

૧૧.૪ કે.પી.ઓ. ના ફાયદા

૧. કે.પી.ઓ. દ્વારા કરાવવાનો મુખ્ય ધ્યેય જે જટિલ અને ખાસ કાર્યદક્ષતાની ગણતરી અનિવાર્ય હોય તેવા જેવા કે પડતર પર અંકુશ, ઉચ્ચ સેવાઓ, ગુતવતા અને ઝડપ જરૂર હોય તેવા કાર્યો માટે કે.પી.ઓ. વધુ ઉપયોગી છે. આગળની હરોળના મહત્વના કાર્યો માટે સંચાલકો જ દ્વારા કરાતા હોવાથી પ્રત્યક્ષ કાર્યદક્ષતામાં વધારો થાય છે. જ્યારે પાછલી હરોળના કાર્ય માટે ઓછું મહત્વ આપતા ઉત્પાદન અને કાર્યદક્ષતામાં ઘટાડો થાય છે. જેથી પાછલી હરોળના કાર્યોનું આઉટ સોર્સિંગ કરાતા વ્યવસ્થાતંત્ર પૂનઃ સતત કાર્યરત થઈ ધ્યેય પૂર્ણ થઈ શકે છે.
૨. **ઉચ્ચ કક્ષાની કાય ક્ષમતા:**— સારી અને સક્ષમ સેવાઓ પૂરી પાડતા કે.પી.ઓ. એકમ પાસે પેકનોલોજી, લોકોમાં કાર્ય પદ્ધતિમાં કરેલ રોકાણ સાર્થક બને છે. નિષ્ણાતો રોકીને એક જ પ્રકારની સેવા અનેક ઉપભોક્તાઓ અથવા જરૂરિયાતમંદને પૂરી પાડીને તેવા કાર્યમાં નિષ્ણાત બને છે. આમ ટેકનોલોજીમાં રોકાણ અને નિષ્ણાતપણાના સંયુક્ત લાભ સેવા મેળવનાર કંપનીને



નોંધ

મળે છે. ટુંકમાં કંપનીને ઓછામાં ઓછા રોકાણ દ્વારા અદ્યતન ટેકનોલોજી અને નિષ્ણાનોની શ્રેષ્ઠ સેવા ઉપલબ્ધ બને છે.

૩. **રોકડમાં ગતિશીલતા:**— આઉટ સોર્સિંગ ઘણીવાર ઉપભોક્તાની મિલકતો સેવા પૂરી પાડનારને ફેરબદલ કરે છે. સાધનો, વિહીકલ્સ, સુવિધાઓ, પરવાના કે વર્તમાન સમયમાં ઉપયોગી છે તેવી વસ્તુઓ વેન્ડર – છૂટક વેપારીઓને વેચે છે. ફેરિયાઓ – વેન્ડર આ મિલકતો ગ્રાહકોને વેચે છે. વસ્તુના મુલ્યમાં દરેક મધ્યસ્થિ પોતાનું મુલ્ય વધારતો જાય છે. આ કથિત હેરફેર મુળ ગ્રાહકને રોકડમાં વધારો કરી આપે છે. જ્યારે આ મિલકત વેન્ડરને વેચવામાં આવે ત્યારે છાપેલી કિંમત પર વેચવામાં આવે છે જે સામાન્ય રીતે મુળ કિંમત કરતા વધુ હોય છે. અને આમ બે વ્યવહાર વચ્ચેનો તફાવતની રકમ વેન્ડરને અને મુળ ગ્રાહકને મળતો હોય છે.
૪. **સ્ત્રોતોનો મહત્તમ ઉપયોગ:**— દરેક ધંધાકીય એકમમાં હંમેશા ઉત્પાદનના સાધનોની મર્યાદા હોય છે. આઉટ સોર્સિંગ એકમને આવા સાધનોની મર્યાદા હોય છે. આઉટ સોર્સિંગ એકમને આવા સાધનોની અછત પરોક્ષ રીતે દૂર કરે છે. ખાસ કરીને માનવ સંસાધનો પૂરા પાડીને. ખાસ કરીને સામાન્ય પ્રવૃત્તિઓનું આઉટ સોર્સિંગ કરીને અતિમહત્વના કાર્યને ઝડપથી ગ્રાહકલક્ષી બનાવાય છે. એકમ આ માનવ સંપત્તિને કાર્ય સોંપણી કરીને કે કામદારોના જૂથનો ઉપયોગ વધુ મુલ્યવર્ધક બનાવવા પ્રતિનિધિ તરીકે ઉપયોગ કરે છે. જનશક્તિ જે આંતરિક શક્તિ હતી તેનો બાહ્યશક્તિમાં રૂપાંતર કરી ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો સંતોષે છે.
૫. **વિવિધ સમસ્યાઓનો ઉકેલ:**— આઉટ સોર્સિંગ એ સંચાલકીય સમસ્યાઓના ઉકેલ અને સમાધાનથી જરૂરિયાતનો વિકલ્પ છે. ખાસ યાદ રાખવું જોઈએ કેઆઉટ સોર્સિંગ કરતી કંપનીઓ જો કંપનીની જવાબદારીઓ બરાબર અદા ન કરતી હોય તો તેમને લાંબા સમય સુધી ચાલુ ન રાખી તેમની સેવા અટકાવી દેવામાં આવે છે. આથી કંપની એવી જ કંપનીઓને આઉટ સોર્સિંગ આપે છે કે જે કંપનીની સમસ્યાઓ મુળભૂત રીતે સમજે ને અને જો સમસ્યાઓ સમજવામાં નિષ્ફળ જાય તો તેમની સાથે વાર્તાલાપ કરી આઉટ સોર્સિંગમાંથી દૂર કરાય છે.
૬. **ધંધાના મુખ્ય કાર્ય પર ધ્યાન રાખવું:**— ધંધાકીય એકમના સામાન્ય કાર્યો બહાર આઉટ સોર્સિંગ કરાવીને પુર્ણ કરાતા હોવાથી સંચાલકોનો આ મહામુલ્ય સમય એકમના ખુબ જ જટિલ નિર્ણયો માટે એટલે કે એકમના સૌથી મહત્વના કાર્યો પર ધ્યાન કેન્દ્રીત કરે છે. સામાન્ય કાર્ય પરથી તેમની શક્તિ એકમના અસામાન્ય – અતિ મહત્વના કાર્યો ધ્યાન કેન્દ્રીત કરે છે. સંચાલકો પોતાના સ્ત્રોતોનો ઉપયોગ ગ્રાહકોના સંશોધનો – જરૂરિયાતો તરફ કેન્દ્રીત કરે છે.
૭. **નાણાકીય સ્ત્રોતોની શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ:**— વિશાળ ધંધાકીય એકમો વિશાળ પાયા પર મૂડી મેળવવા હરિફાઈનો સામનો કરવો પડે છે. અનુભવી સંચાલકો હંમેશા પોતાની મુડીનું રોકાણ કઈ નફાકારક યોજનામાં કરવું હંમેશ તેના વિશે જ વિચારતા હોય છે. એકમના સામાન્ય કાર્યોમાં રોકેલ મુડી નફાકારક છે કે



કેમ તે કહેવું મુશ્કેલ છે. જ્યારે અસામાન્ય – મહત્વના કાર્યોમાં મુડી રોકાણ ઉત્પાદનના કાર્યોમાં રોકાયેલી હોય કે સેવાના કાર્યોમાં પરંતુ તે પ્રત્યક્ષ રીતે જ નફાકારક રોકાણ છે કે કેમ? તે કહી શકાય છે. આજ અભિગમથી સામાન્ય – રોજ બરોજના કાર્યોનું આઉટ સોર્સિંગ કરીને મુડી રોકાણ ઘટાડી શકાય છે. આઉટ સોર્સિંગને કારણે એકમની નાણાકીય જરૂરિયાત ખુબ ઘટાડી શકાય છે અને આજ મુડીને મહત્વના કાર્યો – સંશોધનમાં રોકી ઈકિવટી પર વધુ નફો મેળવી શકાય છે.

૮. **પડતર અંકુશ:**— કંપની બધા જ કાર્યો જાતે કરવાનો અભિગમ રાખે એટલે કે કંપની ઉચ્ચ સંશોધનો, વિકાસ, બજાર પ્રક્રિયા અને અન્ય કાર્યો બધુ જ જાતે કરે તો અનેક ઘણો ખર્ચ વધી જાય છે અને આ બધા જ ખર્ચોનો ભોજ ગ્રાહક પર આવે છે. પરંતુ જે કાર્ય બહાર સસ્તા દરે કરાવી શકાતા હોય તેવા કાર્યો નીચા દરે બહાર કરાવીને ખુબ જ ખર્ચ ઘટાડી શકાય છે. જેનો સીધો જ લાભ ગ્રાહકોને મળે છે. આ ઉપરાંત ખુબ જ ઓછા મુડી રોકાણ આઉટ સોર્સિંગથી આધુનિક ટેકનોલોજી – ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચરનો લાભ નિષ્ણાતોનો લાભ, ક્રિયાત્મક લાભ મેળવી કંપની ખરેખર ખર્ચ પર અંકુશ મુકે છે. જે અન્યની તુલનામાં ખુબ ફાયદાકારક બને છે.

૯. **ઓછામાં ઓછા જોખમો:**— ધંધાકીય એકમના અસામાન્ય જોખમો મુડી રોકાણ સાથે જોડાયેલા હોય છે. બનાર, હરિફાઈ, નાણાકીય પરિસ્થિતિ, સરકારી નિયંત્રણો અને ટેકનોલોજી ઝડપી પરિવત ન પામતા હોય છે. આ પરિબળો બદલાતા એકમના જોખમોનું પ્રમાણ વધે છે. ખાસ કરીને આવનાર સમયમાં આવા બદલાતા જતા પરિબળોમાં નાણાકીય જરૂરિયાતો મેળવવી મુશ્કેલ હોય છે. તેમ છતાં આઉટ સોર્સિંગની સેવા પૂરી પાડતા એકમો ધંધાકીય એકમની નાણાકીય જરૂરિયાતો ઘટાડે છે. પરિણામે એકમના મુડી રોકાણના જોખમો વિભાજિત થાય છે. જેથી એક ચોક્કસ કંપનીના જોખમોનું પ્રમાણ ઘટે છે.

૧૧.૫ કે.પી.ઓ (નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ) અને બી.પી.ઓ (બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ)નો તફાવત

નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગના ઉદ્યોગો એ બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગથી તદ્દન ભિન્ન છે. કે.પી.ઓ.માં ચોક્કસ લાયકાત ધરાવતા અનુભવી નિષ્ણાતની અનિવાર્યતા છે. કે.પી.ઓ.ની સેવા આપતા નિષ્ણાતો ઉચ્ચ શિક્ષણ અને અનુભવનો નિયોડ હોય છે. જ્યારે બી.પી.ઓ.ના ઉદ્યોગએ સામાન્ય કાર્યો મોટા જથ્થામાં અને પ્રમાણમાં ઓછા સરળ કાર્યો સાથે જોડાયેલા છે. બી.પી.ઓમાં મજૂરીનું કામ વધુ તેમજ ઓછી લાયકાત ધરાવતા કર્મચારીઓની જરૂરિયાત હોય છે. જ્યારે કે.પી.ઓ.માં નિર્ણયશક્તિની જરૂરિયાત વધુ અને જે તે ક્ષેત્રમાં વિશિષ્ટ જ્ઞાનની જરૂરિયાત છે. જેમ કે વકિલ, ડૉક્ટર્સ અને એન્જીનિયર જેવા વિશિષ્ટ નિષ્ણાતોની જરૂરિયાત છે. કે.પી.ઓ અને બી.પી.ઓની તુલના ખર્ચની દ્રષ્ટિએ પણ કરી શકાય. કે.પી.ઓના કાર્યમાં રોકાયેલ કર્મચારીઓનું પગાર

ઘોરણ બી.પી.ઓ કરતા ખુબ જ વધુ હોય છે. કારણ કે કે.પી.ઓ.ની સેવા આપણા નિષ્ણાતો ઉચ્ચ ગુણવત્તા ધરાવતા એન્જીનીયર, ડૉક્ટર, સી.એ., વકીલ વગેરે હોય છે. બી.પી.ઓ. ગ્રાહકોને લાભ, સેવાઓ, ટેકનીકલ સપોર્ટ અવાજ દ્વારા, ટેલી માર્કેટીંગ વેચાણ વગેરે જેવી સેવાઓ પૂરી પાડે છે. જ્યારે કે.પી.ઓ. ખુબ જ જ્ઞાનની જરૂરિયત હોય તેવી સેવાઓ, નિષ્ણાતોની સેવા અને જ્યાં ચર્ચા – વિચારણા માંગીલે તેવા ક્ષેત્રો જેવા કે કાયદાકીય સાહ સૂચનો, ધંધાકીય તક અને બજાર સંશોધન વગેરે. બી.પી.ઓ.માં વ્યવહારિક, ધંધાકીય સમજ અને મગજ નિર્ણયોનો અમલ કરી શકે તે જરૂરી છે. બી.પી.ઓ.માં કર્મચારીઓ વધુ લાયકાત ધરાવતા હોવા ન જોઈએ. જે માત્ર માહિતી સંચારના સાધનોની ઉપયોગિતા સમજતો હોવો જોઈએ. જ્યારે કે.પી.ઓ.ના કર્મચારીઓ પાસે વિશિષ્ટ કોશલ્ય અને જે તે ક્ષેત્રમાં વિશિષ્ટ લાયકાત – જ્ઞાન અને અનુભવ અનિવાર્ય છે. આથી જ કે.પી.ઓ.ના કર્મચારીઓ પાસે ઉચ્ચ શિક્ષણનું શ્રેષ્ઠ જ્ઞાન હોવું જોઈએ.



નોંધ



૧૧.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. ખાલી જગ્યા પૂરો.
 ૧. આઉટ સોર્સિંગ દ્વારા વસ્તુનું સરળ રીતે ઉત્પાદન કરી શકાય છે કે જે સામાન્ય રીતે,, ગુણધર્મો ધરાવતુ હોય છે.
 ૨. કે જ્યાં ગ્રાહકો પોતાનું કાર્ય વિવિધ સ્થળે પૂર્ણ કરવા મોકલતા હોય છે.
 ૩. કંપનીના દસ્તાવેજો કાગળ પરના માધ્યમથી ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમમાં રૂપાંતર કરવાની પ્રક્રિયા એટલે
 ૪. બી.પી.ઓ. સામાન્ય રીતે બે જૂથમાં વહેંચાયેલ છે અને
૨. નીચેના વિધારનો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો.
 ૧. ઓફિસ કાર્ય પછીની પ્રક્રિયા માટે બી.પી.ઓ.ના કર્મચારીઓને કર્મચારીઓના સતત સંપર્કમાં રહેવું પડે છે.
 ૨. ઓફિસ કાર્ય પછીની પ્રક્રિયા માટે માહિતી સંચારની જરૂરિયાત કોલીંગ પ્રક્રિયા કરતા વધુ હોય છે.
 ૩. કોલ સેન્ટરમાં સામાન્ય રીતે ગ્રાહકોને ભુતકાળની માહિતી અને હિસાબ અંગેની માહિતી આપવામાં આવે છે.
 ૪. કંપની આઉટ સોર્સિંગનું કાર્ય કઠીનાઈ અને દબાણપૂર્વક કરે છે.



૫. ઉત્પાદનમાં સ્થિરતા અને ચોક્કસાઈ રાખવા આઉટ સોર્સિંગનું કાર્ય આપવામાં આવે છે.
૩. બહુવિકલ્પમાંથી યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરી લખો.
૧. નીચેનામાંથી કયો લાભ કે.પી.ઓ. (KPO) દ્વારા મળતો નથી.
 - અ. સ્ત્રોતોના વૈકલ્પિક ઉપયોગ.
 - બ. સમસ્યાઓનું નિરાકરણ.
 - ક. મુખ્ય ધંધાકીય બાબતો પર ધ્યાન.
 ૩. વિવિધ સમસ્યાઓનું નિરાકરણ.
 ૨. કે.પી.ઓ.નું ફુલ ફોર્મ આપો.
 - અ. નોલેજ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ.
 - બ. નો પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ.
 - ક. નોલેજ પ્યોર આઉટ સોર્સિંગ.
 ૩. નોલેજ પ્રસેસ ઓવરસીસ.
 ૩. નીચેનામાંથી કયા તત્વની ગેરહાજરી હોય તો વસ્તુના ઉત્પાદનના આઉટ સોર્સિંગ કરી શકાય નહીં.

અ. આકાર	બ. કદ
ક. સ્વરૂપ	૩. કિંમત



તમે શું શીખ્યા?

બિઝનેસ આઉટ સોર્સિંગ એ એક પ્રકારનો કરાર છે કે ચોક્કસ કાર્ય, ચોક્કસ હેતુ જેવા કે પગાર પત્રક બનાવવા ત્રીજા પક્ષકારને સેવા પૂરી પાડવી. બી.પી.ઓ. એ સામાન્ય રીતે કંપનીના સામાન્ય કાર્યો બહાર બીજા પાસે કરાવીને બિનજરૂરી ખર્ચને ઓછા કરી શકાય. પરંતુ કંપનીના અતિ મહત્વના કાર્યો બી.પી.ઓ. દ્વારા ન કરાવી શકાય. બી.પી.ઓ.ના આધારથી જ આપણે બજારમાં અગ્રીમ સ્થાન જાળવી ન શકીએ. બી.પી.ઓ.ના હેતુઓ ખર્ચ ઘટાડવા, મુખ્ય ધંધા પર ધ્યાન રાખવા, નિષ્ણાતોની સેવાનો લાભ લેવા હોય છે. કે.પી.ઓ. ધંધાના અતિ મહત્વના કાર્યો કે જેમાં નિષ્ણાત વ્યક્તિઓની સેવાની જરૂરિયાત હોય, કે.પી.ઓ. ધંધાના જે કાર્યોમાં નિષ્ણાત અનુભવી અને જટિલ જ્ઞાનની – આવડતની જરૂર હોય તેવા કાર્યોમાં કાર્યદક્ષ અને નિપૂણ વ્યક્તિઓ દ્વારા કાર્ય પુર્ણ કરાય છે. કે.પી.ઓ. આધુનિક ટેકનોલોજી દ્વારા ઉત્પાદન કાર્ય કરાવવાનો લાભ થાય છે. બજાર કે ઉત્પાદન

માળખાની શ્રેષ્ઠ સુવિધાનો લાભ લઈ શકાય છે. કઠીન કાર્યો સરળ રીતે પાર પાડી શકાય છે. મુખ્ય કાર્ય પર ધ્યાન કેન્દ્રીત કરી શકાય છે. લાંબા સમયનું મુડી ભંડોળ શક્ય બને છે. વગેરે લાભ કે.પી.ઓ. દ્વારા થાય છે. મુખ્ય તફાવત બંને વચ્ચેનો એ છે કે બી.પી.ઓ એ માનવના શારીરિક શ્રમને અને ઓછી લાચકાત કે ઓછા તાલિમ પામેલા કર્મચારીઓ દ્વારા કરાય છે. જ્યારે કે.પી.ઓ. ઉચ્ચ શૈક્ષણિક જ્ઞાન, નિષ્ણાતોની જરૂરિયાત જેવા કે વકીલ, ડૉક્ટર, વ્યવસાયિક સંચાલકો અને એન્જીનિયરની જરૂર રહે છે.



(સ્વાધ્યાય) – પ્રકીર્ણ સ્વાધ્યાય

૧. તમે આઉટ સોર્સિંગમાં શું સમજ્યા? સમજાવો.
૨. બિઝનેસ આઉટ સોર્સિંગ એટલે શું? તેના લાભ જણાવો.
૩. નોલેજ બિઝનેસઆઉટ સોર્સિંગ એટલે શું? તેના લાભ જણાવો.
૪. બિઝનેસ પ્રોસેસ આઉટ સોર્સિંગ અને નોલેજ આઉટ સોર્સિંગ વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.



પાઠગત પ્રશ્નોના ઉત્તર

૧૧.૧

૧. ૧. આકાર, કદ, સ્વરૂપ ૨. ઓફ શોરીંગ
૩. માહિતી – ડેટા એન્ટ્રી જોબ
૪. ઓફિસ પહેલાના અને ઓફિસ પછીનાં કાર્યો
૨.
૧. ખોટું, ૨. ખોટું, ૩. સાચું, ૪. ખોટું, ૫. સાચું
૩.
૧. ડ, ૨. અ, ૩. ડ



નોંધ

મોડ્યુલ – ૩

મહત્તમ માર્ક

૨૫

અભ્યાસના કલાક

૪૫

ખરીદ – વેચાણ અને વિતરણ

વર્તમાન વૈશ્વિક બજારમાં જથ્થાબંધ ઉત્પાદનને કારણે અસરકારક વિતરણ માર્ગો અપનાવવા પડે. આધુનિક ટેકનોલોજીના કારણે વેચાણ અને વિતરણ ક્ષેત્રે વિવિધ પદ્ધતિઓમાં આમુલ ક્રાંતિ આવેલ છે. અને વિશ્વ એક બજાર બન્યું છે. આજે એક દેશમાં ઉત્પન્ન થયેલ વસ્તુ અને સેવાઓ ત્વરીત બીજા રાષ્ટ્રોમાં ઉપલબ્ધ બને છે. આ મોડ્યુલ એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવ્યું છે કે વિદ્યાર્થીઓ ધંધાકીય જગતમાં વસ્તુ અને સેવાના ખરીદ – વેચાણ અને વિતરણની પ્રક્રિયા સમજી શકે. જાહેરાત અને વેચાણ વૃદ્ધિની વિવિધ પદ્ધતિઓ અપનાવી શકે.

- | | | |
|----------|---|-----------------------------------|
| પાઠ – ૧૨ | : | ખરીદ અને વેચાણ |
| પાઠ – ૧૩ | : | વિતરણના માધ્યમો |
| પાઠ – ૧૪ | : | છૂટક વેપાર |
| પાઠ – ૧૫ | : | જાહેરાત |
| પાઠ – ૧૬ | : | વેચાણ, વૃદ્ધિ અને વ્યક્તિગત વેચાણ |



ખરીદ અને વેચાણ

તમારા રોજ બરોજના જીવનમાં તમારી જરૂરિયાતો અને ઈચ્છાઓ સંતોષવા માટે તમારે કેટલીક વસ્તુની જરૂર પડે છે. દા.ત. તમારે નાસ્તા માટે દૂધ અને બ્રેડની જરૂર પડે, પહેરવા માટે કપડાં, સવારી કરવા સાઈકલ, રોકગમુકત થવા માટે દવા તથા મનોરંજન માટે ફિલ્મ જોવાની જરૂર પડે છે. આ બધું તમે કેવી રીતે મેળવી શકો? આ બધી વસ્તુ બજારમાં વેચાણ માટે તૈયાર હોય છે. આ બધાની તમારે જેમ અને જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે તમે ખરીદી શકો છો. એ જ રીતે વ્યાપારમાં પણ વ્યાપારી સાહસોને ઉત્પાદન માટે કાચો માલ, યંત્ર સામગ્રી વગેરે ખરીદવા પડે છે. અને કાર્યાલય પરિસર માટે જમીન, મકાન (ઈમારત) ફર્નિચર, લેબન સામગ્રી, કોમ્પ્યુટર વગેરેની જરૂર પડે છે. સાથો સાથ વ્યાપારી સાહસો પોતાના ઉત્પાદનની માલસામગ્રી તથા સેવાઓ વેચવાનું પણ કામ કરે છે. આમ, આપણે આપણી આજુબાજુ ખરીદ અને વેચાણ જેવી આવશ્યક પ્રવૃત્તિઓ થતી જોઈ શકીએ. ચાલો આપણે આ પાઠમાં આ બધા વિષે વધુ શીખીએ.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે સમજી શકશો

- ખરીદ અને વેચાણની વ્યાખ્યા આપી શકશો.
- વ્યાપારમાં વેચાણની સંકલ્પન સમજાવી શકશો.
- ખરીદના વિવિધ પ્રકારો અને વેચાણની પદ્ધતિઓ વર્ણવી શકશો.
- વેચાણ પ્રક્રિયા અને તેમાં વેચાણ માટે વપરાતા દસ્તાવેજો વિષે સમજાવી શકશો.

૧૨.૧ ખરીદ અને વેચાણનો અર્થ

ખરીદી એવી પ્રક્રિયા છે જેના દ્વારા વ્યક્તિ પૈસા આપીને કેટલીક વસ્તુઓ કે સંપત્તિ બીજા પાસેથી પોતાના નામે કરી શકે છે. આમા પૈસા આપીને બીજાની પાસેથી સેવા મેળવવાનો પણ સમાવેશ થઈ જાય છે. એજ રીતે વેચાણ પણ એક એવી પ્રક્રિયા છે જેના દ્વારા માલસામાન કે સંપત્તિ એક માણસ પાસેથી રોકડા પૈસાના બદલામાં અથવા ઉધારથી બીજા માણસ નામે તબદીલ કરી શકાય છે. આમા પૈસા લઈને અપાતી સેવાઓનો પણ સમાવેશ થઈ જાય છે.



ખરીદ અને વેચાણ

આમ ખરીદ અને વેચાણ બંને સાથે સાથે જ ચાલે છે જ્યાં વેચાણ હોય ત્યાં ખરીદી અને ખરીદી હોય ત્યાં વેચાણ અવશ્ય હોય જ છે. આમ મૂળભૂત રીતે દરેક ખરીદ-વેચાણમાં બે પક્ષો હોય છે. એક પક્ષ જે વેચાણ કરે છે. તેને વેચાણકર્તા (વિક્રેતા) કહે છે. અને બીજો પક્ષ જે ખરીદી કરે છે તેને 'ખરીદનાર' (ગ્રાહક) કહેવાય છે.

ચાલો આપણે એક ઉદાહરણથી સમજીએ. રમેશ તમારા વિસ્તારમાં એક દુકાનદાર છે. તે મોટા શહેરમાં જઈને હોલ સેલ વેપારી પાસેથી રોકડેથી રેડીમેઈડ ઝલ્લા લઈ આવે છે. અહીં હોલસેલ વેપારી 'વેચાણકર્તા' છે. અને રમેશ ખરીદ કરનાર છે. રમેશ આ રેડીમેઈડ વસ્ત્રો પોતાની દુકાનમાં લાવે પછી તમે તેની દુકાને જઈને પૈસા આપીને એક શર્ટ ખરીદો છો. અહીં રમેશ વેચાણકાર છે અને તમે ખરીદદાર છો.



આમ, આપણે જોઈએ છીએ કે ખરીદ કરનાર માલ સામગ્રી કે સેવાઓ વેચાણકાર પાસેથી પૈસા આપીને પોતાના વપરાશ કે ઉપયોગ માટે ખરીદે છે અને વેચનાર પૈસા સ્વીકારે છે અને તેને ખરીદનાર ના પક્ષમાં જતા કરે છે. આ પ્રક્રિયામાં ખરીદ કરનાર કાં તો પૈસા તાત્કાલિક રોકડા ચૂકવી આપે છે અથવા પછી પાછળથી ગમે ત્યારે આપે છે.

ખરીદી અને વેચાણની સંકલ્પના:-

તમે જાણો છો કે વેપારીઓ અન્ય લોકોના ઉપયોગ માટે જ વસ્તુઓ અને સેવાઓનું ઉત્પાદન કરે છે. લોકો અમુક કિંમત આપી તે વસ્તુઓ કે સેવાઓ ખરીદે છે અને વેપારીઓ તેમની પાસેથી પૈસા કમાય છે. આ પૈસા વસ્તુઓ અને સેવાઓના ઉત્પાદનના ખર્ચ કરતાં વધારે હોય તે જરૂરી છે. આ રીતે કોઈ વેપારમાં (ઘન) (લાભ, નફો) કમાઈ શકાય છે. નફો એ વેપારીએ ઉઠાવેલા જોખમનું ઈનામ (વળતર) પણ છે અને તેમણે રોકેલી મૂડીનું વળતર પણ છે. આમ વ્યાપારી સાહસોએ કરેલ ચીજવસ્તુ કે સેવાઓનું ઉત્પાદન વેચાય તે જરૂરી છે. આમ ઉત્પાદનનું વેચાણ ખુદ વ્યાપારી સાહસના અસ્તિત્વ માટે તેમજ સમયની સાથે વૃદ્ધિ માટે પણ જરૂરી છે.

વસ્તુઓ કે સેવાઓને વેચાણક્ષમ બનાવવા માટે ઉત્પાદન શરૂ કરતા પહેલાં પણ કંઈક વિશેષ કરવાની આવશ્યકતા છે.

- ક. લોકોની જરૂરિયાતોને પ્રથમ ઓળખવાની અને નક્કી કરવાની જરૂર છે અને તેને અનુરૂપ માલ સામાન અને સેવાઓ ઉત્પન્ન કરવાની રૂપરેખા ઘડવી જોઈએ.
- ખ. ગ્રાહકને પોતે ખરીદેલી વસ્તીમાંથી હંમેશા સંતોષ મળવો જ જોઈએ અને તેથી ઉત્પાદન અને સેવાઓમાં સતત (નિરંતર) સુધારો થતો જાય તે જરૂરી છે.
- ગ. ઉત્પાદન કે સેવાઓ ગ્રાહકોને સરળતાપૂર્વક સુલભ અને તેનું પણ ધ્યાન રાખવું જોઈએ.
- ઘ. ઉત્પાદન કે સેવાઓની કિંમત ગ્રાહકોને પોસાય તેવી હોવી જોઈએ.

મોડ્યુલ - ૪

ખરીદ - વેચાણ અને વિતરણ



નોંધ



ચ. ઉત્પાદન અથવા સેવાઓ વિષેની જાણકારી અને તેના લાભો વિષેની જાણકારી વેચાણ પૂર્વે અને પછી પણ મેળવી જોઈએ.

ઉપરોક્ત તમામ કાર્ય (પ્રવૃત્તિઓ) ના સમૂહને વ્યાપારમાં બજાર પ્રક્રિયા કહેવાય છે. વેચાણ એ બજાર પ્રક્રિયાથી ભિન્ન છે છતાં તેનો એક ભાગ છે.



૧૨.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

કોંસમાંથી યોગ્ય શબ્દ પસંદ કરી ખાલી જગ્યા પુરો.

૧. વેચાણ અને હંમેશા સાથે જ ચાલે છે.
(બજાર, બરીદી, દુકાન)
૨. દરેક બરીદ-વેચાણમાં વેચનારને પૈસા આપે છે.
(દુકાનદાર, બરીદનાર, ઉત્પાદક)
૩. વેપારીઓ કમાય છે કારણ કે લોકો તેની વસ્તુઓ અને સેવાઓનું મુલ્ય ચૂકવે છે.
(નફો, પૈસા, અધિક)
૪. ગ્રાહકને પોસાય તેવી કિંમતે વસ્તુઓ આપવી તે પ્રક્રિયાનો એક ભાગ છે.
(વેચાણ, બજાર, વિતરણ)
૫. એવી બધી પ્રવૃત્તિઓ કે જે ચીજવસ્તુઓ અને સેવાઓના પ્રવાહને ઉત્પાદકથી ઉપભોક્તા તરફ વાળે તે જો જ એક ભાગ છે.
(વિતરણ, પરિવહન, વેચાણ)

૧૨.૨ રોકડ અને શાખ પર બરીદી અને વેચાણ

૧૨.૩ બરીદીની પદ્ધતિઓ

બરીદી અને વેચાણની થોડીક જાણકારી મેળવ્યા બાદ ચાલો આપણે હવે ચીજ વસ્તુઓ બરીદતી વખતે ઉપયુક્ત વિવિધ પદ્ધતિઓ વિષે શીખીએ વસ્તુઓની બરીદી યાતો તેમનું જાતે નિરીક્ષણ કરીને અથવા તો નમુનાનું પરીક્ષણ કરીને કરી શકાય છે. આ ઉપરાંત તેમના વર્ણનના આધારે અથવા તેમની બ્રાન્ડના નામના આધારે પણ કરી શકાય છે. ચાલો આ પદ્ધતિઓ વિષે વધારે જાણકારી મેળવીએ.

૧. **નિરીક્ષણ દ્વારા બરીદી:**— માનો કે તમારે બમીશ કે પેન કે શાકભાજી બરીદવા હોય તો તમે શું કરો ? તમે તમારી નજીકની કોઈ દુકાન પર રૂબરૂ જઈને બમીશ કે પેન કે શાકભાજીની જાતે તપાસ કરશો અને પછી બરીદશો. આ બરીદીની એક સર્વાવિધ પ્રચલિત રીત છે. જેને જાતે નિરીક્ષણ દ્વારા બરીદીની પદ્ધતિ કહેવામાં આવે છે. તેમાં બરીદનાર પોતે વેપારી પાસે જાય છે અને જે વસ્તુ બરીદવાનું પોતે નક્કી કર્યું હોય તેનું અથવા વસ્તુઓના સમગ્ર જથ્થાનું જાતે નિરીક્ષણ કરે છે. આ બરીદ પદ્ધતિ મોટેભાગે છૂટક બરીદીમાં વપરાય છે.
૨. **નમુના દ્વારા બરીદી:**— જ્યારે તમારે જથ્થાબંધ બરીદી કરવી હોય ત્યારે બરીદવાના સંપૂર્ણ જથ્થાની ચકાસણી કરવી શક્ય નથી. ત્યારે તમે નમુના કે તરાહ (પ્રતિરૂપ)ની તપાસ કરીને કઈ વસ્તુ બરીદવી તે નક્કી કરો છો. નમુનો વસ્તુની પ્રતિકૃતિ હોય છે, ખાસ કરીને કાચો માલ કે ખાદ્ય પદાર્થની. આ નમુનો સમગ્ર ઉત્પાદનના પ્રતિનિધિરૂપ હોય છે. તેની ગુણવત્તા તે પૂરા જથ્થાની ગુણવત્તા દર્શાવતી હોય છે. એ જ રીતે પેટર્ન (છાપ) એ પ્રમાણભૂત ઉત્પાદિત વસ્તુનો નમુનો (પ્રતિકૃતિ) હોય છે. જેમ કે કાપડ કે હાથી (નાળિયેર ના તાંતણા -છાલકા)નું ગાદલું વગેરે. તે સમગ્ર ઉત્પાદનના રંગ, બનાવટ (પોત, વણાટ) વગેરે દર્શાવે છે. કેટલીકવાર તેની ઉપર કોડનંબર પણ દર્શાવેલ હોય છે. બરીદીનો ઓર્ડર આપતી વખતે કોડનંબરનો પણ ઉપયોગ કરી શકાય. બંને પક્ષો એ વાત સ્વીકારે છે (સહમત થાય છે, કબુલ થાય છે) કે સમગ્ર જથ્થો (પૂરવઠો) નમુના (છાપ) પૂમાણેની જ ગુણવત્તા ધરાવે છે.
૩. **ઉત્પાદનની બ્રાન્ડ અથવા વિવરણ દ્વારા બરીદી:**— અમુક કિસ્સામાં વેપારી સંભવિત ગ્રાહકને વસ્તુનો નમુનો પણ દર્શાવી શકતો નથી. દા.ત. કોઈ ફર્નિચરનું ઉત્પાદન કરનાર પોતાનું ફર્નિચર લઈને ગ્રાહકને દેખાડવા માટે સંભવિત ગ્રાહકની શોધમાં ભટકી શકતો નથી. તો આને બદલે તે શું કરશે ? તે વેચાણ માટે રજૂ થયેલા માલસામાનના વિવરણ અને કિંમત સહિતની યાદી (સૂચિપત્ર) પોતાની સાથે લઈ જશે. ક્યારે ચીજવસ્તુ પ્રમાણભૂત ઉત્પાદન હોય છે. તેની ગુણવત્તા અને કિંમત ચોકકસ નિર્ધારિત હોય છે. કેટલીકવાર તેમને નંબર કે નામ આપવામાં આવે છે. કેટલીકવાર આ નામો બ્રાન્ડ (માર્કો) તરીકે પ્રચલિત બની જતા હોય છે. જેમ કે ગોદરેજ, સ્ટોરવેલ, સર્ફ, ધારા, લાઈફબોય, ફેવિકોલ, પ્રેપ્સોડન્ટ વગેરે

મોડ્યુલ - ૪
બરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



આમાં ગ્રાહકે ખરીદી કરવા માટે બ્રાન્ડ નામ કે ઉત્પાદનનું વિવરણ દર્શાવી ઓર્ડર આપવાનો હોય છે.

૧૨.૪ વેચાણની પદ્ધતિઓ

અમુક વસ્તુ ખરીદતાં પહેલાં કેટલીકવાર આપણે વસ્તુ કેવી રીતે મેળવવી કે કઈ રીતે પૈસા ચુકવવા તેની આપણને ખબર હોતી નથી. જો આપણે વીજળીનો સામાન વેચનારની દુકાને જઈએ તો છૂટક વેપારી સામાન્ય રીતે એવી આશા રાખતા હોય છે કે આપણે તેને રોકડા પૈસા આપીશું અને આપણી પસંદગીની વસ્તુ લઈશું. હવે માનો કે કોઈ વસ્તુ ગ્રાહક ખરીદવા માંગતો હોય તે જરા વધારે ખર્ચાળ વસ્તુ હોય. દા.ત. માર્કેટવેવ ઓવન તો ગ્રાહક સમગ્ર કિંમત એક સાથે ચુકવી ન શકે એમ બને.

તો વેપારી તેને અમુક રકમ તુરત ચુકવીને બાકીની રકમ માસિક હપ્તામાં ચુકવવાની છૂટ આપી શકે. વળી ક્યારેક તેમને રસ્તાની બાજુએ બેનર (પતાકા) લગાવેલી પણ જોવા મળે છે કે રવિવારે ફર્નિચરની હરાજી થશે. તમે તમારી પસંદગીની જણસ લેવા માટે હરાજીમાં બોણી લગાવી શકો. કેટલીક વાર રાજ્ય સરકારે બહાર પાડેલી નોટિસો (જાહેરાતો) પણ વાંચી હશે જેમાં સરકારે અમુક વસ્તુ પુરી પાડવા માટે વેપારીઓ પાસેથી ટેન્ડરો / ભાવપત્રકો મંગાવ્યા હોય. આ બધી જ વેચાણની પદ્ધતિઓ છે. હવે આપણે આ બધી પદ્ધતિઓની વિગતવાર ચર્ચા કરીશું.

૧. ભાડની ખરીદ પદ્ધતિ:-

ભાડા ખરીદ પદ્ધતિમાં ખરિદકિંમત હપ્તાઓમાં ચુકવવાની જોગવાઈ હોય છે. છતાં જ્યાં સુધી તમારા હપ્તા ચુકવાઈ ન જાય ત્યાં સુધી વસ્તુને ભાડાની વસ્તુ જ ગણવામાં આવે છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો ભલે માલનું વિતરણ ગ્રાહકને કરી દેવામાં આવે છતાં તેનો માલિકી હક વેપારી પાસે જ રહે છે. અને ગ્રાહક જે રકમ ચૂકવે તે વસ્તુ ભાડે લીધેલાનું મુલ્ય ગણવામાં આવે છે. જો ગ્રાહક કોઈ હપ્તો ન ભરી શકે તો વેપારી તે વસ્તુ પાછી આપવાની માંગણી કરી શકે છે. એટલું જ નહીં. ચુક કરનાર ગ્રાહક ઉપર પોતાને થયેલા નુકસાન બદલ કાનુની દાવો પણ માંડી શકે છે. અહીં એક વસ્તુ ખાસ નોંધવી જોઈએ કે ગ્રાહક હપ્તાની સમયાવધિ દરમિયાન ગમે ત્યારે કુલ રકમ ચૂકવી દઈને વસ્તુની ખરીદી કરી માલિકી ધરાવવાનો અધિકાર ધરાવે છે. આવી જાતની ખરીદી મોટે ભાગે ઘર, પ્લાન્ટ (કારખાનું), યંત્ર સામગ્રી જેવી ટકાઉ અને બહુમૂલ્ય વસ્તુ માટે વાપરવામાં આવે છે.

૨. વેચાણની વિલંબિત હપ્તા યોજના:-

જ્યારે વસ્તુઓ વેચવામાં આવે અને ચૂકવણું હપ્તામાં કરવાનું નકકી કરવામાં આવે ત્યારે તેને વેચાણની વિલંબિત હપ્તા યોજના તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આવા કિસ્સામાં જો ગ્રાહક કોઈ હપ્તાની ચુકવણીમાં કસુરવાર થાય તો પણ વેપારી પોતાની વસ્તુ પાછી આપવાની માંગણી કરી શકતો નથી. કારણ કે જ્યારે પ્રારંભિક ચુકવણું થાય

અને વસ્તુ વેચાય ત્યારે જ વસ્તુની માલિકીનો હક ગ્રાહકને મળી જાય છે. બહુ બહુ તો વેપારી બાકીની લેણી સામે ન્યાય અદાલતમાં ગ્રાહક સામે દાવો દાખલ કરી શકે.

૩. સંમતિથી વેચાણ:-

સંમતિથી વેચાણ મૂળભૂત રીતે શરતી વેચાણ છે. આ પ્રકારના વેચાણમાં રકમ ચૂકવી આપતાં ગ્રાહકને વસ્તુ એવી સમજણ સાથે આપવામાં આવે છે કે ખરીદનાર અમુક નિર્ધારિત સમય મર્યાદામાં વસ્તુ (સમગ્ર જથ્થો કે તેનો અમુક ભાગ) વેપારીને પરત કરી પોતે ચૂકવેલી રકમ અમુક સમય સુધીમાં પરત કરવાનો દાવો કરી શકે છે. જો વસ્તુ ગ્રાહકની જરૂરિયાતો સંતોષી ન શકે તો આમ થઈ શકે છે. જો નિર્ધારિત સમયમાં ગ્રાહક વેપારીને જાણ ન કરે તો વસ્તુ વેચાઈ ગઈ છે એમ માની લેવામાં આવે છે. ક્યારે આ વેચાણ પદ્ધતિમાં અમુક ફેરફારો પણ કરવામાં આવે છે. માલ ગ્રાહકને સંમતિથી મોકલવામાં આવે છે. તેમાં એવી સમજણ હોય છે કે સંમતિ સૂચવવા માટે ગ્રાહક પેસા ચૂકવી આપે અથવા કોઈપણ જાતના દેણા (ઋણ) વગર વસ્તુ પાછી આપે.

૪. ટેન્ડર દ્વારા વેચાણ:-

વેચાણની આ પદ્ધતિ સામાન્ય રીતે મોટા સંગઠનો કે સરકાર દ્વારા અત્યંત મોટા પાયા ઉપર થતી ખરીદીના કિસ્સામાં જોવા મળે છે. જેમાં જરૂરી માલનો જથ્થો પણ અત્યંત વિશાળ માત્રામાં હોય છે અને ચૂકવવાની રકમ પણ અતિશય મોટી હોય છે. ટેન્ડર (નિવિદા) એક બાંહેધરી છે. જેમાં દશા વેલી શરતો પ્રમાણે માલસામાનનો પૂરવઠો પૂરો પાડવાનો હોય છે. વેચાણની આ પદ્ધતિમો ખરીદવા ઈચ્છનાર ટેન્ડરો મંગાવે છે. આની પાછળ એ આશય હોય છે કે જે માલ પૂરો પાડનાર વ્યક્તિની શરતો સૌથી વધુ સ્પર્ધાત્મક (વાજબી) અને સાનુકૂળ હોય તેની પસંદગી કરી શકાય. ટેન્ડરો મંગાવવા મોટેભાગે એક કે વધુ વર્તમાન પત્રોમાં જાહેરાત અથવા સૂચના પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. તેમાં માલની જરૂરી વિગતો સામેલ હોય છે. ઘણી વખત જાહેરાતના અનુસંધાને અરજી કરનારને ટેન્ડર મોકલવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે ટેન્ડર ભરનારે ટેન્ડર સાથે બાનાની રકમ ડોપોઝીટ તરીકે મોકલવાની હોય છે. આનાથી રસ ધરાવનાર પાર્ટીની ગંભીરતાની ખાતરી થાય છે. એક સામાન્ય પ્રચલિત રીતે મુજબ ટેન્ડરો સીલબંધ કવરમાં માંગવામાં આવે છે. જેથી જે તે પક્ષે મૂકેલી શરતો ખાનગી રહે અને તેની સાથે કોઈ પ્રકારના ચેડા ન થાય. સીલબંધ કવરો યોગ્ય સક્ષમ અધિકારીઓની હાજરીમાં ખોલવામાં આવે છે. અને સૌથી વધુ અનુકૂળ ટેન્ડર સ્વીકારવામાં આવે છે. ત્યાર પછી ટેન્ડરમાં જણાવેલી શરતોના આધારે તે ટેન્ડર મોકલનાર સાથે વિધિવત કરાર કરવામાં આવે છે.

૫. લિલામ (હરાજી) દ્વારા વેચાણ:-

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

ખરીદ અને વેચાણ

હરાજીથી વેચાણ એવું હોય છે કે અમુક વસ્તુઓ નિશ્ચિત તારીખે અને સમયે જાહેર સ્થળે વેચાણ માટે રજૂ કરવામાં આવે છે. જેથી લોકો તે વસ્તુ માટે બોલી લગાવી શકે. સૌથી ઉચી બોલી લગાવનારને વસ્તુ વેચવામાં આવે છે. હરાજી દ્વારા થતા વેચાણમાં વસ્તુ પ્રદર્શિત કરવામાં આવે છે અને એક આરક્ષિત (અનામત) કિંમત વેચનાર દ્વારા નક્કી કરવામાં આવે છે.



આ કિંમત લોકોને જણાવવામાં પણ આવે છે. અથવા ખાનગી પણ રાખી શકાય છે. ક્યારેક અમુક ઉભડ કિંમત પણ રાખવામાં આવે છે. તેનાથી બોલી શરૂ થાય છે. આને લઘુત્તમ કિંમત પણ ગણી શકાય જેનાથી નીચે વસ્તુ વેચવાની હોતી નથી. ખરીદવા ઈચ્છુક વ્યક્તિ દ્વારા જે બોલી રજૂ થાય તેને તેની માગણી ગણી લેવામાં આવે છે. અને જો તેની બોલી સૌથી ઉચી હોય તો વસ્તુ તેને વેચવામાં આવે છે અને તેની બોલી સ્વીકારવામાં આવે છે. એકવાર સ્વીકાર્યા પછી બોલી બોલનાર ફરી જઈ શકતો (પીછેહઠ કરી શકતો) નથી. તેણે કિંમત ચુકવીને વસ્તુ ન વેચવાનો અબાધિત અધિકાર હોય છે. હાલમાં તે હરાજીથી વેચાણ ઈન્ટરનેટ ઉપરથી કરવાનું પ્રચલિત બનતું જાય છે.

૬. નિકાલ (ધોવાણ) વેચાણ:-

તમે આવી જાહેરાતો વાંચી હશે. "ભવ્ય ક્વિલરયરન્સ સેલ, ૭૦ ટકા સુધી છુટ", "ઉનાળુ સેલ" અથવા "વાર્ષિક સેલ" વગેરે. આ વેચાણ મોટેભાગે વધારાના કે બિનજરૂરી સ્ટોકના નિકાલ માટે કરવામાં આવે છે. અને આને "નિકાલ વેચાણ" કહેવામાં આવે છે. કેટલાક વેપારીઓ સમયે સમયે આવા વેચાણ યોજતા હોય છે. સ્ટોક ખાલી કરવા માટે ભારે વળતર જાહેર કરતા હોય છે.

ભાડા ખરીદ પદ્ધતિ અને વિલંબિત હપ્તા પદ્ધતિમાં આ પ્રમાણે તફાવત છે.

વિલંબિત હપ્તા પદ્ધતિ

૧. તે ખરી રીતે એક વેચાણકાર છે.
૨. પ્રારંભિક રકમ ચૂકવતાંની સાથે જ વસ્તુની માલિકીનો હક ગ્રાહકને મળી જાય છે.
૩. ચૂકવણમાં ખામી આવે તો વેપારી ખરીદનાર ઉપર બાકીની રકમ માટે કાનૂની કાર્યવાહી કરી શકે છે. પણ વસ્તુનો કબ્જો

ભાડા ખરીદ પદ્ધતિ

૧. તે મુખ્યત્વે વસ્તુઓને ભાડાથી લેવાનો કરાર છે.
૨. માલિકીના હકો વેપારી પાસે રહે છે. અને ગ્રાહક વસ્તુ (પૂરા પૈસા ભરીને) ખરીદી લેવાનો વિકલ્પ અખત્યાર કરી શકે છે.
૩. ગ્રાહક ગમે તે તબક્કે વસ્તુ પાછી કરી શકે છે અને પૈસા ન ભરાય તો વેપારી પણ વસ્તુ પાછી લઈ શકે છે.

પાછો મેળવી શકતો નથી. એ જ રીતે ગ્રાહક પણ વસ્તુ પાછી આપીને ચૂકવણાની રકમ સરભર કરી શકતો નથી.



૧૨.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો ખરાં છે કે ખોટા તે દર્શાવો.

૧. હરાજી દ્વારા વેચાણમાં આરક્ષિત કિંમત હોવા છતાં વસ્તુઓ સૌથી ઉચી બોલી લગાવનારને વેચવામાં આવે છે.
૨. ભાડા ખરીદની વેચાણ પદ્ધતિમાં ગ્રાહક ગમે ત્યારે માલ પરત કરી શકે છે.
૩. સંમતિથી વેચાણ પદ્ધતિમાં ખરીદનારને આપેલ માલની કિંમત હંમેશા અગાઉથી ચૂકવવામાં આવે છે.
૪. બાનાની રકમ ટેન્ડર ભરનારાઓને ચૂકવવાની હોય છે. તે તેમની ટેન્ડર બાબતમાં ગંભીરતા દર્શાવે છે.
૫. નિકાલ વેચાણ વર્ષાઋતુની સમાપ્તિ પછી તુરત વસ્તુઓના વેચાણને કહે છે.

૧૨.૫ ચૂકવણીની પદ્ધતિઓ

વેચાણમાં ગ્રાહક કિંમતને બદલે માલ ખરીદવાનો પ્રસ્તાવ મૂકે છે અને વેપારી તે સ્વીકારે છે. અથવા વેપારી અમુક કિંમતે માલ વેચાવાનો પ્રસ્તાવ મૂકે છે અને ખરીદનાર તે સ્વીકારે છે. હવે માલની કિંમત તાત્કાલિક પણ ચૂકવવામાં આવે છે અને પાછળથી પણ ચૂકવી શકાય છે. આ રીતે સ્થગિત ચૂકવણી હપ્તાઓમાં પણ કરી શકાય છે. અથવા તો ઉધાર માટે નકકી કરેલી અવધિના અંતે એક સાથે પણ કરી શકાય છે.

૧. તાત્કાલિક ચૂકવણી:—

તાત્કાલિક ચૂકવણીમાં ખરીદનાર વેપારીને સંપૂર્ણ રકમ રોકડી ભરી આપે છે. અલબત્ત જો વેપારી માન્ય રાખે તો ગ્રાહક ચેક, ડ્રાફ્ટ, ક્રેડિટકાર્ડ કે ડેબિટકાર્ડ દ્વારા પણ ચૂકવણી કરી શકે છે. ખરેખર જો વેપારસ અને ગ્રાહક વચ્ચે કોઈ પ્રગટ (સ્પષ્ટ) કે અંતર્નિહિત (સુચિત) સમજણ થઈ ન હોય તો વેપારી ચેક દ્વારા કિંમત સ્વીકારવા બંધાયેલો નથી. છૂટક ખરીદ વેચાણ કે જેમાં નાની રકમ ચૂકવવાની હોય છે. તેમાં આનું પ્રચલન સામાન્ય રીતે હોય છે. દા.ત. કરિયાણું, શાકભાજી, તૈયાર કપડા વગેરે જેવી રોજિંદા ઉપયોગની વસ્તુઓના વેચાણમાં તુરત રોકડા પૈસા આપવામાં આવે છે.

૨. સ્થગિત હપ્તા યોજના:—

આખે "ખરીદો આજે અને પૈસા ચૂકવો પાછળથી" યોજના કહે છે. આ પદ્ધતિમા ગ્રાહક વેપારીને એક નાની રકમ ચૂકવીને વસ્તુનો કબજો મેળવે છે. જ્યારે બાકીની રકમ તે નિશ્ચિત સમયગાળામાં હપ્તાઓમાં ચૂકવે છે. આ હપ્તા એક નિશ્ચિત રકમના હોય છે જે



મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

ખરીદ અને વેચાણ

દરમાસે અથવા દર ત્રણ માસે નિયમિત રીતે ચૂકવવા પડે છે. આ ચૂકવણીમાં કુલ બાકી રકમ અને તેના ઉપરનું વ્યાજ સમાવિષ્ટ હોય છે. સામાન્ય રીતે જેમ જેમ હપ્તા ભરાતા જાય તેમ રકમ ઉપરનું વ્યાજ ઘટતું જાય છે. ક્યારે વેપારી વ્યાજ મુક્ત હપ્તા પણ સ્વીકારવા સહમત થાય છે. જો ખરીદનાર કોઈ હપ્તો ન ચૂકવી શકે તે વેપારી બાકી રકમ માટે દાવો માંડી શકે છે. ચાલો એક ઉદાહરણ લઈએ. વિનોદ એક સ્થાનિક દુકાને રંગીન ટી.વી. ખરીદવા ગયો. ટી.વી.ની કિંમત રૂ.૨૦૦૦૦/- હતી. સ્થગિત હપ્તા યોજના અન્વયે તેણે ૧૦ ટકા રકમ રોકડી તથા બાકીની રકમ ૧૦ વ્યાજ મુક્ત માસિક હપ્તામાં ચૂકવવાની હતી. આમ તેણે શરૂઆતમાં રૂ.૨૦૦૦/- રોકડા આપવા પડ્યા અને બાકીની રકમ માસિક રૂ.૧૮૦૦/-ના ૧૦ હપ્તે ચૂકવવાની હતી. હવે જો વિનોદ નિયમિત હપ્તા ન ચૂકવે તો વેપારી બાકીની રકમ માટે તેના ઉપર કોર્ટમાં દાવો દાખલ કરી શકે. આ પ્રકારની વેચાણ પદ્ધતિ મુખ્યત્વે ઓછી ટકાઉ અને ખરાનીત લાગતી વસ્તુઓના વેચાણમાં વધારે ઉપયુક્ત હોય છે.

૩. શાખની સમયાવધિના અંતે સ્થગિત ચૂકવણી:-

જ્યારે શાખ ઉપર વસ્તુ ઉધાર વેચવામાં આવે ત્યારે ગ્રાહકે વસ્તુની કિંમત નક્કી થયેલી સમયાવધિને અંતે ચૂકવવાની હોય છે. દા.ત. ત્રણ મહિના જો ખરીદનાર વહેલા પૈસા ભરી દે તો વેપારી તેને વિશેષ છૂટ (વળતર) આપી શકે છે. જે તે ભરતિયામાં નિર્ધારિત તારીખથી અગાઉ ચૂકવણી માટેની ચોખ્ખી રકમ તરીકે દર્શાવે છે.

૧૨.૬ વેચાણ પ્રક્રિયા

સામાન્ય રીતે આપણે બજારમાં જઈએ ત્યારે આપણે દુકાને દુકાને ફરીને વસ્તુની કિંમતની તપાસ કરીએ છીએ અને તેની ગુણવત્તાની તપાસ કરીને છેવટે આપણે આપણી પસંદગીની વસ્તુની ખરીદી કરવા નિર્ણય કરીએ છીએ. પણ જે ઉત્પાદકો કે વેપારીઓના ઉત્પાદન કેન્દ્રો કે વ્યાપાર કેન્દ્રો ખૂબ દુરના સ્થળોએ આવેલા હોય તેમની પાસેથી ખરીદી કરવાનું એટલું સરળ નથી હોતું. આ માટે ગ્રાહક (ખરીદનાર) તેમજ વેપારી (વેચનાર) એ અમુક પ્રક્રિયા અપનાવવી પડે છે. અને વ્યાપારી પ્રક્રિયા સમાપ્ત થાય તે પહેલાં તેને વિવિધ તબક્કાઓમાંથી પસાર થવું પડે છે. આ વિભાગમાં આપણે દેશની ભૌગોલિક સીમાની અંદર વસ્તુઓના ખરીદ-વેચાણ સાથે સંલગ્ન વિવિધ તબક્કાઓ વિષે અભ્યાસ કરીશું. આ પ્રક્રિયાનું જ્ઞાન તમને ગ્રાહક તરીકે કે વેપારી તરીકે પણ ઉપયોગી થશે.

વસ્તુઓના વેચાણની સામાન્ય પ્રક્રિયા જેને વેચાણનું રુટિન (નિત્યક્રમ) કહે છે તેમાં નીચેના સોપાન સામેલ છે.

૧. સંભવિત ખરીદનારની પુછપરછ:-

વેચાણ પ્રક્રિયાની શરૂઆત વસ્તુ ખરીદનાર દ્વારા સૌથી વધુ ઉપયોગી પ્રાપ્ત વેચાણકારથી થાય છે. તેમાં માલ પૂરો પાડવો, કિંમત અને માલની ગુણવત્તા વગેરે બાબતમાં પુછ-પરછ થાય છે. આ તપાસ છાપામાં જાહેરાત, બજારના અહેવાલ, ભાવપત્રક સુચિ વગેરે જેવા ગૌણ માહિતી સ્ત્રોતો દ્વારા થઈ શકે છે. જો કે છતાં સંપ્રાપ્તિનો ઉત્તમ

સ્ત્રોત નક્કી કરવા સામાન્ય રીતે પુછ-પરછ વેપારી કે ઉત્પાદક પાસેથી સીધે સીધી માહિતી મેળવવા માટે કરાતી હોય છે. મોટા મોટા વ્યાપારી ગૃહોમાં જ્યાં દરરોજ નિયમિત ખરીદી થતી હોય છે તે આ તો છાપેલા પુછ-પરછનાં ફોર્મ તૈયાર રાખે છે.

૨. સંભવિત ખરીદનારનો ભાવપત્રક આપવું:-

સંભવિત ખરીદનાર તરફથી પુછ-પરછનું ફોર્મ મેળવ્યા પછી વેપારી તેને જરૂરી માહિતી આપે છે. તેને ભાવપત્રક કહે છે. વેચાણ સંબંધી સૂચનાઓ તથા શરતો તેમજ કિંમત જે વેપારી ભાવપત્રકમાં દર્શાવે છે. તેમાં આગળ ભાવતાલ (ચર્ચા વિચારણા બોધ છોડ) ને અવકાશ હોય છે. વેપારીઓ પણ છાપેલા ભાવપત્રક વાપરે છે.

૩. ખરીદનાર પાસેથી ઓર્ડર મેળવવો:-

ઈચ્છુક ગ્રાહક ભાવપત્રકમાં દર્શાવેલ વેચાણની શરતો અને સૂચનાઓથી સંતુષ્ટ થાય તો તે વેપારીને વસ્તુ મોકલવા માટે ઔપચારિક ઓર્ડર મોકલે છે. ઘણીવાર ખરીદનાર ઓર્ડર માટેના તૈયાર છાપેલા ફોર્મ પણ રાખતા હોય છે.

૪. ઓર્ડરનો અમલ:-

ઓર્ડર મળ્યા પછી સામાન્ય રીતે વેચાણકાર તેની પહોંચ (મળ્યાની ખબર) મોકલે છે અને ઓર્ડરની સ્વીકૃતિ મોકલી આપે છે. જો ઓર્ડરનો અમલ તાત્કાલિક કરવાનો હોય તો સ્વીકૃતિ મોકલવી જરૂરી નથી. ઓર્ડર ઉપર મળ્યા તારીખ સહિત સિક્કો મારવામાં આવે છે. જો ખરીદનાર નવો હોય તો વિક્રેતા તેની શાખ (ઉધાર, આબરૂ)ની લાયકાત તેમજ આર્થિક સધ્ધરતાની તપાસ કરે છે. જો વેપારી તે તેની શાખ યોગ્યતાની બાબતમાં સંતોષ થાય તો તે તેને માલ વેચવાનું નક્કી કરે છે. નહીંતર વેચાણકાર પોતે ઓર્ડર સ્વીકારી શકે તેમ નથી તેવું જણાવતો ક્ષમાપના (દિલગીરી) દર્શાવતો પત્ર લખે છે. જો ઓર્ડર અપાયેલી વસ્તુ હાજર સ્ટોકમાં ન હોય તો ઉત્પાદનના સમયને લક્ષમાં રાખીને વિતરણની ચારીખ નક્કી કરવામાં આવે છે. ત્યાર પછી ઓર્ડરની એક નકલ ઉપર વિતરણની તારીખ નાખી ઉત્પાદન વિભાગમાં મોકલી આપવામાં આવે છે.

૫. ભરતિયું બનાવવું:-

ભરતિયામાં લેવડ-દેવડ, ખરીદ-વેચાણ વગેરેની તમામ વિગતો તેમજ ખરીદનાર પાસેથી વેપારીએ મેળવવાની રકમ સમાવિષ્ટ હોય છે. વિક્રેતા માલસામાનની સાથે જ આ ભરતિયું ખરીદનારને મોકલી આપે છે. તેની એક નકલ વેચાણકાર પોતે રાખે છે. તથા ઉત્પાદન વિભાગ અથવા ગોડાઉન (વખાર) અને હિસાબ ખાતાને પણ એક એક નકલ મોકલવામાં આવે છે.

૬. ગ્રાહકનું ખાતું ખોલવું:-

જ્યારે ભરતિયાની નકલ હિસાબ ખાતાને મળે ત્યારે ખાતાવહીમાં ગ્રાહકના નામનું ખાતું ખોલવામાં આવે છે. આ ખાતામાં વેચેલા માલની ભરતિયામાં દર્શાવેલી કિંમત શાખ (ઉધાર) અવધિની છૂટ અને ગ્રાહકે ભરપાઈ કરેલી રકમ નોંધવામાં આવે





નોંધ

છે. જો ગ્રાહકનું ખાતું અગાઉ ખોલાઈ ચુક્યું હોય તો તેમાં જ જરૂરી વિગતો ભરવામાં આવે છે.

૭. રવાનગી અને વિતરણ:-

માલ સામાન છૂટો કરવા માટે ગોદામ કે ઉત્પાદન વિભાગને હિસાબીખાતા તરફથી ભરતિયાની નકલ કે વિતરણની નોંધની નકલ કે બંનેની જરૂર રહે છે. આ રીતે છૂટો થયેલો માલ પછી પેકીંગ વિભાગમાં જાય છે. જ્યાં ઓર્ડર પ્રમાણે જ બધો માલ બરાબર છે કે નહીં તેની ચકાસણી કરાય છે. ત્યારપછી પેક થયેલા માલ ઉપર લેબલ લગાડીને તેને રવાનગી નોંધની એક નકલ ખરીદનારને મોકલવામાં આવે છે. આ નોંધના સૂચના નોંધ અથવા સૂચના પત્ર પણ કહે છે. તેમાં રવાના કરેલ માલનું સંપૂર્ણ વિવરણ હોય છે. વળી ગ્રાહકને પક્ષે તે માલની ડીલીવરી કેવી રીતે મેળવી શકે તે વિષે પણ સૂચન હોય છે. જો માલ રેલ્વે અથવા માર્ગવાહન વ્યવહાર (ટ્રક) દ્વારા મોકલવામાં આવ્યો હોય તો પરિવહન અધિકારીએ આપેલી પહોંચની પણ એક નકલ રવાનગી નોંધ સાથે જોડવામાં આવે છે.

૮. માલની ડિલીવરી લેવી:-

વેપારી પાસેથી રેલ્વે કે ટ્રકની રસીદ મેળવ્યા બાદ ગ્રાહક રેલ્વે કે માર્ગવાહન વ્યવહાર અધિકારી પાસેથી માલની ડીલીવરી મેળવે છે. ડીલીવરી લેતી વખતે ગ્રાહક કે તેના એજન્ટે માલની સંપૂર્ણ ચકાસણી કરી લેવી જોઈએ. જો માલને કોઈ (ક્ષતિ) નુકસાન પહોંચ્યું હોય તો તુરંત વાહન વ્યવહાર અધિકારીને જાણ કરીને તુરંત જ નુકસાની નો દાવો રજૂ કરી દેવો જોઈએ.

૯. હિસાબની પતાવટ:-

આ પ્રક્રિયાનું અંતિમ ચરણ છે. માલનું ચુકવણું કરવું. પૈસાનું ચુકવણું અગાઉ નક્કી કરેલી શરત મુજબ કરવાનું હોય છે. દેશના આંતરિક વ્યાપારમાં ભોટેભાગે ચુકવણું મનીઓર્ડર, ચેક, બેંક, ડ્રાફ્ટ, વિનિમયપત્ર, પ્રતિજ્ઞાપત્ર વગેરે દ્વારા થાય છે. ગ્રાહક નિયમિત હોય તો તેની સમગ્ર લેણી રકમ નિર્ધારિત કરવામાં આવે છે અને ગ્રાહકે લેવડ-દેવડને બદલે નિયમિત સમયાંતરે પૈસા ચૂકવવાના હોય છે. જો પૂરેપૂરી રકમ ચૂકવાઈ જાય તો હિસાબ પતી ગયેલો માનવામાં આવે છે. સમય સમય પર જે પૈસા મળે તેન રસીદ મોકલવામાં આવે છે. ઘણીવાર વેપારી હિસાબનું સામાયિક સ્ટેટમેન્ટ (પત્રક) મોકલે છે. તેમાં નીચેની વિગતો હોય છે.

- ક. વેચાણની તારીખ
- ખ. વેચેલમ માલની રકમ
- ગ. ગ્રાહક પાસેથી મળેલી કિંમત
- ઘ. ગ્રાહક પાસે બાકી નીકળતી રકમ

હવે તમે બરાબર સમજી ગયા હશો કે વસ્તુના વેચાણની પ્રક્રિયામાં વિવિધ સોપાનો સામેલ હોય છે.



નોંધ

૧૦. ભૂલોની સુધારણા:-

અત્યાર સુધી તમે શીખ્યા કે વ્યાપારી લેવડ-દેવડ ગ્રાહકની પુછ-પરછથી શરૂ થાય છે અને ખરીદેલ માલનો હિસાબ વેપારી સાથે તદ્દન પ્રશ્નો પતી જાય ત્યારે સમાપ્ત થાય છે. જો કે વેચનાર માલ મોકલતી વખતે અને ભરતિયું બનાવતી વખતે ખૂબ જ તકેદારી રાખે છે. છતાં પણ ક્ષતિ રહી જવાની સંભાવના હોય છે. આ ભૂલો "ઉધારપત્ર" (ડેબિટનોંધ) કે "જમાપત્ર" (ક્રેડિટનોંધ) દ્વારા સુધારી શકાય છે. ચાલો આપણે આ બંને નોટ (પત્ર) વિષે વિગતવાર સમજીએ.

જમાપત્ર:- એક દસ્તાવેજ કે ખરીદનારને જણાવે કે અમુક રકમ તેના ખાતામાં જમા લેવામાં આવી છે.

ઉધારપત્ર:- એક દસ્તાવેજ કે જે ગ્રાહકને જણાવે કે અમુક રકમ તેના ખાતે ઉધારવામાં આવી છે.



૧૨.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેની કોલમ 'અ' અને 'બ' ને યોગ્ય રીતે જોડો.

કોલમ 'અ'	કોલમ 'બ'
૧. ભાવપત્રક	(ક) અત્યારે ખરીદો પૈસા બાદમાં ચૂકવો
૨. ભરતિયું	(ખ) વેચાણની સંતોષકારક શરતો
૩. સ્થગિત હપ્તા યોજના	(ગ) ગ્રાહક સાથે વિસ્તૃત લેતી દેતીનું વર્ણન
૪. વિલંબિત ચુકવણું	(ઘ) ઓર્ડરનું પાલન કરવું
૫. ક્ષમાપત્ર	(ચ) વેચાણકારે મેળવવાની રકમ
૨. નીચેના પૈકી કયા વિધાનો ખરો છે અને કયા ખોટા છે ?
 ૧. ગ્રાહકનું ખાતું મુખ્યત્વે ગ્રાહકે ચૂકવેલા પૈસાનો હિસાબ રાખે છે.
 ૨. રવાનગી નોંધને સૂચનાપત્ર પણ કહે છે.
 ૩. જો હેરફેર દરમિયાન વસ્તુને નુકસાન થયું હોય તો ખરીદનાર તુરત જ ટ્રાન્સપોર્ટ અધિકારી સમક્ષ નુકસાનીનો દાવો રજૂ કરી દવો જોઈએ.
 ૪. વિક્રેતા જમાપત્ર દ્વારા ખરીદનારના ખાતામાં લખાયેલી વધારાની રકમની ભૂલ સુધારી લે છે.
 ૫. વેપારીએ મોકલેલ ઉધારપત્ર ગ્રાહકને જણાવે છે કે તેના ખાતામાં અમુક રકમ ઉધારવામાં આવે છે.
૩. વૈકલ્પિક પ્રશ્નો :



તમે શું શીખ્યા?

ખરીદી એક એવી પ્રક્રિયા છે જેના દ્વારા એક વ્યક્તિ પૈસા ચૂકવીને અમુક વસ્તુઓ કે મિલકતો વેચાણકાર પાસેથી પોતાનાનામે તબદીલ કરાવી શકે છે. વેચાણ એક એવી પ્રક્રિયા છે જેના દ્વારા અમુક વસ્તુ કે મિલકત એક વ્યક્તિ રોકડ કે શાખના બદલામાં અન્ય વ્યક્તિને હસ્તાંતરિત કરે છે. વેચાણ અને ખરીદી હંમેશા એક સાથે થાય છે.

એક વ્યાપારી પ્રક્રિયા તરીકે વેચાણમાં એવી તમામ પ્રક્રિયાઓનો સમાવેશ થઈ જાય છે કે જે ઉત્પાદક તરફથી ગ્રાહક તરફ માલ સામાન અને સેવાઓનો પ્રવાહ ચાલુ રાખે.

માલસામાન જાતે તપાસીને અથવા નમુનાના આધારે તેની પેટર્નની ચકાસણી કરીને અથવા તો બ્રાન્ડના માર્કા કે વર્ણનના આધારે ખરીદી શકાય છે. વેચાણની પદ્ધતિઓ છે : ભાડા ખરીદ પદ્ધતિ, વેચાણની વિલંબિત યોજના, સંમતિથી વેચાણ, ટેન્ડર દ્વારા વેચાણ, હરાજીથી વેચાણ અને નિકાલવેચાણ. ખરીદીનું ચુકવણું આટલી રીતે થાય - તાત્કાલિક ચુકવણી સ્થગિત હપ્તા યોજના, શાખ સમયના અંતે સ્થગિત ચુકવણી.

વેચાણની પ્રક્રિયાનાં સોપાન - પુછ-પરછ, ભાવપત્રક ઓર્ડર, ઓર્ડરનો અમલ, ભરતિયું બનાવવું, ગ્રાહકનું ખાતું ખોલવું, માલની રવાનગી અને વિતરણ, માલની ડીલીવરી લેવી (માલ મેળવી લેવો) અને છેવટે હિસાબની પતાવટ માલ મોકલવામાં કે ભરતિયું બનાવવામાં થયેલી ભૂલ જમાપત્ર અને ઉધારપત્ર દ્વારા સુધારી શકાય છે.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. 'ખરીદ' એટલે શું ?
૨. ઉત્પાદનના વેચાણમાં સંકળાયેલી પ્રવૃત્તિઓ જણાવો.
૩. 'હરાજી દ્વારા વેચાણ' નો અર્થ શો ?
૪. 'વિલંબિત હપ્તા યોજના' ને ચુકવણાના પ્રકાર તરીકે સમજાવો.
૫. માલ મોકલવામાં કે ભરતિયું બનાવવામાં થયેલી ભૂલો કેવી રીતે સુધારી શકાય તે વર્ણવો.
૬. વેચાણની વિલંબિત હપ્તા અને ભાડા ખરીદ પદ્ધતિની રીતો વચ્ચેનો તફાવત સ્પષ્ટ કરો.
૭. ઉત્પાદનની ખરીદીના પૈસા ચૂકવવા માટે કઈ વિવિધ પદ્ધતિઓ.
૮. ટેન્ડર દ્વારા વેચાણની પ્રક્રિયા સમજાવો.
૯. કોઈ ઉત્પાદન ખરીદવા માટેની વિવિધ પદ્ધતિઓ વર્ણવો.
૧૦. ઉત્પાદનના વેચાણ માટે અપનાવાતી વિવિધ પદ્ધતિ સમજાવો.
૧૧. ઉત્પાદનના વેચાણ માટેની પ્રક્રિયા જણાવો.



નોંધ

૧૨. વક્ર્યની સામાન્ય પ્રક્રિયાના ભાગ તરીકે ઓર્ડરનો અમલ થઈ ગયા બાદ કયાં પગલાં જરૂરી છે?



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૧૨.૧

- (૧) ખરીદી (૨) ખરીદનાર (૩) નફો (૪) બજાર
(૫) વેચાણ

૧૨.૨

- (૧) ખોટું (૨) ખરું (૩) ખોટું (૪) ખરું (૫) ખોટું

૧૨.૩

૧.

૧-(ખ), ૨-(ગ), ૩-(ક), ૪-(ચ), ૫-(ઘ)

૨.

૧. ખોટું ૨. સાચું ૩. સાચું ૪. ખોટું ૫. સાચું

૩.

૧-ખ, ૨-ક, ૩-ઘ, ૪-ખ, ૫-ઘ



જાતે કરો

જાતે કરો:-

- સમાચાર પત્રોમાં આવતી ટેન્ડરો મંગાવથી જાહેરાતો કાપીને સંગ્રહ કરો અને તેમાં રહેલી માહિતી વાંચો.
- જો તમારો કોઈ મિત્ર કે પશ્ચિવાર સભ્ય કોઈ ઓફિસમાં કામ કરતો હોય તો અને ઓફિસ માટે ફર્નીચર, લેખન સામગ્રી, કોમ્પ્યુટર વગેરે ખરીદવા કઈ પદ્ધતિ અપનાવવામાં આવે છે તે તેની પાસેથી જાણો.



વિતરણના માધ્યમો

શું તમે જાણો છો કે વ્યવસાય અધ્યયનની જે અભ્યાસ સામગ્રી અત્યારે તમારા હાથમાં છે તે દિલ્હી સ્થિત "નેશનલ ઇન્સ્ટીટ્યુટ ઓફ ઓપન સ્કૂલીંગ" (NIOS) (રાષ્ટ્રીય મુક્ત વિદ્યાલયી શિક્ષણ સંસ્થાન) ની મુખ્ય કચેરી ખાતે તૈયાર કરવામાં આવી છે ? આ સામગ્રી તમારી પાસે કેવી રીતે આવી ? તે તમારા અભ્યાસ કેન્દ્ર પાસેથી મળી ? તે તમે તે બજારમાંથી ખરીદી ? જો તમને તે તમારા અભ્યાસ કેન્દ્રોમાંથી મળી હોય તો જરા વિચાર કરો કે તે ત્યાં કેવી રીતે પહોંચી ? હકીકતમાં અભ્યાસ સામગ્રી છપાવ્યા બાદ રાષ્ટ્રીય મુક્ત વિદ્યાલયી શિક્ષણ સંસ્થાને (રામીવિરિપ્સ) તે તમારા અભ્યાસ કેન્દ્ર ઉપર મોકલી આપી. અને પછી તમે તે ત્યાંથી મેળવી એ જ રીતે જ અભ્યાસ સામગ્રી બજારમાં ઉપલબ્ધ છે તે વેપારીઓએ સીધી NIOS પાસેથી ખરીદેલી હોય છે અને પછી પુસ્તક વિક્રેતાઓ તે તમને વેચે છે. આમ NIOS દ્વારા પ્રકાશિત અધ્યયન સામગ્રી યાતો અધ્યયન કેન્દ્ર દ્વારા અથવા પુસ્તક વિક્રેતાઓ દ્વારા તમારી પાસે પહોંચી. એ જ રીતે આપણે દૈનિક જીવનમાં જે ચીજવસ્તુઓ કે સેવાઓનો ઉપભોગ કરીએ છીએ તે ઉત્પાદકો અથવા વિનિર્માતાઓ પાસેથી આવે છે અને કેટલાક લોકો દ્વારા આપણા સુધી પહોંચે છે. આ પાઠમાં આપણને જરૂરી એવી ચીજવસ્તુઓ અને સેવાઓ આપણા સુધી કેવી રીતે પહોંચે છે તે શીખીશું.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- વિતરણના માધ્યમોનો અર્થ સમજાવી શકશો.
- વિતરણના વિવિધ માધ્યમો ઓળખી શકશો.
- જથ્થાબંધ વેપારી તથા છૂટક વેપારોઓનાં કાર્યો વર્ણવી શકશો.
- જથ્થાબંધ વેપારી અને છૂટક વેપારી વચ્ચેનો તફાવત સમજી શકશો.

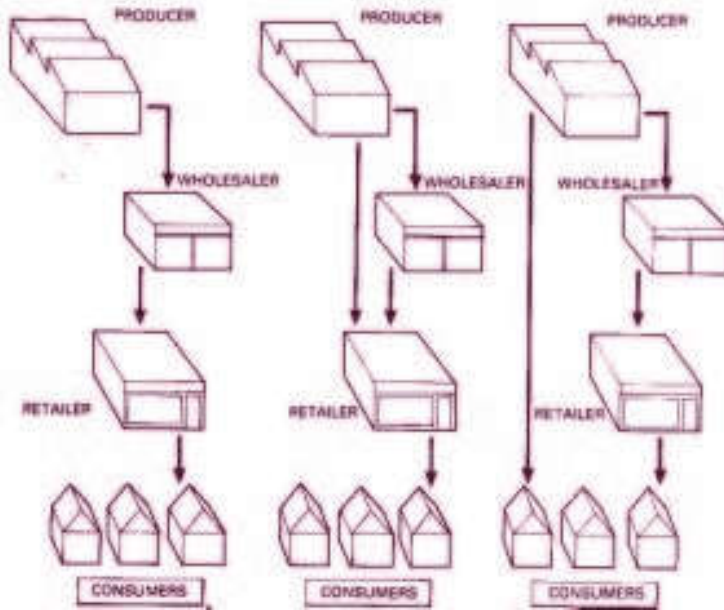
૧૩.૧ વિતરણ માધ્યમોનો અર્થ

તમે જાણો છો કે વેપારનો મુખ્ય ઉદ્દેશ દુર રહેલા ઉપભોક્તાઓને માલ પહોંચાડવાનો છે. જ્યારે વસ્તુઓ કે સેવાઓ ઉત્પાદક પાસેથી ઉપભોક્તા પાસે પહોંચે ત્યારે તેમણે વિવિધ લોકોના હાથમાંથી પસાર થવું પડે છે. ચાલો એક ઉદાહરણ લઈએ. શ્રીનગરના એક ખેડૂતને સફરજનની વાડી છે. એક વખત બધા સફરજન પાકી ગયા પછી તે દિલ્હીના એક

વિતરણના માધ્યમો

એજન્ટને તે તમામ સફરજન વેચી દે છે. એજન્ટ શ્રીનગરમાંથી સફરજન મેળવી લે છે પેક કરે છે અને નવી દિલ્હીની સબજીમંડી (શાકમાર્કેટ)ના એક જથ્થાના બંધ વેપારીને વેચી દે છે. પછી તે જથ્થાબંધ વેપારી સમગ્ર દિલ્હીમાં થોડા થોડા જથ્થામાં વહેંચીને છૂટક ફળ વેપારીઓને વેચી દે છે. અને છેવટે આપણે તે ફળ વેચનારાઓ પાસેથી જરૂરિયાત પ્રમાણે ખરીદીએ છીએ. આમ આપણે જોયું કે શ્રીનગરના ઉત્પાદક પાસેથી ઉત્પાદન ઉપભોક્તા પાસે પહોંચતા પહેલા એજન્ટ, જથ્થાબંધ વેપારી અને છૂટક વેપારી જેવા કેટલાક હાથોમાંથી પસાર થાય છે. આ બધાને મધ્યસ્થી કહેવાય છે. આ મધ્યસ્થીઓ એક બાજુ ઉત્પાદકો અને બીજી બાજુ ઉપભોક્તાઓ વચ્ચે બંનેને સાંકળતી કડી છે. તેઓ ખરીદવું, વેચવું, સંઘરવું, વગેરે કેટલીક ક્રિયાઓ કરે છે. આ મધ્યસ્થીઓ જ વિતરણ માધ્યમ બને છે. આમ વિતરણ માધ્યમો એવો માર્ગ છે જેના દ્વારા ચીજ વસ્તુઓ ઉત્પાદકોથી અંતિમ ઉપભોક્તાઓ સુધી પહોંચે છે.

જે માર્ગે માલ ઉત્પાદકો થી ઉપભોક્તાઓ સુધી પહોંચે છે. તેને વિતરણ માધ્યમ કહેવાય છે.



૧૩.૨ માધ્યમોના પ્રકાર

સામાન્ય રીતે માલસામાન અને સેવાઓ ઉપભોક્તા સુધી પહોંચતા પહેલાં કેટલાક હાથોમાંથી પસાર થાય છે. પણ કેટલીક વાર ઉત્પાદકો કોઈ મધ્યસ્થીને સામેલ કર્યા વગર સીધે સીધા ઉપભોક્તાઓને જ તેમનો માલ અથવા સેવાઓ વેચે છે. તેને પ્રત્યક્ષ માધ્યમ કહે છે. માધ્યમો બે પ્રકારના હોય છે, પ્રથમ પ્રત્યક્ષ માધ્યમ અને બીજું પરોક્ષ માધ્યમ.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

વિતરણના માધ્યમો

પ્રત્યક્ષ માધ્યમ માત્ર એક જ છે. ઉત્પાદકથી ઉપભોક્તા જ્યારે પરોક્ષ માધ્યમો ઘણા છે જેમ કે,

૧. ઉત્પાદક → એજન્ટ → જથ્થાબંધ વેપારી → છૂટક વેપારી → ઉપભોક્તા
૨. ઉત્પાદક → જથ્થાબંધ વેપારી → છૂટક વેપારી → ઉપભોક્તા
૩. ઉત્પાદક → એજન્ટ → ઉપભોક્તા
૪. ઉત્પાદક → જથ્થાબંધ વેપારી → ઉપભોક્તા
૫. ઉત્પાદક → છૂટક વેપારી → ઉપભોક્તા

વહેંચણીના સામાન્ય માધ્યમ

૧. પ્રત્યક્ષ માધ્યમ:-

આ માધ્યમમાં ઉત્પાદક પોતાનું ઉત્પાદન અને સેવાઓ સીધા ગ્રાહકને જ વેચે છે. ઉત્પાદક અને ઉપભોક્તા વચ્ચે કોઈ મધ્યસ્થ માણસ હોતા નથી. ઉત્પાદક ઉપભોક્તાઓને પોતાના સેક્સમેન દ્વારા ઘેર ઘેર માલ પહોંચાડી શકે અથવા તો પોતાના જ છૂટક સ્ટોર ઉપરથી માલ વેચી શકે. દા.ત. બાટા ઈન્ડિયા લિ., એચપીસીએલ, લિબર્ટી શૂઝ લિ. વગેરેને પોતાનું ઉત્પાદન ગ્રાહકોને વેચવા માટે તેમની પોતાની રિટેઈલ શોણ (છૂટક વેચાણની દુકાન) છે. એવાં કેટલાંક સેવા સંગઠનો પણ છે જે ઉપભોક્તાઓને. સીધેસીધી પોતાની સેવાઓ પૂરી પાડે છે. બેંક, સલાહ કંપનીઓ, ટેલીફોન કંપનીઓ, યાત્રી-માલ-પરિવહન સેવાઓ વગેરે સેવા વિતરણના પ્રત્યક્ષ માધ્યમના ઉદાહરણો છે.

ઉત્પાદક → ઉપભોક્તા

૨. પરોક્ષ માધ્યમ:-

જો ઉત્પાદક વિશાળ પાયા ઉપર ઉત્પાદન કરતો હોય તો તે પોતાનો માલ સીધો ઉપભોક્તાને વેચી શકે એવું ન બને આથી તે પોતાનો માલ મધ્યસ્થી દ્વારા વેચે છે. આ મધ્યસ્થી જથ્થાબંધ કે છૂટક વેપારી પણ હોઈ શકે. જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદકો પાસેથી બહુમોટા પાયે માલ ખરીદે છે. જ્યારે છૂટક વેપારી ઉત્પાદક અથવા જથ્થાબંધ વેપારી પાસેથી માલ ખરીદે છે અને અંતિમ ઉપભોક્તાને તેની જરૂરિયાત પ્રમાણે માલ વેચે છે. વિતરણ પ્રક્રિયામાં જ્યારે મધ્યસ્થીઓ સામેલ હોય ત્યારે તેને વિતરણનું પરોક્ષ માધ્યમ કહે છે.

ઉત્પાદક → છૂટક વેપારી → ઉપભોક્તા

સામાન્ય રીતે આખરી ઉપભોક્તાને માલ વેચવાનું આ સર્વસામાન્ય માધ્યમ છે. જથ્થાબંધ વેપારી દ્વારા માલ વેચવાનું ખાદ્યાન્ન, મસાલા વાસણ અને ખાસ કરીને નાના કદની વસ્તુઓ વગેરેમાં વધારે અનુકૂળ રહે છે.

વિતરણના માધ્યમો

આ માધ્યમમાં ઉત્પાદકો એક કે વધુ છૂટક વેપારીઓને માલ વેચે છે અને તેઓ આખરી ઉપભોક્તાને વેચે છે. આ માધ્યમો નીચેના સંજોગોમાં ઉપયોગ થાય છે.

૧. જ્યારે વસ્તુઓ સ્થાનિક બજારમાં વેચવા યોગ્ય હોય જેમકે – બ્રેડ, બિસ્કીટ, પેટિસ વગેરે
૨. જ્યારે છૂટક વેપારી મોટા ગજાનો હોય અને મોટા પાયે ખરીદી કરીને નાના એકમોમાં ઉપભોક્તાઓને વેચતો હોય.

ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર અને સુપર માર્કેટ આના ઉદાહરણો છે.

ઉત્પાદક → જથ્થાબંધ વેપારી → છૂટક વેપારી → ઉપભોક્તા



૧૩.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય શબ્દોથી નીચેના વિધાનો પૂર્ણ કરો.

૧. જે માગે વસ્તુઓ ઉત્પાદકથી આખરી ઉપભોક્તા સુધી પહોંચે છે તે તરીકે જાણીતો છે.
૨. છૂટક વેપારી જથ્થાબંધ વેપારી અને આખરી ઉપભોક્તા વચ્ચે માધ્યમ બને છે.
૩. જ્યાં વસ્તુઓ મધ્યસ્થીઓ દ્વારા વેચવામાં આવે તેને વિતરણનું માધ્યમ કહે છે.
૪. જ્યાં માલસામાન કોઈપણ મધ્યસ્થીની સેવા લીધા વગર સીધેસીધો ઉપભોક્તાને વેચવામાં આવે તેને માધ્યમ કહે છે.
૫. પ્રત્યક્ષ માધ્યમમાં ઉત્પાદકો ઉપભોક્તાઓને પોતાનો માલ પોતાના સેલ્સમેન દ્વારા ઘેર ઘેર પહોંચાડે છે અથવા તેમના પોતાના દ્વારા પહોંચાડે છે.

૧૩.૩ જથ્થાબંધ વેપારી તેમજ છૂટક વેપારી

જથ્થાબંધ તેમજ છૂટક વેપારીઓ મહત્વના મધ્યસ્થીઓ છે. જેઓ સામાન્ય રીતે માલને ઉત્પાદક તરફથી ઉપભોક્તા તરફ વહાવવામાં સરળતા કરી આપે છે. ચાલો આપણે તેમના વિષે વિગતવાર અભ્યાસ કરીએ.

૧. જથ્થાબંધ વેપારીઓ:—

જથ્થાબંધ વેપારી વિતરણ માધ્યમના અગત્યના મધ્યસ્થીઓ માહેતો એક છે. જે પુષ્કળ માત્રામાં વસ્તુઓનો વેપાર કરે છે. તેઓ ઉત્પાદકો પાસેથી જથ્થાબંધ માલ ખરીદે છે. અને તેનો નાનો નાનો (થોડો થોડો) હિસ્સો છૂટક વેપારીનો વેચે છે. ક્યારે વળી ઉપભોક્તા મોટા

મોડ્યુલ – ૪
ખરીદ – વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



પ્રમાણમાં ખરીદી કરે તો તે સીધો સીધો તેને જ માલ વેચે છે. તે સામાન્ય રીતે બહુ મર્યાદિત જાતની વસ્તુઓનો જ વેપાર કરે છે અને તે વસ્તુઓ એક વિશિષ્ટ શ્રેણીનું ઉત્પાદન હોય છે. જેમકે, લોહું, સ્ટીલ, કાપડ, કાગળ, વીજળીના ઉપકરણો વગેરે. ચાલો જથ્થાબંધ વેપારીની કેટલીક લાક્ષણિકતાઓ (ખાસિયતો) વિષે જાણીએ.

જથ્થાબંધ વેપારીની લાક્ષણિકતાઓ (વિશેષતાઓ):-

જથ્થાબંધ વેપારીઓની લાક્ષણિકતાઓ નીચે મુજબ છે

૧. જથ્થાબંધ વેપારીઓ સીધા ઉત્પાદક કે વિનિર્માતા પાસેથી માલ ખરીદે છે.
૨. જથ્થાબંધ વેપારીઓ મોટા પાયે માલ ખરીદે છે અને પ્રમાણમાં નાના નાના જથ્થામાં વેચે છે.
૩. તેઓ ઉત્પાદનની એક જ શ્રેણી (પ્રકાર, તરાહ)ની વિવિધ વસ્તુઓ ખરીદે છે / વેચે છે. દા.ત. એક જથ્થાબંધ વેપારી 'કાગળ'નો વેપાર કરે છે. તો તેણે તમામ પ્રમારના કાગળ, કાર્ડ બોર્ડ, કાર્ડ પેપર વગેરે રાખવા જોઈએ.
૪. તેઓ ઉત્પાદનના વિતરણ / વેચાણ માટે અનેક એજન્ટો રાખતા હોય છે.
૫. જથ્થાબંધ વેપારીઓએ વેપારમાં મોટા પાયા ઉપર મૂડી રોકાણ કરવું પડે છે.
૬. તેઓ સામાન્ય રીતે છૂટક વેપારીઓને ઉધાર વેપારની સગવડ આપે છે.
૭. તેઓ ઉત્પાદકો કે વિનિર્માતાઓને આર્થિક સહાય પણ પૂરી પાડતા હોય છે.
૮. તેઓ મોટેભાગે શહેર કે નગરના અમુક વ્યાપારી ક્ષેત્રમાં રહેતા હોય છે.

ઉદાહરણ તરીકે તમને એક વિસ્તારમાં કાપડના વેપારી બીજા વિસ્તારમાં પુસ્તક પ્રકાશક તો વળી કોઈ વિસ્તારમાં ફર્નીચરના વેપારીઓ જોવા મળશે.

જથ્થાબંધ વેપારીઓના કાર્યો:-

તમે હવે જથ્થાબંધ વેપારીઓનો અર્થ બરાબર સમજી ગયા છો અને તેમની વિશેષતાઓની પણ નોંધ લીધી છે. ચાલો હવે આપણે તેમના કાર્યો વિશે જાણીએ.

જથ્થાબંધ વેપારીઓ સામાન્ય રીતે નીચેના કાર્યો કરે છે.

૧. વસ્તુઓનો સંગ્રહ:- જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદકો કે વિનિર્માતાઓ પાસેથી ઢગલાબંધ માલ ભેગો કરે છે
૨. વસ્તુઓના સંગ્રહ ભંડાર:- જથ્થાબંધ વેપારી પુષ્કળ માલ ભેગો કરે છે અને તેનો વખાર (ગોદામ, સ્ટોર, હાઉસ)માં સલામત રીતે સંગ્રહ કરે છે. આ માલ વેચાઈ જાય ત્યાં સુધી સાચવવો પડે છે. જસ્ટી નાશ પામે તેવો માલ શીતાગાર/કોલ્ડ સ્ટોરેજમાં રાખવો પડે છે, જેમ કે ફળો, શાકભાજી વગેરે.
૩. વિતરણ:- જથ્થાબંધ વેપારી છૂટક વેપારીઓને માલ વેચે છે. આ રીતે તે વિતરણનું પણ કામ કરે છે.

૪. નાણાં (ધન) પ્રદાન:— જથ્થાબંધ વેપારીઓ ઉત્પાદકો અને વિનિર્માતાઓને અગાઉથી પૈસા મોકલી આપી આર્થિક સહાય પણ કરે છે. વળી તે છૂટક વેપારીઓને માલ ઉધાર પણ વેચે છે. આમ બંને બાજુએ જથ્થાબંધ વેપારી આર્થિક સહાય પૂરી પાડે છે
૫. જોખમ ઉઠાવવું:— જથ્થાબંધ વેપારીઓ ઉત્પાદકો પાસેથી તૈયાર માલ ખરીદીને તે વેચાઈ જાય ત્યાં સુધી વખારમાં રાખે છે. આમાં તેને વસ્તુઓની માંગમાં ઉત્પન્ન થતું પરિવર્તન, કિંમતમાં વૃદ્ધિ, માલ બગડી જવો કે નાશ પામવો વગેરે જોખમોનો સામનો કરવો પડે છે.
૬. પ્રમાણિકતા (ગિલટી):— જ્યારે એકસરખી ગુણવત્તાવાળો માલ ન હોય ત્યારે જથ્થાબંધ વેપારી ગુણવત્તાના ધોરણો નક્કી કરી માલનું વર્ગીકરણ કરે છે. આ ધોરણો માલની ગુણવત્તા, કદ અને વજનના આધારે કરે છે. માલનું પ્રમાણિકરણ કર્યા બાદ યોગ્ય જથ્થામાં માલનું પેકિંગ કરે છે. કેટલાક જથ્થાબંધ વેપારીઓ પોતાના નામની જ બ્રાન્ડ આપી બજારમાં વિતરણ કરે છે.
૭. કિંમત નિર્ધારણ:— વસ્તુનું વેચાણકિંમત જથ્થાબંધ વેપારી દ્વારા નક્કી થાય છે. જથ્થાબંધ વેપારી વસ્તુની કિંમત માલના પુરવઠા દ્વારા નક્કી કરે છે. જથ્થાબંધ વેપારીઓ બજારની પરિસ્થિતિ, વસ્તુની માંગ, લોકોની શોખ અને લોકોને જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે વસ્તુનો પુરવઠો પુરો પાડવાનું મહત્વ કાર્ય કરે છે.



૧૩.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

જથ્થાબંધ વેપારીઓ વિષેના નીચેના કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે તે જણાવો.

૧. તેઓ સીધા છૂટક વેપારીઓ પાસેથી વસ્તુ ખરીદી ઉપભોક્તાઓને વેચે છે.
૨. તેઓ સામાન્ય રીતે ઉત્પાદકો અને છૂટક વેપારીઓને શાખની સુવિધા આપે છે.
૩. તેઓ જથ્થાબંધ માલ ખરીદે છે અને વેચાય ત્યાં સુધી સલામત રીતે સંઘરી રાખે છે.
૪. જથ્થાબંધ વેપારીઓને પોતાના વેપાર માટે થોડીક મૂડીની જરૂર પડે છે.
૫. તેઓ ગ્રાહકની નજીક વિવિધ બજારોમાં ઠેર ઠેર રહેતા હોય છે.
૬. તેઓ વેચાણ માટે અનેક પ્રકારની વસ્તુઓ થોડી થોડી માત્રામાં ખરીદે છે.

૨. છૂટક વેપારીઓ:—

છૂટક વેપારીઓ જથ્થાબંધ વેપારીઓ પાસેથી અને ક્યારેક ઉત્પાદકો પાસેથી માલ ખરીદીને ગ્રાહકોને વેચતા હોય છે. તેઓ સામાન્ય રીતે નાની નાની દુકાનો દ્વારા કામ કરતા

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



હોય છે. થોડા માલનું વેચાણ કરતા હોય છે. તેઓ રોજબરોજની વપરાશની વિવિધ પ્રકારની ઘણીબધી વસ્તુઓ રાખતા હોય છે.

છૂટક વેપારીઓની લાક્ષણિકતાઓ (વિશેષતા, ખાસિયતો):-

છૂટક વેપારીઓની લાક્ષણિકતાઓ નીચે મુજબ છે.

૧. છૂટક વેપારીઓને ઉપભોક્તાઓ સાથે સીધો સંબંધ હોય છે. ગ્રાહકોની જરૂરિયાતોની તુમને ખબર હોય છે. અને તે મુજબની વસ્તુઓ પોતાની દુકાનમાં રાખે છે.
૨. છૂટક વેપારીઓ પુનઃ વેચાણ માટે માલનું વેચાણ કરતા નથી. પરંતુ ગ્રાહકોના આખરી ઉપયોગ માટે જ વેચે છે. દા.ત. ફળો, કપડાં, પેન, પેન્સિલ, વગેરે તમારા ઉપયોગ માટે જ છે. વેચાણ માટે નહિ.
૩. છૂટક વેપારીઓ થોડા થોડા પ્રમાણમાં વસ્તુઓ ખરીદે છે અને વેચે છે. તેથી ગ્રાહકો ભવિષ્ય માટે સંગ્રહ કર્યા વગર પણ પોતાની જરૂરિયાતો પૂરી કરી શકે છે.
૪. જથ્થાબંધ વેપારીઓની સરખામણીમાં છૂટક વેપારીઓને વેપાર શરૂ કરવા કે ચલાવવા ઓછી મૂડીની જરૂર પડે છે.
૫. છૂટક વેપારી ઉત્પાદનની વિવિધ અનેક જાતોનો વેપાર કરે છે. અને ગ્રાહકોને માલ ખરીદવા માટે વિશાળ પસંદગીની તક આપે છે.
૬. છૂટક વેપારીઓ માલ શાખ પર ખરીદે છે પણ સામાન્ય રીતે તેને રોકડમાં વેચે છે.
૭. છૂટક વેપારી પોતાની દુકાન કે શો રૂમમાં ગ્રાહકોને આકર્ષિત કરવા વસ્તુઓની ગોઠવણીશણગારીને કરવામાં આવે છે. આ વસ્તુનો શણગાર ગ્રાહકને આકર્ષે છે.

છૂટક વેપારીઓનાં કાર્યો:-

બધા છૂટક વેપારીઓ ભિન્ન ભિન્ન રૂચિ અને સ્વભાવવાળા ગ્રાહકો સાથે વેપાર કરતા હોય છે. તેથી પોતાના ગ્રાહકોને સંતોષ આપવા તેમજ તેમને વધુ ખરીદવા માટે લોભાવવા તેઓએ સક્રિય તેમજ કુશળ બનવું પડે છે. છૂટક વેપારીઓ માલના વિતરણમાં શું શું કરે છે તે આપણે જોઈએ.

૧. વસ્તુઓની ખરીદી અને સંકલન:- છૂટક વેપારીઓ ઉત્પાદકો અને વિનિર્માતાઓ પાસેથી વિવિધ પ્રકારનો માલ ખરીદે છે અને સંકલિત કરે છે. તેઓ ગ્રાહકોને ગમતી જ બ્રાન્ડ કે જાતની વસ્તુઓ જ રાખતા હોય છે અને તેમની માંગ હોય તે પ્રમાણે વસ્તુઓનો જથ્થો રાખતા હોય છે.
૨. માલનો સંગ્રહ:- ગ્રાહકોને જ્યારે જે વસ્તુઓ જોઈએ તે હાજર સ્ટોકમાં મળી રહે તે માટે છૂટક વેપારીઓ સ્ટોરમાં વસ્તુઓનો સંગ્રહ કરે છે. જેમ અને જ્યારે ગ્રાહકોને જરૂર પડે તેમ અને ત્યારે આ સ્ટોરમાંથી માલ કાઢીને તેમને વેચી શકાય



નોંધ

- છે. આથી ગ્રાહકો એક સામટો માલ ખરીદીને સંઘરી રાખવાની કડાકૂટમાંથી બચી જાય છે.
૩. ઉધારની સગવડ:- જો કે સામાન્ય રીતે છૂટક વેપારીઓ માલ રોકડેથી વેચતા હોય છે. પણ પોતાના નિયમિત ગ્રાહકને ઉધાર પણ આપતા હોય છે. ઉધારની સગવડ મોટા પ્રમાણમાં ખરીદ કરનારને પણ આપવામાં આવે છે.
૪. વ્યક્તિગત સેવાઓ:- છૂટક વેપારીઓ વસ્તુઓની ગુણવત્તા, વિશિષ્ટતા અને ઉપયોગિતાની બાબતમાં પોતાના ગ્રાહકોને સલાહ માર્ગદર્શન આપીને વ્યક્તિગત સેવા પણ કરે છે. ગ્રાહકોના ગમા અણગમાને લક્ષમાં રાખીને તેઓ સલાહસૂચનો પણ આપતા હોય છે. તેઓ (મજૂરી લીધા વગર) ગ્રાહકોને માલ તેમના ઘર સુધી પહોંચતો કરવાની સેવા પણ આપતા હોય છે. આમ જ્યારે માલની માગણી જ્યાં થાય ત્યાં માલ પૂરો પાડીને તેઓ સ્થળની ઉપયોગિતા સજે છે.
૫. જોખમ ઉઠાવવું:- છૂટક વેપારીઓ જોખમ ઉઠાવે છે જેમ કે,
ક. માલને આગ લાગવી કે ચોરી થવી.
ખ. માલ વેચાઈ ન જાય ત્યાં સુધીમાં ગુણવત્તા ઘટવાનું જોખમ.
ગ. ગ્રાહકોની રૂચિ અને ફેશનમાં ફેરફાર.
૬. વસ્તુઓનું પ્રદર્શન:- છૂટક વેપારીઓ વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓની બહુ જ પધ્ધતિસર અને આકર્ષક રીતે પ્રદર્શન કરતા હોય છે. તેનાથી ગ્રાહકોને આકર્ષવામાં મદદ મળે છે. અને માલના સત્વર વિતરણમાં પણ સુગમતા રહે છે.
૭. માહિતી પ્રદાન:- છૂટક વેપારીઓ જથ્થાબંધ વેપારીઓ દ્વારા ઉત્પાદકોને ગ્રાહકોના વર્તન-વ્યવહાર, રૂચિ, ફેશન અને તેમની માગ સંબંધી તમામ માહિતી પહોંચાડતા હોય છે. આમ, તેઓ બજાર (વેચાણ) સંશોધન માટે એક ઉપયોગી સ્ત્રોત બની રહે છે.

૧૩.૧ જથ્થાબંધ અને છૂટક વેપારીઓ વચ્ચે તફાવત

તમે જથ્થાબંધ અને છૂટક વેપારીઓ વિષે અગાઉ જાણી ચૂક્યા છો. તમે જોયું હશે કે તે બંને શૈલી અને કાર્યમાં એકબીજાથી જુદા પડે છે. ચાલો આપણે આ તફાવતો શોધીએ.

જથ્થાબંધ વેપારી	છૂટક વેપારી
(૧) વસ્તુઓ જથ્થાબંધ ખરીદે છે.	(૧) વસ્તુઓ થોડા પ્રમાણમાં ખરીદે છે.
(૨) સીધા ઉત્પાદક પાસેથી વસ્તુ ખરીદે છે.	(૨) મોટાભાગે જથ્થાબંધ વેપારી પાસેથી વસ્તુ ખરીદે છે.
(૩) વસ્તુઓની મર્યાદિત જાતોનો વેપાર કરે છે.	(૩) ઉત્પાદનની એક વિશાળ વૈવિધ્યપૂર્ણ શ્રેણીનો વેપાર કરે છે.

મોડયુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

વિતરણના માધ્યમો

(૪) વેપાર શરૂ કરવા અને ચલાવવા વધારે મૂડીની જરૂર પડે છે.	(૪) વેપાર શરૂ કરવા અને ચલાવવા ઓછી મૂડીની જરૂર પડે છે.
(૫) વસ્તુઓ પુનઃવેચાણ માટે વેચે છે.	(૫) વસ્તુઓ વપરાશ માટે વેચે છે.
(૬) ગ્રાહકોને સાથે સીધો સંબંધ નહિ.	(૬) ગ્રાહકો સાથે સીધો સંબંધ.
(૭) દુકાનની શોભા-સજાવટ ઉપર વિશિષ્ટ ધ્યાન આપવામાં આવતું નથી.	(૭) ગ્રાહકોનું ધ્યાન આકર્ષવા માટે છૂટક વેપારીઓ દુકાનની સજાવટ ઉપર વધુ ધ્યાન આપે છે.



૧૩.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

- નીચેના વિધાનો પૈકી જથ્થાબંધ વેપારીને લાગુ પડતા વિધાનો સામે કોંસમાં '✓' સાચું દર્શાવો અને છૂટક વેપારી સામે 'X' ખોટું દર્શાવો.
 - થોડીમાત્રામાં વસ્તુઓ વેચવી ()
 - વધારે મૂડી જરૂરી ()
 - વસ્તુઓનું પુનઃવેચાણ માટે વેચાણ ()
 - સીમિત પ્રકારની વસ્તુઓનું વેચાણ ()
 - ઉપભોક્તા સાથે પ્રત્યક્ષ સંબંધ ()
- નીચેના પ્રશ્નોના જવાબ આપો.
 - છૂટક વેપારીને કયા જોખમ હોય છે ? ગમે તે બે જણાવો.
 - ઉત્પાદકોને છૂટક વેપારીના કાર્યો દ્વારા કઈ રીતે લાભ થાય છે ? કોઈપણ બે કાર્યોમાંથી થતા ફાયદા જણાવો.
 - ધારો કે તમારી ગલીમાં એક જાતની વસ્તુઓ બે અથવા ત્રણ દુકાનદારો વેચે છે. તો તમારી જરૂરિયાતો માટે કયા દુકાનદાર પાસેથી ખરીદી કરવાનું પસંદ કરશો.
- યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરી ઉત્તર આપો.
 - પ્રત્યક્ષ વિતરણ માર્ગમાં માત્ર સમાવેશ થાય છે.
 - ઉત્પાદક → છૂટક વેપારી → ઉપભોક્તા
 - ઉત્પાદક → ગ્રાહક
 - ઉત્પાદક → જથ્થાબંધ વેપારી → ગ્રાહક
 - ઉત્પાદક → એજન્ટ → ગ્રાહક
 - જથ્થાબંધ વેચાણની પદ્ધતિમાં વેચનાર વેપારીને કયા નામથી ઓળખાય છે?

- અ. વિદેશી વેપારી.
 બ. જથ્થાબંધ વેપારી.
 ક. મૂળગત કે મૂળભૂત વેપારી.
 ડ. છૂટક વેપારી.
૩. જથ્થાબંધ વેપારી કોને જોડણી મહત્વની કડી છે?
 અ. ઉત્પાદક અને જથ્થાબંધ વેપારી.
 બ. છૂટક વેપારી અને ગ્રાહક.
 ક. ઉત્પાદક અને ગ્રાહક.
 ડ. ઉત્પાદક અને છૂટક વેપારી.
૪. ગ્રાહોના સમય અંતરે ગમા અને અણગમાની જાણ જથ્થાબંધ વેપારીઓને કોના દ્વારા થાય છે?
 અ. જાહેરાત દ્વારા.
 બ. વર્તમાનપત્ર દ્વારા.
 ક. છૂટક વેપારીઓ દ્વારા.
 ડ. ગ્રાહકો દ્વારા.
૫. જથ્થાબંધ વેપારીઓનું મુખ્ય લક્ષણ છે.
 અ. ઉત્પાદકની જાહેરાત આપવી.
 બ. સસ્તા દરે વસ્તુનું વેચાણ કરવું.
 ક. જુદા જુદા પ્રકારે વસ્તુનું વેચાણ કરવું.
 ડ. ઉત્પાદક પાસેથી જથ્થાબંધ માલ ખરીદી છૂટક વેપારીને વેચવો.



તમે શું શીખ્યા?

વિતરણના માધ્યમો એ એવો માર્ગ છે કે જે દ્વારા માલ સામાન ઉત્પાદકો પાસેથી નીકળી ઉપભોક્તા સુધી પહોંચે છે. જ્યારે ઉત્પાદક વસ્તુઓ કે સેવાઓ સીધી ઉપભોક્તાને વેચે છે. ત્યારે તેને પ્રત્યક્ષ માધ્યમ કહે છે. જ્યારે વિતરણ પ્રક્રિયામાં અનેક મધ્યસ્થી સામેલ હોય ત્યારે તેને પરોક્ષ માધ્યમ કહે છે.

વિતરણ માધ્યમમાં જથ્થાબંધ વેપારી એવા મધ્યસ્થી છે કે જેઓ જથ્થાબંધ માલની લે-વેચ કરે છે. તેઓ વસ્તુઓ છૂટક વેપારીને અને ક્યારેક સીધી ઉપભોક્તાને પણ વેચે છે. જથ્થાબંધ વેપારીઓનાં કાર્ય છે માલ સામાન ભેગો કરવો અને સંગ્રહવો, વિતરણ, આર્થિક સહાય અને જોખમ ઉઠાવવું.

છૂટક વેપારીઓ એવા મધ્યસ્થી છે કે જે જથ્થાબંધ વેપારીઓ કે ઉત્પાદકો પાસેથી માલ ખરીદે છે અને ઉપભોક્તાઓને વેચે છે. તેઓ માલ ખરીદવા, સંગ્રહવા અને એકત્ર કરવાની

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

વિતરણના માધ્યમો

કામગીરી બજાવે છે. ઉધારની સગવડ આપે છે. વ્યક્તિગત સેવાઓ આપે છે. જોખમ ઉઠાવે છે. દુકાનો કે શોરૂમમાં વસ્તુઓનું પ્રદર્શન કરે છે અને માહિતી પૂરી પાડે છે.



પાઠગત પ્રશ્નો

૧. વિતરણ માધ્યમ એટલે શું ?
૨. કોઈ એવી ચાર સેવાઓના નામ આપો જેનું વિતરણ પ્રત્યક્ષ માધ્યમોથી થતું હોય.
૩. કોઈપણ ઉત્પાદન ઉત્પાદક પાસેથી નીકળીને જે વિવિધ માધ્યમો દ્વારા અંતિમ ઉપભોક્તા સુધી પહોંચે છે તે માધ્યમો સમજાવો.
૪. જથ્થાબંધ વિક્રેતાની વ્યાખ્યા આપો. તેઓ કઈ રીતે વિતરણ માધ્યમમાં અગત્યનું કડીરૂપ ભૂમિકા ભજવે છે ?
૫. છૂટક વેપારીની કોઈપણ ચાર વિશેષતાઓ દર્શાવો.
૬. વસ્તુઓના વિતરણમાં છૂટક વેપારીઓની ભૂમિકા સ્પષ્ટ કરો.
૭. જથ્થાબંધ વેપારી અને છૂટક વેપારીઓ વચ્ચે કોઈપણ પાંચ તફાવતો દર્શાવો.
૮. જથ્થાબંધ વેપારીના કાર્યો જણાવો.



પાઠગત પ્રશ્નોના ઉત્તર

૧૩.૧

- | | | |
|------------------|----------------|------------|
| (૧) વિતરણ માધ્યમ | (૨) મધ્યસ્થી | (૩) પરોક્ષ |
| (૪) પ્રત્યક્ષ | (૫) છૂટક સ્ટોર | |

૧૩.૨

- | | | |
|-----------|-----------|-----------|
| (૧) ખોટું | (૨) ખરું | (૩) ખરું |
| (૪) ખોટું | (૫) ખોટું | (૬) ખોટું |

૧૩.૩

૧.

- | | | | | |
|------|------|------|------|------|
| ૧. ✓ | ૨. ✗ | ૩. ✗ | ૪. ✗ | ૫. ✓ |
|------|------|------|------|------|

૨. નીચેનામાંથી કોઈપણ બે

૧.



નોંધ

- ક. આગ અથવા વસ્તુની ચોરીનું જોખમ
- ખ. વસ્તુ વેચાય નહીં ત્યાં સુધી તેની ગુણવત્તા ઘટવાનું જોખમ
- ગ. ઉપભોક્તાઓની રૂચિ અને ફેશનમાં ફેરફાર

૨.

- ક. વસ્તુઓના સંગ્રહણ અને પ્રદર્શન દ્વારા બજારમાં સહાય
- ખ. ઉત્પાદકોએ ઉઠાવવાનું જોખમ પોતે ઉપાડે છે.
- ગ. તેઓ ગ્રાહકોની રૂચિ અને પસંદગી વિષેની માહિતી ઉત્પાદકોને પહોંચાડે છે.

૩. તે દુકાનદાર પાસેથી આપણે આપણે જરૂરિયાત મુજબ ખરીદી કરીએ.

- ક. વસ્તુની વાજબી કિંમત લેતો હોય
- ખ. વેચાણ પછીની સેવાઓ પણ પૂરી પાડતો હોય.
- ગ. આપણી રૂચિ અને પસંદગી પ્રમાણેની વિવિધ વસ્તુઓ પૂરી પાડતો હોય.
- ઘ. ઉધાર તેમજ વસ્તુ ઘરે પહોંચાડવાની સગવડ આપતો હોય.

૩.

૧. બ

૨. બ

૩. ક

૪. ડ

૫. ડ



જાતે કરો:

તમારા પોતાના મહોલ્લામાંથી દુકાનની મુલાકાત કરો અને જથ્થાબંધ અથવા છૂટક વેપારીઓના કાર્યો શોધો.



છૂટક વેપાર

તમારે તમારા દૈનિક જીવનમાં વિવિધ પ્રકારની ચીજ વસ્તુઓની જરૂર પડે છે. તમને આ બધી ચીજ વસ્તુઓ ક્યાં મળે છે? શું આ બધી વસ્તુ તમને તમારી સ્થાનિક બજારમાંથી મળે છે? જો ન મળે તો તમારે તે વસ્તુ નજીકના કોઈ શહેર કે બજારમાંથી ખરીદવી પડતી હશે. સામાન્ય રીતે તમારે પસંદગીની વસ્તુ મેળવવા માટે દુકાને - દુકાને અને બજારે - બજારે ફરવું પડતું હશે. તમને વિચાર આવતો હશે કે આ બધી વસ્તુઓ એક જ દુકાનમાં કેમ નહીં મળતી હોય? હા, એવી અમુક દુકાનો છે ત્યાં તમારી સગવડતા મુજબની વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓ ખરીદી શકો છો. વળી, આ બધી ચીજોતમે પસંદ કરી હોય તે તમને ઘર આંગણે પણ મળી શકે. એવી પણ દુકાનો છે કે જ્યાં કોઈ વેચનાર હાજર નથી હોતા કે જે તમને માર્ગદર્શન આપે અથવા વસ્તુ ઉપાડીને તમને દેખાડે. છતાં તમે તમારી પસંદગીની ચીજ ખરીદી શકો છો. તમને નવાઈ લાગે છે ને? એમાં આશ્ચર્ય પામવાની જરૂર નથી. ચાલો આપણે આ બધું કેમ બને છે તે જોઈએ.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે આટલું જાણી શકશો.

- છૂટક વેપારનો અર્થ જણાવી શકશો.
- છૂટક વેપારના જુદા જુદા પ્રકાર ઓળખી શકશો.
- જુદા જુદા પ્રકારના વિશાળ પાયા પર છૂટક વેપારમાં રોકાયેલાની યાદી બનાવી શકશો.
- વિશાળ પાયે છૂટક વેપારના દરેક પ્રકારના લાભ અને ગેરલાભ વર્ણવી શકશો.
- જે વસ્તુનો સંગ્રહ નથી કરી શકતા તેવા છૂટક વેપારીઓના વિવિધ પ્રકાર વર્ણવી શકશો.

૧૪.૧ છૂટક વેપારનો અર્થ

નાના દુકાનદારો જે ઉપભોક્તાને પ્રત્યક્ષ માલનું વેચાણ કરે છે તેને છૂટક વેપાર કહે છે. લારી-ગલ્લાવાળા, ફેરિયાઓ, એક જ ભાવની દુકાન કે જીવન જરૂરિયાતની નાની નાની વસ્તુઓ વેચતા વેપારીઓ આ બધા જ છૂટક વેપારના પ્રકારો છે. છૂટક વેપાર એ વિતરણ માર્ગની

છૂટક વેપાર

છેલ્લી કડી છે. છૂટક વેપાર એ જથ્થાબંધ વેપારી અને ગ્રાહકને જોડતી કડી છે. જે જથ્થાબંધ વેપારી પાસેથી નાના – નાના જથ્થામાં વસ્તુઓ ખરીદીને ગ્રાહકને જોઈતા પ્રમાણમાં તેમની જરૂરિયાતો પૂર્ણ કરે છે. છૂટક વેપારમાં અલ્પ મૂડી રોકાણની જરૂર પડે છે અને મહદ્અંશે છૂટક વેપારી જથ્થાબંધ વેપારી પાસેથી રોકડેથી જ માલ ખરીદે છે. તે કોઈ ખાસ વસ્તુના વેચાણમાં સક્રિય નથી. પરંતુ નાની – નાની ઘણી બધી વસ્તુઓના વેચાણમાં રસ લે છે. તેની દુકાનની પ્રવૃત્તિ – વસ્તુઓના વેચાણ ત્યાંના સ્થાનિક રહીશોને આધારિત છે.

૧૪.૨ છૂટક વેપારના પ્રકાર

આગળના ભાગમાં તમે છૂટક વેપારીઓ વિષે જાણ્યું. તમારા મનમાં એવી છાપ હશે કે છૂટક વેપારીઓ પોતાના નજીકના મહોલ્લામાં વેપાર કરતા નાના દુકાનદારો છે. તમને જાણીને આશ્ચર્ય થશે કે ફેરિયા અને મહોલ્લાના વેપારીઓથી માંડીને સુપર માર્કેટ અને ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર્સ (ખાતાવાળી દુકાન) અને બહુવિકલ્પ ધરાવતી દુકાનો સુધીના બધા આપણા દેશમાં છૂટક વેપાર કરે છે. આપણે છૂટક વેપારને બે ભાગમાં વર્ગીકરણ કરી શકીએ.

અ. નાના પાયા પર છૂટક વેપાર,

બ. મોટા પાયા પર છૂટક વેપાર

નાના પાયા પર છૂટક વેપારમાં મર્યાદિત વસ્તુઓ અને મર્યાદિત જથ્થામાં ચોક્કસ સ્થાનિક વિસ્તારમાં વસ્તુ કે સેવાનું વિતરણ (વેચાણ) કરવામાં આવે છે. જેમાં અલ્પ મૂડી રોકાણ અને મર્યાદિત ગ્રાહક સંખ્યા હોય છે. જ્યારે બીજી બાજુ મોટા પાયા પરના છૂટક વેપારમાં મુડીનું રોકાણ વધુ હોય છે. અને મોટા પ્રમાણમાં (જથ્થા માં) વસ્તુઓનું વેચાણ કરવામાં આવે છે. જે અનેક ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો પૂરી પાડે છે. સુપર માર્કેટ, ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર અને બહુવિકલ્પની (મોલ) દુકાનો મોટા પાયા પરના છૂટક વેપારના ઉદાહરણ છે.

આ પાઠમાં તમે છૂટક વેપાર વિશે વિગતે શીખશો.

અ. નાના પાયા પર છૂટક વેપાર:—

નાના પાયા ઉપરના છૂટક વેપારમાં વિવિધ પ્રકારના છૂટક વેપારીઓ રોકાયેલા હોય છે. તેમનું વર્ગીકરણ નીચે મુજબ થઈ શકે.

૧. હરતો – ફરતો છૂટક વેપાર (અસ્થાયી છૂટક વેપાર)

૨. સ્થાયી દુકાન ધરાવતો છૂટક વેપાર.

૧. હરતો – ફરતો છૂટક વેપાર:—

મોડ્યુલ – ૪
ખરીદ – વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



આ એક નાના પાયા ઉપરનો છૂટક વેપાર છે. જે વસ્તુ કે સેવા પ્રત્યક્ષ રીતે ગ્રાહકોને વેચે છે. તેઓને એક જગ્યાએ બેસીને વેચવા માટે સ્થાયી દુકાનો હોતી નથી. તમે તેમને સવારમાં વહેલાં છાપા વેચતા જોયા હશે. બસ કે ગાડીમાં શીંગ - ચણા, રમકડાં, ફળ ફળાદી, છાપાં, બંગડીઓ વગેરે હરતા - ફરતા વેચતા હોય છે. તમારા ફળિયા કે સોસાયટીમાં શાકભાગીની લારી, ફળફળાદી, બરફના ગોળા, આઈસ્ક્રીમ, ચવાણુ, નમકીન કે બંગડીઓ, એરીંગ, બક્કલ, કલીપ, પ્લાસ્ટીકની વસ્તુઓ વગેરે લારીમાં વેચતા હોય છે. લારીમાં મમરા, પૌઆ કે માટીના વાસણ કે તકિયા, ગાળિયા, ચાદર, ટુવાલ વગેરે લારીમાં વેચતા હોય છે. અમુક વેપારીઓ પગારના દિવસે કે અમુક તહેવારોએ બજાર કે ઓફિસના અમુક સ્થળે વસ્તુઓ વેચતા હોય છે. ગામડામાં આવા બજારને હાર કહે છે. જ્યારે શહેરમાં આવા બજારને ગુજરી કહે છે. હરતા - ફરતા વેચાતી વસ્તુઓ કોઈ પ્રતિષ્ઠિત બ્રાન્ડ નામ વાળી હોતી નથી.

૨. સ્થાયી દુકાનવાળો છૂટક વેપાર:-

આ પ્રકારના છૂટક વેપારમાં વેપારીની દુકાનનું સ્થળ ચોક્કસ અને કાયમી હોય છે. તેને સ્થાયી દુકાન કહે છે. આવી દુકાનો બજારમાં, વ્યાપારી સંકુલમાં, સોસાયટીના નાકે કે રહેઠાણવાળા વિસ્તારમાં હોય છે. સાધારણ રીતે આ દુકાનો મયા દિત પ્રકારની વસ્તુઓ વેચે છે. વસ્તુઓ સ્ટોરમાં - દુકાનમાં પ્રદર્શી ત કરવામાં આવે છે. ઉપરાંત પોતાની વખારમાં પણ માલ રાખે છે.

સ્થાયી દુકાન પર વેચાતી વસ્તુઓના પ્રકારને આધારે છૂટક વેપારનું વર્ગીકરણ નીચે મુજબ કરી શકાય.

અ. જનરલ સ્ટોર અથવા વૈવિધ્યવાળી વસ્તુઓ વેચતી દુકાન,

બ. એક જ વસ્તુનો સ્ટોર (દુકાન),

ક. વિશિષ્ટ પ્રકારની વસ્તુઓનું વેચાણ કરતી દુકાન.

અ. જનરલ સ્ટોર અથવા વૈવિધ્યવાળી વસ્તુઓ વેચતી દુકાન:-

નામ પ્રમાણે જ આ દુકાનો રોજરબરોજની સામાન્ય વપરાશની ચીજ વસ્તુઓનું છૂટક વેચાણ કરતા હોય છે. દા. ત. દેક જનરલ સ્ટોરમાં તમારી વિવિધ પ્રકારની જરૂરિયાતો જેવી કે મોજા, હાથ રૂમાલ, ગંજી ફરાક, અંડરવેર વગેરે, બિસ્કીટ, ચોકલેટ, નાસ્તા, ભેટની વસ્તુઓ, સ્ટેશનરી વગેરે જોઈતી બધી વસ્તુઓ મળે છે. સામાન્ય રીતે આ છૂટક વેપારીઓ માત્ર રોકડેથી જ સીધું વેચાણ કરતા હોય છે. તેમ છતાં તેમના નિયમિત ગ્રાહકો માટે તેઓ વળતર આપે છે. ઉદાહરણ - બાકીની સગવડ પણ આપે છે. અને ક્યારેક ખુબ સસ્તા દરે પણ ઘરે પહોંચતી કરે છે.



જનરલ સ્ટોર

છૂટક વેપાર

બ. એક જ વસ્તુનો સ્ટોર (દુકાન):-

આવા સ્ટોરમાં એક જ પ્રકારની વસ્તુ વેચાય છે. તમે દવાની દુકાનો (મેડિકલ સ્ટોર), સ્ટેશનરીની દુકાન, રમકડાની દુકાન, તૈયાર કપડાની દુકાન, વાસણોની દુકાન વગેરે જોઈ હશે. આ બધી એક જ વસ્તુની દુકાનો છે. તેઓ ભિન્ન ભિન્ન કદની, બ્રાન્ડની, ડીઝાઇનની, વિવિધ ફેશન - સ્ટાઇલની, ગુણવત્તાની, ભાવની એક જ જાતની વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે.



મેડિકલ સ્ટોર (એક જ વસ્તુનો સ્ટોર)

ક. વિશિષ્ટ પ્રકારની વસ્તુઓનું વેચાણ કરતી દુકાન:-

આ પ્રકારની દુકાન ચોક્કસ બ્રાન્ડ કે કંપનીના ઉત્પાદનોનો વેપાર કરે છે. આવા સ્ટોરમાં કોઈ પણ ચોક્કસ બ્રાન્ડ કે નિર્માતાની તમામ વિવિધ વસ્તુઓ મળી રહે છે. તમે 'વુડલેન્ડ શુ શોપ્સ' કે નોકીઆના મોબાઇલનું વેચાણ કરતી દુકાનો જોઈ હશે. આવી દુકાનોમાં કંપનીની તમામ પ્રકારની વસ્તુઓ વેચાતી હોય છે.



લેડિઝ શુ શોપ્સ
(વિશિષ્ટ વસ્તુઓની દુકાન)



૧૪.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

આપેલા કોલમ A અને કોલમ B ને જોડીને યોગ્ય જોડ બનાવો.

કોલમ A

૧. સુપર બજાર
૨. હરતા ફરતા છૂટક વેપાર
૩. વિવિષ્ટ દુકાન
૪. વિવિધ વસ્તુ ભંડાળ
૫. એક જ વસ્તુનો ભંડાર

કોલમ B

- અ. એક જ બ્રાન્ડની વસ્તુઓ વેચે છે.
- બ. એક જ શ્રેણીની વિવિધ ઉત્પાદનો વેચે છે.
- ક. સામાન્ય વપરાશની વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓ.
- ડ. મોટા પાયે છૂટક વેપાર
- ઈ. લારીમાં વેચવાની વસ્તુઓ.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૧૪.૩ વિશાળ પાયે છૂટક વેપારનો અર્થ

ઘારો કે તમે નવાં કપડાં, નવા બૂટ (જૂતા) કેટલીક સૌંદર્ય પ્રસાધનોની સામગ્રી અને દૈનિક જરૂરિયાતની વસ્તુઓ ખરીદવા માંગો છો. તમે કપડા ખરીદવા એક દુકાને જશો. પછી બૂટ ખરીદવા કોઈ બીજી દુકાને જશો. આમ તમારી વિવિધ જરૂરિયાતો ખરીદવા અનેક દુકાનોમાં ફરવું પડશે. વળી એવું પણ બને કે તમારી પસંદગીની વસ્તુ અમુક દુકાનમાં ન પણ હોય, તો તમારે બીજી દુકાને જવું પડશે. કેટલીક વાર તમારે બજારમાં ભારે ભીડનો સામનો કરવો પડે. આમ સ્થાનિક બનારની આ સામાન્ય મુશ્કેલીઓનો તમારે સામનો કરવો પડે છે.

આ સમસ્યાઓનો નિકાલ કરવા માટે આપણામાંના કેટલાક લોકો સ્થાનિક બજારની નાની દુકાનો સિવાયની અન્ય મોટી દુકાનોમાં જવાનું પસંદ કરતા હોય છે. દા. ત. જો આપણે જુદી જુદી દુકાને જવાની કુરસદ ન હોય અને આપણી જરૂરિયાતની જુદી જુદી વસ્તુ ખરીદવી હોય તો આપણે એક એવી દુકાન શોધવા પ્રયત્ન કરીશું કે જ્યાં આપણી મોટાભાગની જરૂરિયાતની ચીજો મળી રહે અને વિવિધ જાતોમાંથી પસંદગી કરવાની તક મળે. આપણે આપણા વ્યવસયમાં વ્યસ્ત હોઈએ અને આપણને ઘેર બેઠાં જ વસ્તુઓ મળી રહે, અથવા તો આપણે કોઈ પ્રખ્યાત કંપનીના વ્યાપારી માકા વાળી - બ્રાન્ડેડ વસ્તુની જરૂર હોય તો આપણને તે વસ્તુ કિંફાયત ભાવે મળી જાય તેવી તમામ સુવિધાઓવાળી દુકાન મળી જાય તો આપણને ખુબ જ સુગમતા રહે.

તમારા સ્થાનિક બજારમાં કોઈ એવી દુકાન છે કે જ્યાં તમને આ બધી સુવિધાઓ મળે અને તમે તમારી વસ્તુઓ ખરીદો?

ખરેખર આવી સુવિધાઓ તમને મોટા શહેર કે નગરોની કેટલીક છૂટક દુકાનોમાં મળી રહે. તેઓ એક જ છત નીચે વિવિધ પ્રકારની ચીજો તમને ઉપલબ્ધ કરાવે છે. આ દુકાનો મોટે ભાગે શહેરના સમૃદ્ધ વિસ્તારના મધ્ય - મુખ્ય સ્થળે આવેલી હોય છે. અને અનેક ગ્રાહકોને તેઓ વસ્તુ વેચે છે. આમાં કેટલીક દુકાનોમાં તમને વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓ જોવા મળે જ્યારે બીજી કેટલીક દુકાનોમાં તમને એક જ ઉત્પાદકે બનાવેલી તમામ પ્રકારની વસ્તુઓ જોવા મળે જેમ કે, બૂટ, શર્ટ, પેન્ટ, બેલ્ટ, ચશ્મા વગેરે. આવી દુકાનોને મોલ પણ કહે છે. આ બધી જ દુકાનો જથ્થાબંધ માલની ખરીદી કરે છે અને છૂટક વેપારીઓની માફક વ્યક્તિઓને વેચે છે. કેટલીક વાર મોટા ઉત્પાદકો પણ પ્રત્યક્ષ વેચાણ કરવા પોતાની કંપનીઓની જ દુકાન - શો રૂમ દેશના વિવિધ બજારમાં ખોલે છે. દા. ત. રિલાયન્સના મોલ, રેમન્ડ મિલના શો રૂમ, બાટા કંપનીના શો રૂમ વગેરે. આ તમામ ઉદાહરણો મોટા પાયા પર છૂટક વેપાર કરતી દુકાનોના જ છે.

હવે તમે જણાવશો કે વિશાળ પાયા પર વેચાણ કરતી છૂટક વેપારની દુકાન એટલે શું?

વિશાળ પાયા પર છૂટક વેપાર એવા પ્રકારનો વેપાર છે કે જેમાં એક જ જાતની વસ્તુઓ અથવા વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓ એક જ છત નીચે અનેક ગ્રાહકોને પૂરી પાડવામાં આવે છે. અથવા તો ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો અને સુવિધાઓ મુજબ વસ્તુ ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવે છે.



નોંધ

વિશાળ પાયા પર છૂટક વેપાર કરતી દુકાનની વિશેષતાઓ:-

૧. આવી દુકાનો ગ્રાહકોની સુવિધા સચવાય તે અનુસાર તેમની રોજ બરોજની જરૂરિયાતોની વસ્તુઓ મોટા પાયા પર પૂરી પાડે છે.
૨. આવી દુકાનો પોતાની ખરીદી સીધા જ ઉત્પાદકો પાસેથી ખરીદે છે. જેથી મધ્યસ્થીના કમીશનનો બચાવ થાય છે. જેનો લાભ ગ્રાહકને સીધો આપી શકાય છે.
૩. તે વિશાળ ગ્રાહકોને પોતાની સેવા પૂરી પાડે છે.
૪. સ્થાનિક કાયમી દુકાનો કરતા આવી દુકાનોના કદ વિશાળ હોય છે.
૫. આવી દુકાનો - મોલની સ્થાપના કરવા માટે તેમજ તેને રોજ બરોજ અલાવવા માટે ભારે મુડી રોકાણની જરૂર પડે છે.
૬. આવી દુકાનો ગ્રાહકોને રોકડમાં જ વસ્તુઓનું વેચાણ કરતી હોય છે.



૧૪.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય જવાબ આપી ખાલી જગ્યા પૂરો.

૧. વસ્તુ અને સેવાઓના જથ્થામાં પ્રત્યક્ષ વેચાત કરતી દુકાનને છૂટક વેપાર કહે છે.
૨. જ્યારે દુકાનદાર અનાજ કરિયાણું અને બીજી કટેલીક વસ્તુઓ ગ્રાહકોને પ્રત્યક્ષ વેચે છે ત્યારે તે પ્રવૃત્તિમાં રોકાયેલ છે.
૩. જ્યારે એક કે તેથી વધારે પ્રકારની વસ્તુઓ ગ્રાહકોને વેચતા હોય ત્યારે તેને છૂટક વેપાર કહે છે.
૪. વિશાળ પાયાની છૂટક વેપાર એ શહેરના વિસ્તારમાં સ્થપાયેલ હોય છે અને તે વસ્તુઓનું વેચાત સંખ્યામાં ગ્રાહકોને કરે છે.
૫. વિશાળ પાયાની દુકાનો શરૂ કરવામાં મોટા પાયા પરનાં પોતાના ઉત્પાદનો સીધા જ ગ્રાહકોને વેચે છે.

૧૪.૪ વિશાળ પાયા પર છૂટક વેપારના પ્રકાર

ભારતમાં સામાન્ય રીતે નીચેના પ્રકારો મોટા પાયા પર છૂટક વેપારમાં જોવા મળે છે.

૧. ખાતાવાળી દુકાનો (ડીપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર્સ).



૨. બહુવિકલ્પ - વૈવિધ્ય સ્વરૂપવાળી દુકાનો.
૩. સુપર માર્કેટ.

ચાલો, ઉપરના બધા જ પ્રકારની ચચા આપણે કરીએ.

૧૪.૫ ખાતાવાળી દુકાનો (ડીપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર્સ)

ખાતાવાળી દુકાનો એક મોટા પાયા પર છૂટક વેપાર કરતી દુકાન છે. જ્યાં એક જ મકાનની છત નીચે અનેક પ્રકારની વસ્તુઓ વેચાય છે. આખું ભવન સંખ્યાબંધ વિભાગોમાં વહેંચાયેલું હોય છે. દરેક વિભાગમાં એક ખાસ પ્રકારની વસ્તુ મળે છે. દા. ત. સ્ટેશનરીનો વિભાગ, રેડીમેઈડ ગારમેન્ટસનો વિભાગ, વીજળીના ઉપકરણોનો વિભાગ, ક્રોકરીનો વિભાગ, ઘરેણાનો વિભાગ, સોંદય પ્રસાધનોનો વિભાગ વગેરે વસ્તુઓ ઉપલબ્ધ હોય છે.



ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર્સ

આ બધા વિભાગો એક જ મુખ્ય કેન્દ્રથી સંચાલિત થતા હોય છે. એક જ પ્રવેશ દ્વારા ડિપાર્ટમેન્ટલ સ્ટોર્સ માં દાખલ થાઓ પછી એક પછી એક તમે દરેક વિભાગની મુલાકાત લઈ શકો છો. આ સ્ટોર્સ માંથી ખરીદી કરવા ગ્રાહકોને આકર્ષવા સંચાલકો દ્વારા અને સુવિધાઓ અને વેચાણ વૃદ્ધિ યોજનાઓ આપે છે. જેમ કે, નાસ્તા માટે રેસ્ટોરન્ટ, ટેલિફોન વ્યવસ્થા, સોફા, ઠંડું પીવાનું પાણી, શૌચાલય આ ઉપરાંત ડિસ્કાઉન્ટ તેમજ ATM મશીનો પણ મુકવામાં આવે છે.

આવી ખાતાવાળી દુકાનો વિકસિત રાષ્ટ્રો અમેરિકા અને યુરોપના દેશોમાં ખુબ પ્રચલિત છે. આપણા દેશમાં પણ હવે અમદાવાદ, વડોદરા, સુરત, રાજકોટ, દિલ્હી, જયપુર, ચેન્નાઈ, કલકત્તા વગેરે શહેરોમાં જોવા મળે છે.

ખાતાવાળી દુકાનોની વિશેષતાઓ:-

ખાતાવાળી દુકાનોનો અર્થ જાણી, ચાલો હવે આપણે તેની વિશેષતાઓ જોઈએ.

૧. મોટે ભાગે આવા સ્ટોર્સ શહેરો કે નગરોના મુખ્ય વ્યાપારી કેન્દ્રોમાં આવેલા હોય છે. જેથી જુદા જુદા સ્થળોએથી લોકો પોતાની સગવડ મુજબ ત્યાં વસ્તુઓ ખરીદવા સહેલાઈથી આવી શકે.
૨. ખાતાવાળી દુકાનોના કદ બહુ જ વિશાળ હોય છે. ઘણા વિભાગો તેમજ કાઉન્ટરોમાં વહેંચાયેલા હોય છે.

૩. દરેક વિભાગમાં વિશિષ્ટ પ્રકારની ચીજો વેચાય છે. દા. ત. એક વિભાગ વિજાણુ સાધનો વેચતા હોય તો બીજામાં રેડીમેઈડ ગારમેન્ટ્સ તો વળી ત્રીજામાં બાદ સામગ્રી વેચાતી હોય છે.
૪. બધા વિભાગોનું વ્યવસ્થાપન અને નિયંત્રણ એક જ સ્થળે કેન્દ્રીત હોય છે.
૫. ખાતાવાળી દુકાનો ગ્રાહકોને ખરીદી કરવામાં આનંદ થાય તેનું ધ્યાન રાખતા હોય છે. તે ગ્રાહકોને બધી જ જરૂરી વસ્તુઓ એક જ સ્થળે એક જ છત નીચે ખરીદવાની સગવડ આપે છે.
૬. ખાતાવાળી દુકાનમાં જ ગ્રાહકો માટે નાસ્તા – જમવાની સુવિધા, આરામગૃહ, ટેલિફોન, ATM વગેરે સેવાઓ પૂરી પાડવામાં આવે છે.
૭. ગ્રાહકોને ક્રેડિટ કાર્ડ ઉપર ખરીદવાની સગવડતા પણ આપે છે.
૮. ખાતાવાળી દુકાનો વધુ ખરીદી કરતા નિયમિત પ્રતિષ્ઠિત ગ્રાહકોને ફ્રી હોમ ડિલિવરીની સુવિધા પણ આપે છે.

ખાતાવાળી દુકાનના ફાયદા:-

ખાતાવાળી દુકાનના ફાયદા નીચે મુજબ છે.

૧. **ખરીદીની વિધિમાં સુવિધાઓ:-** એક જ છત નીચે અનેક પ્રકારની જીવન ઉપયોગી વસ્તુઓ મળતી હોય તથા. તમારે તમારી વસ્તુઓ ખરીદવા માટે બજારે બજારે કે દુકાને દુકાને ફરવું પડતું નથી. આથી તમારા કિંમતી સમય અને શક્તિનો બચાવ થાય છે. વળી, ગ્રાહકોની સગવડ માટે જ ભંડારની અંદર જ રહ્યા – નાસ્તાની સુવિધા, ઠંડા પાણીની વ્યવસ્થા, આરામ ગૃહની વ્યવસ્થા, શૌચાલયો, એ.ટી.એમ વગેરેની સુવિધા આપવામાં આવે છે.
૨. **ઉત્પાદનોની વિશાળ પસંદગીની તક:-** ખાતાવાળી દુકાનોમાં જુદા જુદા ઉત્પાદકોની વિવિધ વસ્તુઓની એક મોટી શ્રેણી હોય છે. ગ્રાહક આ વિવિધ વસ્તુઓમાંથી પોતાને ગમતી અને પરવડતી ઉત્તમ વસ્તુ ખરીદી શકે છે.
૩. **મોટા પાયે ખરીદ – વેચાણના લાભો:-** ખાતાવાળી દુકાનનાં સંચાલકો વિશાળ જથ્થામાં સીધા ઉત્પાદકો પાસેથી જ વસ્તુઓ ખરીદે છે. જેથી મધ્યસ્થિઓના કમીશન કે નફા પર કાપ આવે છે. આથી ખરીદ કિંમત ખુબ જ નીચી આવે છે અને જેનો લાભ તે સીધા ગ્રાહકોને નીચા ભાવે વસ્તુનું વેચાત કરે છે. તેમજ વેચાણનું પ્રમાણ વધુ હોવાથી વહિવટીય ખર્ચ પણ નીચો આવે છે.
૪. **કેન્દ્રીત જાહેરાત ખર્ચ:-** ખાતાવાળી દુકાનોમાં જુદા જુદા વિભાગોમાં અનેક વસ્તુઓ વેચાણ માટે પ્રદર્શનમાં મુકેલ હોય છે. અને સુંદર રીતે તેની જાહેરાત કરતા હોય છે. ગ્રાહક આવી જાહેરાત ઓ પ્રદર્શન જોઈને અમુક વસ્તુઓ ખરીદવા





પોતાના મન પર અંકુશ મુકી શકતો નથી. અને ઘણી બધી વસ્તુઓ જાહેરાતથી ખરીદી લે છે. આમ જાહેરાતોના લાભથી વેચાણ વધે છે.

૫. **કુશળ વ્યવસ્થાપન:-** ખાતાવાળી દુકાનોમાં અનેક વસ્તુઓનું વેચાણ અને ગ્રાહકોના મુલાકાણથી તેનું સંચાલન કાર્યદક્ષ અનિવાર્ય છે. આથી નિષ્ણાત સેલ્સમેનો અને સંચાલકોને રોકી તેમની સેવાનો લાભ ખાતાવાળી દુકાનના વિકાસમાં અને ગ્રાહકોને બંનેને મળી શકે છે.

ખાતાવાળી દુકાનના આટલા લાભ હોવા છતાં પણ તેનાં કેટલાક ગેરલાભ પણ છે. ચાલો આપણે તેની પણ નોંધ લઈએ.

ખાતાવાળી દુકાનોની મર્યાદાઓ:-

૧. **વિશાળ મુડી રોકાણ:-** ખાતાવાળી દુકાનોનું કદ વિશાળ હોય છે. વળી તેવા સ્ટોર્સને શહેરના સમૃદ્ધ અને મુખ્ય વિસ્તારમાં સ્થાપવી પડે છે. આથી ભારે મુડી રોકાણની જરૂર પડે છે.
૨. **રહેઠાણના સ્થળેથી દૂર:-** સામાન્ય રીતે ખાતાવાળી દુકાનો રહેઠાણના સ્થળેથી શહેરના બજારના મુખ્ય ભાગમાં આવેલી હોય છે. તેથી ઘણા ગ્રાહકો થોડી વસ્તુ ખરીદવા દૂર સુધી જઈ શકતા નથી અને રોજ બરોજની વસ્તુઓ માત્ર નજીકની દુકાનેથી જ ખરીદી લેતા હોય છે.
૩. **વિશાળ સંચાલકીય ખર્ચ:-** આ ઉપરાંત ફર્નિચર થી માંડીને, કાર્યદક્ષી મોટા પ્રમાણમાં સ્ટાફ, વિશાળ પ્રમાણમાં વસ્તુઓની ગોઠવણી, પ્રદર્શન, જાહેરાત, પેકિંગ, રોશની ટુંકમાં તેને સતત કાર્યરત રાખવા કાર્યશીલ મુડીની પણ ભારે જરૂર પડે છે. જેનો ખર્ચ ક્યારેક ગ્રાહક પર નાખવામાં આવે છે.
૪. **ઉંચી વેચાણ કિંમત:-** વિશાળ મુડી રોકાણ, વિશાળ કાર્યશીલ મુડી વગેરેને કારણે વેચાણ કિંમત અન્ય સ્ટોર્સ કરતા વધુ હોવાથી ગ્રાહકો પૂનઃ મુલાકાત લેવાનું ટાળે છે.
૫. **ગ્રાહકોના વ્યક્તિગત ધ્યાનનો અભાવ:-** ખાતાવાળી દુકાનોનું વિશાળ કદ અને મોટા પ્રમાણમાં ગ્રાહકો હોવાથી માલિક અને ગ્રાહકો વચ્ચે પ્રત્યક્ષ અંકુશ રાખી શકાનો નથી. રોકેલા કર્મચારીઓ જ ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરતા હોય છે. માલિકો પ્રત્યક્ષ સ્વરૂપે પોતાના ગ્રાહકોની રૂચિ અને પસંદગી, ગમા - અણગમા વિશેની માહિતી મેળવી શકતા નથી.



૧૪.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

ખાતાવાળી દુકાનના સંબંધમાં નીચેના વિધાનો ખરા છે કે ખોટા તે જણાવો.

છૂટક વેપાર

- ખાતાવાળી દુકાન એ એક છૂટક દુકાન છે જ્યાં એક જ મકાનમાં જુદા જુદા વિભાગો / કાઉન્ટરો ઉપર વિવિધ વસ્તુઓ વેચવામાં આવે છે.
- ગ્રાહકોને સારી સુવિધાઓ આપવાને કારણે ઈલેક્ટ્રોનિક વસ્તુઓનો વિભાગ, તૈયાર કપડાઓનો વિભાગ, અનાજ – કરિયાણાનો વિભાગ પાડીને નિયંત્રણ રાખવામાં આવે છે.
- માલિકો અને ગ્રાહકો વચ્ચે જુદા જુદા વિભાગો દ્વારા પ્રત્યક્ષ સંપર્ક હોય છે.
- વેચાણ માટે પ્રાપ્ય વસ્તુ ઉપરાંત ખાતાવાળી દુકાનો ગ્રાહકોને વધારે સેવાઓ પૂરી પાડે છે.
- ગ્રાહકોના વિશાળ સંખ્યાને લાભાર્થે આવી દુકાનો રહેઠાણના વિસ્તારોમાં સાનુકૂળ રીતે સ્થપાયેલ હોય છે.
- ખાતાવાળી દુકાનો ગ્રાહકોને ઉચ્ચ કિંમતે વસ્તુઓ પૂરી પાડે છે. કારણ કે સ્ટોરના નિભાવ અને સંચાલન માટે વધુ ખર્ચ થતો હોય છે. તેમજ તેઓ ગ્રાહકોને વિવિધ પ્રકારની સુવિધાઓ પૂરી પાડતા હોય છે.

૧૪.૫ સુપર બજાર (અપના બજાર)

સુપર બજાર એક અન્ય પ્રકારની મોટા પાયે છૂટક વેપાર કરતું સંગઠન છે. સુપર બજારમાં ઘર વપરાશની રોજ બરોજની ચીજ વસ્તુઓ એક જ સમયે અને સ્થળેથી ખરીદી શકીએ છીએ. અઠવાડિયા કે મહિનાની જરૂરિયાત એક સાથે ખરીદી શકીએ છીએ.



સુપર બજારનું ચિત્ર

સુપર બજારનો અર્થ:—

સુપર બજાર એક મોટા પાયે ચાલતો ગ્રાહક સહકારી ભંડાર છે. ત્યાં અનાજ, કીરયાણું, ખાદ્ય સામગ્રી, ફળ-ફળાદી, શાકભાજી તેમજ ટકાઉ અને ઘર ઉપયોગી ટકાઉ વસ્તુઓ એક જ દુકાનની છત નીચેથી ખરીદી શકીએ છીએ. અપના બજાર ગ્રાહકોના સંગઠનથી જ બનેલ છે. તેમના વતી સંચાલકો સીધા જ ઉત્પાદકો પાસેથી મોટા જથ્થામાં નીચા ભાવે વસ્તુઓનું ખરીદી કરીને પોતાના સભ્યો ઉપરાંત આમ જનતાને પણ માલનું વેચાણ

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



કરે છે. આથી દુકાનોનો મુખ્ય આશય મધ્યસ્થી - દલાલોને મુક્ત કરીને સસ્તા ભાવે ચીજ વસ્તુનું વેચાણ કરવાનો છે.

સુપર બજારની વિશેષતાઓ:-

સુપર બજારની વિશેષતાઓ નીચે પ્રમાણે છે.

૧. આ ભંડારો સહકારી મંડળીના સ્વરૂપે સ્થાપવામાં આવે છે.
૨. આ ભંડારો બજારના કેન્દ્રસ્થાને સ્થાપવામાં આવેલા હોય છે. અને તેઓ રહેઠાણના વિસ્તારમાં વસ્તુઓ વેચવા માટે પોતાની શાખાઓ પણ ખોલે છે. કેટલીક સુપર માર્કેટના સંચાલકો ગ્રાહકોની સોસાયટીના સ્થળે માલ વેચવા હરતી ફરતી વાન પણ રાખે છે.
૩. તેમાં ફક્ત પ્રમાણભૂત (ઉત્તમ) ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ જ વેચાય છે.
૪. કેટલીક વાર આવા સહકારી ભંડારો સ્વયં-સેવાના આધારે પણ ચલાવવામાં આવે છે. જેમાં તમારી જરૂરિયાતની વસ્તુઓ દુકાનમાં પ્રદર્શિત કરેલી વસ્તુઓમાંથી જાતે પસંદ કરી અને બાસ્કેટ કે ટ્રોલીમાં લઈને કાઉન્ટર પર જાતે જ રજૂ કરવાની હોય છે. અને તેનું બિલ પણ કાઉન્ટર પરના માણસે બનાવી તમારી પાસેથી જરૂરી રકમ વસુલ કરે છે. આ કાર્ય માટે તમને ખરે પગે સેક્સમેન મદદ કરે છે.
૫. આ સહકારી ભંડારની દુકાનનું સંચાલન ગ્રાહક સભ્યમાંથી ચુંટાયેલા સભ્યો દ્વારા જ કરવામાં આવે છે.
૬. સુપર બજાર સીધા જ ઉત્પાદકો કે સરકારી કે સહકારી એકમો પાસેથી જથ્થાબંધ માલ ખરીદે છે. અને ગ્રાહકોને વ્યાજબી ભાવે વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે.
૭. સુપર બજારમાં વસ્તુઓ માત્ર રોકડેથી જ વેચાય છે.
૮. સહકારી ભંડારના (મંડળીના) સભ્યો સુપર બજાર સ્થાપવા અને ચલાવવા માટે ભંડોળ પૂરું પાડે છે.

સુપર બજારના લાભો:-

ચાલો આપણે સુપર બજારના લાભો જોઈએ.

૧. વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓનું વેચાણ:- સુપર બજારમાં રોજ બરોજની ઘર વપરાશની વસ્તુઓની એક વિશાળ વૈવિધ્યપુર્ણ શ્રેણી જોવા મળે છે.
૨. ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ:- તે ગ્રાહકોને ઉત્તમ પ્રકારની વસ્તુઓ પૂરી પાડે છે. તેમાં ભેળ સેળ કે નકલી માલનો સંભવ રહેતો નથી.

છૂટક વેપાર

૩. **ઓછી કિંમત:-** મોટા પાયે ખરીદી અને મધ્યસ્થીઓને બાકાત કરવાના લાભોના કારણે સુપર માર્કેટમાં બજારમાં વસ્તુઓ પ્રમાણમાં ઓછા ભાવે મળે છે.
૪. **ઓછો સંચાલન ખર્ચ:-** સુપર બજારમાં સામાન્ય રીતે સેલ્સમેન કે સહાયકની સેવાઓ મળતી નથી. તેથી સંચાલન ખર્ચ ઘટે છે.
૫. **સભ્યોને લાભ:-** મંડળીના સભ્યોને વસ્તુઓ કિંફાયતી ભાવે મળે છે. અને વર્ષ દરમિયાન જે મંડળીને નફો થાય તેમાં સભ્યોને શેરના પ્રમાણમાં ડિવિડન્ડ સ્વરૂપે આવક પણ મળે છે.
૬. **પસંદગીની આઝાદી (સ્વાયતતા):-** ગ્રાહકોને એક જ સ્થળે વિવિધ બ્રાન્ડ - માર્કની વસ્તુઓ મળે છે. તેથી તેમને માટે પસંદગી કરવાનું સરળ બની જાય છે. પ્રદર્શીત કરેલી વસ્તુમાંથી તમે જાતે મન પસંદ વસ્તુ ખરીદી શકો છો.
૭. **સરકારી અંકુશ:-** ભારતમાં મોટે ભાગે સુપર બજારો કેન્દ્રલ અનુ રાજ્ય સરકારના નિયંત્રણમાં હોય છે. આથી ભાવો કાબુમાં રાખવામાં મદદ મળે છે. અને માલની કૃત્રિમ તંગી ઉભી કરવાની શક્યતા પણ ઘટી જાય છે.

સુપર બજારની મર્યાદાઓ:-

ઉપર જણાવેલા લાભો ઉપરાંત સુપર બજારની કેટલીક મર્યાદાઓ પણ છે.

૧. **ભારે મુડી રોકાણ:-** સુપર બજાર શરૂ કરવા અને ચલાવવા બહુ મોટી મુડીની જરૂર પડે છે.
૨. **કુશળ વ્યવસ્થાપનનો અભાવ:-** મુડીની અછતને કારણે કુશળ વ્યવસ્થાપક કે સેલ્સમેન રાખી શકાતા નથી.
૩. **ઉધારની સગવડતાનો અભાવ:-** ગ્રાહકોને માલ રોકડેથી જ વેચવામાં આવતો હોઈ ઉધારની સગવડ આપવામાં આવતી નથી.

૧૪.૬ ખાતાવાળી દુકાન અને સુપર બજાર વચ્ચે તફાવતો

મુદ્દાઓ	ખાતાવાળી દુકાન	સુપર બજાર
૧. માલિકી નિયંત્રણ	આ દુકાનોની માલિકી અને સંચાલન ખાનગી ક્ષેત્રનું હોય છે.	આ ભંડારની માલિકી અને સંચાલન સહકારી મંડળીઓનું હોય છે.
૨. સગવડો	રેસ્ટોરન્ટ, ટિકિટ બુકીંગ, વિશ્રામગૃહ, ટેલિફોન, શૌચાલય વગેરે સગવડો ગ્રાહકો માટે હોય છે.	ગ્રાહકો માટે આવી કોઈ સગવડો હોતી નથી.

મોડ્યુલ - ૪

ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૩. વસ્તુના ભાવો	માલ સામાનના ભાવે સામાન્ય રીતે બજાર ભાવ કરતા ઉચા - વધુ હોય છે.	ખાતાવાળી દુકાનની સારખામણીમાં વસ્તુના ભાવે સામાન્ય રીતે ઓછા હોય છે.
૪. ઉધારની સગવડ	સંજોગોવસાત્ પ્રતિષ્ઠિત ગ્રાહકોને ક્યારેક શાખની - ઉધારની સુવિધા મળે છે.	હંમેશ રોકડેથી જ વસ્તુનું વેચાણ કરવામાં આવે છે.



૧૪.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. સુપર બજારના સંબંધમાં નીચેના વિધાનો 'ખરા' છે કે 'ખોટા' તે દર્શાવો.
 ૧. ખાતાવાળી દુકાનની જેમ જ સુપર બજારમાં પણ વિવિધ વસ્તુઓ એક જ છત નીચે વેચવામાં આવે છે.
 ૨. તેઓનું સંચાલન સહકારી મંડળી માફક થાય છે. તેમાં સભ્યો મુડી રોકે છે.
 ૩. સહકારી મંડળીના સભ્યોની સગવડ ખાતર માલ ઉધાર વેચવામાં આવે છે.
 ૪. સુપર બજારને પ્રશિક્ષિત પ્રબંધક રાખવાનું પરવડે નહીં. તેથી તેની સંચાલન પ્રક્રિયાઓમાં ખામી રહે છે.
 ૫. સસ્તા ભાવે વસ્તુ વેચવા માટે સુપર બજાર હલકી જાતની વસ્તુ વેચે છે.
૨. નીચેના વિધારો કયા પ્રકારના મોટા પાયાના છૂટકે વેપારને દર્શાવે છે તે કહો.
 ૧. જુદા જુદા વિસ્તારોમાં ખોલેલી જુદી જુદી દુકાનોમાં માલનું વેચાણ થાય છે.
 ૨. અન્ય સ્થળે બજારભાવ હોય તેના કરતા સામાન્ય રીતે ઉચા ભાવે વસ્તુ વેચાય છે.
 ૩. આ સ્ટોર્સ મોટે ભાગે ગ્રાહકોના સહકારના જૂથથી બનેલ હોય છે.
 ૪. વેચાણ માટેની વસ્તુઓ ઉપરાંત ગ્રાહકોને બીજી ઘણી સુવિધાઓ અપાય છે.
 ૫. ગ્રાહકોને એક જ પ્રકારનો માલ વેચવામાં આવે છે.

છૂટક વેપાર

૩. મોટા પાયે છૂટક વેચાણના સંબંધમાં નીચેના વાક્યોમાં કૌંસમાં આપેલ શબ્દોમાંથી યોગ્ય પસંદ કરી ખાલી જગ્યા પૂરો.

૧. સામાન્ય રીતે જથ્થાબંધ વસ્તુઓ ગ્રાહકોને વેચવા માટે પાસેથી ખરીદવામાં આવે છે.
(નિર્માતાઓ, વ્યેટિયાઓ)
૨. ઉપભોક્તાને બધી વસ્તુઓ મોટે ભાગે ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવે છે.
(એક જ છાપરા નીચે, જુદી જુદી દુકાનોમાં)
૩. તે ગ્રાહકોની સંખ્યાને સામાન વેચે છે.
(મર્યાદિત, વિશાળ)
૪. ગ્રાહકોને સામાન વેચવામાં આવે છે.
(રોકડેથી, ઉધાર)
૫. મોટા પાયા ઉપર છૂટક વેચાણમાં જરૂરી મુડી રોકાણની રકમ સ્થાનિક છૂટક દુકાનોના મુડી રોકાણ હોય છે.
(ના જેટલી, કરતાં ઘણી વધારે)

૧૪.૭ બહુ સંખ્યક દુકાનો

આગળના વિભાગમાં આપણે વિભાગીય ભંડાર વિષે જાણ્યું કે સંપૂર્ણ વેપાર એક જ વિશાળ દુકાનોની શૃંખલાની છત નીચે ચાલે છે. અને ગ્રાહકો ત્યાં આકર્ષાય છે. હવે આપણે બહુ સંખ્યક દુકાનો વિષે વાંચીશું. જેમાં ગ્રાહકોની નજીક દુકાનો સ્થાપીને મોટા મોટા નિર્માતાઓ ગ્રાહકો સુધી પહોંચે છે.



બહુ સંખ્યક દુકાનોનું ચિત્ર

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



તમે ક્યારેય એ જોયું છે કે તમારા શહેર/નગરમાં કેટલીક છૂટક દુકાનો આવતી હોય છે? તેમનાં નામ, ડીઝાઈન અને સજાવટ એક સરખાં જ હોય છે. અને એક જ બ્રાન્ડ (માકા)ની એક પ્રકારની વસ્તુઓ વેચે છે. તમે કહેશો 'હા'. બાટાના શો રૂમ, નોકીઆ મોબાઈલનો શો રૂમ, યુ.એસ. પીઝા, મેક ડોનાલ્ડની રેસ્ટોરન્ટ વગેરે.

આ બધી બહુ વિકલ્પીય દુકાનો છે. તેઓ તેમની તમામ દુકાનોમાં એક પ્રકારનો સામાન એક સરખી કિંમતે વેચે છે. આ દુકાનો મોટા ભાગે ઉત્પાદકો/નિર્માતાઓની માલિકીની હોય છે. અને તેઓ જ ચલાવતા હોય છે. તેઓ કોઈ શહેરમાં વિભિન્ન સ્થળોએ પોતાની શાખાઓ ખોલે છે. અથવા દેશના જુદા જુદા શહેરો કે નગરોમાં શાખાઓ ખોલે છે. આ દુકાનોને 'સંકલિત દુકાનો' પણ કહે છે.

બહુ સંખ્યક દુકાનોની વિશેષતાઓ:-

આ પ્રકારની છૂટક વેચાણની સંકલ્પના વધારે સ્પષ્ટ કરવા માટે ચાલો આપણે બહુ સંખ્યક દુકાનો વિષે વધારે જાણીએ.

૧. એક જ વ્યવસ્થાપન અને એક જ માલિકી નીચે આ દુકાનો ગ્રાહકોની નજીક ચલાવવામાં આવે છે.
૨. ગ્રાહકો ઓળખી શકે તે માટે દરેક શહેરની બધી જ દુકાનો એક જ રીતે સજાવવામાં આવે છે.
૩. બહુ સંખ્યક દુકાનો એક જ સરખા પ્રકારની વસ્તુઓ વેચે છે. મોટે ભાગે રોજ બરોજની ઉપયોગી વસ્તુઓ જેમ કે જોડા, કાપડ, પીઝા, કેક, મોબાઈલ, ઘડિયાળ, બાઈક, કાર, આઈસ્ક્રીમ વગેરે.
૪. બધી દુકાનોમાં એક જ સરખી કિંમત હોય છે. મુખ્ય કાર્યાલય દ્વારા ભાવો નક્કી થાય છે. આમ હોવાથી આમાં ભાવતાલ કરવા કે છેતરપીંડીને અવકાશ રહેતો નથી.
૫. બધી બહુ સંખ્યક દુકાનોનું નિયંત્રણ અને વ્યવસ્થાપન મુખ્ય કાર્યાલયથી થાય છે.
૬. બધી બહુ સંખ્યક દુકાનો બધી વસ્તુઓ રોકડેથી વેચે છે. ગ્રાહકોને ઉધારની સગવડ આપવામાં આવતી નથી.
૭. બધી વસ્તુઓ મધ્યસ્થ સ્થળોથી ખરીદવામાં અથવા ઉત્પન્ન કરવામાં આવે છે અને પછી જુદી જુદી શાખાઓમાં વેચવા મોકલે છે.

સંકલિત દુકાનોના લાભ:-

બહુ સંખ્યક (સંકલિત) દુકાનો ગ્રાહકોને કે અન્ય વેપારીઓને નીચેના લાભ આપે છે. ચાલો આપણે એ વિશે જાણીએ.

છૂટક વેપાર

૧. **સરળ ઓળખ:-** દરેક સંકલિત દુકાનનું બાંધકામ એક સરખુ હોય છે. તે છુટકીનદુકાનોએમુંબાદુકાનસરખુએજોવટ એક સમાન હોય છે. આનાથી ગ્રાહકને
૨. **દલાલો / મધ્યસ્થીઓની ગેરહાજરી:-** સંકલિત દુકાનો મોટાભાગે મોટા સફળ ઉદ્યોગપતિની માલિકીની હોય છે. અને તેમાં જે જાતે જ ઉત્પાદન કરે છે. તે જ વસ્તુનું વેચાણ કરે છે. આથી મધ્યસ્થીઓ જેવા કે જથ્થાબંધ વેપારી કે છૂટક વેપારી હોતા નથી.
૩. **મોટા પાયાના લાભો:-** સંકલિત દુકાનોની શ્રેણી ખુબ વિશાળ હોય છે. એટલે મોટા પાયા પર ઉત્પાદન કરીને મોટા પાયા પર વેચાણ કરે છે. પરિણામે પડતર ખુબ નીચી આવે છે. બધી જ દુકાનોની ખરીદી એક જ જગ્યાએથી થતી હોવાથી તેમ જ જાહેરાત પણ બધી દુકાનો વતી એક જ સ્થળેથી થતી હોવાથી ખર્ચમાં કાપ મૂકી શકાય છે.
૪. **ઓછી કિંમત:-** મોટા પાયા પરના લાભ મળતા હોવાથી સસ્તા ભાવે વસ્તુઓ ગ્રાહકને મળે છે. કારણ કે સંચાલન ખર્ચ ઓછો આવે છે. મધ્યસ્થીઓ, દલાલોનું કમીશન હોતું નથી.
૫. **રોકડમાં વેચાણ:-** સંકલિત દુકાનોમાં હંમેશા રોકડ જ વેચાણ કરવામાં આવે છે. પરિણામે ઘાલખાઘ કે ઉધાર વેચાણ કે ઉઘરાણીનો પ્રશ્ન હોતો નથી.
૬. **ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ:-** દરેક સંકલિત દુકાનોમાં સરખી જ ગુણવત્તાવાળી સરખા જ ભાવવાળી વસ્તુઓ મળતી હોવાથી ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ સંપાદન કરી શકાય છે.
૭. **સુવિધાપૂર્ણ સ્થળ:-** આવી દુકાનો શહેરના મધ્ય કે મુખ્ય બજારમાં કે ધમધમતા શોપીંગ સેન્ટરોમાં આવેલા હોવાથી ગ્રાહકો સહેલાઈથી પોતાની જરૂરિયાતોની વસ્તુઓ ખરીદી શકે છે.

સંકલિત દુકાનોની મર્યાદાઓ:-

ઉપરના તમામ લાભો મળતા હોવા છતાં બહુ સંખ્યક દુકાનોને કેટલીક મર્યાદાઓ નડે છે.

૧. **મર્યાદિત પસંદગી:-** આવીદુકાનો ઉત્પાદનોની મર્યાદિત જાતનો જ વેપાર કરે છે. એથી આ દુકાનોમાં પ્રાપ્ય અમુક માર્કાની વસ્તુઓ પૂરતી જ ગ્રાહકોની પસંદગી મર્યાદિત બને છે.
૨. **ઉધારની સુવિધાનો અભાવ:-** આવી દુકાનોમાં બધું જ વેચાણ રોકડેથી થતું હોવાથી ગ્રાહકોને ઉધારની શાખ પરની સુવિધાઓ મળતી હોતી નથી.
૩. **ભાવતાલનો અભાવ:-** સંકલિત દુકાનોના વડા મથકેથી વસ્તુઓના ભાવ નક્કી થતા હોય છે. જે ચોક્કસ પણે ચુકવવા પડે. જેથી ગ્રાહક વસ્તુ ખરીદતી વખતે વેચાણ કરનાર સાથે ભાવતાલ કરાવી શકતો નથી.

મોડ્યુલ - ૪

ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૪. **ઉત્સાહનો અભાવ:-** આ દુકાનોનું સંચાલન પગારદાર મેનેજરો અને કર્મચારીઓ દ્વારા થતુ હોય તેમને મુખ્ય મથકની સુચનાઓનું કડક પાલન કરવું પડે છે. તેમના પગાર પણ નિશ્ચિત હોય છે. આથી દુકાનોનું વેચાણ વધારવા કે ગ્રાહકને સંતોષ આપવાનો ઉત્સાહ હોતો નથી.



૧૪.૫ પાઠગત પ્રશ્નો

સંકલિત દુકાનોના સંદર્ભમાં નીચેની ખાલી જગ્યા પૂરો.

૧. જે વિવિધ દુકાનો જે એક જ પ્રકારના ઉત્પાદનો ભાવે વેચે છે અને મોટે ભાગે ઉત્પાદકો જ ચલાવતા હોય છે. તેને બહુ સંખ્યક દુકાનો કહે છે.
૨. સહેલાઈથી ઓળખાય તે માટે એક જ નિર્માતાની બધી સંકલિત દુકાનોમાં એક સરખું પ્રદર્શન અને હોય છે.
૩. બધુ વેચાણ રોકડેથી થતું હોઈને નું જોખમ હોતું નથી.
૪. બહિસ્કારના કારણે વસ્તુ ગ્રાહકોને ઓછા ભાવે મળે છે.
૫. સંકલિત દુકાનોનું સંચાલન દ્વારા થતુ હોય છે. તેથી મેનેજર અને કર્મચારીઓનો ઉત્સાહ ઓછો જોવાય છે.
૬. આવી દુકાનોમાં ઉત્તમ ગુણવત્તાવાળી અસલી ચીજો મળે છે. તેથી જનતાને આ ઉત્પાદનોમાં ઉત્પન્ન થાય છે.
૭. આવી દુકાનોમાં પ્રકારનાં ઉત્પાદનો ગ્રાહકોને પૂરં પાડી શકાય છે.
૮. આ દુકાનો મુખ્ય બજારમાં અને વ્યસ્ત શોપીંગ સેન્ટરમાં આવેલ હોઈ સ્થળ ની પૂરી પાડી શકાય છે.

ખાતાવાળી દુકાન અને વૈવિધ્ય સભર (બહુ સંખ્ય) દુકાનોમાં તફાવત:-

તમે ખાતાવાળી દુકાનો અને વૈવિધ્ય સભર દુકાનોનાં બે અલગ અલગ મોટા પાયાના છૂટક વેપારનાં સંગઠનો તરીકે અભ્યાસ કર્યો. હવે તમે આ બંને પ્રકારો વચ્ચેનો તફાવત જણાવી શકશો અને તેને આ પાઠના અંતે આપેલા જવાબો સાથે સરખાવી શકશો.

ખાતાવાળી દુકાનો અને વૈવિધ્ય સભર દુકાનોના મુળભૂત આધાર.

૧. **સ્થાન:-** આ બંને પ્રકારના સ્ટોર્સ જ્યાં ગ્રાહકોની ભરપૂર અવર જવર થતી હોય તેવા બજારના મધ્યસ્થ ભાગમાં હોય છે.

છૂટક વેપાર

૨. સજાવટ:— પ્રત્યેક દુકાનોની બાહ્ય અને આંતરિક સજાવટ એક સમાન હોય છે. દરેક દુકાનોનો દેખાવ અને સજાવટ મુખ્ય મથકેથી નક્કી થાય છે.
૩. વિવિધ પ્રકારની ચીજ વસ્તુઓ:— મર્યાદિત ઉત્પાદકોની ઉત્પાદિત વિશાળ શ્રેણીનું છૂટક વિતરણ કરવામાં આવે છે.
૪. વસ્તુઓની કિંમત:— આવી તમામ દુકાનોમાં કિંમત સામાન્ય રીતે વધુ હોય છે. અને એક સમાન હોય છે.
૫. શાખ પર વેચાણની સુવિધાઓ ઉપલબ્ધ નથી.

૧૪.૮ મોલ્સ

આધુનિક છૂટક વેચાણનું વિતરણ ધરાવતુ સ્વરૂપ એ મોલ છે. અહિયા ગ્રાહકો માત્ર પોતાની જીવજરૂરિયાત કે ભૌતિક સુખસગવડના સાધનો નો ખરીદે છે પરંતુ આનંદ પ્રમોદન અને મનોરંજન માટેના કેન્દ્રો પણ હોય છે. યુવાન કે યુવતી તેમનો સમય ત્યાં પસાર કરે છે. અહિ અનેક હેતુઓ માટે લોકો એકત્રીત થાય છે. અને આવા વિશાળ મોલ્સના સાંનિધ્યમાં લગ્ન માટેના ભોજન સમારંભ, બર્થ ડે ઉજવણીની પાર્ટીઓ પણ રાખવામાં આવે છે. આ એક સ્થળ એવું છે કે અનેક ઉત્પાદકોની અનેક વસ્તુઓ એક જ સ્થળે ઉપલબ્ધ હોય છે.



મોલનું ચિત્ર

મોલ્સ ખરેખર અનેક દુકાનોના બંધાયેલા હોય છે. જેમાં અનેક ઉત્પાદકોના ઉત્પાદનો વેચાણ કરવામાં આવે છે. મોલ્સના સંચાલકો પાસે વિશિષ્ટ વેચાણ કરવાનો અનુભવ હોય છે. મોલ્સમાં ખરીદી કરવાનો એક જૂદો જ માહોલ – વ્યવસ્થા હોય છે. મોલ્સ આ દિવસોમાં અત્યંત આધુનિક સાધનો અને સુવિધાઓથી સજજ હોય છે. મોલ્સનું બાંધકામ અને સજાવટ કલાત્મક હોય છે. વિશાળ જગ્યા ધરાવતી અનેક વસ્તુઓનું પ્રદર્શન અને વેચાણ કરતી દુકાનો હોય છે. જેમાં બ્રાન્ડેડ, વિશ્વ વિખ્યાત વસ્તુઓ ઉપલબ્ધ હોય છે. ફેશનેબલ બ્રાન્ડેડ કપડા, ક્રોકરી, રમકડા, ઈલેક્ટ્રોનિક વસ્તુઓ અને ઉત્પાદકોની કોઈ પણ વસ્તુના વેચાણ યોજના માયે સફળ પૂરવાર થયેલ છે. સાથે સાથે વેચાણ વૃદ્ધિ માટેનું સૌથી સફળ માધ્યમ પૂરવાર થયેલ છે. ગ્રાહકોને વસ્તુના વેચાણ ઉપરાંત અનેક આધુનિક સુવિધાઓ પણ પૂરી પાડે છે.

૧૪.૯ આઉટલેટ્સ

આઉટલેટ્સ સ્ટોર્સ કે ફેક્ટરીની સાથે જ જોડાયેલ આઉટલેટ્સ ઉત્પાદકોની વસ્તુનું ઉત્પાદન સ્થળેથી જ ગ્રાહકોને સીધું વેચાણ કરે છે. આ પદ્ધતિમાં સામાન્ય રીતે કારખાનાની સાથે

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ – ૪
ખરીદ – વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



છૂટક વેપાર માટે સ્ટોર બનાવવામાં આવે છે. ક્યારેક ગ્રાહકોને ઉત્પાદિત વસ્તુની ઉત્પાદન પ્રક્રિયા જોવા માટે છૂટ આપવામાં આવે છે. આધુનિક સમયમાં ફેક્ટરીના આઉટલેટસ દ્વારા જ બ્રાન્ડેડ વસ્તુનું વેચાણ થતા ગ્રાહકોમાં ગુણવત્તા અને કિંમતની બાબતમાં વિશ્વાસ બેસે છે. મધ્યસ્થી અને દલાલો વચ્ચે જ હોવાથી વિતરણ ખર્ચ ખુબ જ ઓછો આવે છે. જેનો લાભ ગ્રાહકોને મળે છે. આવા આઉટલેટસ મુલ્યવાન ગ્રાહકો માટે ઓરીજીનલ અને ગુણવત્તાસભર વસ્તુ ફેક્ટરીમાંથી ખરીદવાનો લાભ મળે છે.

૧૪.૧૦ દુકાન રહિત છૂટક વેચાણ

વિભાગીય ભંડાર, બહુ સંખ્યક દુકાનો અને સુપર બજાર કેવી રીતે અસંખ્ય ગ્રાહકોને વસ્તુઓ વેચે છે તે તમે જાણી ચૂક્યા છો. આ બધા પ્રકારના છૂટક વેચાણમાં તમારે બજારમાં દુકાનો પર જવું પડે છે. અને તમારી જરૂરિયાત મુજબની વસ્તુઓ ખરીદવી પડે છે. તેઓના વેપારના કલાકો (સમય) નિશ્ચિત હોય છે. અને તમારે આ સમય દરમિયાન જ વસ્તુ ખરીદવા જવું પડે છે. તમને કદી એવો વિચાર આવ્યો છે કે શા માટે વસ્તુઓ તમારી પસંદગી મુજબ આખા દિવસ દરમિયાન મળતી નથી? સવારે દુકાનદાર ૯ કે ૧૦ વાગ્યે આવીને દુકાન ઉઘાડે ત્યાં સુધી તમારે શા માટે રાહ જોવી? વળી તમને તમારી વસ્તુ ઘેર બેઠા જ મળી જાય તેવું પણ ગમે.

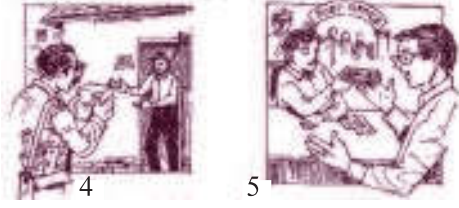
હા, આજ કાલ પ્રૌદ્યોગિકીમાં પ્રગતિ અને વધારે સારા સંચાર માધ્યમોને કારણે આમ બનવું શક્ય છે. જો તમે આ સુવિધાઓનો લાભ ઉઠાવવા માંગતા હો તો નીચેની છૂટક વેપાર પદ્ધતિઓ તમને સહાય કરી શકે.

૧. ટપાલ દ્વારા વેપાર
૨. ટેલિફોન દ્વારા ખરીદી
૩. સ્વયં સંચાલિત વેચાણ મશીન દ્વારા વેચાણ
૪. ઈન્ટરનેટ (પર) ખરીદી

૧. ટપાલ દ્વારા વેપાર

જો તમારે કોઈ ટકાઉ વસ્તુ ખરીદવી હોય તો તમારે દુકાને જ જવું પડે એવું જરૂરી નથી. જુઓ નીચેના ચિત્રોમાં શું થઈ રહ્યું છે.





ટપાલ દ્વારા ખરીદીનું ચિત્ર

છાપામાં આવેલી એક જાહેરાત એક વ્યક્તિનું ધ્યાન અમુક વસ્તુ તરફ ખેંચે છે. તે કુપન ભરીને વેચનારને મોકલી આપે છે. વેચનાર ઓર્ડર મેળવે છે. અને વસ્તુ પેક કરે છે. વેચનાર પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા વસ્તુ મોકલે છે. ખરીદનાર જરૂરી રકમ આપીને પોસ્ટમેન પાસેથી મેળવી લે છે.

આ ટપાલ દ્વારા વેચાણની પદ્ધતિ છે અને તેને 'મેઈલ ઓર્ડર બિઝનેસ' (ટપાલ દ્વારા વેપાર) તરીકે ઓળખવામાં આવે છે તેને ટપાલ દ્વારા ખરીદી પણ કહેવાય છે. આ વસ્તુ વેચવાની પદ્ધતિમાં વિનિર્માતા કે ઉત્પાદક ટપાલ દ્વારા વસ્તુ સીધેસીધી ગ્રાહકોને વેચે છે. વેપારી પાતાના ઉત્પાદનની જાહેરાત વર્તમાન પત્રો, મેગેઝીનો, દૂરદર્શન, પુસ્તિકાઓ, સૂચિપત્રો વગેરે દ્વારા કરે છે. આ રીતે ગ્રાહકોને પોતાના ઉત્પાદનની જાણ કરે છે. જાહેરાતમાં માલની વિશેષતાઓનું વિગતવાર વર્ણન હોય છે. ગ્રાહક તે ખરીદવા લલચાય છે. આ જાહેરાતમાં ઓર્ડર ફોર્મ કે કુપન પણ હોઈ શકે છે. તેને ભરીને ગ્રાહકે ટપાલ દ્વારા ઓર્ડર માટે આપેલા સરનામા પર રવાના કરવાનું હોય છે. ઓર્ડર માટે આપેલા સરનામા પર રવાના કરવાનું હોય છે. ઓર્ડર મેળવ્યા બાદ ટપાલ ઓર્ડર ગૃહ સામાનને સારી રીતે પેક કરે છે. એ તેની રકમનું વી.પી.પી. (વેલ્યુ પેએબલ પોસ્ટ = મૂલ્ય ચૂકવી મેળવાણી ટપાલ) કરીને પોસ્ટ દ્વારા સામાન મોકલે છે. પોસ્ટ ઓફિસ ગ્રાહકના ઘેર સામાન પહોંચાડે છે અને ખરીદનાર પાસેથી પૈસા વસુલ કરે છે. અને પછી વિક્રેતા કે માલ સામાન મોકલનારને પૈસા ચૂકવી દે છે.

ટપાલ દ્વારા વેપારની વિશેષતાઓ:-

૧. સમગ્ર પ્રક્રિયા ટપાલ દ્વારા થાય છે.
૨. ગ્રાહક અને વેપારીના રૂબરૂ સંપર્ક વિના ખરીદ - વેચાણ થાય છે.
૩. વેપારી વર્તમાન પત્રો, મેગેઝીનો, પત્રો, સૂચિપત્રો વગેરે દ્વારા પોતાની વસ્તુનું વિગતવાર વર્ણન, પૈસા ચૂકવવાની પદ્ધતિ, વેચાણની શરતો વગેરેની જાહેરાત કરે છે.
૪. વેપારી ગ્રાહક પાસેથી ઓર્ડર ટપાલ દ્વારા મેળવે છે.
૫. વેપારી માલ સારી રીતે પેક કરીને વી.પી.પી. દ્વારા ગ્રાહકને મોકલે છે.
૬. વેપારી પૈસા ટપાલ કચેરીએથી મેળવે છે.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૭. આ પ્રક્રિયામાં કોઈ વ્યેટિયા હોતા નથી.

હવે તમે ટપાલ દ્વારા વસ્તુઓ ખરીદવાની પદ્ધતિનો કંઈક ખ્યાલ મેળવ્યો હશે. તમને લાગે છે કે બધી જાતની વસ્તુઓ તમે ટપાલ દ્વારા ખરીદી શકો? ટપાલ દ્વારા કઈ વસ્તુ ખરીદવાનું સુગમ પડે તેનો વિચાર કરીએ.

ટપાલ દ્વારા વેપાર માટે સાનુકૂળ વસ્તુઓ:-

આવી જાતના વેપાર માટે નીચેના લક્ષણો ધરાવતી વસ્તુઓ સામાન્ય રીતે સુગમ પડે.

૧. હલકા વજનની અને ઓછી જગ્યા રોકે તેવી વસ્તુઓ, ભારે અને વજનદાર મોટી વસ્તુઓ આ રીતે વેચી શકાય નહીં.
૨. ટકાઉ અને જલ્દી નાશ ન પામે તેવી વસ્તુઓ.
૩. જેની બજારમાં જબરી માંગ હોય તેવી વસ્તુઓ.
૪. એવી વસ્તુઓ જેમને મોકલવાનો ખર્ચ તેમની કિંમત કરતા ઓછો હોય.
૫. એવી વસ્તુઓ જેને સહેલાઈથી હેન્ડલ કરી શકાય (હેરવી - ફેરવી શકાય)

ટપાલ દ્વારા વેપારના લાભ:-

આ પદ્ધતિમાં નીચેના લાભો છે.

૧. ગ્રાહક ઘેર બેઠા આરામથી વસ્તુ ખરીદી શકે છે. આનીથી તેનો સમય અને મહેનત બચે છે.
૨. ટપાલ દ્વારા વેપાર થોડીક મૂડીથી પણ ચાલુ કરી શકાય છે. કારણ કે આ વ્યાપારમાં ચીજ વસ્તુનો મોટો ભંડાર રાખવાની જરૂર નથી.
૩. સામાન્ય રીતે આ વ્યાપારમાં ગ્રાહકોને એવી ખાતરી આપવામાં આવે છે કે જો તેમને માલથી સંતોષ ન થાય તો તેઓને તેમના પૈસા પાછા પરત આપવામાં આવશે. આનાથી ગ્રાહકોના મનમાં વિશ્વાસ ઉત્પન્ન થાય છે.
૪. ટપાલ દ્વારા વેપાર સામાન્ય રીતે રોકડના ધોરણે થતો હોય છે. તેથી તેમાં પૈસા ડુબવાનું જોખમ રહેતું નથી.
૫. અસંખ્ય ગ્રાહકો સાથે તે વિશાળ માર્કેટની સુવિધા આપે છે.

ટપાલ દ્વારા વ્યાપારની મર્યાદાઓ:-

ટપાલ દ્વારા વેપારની મર્યાદાઓ નીચે મુજબ છે.

૧. ગ્રાહકોને ઉધારની સગવડતા મળતી નથી.

૨. અણપઠ લોકોને આવી રીતનો વેપાર માફક આવતો નથી.
૩. પૈસા ચૂકવ્યા પહેલાં ગ્રાહકને વસ્તુની ચકાસણી કરવાની તક મળતી નથી.
૪. ગ્રાહકનું રહેઠાણ ટપાલ સેવાથી જોડાયેલું હોવું જોઈએ.
૫. આ પદ્ધતિમાં વ્યાપક અને વિસ્તૃત જાહેરાતની જરૂર છે.

૨. ટેલી શોપીંગ

આજકાલ વેપારમાં ટેલિફોન એક અનિવાર્ય સંચાર માધ્યમ બની ગયું છે. તમે જોયું હશે કે તમારા વિસ્તાર નજીક વેપારીઓ માલ સામાનની ખરીદીનો ઓર્ડર ટેલિફોન દ્વારા જ આપતા હોય છે. અને એજ રીતે ગ્રાહકો તરફથી પણ પોતાને ઘેર જણસ પહોંચતી કરવાનો ઓર્ડર પણ મેળવતા હોય છે. આવું તમારા વિસ્તારની એક નિશ્ચિત દુકાનમાં બની શકે. પણ ઘણા મોટા મોટા વ્યાપાર ગૃહોમાં તો તમામ પ્રકારની લેવડ-દેવડ ટેલિફોન ઉપર જ થાય છે. તેઓ સંભવિત ગ્રાહકોનો ટેલિફોન ઉપર જ સંપર્ક કરીને પોતાનો માલ લેવા આગ્રહ કરે છે. ક્યારેક તેઓ પોતાના ઉત્પાદનની જાહેરાત ટી.વી. કે અન્ય સમૂહ માધ્યમ દ્વારા કરતા હોય છે. તેઓ તેની વિશેષતાઓ સ્પષ્ટ રીતે જણાવે છે. એટલું જ નહીં તેનું જીવંત નિદર્શન પણ કરે છે. ઉત્પાદનની કિંમત અને કોડ નંબર (જો હોય તો) અને વેપારીનો ટેલિફોન નંબર વગેરે પડદા ઉપર રજૂ થાય છે. ગ્રાહક તરીકે તમે ટેલિફોન નંબર ઘૂમાવીને ઓર્ડર આપી શકો છો. તેઓને પૈસા મળી ગયા પછી તેઓ તમારી ઈચ્છા મુજબની વસ્તુઓનું વિતરણ કરી આપશે. આપણા દેશમાં 'એશિયન સ્કાય શોપ' અને 'ટેલિબ્રાન્ડ' આવા ટેલી શોપીંગના ઉદાહરણ છે. ચાલો આ પદ્ધતિના કયા ફાયદા છે તે જોઈએ.



ટેલી શોપીંગના લાભો:-

૧. લેખિત ઓર્ડરની સરખામણીમાં આમાં વસ્તુ ખરીદવામાં સમયાશક્તિ અને પૈસાનો બચાવ થાય છે.
૨. જે લોકો બહુ જ વ્યસ્ત રહેતા હોય અને ખરીદ કરવા માટે જેમની પાસે વધારે ફુરસદ ન હોય તેમને માટે આ એક સગવડ ભરી ખરીદીની પદ્ધતિ છે.
૩. વિતરણ પ્રક્રિયામાં વ્યેટિયાઓની દરમિયાનગીરી આમાં દૂર થાય છે.
૪. ખરીદ કરનાર વેપારીના સ્થાન પર રૂબરૂ ગયા વિના વેચાણની શરતો, ચૂકવણીની રીત, પેકિંગ વગેરે વિષેની માહિતી મેળવી શકે છે.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



ટેલી શોપીંગની મર્યાદાઓ:-

ટેલી શોપીંગની મર્યાદાઓ નીચે પ્રમાણે છે.

૧. ઓર્ડરો બધા ટેલિફોન ઉપર જ મળતા હોઈને લેવડ-દેવડને કોઈ લેખિત નોંધ હોતી નથી. આમ જો વેચાણની શરતોની બાબતમાં વિવાદ થાય તો તેની નિકાલ કરવાનું કામ મુશ્કેલ બને છે.
૨. વેચાણ માટે રજૂ થયેલી વસ્તુની ચકાસણી કરવાની કોઈ સગવડ હોતી નથી. તેથી તેમાં દગાબાજી અને અપ્રામાણિકતાનું જોખમ અપરિહાર્ય છે.
૩. વેપારી ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે પોતાના ઉત્પાદન વિષે ગેરમાર્ગે દોરનારી માહિતી આપી શકે છે.
૪. ગ્રાહકોને ઉધારની સગવડ મળતી નથી.

૩. સ્વયં-સંચાલિત વિક્રય મશીન દ્વારા વસ્તુનું વેચાણ

વસ્તુ વેચવાની એક અન્ય પદ્ધતિ છે સ્વયં સંચાલિત વિક્રય મશીન દ્વારા વેચાણ. તેનાથી ગ્રાહકોને યોવીશેય કલાક (રાત-દિવસ ગમે ત્યારે) વસ્તુ ખરીદવાની સુવિધા મળે છે. આવા મશીનો સામાન્ય રીતે રેલ્વે સ્ટેશન, બસ સ્ટેશન, ગીચ શોપીંગ કેન્દ્રો વગેરે જેવા અનુકૂળ સ્થળોએ ગોઠવવામાં આવે છે. સ્વયં સંચાલિત મશીન માં તમે સિક્કો કે ટોકન દાખલ કરીને તમે અમુક વિશિષ્ટ વસ્તુ ખરીદી શકો છો. આ છૂટક વેપારની પદ્ધતિ વિદેશોમાં પ્રચલિત છે. તેના દ્વારા સંખ્યાબંધ ગ્રાહકોને ચોકલેટ, દૂધ, સૂપ, આઈસ્ક્રીમ, અખબાર વગેરે વેચવામાં આવે છે, ભારતમાં હજી આ પદ્ધતિ પ્રચલિત થઈ નથી.



સ્વયં સંચાલિત વેચાણ મશીનના લાભ:-

૧. આ મશીન ચલાવવું (વાપરવું) બહુ જ સરળ છે. અભણ વ્યક્તિ પણ તેને ચલાવી શકે.
૨. ખરીદનાર વિશિષ્ટ ગુણવત્તાયુક્ત વસ્તુ, સમાન વજનવાળી અને નિશ્ચિત કિંમતે મેળવી શકે છે.
૩. આમાં દુકાનદાર તરફથી થતા બગાડ કે દગાનું જોખમ રહેતું નથી.
૪. તે વેચનારનો સમય અને શક્તિ બચાવવામાં મદદ કરે છે.
૫. આમાં કોઈ જાહેરાતની જરૂર નથી.
૬. આમાં સંપૂર્ણ વેચાણ રોકડેથી થતું હોઈ ખરીદનાર દ્વારા પૈસા ન ચૂકવવાનો સંભવ રહેતો નથી.

સ્વયં સંચાલિત મશીન ની મર્યાદાઓ:-

૧. આ મશીનનું પ્રારંભિક રોકાણ બહુ મોટું હોય છે.
૨. મશીન નિયમિત મરામત અને નિભાવ માંગે છે.
૩. મશીનની સંગ્રહશક્તિ મર્યાદિત હોઈને તેને અવારનવાર ભરવું (લોડ કરવું) પડે.
૪. આ મશીનમાં નખાયેલા સિક્કા કે ટોકન વારંવાર કાઢી લેવા પડે.

૪. ઈન્ટરનેટ શોર્પીંગ

ઈન્ટરનેટ શોર્પીંગ એ છૂટક વેપારની એવી પદ્ધતિ છે જેમાં ઈન્ટરનેટ દ્વારા વેપાર કરવામાં આવે છે. વિક્રેતા અગર વિનિર્માતા પોતાના ઉત્પાદનની તમામ વિગતો તેની ચોક્કસ જાણકારી, ઉપયોગ વગેરે પોતાની વેબસાઈટ ઉપર પ્રદર્શિત કરે છે. ગ્રાહક તરીકે તમારે તમારા કોમ્પ્યુટર ઉપર વેબસાઈટ ખોલીને તમારી જરૂરિયાત મુજબની વિવિધ વસ્તુઓ જોવાની હોય છે. પછી તમે પ્રાપ્ય તમામ સરખા ઉત્પદનોની કિંમત પણ સરખાવી શકો છો અને માલ સામાનને લગતી ખાસ સૂચનાઓ પણ તમે વેપારીને પાઠવી શકો છો. તમારે બધા પૈસા તમારા ક્રેડિટ કાર્ડ દ્વારા ચૂકવવાના હોય છે. તમારો ઓર્ડર મળ્યા પછી વિક્રેતા કે માલ પૂરો પાડનાર તમામ સામાન ટપાલ સેવા અથવા કુરિયર દ્વારા પહોંચતો કરે છે. આમ તમારો સંપર્ક વિશ્વ બજાર સાથે થાય છે. તમે સામાનની શ્રેષ્ઠ પસંદગી કરી શકો છો. આ બધા માટે તમારા ઘેર ઈન્ટરનેટ જોડાણ (કનેક્શન) વાળું કોમ્પ્યુટર હોવું જરૂરી છે. તમે સાયબર કાફે દ્વારા પણ ઓર્ડર આપી શકો છો. આ પ્રકારની છૂટક ખીરદીને ‘ઓન લાઈન ખરીદી’ પણ કહે છે. પુસ્તકો, મેગેઝીનો, જર્નલો (માહિતી ગ્રંથો) સોફ્ટવેર અને આરોગ્ય અને સૌંદર્ય સંભાળની વસ્તુઓ માટે આ સાનુકૂળ રહે છે.



ઈન્ટરનેટ શોર્પીંગના લાભ:-

૧. આપણે ઘેર બેઠાં આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાંથી વસ્તુ ખરીદી શકીએ છીએ.
૨. ગ્રાહકોનો સમય અને શ્રમ બચે છે.
૩. છૂટક વેપારની આ સૌથી ઝડપી પ્રક્રિયા છે.
૪. વેપારીઓને આ ફાયદાકારક છે કારણ કે તેમાં તેમણે પોતાના ભંડારોમાં માલનો વિપુલ જથ્થો રાખવાની જરૂર નથી.
૫. આ પદ્ધતિ વિદેશી વ્યાપારમાં બહુ ઉપયોગી છે.

ઈન્ટરનેટ શોર્પીંગની મર્યાદાઓ:-

૧. જે લોકો કોમ્પ્યુટરનું જ્ઞાન ન હોય તે લોકો માટે ઉપયોગી નથી.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૨. આમાં વસ્તુઓની ભૌતિક તપાસ કરવી શક્ય નથી.
૩. આમાં પૈસા ક્રેડિટ કાર્ડથી ચૂકવવાના હોય છે. અને ક્રેડિટ કાર્ડ રાખવાનું સામાન્ય માણસને પોસાય નહીં.
૪. વ્યક્તિગત રીતે જાતે ખરીદવાનો આનંદ મળતો નથી.



૧૪.૬ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેના વિધાનો 'ખોટાં' છે કે 'ખરાં' તે જણાવો.
 ૧. ટપાલ દ્વારા વેપારમાં વેપારી સૂચિપત્ર, મેગેઝીન, ટી.વી. વગેરે દ્વારા પોતાના ઉત્પાદકની જાણકારી આપવા ગ્રાહક સુધી પહોંચે છે.
 ૨. ટપાલ દ્વારા વેપાર ટેલિફોન અને ટી.વી. દ્વારા સહેલાઈથી ચલાવી શકાય. તેમજ ટપાલ ખાતાની સેવા જરૂર નથી.
 ૩. ઝવેરાત (ઘરેણાં), ફળો, શાકભાજી, અનાજ વગેરે વસ્તુ ગ્રાહકને વેચવા માટે ટપાલ દ્વારા વેપાર પદ્ધતિ વપરાય છે.
 ૪. ટેલી શોપીંગમાં સમય અને શક્તિ બચે છે કારણ કે ટેલિફોન દ્વારા ઓર્ડર આપી શકાય છે.
 ૫. ટેલી શોપીંગમાં ચીજ વસ્તુ બદલવી સરળ પડે છે.
 ૬. ટેલી શોપીંગમાં દુગો કે બેઈમાનીનું જોખમ રહેલું છે કારણ કે ઉપભોક્તાને વસ્તુ ખરીદ્યા પહેલાં તેની ચકાસણી કરવાની તક મળતી નથી.
૨. યોગ્ય શબ્દોથી ખાલી જગ્યા પૂરો.
 ૧. રાત દિવસ ગમે ત્યારે વસ્તુ ખરીદવાની સરળ પદ્ધતિ છે
 ૨. સ્વયં સંચાલિત મશીનમાં નાખીને તમે ઈચ્છિત વસ્તુ ખરીદી શકો છો.
 ૩. ક્રેડિટ કાર્ડનો ઉપયોગ ના માધ્યમથી વસ્તુ ખરીદવામાં થાય છે.
 ૪. દુનિયામાં ગમે ત્યાંથી પુસ્તકો કે મેગેઝીન ખરીદવા માટે છૂટક ખરીદીની સૌથી ઈચ્છાવા યોગ્ય પદ્ધતિ છે.
 ૫. ઉત્પાદનની જાહેરાત કરવાની માં જરૂર નથી.
 ૬. ઓન - લાઈન શોપીંગમાં ના સમય અને શ્રમનો બચાવ થાય છે.



નોંધ

૭. સ્વયં સંચાલિત વ્યાપાર મશીનની મર્યાદા એ છે કે ખૂબ ખર્ચાળ છે.
૮. દ્વારા માલ ખરીદવામાં કોમ્પ્યુટરનું જ્ઞાન જરૂરી છે.
૩. બહુવિકલ્પમાંથી યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરી સાચો ઉત્તર આપો.
 ૧. જે છૂટક વેપાર માત્ર જાહેરાતો પર જ આધાર રાખે છે તે વિતરણ વ્યવસ્થા એટલે.....

અ. ખાતાવાળી દુકાનો	બ. ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો
ક. સહકારી મંડળી	ડ. બહુવિકલ્પીય દુકાનો.
 ૨. એક જ સંચાલક અને એક જ છત નીચે અનેક વસ્તુઓનું છૂટક વેચાણ થતું હોય તેવી દુકાન વ્યવસ્થાને....

અ. ખાતાવાળી દુકાનો	બ. સહકારી મંડળી
ક. બહુવિકલ્પ દુકાનો	ડ. આમાંની એક પણ નહી
 ૩. એવું સ્થળ કે જ્યાં જુદા જુદા પ્રકારની દુકાનો એક જ મકાનમાં જોવા મળે છે.

અ. બહુવિકલ્પ ધરાવતી દુકાનો	બ. ખાતાવાળી દુકાન
ક. સુપર બજાર	ડ. જથ્થાબંધ માર્કેટ
 ૪. જ્યાં સેલ્સમેનની જરૂર નથી.

અ. સ્વયં સંચાલિત વેન્ડીંગ મશીન	બ. ઈન્ટરનેટ દ્વારા વેપાર
ક. ખાતાવાળી દુકાન	ડ. મોલ્સ
 ૫. ટેલિ શોપીંગનો આધાર

અ. ટેલિફોન	બ. ટી.વી
ક. વ્યક્તિગત મુલાકાત	ડ. આમાંનું એક પણ નહી



તમે શું શીખ્યા

- છૂટક વેપારી એ એવો મધ્યસ્થી છે કે જે જથ્થાબંધ વેપારી કે ઉત્પાદક પાસેથી નાના જથ્થામાં માલ ખરીદી ગ્રાહકોને તેમની જરૂરિયાત પ્રમાણે માલ વેચે છે.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

છૂટક વેપાર

- છૂટક વેપાર પ્રક્રિયામાં ખરીદી, ગોઠવણ, સંગ્રહ અને વેચાણની પ્રક્રિયાનો સમાવેશ થાય છે. શાખ-ઉધારે પણ માલનું વેચાણ કરે છે. વ્યક્તિગત વેચાણની સુવિધા આપે છે. જોખમો ઉઠાવે છે. સ્ટોરની બહાર વસ્તુઓનું આકર્ષક પ્રદર્શન કરે છે. ઉત્પાદકોને ગ્રાહકોની બદલાતી જતી અભિરુચિ - ફેશન - ટેવની માહિતી પણ આપે છે.
- છૂટક વિતરણ વ્યવસ્થાને નાના કદના છૂટક વેપારી અને મોટા કદના છૂટક વેપારીમાં વર્ગીકરણ કરી શકાય છે.
- નાના કદના છૂટક વેપારમાં ફેરીયાઓ અને સ્થિર નાની દુકાનો ધરાવતા વેપારનો સમાવેશ થાય છે.
- મોટા કદના છૂટક વેપારમાં ખાતાવાળી દુકાનો, બહુહેતક ધરાવતી દુકાનો, સુપર માર્કેટ (અપના બજાર) કે જ્યાં આર્થિક ખરીદ - વેચાણના વ્યવહારો ખુબ મોટા હોય છે.
- સ્થિર દુકાનો છૂટક વેપારની વિવિધ રીતોથી અલગ પડે છે.
- મોટા પાયા પર છૂટક વેપાર એક એવી વેપાર પદ્ધતિ છે જેમાં એક જ પ્રકારની વસ્તુ અથવા જાત જાતનો સામાન ગ્રાહકોને એક જ છાપરા નીચે એક મોટી દુકાનમાં મળી રહે છે. અથવા ગ્રાહકોની સુવિધા મુજબ ઘરે પહોંચાડવામાં આવે છે. ભારતમાં મોટા પાયા પર છૂટક વેચાણના મુખ્ય પ્રકારો છે. (૧) વિભાગીય ભંડાર (૨) બહુ સંખ્ય દુકાનો અને (૩) સુપર બજાર.
- વિભાગીય ભંડાર મોટા પાયા પરની છૂટક દુકાનો છે. ત્યાં વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓ જુદા જુદા વિભાગો કે કાઉન્ટરો ઉપર એક જ મકાનમાં વેચાય છે. તેઓ મોટા શહેરો કે નગરોમાં વાણિજ્ય કેન્દ્રોમાં હોય છે. વિવિધ વસ્તુઓ વેચવા ઉપરાંત આ ભંડારો ગ્રાહકોની સગવડતા ખાતર રેસ્ટોરાં, ટેલિફોન, એટીએમ વગેરે સુવિધાઓ પૂરી પાડતા હોય છે.
- બહુસંખ્ય દુકાનો એક જ બ્રાન્ડની વસ્તુઓ વેચે છે. તેની બધી દુકાનોમાં ભાવો એક સરખા હોય છે. અને વસ્તુઓ પણ એક સરખી જ હોય છે. સરળતાથી ઓળખાય તે માટે બધી દુકાનોમાં સજાવટ પણ એક સરખી જ હોય છે અને મુખ્ય કાર્યાલાયથી જ બધી દુકાનોનો વહીવટ થાય છે.
- સુપર બજાર એક વ્યાપક ઉપભોક્તાઓનો સહકારી ભંડાર છે. જ્યાં ઉપભોક્તાઓને રોજ બરોજના ઉપયોગની સેકડો વિવિધ વસ્તુઓ વાજબી ભાવે એક જ છાપરા નીચે વેચવામાં આવે છે. તેઓ વિનિર્માતાઓ કે સરકારી સંસ્થાઓ પાસેથી વિપુલ જથ્થામાં માલ સીધેસીધો ખરીદે છે અને ઉપભોક્તાઓને ઉત્તમ ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ પૂરી પાડે છે.

છૂટક વેપાર

- દુકાન રહિત છૂટક વેચાણનાં સ્વરૂપો (પ્રકાર) આ મુજબ છે. (૧) ટપાલ દ્વારા વેપાર (૨) ટેલી શોપીંગ (૩) સ્વયં સંચાલિત વેચાણ મશીન દ્વારા વેપાર અને (૪) ઈન્ટરનેટ શોપીંગ.
- ટપાલ દ્વારા વેપાર એ ઉત્પાદકો કે વેપારીઓ દ્વારા ગ્રાહકોને ટપાલ દ્વારા વસ્તુ વેચવાની પદ્ધતિ છે. વિક્રેતા પોતાના માલની જાહેરાતથી ગ્રાહકો સમક્ષ પહોંચે છે. અને વસ્તુઓ ગ્રાહકોને ટપાલ દ્વારા પહોંચાડાય છે. આ વેપાર પદ્ધતિ માત્ર હલકા વજનની, ટકાઉ (નાશ ન પામે તેવી) અને સહેલાઈથી હેરવી – ફેરવી શકાય તેવી વસ્તુઓ માટે અનુકૂળ છે.
- ટેલી શોપીંગમાં ગ્રાહકોનો ટેલીફોન દ્વારા સંપર્ક કરવામાં આવે છે. અથવા લોકોને ઉત્પાદન અને તેના ઉપયોગ વિષે જાણ કરવા ટી.વી. ઉપર જાહેરાત આપવામાં આવે છે. ગ્રાહક વસ્તુનો ઓર્ડર ટેલીફોન ઉપર આપે છે. આ પદ્ધતિથી ખરીદનારનો સમય અને શ્રમ બચે છે. આમાં દુગો કે બેઈમાનીનું જોખમ રહે છે. કારણ કે ખરીદનાર વેચાણ માટે રજૂ થયેલી વસ્તુની ચકાસણી કરી શકતો નથી.
- સ્વયં સંચાલિત વ્યાપાર મશીન દ્વારા વસ્તુઓ રાત દિવસ ગમે ત્યારે ખરીદી શકાય છે. વિક્રેતા આવા મશીનો બહુ સગવડતાવાળી બસ સ્ટેશન, શોપીંગ સેન્ટર જેવી જગ્યાએ સ્થાપે છે. ગ્રાહકો માત્ર મશીનમાં સિક્કા કે ટોકન દાખલ કરીને વસ્તુઓ ખરીદી શકે છે.
- ઈન્ટરનેટ શોપીંગમાં ઉત્પાદન વિષેની માહિતી ઈન્ટરનેટ વેબસાઈટ ઉપરથી મળે છે. અને ઈન્ટરનેટ ઉપર જ ઓર્ડર આપવામાં આવે છે. સામાન ટપાલ કે કુરિયર દ્વારા મોકલવામાં આવે છે. અને પૈસા ક્રેડિટ કાર્ડ દ્વારા ચૂકવવામાં આવે છે. ઈન્ટરનેટ શોપીંગ દ્વારા ઘરમાં બેઠા બેઠા જ દુનિયાની કોઈપણ બજારમાંથી વસ્તુ ખરીદી શકાય છે.



સત્રાંત સ્વાધ્યાય

૧. મોટા પાયે છૂટક વેપારની વ્યાખ્યા આપો.
૨. ભારતમાં વિભાગીય ભંડાર અને બહુ સંખ્યક દુકાનોનાં બબ્બે ઉદાહરણો આપો.
૩. સુપર બજારનો અર્થ શો?
૪. ટપાલ દ્વારા વ્યાપારમાં મંગાવવી સરળ પડે તેવી ચાર વસ્તુના નામ આપો.
૫. ગ્રાહકો અને વેપારીઓને બહુ સંખ્યક દુકાનો દ્વારા થતા ચાર ફાયદા ગણાવો.
૬. ગ્રાહકો અને વિક્રેતાઓને બહુ સંખ્યક દુકાનો દ્વારા થતા ચાર લાભો સમજાવો.

મોડ્યુલ – ૪

ખરીદ – વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

છૂટક વેપાર

૭. સુપર બજાર ગ્રાહકો માટે કઈ રીતે લાભદાયી છે? લગભગ ૬૦ શબ્દોમાં સમજાવો.
૮. ટપાલ દ્વારા ઓર્ડર આપી માલ ખરીદવાના પ્રક્રિયાની રૂપરેખા આપો.
૯. વસ્તુઓ ખરીદવાની એક ખૂબ જ સગવડભરી પદ્ધતિ હોવા છતાં ટેલી શોપીંગનો ઉપયોગ ગ્રાહકો વધારે પ્રમાણમાં કરતા નથી. શા માટે?
૧૦. વિભાગીય ભંડારની કોઈ પણ છ વિશેષતાઓ સમજાવો.
૧૧. વિભાગીય ભંડાર અને શુંખલાબદ્ધ દુકાનો વચ્ચે મોટા પાયાના છૂટક વેપાર સંગઠનની દ્રષ્ટિએ શો તફાવત છે તે સ્પષ્ટ કરો.
૧૨. વિવિધ પ્રકારના મોટા પાયાના છૂટક વેપારના સામાન્ય લક્ષણોની ચર્ચા કરો.
૧૩. ગ્રાહકો માટે ઈન્ટરનેટ શોપીંગના ફાયદા અને મર્યાદાઓ સમજાવો.
૧૪. સ્વયં સંચાલિત મશીન દ્વારા વેપાર એ છૂટક વેપારની એવી પદ્ધતિ છે કે જેનાથી ગ્રાહકો અને વેપારીઓને અગણિત લાભો થયા છે. ચર્ચો.



પાઠાંત પ્રશ્નોના જવાબો

૧૪.૧

૧. ક ૨. ઈ ૩. અ ૪. બ ૫. ડ

૧૪.૨

૧. નાના કદના ૨. છૂટક વેપાર ૩. વિશાળ કદના
૪. મધ્ય ભાગમાં, વિશાળ ૫. ઉત્પાદકો

૧૪.૩

૧. સાયુ, ૨. ખોટું, ૩. ખોટું, ૪. સાયુ, ૫. ખોટું,
૬. સાયુ

૧૪.૪

૧.

૧. સાયુ, ૨. સાયુ, ૩. ખોટું, ૪. સાયુ, ૫. ખોટું



નોંધ

૨.

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| ૧. બહુવિકલ્પ દુકાનો | ૨. ખાતાવાળી દુકાનો |
| ૩. અપના બજાર (અપના બજાર | ૪. ખાતાવાળી દુકાનો |
| ૫. બહુવિકલ્પ દુકાનો | |

૩.

- | | |
|------------------|-----------------|
| ૧. ઉત્પાદક | ૨. એક છતની નીચે |
| ૩. વિશાળ | ૪. રોકડ |
| ૫. ના કરતા વિશાળ | |

૧૪.૫

- | | |
|-----------------------|---------------|
| ૧. સરખુ | ૨. સુશોભિત |
| ૩. ખરાબ ઉધાર (ઘાલખાધ) | ૪. મધ્યસ્થિ |
| ૫. મુખ્ય મથક | ૬. વિશ્વાસ |
| ૭. મર્યાદિત | ૮. સુવિધાજન્ય |

૧૪.૬

૧.

- | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| ૧. સાયુ, | ૨. ખોટુ, | ૩. ખોટુ, | ૪. સાયુ, | ૫. ખોટુ, |
| ૬. સાયુ | | | | |

૨.

૧. સ્વયં સંચાલિત છૂટક વેચાણ કરતુ મશીન
૨. કોઈન્સ (સિક્કા) અથવા ટોકન
૩. ઈન્ટરનેટ શોપીંગ / ઓન લાઈન શોપીંગ
૪. ઈન્ટરનેટ શોપીંગ / ઓન લાઈન શોપીંગ
૫. સ્વયં સંચાલિત છૂટક વેચાણ કરતુ મશીન
૬. ગ્રાહકો
૭. યંત્રો

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

છૂટક વેપાર

૮. ઈન્ટરનેટ શોપીંગ / ઓન લાઈન શોપીંગ

૩.

૧. બ

૨. અ

૩. બ

૪. બ

૫. અ



તમારા માટે પ્રવૃત્તિઓ

વર્તમાન પત્રના લેખો અને જાહેરાત અને જાહેરાતોનો અભ્યાસ કરી એ શોધો કે કયા ઉત્પાદકો સીધું જ ગ્રાહકોને વેચાણ કરે છે.

- ખાતાવાળી દુકાનો
- બહુવિકલ્પીય દુકાનો (વૈવિધ્યસભર દુકાનો)
- સંકલિત દુકાનો.
- ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો.



જાહેરાત

ધારોકે પરીક્ષા પાસ કરીને તમે તમારા વિસ્તારમાં એક રેસ્ટોરા (નાસ્તા ગૃહ) ખોલવા માંગો છો. તમારી પાસે પૂરતી જગ્યા, જરૂરી નાણાં અને તેને ચલાવવાની આવડત છે. પણ તમારા રેસ્ટોરા વિષે લોકોને કેવી રીતે જાણ થશે? જ્યાં સુધી લોકો તેના વિષે જાણે નહીં ત્યાં સુધી તમારા રેસ્ટોરામાં કોણ આવશે. લોકોને ખબર પડે કે ત્યાં એક રેસ્ટોરા આવેલી છે એ માટે શું કરવું જોઈએ એ તમે વિચારી શકો છો? ખરેખર, જો ખોરાકની ગુણવત્તા સારી હોય અને સ્વચ્છતા સારી હોય તો રેસ્ટોરા કેટલાક લોકોને આકર્ષી શકે. પરંતુ તમારી રેસ્ટોરા ક્યાં આવેલી છે તે લોકો ને જણાવવા માટે તમારે સતત કેટલાક ઉપાયો યોજવા પડે. વળી કઈ જાતનો ખોરાક અને વિવિધ વાનગીઓ મળે છે તે જણાવવું પડે કે જેથી તમને નિયમિત રીતે ગ્રાહકો મળ્યા કરે. હકીકતમાં દરેક વેપારી પોતાના ઉત્પાદન અને સેવાઓ વિષે લોકોને જાણ કરવાની પ્રવૃત્તિમાં ગૂંથાયેલો જ હોય છે કે જેથી તેનું વેચાણ વધી શકે. ચાલો આ પાઠમાં આપણે આ પ્રવૃત્તિ વિષે વધુ જાણીએ.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- જાહેરાત નો અર્થ સમજાવી શકશો.
- જાહેરાત ના ઉદ્દેશો નું વર્ણન કરી શકશો.
- જાહેરાત ના વિભિન્ન માધ્યમોની ઓળખ કરી શકશો.
- જાહેરાત ના દરેક માધ્યમ ની સાનુકૂળતા સૂચવી શકશો.

૧૫.૧ જાહેરાતનો અર્થ

અખબારમાં તમે માત્ર તાજી ઘટનાઓ કે ખેલકૂદ વિષે જ વાંચતા નથી. પણ તમને કેટલાક ઉત્પાદનો કે સેવાઓ વિષે માહિતી કે સંદેશ પણ જોવા મળશે, જેમ કે - એર કન્ડીશનર સાઈકલ, માથામાં નાખવાનું તેલ, ભવન, નિર્માતા વગેરે. આવી માહિતી તમને માહિતી ગ્રંથો, મેગેઝીનો, પત્રિકાઓ આકાશવાણી, દુરદર્શન, રસ્તાને કિનારે લગાવેલા હોર્ડિંગો વગેરે તમે ઉત્પાદનો કે સેવાઓની સુલભતા, કિંમત(ભાવ) વિશિષ્ટ લક્ષણો વગેરે જાણકારી મેળવી શકો છો. આમ જ્યારે તમને આવી વસ્તુઓ કે સેવાઓની જરૂર પડે ત્યારે તમે તે વસ્તુ જ્યાં મળતી હોય ત્યાં પહોંચી જાઓ છો, તેની ગુણવત્તા અને વિશિષ્ટતાઓ ચકાસો

છો અને જો તે વસ્તુ તમારી જરૂરિયાત પૂરી કરતી હોય તો તમે તે ખરીદો છો. ઉદાહરણ તરીકે તમે રેડિયો સાંભળતા હો ત્યારે 'બજાજ આલ્મન્ડ(બદામ) કેશ તેલ' નામના ઉત્પાદન વિષે જાણવા મળે છે. પણ તમે કેશ તેલ ખરીદવા જાઓ ત્યારે તમે વેપારીને તે વસ્તુ બતાવવા કહો છો. હવે જો તેની સુગંધ તમને ગમે અને કિંમત વાજબી લાગે તો તમે તે ખરીદો છો. આવા અનેક પ્રકારના દાખલા તમને જોવા મળે. જેમ કે દા.ત: હપ્તાથી ફ્લેટ વેચતા બિલ્ડરો,



પ્રચાર માધ્યમ

વળતર આપતા વેપારીઓ, ઉત્પાદક બજારમાં મૂકેલું કોઈ નવું ઉત્પાદન વગેરે. સ્વાભાવિક છે કે આવી માહિતી આપવાનો મુખ્ય હેતુ એ છે કે ગ્રાહક કોઈપણ ઉત્પાદન વિષે જાણે અને સેવાઓ વિષે જાણે અને તે ખરીદવા માટે તેમને લલચાવી શકાય. આ રીતે વિનિર્માતાઓ, વેપારી કે સેવા પ્રદાતાઓ વગેરે પોતાનું વેચાણ વધારવા માટે ગ્રાહકોને આકર્ષવા આવી માહિતીઓ આપવા ઈચ્છતા હોય છે. આ સમગ્ર વૃદ્ધિ મુલક પ્રવૃત્તિને જાહેરાત કહેવામાં આવે છે અને ઉત્પાદક કે વેપારી કે સેવા પ્રદાતાને "જાહેરાત દાતા" (વિજ્ઞાપન કર્તા) અથવા "પ્રાયોજક" કહેવામાં આવે છે. જે સંદેશ કે માહિતી પુસ્તિકા, મેગેઝિનો, હોર્ડિંગો ટી.વી વગેરે માધ્યમો દ્વારા જાહેરાત કરવામાં આવે તેને જાહેરાતનાં માધ્યમો કહેવાય છે.

જાહેરાત ની વ્યાખ્યા:-

અમેરિકન માર્કેટીંગ એસોસિએશન જાહેરાત ની વ્યાખ્યા આમ કહે છે. 'કોઈ નિશ્ચિત પ્રાયોજક દ્વારા પૈસા આપીને કરાતી વિચાર વસ્તુઓ અને સેવાની અવૈયકિતક (બિનઅંગત) રજૂઆત અથવા પ્રવર્તન. જાહેરાત એટલા માટે અવૈયકિતક છે કે તે કોઈ વ્યક્તિને વિશેષને અનુલક્ષીને હોતી નથી. બીજું, પ્રાયોજક એટલે કે વિનિર્માતા અથવા ઉત્પાદક નિશ્ચિત (ઓળખાયેલ) હોય છે કારણ કે જાહેરાતમાં હંમેશા તેનું નામ સરનામું સામેલ હોય જ છે. અને તે સમગ્ર પ્રક્રિયાનો ભર્ય પણ પોતે જ ભોગવે છે. ત્રીજું, ઉત્પાદક વસ્તુની ગુણવત્તા, આકાર(રુપરેખા), પેકિંગ તેમજ કિંમત વગેરેના લગતા વિચારને પણ પુરસ્કૃત કરી શકે છે. આમ આપણે કહી શકીએ કે કોઈપણ ઉત્પાદન સેવા કે વિચારને લગતા પ્રાયોજક દ્વારા આપેલા સંદેશ સાથે જોડાયેલી તમામ પ્રવૃત્તિઓને જાહેરાત કહેવામાં આવે છે.

જાહેરાતનાં લક્ષણો:-

જાહેરાતનો અર્થ અને વ્યાખ્યા લક્ષમાં લેતા આપણે જાહેરાતના લક્ષણો એકંદરે આ મુજબ ગણાવી શકીએ.





૧. સંદેશની અવૈયકિતક રજૂઆત:-

જાહેરાતમાં ઉપભોક્તાઓ સાથે કોઈ પ્રત્યક્ષ સંપર્ક હોતો નથી. તે સામાન્ય રીતે તમામ સંભવિત ગ્રાહકોને અનુલક્ષીને હોય છે.

૨. સંચાર નું મૂલ્ય ચૂકવેલું સ્વરૂપ:-

જાહેરાતમાં વિનિર્માતા વર્તમાનપત્ર, હોર્ડીંગ મેગેઝીન, રેડિયો, ટેલીવિઝન વગેરે જેવા સમૂહ માધ્યમ દ્વારા સંભવિત ઉપભોક્તાઓ સાથે છે. આ બધા માધ્યમોમાં થોડી જગ્યા કે થોડો સમય રોકવા માટે તેણે કિંમત ચૂકવવી પડે છે.

૩. ઉત્પાદન સેવા અથવા વિચાર ને પ્રોત્સાહન:-

જાહેરાત માં કોઈપણ ઉત્પાદન , સેવા અથવા વિચારના બારામાં કોઈક સંદેશ હોય છે. તે લોકો ને તેમના વિષે જાણકારી આપે છે અને ખરીદવા માટે પ્રોત્સાહિત કરે છે.

૪. પ્રાયોજક હંમેશા પરિચિત હોય છે:-

જાહેરાત દેનાર વિનર્માતા, વેપારી અથવા સેવા પ્રદાતાની ઓળખાણ હંમેશાં પ્રત્યક્ષ હોય છે.

૫. કોઈ સંચાર માધ્યમ દ્વારા સંપર્ક:-

જાહેરાત હંમેશા કોઈને કોઈ માધ્યમ દ્વારા પહોંચતી હોય છે. આ માટે અમુક જ માધ્યમ હોવું જરૂરી નથી. બધાં માધ્યમો નો પણ ઉપયોગ થઈ શકે.

૧૫.૨ જાહેરાતના હેતુઓ

તમે શીખી ગયા કે જાહેરાત નો મુખ્ય ઉદ્દેશ ગ્રાહકોને સંદેશ કે માહિતી પહોંચાડવાની છે. પણ આવો સંદેશો કે માહિતી ના પ્રસાર સાથે જ તે પ્રાયોજક કે જાહેરાત દાતા માટે લાભદાયી પણ હોય છે. ચાલો આપણે જાહેરાતના વિવિધ હેતુઓ વિષે જાણીએ.

૧. ગ્રાહક ને શિક્ષિત કરવા:-

ટી.વી. ઉપર "ટાટા નમક " ની જાહેરાત આવતી હતી તે તમને યાદ છે? તે જાહેરાત માં એક કહેવામાં આવે છે કે "ટાટા નમક" આરોગ્ય માટે સારું છે કારણકે તેમાં આયોડીન રહેલું છે. આ સંદેશો તમને શીખવે છે કે આયોડીન સ્વાસ્થ્ય માટે સારું છે અને દાંડી નમકમાં આયોડીન છે.

૨. નવા ઉત્પાદન ની માંગ પેદા કરવી:-

તમે છાપા માં વાંચ્યુ હશે કે એક નવી જાતની પેન જેને "જેલ પેન" કહે છે તે બજારમાં દાખલ થઈ છે. તે બહુ જ કિંકાયતી છે અને લખવામાં ઘણી સગવડભરી છે. આનાથી તમે પેન ખરીદવા પ્રોત્સાહિત થાઓ છો. એવી જ રીતે જાહેરાત દ્વારા જાણકારી મેળવીને તમારા

જેવા ઘણા વિદ્યાર્થીઓ પેન ખરીદશે અને આનાથી બજારમાં પ્રવેશતા નવા ઉત્પાદન ની માંગ ઉત્પન્ન થશે.

૩. ચાલુ ગ્રાહકો ને ટકાવી રાખવા:-

તમને યાદ હશે નિરમા વોર્શીંગ પાઉડર બહુ જ લોકપ્રિય ડીટરજન્ટ હતો. પણ વ્હીલ પાઉડર બજારમાં આવ્યા પછી એકએક નિરમા પાઉડર ની માંગ ઘટી ગઈ. પછી નિરમા પાઉડરના નિર્માતાઓએ ઉત્પાદન સુધાર્યું અને વિવિધ માધ્યમોમાં તેની જાહેરાત કરી. આવું જાણ્યા પછી લોકો અગાઉ નિરમા વાપરવા લાગ્યા. આ રીતે નિરમાએ પોતાની ચાલુ માંગ ટકાવી રાખી. આમ જાહેરાત માત્ર નિર્માતાઓને નવી ઉત્પાદનની વસ્તુની માંગ ઉભી કરવામાં જ નહીં પણ જૂના ગ્રાહકોને ટકાવી રાખવામાં પણ મદદ કરે છે.

૪. વેચાણ વધારવા:-

આપણે જોયું કે જાહેરાત નવા ઉત્પાદન ની માંગ ઉત્પન્ન કરે છે અને જૂના ની માંગ ટકાવી રાખે છે. આમ માંગ વધવાથી ઉત્પાદનનું વેચાણ પણ વધે છે.

૫. વિક્રેતા ને સહાય કરવી:-

મોટાભાગ ની જાહેરાતોમાં ઉત્પાદનનાં પ્રમુખ લક્ષી તેના ગુણો અને ઉપયોગો વિગતવાર જણાવવામાં આવે છે. આનાથી વિક્રેતા ને મદદ મળે છે. તેનું ઉત્પાદન ઝડપથી વેચાય છે અને ગ્રાહકો ને સમજાવવામાં કે મનાવવામાં તેનો સમય બગડતો નથી.



૧૫.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો 'ખરા' છે કે 'ખોટા' તે જણાવો.

૧. જાહેરાત ના માધ્યમ થી પ્રાયોજક ગ્રાહક સાથે સીધો સંપર્ક કરે છે.
૨. જાહેરાતનો ખર્ચો પ્રાયોજક ભોગવે છે.
૩. જાહેરાત ગ્રાહકોને વિવિધ ઉત્પાદનો અને તેમના ઉપયોગની બાબતમાં શિક્ષિત કરવામાં સહાયક હોય છે.
૪. જાહેરાત ચાલુ તેમજ નવા ઉત્પાદન ના વેચાણમાં વધારો કરવામાં સહાય કરે છે.
૫. ગ્રાહકો ને વસ્તુ કે સેવા વેચવામાં વિક્રેતાને જાહેરાતથી કશો ફાયદો થતો નથી.

૧૫.૩ જાહેરાતના માધ્યમ

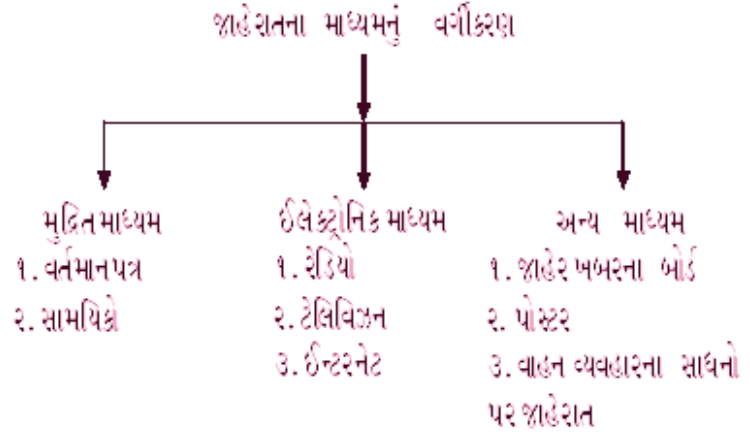
અત્યાર સુધી તમે શીખ્યા કે જાહેરાત છાપાં, જર્નલો, રેડિયો, ટી.વી. જેવા કોઈક માધ્યમ દ્વારા પ્રસારિત થાય છે. નીચેની આકૃતિ માં કેટલાક પ્રચલિત જાહેરાતનાં માધ્યમો આપવામાં આવ્યા છે.

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



ચાલો આપણે આ માધ્યમો વિષે વિગતવાર જાણીએ.

અ. મુદ્રિત માધ્યમ:-

મોટેભાગે વેપારીઓ જાહેરાત માટે મુદ્રિત માધ્યમ નો ઉપયોગ કરતા હોય છે. તેમાં અખબાર, મેગેઝિનો, જર્નલો વગેરે દ્વારા જાહેરાત નો સમાવેશ થાય છે. તેને પ્રેસ જાહેરાત પણ કહે છે.

૧. વર્તમાન પત્ર:-

તમે છાંપા તો વાંચતા જ હશો. આપણા દેશમાં અખબાર અંગ્રેજી, હિન્દી અને અન્ય પ્રાદેશિક ભાષાઓમાં બહાર પડે છે. વર્તમાન પત્રો સમાચારપત્રો, મતો અને તાજી ઘટનાઓના સ્ત્રોતો છે. આ ઉપરાંત વર્તમાનપત્રો જાહેરાત નું પણ ખૂબ પ્રચલિત માધ્યમ છે. જાહેરાતદાતા વર્તમાન પત્રો દ્વારા સંદેશ પ્રસારણ કરે છે તે કરોડો લોકો સુધી પહોંચે છે.



વર્તમાન પત્ર

લાભો:-

વર્તમાન પત્રો દ્વારા જાહેરાત ના નીચે મુજબ લાભો છે.

૧. સામાન્ય રીતે વર્તમાનપત્રો નો બહુ બહોળો ફેલાવો હોય છે. અને એક જાહેરાત છાપા દ્વારા અસંખ્ય લોકો સુધી પહોંચી જાય છે.
૨. વિસ્તૃત પ્રકાશન ના કારણે સામાન્ય રીતે જાહેરાતની કિંમત પ્રમાણ માં ઓછી હોય છે.

૩. સામાન્ય રીતે અખબાર દરરોજ પ્રકાશિત થાય છે. આથી એકની એક જાહેરાત વારંવાર આપી વાચકો દરરોજ યાદ આપી શકાય છે.
૪. વર્તમાનપત્ર બહુ જ ટૂંક સમય ની નોટિસ આપી ને જાહેરાત ના મુદ્દા આપી શકાય છે. ત્યાં સુધી કે છેલ્લી ઘડીએ પણ મુદ્દામાં ફેરફાર શક્ય બને છે. આમ જાહેરાત લચીલી બની શકે છે.
૫. વર્તમાન પત્રો અલગ અલગ પ્રદેશોમાંથી વિવિધ ભાષાઓમાં પ્રકાશિત થાય છે. તેથી જાહેરાતદાતાને ઈચ્છિત બજાર પ્રદેશ અને વાચકો સુધી સ્થાનિક પ્રાદેશિક ભાષા દ્વારા પહોંચવાની વિશાળ તકો સાંપડે છે.

મર્યાદાઓ:—

વર્તમાન પત્રોમાં જાહેરાત ની નીચે મુજબની મર્યાદાઓ પણ છે.

૧. સામાન્ય રીતે વર્તમાન પત્રો મળતાં તુરત જ વંચાઈ જાય છે પછી ઘરના કોઈ ખૂણામાં મૂકી દેવામાં આવે છે. ૨૪ કલાક બાદ આપણ ને બીજું વર્તમાનપત્ર મળે છે. આમ અખબારો નું આયુષ્ય બહુ ટૂંકું હોય છે.
૨. સામાન્ય રીતે છાપું લોકો સમાચાર માટે વાંચે છે. જાહેરાત ઉપર બહુ ઓછું ધ્યાન અપાય છે.
૩. અભણ લોકો વાંચી શકતા નથી. તેથી છાપાની જાહેરખબરો તેમને કોઈ લાભ પહોંચાડી શકતી નથી.
૨. સામયિકો:—



સામયિકો

સામયિકો નિયમિત રીતે પ્રકાશિત થાય છે. પણ દરરોજ પ્રકાશિત થતાં નથી. આ સામયિકો સાપ્તાહિક, પાક્ષિક, માસિક, દ્વિમાસિક, ત્રિમાસિક, અથવા વાર્ષિક ધોરણે પણ પ્રકાશિત થતાં હોય છે. દા.ત. તમે ઓનલુકર, ઈન્ડિયા ટુડે, ફ્રન્ટલાઈન યોજના, સ્વાગત, ફેમિના જેવા નિયમિત રીતે અંગ્રેજીમાં છપાતાં તેમજ ગૃહશોભા, નંદન અને ચંપક જેવા હિન્દીમાં છપાતાં મેગેઝીનો અને જર્નલો જોયા હશે. એવી જ રીતે હિન્દી અને

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



અન્ય પ્રાદેશિક ભાષાઓમાં પણ સામયિકો છે. આ બધા સામયિકોના વાંચકો વિશાળ સંખ્યામાં છે અને તેમાં છપાયેલી જાહેરાતો અસંખ્ય લોકો સુધી પહોંચે છે.

લાભો:-

૧. સામયિકોનું આયુષ્ય વર્તમાન પત્રોની સરખામણીમાં લાંબુ હોય છે. સામયિકો ભવિષ્યમાં વંચાય અથવા ફુરસદે વંચાય અથવા ફરી વખત વંચાય, જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે વાંચી શકાય તે માટે લાંબો સમય સાચવવામાં આવે છે.
૨. સામયિકોનો વાચક વર્ગ પસંદગીકૃત હોય છે અને તેથી જાહેરાત દેનાર પોતાના ગ્રાહકોના લક્ષ્યજૂથ વિષે જાણી શકે છે. અને તે મુજબ પસંદગી કરેલી (ચૂંટી કાઢેલી) જાહેરાત આપવામાં આવે છે. દા.ત. ફેમિના સામયિક માત્ર મહિલાઓનું મેગેઝિન છે તો જે ઉત્પાદનનો ઉપભોગ માત્ર પુરુષોજ કરી શકતા હોય તેને લગતી જાહેરાતો તેમાં ભાગ્યે જ છપાય. જો કે વસ્તુઓ અને સેવાઓના ઉત્પાદકો તેનો ઉપયોગ મહિલાઓ જ કરતી હોય તો તેની જાહેરાત આ મેગેઝિનમાં આપવાનું વધારે પસંદ કરે છે.

મર્યાદાઓ:-

૧. સામયિકોમાં જાહેરાત આપવાનું પ્રમાણમાં મોંઘું પડે છે.
૨. વર્તમાનપત્રો કરતાં ઘણા થોડી સંખ્યામાં વાચકો સુધી જાહેરાત પહોંચે છે.
૩. જાહેરાતની સામગ્રી બહુ વહેલી આપી દેવી પડે છે. તેમાં છેલ્લી ઘડીએ ફેરફાર શક્ય નથી. આનાથી લચીલાપણું ઘટે છે.

બ. ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમ:-

આધુનિક જમાનાના વેપારમાં જાહેરાતનું આ બહુ લોકપ્રિય (પ્રચલિત) માધ્યમ છે. આમાં રેડિયો, ટેલીવિઝન અને ઈન્ટરનેટનો સમાવેશ થાય છે. ચાલો તેની વિગતો તપાસીએ.

૧. રેડિયો જાહેરાત:-

આપણે બધા રેડિયો વિષે જાણીએ છીએ અને તેમાં આવતી વિવિધ ઉત્પાદનોની જાહેરાતો આપણે સાંભળી છે.

રેડિયોમાં કોઈ કાર્યક્રમનું પ્રસારણ થતું હોય ત્યારે વચમાં નાના ભ્રેક (અંતરાલ) આવે છે અને તેને વસ્તુઓ અને સેવાઓની જાહેરાતથી ભરવામાં આવે છે. વળી ઘણાં લોકપ્રિય કાર્યક્રમોના પ્રયોજકો જ ખુદ જાહેરાત દેનાર હોય છે. રેડિયોમાં કાર્યક્રમોના પ્રસારણ સમયે યોગ્ય સમયે અંતરે જાહેરાત આપવામાં આવે છે.



રેડિયો જાહેરાત

લાભ:-

૧. લોકો નિયમિત સાંભળતા હોઈ તે વધારે અસરકારક હોય છે.
૨. જે અભણ લોકો લખી વાંચી શકતા નથી તેમને માટે પણ ઉપયોગી છે.
૩. જ્યાં છાપું વાંચવું શક્ય ન હોય ત્યાં પણ તમે રેડિયો સાંભળી શકો. દા.ત. રસ્તામાં મુસાફરી કરતા કે ઘરે કામ કરતા હો ત્યારે પણ રેડિયો સાંભળી શકો. જ્યારે તે વખતે તમે છાપું વાંચી શકો. તે જ રીતે તમે વાહન ચલાવતા હો ત્યારે પણ રેડિયો સાંભળી શકો પણ છાપું ન વાંચી શકો.

મર્યાદા:-

૧. નિયમિત રેડિયો સાંભરનાર જ તેને શું સાંભળ્યું તે યાદ રાખી શકે. ક્યારેક ક્યારેક રેડિયો સાંભળનાર તેને શું સાંભળ્યું તે ભૂલી જઈ શકે.
 ૨. જાહેરાત જે સંદેશો મોકલવા માગતી હોય તે સ્પષ્ટ ન હોય તો તાત્કાલિક તેને બીજીવાર સાંભળવાની કોઈ તક હોતી નથી. આ ઉપરાંત કોઈ અન્ય વ્યવધાન વચમાં ઉત્પન્ન થાય તો પણ પ્રસારણને બગાડીનાખી શકે.
 ૩. ટેલિવિઝનની સરખામણીમાં રેડિયોમાં દ્રશ્ય પ્રમાવ ન હોવાથી ઓછો અસરકારક છે.
૨. ટેલિવિઝન જાહેરાત:-

માહિતી પ્રસારણ તકનીકી અને ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમના ઝડપી ફેલાવાના કારણે આજે જાહેરાત માધ્યમોમાં ટેલિવિઝન સૌથી ટોચ ઉપર છે. ટેલિવિઝનનો પ્રભાવ સૌથી વધુ અસરકારક છે. કારણ કે તે આપણી આંખો અને કાન એમ બંને (ઈન્દ્રિયો) ઉપર પ્રભાવ પાડે છે. (દ્રશ્ય-શ્રાવ્ય સાધન છે.) વસ્તુઓ દેખાડી શકાય, તેમના ઉપયોગનું નિદર્શન કરી શકાય અને તેમની ઉપયોગિતા વર્ણવી શકાય. ટી.વી.માં આવી સગવડ મળે. રેડિયોની જેમ જ ટી.વી. ઉપર પણ જાહેરાતો કાર્યક્રમો વચ્ચેના નાના નાના ભ્રેક (અંતરાલ)માં દર્શાવી શકાય. અહીં પણ જાહેરાત દાતાઓ દ્વારા કાર્યક્રમો પ્રયોજાતા હોય છે.



ટેલિવિઝન જાહેરાત

લાભો:-

૧. તે દ્રશ્ય-શ્રાવ્ય પ્રભાવના કારણે સૌથી વધુ અસરકારક છે.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૨. આકર્ષક (જકડી રાખે તેવા) સુત્રો (નારા), નાય-ગાન શ્રુંબલા અને પ્રખ્યાત હસ્તીઓ દ્વારા ઉત્પાદનની રજૂઆત વગેરે કારણોને લીધે ટીવી દ્વારા જાહેરાતની ચિરસ્થાયી અસર પડે છે. દા.ત. "ઠંડા મતલબ કોકાકોલા" કહેતા આમીરખાન કે પેપ્સીની જાહેરાતમાં સચીન તેંડુલકરને કોણ ભૂલી શકે ?
૩. ઢગલાબંધ વિવિધ ચેનલોના કારણે જાહેરદાતા પાસે તેનલ અને જાહેરાતનો સમય પસંદ કરવાની વિશાળ તકો ઉપલબ્ધ હોય છે.
૪. પ્રદેશિક ચેનલોનો પ્રવેશ થતા અભણ માણસ પણ ચેનલ જોઈને અને સાંભળીને જાહેરાત સમજી શકે.

મર્યાદાઓ:-

૧. ટીવી જાહેરાતો બનાવવી અને પ્રસારણ કરવું તે સામાન્ય રીતે વધારે ખર્ચાળ છે. આજકાલ લગભગ બધાન ઉત્પાદકો ટીવી જાહેરાત દ્વારા જ સંદેશ પ્રસારિત કરવા પ્રયત્ન કરતા હોઈ પ્રેક્ષકો પર પ્રભાવ ઓછો પડે છે. અત્યારે જ્યારે ચેનલોમાં કોમર્શિયલ બ્રેક (વ્યાપારી જાહેરાત માટેનો બ્રેક) આવે ત્યારે લોકો ચેનલો બંધ કરી નાખે છે અગર બદલી નાખે છે.

૩. ઈન્ટરનેટ:-

તમે ઈન્ટરનેટ વિષે જાણો છો? હકીકતમાં તે સંપ્રસારણ અને માહિતી એકત્ર કરવાનું આધુનિકતમ માધ્યમ છે. જો તમારી પાસે કોમ્પ્યુટર હોય અને જો તમે ઈન્ટરનેટની સુવિધા ધરાવી શકતા હો તો તમે એક સેકન્ડના પણ એક ભાગમાં આખી દુનિયામાંથી માહિતી મેળવી શકો. ઈન્ટરનેટ દ્વારા તમે કોઈપણ વિનિર્માતા અથવા એવા પ્રઘતાની વેબસાઈટ ઉપર જઈને માહિતી મેળવી શકો. ક્યારેક તમારી પાસે વેબસાઈટના સરનામા ન હોય તો તમે ઈન્ટરનેટના સર્ચ એન્જિન અથવા પોર્ટલની મદદ લઈ શકો. લગભગ દરેક સર્ચ એન્જિન કે પોર્ટલ પર વિવિધ વિનિર્માતા અથવા સેવાદાતાઓ પોતાના ઉત્પાદનની જાહેરાત કરતા હોય છે.



ઈન્ટરનેટ પર જાહેરાત

લાભો:-

૧. તમારા ઘર આંગણે આખી દુનિયાની માહિતી મળી રહે છે.
૨. ઉપયોગ કરનાર પોતાના અનુકૂળ સમયે અને જરૂરિયાત મુજબ જાહેરાત જોઈ શકે છે.

મર્યાદાઓ:-

1. કોમ્પ્યુટર વિના તેને જોઈ શકાય નહિ.
2. તે અભણ અથવા ઈન્ટરનેટના ઉપયોગથી અજાણ માટે નિરૂપયોગી છે.

ક. અન્ય માધ્યમ:-

આપણે જાહેરાતના જે માધ્યમોની ચર્ચા કરી તે મોટાભાગના રેડિયો, છાપાં કે મેગેઝીન વગેરેને અમુક અંશે બાદ કરતા ઘર આંગણે અથવા એકાદ ઓરડામાં વપરાતા હોય છે. વળી આ બધા માધ્યમોમાં જાહેરાત વિષે જાણવા ઉપભોક્તાએ કોઈને કોઈ ખર્ચ કરવો પડે છે. છતાં કેટલાંક માધ્યમો એવા છે કે જેમાં ઉપભોક્તાએ કશો ખર્ચ કરવો પડતો નથી. એટલું જ નહીં પણ તમે જ્યારે બહાર જતા હો ત્યારે પણ જોઈ શકાય છે. આવી કેટલીક જાહેરાતોમાં હોર્ડિંગ, પોસ્ટરો, વાહન ઉપર જાહેરાત પ્રદર્શન અને ભેટની વસ્તુઓ વગેરેને ગણાવી શકાય.

૧. હોર્ડિંગ:-

રસ્તા ઉપર નીકળતા તમે લોખંડના ચોકઠા ઉપર કે છાપરાની ટોચ ઉપર કે દીવાલો ઉપર મોટા મોટા હોર્ડિંગ જોયા હશે. સામાન્ય રીતે આ જાહેરાત ચીતરેલા પાટિયા હોય છે. અથવા ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમોથી ડીઝાઈન કરેલ હોય છે. જે રાત દિવસ સહેલાઈથી જોઈ શકાય છે. જાહેરાત દાતાઓએ જ્યાં હોર્ડિંગ મૂક્યાં હોય તે સ્થળનું ભાડું તેના માલિકે આપવું પડે છે.



હોર્ડિંગ પર જાહેરાત

૨. પોસ્ટરો:-

પોસ્ટરોને છાપવામાં આવે છે અને દિવાલો, મકાનો, પુલો વગેરે ઉપર લગાવવામાં આવે છે તેથી લોકોનું (ઉપભોક્તાઓનું) ધ્યાન આકર્ષી શકાય. આપણા દેશમાં પડદા ઉપર દર્શાવાતી ફિલ્મોના પોસ્ટરો છબીઘરો પર લગાડેલા હોય તે દ્રશ્ય સામાન્ય છે.



પોસ્ટર પર જાહેરાત

૩. વાહન પર પ્રદર્શન:-

તમે બસ, ટ્રેન વગેરે જાહેર પરિવહનના સાધનો ઉપર જાહેરાતો જોઈ હશે. હોર્ડિંગની અપેક્ષાએ આ જાહેરાતો ગતિશીલ છે અને અસંખ્ય લોકોને આવરી લે છે.



વાહન પર જાહેરાત



૧૫.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



૧. નીચેનાને યોગ્ય રીતે જોડો :
 - (૧) બસ ઉપર બિરલા સફેદ સિમેન્ટની જાહેરાત
 - (૨) 'ઈન્ડિયા ટુડે'માં આઈસીઆઈસીઆઈ બેંકની જાહેરાત
 - (૩) ટીવીમાં મેગી નુડલ્સની જાહેરાત
 - (ક) ઇલેક્ટ્રોનિક માધ્યમ
 - (ખ) અન્ય માધ્યમ
 - (ગ) મુદ્રિત માધ્યમ
૨. યોગ્ય વૈકલ્પ પસંદ કરી ઉત્તર આપો.
 ૧. નીચેનું કયું લક્ષણ જાહેરાતમાં નથી.
 - અ. અંગત સંદેશાની રજૂઆત.
 - બ. સંદેશાનો કિંમત યુકવીને રજૂઆત.
 - ક. સ્પોન્સર કરનારની હંમેશા ઓળખ.
 - ડ. કેટલાક માધ્યમ દ્વારા પ્રસારિત.
 ૨. મુદ્રિત માધ્યમમાં સમાવેશ થતો નથી.
 - અ. વર્તમાનપત્રો.
 - બ. સામયિકો.
 - ક. ઈન્ટરનેટ.
 - ડ. પોસ્ટર.
 ૩. બીજાણું માધ્યમનો સમાવેશ થાય છે.
 - અ. હોલિડેસ.
 - બ. વાહનવ્યવહાર પર જાહેરાત.
 - ક. ઈન્ટરનેટ.
 - ડ. પોસ્ટર.
 ૪. ટી. વી. દ્વારા જાહેરાત હંમેશા અનુકૂળ હોતી નથી કારણ કે...
 - અ. દ્રશ્યની સાથે જ અવાજની અસર.
 - બ. પ્રત્યક્ષ પ્રસ્તાવ.
 - ક. ખર્ચાળ.
 - ડ. દરેક સ્થળે ટી. વી. હોતા નથી.
 ૫. રેડિયો દ્વારા જાહેરાત માટે યોગ્ય નથી.
 - અ. દ્રશ્યની અસર જરૂરી છે.
 - બ. મર્યાદિત વિસ્તાર.

- ક. અશિક્ષિત લોકો.
- ડ. ચોક્કસ પ્રાદેશિક પ્રસારણ સાંભળતા ગ્રાહકો.

૧૫.૪ જાહેરાત માધ્યમની ઉપયુક્તતા

જાહેરાત આપનારે પોતાના ઉત્પાદનને લક્ષમાં રાખીને દરેક માધ્યમની ઉપયોગિતાની બાબતમાં વિચાર કરવો જોઈએ. આ હેતુ માટે તેઓએ ઉત્પાદન કે સેવાનું સ્વરૂપ કે જેની જાહેરાત કરવાની છે તે અને આવા ઉત્પાદન માટે ગ્રાહકોનું લક્ષ્યજૂથ, જાહેરાત માટે ફાળવેલ ખર્ચની રકમ અને દરેક માધ્યમમાં સ્થાન અને સમયની સુલભતા વગેરેનો વિચાર કરવો પડે. છતાં, સામાન્ય રીતે, જાહેરાતના દરેક માધ્યમની ઉપયુક્તતા સંક્ષિપ્ત રીતે નીચે પ્રમાણે જણાવી શકાય.

૧. વર્તમાનપત્ર:-

વર્તમાનપત્રો જન સાધારણ માટેની ઉપભોક્તા સમગ્રીની જાહેરાત માટે સાનુકૂળ છે. નવું ઉત્પાદન દાખલ થાય ત્યારે વર્તમાનપત્રની જાહેરાત અત્યંત ઉપયોગી છે. કારણ કે તે જ જગ્યા નિયમિતરૂપે રોકી શકાય. કિલયરન્સ સેલ, એકસચેન્જ ઓફર વગેરે માટે પણ વર્તમાનપત્રો સાનુકૂળ છે.

૨. સામયિકો:-

સામયિકો જે તે સામયિકોના લક્ષિત ગ્રાહકોને જરૂરી ઉત્પાદનો માટે સાનુકૂળ છે. દા.ત. કોઈપણ પુસ્તકની જાહેરાત રીડર્સ ડાજેસ્ટ જેવા કોઈ સામયિકમાં આપી શકાય. કારણ કે આ સામયિકોનો લક્ષિત ગ્રાહક વાચક હોય તેવું અનુમાન થઈ શકે છે. એ જ રીતે આંતરિકત સજાવટકારો (ઈન્ટરિયર ડેકોરેટર્સ), વાસ્તુ શિલ્પીઓ, ભવન નિર્માતાઓ (બિલ્ડરો) વગેરે માટે ખાસ વિશિષ્ટ સ્વરૂપે ડિઝાઈન અને ડેકોરેશનને સમાવતા કોઈ મેગેઝીનમાં જાહેરાત આપે તે સલાહભર્યું ગણાય. ઉપભોક્તા સામગ્રી માટે વિશાળ ફેલાવો ધરાવતું કોઈપણ સામયિક ઉપયોગી ગણાય.

૩. રેડિયો:-

ઉત્પાદનની વિવિધ જાતોની જાહેરાત માટે રેડિયો વધુ સાનુકૂળ રહે. છતાં રેડિયો જાહેરાત માટે 'સમય' મહત્વનો છે. દા.ત. ખેડૂતો ખેતરેથી પાછા ફરે પછી સામાન્ય રીતે તેઓ રેડિયો સાંભળતા હોય છે. અને આ સમય દરમિયાન કૃષિ ઉત્પાદન કરતી કોઈ કંપની (પેઠી) જાહેરાત આપી શકે અથવા કાર્યક્રમ પ્રાયોજિત કરી શકે.

૪. ટેલીવિઝન:-

ટીવીમાં જાહેરાત આપવા માટે જાહેરાત આપનારે પોતાના ઉત્પાદન માટે યોગ્ય ચેનલ અને કાર્યક્રમની પસંદગી કરવી તે ઘણું અગત્યનું છે. દા.ત. બાળકો માટે ઉપયોગી ઉત્પાદનની જાહેરાત કાર્ટૂન નેટવર્ક ચેનલમાં આપી શકાય. એ જ રીતે કોઈ ધારાવાહિક કે ફિલ્મ દરમિયાન કુટુંબને જરૂરી ચીજ વસ્તુની જાહેરાત આપી શકાય. જે ઉત્પાદનોને ગ્રાહકોને





વેચતાં પહેલાં જીવંત નિદર્શન જરૂરી હોય તેમને માટે પણ આ માધ્યમ ઉપયોગી છે.



તમે શું શીખ્યા?

- જાહેરાતમાં કોઈપણ ઉત્પાદક, વેપારી કે સેવાદાતા પોતાના ઉત્પાદન કે સેવા કે વિચારની પોતાના સંભાવ્ય ઉપભોક્તા વર્ગ સમક્ષ રજૂ કરતા હોય તેવી તમામ પ્રવૃત્તિઓનો સમાવેશ થઈ જાય છે.
- જાહેરાતમાં અમુક ખર્ચ થાય છે તે ઉત્પાદક, વેપારી કે સેવાદાતા ભોગવે છે. તેમને પ્રાયોજક અથવા જાહેરાત દેનાર કહે છે.
- કોઈપણ ઉત્પાદન, સેવા કે વિચાર અંતર્ગત સંદેશને જાહેરાત કહે છે.
- પ્રત્યેક જાહેરાતમાં પ્રાયોજકની ઓળખાણ પ્રગટ કરવામાં આવે છે.
- જાહેરાતનો મૂળભૂત હેતુ ગ્રાહકોને ઉત્પાદન કે સેવાની બાબતમાં શિક્ષિત કરવાનો અને એ રીતે તે ખરીદવા તેમને પ્રોત્સાહન કરવાનો હોય છે.
- જાહેરાત કોઈપણ નવા ઉત્પાદનની માંગ ઉભી કરવાનું તેમજ કોઈપણ ચાલુ ઉત્પાદનની માંગ ટકાવી રાખવા કે તેમાં સુધારો કે વધારો કરવાનું કામ કરે છે. છેવટે દરેક જાહેરાત વેપારમાં વૃદ્ધિ કરવામાં મદદરૂપ થાય છે.
- જાહેરાતના વિવિધ માધ્યમો હોય છે. જેમાં વર્તમાનપત્રો અને સામયિકો (મુદ્રિત માધ્યમ), રેડિયો, ટેલીવિઝન અને ઈન્ટરનેટ (ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમ) હોર્ડિંગ, પોસ્ટરો, વાહનો ઉપર નિદર્શન અને ભેટની વસ્તુઓ (અન્ય માધ્યમ) વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. દરેક માધ્યમના આગવા લાભ અને ગેરલાભ અને અમુક ચોક્કસ ઉત્પાદન માટેની સાનુકૂળતા હોય છે.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. જાહેરાતનો અર્થ શો? તેમના લક્ષણો જણાવો.
૨. જાહેરાતના કયા માધ્યમનો દ્રશ્ય-શ્રાવ્ય પ્રભાવ હોય છે?
૩. અંધજનો જાહેરાતનું કયું માધ્યમ વધારે પસંદ કરશે?
૪. જાહેરાત આપવી એટલે શું? તે કયો હેતુ સારે છે?
૫. વર્તમાનપત્ર દ્વારા જાહેરાતના કયા લાભો અને કઈ મર્યાદાઓ છે?
૬. સામયિકોમાં જાહેરાત આપવાના લાભો અને મર્યાદાઓ સમજાવો.

જાહેરાત

૭. રેડિયો જાહેરાતનો અર્થ શો ? તેના લાભો અને મર્યાદાઓ ગણાવો.
૮. જાહેરાતના કોઈપણ ત્રણ ઉદેશો વર્ણવો.
૯. મેગેઝીનો, ટી.વી., હોર્ડીંગો માટે જાહેરાત અનુકૂળ હોય તેવી કોઈપણ ચાર વસ્તુઓના નામ આપો.
૧૦. જાહેરાતના માધ્યમો એટલે શું ? જાહેરાતના વિવિધ પ્રકારના ઈલેક્ટ્રોનિક માધ્યમો જણાવો.
૧૧. આપણે પૈસા ખર્ચ્યા સિવાય માહિતી મેળવી શકીએ તેવા વિવિધ પ્રકારના (જાહેરાતના) માધ્યમો સમજાવો.



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૧૫.૧

- (૧) ખોટું (૨) ખરું (૩) ખરું (૪) ખરું (૫) ખોટું

૧૫.૨

૧. (૧) બ (૨) ક (૩) અ
૨. (૧) અ (૨) ક (૩) ક (૪) ક (૫) અ



જાતે કરો.

- વર્તમાનપત્રો, ટેલીવિઝ અને સામયિકો દ્વારા થતી ઉત્પાદન / સેવાઓની જાહેરાતની યાદી બનાવો.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



વેચાણ, વૃદ્ધિ અને વ્યક્તિગત વેચાણ

ધારો કે તમે સાબુ ખરીદવા બજારમાં જાઓ છો. દુકાનદાર તમને સુચવે છે કે જો તમે બે સાબુની ગોટી ખરીદશો તો "ખરીદો બે, મેળવો ત્રણ" યોજના હેઠળ તમને એક વધારાની સાબુની ગોટી મફત મળશે. તમે આનાથી ખરીદવા માટે આકર્ષાઓ છો. કારણ કે આમ કરવાથી તમારા એક સાબુ ખરીદવાના પૈસા બચે છે. વળી સાબુ દરરોજ વપરાશની વસ્તુ છે. તેથી તમે વધારાની બે ગોટી પછી વાપરવા માટે રાખી મુકી શકો. આ કોઈ ઉત્પાદનના વેચાણમાં વધારો કરવાની રીત છે અને આગળના બે પાઠમાં તમે જે શીખ્યા તેના કરતા તદ્દન જુદી છે. ચાલો આ પાઠમાં આના વિષે વધારે શીખીએ.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો,

- વેચાણવૃદ્ધિનો અર્થ સમજાવી શકશો.
- વેચાણવૃદ્ધિના હેતુઓ જણાવી શકશો.
- વેચાણવૃદ્ધિમાં વપરાતા વિવિધ ઉપકરણોનું વર્ણન કરી શકશો.
- દરેક ઉપકરણની વેચાણવૃદ્ધિમાં શી ભૂમિકા છે તે ઓળખી શકશો.
- વેપારમાં વેચાણવૃદ્ધિની શી અગત્ય છે તે વર્ણવી શકશો.
- વ્યક્તિગત વેચાણનો અર્થ જણાવી શકશો.
- વ્યક્તિગત વેચાણનો આવશ્યક તત્વો સમજાવી શકશો.
- વ્યક્તિગત વેચાણનું મહત્વ વર્ણવી શકશો, અને
- એક સફળ વિક્રેતાના ગુણો ઓળખી શકશો.

૧૬.૧ વેચાણવૃદ્ધિનો અર્થ

દરેક વેપારી પોતાની વસ્તુનું વેચાણ વધુ થાય તેમ ઈચ્છે. તે હેતુ માટે તે કેટલીક રીતો અપનાવે છે. તમે કદાચ "લખપતિ બનો", "સિંગાપુરની સફર માણો", "એક કિલોના પેકિંગમાં ૩૦ ટકા વધુ", "કાર્ડ ખોતરો અને ઈનામ જીતો", વગેરે વિષે સાંભળ્યું હશે. કોઈ ખરીદીની સાથે લંચબોક્સ, પેન્સિલબોક્સ, પેન, શેમ્પુ-પાઉચ વગેરે ભેટ અપાતી પણ તમે જોઈ હશે.



વેચાણવૃદ્ધિનો અર્થ

વળી "એક્સસ્ટ્રા ઓફર" (જુની વસ્તુ બદલાવી નવી આપવી) પણ હોય છે. ટેલીવીઝનના ચાલુ મોડલના બદલામાં તમે ઘટાડેલી કિંમતે નવું મોડલ મેળવી શકો. તમે તમારી નજીકની બજારમાં આવી પણ નોટિસો (વિજ્ઞાપન) જોઈ હશે. "વિન્ટર સેલ" (શિયાળુ વેચાણ), "સમર સેલ" (ગ્રીષ્મ વેચાણ), "ટ્રેડ ફેર" (વ્યાપાર મેળો), "૫૦ ટકા સુધી છૂટ" અને એવી બીજી ઘણી યોજનાઓ હોય છે જે ગ્રાહકોને અમુક વસ્તુ ખરીદવા માટે આકર્ષી શકે. આ બધા જ વિનિર્માતાઓ કે વિક્રતાઓએ પોતાની વસ્તુનું વેચાણ વધારવા માટે આપેલાં પ્રલોભનો છે. આ અભિપ્રેરણા મફત નમુના, ભેટ, વળતર (છૂટ) કૂપન, નિદર્શન, શો (ખેલ), સ્પર્ધાઓ વગેરેના રૂપમાં પણ હોઈ શકે. આ બધા ઉપાયો સામાન્ય રીતે ગ્રાહકોને વધુ ખરીદવા માટે પ્રોત્સાહિત કરે છે અને આમ કોઈપણ ઉત્પાદનનું વેચાણ વધે છે. વસ્તુઓ વેચવાનો આ અભિગમ "વેચાણવૃદ્ધિ" તરીકે જાણીતો છે.

તમે અગાઉના પાઠોમાં જાહેરાત અને વ્યક્તિગત વેચાણ વિષે શીખી ગયા છો. વ્યક્તિગત વેચાણમાં અમુક જાહેરાત વિશાળ સંખ્યાના સંભવિત ગ્રાહકોને અનુલક્ષીને હોય છે. તેઓ પણ વેચાણની અભિવૃદ્ધિમાં સહાય કરે છે. આમ, ભાવિ ઉપભોક્તાઓને વેચાણવૃદ્ધિ માટે પ્રયુક્ત અભિપ્રેરકો વિષે જાણ માટે જાહેરાતને સંપ્રેષણ માધ્યમ તરીકે પ્રયોજી શકાય છે. એ જ રીતે વ્યક્તિગત વેચાણ દ્વારા પણ વ્યક્તિગત ગ્રાહકોને અભિપ્રેરકોની બાબતમાં સૂચના આપી શકાય. પણ છતાં તકનીકી (પ્રયુક્તિ) અને અભિગમની દ્રષ્ટિએ વેચાણ વૃદ્ધિ જાહેરાત અને વ્યક્તિગત વેચાણથી જુદી પડે છે. વેચાણવૃદ્ધિ વિવિધ પ્રકારે વેચાણમાં વધારો કરવા માટે અલ્પકાલીન, અનાવર્તી પદ્ધતિઓ અપનાવે છે. આ પ્રસ્તાવ ઉપભોક્તાને માટે આખું વર્ષ ઉપલબ્ધ હોતો નથી. આ બધી યોજનાઓ સામાન્ય રીતે બજારમાં તહેવારલ, મોસમનો અંત, વર્ષનો અંત અને એવા અન્ય પ્રસંગોએ ઉપલબ્ધ હોય છે.

આમ વેચાણ વૃદ્ધિમાં જાહેરાત અને વ્યક્તિગત વેચાણને બાદ કરતાં અમુક ચોક્કસ વસ્તુના વેચાણમાં અભિવૃદ્ધિ કરનાર તમામ પ્રવૃત્તિઓ સમાવિષ્ટ હોય છે.



૧૬.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



નીચેના પ્રશ્નોના જવાબો તેની નીચે આપવામાં આવેલી ખાલી જગ્યામાં આપો.

ક. વેચાણ વૃદ્ધિનો અર્થ શો ?

.....
.....
.....

ખ. જાહેરાત કઈ રીતે વેચાણ વૃદ્ધિમાં મદદ કરી શકે ?

.....
.....
.....

૧૬.૨ વેચાણવૃદ્ધિનું મહત્વ

આજનું વ્યાવસાયિક વિશ્વ હરીફાઈનું વિશ્વ છે. જો વેપારનું કોઈ ઉત્પાદન બજારમાં વેચાય નહીં તો તે વેપાર ટકી શકે નહીં. આમ બધી જ વેપાર પ્રવૃત્તિઓ વેચાણ વધારવા માટે હોય છે. ઉત્પાદકો જાહેરાતોમાં અને વ્યક્તિગત વેચાણમાં પુષ્કળ ખર્ચ કરે છે. તેથી ગ્રાહકોને વસ્તુ ખરીદવા માટે પ્રલોભનો આપવા પડે. કોઈપણ ઉત્પાદનનું વેચાણ વધારવા માટે વેચાણ વૃદ્ધિ જરૂરી છે. ચાલો આપણે વિનિર્માતા અને ઉપભોક્તાઓની દ્રષ્ટિએ વેચાણ વૃદ્ધિની ચર્ચા કરીએ.

નિર્માતાઓની દ્રષ્ટિએ : નિર્માતાઓની દ્રષ્ટિએ વેચાણ વૃદ્ધિ મહત્વની છે કારણ કે,

૧. તે સ્પર્ધાત્મક બજારમાં વેચાણ વધારવામાં સહાય કરે છે અને તેથી નફામાં વધારો થાય છે.
૨. તે સંભવિત ગ્રાહકોનું ધ્યાન આકર્ષીને બજારમાં નવું ઉત્પાદન દાખલ કરવામાં સહાય કરે છે.
૩. જ્યારે કોઈ નવું ઉત્પાદન દાખલ થાય અથવા ફેશનમાં કે ઉપભોક્તાઓની રૂચિમાં ફેરફાર થાય ત્યારે હાજર માલનો જલ્દી નિકાલ થાય.
૪. તે ગ્રાહકોને પોતાની સાથે રાખીને વેચાણનું પ્રમાણ સ્થિર રાખે છે. તે તદ્દન શક્ય છે કે ગ્રાહકના મનના વિચાર બદલાય અને તે કોઈ નવી બ્રાન્ડ અજમાવવા પ્રયત્ન કરે. વેચાણ વૃદ્ધિની યોજના વિવિધ પ્રલોભનો ગ્રાહકોને ટકાવી રાખવામાં મદદ કરે છે.

ઉપભોક્તાઓની દ્રષ્ટિએ:—

ઉપભોક્તાની દ્રષ્ટિએ વેચાણ વૃદ્ધિ મહત્વની છે. કારણ કે,

૧. ઉપભોક્તાને વસ્તુ ઓછી કિંમતે મળે છે.
૨. તે ગ્રાહકોને ઈનામો આપીને અને વિવિધ સ્થળોની મુલાકાત કરાવીને આર્થિક ફાયદો કરાવે છે.
૩. ઉપભોક્તા વિવિધ ઉત્પાદનોની ગુણવત્તા, લક્ષણો અને ઉપયોગો વિષે તમામ માહિતી મેળવે છે.
૪. "પૈસા પાછા" જેવી કેટલીક યોજનાઓ ઉપભોક્તાઓના મનમાં વસ્તુની ગુણવત્તા પરત્વે વિશ્વાસ ઉત્પન્ન કરે છે.
૫. તે લોકોનું જીવન ધોરણ ઉચું લાવવામાં સહાય કરે છે. પોતાની જુની વસ્તુઓનો વિનિમય કરીને તેઓ બજારમાં પ્રાપ્ય આધુનિકતમ વસ્તુઓ વાપરી શકે છે અને આવી વસ્તુના ઉપયોગથી તેમની સામાજિક છબી સુધરે છે.



૧૬.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેનામાંથી કયાં વિધાન 'ખરા' છે કે 'ખોટા' છે ?

૧૬.૩ વેચાણવૃદ્ધિનાં ઉપકરણો: (ઉપાયો, તરકીબો)

કોઈપણ ઉત્પાદનની વેચાણ વૃદ્ધિ કરવા માટે ઉત્પાદક કે વિનિર્માતા જાતજાતની તરકીબો અજમાવે છે. જેમ કે નમુનો, ભેટ, બોનસ અને એવી બીજી ઘણી યુક્તિઓ. એમને વેચાણ વૃદ્ધિનાં ઉપકરણો કે પ્રયુક્તિઓ કે પદ્ધતિઓ કહેવામાં આવે છે. ચાલો આપણે સામાન્ય તથા પ્રચલિત એવી કેટલીક વધારે વેચાણ વૃદ્ધિની તરકીબો વિષે જાણીએ.

૧. મફત નમુનો:—

તમે બજારમાં વિવિધ વસ્તુઓ ખરીદતા હશો ત્યારે તમને શેમ્પુ, કપડાં ધોવાનો પાઉડર, કોફીની ભુકી વગેરે મફત નમુના મળ્યા હશે. ક્યારેક તો દુકાનદાર તેની પાસેથી કોઈપણ વસ્તુ ખરીદી ન હોવા છતાં આવા મફત નમુના વહેંચતો હોય છે. આ નમુનાઓ ગ્રાહકોને કોઈ નવું ઉત્પાદન વાપરી જોવા આકર્ષવા અને તે રીતે નવા ગ્રાહક



વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

વેચાણ, વૃદ્ધિ અને વ્યક્તિગત વેચાણ

બનાવવા માટે વહેંચવામાં આવે છે. કેટલાક વેપારીઓ ઉત્પાદનને લોકપ્રિય બનાવવા માટે પસંદ કરેલા ગ્રાહકોમાં મફત નમુના વેચતા હોય છે. દા.ત. દવાની બાબતમાં મફત નમુના કોઈ ડોક્ટરને આપવામાં આવે છે, પુસ્તકોના મફત નમુનાની નકલ શિક્ષકોને આપવામાં આવે છે.

૨. પ્રીમિયમ કે બોનસ આપવું:-

નેસકોફી સાથે મિલ્ક શેકર, બોન વીટા સાથે અકે મગ (પ્યાલુ), ૫૦૦ ગ્રામ ટૂથપેસ્ટ સાથે ટૂથ બ્રશ, એક કિલોગ્રામના પેકીંગમાં ૧૦ ટકા વધારે વગેરે વસ્તુઓ અમુક વસ્તુની ખરીદી ઉપર પુરસ્કાર રૂપે મફત મળતા વસ્તુઓનાં ઉદાહરણો છે. આવા પ્રસ્તાવો ઉપભોક્તાઓને અમુક ચોક્કસ વસ્તુ ખરીદવા પ્રોત્સાહિત કરવામાં અસરકારક સાબિત થાય છે. ચાલુ ગ્રાહકોને પ્રોત્સાહિત કરવામાં અને પુરસ્કૃત કરવામાં પણ ઉપયોગી છે.



૩. વસ્તુ વિનિમય પ્રસ્તાવ:-

આ યોજનામાં જુની વસ્તુ આપીને નવી વસ્તુ તેની મૂળ કિંમત કરતાં ઓછી કિંમતે અદલાબદલી થઈ શકે છે. સુધારેલા ઉત્પાદન તરફ ગ્રાહકોનું ધ્યાન ખેંચવા પણ આ ઉપયોગી છે. તમારું જુનું મિક્સર-કમ-જયુસર લઈ આવો અને માત્ર રૂ.૫૦૦/- ભરી નવું લઈ જાઓ. અથવા તમારા બ્લેક એન્ડ વ્હાઈટ (શ્વેત-શ્યામ) ટી.વી. ને બદલે કલર ટી.વી. લઈ જાઓ વગેરે આ વિનિમય યોજનાના ઉદાહરણો છે.



૪. કિંમતમાં છૂટ પ્રસ્તાવ:-

આ પ્રસ્તાવ હેઠળ ઉત્પાદનો તેમની મૂળ કિંમત કરતાં ઓછી કિંમતે વેચવામાં આવે છે. "એક લાઈફબોય સાબુ ઉપર ૨/- રૂપિયાની છૂટ", "તાજમહાલ ચાના ૨૫૦ ગ્રામના પેકેટ ઉપર ૧૫/- રૂપિયાની છૂટ", "એક કુલરની ખરીદી ઉપર રૂ.૧૦૦૦/-ની છૂટ" વગેરે કેટલીક સામાન્ય યોજનાઓ છે. મંદીના સમયમાં અને ક્યારેક નવું ઉત્પાદન બજારમાં ચાલુ કરવા વખતે તેને બઢાવો આપવા માટે આ પ્રકારની યોજના તૈયાર કરવામાં આવે છે.



૫. કુપનો:-

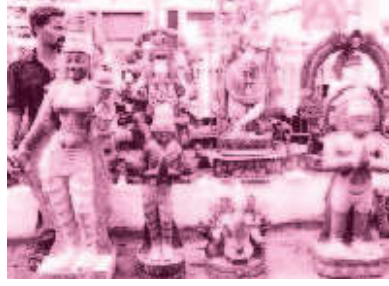
ક્યારેક કોઈ વસ્તુના નિર્માતાઓ ઉત્પાદનના પેકેટની અંદર અથવા વર્તમાનપત્ર કે મેગેઝીનોમાં છપાયેલી જાહેરાત દ્વારા અથવા ટપાલ દ્વારા કુપનોનું વિતરણ કરે છે. વસ્તુ ખરીદતી વખતે કુપન છૂટક



વેપારી પાસે રજૂ કરી શકાય. કુપન ધારકને વસ્તુની ખરીદીમાં અમુક વળતર (છૂટ) મળે છે. દા.ત. તમે એવી કુપનો જોઈ હશે કે "આ કુપન દેખાડો એ પાંચ કિલોગ્રામ અન્નપુર્ણા આટા પર રૂ. ૧૫/- છૂટ મેળવો" આ યોજના હેઠળ વસ્તુની ઘટાડેલી કિંમત સંભવિત ગ્રાહકોને વસ્તુ ખરીદવા માટે આકર્ષે છે.

૬. મેળા અને પ્રદર્શનો:-

કોઈપણ નવા ઉત્પાદનનો પરિચય કરાવવા તેનું નિદર્શન કરવા, અને તેના વિશિષ્ટ લક્ષણો અને ઉપયોગિતા સમજાવવા સ્થાનિક, પ્રાદેશિક, રાષ્ટ્રીય કે આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તરે મેળાઓ અને પ્રદર્શનો યોજાતા હોય છે. વસ્તુઓને સજાવટ કરી પ્રદર્શિત કરવામાં આવે છે. તેમનું નિદર્શન કરવામાં આવે છે અને વ્યાજબી છૂટ આપી તેનું વેચાણ પણ કરવામાં આવે છે. નવી દિલ્હી ખાતે પ્રગતિ મેદાનમાં દર વર્ષે ૧૪ નવેમ્બરથી ૨૭ નવેમ્બર સુધી યોજવામાં આવતો "આંતર રાષ્ટ્રીય વ્યાપારી મેળો" એ વેચાણ વૃદ્ધિની પ્રયુક્તિના રૂપમાં એક પ્રખ્યાત ઉદાહરણ છે.



૭. વ્યાપારી ટિકિટો:-

કેટલીક અમુક ચોક્કસ પ્રકારની વસ્તુઓ ખરીદતાં ગ્રાહકોને ખરીદીના મૂલ્યના પ્રમાણમાં વ્યાપારી ટિકિટો આપવામાં આવે છે. જે ગ્રાહક અમુક નિશ્ચિત મૂલ્યની ટિકિટો નિશ્ચિત મર્યાદામાં એકઠા કરી શકે તો તે અમુક લાભો માટે હકકદાર બને છે. આ પ્રયુક્તિ ગ્રાહકોને નિશ્ચિત મૂલ્યની ટિકિટો ભેગી કરવા માટે જે તે ઉત્પાદન વારંવાર ખરીદવા પ્રેરિત કરે છે.

૮. ખોતરો અને જીતો પ્રસ્તાવ:-

ગ્રાહકોને ચોક્કસ વસ્તુ ખરીદવા અભિપ્રેરિત કરવા માટે 'ખોતરો અને જીતો' યોજના પણ રજૂ કરવામાં આવે છે, આ યોજના મુજબ ગ્રાહક ઉત્પાદનના પેકેટ ઉપર નિર્ધારિત કરેલી જગ્યાએ ખોતરે (ઘસે, ઉઝરડે) તેની નીચે લખેલી સૂચના મુજબ ગ્રાહકને નિશ્ચિત જગ્યામાં જણાવ્યા મુજબ કોઈ વસ્તુ મફત મળે છે. અથવા કિંમતમાં છૂટ મળે છે. અથવા તો નિર્માતા દ્વારા આયોજિત પ્રવાસ દ્વારા વિવિધ સ્થળોની મુલાકાત લઈ શકે છે.



૯. પૈસા પરત પ્રસ્તાવ:-

આ યોજના હેઠળ ગ્રાહકોને ખાતરી આપવામાં આવે છે કે જો વસ્તુ વાપર્યા પછી તેમને સંતોષ ન થાય તો પૈસા પાછા આપવામાં આવશે. આનાથી ગ્રાહકોના મનમાં ઉત્પાદનની ગુણવત્તા પ્રત્યે



મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



વિશ્વાસ જાગૃત થાય છે. આ પ્રયુક્ત મોટે ભાગે કોઈ નવું ઉત્પાદન બજારમાં દાખલ કરતી વખતે ખાસ કરીને ઉપયોગી છે.



૧૬.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

સાધનો / પ્રયુક્તઓને યોગ્ય રીતે હેતુઓ સાથે જોડો.

સાધનો / પ્રયુક્તઓ	હેતુઓ
(૧) મફત નમુના વિતરણ	(ક) ગ્રાહકને એક વસ્તુ વારંવાર લેવા પ્રેરે છે.
(૨) વસ્તુ વિનિમય યોજના	(ખ) ઉત્પાદન સુધારણા તરફ ધ્યાન દોરવું.
(૩) મૂલ્યમાં છૂટનો પ્રસ્તાવ	(ગ) નવું ઉત્પાદન બજારમાં પ્રસ્તુત કરવું
(૪) વ્યાપારી ટિકિટો	(ઘ) મંદીમાં વેચાણમાં વધારો કરવો

૧૬.૪ વ્યક્તિગત વેચાણ

જ્યારે તમારે કંઈક ખરીદવું હોય ત્યારે તમે તેને લગતી દુકાને જઈને ત્યાંથી ખરીદો છો. પણ કેટલીકવાર લોકો અમુક વસ્તુ કે ઉત્પાદન તમારી પાસે લાવે છે અને તમારે ઘેર વસ્તુ પહોંચાડે છે. દા.ત. હાથ લારીઓ (રેંકડીઓ)માં શાકભાજી, ચોખા વગેરે ભરીને એક ઘેરથી બીજા ઘેર જતા અને ઘેર ઘેર વેચતા લોકો તમે જોયા હશે. એ જ રીતે સાડી, કાર્પેટ(જાજમ), વિજાણું ઉપકરણો વગેરે પણ ઘેર ઘેર વેચતા લોકો તમે જોયા હશે.



તમે જ્યારે સ્થાનિક બસો કે ટ્રેઈનમાં લોકોને પેન, રમકડાં, ચોપડીઓ, દાંતિયો વગેરે વેચતા જોયા હશે. મોટા શહેરમાં પણ જળ શોધક, વાયુ શોધક (શુદ્ધ કરનાર) કપડા ધોવાનો પાઉડર, મચ્છર દૂર કરવાનું સાધન વગેરે ઘેર ઘેર વેચવા ફરતા લોકો તમે જોયા હશે. તમને નથી લાગતું કે વસ્તુઓને દુકાનમાં રાખીને વેચવા કરતા આ કંઈક જુદી જ વસ્તુ વેચવાની પદ્ધતિઓ છે? આ પાઠમાં ચાલો આપણે આ પ્રકારના વેચાણો વિષે વધારે શીખીએ.

૧૬.૫ વ્યક્તિગત વેચાણનો અર્થ

તમારી પાસે વસ્તુઓ અને માલસામાન વેચવા આવતા માણસોની કલ્પના કરો. તેઓ શા માટે એમ ઈચ્છે છે? તેઓ તમને માલસામાનના કેટલાક વિવિધ નમુનાઓ દેખાડે છે.

ઉત્પાદનની વિશેષતાઓ તમને સમજાવવા પ્રયત્ન કરે છે, જો જરૂર પડે તો વસ્તુ કઈ રીતે કામ કરે છે તેનું પ્રત્યક્ષ નિદર્શન પણ કરે છે. કિંમતમાં કેટલું વળતર (છૂટ) મળશે તેની માહિતી આપે છે. વસ્તુ ખરીદવા તમને આગ્રહ કરે છે અને તમને ગમતી વસ્તુ ભવિષ્યમાં લાવી આપવાનું વચન સુધ્ધાં આપે છે. આમ તેઓ વસ્તુ વિષે માત્ર તમને જણાવતા કે સમજાવતા જ નથી પણ તમને તે વસ્તુ ખરીદવા આગ્રહ પણ કરે છે. એટલું જ નહીં પણ ભવિષ્યમાં પણ તમે તેમની પાસેથી જ ખરીદો તેવી આશા રાખે છે. આની સામે તમે પણ તે ઉત્પાદન વિષે વધારે માહિતી એકઠી કરવા પ્રયત્ન કરો છો અને તેને જુઓ છો એનો વધારે સારી રીતે અંદાજ કાઢવા તને વાપરી પણ જુઓ છો, જેથી ખરીદવાનો નિર્ણય કરી શકાય.

જે વ્યક્તિ તમને આ રીતે વસ્તુ વેચે છે તેને 'વિક્રેતા' કહે છે અને વિક્રયની આ તકનીકી (પ્રયુક્તિ)ને 'વિક્રયકલા' (સેલ્સમેનશીપ) કહે છે. આ રીતે વ્યક્તિગત વેચાણનો અર્થ છે સંભવિત ગ્રાહક પાસે વસ્તુ રજૂ કરવી અને તે ખરીદવા માટે તેને સમજાવી વસ્તુ ખરીદવા તૈયાર કરવો. આમ આમાં વેચનાર અને ખરીદનારની રૂબરૂ પરસ્પર ચર્ચા અને ખરીદવાની વસ્તુની ભૌતિક ચકાસણી આવશ્યક છે. આમાં કોઈ વ્યક્તિને વસ્તુ માત્ર વેચવી એટલો જ હેતુ નથી પણ તેને કાયમી ગ્રાહક બનાવવાનો પણ હેતુ સમાયેલો છે.

ઘણી દુકાનોમાં પણ આ પ્રયુક્તિ અજમાવવા માટે દુકાનદારે રોકેલા આવા વિક્રતાઓ તમને જોવા મળશે. દા.ત. ઘરેણા (ઝવેરાત)ની દુકાન, ઉપભોક્તા વસ્તુ ભંડાર, સાડીની દુકાન વગેરેમાં પણ તમને આવા સેલ્સમેન જોવા મળશે. કેટલીક સેવાઓની બાબતમાં તમને દુકાનોમાં પણ વ્યક્તિગત વેચાણ જોવા મળે. દા.ત. આપણે જોઈએ છીએ કે કેટલાક લોકો એક જ હજામની દુકાને જતા હોય છે અને અમુક ચોકકસ હજામ પાસે જ વાળ કપાવતા હોય છે અને માલિસ (ચંપી) કરાવતા હોય છે. આ દર્શાવે છે કે વ્યક્તિગત વેચાણની બાબતમાં વિક્રેતાઓ ગ્રાહકની રૂચિ અને પસંદગી જાણવી પડે છે અને એ રીતે તેઓ પોતાની વસ્તુ કે સેવાઓ ખરીદવા તેમને આકર્ષતા હોય છે. વ્યક્તિગત વેચાણનો ખ્યાલ મેળવ્યા પછી ચાલો આપણે વ્યક્તિગત વેચાણના કેટલાક આવશ્યક તત્વો વિષે જાણીએ.

૧૬.૬ વ્યક્તિગત વેચાણના આવશ્યક તત્વો

વ્યક્તિગત વેચાણમાં નીચેના તત્વો સમાવિષ્ટ છે.

૧. રૂબરૂ ચર્ચા:— વ્યક્તિગત વેચાણમાં વિક્રેતા સંભવિત ગ્રાહક સાથે રૂબરૂ (પ્રત્યક્ષ) વાતચીત કરે તે અપેક્ષિત છે.
૨. પ્રેરણા:— વ્યક્તિગત વેચાણમાં વિક્રેતા સંભવિત ગ્રાહકને વસ્તુ ખરીદવા માટે પ્રેરણા આપે તે જરૂરી છે. તેથી વિક્રેતામાં ગ્રાહકને પોતાની વાત ગળે ઉતારવાની આવડત (ક્ષમતા) હોવી જોઈએ, જેથી ગ્રાહકના મનમાં તે વસ્તુ ખરીદવા માટે રસ ઉત્પન્ન થાય.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

વેચાણ, વૃદ્ધિ અને વ્યક્તિગત વેચાણ

૩. **લચીલાપણું:-** વ્યક્તિગત વેચાણનો અભિગમ હંમેશા લવચીક હોય છે. ક્યારેક વિક્રેતા ઉત્પાદનની વિશેષતાઓ અને લાભો સમજાવતો હોય, કેટલીક વાર વસ્તુના ઉપયોગનું નિદર્શન કરી દેખાડતો હોય, વળી ક્યારેક તેણે ગ્રાહકોએ પૂછેલા ઢગલાબંધ પ્રશ્નોનો પણ સામનો કરવો પડે. ગ્રાહકની પરિસ્થિતિ અને રસ જોઈને વિક્રેતા તાત્કાલિક પોતાનો અભિગમ નક્કી કરી લેતો હોય છે.
૪. **વેચાણની વૃદ્ધિ (ફેલાવો):-** વ્યક્તિગત વેચાણનો આખરી ધ્યેય છે વધારે ને વધારે ગ્રાહકોને પોતાની વસ્તુ વાપરવા સમજાવીને વેચાણમાં વૃદ્ધિ કરવી.
૫. **માહિતી પ્રદાન:-** વ્યક્તિગત વેચાણમાં ગ્રાહકને વસ્તુ ક્યાંથી મળશે, તેના વિશિષ્ટ લક્ષણો ક્યા છે, ઉપયોગો કેટલા છે, વસ્તુની ઉપયોગિતા શી છે વગેરે જાતજાતની માહિતી આપવામાં આવે છે. આમ તે એક શૈક્ષણિક પ્રક્રિયા છે.
૬. **પારસ્પરિક લાભ:-** આ એક દ્વિ-માર્ગીય પ્રક્રિયા છે. વિક્રેતા અને ગ્રાહક બંનેને આમાથી લાભ મળે છે. ગ્રાહકો જ્યારે વસ્તુ ખરીદીને સંતોષ પામે છે ત્યારે વિક્રેતાને તેનો લાભ (નફો) મળે છે.



૧૬.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય શબ્દોથી નીચેની ખાલી જગ્યા પુરો

૧. વ્યક્તિગત વેચાણમાં વસ્તુ ખરીદવા ને સમજાવવો પડે છે.
૨. વ્યક્તિગત વેચાણનો અંતિમ ધ્યેય છે.....
૩. વ્યક્તિગત વેચાણનું સૌથી અગત્યનું તત્વ છે ચર્ચા.
૪. ગ્રાહકોને માહિતી પૂરી પાડવાને લીધે વ્યક્તિગત વેચાણ એક પ્રક્રિયા બની રહે છે.

૧૬.૭ વ્યક્તિગત વેચાણનું મહત્વ

વ્યક્તિગત વેચાણ અત્યંત મહત્વપૂર્ણ છે. કારણ કે તે વેચાણ વધારવામાં મદદ કરે છે. પણ તેને અગત્યનું બનાવનાર બીજા પણ કેટલાંક લક્ષણો છે. ચાલો આપણે ઉત્પાદક અને ગ્રાહક બંનેના દ્રષ્ટિબિંદુથી વ્યક્તિગત વેચાણના મહત્વની ચર્ચા કરીએ.

ઉત્પાદકોની દ્રષ્ટિએ:-

૧. આ નવા તેમજ પ્રચલિત એમ બંને ઉત્પાદનોની માંગ પેદા કરે છે.
૨. આ નવા નવા ગ્રાહકો ઉત્પન્ન કરે છે અને આ રીતે ઉત્પાદનનું બજાર વિસ્તારવામાં સહાયક બને છે.

- આનાથી ઉત્પાદનમાં સુધારો પણ થાય છે. (રૂબરૂ) પ્રત્યક્ષ રીતે વેચાણ કરતાં વિક્રેતા ગ્રાહકોની પસંદગી અને માંગણીથી પરિચિત થાય છે અને તે મુજબ તે ઉત્પાદકોને યોગ્ય સૂચનો કરે છે.

ગ્રાહકોની દ્રષ્ટિએ:-

- વ્યક્તિગત વેચાણ બજારમાં પ્રવેશોલાં નવાં નવાં ઉત્પાદન વિષે ગ્રાહકોને જાણકારી મેળવવાની તક આપે છે. આમ તે ગ્રાહકોને નવા ઉત્પાદન વિષે માહિતી તેમજ શિક્ષણ આપે છે.
- વ્યક્તિગત વેચાણના કારણે જ ગ્રાહકો બજારમાં આવેલા નવાં નવાં ઉત્પાદનોના ઉપયોગ વિષે જાણકારી મળે છે. વિક્રેતાએ ઉત્પાદનનું સંભવિત ગ્રાહકો સમક્ષ નિદર્શન કરે છે અને ગ્રાહકોને તેના ઉપયોગ અને ઉપયોગિતા સમજાવે છે.
- વ્યક્તિગત વેચાણ ગ્રાહકને તેમની જરૂરિયાત અને રૂચિ મુજબ ક્યો માલ સૌથી વધુ અનુકૂળ આવશે તે વિષે માર્ગદર્શન પણ પૂરું પાડે છે. કારણ કે તેમાં સામસામે મોઢામોઢ વાતચીત થતી હોય છે.
- વ્યક્તિગત વેચાણ ઉત્પાદનના ઉપયોગમાં પડતી મુશ્કેલીઓ અને પોતાની ફરિયાદો રજૂ કરવાની ગ્રાહકને તક આપે છે. એટલું જ નહીં તેનો ઉકેલ પણ તાત્કાલિક મળે છે.



૧૬.૫ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના કયા વિધાન 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે ?

- વ્યક્તિગત વેચાણ વિક્રેતાઓએ કરેલાં સૂચનના આધારે પોતાનું ઉત્પાદન સુધારવામાં ઉત્પાદકોને સહાયક બને છે.
- કોઈપણ ઉત્પાદન વિષે ગ્રાહક વિક્રેતા પાસેથી તાત્કાલિક ઉકેલ મેળવી શકતો નથી.
- વ્યક્તિગત વેચાણથી માત્ર પ્રચલિત ઉત્પાદનો માટે જ નવા નવા ગ્રાહકોને ઉત્પન્ન થાય છે.
- ઉત્પાદનનો વધુ સારો ઉપયોગ વ્યક્તિગત વેચાણનું પરિણામ નથી.
- ગ્રાહકો ઉત્પાદનના બારામાં વિક્રેતાને ફરિયાદ કરી શકે નહીં.

૧૬.૮ વ્યક્તિગત વેચાણ કરતા વિક્રેતાના ગુણો

વ્યક્તિગત વેચાણ કરતા વિક્રેતાના ગુણોની યાદી બનાવવી ખૂબ મુશ્કેલ છે. કારણ કે આ યોગ્યતાઓ સમય અને પરિસ્થિતિ અનુસાર બદલતી રહે છે. વળી ઉત્પાદનનો પ્રકાર અને ગ્રાહકોની માંગ ઉપર પણ તેનો આધાર રહે છે. વળી, એવું પણ બને કે એક વિક્રેતા એક પરિસ્થિતિમાં અસરકારક રહ્યો હોય તે બીજી પરિસ્થિતિમાં બિન અસરકારક નીવડે. તેથી વાસ્તવિક જીવનમાં અમુક વિશિષ્ટ ઉત્પાદન શ્રેણી માટે અમુક ગુણો સાનુકૂળ હોય તે

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ

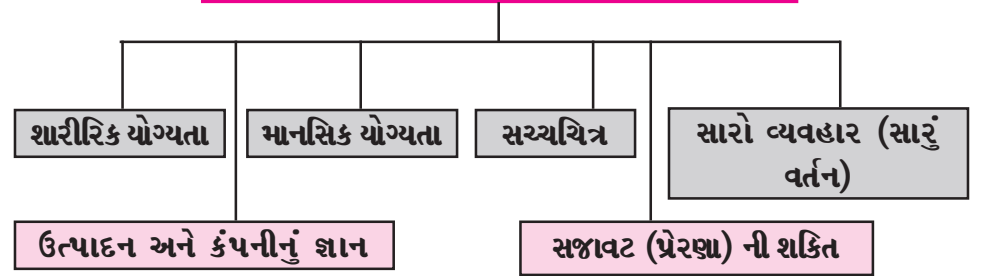


નોંધ



અન્ય માટે અપ્રસ્તુત કરે તેવું પણ બને. છતાં એવા કેટલાક સામાન્ય ગુણો છે. જે જીવનમાં સફળ થવા માટે દરેક વિક્રેતામાં હોવા જરૂરી છે.

વ્યક્તિગત વેચાણ કરતા વિક્રેતાના ગુણો



આ ગુણોની યાદી નીચે આપેલ છે.

૧. શારીરિક યોગ્યતા
૨. માનસિક યોગ્યતા
૩. સચ્ચયિત્ર
૪. ઉત્પાદન અને કંપનીનું જ્ઞાન
૫. સારો વ્યવહાર (સારું વર્તન)
૬. સજાવટ (પ્રેરણા) ની શક્તિ

ચાલો હવે આપણે ઉપરની યોગ્યતાઓની ચર્ચા કરીએ.

૧. **શારીરિક યોગ્યતા:-** વિક્રેતા દેખાવડો અને પ્રભાવશાળી વ્યક્તિ ઉપરાંત સંગીન સ્વાસ્થ્ય ધરાવતો હોવો જોઈએ.
૨. **માનસિક (બૌદ્ધિક) યોગ્યતા:-** એક સારા વિક્રેતામાં કેટલાક બૌદ્ધિક ગુણો હોવા જોઈએ. જેમ કે કલ્પનાશીલતા પહેલ કરવાની શક્તિ, આત્મવિશ્વાસ, તીવ્ર સ્મકણશક્તિ સતર્કતા વગેરે તેનામાં ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો અને પસંદગીઓ સમજી જવાની આવડત જોઈએ.
૩. **સચ્ચયિત્ર:-** એક સારા વિક્રેતામાં પ્રામાણિકતા અને સમન્વય જેવા ગુણો હોવા જોઈએ. તેણે ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ સંપાદન કરવાનો છે. તે તેમની જરૂરિયાતો જાણવાની ક્ષમતા ધરાવતો હોવો જોઈએ અને તેમની જરૂરિયાતો કઈ રીતે સંતોષી શકાય તે વિષે તેણે માર્ગદર્શન આપવું જોઈએ. તેના માલિકને પણ તેનામાં શ્રદ્ધા હોવી જોઈએ. વિક્રેતા ગ્રાહક અને શેઠ બંને પ્રત્યે વફાદાર હોવો જોઈએ.
૪. **ઉત્પાદન અને કંપનીનું જ્ઞાન:-** વિક્રેતામાં ઉત્પાદન અને પોતે જે કંપનીનો પ્રતિનિધિ છે તેનું પૂરેપૂરું જ્ઞાન હોવું જોઈએ તે ઉત્પાદનનું દરેકે દરેક પાસું સમજાવી શકવા સમર્થ હોવો જોઈએ. દા.ત. તેના ગુણો, તેનો કેવી રીતે

ઉપયોગ કરવો, કેવી કેવી તકેદારી (સાવચેતી) રાખવી વગેરે તે કંપનીના વ્યાપાર અને વ્યાવસાયિક વિવરણ વિષે સમજાવી શક્યા સક્ષમ હોવો જોઈએ. ઉપરાંત હરીફોના ઉત્પાદનનું પણ તેને જ્ઞાન જોઈએ જેથી તે પોતાના ઉત્પાદનની શ્રેષ્ઠતા સિદ્ધ કરી શકે.

૫. **સદ્વર્તન (સારો વ્યવહાર):**— વિક્રેતા સહયોગ પૂર્ણ અને શિષ્ટાચારી હોવો જોઈએ. સદ્વર્તન માણસને ગ્રાહકનો વિશ્વાસ જીતવા શક્તિ આપે છે. કદાચ કોઈ ગ્રાહક અપ્રસ્તુત એવા અનેક પ્રશ્નો કરે તો પણ તેણે ઉશ્કેરાઈ જવું ન જોઈએ. વળી જે વ્યક્તિને તે સમજાવવા પ્રયત્ન કરતો હોય તે વસ્તુ ખરીદે જ એ પણ જરૂરી નથી. વિક્રેતાએ દરેક પ્રસંગે શાંત અને વિવેકી રહેવું જોઈએ.
૬. **સમજાવટ (પ્રેરણા)ની શક્તિ:**— સારો વિક્રેતા વાતચીતમાં નિષ્ણુપ હોવો જોઈએ કે જેથી તે જે વ્યક્તિ સાથે વાત કરતો હોય તેને વાતચીતમાં જકડી રાખી શકે. તે તેને સમજાવી શકવા અને તેના મગજમાં પોતાની વસ્તુ ખરીદવાની ઈચ્છા જાગૃત કરવા સક્ષમ હોવો જોઈએ.



૧૬.૬ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેના વિધાનો 'ખરા' છે કે 'ખોટા' તે જણાવો.
૧. સારો વિક્રેતા બનવા માટે ઉત્પાદનનું જ્ઞાન જરૂરી નથી.
 ૨. સારા વિક્રેતામાં કલ્પના શક્તિ, પહેલ કરવાની શક્તિ અને સતર્કતા હોવા જોઈએ.
 ૩. સારા વિક્રેતા માટે સમાજ તેને સ્વીકારે તે જરૂરી નથી.
 ૪. સારો વિક્રેતા ઉપભોક્તાને વફાદર હોવો જોઈએ. શેઠને નહિ.
 ૫. પ્રભાવશાળી અવાજ, સોહામણો દેખાવ અને સંગીન સ્વાસ્થ્યને સારા વિક્રેતાના ગુણો કોઈ સ્થાન નથી.
૨. વૈકલ્પિક પ્રશ્નો

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- જાહેરાત અને વ્યક્તિગત વેચાણ સિવાયની વસ્તુના વેચાણમાં વૃદ્ધિ કરનારી તમામ સંવર્ધન પ્રવૃત્તિઓ વેચાણ વૃદ્ધિમાં સમાવિષ્ટ હોય છે.
- વેચાણ વૃદ્ધિના હેતુઓ:- નવું ઉત્પાદન પ્રસ્તુત કરવું નવા ગ્રાહકોને આકર્ષવા અને જુનાને ટકાવી રાખવા, મોસમી ઉત્પાદનનું વેચાણ ટકાવી રાખવું, સ્પર્ધાઓ સામે પડકાર ફેંકવો.
- વેચાણ વૃદ્ધિમાં ઉપયુક્ત ઉપકરણો / પ્રયુક્તિઓ:- નમુનાની મફત વહેંચણી, પ્રીમિયમ કે બોનસ (વળતર કે બોણી) પ્રસ્તાવી વસ્તુ વિનિમય યોજના, ઘટાડેલા ભાવ, કુપન, મેળા અને પ્રદર્શનો, વ્યાપારી ટિકિટો, ખોતરો (ઘસો) અને જીતો, પૈસા પાછા પ્રસ્તાવ.

વેચાણ વૃદ્ધિનું મહત્વ:-

- ઉત્પાદકો માટે: વેચાણનો વ્યાપ વધારે છે, બજારમાં નવું ઉત્પાદન પ્રચલિત કરવામાં મદદ કરે છે. તથા સુધારો કરે છે. હાજર માલનો ઝડપી નિકાલ કરી શકાય છે અને વેચાણની માત્રામાં સ્થિરતા.
- ઉપભોક્તાઓ માટે: નવા ગ્રાહકો ઉભા (સર્જવા) કરવા, સસ્તા દરે વસ્તુ મળી રહે છે, ઉપભોક્તાઓને આર્થિક લાભ, નવી વસ્તુઓનો (બ્રાન્ડોનો) પરિચય થાય છે. ગુણવત્તાની બાબતમાં ઉપભોક્તાના મનમાં વિશ્વાસ પેદા કરે છે અને જીવનધોરણ ઉચું લાવે છે.
- વ્યક્તિગત વેચાણનું તાત્પર્ય એ છે કે ગ્રાહકો સમક્ષ વસ્તુઓ અને સેવાઓ એ રીતે રજૂ કરવી કે તે વસ્તુઓ કે સેવાઓ ખરીદવા માટે તેમને પ્રેરી શકાય અને સહમત કરી શકાય.
- વ્યક્તિગત વેચાણ માટે જરૂરી તત્વો: રૂબરૂ ચર્ચા, પ્રેરણા, લચીલાપણું, વેચાણની વૃદ્ધિ (ફેલાવો), માહિતી પ્રદાન અને પારસ્પરિક લાભ.
- વ્યક્તિગત વેચાણ ઉપભોક્તા અને ઉત્પાદક બંનેની દ્રષ્ટિએ મહત્વનું છે.
- એવી ઘણી યોગ્યતાઓ છે કે જે વિક્રેતા માટે પ્રભાવક હોય. તેમાં શારીરિક યોગ્યતા, માનસિક યોગ્યતા, સચ્ચરિત્ર ઉત્પાદન અને કંપનીનું જ્ઞાન, સારો વ્યવહાર (સદવર્તન) અને સમજાવટ (પ્રેરણા) ની શક્તિ વગેરે મુખ્ય છે.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. વેચાણ વૃદ્ધિની વ્યાખ્યા આપો.
૨. ઉત્પાદકોની દ્રષ્ટિએ વેચાણ વૃદ્ધિની અગત્ય જણાવો.
૩. ઉપભોક્તાની દ્રષ્ટિએ વેચાણવૃદ્ધિની અગત્ય જણાવો.
૪. વેચાણ વૃદ્ધિના છ ઉપકરણોની યાદી બનાવો.
૫. વેચાણ વૃદ્ધિનો અર્થ સમજાવો. વેચાણ વૃદ્ધિ શા માટે જરૂરી છે.
૬. વેચાણ વૃદ્ધિના કોઈપણ બે હેતુ, દરેકના ઉદાહરણ સાથે સમજાવો.
૭. વેચાણ વૃદ્ધિની પ્રયુક્તિ તરીકે 'કિંમતમાં છૂટ' અને 'મફત નમુના' સમજાવો.
૮. વેચાણ વૃદ્ધિની પ્રયુક્તિઓ વેચાણ વધારવામાં કઈ રીતે ઉપયોગી છે તે સમજાવો.
૯. એક ટૂથપેસ્ટ કંપની ૫૦૦ ગ્રામ ટૂથપેસ્ટ સાથે ૨૫૦ ગ્રામ ટૂથપેસ્ટ મફત આપે છે. આમાં વેચાણ વૃદ્ધિની કઈ પ્રયુક્તિ વપરાઈ તેનું નામ આપો. આ યોજનામાં વિશિષ્ટ હેતુ કયો છે? આ સિવાયની બીજી બે વેચાણ વૃદ્ધિની પ્રયુક્તિઓ સમજાવો.
૧૦. વેચાણ વૃદ્ધિની વ્યાખ્યા આપો. વેચાણ વૃદ્ધિના હેતુઓ જણાવો.
૧૧. વેચાણ વૃદ્ધિનો અર્થ સમજાવો. વેચાણ વૃદ્ધિના કોઈપણ ચાર પ્રયુક્તિઓ ચર્ચો.
૧૨. વેચાણ વૃદ્ધિ વિનિર્માતાઓ અને ઉપભોક્તા બંનેને માટે ઉપયોગી છે. સમજાવો.
૧૩. વ્યક્તિગત વેચાણ એટલે શું ?
૧૪. વ્યક્તિગત વેચાણના મુખ્ય તત્વો જણાવો.
૧૫. ગ્રાહકની દ્રષ્ટિએ વ્યક્તિગત વેચાણની અગત્ય જણાવો.
૧૬. વિનિર્માતાઓની દ્રષ્ટિએ વ્યક્તિગત વેચાણનું મહત્વ સમજાવો.
૧૭. વ્યક્તિગત વેચાણમાં વ્યસ્ત વિકેતાની શારીરિક અને બૌદ્ધિક યોગ્યતાઓ જણાવો.
૧૮. વ્યક્તિગત વેચાણમાં વ્યસ્ત વ્યક્તિની સામાજિક યોગ્યતાઓ જણાવો.
૧૯. વ્યક્તિગત વેચાણમાં વ્યસ્ત વિકેતાના વ્યાવસાયિક ગુણો કયા છે ?
૨૦. વ્યક્તિગત વેચાણનું વર્ણન કરો. અને ગ્રાહકો અને ઉત્પાદકોની દ્રષ્ટિએ તેની અગત્ય સમજાવો.
૨૧. તમને લાગે છે કે સફળ વિકેતા થવા માટે માત્ર વ્યક્તિગત અને માનસિક યોગ્યતાઓ જ પર્યાપ્ત છે? તમારા જવાબના સમર્થનમાં કારણો આપો.





નોંધ

૨૨. વ્યક્તિગત વેચાણમાં વ્યસ્ત વ્યક્તિની વિવિધ યોગ્યતાઓ વર્ણવો.
૨૩. જો ઉત્પાદન ઉચ્ચકક્ષાનું હોય તે વિક્રેતામાં કોઈ યોગ્યતા હોવી જરૂરી નથી. તમે આ વિધાન સાથે સહમત છો? કારણો આપો.



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૧૬.૧

૧. જાહેરાત અને વ્યક્તિગત વેચાણને બાદ કરતાં કોઈપણ વસ્તુના વેચાણમાં વૃદ્ધિ કરતી તમામ પ્રવૃત્તિને વેચાણવૃદ્ધિ કહેવાય છે.
૨. સંભવિત ઉપભોક્તાઓને વેચાણ વૃદ્ધિ માટે પ્રસ્તુત કરવામાં આવેલ પ્રેરણા (પ્રલોભન) બાબતમાં સૂચિત કરવા જાહેરાત એક સંપ્રેષણ માધ્યમનું કામ કરે છે.

૧૬.૨

- (ક) ખોટું (ખ) ખોટું (ગ) સાચું (ઘ) ખોટું (ચ) સાચું

૧૬.૩

- (૧) - (ગ), (૨) - (ખ), (૩) - (ક), (૪) - (ઘ)

૧૬.૪

- (૧) ગ્રાહક (૨) વસ્તુનું વેચાણ વધારવું (૩) રૂબરૂ
(૪) શૈક્ષણિક

૧૬.૫

- (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખોટું (૪) ખોટું
(૫) ખોટું

૧૬.૬

૧. (૧) ખોટું (૨) સાચું (૩) ખોટું (૪) ખોટું (૫) ખોટું
૨. (૧) ક (૨) ગ (૩) ક (૪) ઘ (૫) ક



જાતે કરો.

વેચાણ, વૃદ્ધિ અને વ્યક્તિગત વેચાણ

૧. તમારી નજીકની બજારમાં છૂટક વેપારીઓ પાસે જઈ તપાસ કરો કે તેઓ કયા સમયે "હાજર માલ નિકાલ"ની યોજના પ્રસ્તુત કરે છે.
૨. વિનિર્માતાઓએ દાખલ કરેલી વિવિધ વેચાણ વૃદ્ધિ યોજનાઓ વિષેની માહિતી છાપાઓ અને મેગેઝીનોમાં આવતી જાહેરાતોમાંથી એકત્ર કરો.
૩. સેવાઓ કે વસ્તુ ખરીદતી વખતે વિક્રેતાના વર્તનનું બારીક નિરીક્ષણ કરો. અને તેનામાં રહેલા વિવિધ ગુણોની નોંધ કરો.

મોડ્યુલ - ૪
ખરીદ - વેચાણ અને
વિતરણ



નોંધ

મોડયુલ – ૫

મહત્તમ માર્ક

૧૬

અભ્યાસના કલાક

૩૫

ગ્રાહક જાગૃતિ

ગ્રાહક તુષ્ટિગુણ એજ પ્રત્યેક ધંધાનો એક માત્ર લક્ષ છે. તેમ છતાં અનેક રીતે ગ્રાહક વેપારીના શોષણનો શિકાર બને છે. ક્યારેક ઉચી કિંમતે નીચી ગુણવત્તાવાળો માલ ગ્રાહકને વેચવામાં આવે છે. આનું મુખ્ય કારણ ઘણાં ગ્રાહકો પોતાને મળેલા હક્ક અને જવાબદારીથી અજાન હોય છે. આજ કારણે અભ્યાસના આ મોડયુલ એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવ્યું છે કે વિદ્યાર્થી ગ્રાહક સુરક્ષાના કાયદા અન્વયે પોતાના અધિકારો, જવાબદારીઓ અને ગ્રાહક સુરક્ષા અંગે વિવિધ જોગવાઈઓ સમજી ઉપયોગ કરી શકે.

પાઠ – ૧૭ : ઉપભોક્તાઓના હકો અને જવાબદારીઓ

પાઠ – ૧૮ : ઉપભોક્તા સંરક્ષણ



ઉપભોક્તાઓના હકો અને જવાબદારીઓ

આપણે ઘણીવાર એવા માણસોને મળીએ છીએ કે જેઓ ફરિયાદ કરતા હોય છે કે તેમણે પૂરા પૈસા ચૂકવ્યા હોવા છતાં તેમને હલકી કક્ષાની કે ભેળસેળવાળી વસ્તુ મળી. એવી જ રીતે ઘણા લોકો ફરિયાદ કરતા હોય છે તેમણે પૂરેપૂરું ભાડું ચૂકવ્યા છતાં તેમની બસ કે ગાડીની સીટો આરામદાયક ન હતી. ઘણીવાર લોકોને પોતાના પૈસાનું પૂરું વળતર મળતું નથી. તેમને જે ચીજ કે સેવા મેળવવાની જરૂર હોય તે માટે તેમણે ખર્ચેલા મૂલ્યનું પૂરું વળતર મેળવવાનો તેમને અધિકાર નથી ?

ઘણીવાર તો લોકો ને આપવામાં આવતી અયોગ્ય (બિન ઉપયુક્ત) વસ્તુઓ કે સેવાઓ માટે ખુદ તેઓ જ જવાબદાર હોય છે. ઘણીવાર એવું બને છે કે તેમને જે વસ્તુઓ કે સેવાઓ તેમની ગુણવત્તાની દરકાર કર્યા વિના લઈ લેતા હોય છે. તેમને જે વસ્તુઓ સેવાઓ જોઈતી હોય તેનું પૂરું વિવરણ આપવાની તેમની જવાબદારી નથી ? આ પાઠમાં ચાલો આપણે ઉપભોક્તાના હકો અને જવાબદારીઓ વિષે શીખીએ.



હેતુઓ:—

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- ઉપભોક્તા શબ્દની વ્યાખ્યા આપી શકશો.
- વસ્તુઓના ઉપભોક્તા અને સેવાઓના ઉપભોક્તા વચ્ચેનો તફાવત સમજી શકશો.
- "ઉપભોક્તા વાદ" શબ્દનો અર્થ જણાવી શકશો.
- ઉપભોક્તાના વિવિધ હકો સમજાવી શકશો અને
- ઉપભોક્તાની વિવિધ જવાબદારીઓ જણાવી શકશો.

૧૭.૧ ઉપભોક્તા કોણ છે?

સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો ઉપભોક્તા એવી વ્યક્તિ છે કે જે વિવિધ વસ્તુઓ કે સેવાઓનો ઉપભોગ અથવા ઉપયોગ કરે છે. વસ્તુઓમાં વપરાશથી ખલાશ થઈ જતી વસ્તુઓ (જેમ કે ઘઉંનો લોટ, મીઠું, ખાંડ, ફળો વગેરે) તેમજ ટકાઉ વસ્તુઓ (જેમ કે ટી.વી., રેફ્રિજરેટર, ટોસ્ટર, મિક્સર, સાઈકલ વગેરે) નો સમાવેશ થાય છે. આપણે જે સેવાઓ ખરીદીએ તેમાં વીજળીનો પાવર, ટેલીફોન, વાહન વ્યવહાર સેવા, થિયેટરની સેવા વગેરેનો સમાવેશ થાય

છે. ધ્યાનમાં રાખવાની વાત એ છે કે ઉપભોક્તા એ છે કે જે વસ્તુઓ કે સેવાઓનો ઉપયોગ કરવા માટે ખરીદે. ઘરો કે એક છૂટક વેપારી જથ્થાબંધ વેપારી પાસેથી વસ્તુઓ (દા.ત. લેખન સામગ્રી) ખરીદે છે તો તે ઉપભોક્તા ન કહેવાય કારણ કે તે વસ્તુઓ ફરી વખત વેચવા માટે ખરીદે છે.

શું એવું જરૂરી છે કે ખરીદનાર કે જે ઉપભોક્તા છે તે જ માત્ર એકલો વસ્તુઓનો ઉપયોગ કરે ? એવું હંમેશા બનતું નથી. જો તમે એક સ્વાધ્યાય નોટબુક તમારે પોતે તેની અંદર લખવા માટે ખરીદો તો તમે ખરીદનાર તેમજ વાપરનાર પણ છો. પણ માનો કે તમારા પિતાજી ખાદ્ય સામગ્રી ખરીદે છે તો તેનો ઉપયોગ આખું કુટુંબ કરે છે. અથવા માનો કે તે ડિટરજન્ટ પાઉડર ખરીદે છે તો તેનો ઉપયોગ કુટુંબના સભ્યો કરે અથવા કોઈપણ વ્યક્તિ જે કપડાં ધોવાનું કામ કરતી હોય તે કરે. આનો અર્થ એ થયો કે ઉપભોક્તા જે વસ્તુ ખરીદે તેનો ઉપયોગ તેના કુટુંબના સભ્યો અથવા તો તેના વતી બીજો કોઈપણ માણસ કરે છે.

ઉપભોક્તા એવી વ્યક્તિ છે કે જે વસ્તુઓ કે સેવાઓ તેના પોતાના ઉપયોગ માટે અથવા તો ખરીદનાર વતી બીજી કોઈ વ્યક્તિના ઉપયોગ માટે ખરીદે છે. વસ્તુઓમાં રોજ બરોજના વપરાશની વસ્તુઓ તેમજ સ્થાયી ટકાઉ વસ્તુઓનો સમાવેશ થઈ જાય છે.

જ્યારે પૈસા આપી ખરીદેલી સેવાઓમાં વાહન વ્યવહાર, વીજળી, ફિલ્મ શો વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. 'ઉપભોક્તા'ની વ્યાખ્યા એવી પણ થઈ શકે છે કે "કોઈપણ વ્યક્તિ કે જે માલ કે સેવાઓ પસંદ કરે છે." તે મેળવવા પૈસા ખરચે છે અને તેમને પોતાની જરૂરિયાત સંતોષવા માટે વાપરે છે.

ચાલો જોઈએ કે વસ્તુઓના ઉપભોક્તા અને સેવાઓના ઉપભોક્તાઓમાં શો તફાવત છે. આપણા લાભ માટે આપણે જે સેવાઓ ખરીદીએ છીએ તેમાં પરિવહન સેવાનો સમાવેશ કરી શકાય. તેમકે આપણે કોઈપણ સ્થળની મુલાકાત લેવા માટે ટેક્સી કે ઓટોરિક્ષા ભાડે કરીએ છીએ અથવા જાહેર બસ કે રેલ્વે દ્વારા પ્રવાસ કરીએ છીએ. જો તમારી પાસે તમારી પોતાની સાઈકલ, સ્કૂટર, કે મોટર-સાઈકલ હોય તો તમારે તેનું રીપેરીંગ (મરમત) કરાવવું પડે. તે માટે તમારે રીપેર કરનાર દુકાને (ઓટો સર્વિસની દુકાન) લઈ જવી પડે અને રીપેરીંગનું કામ કરનાર વ્યક્તિને તમારે તેના કામ બદલ પૈસા આપવા પડે ત્યારે તમે સેવાના ઉપભોક્તા છો. વીજળી કે ટેલીફોન જેનો આપણે દરરોજ ઘેર અથવા કામના સ્થળે ઉપયોગ કરીએ છીએ એ પણ આપણે ભોગવીએ છીએ. એવી સેવા જ છે જેને માટે પૈસા આપવા પડે છે. સિનેમા ઘરમાં આપણે ફિલ્મ શો મનોરંજન માટે જોઈએ તે પણ સેવાનો જ એક નમુનો છે.

વસ્તુઓ અને સેવાઓનો ઉપયોગમાં મુખ્ય તફાવત એ છે કે વસ્તુ ખરીદતા પહેલાં તેની ગુણવત્તાની ભૌતિક ચકાસણી થઈ શકે છે જ્યારે સેવાઓની નિયમિતતા અને વિશ્વનીયતા અગાઉથી ચકાસી શકાતી નથી.દા.ત. ટીવી ખરીદતા પહેલા તમે તેની કાર્ય પ્રણાલી, ચિત્રની સ્પષ્ટતા, ગુણવત્તા, અવાજ વગેરેનું નિદર્શન જોઈ શકો છો. પણ તમને પૂરા પડાયેલ વીજળી પુરવઠાની તમે ચકાસણી કરી શકતા કે તેના વોલ્ટેન સ્થિર રહેશે કે કેમ. ખાદ્ય પદાર્થ



નોંધ



ખરીદતાં પહેલાં તમે તે ચાખીને ખાતરી શકો છો પછી ખરીદો છો અથવા કોઈ ફળ વધારે પડતું પાકી ગયું નથી તે જોઈને ખરીદી શકો છો. પણ સ્કૂટર કે ટેકસીનો ડ્રાઈવર સાવચેત રહેશે અને એકસીડન્ટ નહીં જ કરે અથવા ચલચિત્ર જોતી વખતે છેક છેલ્લે સુધી ચિત્ર અને અવાજ બરાબર રહેશે તેની ચકાસણી કરી શકતા નથી.

વળી જે વસ્તુઓ આપણે ખરીદીએ છીએ તેનો ઉપયોગ આપણે તુરત અથવા અમુક સમય પછી પણ કરી શકીએ. દા.ત. અનાજનો હપ્તાઓ કે મહિના સુધી સંગ્રહ કરી શકીએ છીએ. અને રેફ્રિજરેટરને સમયે સમયે રીપેર કરાવીને આપણે વર્ષો સુધી વાપરી શકીએ છીએ પણ પરિવહન સેવાઓ, રીપેરીંગ, વીજળી પૂરવઠો, ટેલીફોન સેવા કે ફિલ્મશોની બાબતમાં એમ કરી શકતા નથી.



૧૭.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પ્રશ્નોના જવાબ માત્ર 'હા' કે 'ના'માં આપો.

૧. જે વસ્તુ ખરીદે તે ઉપભોક્તા હોય પણ ખરો અને ન પણ હોય એમ બને ?
૨. જે ખોરાકનો ઉત્પાદક કરે તે ખરીદનાર જ હોય એમ કહેવું સાચું છે ?
૩. દુકાનદાર જાતે પહેરવા માટે રેડીમેઈડ શર્ટ ખરીદે તો તેને ઉપભોક્તા કહેવાય ?
૪. મેં એક જાહેર પુસ્તકાલયમાં સભ્ય ફી ભરીને અને ત્યાં હું પુસ્તકો અને જર્નલો વાચું છું તો હું સેવાઓનો ઉપભોક્તા છું ?
૫. તમારા મિત્રે એક વાર્તાની ચોપડી ખરીદી. તે વાંચી લઈને તેણે સેકન્ડહેન્ડ ચોપડીઓ વેચનાર દુકાનદારને ઓછી કિંમતે વેચી દીધી. તમારો મિત્ર ઉપભોક્તા કહેવાય ?

૧૭.૨ ઉપભોક્તાવાદનો અર્થ

તમે પણ એક ઉપભોક્તા હોઈને સમયે સમયે વસ્તુઓ અને સેવાઓનો ઉપયોગ કરતા હશો. તમને પણ કોઈ વિક્રેતાએ શોષણ કર્યું હોય તેવો અનુભવ થયો હશે. ક્યારેક તેઓ વધારે પડતો ભાવ લઈ લે તો ક્યારેક હલકી કક્ષાની ચીજો અને સેવાઓ પૂરી પાડે. આવું શોષણ કોઈપણ ઉપભોક્તા દ્વારા એકલા હાથે અટકાવવાનું મુશ્કેલ છે. જો ઉપભોક્તાઓ જાગૃત (સાવધ) બની જાય અને આવી ગેરરીતીઓનો સામૂહિક રીતે સામનો કરે તો આવા શોષણની તીવ્રતા ઘટાડી શકાય. પોતાની સલામતી માટે ઉપભોક્તા પોતાની જાતે જ પ્રયત્ન કરે તેને ઉપભોક્તા વાદ કહે છે.

ઉપભોક્તા વાદનો સંદર્ભ તેમના આંદોલન પરત્વે છે. જે વિનિર્માતાઓ, ઉત્પાદકો, વ્યાપારીઓ, વેચાણકારો કે સેવાદાતાઓના ઉપભોક્તાઓ પ્રત્યે યોગ્ય અને પ્રામાણિક વ્યવહાર સુનિશ્ચિત કરવા માટે છે. આ આંદોલનને બજારમાં ફેલાયેલી બદીઓ સાથે ઉપભોક્તાઓમાં જાગૃતિ પેદા કરવા માટે તેમજ તેમના હિતોનું રક્ષણ કરવા માટેના માર્ગો શોધી કાઢવાની દિશામાં કોઈ ઉપભોક્તા આંદોલનકારી અથવા ઉપભોક્તા મંડળોએ કરેલા પ્રયત્ન તરીકે ગણી શકાય.

આ આંદોલન ત્યારે જ સફળ બને જ્યારે ઉપભોક્તા વસ્તુ કે સેવાઓનો ઉપયોગ કરતી વખતે પોતાના હકો અને ફરજો વિષે સભાન હોય. ચાલો ઉપભોક્તાઓના અધિકારો અને ફરજો વિષે જાણીએ.

ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો ૧૯૮૬:-

ગ્રાહક સુરક્ષાનો ધારો એ અન્ય ધારા કરતા ગ્રાહકોને વધુને વધુ સુરક્ષા બક્ષે છે. ગ્રાહક સુરક્ષા ધારોએ વિશાળ અધિકારક્ષેત્ર ધરાવે છે. વસ્તુ ખરીદીને છેતરાયા સામે આર્થિક રક્ષણ ઉપરાંત સેવાઓની શોષણ જેવા કે બેન્કના શોષતા, વીમા કે નાણાંકિય શોષણ, વાહન વ્યવહાર, ટેલિફોન, વિજળી પૂરવઠો કે અન્ય બળતણ, ગૃહ યોજના, બોર્ડીંગ અને લોજીંગ, આનંદ પ્રમોદના સાધનો કે મનોરંજનની સેવાઓ વગેરેમાં થતા શોષણ સામે પણ ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો રક્ષણ આપે છે.

૧૭.૩ ઉપભોક્તાઓના હકો

તમે જાણો છો કે આજે ઉપભોક્તાઓને બજારમાં હરીફાઈ, ગેરમાર્ગે દોરતી જાહેરાતો, હલકી કક્ષાની વસ્તુઓ અને સેવાઓ વગેરેના કારણે વિવિધ સમસ્યાઓનો સામનો કરવો પડે છે. આથી ઉપભોક્તાઓના હિતનું રક્ષણ કરવું તે સરકાર અને સાર્વજનિક સંસ્થાઓ માટે ગંભીર ચિંતાનો વિષય બન્યો છે. આથી સરકારે ગ્રાહકોના હિતની સુરક્ષા માટે ઉપભોક્તાના કેટલાક અધિકારોને માન્યતા આપેલી છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો જો ઉપભોક્તાઓએ પોતાની જાતને છેતરપીંડી કે શોષણથી બચાવવી હોય તો તેમને અમુક અધિકારો આપવા પડે તેથી તેઓ એક એવી સ્થિતિ સંપાદન કરે કે વસ્તુના વેપારીઓ કે સેવા પ્રકાતાઓ તેમની સાથે વ્યવહાર કરવામાં વધુ કાળજી રાખશે એવી તેમને ખાતરી મળે. દા.ત. ઉપભોક્તાઓનો એક અધિકાર છે. પસંદગી કરવાનો જો તમને તમારા આ અધિકારની જાણ હોય તો તમે વેપારીને એકના એક ઉત્પાદનની જુદી જુદી જાતો તમને દેખાડવા જણાવી શકો. જેથી તમે મનપસંદ પસંદગી કરી શકો. કેટલીકવાર વેપારીઓ કોઈપણ વસ્તુની અમુક ખાસ બ્રાન્ડ જ વેચવાનો પ્રયત્ન કરતા હોય છે. કારણ કે તે વેચવામાં તેમને વધારે મોટું વળતર મળતું હોય છે. તે કદાચ ઉત્તમ પ્રકારની વસ્તુ ન હોઈ શકે અથવા તે પ્રમાણમાં ઓછી કિંમતે મળતી હોય. જો તમે તમારા પસંદગીના અધિકારનો ઉપયોગ કરો તો તમે આ વ્યવહારને રોકી શકો. અને જો દુકાન પર એક ઉત્પાદનની વિવિધ જાતો ન ઉપલબ્ધ હોય તો તમે બીજી કોઈ દુકાને જઈ શકો.

ચાલો આપણે ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદો ૧૯૮૬માં આપેલ વિવિધ ગ્રાહકના અધિકારોની ચર્ચા કરીએ.

૧. સલામતી (સુરક્ષા) નો અધિકાર:-

જે વસ્તુઓ સ્વાસ્થ્ય કે જિંદગી માટે હાનિકારક હોય તેના વેચાણ સામે રક્ષણ મેળવવાનો ઉપભોક્તાને અધિકાર છે જો તમે ઉપભોક્તાના આ અધિકારથી વાકેફ હો તો તમે હાનિ રોકવા માટે સાવચેતીના પગલાં લઈ શકો છો અને જો તેમ છતાં હાનિ થઈ જ ચૂકી હોય તો વેપારી સામે ફરિયાદ કરવાનો તમને હક છે અને વળતર સુધ્ધા મેળવવાનો તમે દાવો



નોંધ



નોંધ

કરી શકો છો. માનો કે તમે કોઈ દવા ખરીદી તે જો નુકસાનકારક પૂરવાર થાય તો તેને માટે તે દવા વેચનાર ફાર્મસીને જવાબદાર ઠરાવી શકાય. એવી જ રીતે જો તમે રસોઈ માટે ગેસનો બાટલો વાપરતા હો તો તમારે તે લીક થતો નથી તેની તપાસ કરી લેવી પડે અને તેના કારણે આગ લાગે અને કોઈ હાનિ થાય કે કોઈનું મૃત્યુ થાય તો તમને માલ સપ્લાઈ કરનાર નુકસાનીનું વળતર આપવા જવાબદાર બને છે.



૨. માહિતી મેળવવાનો અધિકારી:-

ઉપભોક્તાઓને ઉપલબ્ધ વસ્તુઓનું પ્રમાણ, ગુણવત્તા, શુદ્ધતા, સ્તર કે કક્ષા અને કિંમત વગેરે વિષે માહિતી મેળવવાનો અધિકાર છે કે જેથી તે કોઈપણ ઉત્પાદન કે સેવા ખરીદતાં પહેલાં યોગ્ય પસંદગી કરી શકે. ઉપરાંત જ્યાં જરૂરી હોય ત્યાં વસ્તુ વાપરતી વખતે જે ખોટ કે હાનિ થવાનો સંભવ હોય ત્યાં ઉપભોક્તાને સલામતી ખાતર કઈ કઈ સાવચેતી રાખવી પડે તેની માહિતી આપવી પડે. ફરીવાર ગેસના બાટલાનો દાખલો લઈએ. વિતરણ કરનારે જ્યારે બાટલાનો ઉપયોગ ન થતો હોય ત્યારે રેગ્યુલેટરની મદદથી ગેસનો પ્રવાહ બંધ કરવાની સુચના ઉપભોક્તાને આપવી જોઈએ.

૩. પસંદગીનો અધિકારી:-

એક જ ઉત્પાદનની વિવિધ જાતોમાંથી પોતાને જરૂરી છે એવી વસ્તુ (ખરીદવાનો) પસંદ કરવાનો પણ ઉપભોક્તાને અધિકાર છે. કેટલીકવાર વિકેતા કે વેપારી હલકી ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓ પધરાવવા માટે ગ્રાહકો ઉપર દબાણની પ્રયુક્તિઓ અજમાવતા હોય છે. ક્યારેક ઉપભોક્તા પણ ટી.વી.ની જાહેરાતોથી પ્રભાવિત થઈ જાય છે. જો ઉપભોક્તા આ હકથી વાકેફ હોય તો આ શક્યતાઓથી બચી શકાય છે.

૪. સુનાવણીનો અધિકાર:-

આ અધિકારના ત્રણ અર્થઘટન છે. વ્યાપક અર્થમાં જોઈએ તો જ્યારે સરકાર અથવા જાહેર સંસ્થાઓ ઉપભોક્તાઓને હિતને અસરકતા એવા કોઈ નિર્ણયો લે અથવા નીતિઓ ઘડે ત્યારે ઉપભોક્તાની સલાહ લેવી જોઈએ એવો તેમને હક છે. ઉપભોક્તાને એ પણ અધિકાર છે કે વિનિર્માતાઓ, વિકેતાઓ અને જાહેરાત આપનારાઓ ઉત્પાદન અને વેચાણ વિષે ઉપભોક્તાઓ મત જાણવા માટે તેને સાંભળે ત્રીજું, કાનૂની કાર્યવાહી કે ઉપભોક્તાઓની ફરિયાદ માટેની ન્યાય અદાલતોમાં ઉપભોક્તાઓને સાંભળવા જોઈએ એ પણ તમનો હક છે.



૫. ફરિયાદ નિવારણ (નુકસાન વસુલ)નો અધિકાર:-

જો અને જ્યારે ઉપભોક્તાને અનુચિત વ્યાપાર વ્યવહાર જેમ કે વધુ ભાવ લેવો, હલકી ગુણવત્તાઓ માલ વેચાવો, અથવા બિન સલામત ઉત્પાદન વેચવું, કે સેવા પ્રદાનમાં

નિયમિતતામાં ક્ષતિ વગેરેના કારણે કોઈ ફરિયાદ કે મનદુઃખ હોય અથવા ખામીયુક્ત કે ભેજસેજવાળી વસ્તુના કારણે તેને કશી હાનિ પહોંચી હોય તો અને ત્યારે તેના ઉપાયો શોધવાનો તેને હક છે. ખામીવાળી વસ્તુઓને બદલે બીજી સારી વસ્તુ અથવા પૈસા વિક્રેતા કે વેપારી પાસેથી પાછા મેળવવાનો હક છે. તેને યોગ્ય ન્યાયાલયમાં વૈધાનિક સમાધાન મેળવવાનો પણ અધિકાર છે. આ હક દ્વારા ઉપભોક્તાઓને બાંહેધરી મળે છે કે તેમની ફરિયાદ ઉપર યોગ્ય ધ્યાન આપવામાં આવશે. આ હકમાં જો ઉપભોક્તાઓએ કોઈ નુકસાન સહન કર્યું હોય અથવા વિતરક કે વિનિર્માતાઓની ભૂલને લીધે તેને અગવડ પડી હોય તો વળતર મેળવવાની પણ જોગવાઈ છે.



નોંધ

૬. ઉપભોક્તા શિક્ષણનો અધિકાર:-

બજારોમાં ચાલતી ગેરરીતિઓ અને ઉપભોક્તાઓનું શોષણ રોકવા માટે ઉપભોક્તા સજાગતા અને શિક્ષણ અત્યંત આવશ્યક છે. આ હેતુની પરિપૂર્તિ માટે ઉપભોક્તા સંગઠન, શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ અને સરકારની નીતિના ઘડવૈયાઓ પાસે એવી અપેક્ષા છે કે તેઓ ઉપભોક્તાઓને શિક્ષિત કરી માહિતગાર રહેવા સક્ષમ બનાવે. (ક) અનુચિત વ્યાપાર વ્યવહારો અટકાવવા માટે ઘડાયેલા આનુષંગિક કાયદાઓ (ખ) ઉપભોક્તાઓને છેતરવા માટે બજાર વ્યવહારમાં તોડ મરોડ કરવા પ્રયત્ન (ગ) ઉપભોક્તા કેવી રીતે પોતાના હિતોનો બચાવ કરી શકે અને (ઘ) ફરિયાદ કરતી વખતે ઉપભોક્તાએ અનુસરવાની પદ્ધતિ.



૧૭.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. "અ" અને "બ" સ્તંભો નીચેના વાક્યાંશો મેળવો

"અ"

"બ"

(૧) સુનાવણીનો અધિકાર

(અ) ન્યાયાલયમાં કાનૂની નિવારણ માટે કાર્યવાહી કરવી.

(૨) સુરક્ષાનો અધિકાર

(બ) નીતિવિષયક નિર્ણય માટે ઉપભોક્તાઓની સલાહ લેવી.

(૩) ઉપભોક્તા શિક્ષણનો અધિકાર

(ક) ઉત્તમકક્ષાની વસ્તુ પસંદ કરવી.

(૪) નિવારણ મેળવવાનો અધિકાર

(ડ) ખતરનાક વસ્તુના વેપાર સામે સુરક્ષા

(૫) પસંદગીનો અધિકાર

(ઈ) ઉપભોક્તા સંરક્ષણને લગતા પ્રાસંગિક કાયદાની માહિતી

૨. નીચેના પૈકી કયાં વિધાનો 'ખરા' છે અને 'ખોટા' છે તે જણાવો.

મોડ્યુલ - ૫ ગ્રાહક જાગૃતિ



નોંધ

ઉપભોક્તાઓના હકો અને જવાબદારીઓ

૧. વેપાર માટે ગ્રાહકને ઉત્પાદનની ગુણવત્તા વિષે જણાવવાની જરૂર નથી કારણ કે તેઓ જાતે જ ગુણવત્તા નક્કી કરી શકે.
૨. આપવામાં આવેલી હલકી કક્ષાની સેવા માટે નિવારણ શોધવાની છૂટ આપવા માટે સેવા દાતાઓ જવાબદાર નથી.
૩. સુનાવણીનો અધિકાર યોગ્ય સ્થળે અને સમયે ગ્રાહકોના હિતો ઉપર યોગ્ય લક્ષ અપાય તે માટે તેમને સક્ષમ બનાવે છે.
૪. જો ગ્રાહકો અસંગઠિત હોય તો સુનાવણીના હકનો અસરકારક અમલ થઈ શકે.
૫. ઉપભોક્તાને પોતાની પસંદગીની વસ્તુ પસંદ કરવાનો સંપૂર્ણ અધિકાર છે અને વેપારમાં ઉપભોક્તાને પસંદગી કરવાની સંપૂર્ણ સ્વતંત્રતા હોવી જોઈએ.

૧૭.૪ ઉપભોક્તાઓની જવાબદારીઓ

એક પ્રખ્યાત કહેવત છે કે "જવાબદારી વિના હકો કદી ન હોઈ શકે." ઉપભોક્તાના હકો તપાસ્યા પછી અને તેઓ ક્યા હેતુ સારે છે તે સમજ્યા પછી હવે એ વિચાર જરૂરી બને છે કે ઉપભોક્તાઓએ પણ તે હકો ભોગવવા માટે લાયક બને તેટલા જવાબદાર બનવું જોઈએ કે કેમ દા.ત. સુનાવણીનો હક ભોગવવા શક્તિમાન બનવું હોય તો ઉપભોક્તાની સમસ્યાઓ જાણવાની તક મેળવવી જોઈએ અને તેના વિષેની માહિતી મેળવતા રહેવી જોઈએ. એજ રીતે ફરિયાદોના નિવારણનો હક ભોગવવા માટે ઉપભોક્તાએ સાચી વસ્તુ સાચી કિંમત પસંદ કરવા માટે તમામ સાવચેતી રાખવી જોઈએ અને હાનિ કે નુકસાન થતું રોકવા માટે વસ્તુને કેમ વાપરવી તે શીખવું જોઈએ. ખાસ કરીને ઉપભોક્તાઓની જવાબદારીમાં નીચેની જવાબદારીઓનો સમાવેશ થાય છે:

૧. સ્વ-સહાયની જવાબદારી:-

ઉપભોક્તા માટે એક વસ્તુ હંમેશા ઈચ્છનીય છે કે શક્ય હોય ત્યાં સુધી માહિતી અને પસંદગી માટે વેપારી ઉપર આધાર ન રાખવો. ઉપભોક્તા તરીકે તમે બીજાથી છેતરાઈ જવામાંથી બચો એવી જવાબદારી રીતે વર્તો તેવી અપેક્ષા રહે છે. એક સુમાહિતગાર ઉપભોક્તા બીજી કોઈપણ વ્યક્તિ કરતાં પોતાની સંભાળ વધુ સારી રીતે રાખી શકે છે. હાનિ કે નુકસાન થઈ ચુક્યા પછી નિવારણ કરવા પ્રયત્ન કરવા કરતાં જાતે જ પહેલાથી સાવચેત અને સજજ રહેવું તે હંમેશા વધારે સારું છે.

૨. લેવડ-દેવડની સાબિતી:-

દરેક ઉપભોક્તાની બીજી જવાબદારી એ છે કે સ્થાયી વસ્તુઓની ખરીદીની સાબિતી અને ખરીદીને લગતા દસ્તાવેજો ચોકકસ મેળવી લેવા અને સાચવી રાખવા. દા.ત. વસ્તુઓ ખરીદો ત્યારે કેશમેમો (રોકડબીલ) મેળવી લેવાની ખાસ જરૂર છે. તમારે યાદ રાખવું જોઈએ કે કદાચ વસ્તુમાં કોઈ ક્ષતિ વિષે તમારે ફરિયાદ કરવાની હોય તો તમે ખરીદીની સાબિતી રજૂ કરો તો જ તમે મરમ્મત માટે વસ્તુ બદલવા માટે દાવો કરી શકો. એ જ રીતે ટકાઉ ઉપભોગની

ટી.વી., ફ્રીઝ જેવી વસ્તુઓ સાથે વિક્રેતાઓ વોરન્ટી / ગેરન્ટી કાર્ડ પણ આપતા હોય છે. આ કાર્ડથી તમને ખરીદી પછીના અમુક સમયગાળા સુધી રીપેર માટે સર્વિસ અથવા તો મફત સ્પેરપાર્ટ બદલવાનો હક પ્રાપ્ત થાય છે.

૩. યોગ્ય દાવો:-

એક બીજી ઉપભોક્તાએ સતત મનમાં રાખવા જેવી જવાબદારી એ છે કે ફરિયાદ કરતી વખતે અથવા હાનિ કે નુકસાનના વળતર માટે દાવો કરતી વખતે તેઓ અતાર્કિક રીતે (ગેરવાજબી રીતે) બહુ મોટો દાવો ન કરવો જોઈએ. ઘણીવાર ઉપભોક્તા ફરિયાદ નિવારણ માટે કોર્ટમાં દાવો કરતા હોય છે. એવા પણ કિસ્સાઓ બન્યા છે કે ઉપભોક્તાએ કોઈપણ દેખીતા વ્યાજબી કારણ વગર મોટા વળતરનો દાવો કર્યો હોય. આને બે જવાબદાર કૃત્ય ગણવામાં આવે છે એવું ન કરવું જોઈએ.

૪. ઉત્પાદન કે સેવાઓનો સમુચિત ઉપયોગ:-

કેટલાક ઉપભોક્તાઓ ખાસ કરીને ગેરંટીના સમગાળા દરમિયાન વસ્તુનો દુરુપયોગ કરે છે. તેઓ વિચારે છે કે ગેરંટી પિરિયડ દરમિયાન તે વસ્તુને બદલે બીજી નવી વસ્તુ મળી જશે. આ તેમને માટે વ્યાજબી નથી. તેમણે હંમેશા વસ્તુ યોગ્ય રીતે વાપરવી જોઈએ. ઉપભોક્તાઓની ઉપરની જવાબદારીઓ ઉપરાંત પણ બીજી કેટલીક જવાબદારીઓ વિષે સચેત હોવા જોઈએ, તેમને ઉત્પાદકો, વેપારીઓ કે સેવા દાતા સાથે કરેલા કરારને યુસ્ત રીતે વળગી રહેવું જોઈએ. ઉદાહરણ (શાખ પર) ખરીદી કરી હોય તો તેમણે સમયસર પૈસા ભરી દેવા જોઈએ. તેમણે વીજળી કે પાણીના મીટર, બસ અને ગાડીની સીટો વગેરે જેવા સેવાના માધ્યમો સાથે ચેડાં કરવાં ન જોઈએ તેઓએ યાદ રાખવું જોઈએ કે તેઓ ત્યારે જ હકો ભોગવી શકે જ્યારે તેઓ પોતાની જવાબદારીઓ નિભાવવા ઈચ્છતા હોય.



૧૭.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'ખરાં' છે અને કયાં 'ખોટાં' છે તે જણાવો.
 ૧. એક જવાબદાર ઉત્પભોક્તા પોતાના હિતોની રક્ષા સ્વયં કરવા પ્રયત્ન કરે છે.
 ૨. ઉપભોક્તાએ વસ્તુની ગુણવત્તા સંબંધી માહિતી માટે કદી વેપારી ઉપર નિર્ભર રહેવું ન જોઈએ.
 ૩. જો મે દરેક રીતે સાવચેતી રાખીને કોઈ વસ્તુ ખરીદી હોય તો હું નિવારણ માટેનો મારો હક ભોગવી ન શકું.
 ૪. ગેરંટીની સમયાવધિ દરમિયાન વસ્તુ સંભાળપૂર્વક વાપરવાની જરૂર નથી.
 ૫. જો ઉપભોક્તા તરીકે ખામીવાળી ઈલેક્ટ્રીક હીટરના કારણે મને શારીરિક ઈજા પહોંચી હોય અને મેં ડોક્ટરી સારવારના રૂા.૫૦૦૦/- ખર્ચ્યા હોય તો મને વળતર રૂપે રૂા.૫૦,૦૦૦/-નો દાવો કરવાનો અધિકાર છે.



નોંધ



૨. વૈકલ્પિક પ્રશ્નો

૧. કઈ સાલમાં ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો અમલીકરણ બન્યો?

- અ. ૧૯૭૨ બ. ૧૯૮૨
ક. ૧૯૮૬ ડ. ૧૯૯૫

૨. ગ્રાહક સુરક્ષા ધારા અન્વયે ગ્રાહકના કેટલા અધિકારો આપ્યા છે?

- અ. ૬ બ. ૮
ક. ૭ ડ. ૪

૩. ગ્રાહકની જવાબદારી બને છે....

- અ. વસ્તુ કે સેવાનો યોગ્ય ઉપયોગ.
બ. શિક્ષણનો અધિકાર.
ક. હક્ક માટે લડત.
ડ. હંમેશ ગ્રાહક સુરક્ષાની અદાલતો આશરો લેવો.

૪. ગ્રાહકલક્ષી અળવળની શરૂઆત.....

- અ. સરકાર બ. સમાજ
ક. ઉત્પાદક ડ. ગ્રાહક

૫. નાણાંનું વળતર ગ્રાહકને કયા અધિકારથી મળે છે?

- અ. માહિતીના અધિકારથી.
બ. સમાધાનના અધિકારથી.
ક. સુનાવણીના અધિકારથી.
ડ. પસંદગીના અધિકારથી.



તમે શું શીખ્યા?

- ઉપભોક્તા એવી વ્યક્તિ છે કે જે વસ્તુઓ કે સેવાઓ પોતાના ઉપભોગ કે ઉપયોગ માટે અથવા ખરીદનાર વતી કોઈ અન્યના ઉપયોગ માટે ખરીદે છે. વસ્તુમાં વપરાઈ જનાર અને ટકાઉ એમ બંને પ્રકારની વસ્તુઓનો સમાવેશ થાય છે. જ્યારે જે સેવાઓ પૈસા આપી ખરીદવામાં આવે છે તેમાં પરિવહન, વીજળી, સિનેમા અને એવી અન્ય સેવાઓનો સમાવેશ થાય છે.
- ઉપભોક્તાવાદનું તાત્પર્ય ઉપભોક્તાઓના આંદોલન સાથે છે જેથી વિનિર્માતાઓ, વેપારીઓ, વિક્રેતાઓ અને સેવા દાતાઓ ગ્રાહકો સાથે ન્યાયી અને પ્રામાણિક આચરણ કરે તેવી ખાતરી મળી શકે.
- ઉપભોક્તાઓના અધિકાર (૧) સુરક્ષાનો અધિકાર (૨) માહિતી મેળવવાનો અધિકાર (૩) પસંદગીનો અધિકાર (૪) સુનાવણીનો અધિકાર (૫) ફરિયાદ નિવારણનો અધિકાર (૬) ઉપભોક્તાના શિક્ષણનો અધિકાર

ઉપભોક્તાઓના હકો અને જવાબદારીઓ

- ઉપભોક્તાની જવાબદારીઓ (૧) સ્વ-સહાયની જવાબદારી (૨) લેવડ-દેવડની જવાબદારી (૩) યોગ્ય દાવો (૪) ઉત્પાદન કે સેવાઓનો સમુચિત ઉપયોગ



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. ઉપભોક્તાની વ્યાખ્યા આપો.
૨. વસ્તુઓના અને સેવાઓના ઉપભોક્તા વચ્ચે તફાવત દર્શાવો.
૩. ઉપભોક્તાવાદની સંકલ્પના વર્ણવો.
૪. ઉપભોક્તા શિક્ષણના ભાગરૂપે ઉપભોક્તાએ કઈ બાબતમ શિક્ષિત થવાની અપેક્ષા રાખવી જોઈએ.
૫. ઉપભોક્તાના વિવિધ હકો સમજાવો.
૬. ઉપભોક્તા કોને કહેવાય? ઉપભોક્તાની જવાબદારીઓ કઈ છે?
૭. સ્થાયી વસ્તુ ખરીદતાં ઉપભોક્તાએ કયા દસ્તાવેજો સાચવવા જોઈએ?



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૧૭.૧

(૧) હા (૨) ના (૩) હા (૪) હા (૫) હા

૧૭.૨

૧. (૧)–(બ), (૨)–(ડ), (૩)–(ઈ), (૪)–(અ), (૫)–(ક)
૨. (૧) ખોટું (૨) ખોટું (૩) સાચું (૪) ખોટું (૫) સાચું

૧૭.૩

૧. (૧) સાચું (૨) સાચું (૩) ખોટું (૪) ખોટું (૫) ખોટું
૨. (૧)–(ક), (૨)–(અ), (૩)–(અ), (૪)–(ડ), (૫)–(બ)



જાતે કરો.

- તમે રોજબરોજના જીવનમાં ઉપયોગ કરતા હો તેવી વસ્તુઓ અને સેવાઓની યાદી બનાવો.
- ઉપભોક્તા તરીકે વસ્તુઓ કે સેવાઓ ખરીદ કરતી વખતે તમારે કોઈ સમસ્યાઓનો સામનો કરવો પડ્યો છે?

મોડ્યુલ – ૫
ગ્રાહક જાગૃતિ



નોંધ



ઉપભોક્તા સંરક્ષણ

આગળના પાઠોમાં તમે ઉપભોક્તાઓના વિવિધ હકો અને જવાબદારીઓ વિષે શીખી ગયો તમે ઉપભોક્તાવાદ વિષે પણ શીખી ગયા, જે ઉપભોક્તાઓને તેમના હકો અને પ્રશ્નો વિષે જાગૃત કરવાના ઉદ્દેશથી ચલાવાનું એક અભિયાન છે કે જેથી તેઓ પોતાને થયેલા નુકસાન અને યાતનાઓનો સામનો કરવાના ઉપાયો શોધી શકે. વળી જો બુધ્ધિયુક્ત ખરીદીની અવધારણા અને એક શાણા ખરીદકર્તાએ રાખવી પડતી સાવચેતીથી પણ પરિચિત થયા છે. આ પાઠમાં આપણે શા માટે ઉપભોક્તોનું રક્ષણ કરવાની જરૂર છે. અને વેપારીઓની લુચ્ચાઈથી તેમને બચાવવાની કઈ કઈ રીતો અને ઉપાયો છે તે વિષે ચર્ચા કરીશું.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- ઉપભોક્તા સંરક્ષણનો અર્થ સમજાવી શકશો.
- ઉપભોક્તાઓને નડતી વિવિધ સમસ્યાઓ જણાવી શકશો.
- ઉપભોક્તાઓના સંરક્ષણની જરૂરિયાત સમજી શકશો.
- ઉપભોક્તાઓના સંરક્ષણમાં જોડાયેલ પક્ષોને ઓળખી શકશો.
- ઉપભોક્તાના સંરક્ષણના હેતુથી બનેલા કાયદાઓ અને જોગવાઈઓની રૂપરેખા આપી શકશો.
- ઉપભોક્તાઓના તકરાર નિવારણ માટે સ્થાયેલી ઉપભોક્તા અદાલતોના અધિકાર ક્ષેત્રની ચર્ચા કરી શકશો.

૧૮.૧ ઉપભોક્તા સંરક્ષણનો અર્થ

તમે એ હકીકતથી વાકેફ છો કે ઉપભોક્તાઓને કેટલાક મૂળભૂત હકો છે, જેમ કે- સુરક્ષાનો અધિકાર, જાણકારી મેળવવાનો અધિકાર, પસંદગીનો અધિકાર, તેના વાત સંભળાવવાનો અધિકાર વગેરે પણ માલ ખરીદતી વખતે આપણે હંમેશા આ અધિકારો યાદ રાખીએ છીએ ખરા? કદાચ નહીં, પણ આપણ હકો વિષે જાણતા હોઈએ તો પણ વિકેતાઓ ઘણીવાર આપણી પરિસ્થિતિનો લાભ ઉઠાવીને આપણને ખામીવાળી, નુકસાનકારક, અસુરક્ષિત કે ઈજા કરી શકે તેવી વસ્તુઓ પધરાવતા હોય છે.

ધારો કે તમે ખાદ્યતેલ ખરીદવા દુકાને ગયા. દુકાનદાર તમને કહે છે કે તેલ બંધ ડબ્બા કે ટીનમાં ઉપલબ્ધ છે. તમે ખાતરી કરવા માંગો છો કે તેલ ભેળસેળિયું એટલે કે બીજા



નોંધ

હલકી કક્ષાના કે નુકસાનકારક તેલનો ભેગ કરેલ તો નથીને? દુકાનદાર તમને લેબલ ઉપર ઉત્પાદકનું નામ વંચાવશે અને કહેશે કે તે એક સુવિખ્યાત કંપની છે. જે અશુદ્ધ તેલ આપે નહીં. પણ તેલ વાપર્યા પછી તમે માંદા પડો છો. તમે દુકાને જઈને દુકાનદારને તેલ પાછું આપી શકો? ના તમે થોડુંક વપારેલું, ઉઘાડા ડબ્બામાં વધેલું તેલ તે પાછું નહીં લે તે કદાચ તમને એમ કહેશે કે તમારી બીમારી કોઈ અન્ય કારણવશાત થયેલી હશે. તેથી તમે વધુમાં વધુ એટલું કરી શકો કે ફરી વખત તે લેબલવાળું તેલ ન ખરીદો. પણ બીજા કોઈ ઉત્પાદકના તેલમાં પણ તમને એવી જ મુશ્કેલી નહીં પડે તેની શી ખાતરી?

વળી એક બીજું ઉદાહરણ લઈએ. કોઈ ઉપભોક્તાને પંખાના રેગ્યુલેટર કે ઈલેક્ટ્રીક હીટર કે ટી.વી.માં કોઈ ખામી જણાઈ. વોરન્ટીની અવધિ દરમિયાન વિતરક તે મફત સુધારી આપે. પછી ખામી તો પાછળથી પણ રહે જ. હવે ઉપભોક્તા શું કરે? માની લો કે ઈલેક્ટ્રીક હીટરમાં રહેલી ખામીથી ક્યારેક ઈજા પહોંચી. આનો કોઈ ઉપાય છે? તમે તેને વિક્રેતા પાસે લઈ જાઓ તો ઉલટાનો તમારી ઉપર આક્ષેપ મૂકે કે તમે તેને વાપરતી વખતે જરૂરી સાવધાની નહીં રાખી હોય.

આમ ઉપભોક્તા ચતુક હોય તો પણ તેની લાચારીનાં આ કેટલાંક ઉદાહરણો છે. આથી સામાન્ય માણસોને મદદરૂપ થવા માટે ઉપભોક્તાઓના હિતનું રક્ષણ કરવાની જરૂરિયાત અનુભવાઈ છે. આમા ઉપભોક્તા સંરક્ષણમાં ઉપભોક્તાઓને વેપારની ગેરરીતીઓથી બચાવવા કેટલાંક જરૂરી પગલાં અને યોજવા પડતા ઉપાયો અભિપ્રેત છે. આને તમે ઉપભોક્તાવાદ જેવા એક આંદોલન તરીકે ગણી શકો. આ મૂળભૂત રીતે જરૂરી છે. કારણ કે વેપારીનું લક્ષ મહત્તમ લાભ ખાટવાનું હોય છે અને આ ઉપભોક્તાઓના ભોગે શક્ય બને છે.

ચાલો આપણે આપણા દેશમાં પ્રચલિત ગતિ વિવિધઓનો વિચાર કરીએ જે આર્થિક નુકસાન અને લોકોના અયોગ્ય અને ક્યારેક તો જીવન સુધધાને જોખમ ઉભું કરે છે.

૧૮.૨ ઉપભોક્તાઓને નડતી સમસ્યાઓ

ઉપભોક્તાઓ બેઈમાન અને અનૈતિક વ્યાપારીઓ, ઘંધાદારીઓ, વિતરકો, ઉત્પાદકો અને વિનિર્માતાઓ તેમજ સેવા પ્રદાતાઓ દ્વારા વિવિધ રીતે છેતરાતા હોય છે. નીચેની કેટલીક ગેરરીતીઓ તમને ક્યારેક તો જોવા મળી હશે.

૧. ભેળસેળ:—

એટલે કે વેચવાની વસ્તુમાં હલકીકક્ષાની વસ્તુ ભેળવી દેવી. આ પદ્ધતિ આપણને અનાજ, મસાલા, ચાની પત્તી, ખાદ્યતેલ, પેટ્રોલ વગેરેમાં જોવા મળે છે. દા.ત. સરસરના તેલમાં રેપ—સીડ પેલ કે આર્જિનોન તેલની ભેળસેળ, કાળા મરીમાં સુકાં પપૈયાના બી, પેટ્રોલમાં કેરોસીન અને શુદ્ધ ઘી / માખણમાં વેજીટેબલ ઘીની ભેળસેળ થઈ શકે છે. કેટલીક વખત આવી રીતે ભેળસેળ કરેલી હલકી સામગ્રી સ્વાસ્થ્યને નુકસાન કરે છે.



નોંધ

૨. નકલી ચીજોનું વેચાણ:-

એટલે કે ખરી વસ્તુને બદલે તદ્દન હલકી નજીવી કિંમતની વસ્તુ પધરાવી દેવી. આવું ઘણીવાર દવાઓ, નશીલી દવાઓ અને સ્વાસ્થ્ય પોષક ઔષધોની બાબતમાં બને છે. એવા કિસ્સા પણ નોંધાયા છે કે જેના ઈજેકશનના બલ્બમાં માત્ર પાણી હોય કે ગ્લુકોઝના પાણીની બોટલમાં માત્ર ડીસ્ટીલ્ડ વોટર હોય.

૩. ખોટા માપ-તોલના કાટલાં:-

એક બીજી ગેરરીતિ જે કેટલાક વેપારીઓ અજમાવે છે તે છે ખોટાં માપ-તોલના કાટલાં, જે માલ વેપવામાં વાપરે છે. વજન (કિગ્રા) ઉપર વેચાતી શાકભાજી, અનાજ, ખાંડ વગેરે વસ્તુઓ ઘણીવાર ખરેખરા વજન કે લંબાઈથી ઓછી માલુમ પડે છે. ખોટાં કાટલાં (કીલોગ્રામ, ૫૦૦ ગ્રામ, ૨૫૦ ગ્રામ વગેરે) કે ખોટા આંકવાળી માપપટ્ટી કે ગજ આવા હેતુ માટે વપરાય છે અને ગ્રાહકોને છેતારવામાં આવે છે. ઘણીવાર પેકેટમાં પેક કરેલી કે સીલબંધ ડબામાં રહેલી વસ્તુઓ લેબલ ઉપર કે પેકેટ ઉપર દર્શાવેલ હોય તેના કરતા ઓછી હોય છે. આની ચકાસણી સહેલાઈથી થઈ શકતી નથી. ઘણીવાર મીઠાઈઓ પૂંઠાના ખોખાં (જેનું વજન ૫૦ થી ૧૦૦ ગ્રામ હોઈ શકે) સાથે તોળી દેવામાં આવે છે. તમે પૂંઠાના પણ મીઠાઈ જેટલા પૈસા ચૂકવો છો.

૪. નકલી માલનું વેચાણ:-

એટલે કે માલ ઉપર જે તે ઉત્તમ કક્ષાનો હોવાનું ચિહ્ન આપ્યું હોય તેના કરતાં હકીકતમાં કોઈ ભળતો જ માલ હોય. દા.ત. જે વસ્તુ સ્થાનિક રીતે બનાવવામાં આવી હોય તેને આયાતી વસ્તુ તરીકે વેચી દેવામાં આવે છે કારણ કે વિદેશી ચીજો બહેતર હોય એવી સામાન્ય અપેક્ષા હોય છે. ધોવાનો સાબુ, ડિટરજન્ટ પાઉડર, ટ્યુબલાઈટ, જામ, ખાદ્યતેલ અને દવાઓ સુધ્યા ઉપર પ્રખ્યાત બ્રાન્ડ લગાવવામાં આવે છે, જો કે તે કોઈ બીજી (કંપનીઓ) એ બનાવેલ હોય છે.

૫. સંગ્રહખોરી અને કાળા બજાર:-

એ પણ એક સમસ્યા છે જેનો સામનો ઉપભોક્તા એ કરવો પડે છે. જ્યારે કોઈપણ વસ્તુ ખુલ્લા બજારમાં ન મળતી હોય અને વેપારીઓ ઈરાદાપૂર્વક તેને સંઘરી દે છે ત્યારે તેને સંગ્રહખોરી કહે છે. તેનો હેતુ કૃત્રિમ તંગી ઉભી કરીને ભાવ વધારવાનો છે. સંઘરી રાખેલી વસ્તુઓ ચોરી-છૂપીથી ઉચા ભાવે વેચવી એટલે કાળા બજાર. ક્યારેક કોઈ ઉત્પાદનનો પૂરવઠો ઓછો થઈ જાય ત્યારે આવાં અનુચિત આચરણો અમલમાં મૂકાતા હોય છે. થોડા સમય અગાઉ તમે છાપામાં વાચ્યું હશે કે કેટલાંક રાજ્યોમાં ખુલ્લા બજારમાં ડુંગળીની અછત હતી અને જે વેપારી પાસે સ્ટોક હતો તેઓ ઉચા ભાવે વેચતા હતા.

૬. બંધક વેચાણ:-

ટકાઉ ઉપભોક્તા વસ્તુના ખરીદનારાઓને તે વસ્તુની ખરીદીની પૂર્વ શક્તરૂપે કેટલીકવાર અન્ય વસ્તુઓ ખરીદવી પડતી હોય છે. અથવા વેચાણ બાદની એક વર્ષ સુધીની સર્વિસનો ચાર્જ એડવાન્સમાં ચૂકવવો પડે છે. તમે સાંભળ્યું હશે કે તમે જ્યારે નવું ગેસ કનેક્શન લો ત્યારે ગેસની સગડીના વેચાણ સાથે તેને સાંકળી લેવામાં આવે છે. ઘણીવાર ટી.વી. સેટ પણ એ શરતે વેચવામાં આવે છે. કે ગ્રાહકોએ એક વર્ષનો સર્વિસ ચાર્જ આગળથી ભરી દેવો પડે.

૭. કોઈપણ વધારાની કિંમત ચૂકવ્યા વગર ભેટ આપવી:—

અથવા કોઈ ઉત્પાદન બીજીવાર ખરીદો ત્યારે ભેટ મેળવવાની કુપન આપવી તે પણ ગ્રાહકને કોઈપણ વસ્તુ ખરીદવા માટે લોભાવવાની એક રીત છે. કેટલીકવાર વસ્તુની કિંમત વધારી દીધા બાદ ભેટો આપવામાં આવે છે. ઘણીવાર વેપારીઓ પણ કોઈપણ વસ્તુના ખરીદકતા ઓ વચ્ચે સ્પર્ધા કે લોટરીની યોજના મૂકે છે. જ્યારે કોઈપણ ઈનામ આપવાનો તેમનો ઈરાદો હોતો નથી.

૮. ભ્રામક જાહેરાતો:—

પણ ગ્રાહકોને છેતરવાની એક બીજી રીત છે. આવી જાહેરાતો કોઈપણ ઉત્પાદન કે સેવા ઉત્તમ ગુણવત્તા, કક્ષા કે ધોરણની હોવાની ખોટી રજૂઆત કરે છે અથવા કોઈપણ વસ્તુ કે સેવાની જરૂરિયાત કે ઉપયોગિતા ખોટી રીતે સાબિત કરે છે. એક દવાની કંપનીએ જાહેરાત આપે તે કંપનીની પેરાસિટામોલ ટીકડીની એસ્પિરીન માફક કોઈ આડ અસર થતી નથી. પણ તેણે નિષ્ણાંતોનો રિપોર્ટ દબાવી રાખ્યો હતો. જેમાં જણાવવામાં આવ્યું હતું કે પેરાસિટામોલના ઉપયોગથી લીવર ઉપર નુકસાન કારક અસર પડે છે. એવી જ રીતે એક કંપનીએ પોતાની જાહેરાતમાં ઘોષણા કરી કે તે કોઈ વિદેશી કંપનીના તકનીકી સહયોગથી ૧૫૦ સી.સી. ના સ્કુટરનું નિર્માણ કરે છે. હકીકતમાં આવું કોઈ જોડાણ થયું જ ન હતું. એક બીજા કિસ્સામાં એક કંપની પોતાના ટી.વી. સેટના વેચાણમાં બીજી એક પ્રખ્યાત કંપની "ફિલિપ્સ"ના ટ્રેડમાર્કનો ઉપયોગ કરતી હતી. તપાસ કરતાં એવું બહાર આવ્યું કે પોતાના ટી.વી. સેટ ઉપર ફિલિપ્સનો ટ્રેડમાર્ક વાપરવા તેણે જરૂરી મંજૂરી મેળવી ન હતી. જો કે આ એક ગલત અર્થઘટનનો કિસ્સો હતો કારણ કે તે કંપની પાસે પોતાના "ઓડિયો" ઉત્પાદન ઉપર ફિલિપ્સનો ટ્રેડમાર્ક વાપરવાનો અધિકારતો હતો જ, પણ માત્ર ઓડિયો સેટ પૂરતો જ.

૯. હલકા સ્તરની વસ્તુઓનું વેચાણ:—

એટલે કે એવી વસ્તુઓનું વેચાણ કે જે ગુણવત્તામાં નિર્ધારિત ધોરણ-માસ કરીને સલામતીને લગતી બાબતમાં મુજબની ન હોય. આવા ઉત્પાદનોમાં પ્રેશર-કુકર, સ્ટવ, હીટર, ટોસ્ટર વગેરે વિદ્યુત ઉપકરણો ગુસના બાટલા વગેરે ગણાવી શકાય.



૧૮.૧ પાઠગત પ્રશ્નો





નોંધ

નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'ખરાં' છે અને કયા 'ખોટાં' છે ?

૧. મિલાવટનો અર્થ એવો નથી કે વેચાણની વસ્તુમાં હંમેશા ઝેરી પદાર્થો જ ભેળવવામાં આવે છે.
૨. બંધક વેચાણમાં બે વસ્તુઓ એક સરખી કિંમતે વેચવામાં આવે છે.
૩. કોઈ વસ્તુની જાહેરાતમાં તેની ખોટી રજૂઆત કરવી તે ભ્રામક જાહેરાત છે.
૪. કાળા બજાર એટલે અડધી રાતના અંધારામાં વસ્તુ વેચવી.
૫. ઉપભોક્તા સંરક્ષણ ઉપભોક્તાના હિતની રક્ષા માટેનું આંદોલન છે.

૧૮.૩ ઉપભોક્તા સંરક્ષણની જરૂરિયાત

ઉપભોક્તાઓના હિતના સંરક્ષણ માટે ઉપાયો યોજવાની જરૂરિયાત મુખ્યત્વે તેમની લાચાર પરિસ્થિતિ અને અનુચિત (અપ્રમાણિક) વેપારી તરફીઓમાંથી ઉત્પન્ન થાય છે. અલબત્ત કોઈ ખામી ભરેલ ઉત્પાદનથી થયેલા નુકસાન કે ખોટ અને સેવાઓની ખામી સામે ગ્રાહકોને રક્ષણ મેળવવાનો મૂળભૂત અધિકાર તો છે જ. તેમ છતાં ઉપભોક્તાઓ યોગ્ય જાગૃતિના અભાવે અને અજ્ઞાનતાના કારણે તે હકો ભોગવી શકતા નથી. દાખલા તરીકે ઉપભોક્તા તરીકે બજારમાં ઉપલબ્ધ એક સરખી જાતના વિવિધ ઉત્પાદનો પૈકી યોગ્ય ગુણવત્તાવાળા ઉત્પાદન ખરીદવાનો આપણને અધિકાર છે. પણ ઘણીવાર આપણે સાચી પસંદગી કરવામાં નિષ્ફળ જઈએ છીએ કારણ કે આપણે ભ્રામક, લોભામણી જાહેરાતોથી દોરવાઈ જઈએ છીએ અને હલકી કક્ષાની વસ્તુ ખરીદી બેસીએ છીએ.

અમુક સંયોગોમાં આપણે એ અર્થમાં લાચાર હોઈએ છીએ કે આપણે ઉત્પાદનોની ગુણવત્તાની ચકાસણી કરવા માટે આપણે શક્તિમાન હોતા નથી. ચાલાક વેપારી પોતાના લોભામણા શબ્દોથી છેતરી શકે છે. માનો કે દવાની ટીકડીઓની પટ્ટી ઉપર તેની 'એક્સ્પાયરી ડેઈટ' વાંચી શકાય તેમ જ હોય તો આપણે એવી ઉતાવળમાં હોઈએ છીએ કે વેપારી જે કહે છે તે માની લઈએ છીએ. હવે જો દવાની ધારી અસર ન થાય તો આપણે ફરી વખત ડોક્ટર પાસે જઈને કોઈ બીજી દવાની ગોળીઓ ઉતારી આપવા તેને વિનંતી કરીએ છીએ. આપણે એ ભૂલી જઈએ છીએ કે આપણને જે દવા આપવામાં આવી હતી તેની ધારી અસર નહીં થઈ હોય. કારણ કે તે દવા આપણને તેની એક્સ્પાયરી ડેઈટ વીતી ગયા પછી આપવામાં આવી હતી.

ઘણીવાર આપણે આપણી પોતાની એવી માન્યતાથી દોરવાઈ જતા હોઈએ છીએ કે જેને માટે કોઈ આધાર ન હોય. દાખલા તરીકે આપણામાંના ઘણાખરા એમ માનતા હોય છે કે જેમ કિંમત ઉચી તેમ ગુણવત્તા વધારે અને તેથી જો વિતરક આપણને અમુક ઉત્પાદન માટે ભલામણ કરે તો આપણે ઉચી કિંમત ચૂકવતા ખચકાતા નથી.

બીજી એક એવી પણ પ્રચલિત માન્યતા છે કે વિદેશી આયાતી વસ્તુ હંમેશા ઉત્તમ કક્ષાની જ હોય છે. તેથી જો આપણે છાપેલું લેબલ કે એવી નિશાની જોઈએ કે જે અવું દર્શાવતી



નોંધ

હોય કે તે વસ્તુ કોઈ પરદેશમાં બની છે તો આપણે તે ક્યાં બની છે તેની ખાતરી કર્યા વગર આપણે તે ઉચી કિંમતે ખરીદી લેતા હોઈએ છીએ.

પેકેટોમાં વેચાતી પ્રસંસ્કૃત (તૈયાર) ખાદ્ય સામગ્રી જેમ કે બટેટાની ચીપ્સ (કાતરી) આરોગ્ય માટે સારી નથી. પણ જુવાન છોકરા છોકરીઓ તે ખરીદીને ખાય છે. કારણ કે તે સ્વાદિષ્ટ હોય છે. ઠંડા પીણાની કેટલીક બ્રાન્ડ યુવક યુવતીઓમાં બહુ જ લોકપ્રિય હોય છે. કારણ કે તે બ્રાન્ડની રજુઆત ટી.વી.ઉપર કરનાર પ્રખ્યાત અભિનેતાઓ કે ક્રિકેટરો હોય છે અને તેઓ જે કહે તેનું તેમના ચાહકોમાં ભારે વજન હોય છે. વધારે પડતાં ઠંડા પીણા પીવા તે પણ આરોગ્ય માટે સારું નથી. એવું લાગે છે કે જાણી આપણે ખાંડ અને મીઠું નાખેલું તાજુ લીંબુનું સરબત પીવાનું ભૂલી જ ગયા છીએ.

ઘણીવાર કેટલીક વસ્તુઓના ઉત્પાદકો પોતાના પેકીંગ ઉપર ISI જેવા પ્રમાણભૂત માનક ચિહ્ન લગાડી દે છે જે આકરી તપાસ બાદ સાચી રીતે પ્રમાણિત કરવામાં આવતું હોય છે. એ જ રીતે આપણે જે વસ્તુના પૈસા ચુકવીએ છીએ તે વસ્તુ પેકીંગમાં મળતી હોય અને તેમાં વજન ઓછું હોય તો હંમેશા વસ્તુ ખરીદતાં પહેલાં તેનું વજન ચકાસી જોવાનું મુશ્કેલ હોય છે. ઘણીવાર તોલવાના કાંટા પણ ખામીવાળા હોય છે.

સૌથી મોટી વાત તો એ છે કે જો વસ્તુઓ ખામીવાળી હોય કે સેવાઓમાં કોઈ પણ ઉણપ હોય તો ઉપભોક્તાઓ સમક્ષ જે માર્ગ ખુલ્લા છે તેની તેમને જાણકારી હોતી નથી.

આમ, તમે હવે ખૂબ સારી રીતે સમજી ચૂક્યા હશે કે વેપારીઓની બદદાનત કે જે અન્યાયી છે અને આરોગ્યને નુકસાનકારક કે હાનિકર્તા છે અને બીજી જોબની ભયંકર અસર કરે છે, તેનાથી ઉપભોક્તાઓનું રક્ષણ શા માટે જરૂરી છે.



૧૮.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

કોંસમાં આપેલા શબ્દોમાંથી યોગ્ય પસંદ કરી ખાલી જગ્યા પુરો

- મારો પાડોશી વીજળીનો સામાન ખરીદવા હંમેશા નજીકની દુકાને જાય છે. કારણ કે તેને પોતાના મૂળભૂત હકની ખબર નથી.
(કિંમત તપાસવાના, પસંદગી કરવાના, ગુણવત્તા ચકાસવાના)
- યુવાન છોકરાઓ પેકેટમાં મળતો તૈયાર ખોરાક ઢગલાબંધ ખાય છે. કારણ કે તેઓ જાણતા નથી કે આવો ખોરાક તેમના આરોગ્ય માટે ખરાબ છે અને તેમને તેમના હકની ખબર નથી.
(ખરાબ ખોરાકે પાછો કાઢવાના, બીજાઓ પાસેથી સલાહ મેળવવાના, સૂચના પ્રાપ્ત કરવાના)
- કેટલાક ઉપભોક્તાઓ વસ્તુઓ માટે ઉચી કિંમતે આપવાનું વધારે પસંદ કરે છે કારણ કે તેઓ માને છે કે તે દર્શાવે છે કે
(તેઓ સમૃદ્ધ છે, દુકાનદાર વાજબી ભાવ લે છે, વસ્તુઓ ઉત્તમ કક્ષાની છે.)



૪. જ્યારે તમે જાહેરાતમ કરેલા દાવા મુજબ કોઈ નવા બ્રાન્ડ નામવાળી વસ્તુ સર્વોત્તમ કક્ષાની માનીને ખરીદો છો અને ત્યારપછી તે ખામી પૂર્ણ જણાય છે ત્યારે જાહેરાતનો કિસ્સો બને છે.
(સારી, ખોટી, ભ્રામક)

૧૮.૪ ઉપભોક્તા સંરક્ષણ સાથે સંલગ્ન પક્ષો

ઉપભોક્તાઓના હિતનું રક્ષણ કરવા માટે ભરવામાં આવતા પગલાંની જરૂરિયાત હવે તમે સમજી ગયા છો. હવે પ્રશ્ન એ થાય કે એ પગલાં ભરે કોણ? શું ઉપભોક્તા એકલા આ કરી શકશે? અથવા શું આપણે સરકાર પર આધાર રાખવો? વેપારીઓ આ બાબતમાં કંઈ કરી શકે? ખરેખર અસરકારક ઉપભોક્તા સંરક્ષણ માટે આ ત્રણેય પક્ષોએ સામેલ થવું જોઈએ એટલે કે (૧) ઉપભોક્તાઓ (૨) વેપારીઓ અને (૩) સરકાર.

આ દરેક પક્ષ શુ કરી શકે તે જોઈએ.

૧. સ્વ-સહાય એજ ઉત્તમ સહાય:-

તેથી શક્ય હોય ત્યાં સુધી ઉપભોક્તાએ પોતે જ પોતાના હિતોનું ધ્યાન રાખવું જોઈએ. અને બજારની ગેરરીતિથી પોતાની જાતને બચાવવી જોઈએ. આ હેતુ માટે જરૂરી એ છે કે તેઓએ પોતાના હકો વિષે જાણવા અને તેઓ અમલ કરવા માટે પ્રયત્નો કરવા જોઈએ. તેમણે વેપારીઓની શુભ દાનત ઉપર ભરોસો રાખવો જોઈએ નહિ. ઉપભોક્તાઓને શિક્ષણ મેળવવાનો અને પોતાની વાત સંભળાવવાનો અધિકાર છે. તેમણે સ્થાનિક ઉપભોક્તા સંઘ અથવા તેમના પોતાના ઉપભોક્તા સંઘ દ્વારા ઉપભોક્તાઓ માટે ગોઠવેલા તાલીમ કાર્યક્રમોમાં હાજરી આપવી જોઈએ અને ઉપભોક્તાઓ માટે કામ કરનાર જાહેર કાર્યકર્તાઓને ઉપભોક્તાઓના સંરક્ષણ માટેના કાયદા અંતર્ગત મળતા હકો અને ઉપાયો વિષે વ્યાખ્યાન આપવા આમંત્રણ આપવું જોઈએ.

૨. વ્યાપારીઓનો પ્રશ્ન:-

વ્યાપારીઓનો પ્રશ્ન છે ત્યાં સુધી વિનિર્માતાઓ, ઉત્પાદકો, વિતરકો, ડીલરો, જથ્થાબંધ તેમજ છૂટક વેપારીઓ વગેરે તમામ વ્યક્તિઓએ પોતાના હિતમાં ઉપભોક્તાઓના હકોનું સન્માન કરવું જોઈએ. તેઓએ ઉત્તમ પ્રકારની વસ્તુઓ અને સેવાઓની ખાતરી આપવી જોઈએ અને તે પણ વાજબી કિંમતે. ગેરરીતિ રોકવા માટે વ્યાપારી સંઘો, ચેમ્બર ઓફ કોમર્સ એન્ડ ઈન્ડસ્ટ્રીઝ અને વિનિર્માતા સંઘોએ તેમના સભ્યો સામેની ઉપભોક્તાઓની ફરિયાદ સાંભળવી જોઈએ અને ગલત તરીકા અપનાવનાર સામે યોગ્ય કાર્યવાહી કરવી જોઈએ.

૩. સરકાર પક્ષ:-

ઉપભોક્તા સંરક્ષણની જવાબદારી આમ જનતાના સર્વસામાન્ય હિતમાં સરકારે સ્વીકારવી જોઈએ. ઉપભોક્તા મંડળોના દ્રષ્ટિકોણના પરિપ્રેક્ષ્યમાં વિવિધ કાયદાઓ લાગુ પાડવા જોઈએ અને ઉપભોક્તાઓના હિતમાં જરૂર જણાય તો કાયદાઓમાં સુધારા

કરવા જોઈએ. સરકારે કેન્દ્ર અને રાજ્ય સ્તરે ગ્રાહક માટે નીતિ ઘડનાર મંડળોમાં પણ ગ્રાહક જૂથોને પ્રતિનિધિત્વ આપવું જોઈએ. સરકારે વખતોવખત સંખ્યાબંધ પગલાં લીધા છે.



૧૮.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'ખરાં' છે અને કયા 'ખોટાં' છે?

૧. ઉપભોક્તાઓના હિતના રક્ષણ માટે વેપારીઓ કંઈ ન કરી શકે.
૨. સરકાર ઉપભોક્તાઓના હિતના રક્ષણની બાબતમાં ઉદાસીન છે.
૩. ઉપભોક્તાની સમસ્યા પરત્વે ઉપભોક્તા સંઘ તેમનું દ્રષ્ટિ બિંદુ રજૂ કરે તે સાંભળવા માટે તેઓને પ્રતિનિધિઓ મોકલવા આમંત્રણ આપવું જોઈએ.
૪. મૂળભૂત હકો માત્ર જાણવા તે પૂરતું નથી. ઉપભોક્તાઓએ પોતાના હકો પ્રત્યે સજાગ રહેવું જોઈએ.
૫. ઉપભોક્તાઓએ સ્થાનિક ઉપભોક્તા મંડળોએ યોજેલા કોઈપણ તાલીમ કાર્યક્રમમાં હાજરી આપવી ન જોઈએ.

૧૮.૫ ઉપભોક્તાઓને કાનૂની રક્ષણ

ભારત સરકારે પાછળનાં કેટલાંક વર્ષોમાં ઉપભોક્તાઓના હિતના સંરક્ષણ માટે કેટલાય કાનૂન બનાવ્યા છે. આ કાયદાઓના હેતુની ટૂંકી રૂપરેખા નીચે આપવામાં આવી છે.

૧. કૃષિ ઉત્પાદન (વર્ગીકરણ અને વેચાણ) અધિનિયમ-૧૯૩૭:-

આ અધિનિયમ હેઠળ ખેત પેદાશોનો ગુણવત્તા સ્તર નક્કી કરવા તેમજ તેને પ્રમાણપત્ર આપવાનું પ્રાવધાન છે. આવી પેદાશો ઉપર ભારત સરકારનાં કૃષિ વિપણન વિભાગનું ગુણવત્તા પ્રમાણ પત્રસીલ "એકગમાર્ક" લગાવવાની છૂટ આપવામાં આવે છે.

૨. ઔદ્યોગિક (વિકાસ અને નિયમન) કાનૂન, ૧૯૫૧:-

આ કાનૂન હેઠળ ઉત્પાદિત વસ્તુઓના ઉત્પાદન અને વિતરણ ઉપર નિયંત્રણની જોગવાઈ છે. આ કાનૂન મૂજબ જો કેન્દ્ર સરકારને જણાય કે ઉત્પાદનમાં ભારે કમી આવે છે અથવા ઉત્પાદનની ગુણવત્તામાં નોંધપાત્ર ઘટાડો થયો છે અથવા કિંમતમાં ગેરવાજબી વધારો થયો છે. તો ભારત સરકાર કોઈપણ ઉદ્યોગની તપાસ કરવાનો આદેશ આપી શકે છે. જરૂરી તપાસ બાદ ભારત સરકાર સુધારવા માટે નિર્દેશ જારી કરે છે. અને જો નિર્દેશોનું પાલન ન થાય તો સરકાર જે તે ઉદ્યોગની હસ્તગત કરી લઈ શકે છે.



નોંધ



૩. ખાદ્ય પદાર્થ ભેજસેળ નિયંત્રણ અધિનિયમ, ૧૯૫૪:-

આ અધિનિયમ અંતર્ગત ખાદ્ય પદાર્થમાં ભેજસેળ માટે આકરી સજાની જોગવાઈ છે. એવા ભેજસેળ ખાદ્ય પદાર્થ વેચવા કે જેનાથી આરોગ્યને નુકસાન થઈ શકે અને કદાચ મૃત્યુ પણ નીપજી શકે તેને માટે આજીવન કેદ અને ઓછામાં ઓછા ૩૦૦૦ (ત્રણ હજાર) રૂપિયા દંડની જોગવાઈ છે. આ માટે ખાદ્ય પદાર્થ નિરીક્ષકો નીમવામાં આવે છે અને તેમને વસ્તુઓ નમુનો લઈને વિશ્લેષણ માટે મોકલવાનો પણ અધિકાર છે. આ અધિનિયમ હેઠળ ભેજસેળવાળી ખાદ્ય સામગ્રીના ઉત્પાદન, આયાત સંગ્રહ, વેચાણ અને વિતરણ સંબંધી અપરાધ માટે પણ દંડની જોગવાઈ છે.

૪. આવશ્યક વસ્તુ અધિનિયમ - ૧૯૫૫:-

આ કાનૂન મુજબ સરકારને સાર્વજનિક હિતમાં કોઈપણ વસ્તુને આવશ્યક વસ્તુ તરીકે જાહેર કરવાનો હક છે. ત્યાર પછી સરકાર જે તે ઉત્પાદન, પૂરવઠો, તિરણ અને એવી વસ્તુઓના વેપાર ઉપર નિયંત્રણ મૂકી શકે. આ અધિનિયમ હેઠળ નફાખોરો, સંગ્રહખોરો અને કાળા બજારિયાઓની અસામાજિક પ્રવૃત્તિ સામે કાર્યવાહી કરવાની પણ જોગવાઈ છે.

૫. તોલ-માપ માનક અધિનિયમ, ૧૯૫૬:-

આ અધિનિયમ મુજબ સમગ્ર દેશમાં વજનના અને લંબાઈના પ્રમાણભૂત સાધનોના ઉપયોગ કરવાનું પ્રાવધાન છે. લંબાઈના માપ માટે "મીટર" અને વજનના માપ માટે "કિલોગ્રામ" ને પ્રાથમિક એકમ તરીકે મુકરર કરાયા છે. આ કાનૂન અમલમાં આવ્યો તે અગાઉ દેશમાં જુદા જુદા ભાગોમાં વજન અને પરિણામની જુદી જુદી પદ્ધતિઓ પ્રવર્તમાન હતી. જેમ કે વજન તરીકે પાઉન્ડ, છટાંક અને શેર અને લંબાઈ માટે ઈચ, ફૂટ અને વાર વગેરે.

આ તફાવતો વેપારીઓને ઉપભોક્તાઓને છેતરવાની (તેમનું શોષણ કરવાની) તક આપતા હતા.

૬. એકાધિકાર અને પ્રતિબંધિત વ્યાપાર અધિનિયમ, ૧૯૬૯ :-

આ અધિનિયમ હેઠળ ૧૯૮૩ અને ૧૯૮૪માં થયેલા સંશોધન (સુધારા) મુજબ ઉપભોક્તા સમૂહ પ્રતિબંધિત અને અનુચિત (અન્યાયી) વ્યાપારી ગતિવિધિઓ સામે ફરિયાદ દાખલ કરીને પોતાના દાદ (ફરિયાદ, નુકસાનનું વળતર) ના અધિકારનો ઉપયોગ કરી શકે છે. સરકારે "એકાધિકારી અને પ્રતિબંધિત વ્યાપાર આયોગ" MRTP (Monopolies and Restrictive Trade Practice) ની રચના કરી છે. તેને જરૂરી તપાસ કર્યા બાદ ઉપભોક્તાઓની ફરિયાદનો નિકાલ કરવાની સત્તા આપવામાં આવી છે. આ આયોગને ઉપભોક્તાને સહન કરેલ ખોટ કે નુકસાન (ઈજા) નું વળતર આપવાના આદેશ કરવાની પણ સત્તા છે. આ આયોગ અનુસૂચિત વ્યાપાર ગતિવિધિઓ ઉપર તપાસ દરમિયાન કામચલાઉ પ્રતિબંધ પણ મૂકી શકે છે. તેની સિવિલ કોર્ટની સમકક્ષ અધિકારો આપવામાં આવ્યા છે.



નોંધ

૭. કાળા બજાર નિયંત્રણ અને આવશ્યક વસ્તુ પૂરવઠા અધિનિયમ, ૧૯૮૦:-

આ કાનુનો પ્રાથમિક હેતુ કાળા બજાર રોકવા અને આવશ્યક વસ્તુઓનો પુરવઠો જળવાઈ રહે તે માટે દોષિત લોકો ને બંદી બનાવવાનો છે. આ કાનૂનના હેતુ વિરૂધ્ધ કોઈપણ રીતે કોઈપણ પ્રવૃત્તિ કરનાર વ્યક્તિને વધુમાં વધુ છ માસની જેલની સજા થઈ શકે છે.

૮. ભારતીય માનક બ્યૂરો અધિનિયમ, ૧૯૮૬:-

આ અધિનિયમ હેઠળ ભારતીય માનક બ્યૂરોની રચના થઈ છે. આ બ્યૂરોએ ભારતીય માનક સંસ્થાન (ISI- Indian Standards Institution)નું સ્થાન લીધું છે. આનો હેતુ ઉપભોક્તાઓના હિતનું રક્ષણ કરવાનો અને આગળ વધારાવાનો છે. તેની મુખ્ય બે પ્રવૃત્તિઓ છે. વસ્તુઓ માટે ગુણવત્તા માપદંડ નક્કી કરવા અને તેમને BIS સર્ટીફિકેશન ચિહ્ન યોજના મુજબ તેમને પ્રમાણિત કરવા જેના દ્વારા સલામતી અને કામગીરીના નિર્ધારિત ગુણવત્તા ધોરણો મુજબ છે કે કેમ તેની પર્યાપ્ત ચકાસણી બાદ નિર્માતાઓને તેમના ઉત્પાદનો ઉપર ISI નો માર્કો લગાવવાની મંજૂરી આપવામાં આપે છે. બ્યૂરોને સામાન્ય ઉપભોક્તાઓમાં ગુણવત્તા વિષયક જાગૃતિ ઉત્પન્ન કરવાના આશયથી ઉપભોક્તા બાબત વિભાગની સ્થાપના કરી છે. ઉપરાંત એક સાર્વજનિક ફરિયાદ સેલ પણ છે. જેમાં ઉપભોક્તાઓ ISI માર્કોવાળા ઉત્તમ ઉત્પાદન વિષે ફરિયાદ પણ દાખલ કરી શકે છે.

૯. ઉપભોક્તા સંરક્ષણ અધિનિયમ, ૧૯૮૬:-

આ અધિનિયમ અન્ય કોઈપણ કાનૂનની સરખામણીમાં ઉપભોક્તાઓને વધારે વ્યાપક સંરક્ષણ આપે છે. ઉપભોક્તાઓ વિશાળ પાયે ચાલતી વ્યાપક ગેરરીતિઓ સામે કાનૂની કાર્યવાહી કરી શકે છે. આમાં માત્ર વસ્તુઓ કે ઉત્પાદનો જ નહીં પણ બેંકીંગ, વીમો, ધનભંડોળ, પરિવહન, ટેલીફોન, વીજળી કે અન્ય ઉર્જા પુરવઠો, આવાસ નિર્માણ, લોર્જીંગ-બોર્ડીંગ, મનોરંજન આનંદ-પ્રમોદ વગેરે સેવાઓમાં ખામી પણ સમાવિષ્ટ છે. આ અધિનિયમમાં કેન્દ્ર અને રાજ્ય કક્ષાએ ઉપભોક્તા સંરક્ષણ પરિષદો સ્થાપવાની પણ જોગવાઈ છે. આ ઉપરાંત ઉપભોક્તાઓની તકરાર-નિવારણ અર્થે ન્યાયિક પ્રણાલીની પણ આ અધિનિયમ હેઠળ જોગવાઈ કરવામાં આવી છે. આમાં જિલ્લા ફોરમ, રાજ્ય આયોગ અને રાષ્ટ્રીય આયોગ પણ સમાવિષ્ટ છે. તેમને ઉપભોક્તા અદાલત પણ માની શકાય.



૧૮.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે ?

- જો ખાદ્ય પદાર્થોમાં કોઈ વ્યક્તિએ મિલાવટ કરી હોય તો ખાદ્ય પદાર્થ ભેળસેળ નિયંત્રણ ધારા હેઠળ કઠોર સજાની જોગવાઈ છે.



૨. તોલ-માપ માનકો (ધોરણ) અધિનિયમ વિવિધ સ્થળોએ વાપરવાના પ્રમાણભૂત તોલ-માપ નક્કી કરે છે.
૩. ઉપભોક્તા સંઘો ઉપભોક્તાઓ વતી એકાધિકાર અને પ્રતિબાધિત વ્યાપાર (MRTP) આયોગ સમક્ષ ફરિયાદ કરી શકે નહીં. માત્ર ઉપભોક્તા જ વ્યક્તિગત રીતે પોતાના તરફથી જ એમ કરી શકે.
૪. આવશ્યક વસ્તુ અધિનિયમ હેઠળ કેન્દ્ર અને રાજ્યકક્ષાએ ઉપભોક્તા સંરક્ષણ પરિષદોની સ્થાપના કરવામાં આવી છે.
૫. ઉપભોક્તા સંરક્ષણ અધિનિયમ હેઠળ કેન્દ્ર અને રાજ્ય કક્ષાએ ઉપભોક્તા સંરક્ષણ પરિષદોની સ્થાપના કરવામાં આવી છે.
૬. ભારતીય માનક બ્યૂરો વસ્તુઓ માટેના ગુણવત્તા ધોરણો નક્કી કરે છે અને ઉત્પાદકોને ગુણવત્તા પ્રમાણીકરણ ચિહ્નો વાપરવાની છૂટ આપે છે.
૭. કોઈપણ વસ્તુને આવશ્યક વસ્તુ તરીકે ઘોષિત કરવાની સરકારને સત્તા છે.

૧૮.૬ ઉપભોક્તા અદાલતોનું અધિકાર ક્ષેત્ર

ઉપભોક્તા સંરક્ષણ અધિનિયમ હેઠળ સ્થાપિત ન્યાયિક વ્યવસ્થામાં જિલ્લા, રાજ્ય અને રાષ્ટ્રીય કક્ષાની ઉપભોક્તા અદાલતો સમાવિષ્ટ છે. તેમને અનુક્રમે જિલ્લા ફોરમ, રાજ્ય ઉપભોક્તા ફરિયાદ નિકાલ આયોગ (રાજ્ય આયોગ) અને રાષ્ટ્રીય ઉપભોક્તા ફરિયાદ નિકાલ આયોગ (રાષ્ટ્રીય આયોગ) તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. કોઈપણ વ્યક્તિગત ઉપભોક્તા સામાન, કિંમત અને વળતર માટેના દાવાના આધારે જિલ્લામાં, રાજ્ય કે રાષ્ટ્રીય કક્ષાએ પોતાની ફરિયાદરૂપે રજૂ કરી શકે છે

જો વસ્તુઓ કે સેવાઓની કિંમત કે વળતરનો દાવો રૂપિયા ૨૦ લાખથી વધુ ન હોય તો તમામ ફરિયાદોનો ફેસલો જિલ્લા ફોરમના અધિકાર ક્ષેત્રમાં આવે છે. કિંમત કે રકમ રૂ.૨૦ લાખથી વધુ હોય પણ ૧ કરોડથી વધુ ન હોય ત્યાં કેસોનો નિકાલ કરવાની રાજ્ય આયોગને સત્તા છે. રાજ્ય સરકાર જિલ્લા ફોરમની વિરૂધ્ધની ફરિયાદોનો પણ નિકાલ કરે છે. રૂ.૧ કરોડના વધુ રકમના તમામ દાવા કે ફરિયાદો રાષ્ટ્રીય આયોગના અધિકાર ક્ષેત્રમાં આવે છે. વળી રાજ્ય આયોગે જારી કરેલા આદેશો સામે અપીલ થઈ હોય તેનો નિકાલ કરવાની પણ તેને સત્તા છે અને રાષ્ટ્રીય આયોગના આદેશો સામે અપીલ કરવી હોય તો જે તે ફરિયાદી પક્ષે સર્વોચ્ચ ન્યાયલયમાં અપીલ કરવી પડે છે.

૧૮.૭ ઉપભોક્તા ફરિયાદ નિવારણ પ્રક્રિયા

આગળના વિભાગમાં દર્શાવ્યા મુજબ ઉપભોક્તા ફરિયાદ વ્યક્તિગત ઉપભોક્તા દ્વારા અથવા ઉપભોક્તા સંઘો દ્વારા પણ દાખલ કરી શકાય. ફરિયાદ જે જિલ્લામાં ફરિયાદના કારણરૂપ મામલો બન્યો હોય અથવા જ્યાં વિરોધ (સામેનો) પક્ષ રહેતો હોય તે જિલ્લા ફોરમમાં નોંધાવી શકાય અથવા રાજ્ય સરકાર અથવા સંઘ પ્રદેશ (કેન્દ્ર શાસિત પ્રદેશ) દ્વારા અધિસૂચિત (અધિકૃત) રાજ્ય આયોગ સમક્ષ અથવા નવી દિલ્લી ખાતેના રાષ્ટ્રીય આયોગ સમક્ષ રજૂ કરી શકાય.



નોંધ

ફરિયાદ નોંધાવવા માટે કોઈ ફી નથી. ફરિયાદ ફરિયાદી કે તેના અધિકૃત એજન્ટ દ્વારા રૂબરૂ કે ટપાલથી પણ દાખલ કરી શકાય છે. સામાન્ય રીતે ફરિયાદ દાખલ કરવા માટે નીચે આપેલ સૂચનાઓ સહિત કુલ પાંચ નકલોની જરૂર પડે છે.

૧. ફરિયાદીનું નામ, સરનામું અને વિવરણ.
૨. વિરોધપક્ષ કે પક્ષોનું નામ, સરનામું અને વિવરણ.
૩. ફરિયાદને લગતાં તથ્યો અને મામલો ક્યાં અને ક્યારે બન્યો તેની વિગત.
૪. ફરિયાદ કરવામાં આવેલા આરોપોના સમર્થનમાં જો કોઈ દસ્તાવેજ હોય તો તે (દા.ત. રોકડબીલ, પાવતી વગેરે).
૫. ફરિયાદી કેવા પ્રકારની રાહત ઇચ્છે છે તેનું વર્ણન.

ફરિયાદ ઉપર ફરિયાદી કે તેના અધિકૃત એજન્ટની સહી હોવી જોઈએ. તે જિલ્લા ફોરક, રાજ્ય આયોગ કે રાષ્ટ્રીય આયોગનાં અધ્યક્ષને સંબોધિત હોવી જોઈએ. કોઈપણ ફરિયાદ ફરિયાદનો મામલો બન્યાની તારીખથી બે વર્ષની અવધિની અંદર દાખલ કરવી જોઈએ. તેમાં જો વિલમ્બ થાય અને જે તે ફોરમ / આયોગ તેને ક્ષમ્ય ગણે તો વિલમ્બના કારણની નોંધ રેકર્ડ ઉપર હોવી જોઈએ.

શક્ય હોય ત્યાં સુધી ફરિયાદોનો નિકાલ વિરોધ પક્ષોને નોટિસ મળ્યાની તારીખથી ત્રણ મહિનામાં થઈ જવો જોઈએ. જે ફરિયાદોમાં પ્રયોગશાળામાં વિશ્લેષણ અને પરીક્ષણ જરૂર હોય તેમાં આ મુદત વધારીને પાંચ મહિનાની કરવામાં આવે છે.

ફરિયાદોનું સ્વરૂપ અને ઉપભોક્તાએ માંગેલી રાહત અને કેસના તથ્યોને આધારે ફરિયાદ નિવારણ ફોરમ / આયોગ નીચે દર્શાવેલ પૈકી એક કે વધારે રાહતોનો આદેશ આપે છે.

૧. વસ્તુઓમાં ક્ષતિ / સેવાઓમાં ખામી દૂર કરવી.
૨. વસ્તુને બદલે બીજી વસ્તુ આપવી / સેવાઓને પુનઃ દુરસ્ત કરવી.
૩. વસ્તુ માટે ચૂકવેલી કિંમત અથવા સેવાઓ માટે ચૂકવેલ વધારાની રકમ પરત કરવી.
૪. સહન કરેલ નકસાન કે ખોટ માટે વળતર (અપાવવું).



૧૮.૫ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. કૌંસમાં આપેલા શબ્દોમાંથી યોગ્ય શબ્દ પસંદ કરી ખાલી જગ્યા પૂરો.
 ૧. જિલ્લા ફોરમ એ ફરિયાદોની સુનાવણી કરી શકે જેમાં વસ્તુઓનું મૂલ્ય અને વળતરની રકમ રૂપિયાથી અધિક ન હોય. (રૂ.૫ લાખ, રૂ.૨૦ લાખ, રૂ.૧ કરોડ)



૨. જ્યારે જિલ્લા ફોરમ પાસે જે ફરિયાદ રજૂ કરવામાં આવે તેમાં વસ્તુનું પરીક્ષણ જરૂરી હોય ત્યારે તે કેસનો નિકાલ મહિનાની અંદર લાવવાનો રહે છે.
(૩ મહિના, ૪ મહિના, ૫ મહિના)
 ૩. રાષ્ટ્રીય આયોગનું કાર્યક્ષેત્ર એ ફરિયાદોનું નિરાકરણ કરવાનું છે, જેમાં વસ્તુની કિંમત થી ઉપર હોય છે.
(રૂ.૨૦ લાખ, રૂ.૫૦ લાખ, રૂ.૧ કરોડ)
 ૪. રાજ્ય આયોગ આદેશ વિરુદ્ધ ફરિયાદ માં દાખલ કરવી પડે.
(સર્વોચ્ચ ન્યાયાલય, ઉચ્ચ ન્યાયાલય, રાષ્ટ્રીય આયોગ)
 ૫. રાજ્ય આયોગ તે કેસનો નિકાલ કરી શકે જેમાં વસ્તુઓનું મૂલ્ય / વળતર રૂ. થી વધુ ન હોય.
૨. નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે ?
૧. ઉપભોક્તાની ફરિયાદ માત્ર ઉપભોક્તા પોતે જ કરી શકે.
 ૨. જિલ્લા ફોરમ સમક્ષ ફરિયાદ દાખલ કરવાની કોઈ ફી નથી.
 ૩. કોઈ ફરિયાદ રૂબરૂ અથવા ટપાલ દ્વારા પણ દાખલ કરી શકાય.
 ૪. ફરિયાદ મામલો ઉત્પન્ન થાય તે તારીખથી એક વર્ષની અંદર દાખલ થવી જોઈએ.
 ૫. ટેલીફોન સેવામાં ખામી અંગેની ફરિયાદમાં માગવામાં આવેલી રાહતમાં ક્ષતિ દૂર કરવી, સેવા પુનઃ ચાલુ કરવી, ચૂકવેલી વધારાની રકમ રીફન્ડ મેળવવી અથવા તેને સમયોજિત કરવી તેમજ નુકસાનીનું વળતર વગેરે બાબતોનો સમાવેશ થાય છે.
 ૬. દાખલ કરવાની ફરિયાદમાં ઉપભોક્તા કે તેના અધિકૃત એજન્ટની સહી જોઈએ.

૧૮.૮ બિન-સરકારી સંગઠનોની ભૂમિકા

બિન-સરકારી સંગઠનો (NGOs) એ એવા લોકોના મંડળો છે જે કોઈપણ લાભના પ્રલોભન વગર આમ જનતાના કલ્યાણને આગળ ધપાવવાનો ધ્યેય રાખે છે. તેઓ સ્વૈચ્છિક સેવાભાવી સંસ્થાઓ છે તેમને પોતાનું બંધારણ હોય છે. અને પોતાના જ નિયમો હોય છે. અને તેઓ સરકારી હસ્તક્ષેપથી મુક્ત હોય છે. તેઓ દાન ઉપર અને આંશિક રીતે સરકારી સહાય પર આધારિત હોય છે. ઉપભોક્તાઓની સમસ્યા પરત્વે કાર્યરત બિનસરકારી સંગઠનોને ઉપભોક્તા સંઘો કે ઉપભોક્તાઓની સમસ્યા પરત્વે કાર્યરત બિન સરકારી સંગઠનોને ઉપભોક્તા સંઘો કે ઉપભોક્તા મંડળો તરીકે ગણવામાં આવે છે.

છેલ્લા બે દાયકામાં બિન સરકારી સંગઠનો ભૂમિકા વધુને વધુ મહત્વપૂર્ણ બનતી રહી છે. ભારતમાં આજે ૮૦૦ થી વધુ આવાં સંગઠનો છે. આ સંગઠનો સોસાયટીઝ રજિસ્ટ્રેશન એક્ટ અથવા ચેરિટેબલ ટ્રસ્ટ તરીકે નોંધાયેલા હોય છે.

બિન સરકારી સંગઠનો એ ઉપભોક્તા આંદોલનના અંગ રૂપે વિવિધ પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરી છે. તેઓ નીચેનાં જેવા કેટલાક કાર્યો કરે છે.

૧. ઉપભોક્તાના અધિકારો વિષે જાગૃતિ પેદા કરે છે અને પરિસંવાદો, કાર્યશાળાઓ અને તાલીમ કાર્યક્રમો દ્વારા ઉપભોક્તાની સમસ્યાઓ અને ઉપાયો વિષે સામાન્ય પ્રજાજનોને શિક્ષણ આપે છે.
૨. ઉપભોક્તાઓને કાનૂની ઉપાયો શોધવામાં સહાય કરી કાનૂની સહાય પૂરી પાડે છે.
૩. ઉપભોક્તા સંરક્ષણ પરિષદ અને અન્ય અધિકૃત બોર્ડોના પ્રતિનિધિ સભ્યો તરીકે ઉપભોક્તાના દ્રષ્ટિબિંદુની રજૂઆત કરે છે.
૪. પોતાના પરીક્ષણ સાધનો અથવા માન્ય પ્રયોગશાળાઓ દ્વારા ઉપભોક્તા ઉત્પાદનોનું તુલનાત્મક પરીક્ષણ યોજે છે જેથી પ્રતિયોગી બ્રાન્ડોની સાપેક્ષ ગુણવત્તાનું મૂલ્યાંકન થઈ શકે. અને ઉપભોક્તાઓ જાણકાર ખરીદકર્તા બને તે માટે તેમના હિતમાં આવા પરીક્ષણોના પરિણામો પ્રકાશિત કરે છે.
૫. ઉપભોક્તાઓની સમસ્યાઓ, કાનૂની રિપોર્ટિંગ (કાર્યવાહી) અને હિત સંબંધી ઉભરતી અન્ય બાબતો વિષે વાચકોમાં માહિતીનું વિતરણ કરવા સામાયિકો, માહિતી પુસ્તિકાઓ વગેરે પ્રકાશિત કરે છે. મોટાભાગના સામાયિકો વેપારી પેઢીઓની જાહેરાત સ્વીકારતા નથી.
૬. સૂચનાઓ આપે છે અને પગલાં લેવાની ભલામણ કરે છે. જેને સરકારી અધિકારીઓએ નીતિ ઘડવામાં અને ઉપભોક્તાઓના હિતમાં અપનાવેલા વહીવટી ઉપાયોમાં ગણતરીમાં લેવી પડે છે.
૭. કેટલાક કિસ્સામાં કેટલાંક બિન સરકારી સંગઠનોએ ઉપભોક્તાઓના હકો દાખલ કરવામાં બહુ સફળતાપૂર્વક જાહેર હિતના દાવા કરેલ છે. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો બિન સરકારી સંગઠનોએ કોઈ વ્યક્તિ માટે નહીં પણ જાહેર જનતાના હિત માટે ન્યાય અદાલતમાં દાવા દાખલ કરેલા છે.



૧૮.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. નીચેના કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે ?
 ૧. બિન સરકારી સંગઠનો નફો નહીં કરનાર સંગઠનો છે.





૨. સામાન્ય રીતે સરકારી ધારા-ધોરણ બિન સરકારી સંગઠનોની કામગીરી ઉપર નિયંત્રણ રાખે છે.
 ૩. ઉપભોક્તા આંદોલન સાથે સંકળાયેલા બિન સરકારી સંગઠનો દ્વારા યોજાના પરિસંવાદો, કાર્યશાળાઓ અને તાલીમ કાર્યક્રમો ઉપભોક્તાઓના શિક્ષણ માટે હોય છે.
 ૪. બિન સરકારી સંગઠનો સરકારી નીતિના ઘડવૈયાઓ અને વહીવટી મંડળો દ્વારા ઉપભોક્તાઓની વાત સાંભળવાના હકનો અમલ કરે છે.
 ૫. ઉપભોક્તા સંગઠનોએ કરેલી ભલામણો સરકાર જ્યારે પ્રવર્તમાન કાયદામાં સુધારા કરે ત્યારે લક્ષમાં લે છે.
૨. વૈકલ્પિક પ્ર નો.



તમે શું શીખ્યા?

- ઉપભોક્તા સંરક્ષણનો અર્થ એ છે વ્યાપારમાં થતી ગેરરીતિઓથી ઉપભોક્તાઓને બચાવવા માટે જરૂરી પગલાં અને જરૂરી ઉપાયો યોજવા.
- ઉપભોક્તાઓ નડતી સમસ્યાઓનું સ્વરૂપ:—
 - વસ્તુઓમાં ભેળસેળ
 - નકલી ચીજોનું વેચાણ
 - ખોટા તોલ-માપ
 - ભળતો માલ વેચવો
 - સંગ્રહખોરી અને કાળા બજાર
 - બંધક (શરતી) વેચાણ
 - ભેટ આપવી
 - લોભામણી જાહેરાતો
 - હલકી કક્ષાની વસ્તુ વેચવી



નોંધ

- ઉપભોક્તા સંરક્ષણની જરૂર-ઉપભોક્તાઓના હિતનું રક્ષણ કરવા માટે યોજવામાં આવતા ઉપયોગની આવશ્યકતા મુખ્યત્વે તેમની લાચાર પરિસ્થિતિ અને અનુસૂચિત વ્યાપારી આચરણોને લીધે ઉત્પન્ન થાય છે.
- ઉપભોક્તા સંરક્ષણ સંબંધી પક્ષો :
 - (i) ઉપભોક્તા
 - (ii) વેપારીઓ
 - (iii) સરકાર
- ઉપભોક્તાઓનું કાનૂની રક્ષણ :
 - ઔદ્યોગિક (વિકાસ અને નિયમન) ધારો - ૧૯૩૧
 - આવશ્યક વસ્તુ ધારો - ૧૯૫૫
 - ખાદ્યપદાર્થ ભેગસેળ નિયંત્રણ ધારો - ૧૯૫૪
 - કાળા બજાર નિયંત્રણ અને આવશ્યક વસ્તુ પુરવઠા ધારો-૧૯૮૦
 - ભારત માનક બ્યૂરો ધારો - ૧૯૮૬
 - કૃષિ ઉત્પાદન (વર્ગીકરણ અને વેચાણ) ધારો - ૧૯૩૭
 - તોલમાપ માનક અધિનિયમ-૧૯૫૬
 - એકાધિકાર અને પ્રતિબંધિત વ્યાપાર અધિનિયમ - ૧૯૬૯
 - ગ્રાહક સંરક્ષણ ધારો - ૧૯૮૬
- ગ્રાહકોના સંરક્ષણ માટે સ્થાપાયેલી ન્યાયિક પ્રણાલી
- બિન સરકારી સંગઠનો ઉપભોક્તાઓમાં તેમના હકો અને જવાબદારીઓ વિષે સભાનતા ઉત્પન્ન કરે છે. ઉપભોક્તાએ કાનૂની સહાય પૂરી પાડે છે. વિવિધ ઉપભોક્તા સંરક્ષણ પરિષદો અને અન્ય નીતિ ઘડનાર મંડળોમાં પ્રતિનિધિત્વ કરે છે.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. ઉપભોક્તા સંરક્ષણનો અર્થ શો?
૨. ઉપભોક્તાઓનું સંરક્ષણ શા માટે કરવું જોઈએ?
૩. ઉપભોક્તાઓને રોજિંદા જીવનમાં નડતી સમસ્યાઓ વર્ણવો.



નોંધ

૪. ઉપભોક્તા સંરક્ષણમાં જોડાયેલા પક્ષોના નામ આપો. ઉપભોક્તાઓના હિતના રક્ષણમાં તેમની ભૂમિકા શી છે તે સમજાવો.
૫. ઉપભોક્તાઓના હિતના રક્ષણ માટે સરકારે પસાર કરેલ વિવિધ ધારાઓની યાદી બનાવો.
૬. કોઈ ફરિયાદ દાખલ કરતી વખતે ઉપભોક્તા અદાલત સમક્ષ કઈ કઈ માહિતી રજૂ કરવી જરૂરી છે.
૭. ઉપભોક્તા અદાલત ઉપભોક્તાની તરફેણમાં કઈ કઈ શક્ય શરતોનો આદેશ આપી શકે તે જણાવો.
૮. વિવિધ ઉપભોક્તા અદાલતોનું અધિકાર ક્ષેત્ર જણાવો.
૯. ઉપભોક્તાઓના હિતના સંરક્ષણમાં બિન સરકારી સંગઠનો ફાળો વર્ણવો.
૧૦. ઉપભોક્તાઓની ફરિયાદના નિવારણ માટેની પ્રક્રિયા જણાવો.



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૧૮.૧

- (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખરું (૪) ખોટું (૫) ખરું

૧૮.૨

- (૧) પસંદગી કરવાના (૨) સૂચના પ્રાપ્ત કરવાના
(૩) વસ્તુઓ ઉત્તમ કક્ષાની (૪) ભ્રામક (ગેરમાર્ગે દોરનારી)

૧૮.૩

- (૧) ખોટું (૨) ખોટું (૩) ખરું (૪) ખરું (૫) ખોટું

૧૮.૪

- (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખોટું (૪) ખરું (૫) ખરું
(૬) ખરું (૭) ખરું

૧૮.૫

૧.

- (૧) ૨૦ લાખ (૨) પાંચ મહિના (૩) ૧ કરોડ રૂપિયા
(૪) રાષ્ટ્રીય આયોગ (૫) એક કરોડ



નોંધ

૨.

- (૧) ખોટું (૨) સાચું (૩) સાચું (૪) ખોટું (૫) સાચું
(૬) સાચું

૧૮.૬

૧.

- (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખરું (૪) ખરું (૫) ખરું

૨.

- (૧) ઘ (૨) ખ (૩) ખ (૪) ઘ (૫) ખ



જાતે કરો.

- વખતોવખત છાપામાં અને મેગેઝીનોમાં આવતી ઉપભોક્તાઓના હિતને લગતી વિવિધ જાહેરાતોનો સંગ્રહ કરવો.

મોડ્યુલ – ૬

મહત્તમ માર્ક

૧૨

અભ્યાસના કલાક

૨૫

ઘંઘામાં કારકીર્દી બનાવવાની તકો

પ્રત્યેક વ્યક્તિએ અમુક ઉમરે જીવન નિર્વાહ માટે યોગ્ય કારકીર્દીની પસંદગી કરવી જ પડે છે. ઘંઘાકીય વિશાળ ક્ષેત્ર આર્થિક કમાણીની રોજગારી બનને રીતે સ્વ-રોજગારી અને નોકરી દ્વારા આવકની વિશાળ તક પૂરી પાડે છે. આપણા રાષ્ટ્રના વિકાસ કરવા અને બેરોજગારી દૂર કરવા સ્વ-રોજગારી એ શ્રેષ્ઠ માધ્યમ ગણાય છે. આ મોડ્યુલ વિદ્યાર્થીઓને રોજગારી અને સ્વરોજગારી મેળવવાનો દ્રષ્ટિપાત કરાવે અને શ્રમ દ્વારા વિશ્વમાં પોતાનું સ્થાન બનાવે તે રીતે તૈયાર કરેલ છે.

- પાઠ – ૧૯ : કારકીર્દીની પસંદગી
પાઠ – ૨૦ : ઉદ્યમશીલતા (ઉદ્યોગ સાહસિકતા)



કારકિર્દીની પસંદગી

તમારામાંથી કેટલાક કોઈ વ્યાપારી પેઢીમાં નોકરી મેળવવાનો અથવા વ્યાપાર કરવાનો વિચાર કરતા હશે. કારકિર્દી એટલે વ્યવસાય જે કામ કરવાનું ગમે છે તેને માટે તમે શી યોજના બનાવી છે અને તમારી જરૂરિયાતોને લક્ષમાં રાખીને તમે કેવું જીવન ગાળવા માંગો છો તેના ઉપર પણ તેનો આધાર છે.

તમે શું થવા માંગો છો તે વિષેના તમારા મોટાભાગના વિચારો ઘણું કરીને તમે રેડિયો સાંભળતા હો કે ટીવી જોતા હો તેમાંથી ઉત્પન્ન થયેલા હોઈ શકે. વળી તમે વર્તમાનપત્રો અને મેગેઝીનોમાં નોકરીની ખાલી જગ્યાઓ વિષેની જાહેરાતો પણ વાંચી હશે અથવા તમારે શું થવું જોઈએ તે અંગે તમારા મા-બાપ કે સગા વહાલાંએ સલાહ પણ આપી હશે. તમારી સમજણ શક્તિના આધારે તમારાથી કયું કામ સહેલાઈથી થઈ શકે તેમ છે તેનો પણ તમે વિચાર કર્યો હશે. ભાવિ જીવન માટે તમે તમારી શક્તિઓ અને વલણો માટે સ્પષ્ટ રીતે વિચારવાનું શરૂ કર્યું હશે. આ માટે રોજગારની કઈ કઈ તકો ઉપલબ્ધ છે અને વિવિધ રોજગાર માટે કઈ કઈ ક્ષમતાઓ જરૂરી છે તેનું જ્ઞાન હોવું આવશ્યક છે.

આ પાઠમાં તમે કારકિર્દી પસંદગી માટેનાં વિવિધ પાસાંઓ વિષે શીખશો. એટલે કે કારકિર્દીની અવધારણા અગત્ય, તકો, પ્રકારો ક્ષમતાઓ વગેરે પરિબળો તમારા પોતાની કારકિર્દી નક્કી કરવામાં ઉપયોગી બને છે.



હેતુઓ:-

આ પાઠ વાંચ્યા પછી તમે જાણી શકશો.

- 'કારકિર્દી'ની સંકલ્પના સમજાવી શકશો.
- કારકિર્દી પસંદ કરવાનું મહત્વ પીછાણી શકશો.
- વેપારમાં કારકિર્દીની વિવિધ તકો ઓળખી શકશો.
- સ્વ-રોજગારનું મહત્વ સમજાવી શકશો.
- સ્વ-રોજગારી અને વેતનવાળી રોજગારી વચ્ચેનો તફાવત સમજી શકશો.
- વિવિધ ક્ષેત્રોમાં કારકિર્દી ઘડવા માટે જરૂરી ક્ષમતાઓની યાદી બનાવી શકશો.
- તમારી પોતાની શક્તિ, રસ અને રુચિ અનુસાર વ્યાપારમાં યોગ્ય કારકિર્દી ઓળખી શકશો.

કારકિર્દીની પસંદગી

૧૯.૧ કારકિર્દીની સંકલ્પના

કારકિર્દીનો શાબ્દિક અર્થ એ છે કે એવો વ્યવસાય કે જેમાં જીવનમાં આગળ વધવા અને પ્રગતિ કરવાની તક હોય. માત્ર વ્યવસાયની પસંદગી એટલો જ તેનો અર્થ નથી. તેમાં વ્યક્તિના કાર્યશીલ જીવનમાં તે જે વિવિધ પદો ધારણ કરી શકે તે પણ અભિપ્રેત છે. વ્યાપક અર્થમાં કારકિર્દી વ્યક્તિની જીવન તરાહનું એક અગત્યનું પાસું છે. દા.ત. તમારામાંથી કોઈને ઓફિસ આસિસ્ટન્ટ તરીકે નોકરી મળી છે. સમય જતાં તે ઓફિસ સુપ્રિન્ટેન્ડેન્ટ બની શકે અને ઓફિસ મેનેજર તરીકે પણ બઢતી મેળવી શકો.

૧૯.૨ કારકિર્દી પસંદ કરવાની અગત્ય

કારકિર્દી પસંદગી જીવનનું એક અગત્યનું પાસું છે. તમે જે કારકિર્દી પસંદ કરો તેના દ્વારા તમારા કારકિર્દી નિર્માણનો પાયો નંખાય છે. ભૂતકાળમાં મોટાભાગના લોકો પહેલાં અભ્યાસ પૂરો કરતા અને પછી કારકિર્દી વિષે નિર્ણય લેતા. પણ આજની યુવા પેઢી તો પોતાનું શાળા શિક્ષણ સમાપ્ત થાય તે પહેલાં જ કારકિર્દી વિષે તૈયારી કરતી થઈ ગઈ છે. કારકિર્દીની પસંદગી કોઈપણ વ્યક્તિની મહત્વપૂર્ણ જીવનશૈલીનો બીનજી કોઈ પસંદગી કરતાં વધુ પ્રભાવિત કરે છે. કાર્યના પ્રકારનો પ્રભાવ જીવનના અનેક પાસાંથે સ્પર્શે છે. મૂલ્યોનું ઘડતર વલણો અને ટેવો ઉપર પણ તેનો પ્રભાવ પડે છે. ગળાકાપ હરીફાઈની દુનિયામાં શરૂઆતમાં જ યોગ્ય કારકિર્દીની પસંદગી અત્યંત મહત્વની બની રહે છે. તેથી એક એવી પ્રક્રિયામાંથી પસાર થવાની ચોકકસ જરૂરિયાત છે કે જે વ્યક્તિને વિવિધ કારકિર્દીના વિકલ્પો વિષે માહિતગાર તેમજ જાગૃત બનાવે આ પ્રક્રિયા દરમિયાન વ્યક્તિ પોતાની શક્તિઓ પણ જાણી શકશે જે કારકિર્દી નિર્ણયમાં ખૂબ જ અગત્યની છે.



૧૯.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે ?

૧. કારકિર્દીમાં માણસ પોતાના કાર્યક્રમના જીવન દરમિયાન જે ધંધામાં રોકાયેલો હોય તેમાં વિવિધપદોની એક શ્રેણી સમાવિષ્ટ છે.
૨. યોગ્ય કારકિર્દીની પસંદગી દરેકના જીવનમાં અત્યંત જરૂરી છે.
૩. આજની પેઢી પાસે કારકિર્દીના બહુ જ ઓછા વિકલ્પો છે.
૪. શરૂઆતના તબક્કે કારકિર્દી આયોજન જરૂરી નથી.
૫. વિવિધ કારકિર્દી વિકલ્પોનું જ્ઞાન યોગ્ય કારકિર્દી પસંદ કરવામાં સહાયક છે.

૧૯.૩ વ્યાપારમાં કારકિર્દીની તકો

જ્યારે કોઈ માણસ કોઈને કોઈ વ્યવસાયમાં લાગી જાય ત્યારે આપણે કહીએ છીએ કે તે રોજગારી મેળવે છે. આજે લોકોનો વ્યવસાય કોઈને કોઈ આર્થિક પ્રવૃત્તિ સાથે જોડાયેલા છે અને માણસની કારકિર્દીનો હેતુ અનિવાર્ય રીતે કોઈક રોજગારી મેળવવાનો છે એટલે કે ગુજરાન

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ



નોંધ

ચલાવવા માટે પૈસા કમાવા કોઈક આર્થિક પ્રવૃત્તિમાં જોડાઈ જવું તે છે. કારકિર્દીની પસંદગીમાં ખરેખર નીચેના બે વિકલ્પો પૈકી એકની પસંદગી કરવાની હોય છે.

૧. નોકરી
૨. સ્વ-રોજગાર

નોકરી નો અર્થ છે વેતન કે પગારના બદલામાં કોઈ અન્ય વ્યક્તિની સેવા કરવી. જે કોઈ માણસની કચેરી સહાયક તરીકે નિમણૂક કરવામાં આવે તો તેના કચેરી નિરીક્ષક તેને જે કામ સોંપે તે તેણે કરવું જોઈએ અને તેના કાર્યો માટે તેને માસિક વેતન કે પગાર મળે છે. આ પ્રકારનો રોજગાર માલિક અને નોકર વચ્ચેના કરાર ઉપર આધારિત હોય છે. નોકરે માલિક માટે કામ કરવાનું હોય છે. તેને સોંપેલા કાર્યો કરવાના હોય છે અને તે માટે તેને વળતર મળે છે. કામના કલાકો દરમિયાન તેણે માલિકના નિરીક્ષણ અને નિયંત્રણ નીચે કામ કરવાનું હોય છે. જ્યારે આની સાથે સ્વરોજગારીમાં વ્યક્તિ પોતે જ ગુજરાન ચલાવવા માટે કોઈ આર્થિક પ્રવૃત્તિમાં જોડાય છે. ચાલો આપણે ઘંઘાની તકો અથવા નોકરીની તરાહોની ચર્ચા કરીએ.

૧૯.૪ નોકરી

નોકરીની તકો ક્યાં ક્યાં છે તે જોઈએ. સરકારી કાર્યાલયો, રેલ્વે, બેંકો, વીમા કંપનીઓ, કારખાના, વ્યાપારી સંસ્તાઓ અને અન્ય જુદાં જુદાં સંગઠનો ઉપરાંત શાળાઓ, કોલેજો, હોસ્પિટલો વગેરેમાં નોકરીની તકો રહેલી છે.

કારકૂનની કામો, તકનીકી કાર્યો અને અન્ય પ્રકારના નિમ્ન સ્તરના કાર્યો માટે કરવાની કામગીરીનો આધાર જે તે સંગઠનની પ્રવૃત્તિઓ અને હેતુઓ ઉપર રહેલો છે. આમ, સરકારી વિભાગો, રેલ્વે, બેંકો, વ્યાપારી સંગઠનો, શાળાઓ અને દવાખાનાઓમાં વિવિધ પ્રકારની કારકૂની કામગીરી કરવાની હોય છે. એ જ રીતે ઔદ્યોગિક એકમો, પરિવહન કંપનીઓ વગેરેમાં પણ કામગીરીની



નોકરી

ભિન્નતા પ્રમાણે તકનીકી કર્મચારીગણની કામગીરીનું સ્વરૂપ બદલાતું રહે છે. જેમણે માધ્યમિક (ધો. ૧૦) પરીક્ષા પાસ કરી હોય તેમને માટે કારકૂની કાર્ય કે શાળાઓમાં પ્રયોગશાળા મદદનીશની નોકરીની તકો રહેલી છે. કેમ કે ત્યાં લઘુત્તમ શૈક્ષણિક યોગ્યતા ધો. ૧૦ પાસની હોય છે. પણ તેમને માટે આઈ.ટી.આઈ. અને પોલિટેકનિકના તેમજ રાજ્ય સચિવ અને વ્યાપારી સંસ્થાઓમાં પ્રશિક્ષણની વિશિષ્ટ સુવિધાઓ ઉપલબ્ધ છે. જો કોઈ વ્યક્તિ તકનીકી કે સચિવાલયનો અભ્યાસક્રમ પૂરો કરે તો તેને કોઈ કાર્યશાળામાં તકનીકી કર્મચારી તરીકે અથવા કાર્યાલય મદદનીશ કે હિસાબનીશ તરીકે નોકરી મળી શકે છે. વળી જો પેણે કોમ્પ્યુટર સંચાલન કૌશલ્ય પ્રાપ્ત કર્યું હોય તો કોમ્પ્યુટર સંચાલક તરીકે પણ નોકરી મેળવી શકે છે.

૧૯.૫ સ્વ-રોજગારી

તમે જે શીખી ગયા છો કે પગારદાર નોકરીના રૂપમાં તમે તમારી કારકિર્દી કેવી રીતે પસંદ કરી શકો. તમે જ્યારે નોકરી સ્વીકારો ત્યારે તમારા માલિક તમને જે કામ સોંપે તે તમારે કરવાનું હોય છે અને તમને પગાર કે વેતન રૂપે નક્કી કરેલ રકમ મળે છે. પણ કોઈ નોકરી શોધવાને બદલે તમે તમારી આજીવિકા રળવા માટે જાતે જ તમારું પોતાનું કામ કરી શકો છો. તમે ચોપડીઓની દુકાન ખોલી શકો દવાની દુકાન ચલાવી શકો અથવા દરજીની દુકાન નાખી શકો. જો કોઈ વ્યક્તિ કોઈ આર્થિક પ્રવૃત્તિ કરે અને જાતે જ તેનું સંચાલન કરે તો તેને સ્વ-રોજગાર કહે છે.



સ્વ-રોજગારી

દરેક વિસ્તારમાં તમને નાન દુકાનો, મરામતની દુકાનો કે સેવા આપતા એકમો જોવા મળશે. આ બધા પ્રતિષ્ઠાનોની માલિકી અને સંચાલન એક જ વ્યક્તિના હોય છે. ક્યારેક તે એક કે બે વ્યક્તિને પોતાના મદદનીશ તરીકે રોકે છે. કરિયાણાની દુકાન, લેખનસામગ્રીની દુકાન, દવાની દુકાન, દરજીની દુકાન, હજામની દુકાન, ટેલીફોન બૂથ, બ્યૂટી પાર્લર, વીજળીના સાધનો, સાઈકલો વગેરેના સમારકામની દુકાનો વગેરે સ્વરોજગાર ઉપર આધારિત પ્રવૃત્તિઓના ઉદાહરણ છે. આ દુકાનના માલિકો ખરીદ-વેચાણના વેપાર કે સેવા પ્રદાન દ્વારા ધન કમાય છે. જો ક્યારેક ખર્ચ કરતા આવક હોઈ હોય તો તેમને ખોટ પણ સહન કરવી પડે છે.



૧૯.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

યોગ્ય શબ્દોથી ખાલી જગ્યા પુરો

૧. લોકોનો વ્યવસાય હંમેશા પ્રવૃત્તિ સાથે જોડાયેલ હોય છે.
૨. નિમ્નસ્તરે સરકારી વિભાગો મોટેભાગે લોકોને કાર્યો માટે નીમે છે.
૩. સ્ટોરકીપર તરીકેની કામગીરી માટે માણસમાં ઓર્ડર તૈયાર કરવાનું કૌશલ્ય જોઈએ.
૪. મોટાભાગના કારકૂની પદો માટે ચલાવવાની શક્તિ જરૂરી છે.
૫. ટેલીફોન ઓપરેટર માટેમાં ધારાવાહિકતા હોવી જરૂરી છે.
- ૬.
- ૭.

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ

કારકિર્દીની પસંદગી

૧૯.૬ સ્વ-રોજગાર અને નોકરીમાં તફાવત

આધાર	સ્વરોજગારી	નોકરી
૧. સ્વરૂપ	પોતાની પ્રવૃત્તિમાં રચ્યા રહે છે.	માલિકે સોંપેલી પ્રવૃત્તિમાં રચ્યા રહે છે.
૨. સ્થાન કે હોદ્દો	વ્યક્તિનું સ્થાન માલિક તરીકે અથવા નોકરીદાતા તરીકેનું છે.	વ્યક્તિનું સ્થાન નોકરિયાત તરીકેનું છે.
૩. આવક કે કમાણી	આવક કમાણી નિશ્ચિત નથી. તે માલિકની આવક પર નિર્ભર છે.	કર્મચારીની આવક નક્કી જ હોય છે. અને જો શેઠ ઈચ્છે તો તેમાં વધારો કરી શકે છે.
૪. કામનો પ્રકાર	કામનો હેતુ વધાર. કમાણી કરવાનો અને વ્યાપારનું કદ વિસ્તૃત કરવાનો છે. કામનો પ્રકાર અગાઉથી નક્કી ન કરી શકાય. તેમાં ફેરફાર પણ થઈ શકે.	કર્મચારીએ કરવાનું કામ અમુક જ પ્રકારનું અને પૂર્વ-નિર્ધારિત છે.
૫. જોખમ	હંમેશ ખોટનું જોખમ રહે છે અને ક્યારેક આવક ઘટી જાય છે.	જ્યાં સુધી કર્મચારી કામ કરે ત્યાં સુધી આવક ઘટવાનું જોખમ નથી.
૬. કામની સ્વતંત્રતા	પ્રાપ્ય તકોના આધારે કઈ રીતે વેપાર ચલાવવો તે નક્કી કરવા માલિક સ્વતંત્ર હોય છે.	કર્મચારીને નોકરીની શરત મુજબ કરવાનું હોય છે.

૧૯.૭ સ્વરોજગારીનાં સંભવિત ક્ષેત્રો

સ્વરોજગારની વિશેષતાઓ વિષે વાંચ્યા પછી તમને કયા કયા ક્ષેત્રોમાં સ્વરોજગારની શક્યતાઓ રહેલી છે તે જાણવું ગમશે. તમારી કારકિર્દી નું તમે આયોજન કરતા હો તે પ્રક્રિયા દરમિયાન સ્વરોજગારીની તકવાળા નીચેના ક્ષેત્રો લક્ષમાં રાખી શકો.

૧. નાના પાયા પર છૂટક વેપાર:-

કોઈ એક જ વ્યક્તિ એક કે બે સહાયકોની મદદથી નાના વ્યાપારી એકમોની શરૂઆત અને સંચાલન સારી રીતે કરી શકે, તેમાં તેને ફાયદો થાય. તેમાં કરિયાણાની દુકાન, લેખન સામગ્રીની દુકાન કે કાપડની દુકાન વગેરે હોઈ શકે.



વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

૨. વ્યક્તિગત કૌશલ્યના આધારે સેવા પ્રદાન:-

જે લોકો પોતાની વિશિષ્ટ નિપૂણતાના આધારે ગ્રાહકોને સેવા પૂરી પાડી શકે છે તેને પણ સ્વરોજગાર ગણી શકાય. દા.ત. સાઈકલો, સ્કુટરો, કાંડા ઘડિયાળ, દિવાલ ઘડિયાળ વગેરેનું રીપેરીંગ (દુરસ્તી સમારકામ) અથવા દરજીકામ, હજામત વગેરેનો સમાવેશ ગ્રાહકોને વ્યક્તિગત ધોરણે વ્યક્તિએ આપેલી સેવામાં થઈ શકે.



૩. વ્યાવસાયિક યોગ્યતા ઉપર આધારિત ધંધાઓ:-

જે પ્રવૃત્તિઓમાં વ્યાવસાયિક પ્રશિક્ષણ અને અનુભવની જરૂર હોય તે પણ સ્વરોજગાર અંતર્ગત આપી શકે છે. આ રીતે ધંધો કરતા ડોક્ટરો, વકીલો, ચાર્ટર્ડ એકાઉન્ટન્ટો, ફાર્માસિસ્ટો, સ્થૂપતિઓ વગેરે પોતાના વિશિષ્ટ પ્રશિક્ષણ અને કૌશલ્યના આધારે સ્વરોજગાર કક્ષામાં આવે છે.



૪. નાના પાયા પર ખેતી:-

ડેરી, મરઘાં ઉછેર, મત્સ્યોદ્યોગ, બાગાયત તેમજ રેશમના કીડા ઉછેર જેવી પ્રવૃત્તિઓ જે નાના પાયા પરની ખેતી પ્રવૃત્તિઓ છે તેમાં પણ સ્વરોજગારીની તક ઉપલબ્ધ છે.

૫. ગ્રામોદ્યોગ અને કુટિર ઉદ્યોગો:-

હાથકાંતણ, વણાટ, હાથ વણાટ, હાથગૂંથણી, વસ્ત્રો સીવવા વગેરે જેવી પ્રવૃત્તિઓને સ્વરોજગાર તરીકે ગણી શકાય. આ પ્રવૃત્તિઓ પરંપરાગત વારસાગત કૌશલ્યો પર આધારિત છે.



૬. કલા અને કારીગરી:-

જેઓએ કોઈપણ કળા કે કારીગરીમાં તાલીમ મેળવી હોય તેઓ સોની, લુહાર, સુથાર તરીકે આવા વ્યવસાયોમાં સ્વરોજગારી મેળવી શકે.



૧૯.૮

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ



નોંધ



૧૯.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'ખરા' છે અને કયા 'ખોટા' છે

૧. સ્વરોજગારીનો અર્થ છે પોતે કોઈપણ આર્થિક પ્રવૃત્તિમાં જોડાઈ જવું.
૨. પગારવાળી નોકરીમાં આવકની કોઈ મર્યાદા નથી.
૩. જ્યારે કોઈ વ્યક્તિ પૈસા લઈને કોઈ સેવા પૂરી પાડે ત્યારે પણ થોડી પૂંજી જરૂરી છે.
૪. વ્યાપારમાં સ્વરોજગારમાં ખોટનું જોખમ રહેલું છે જે માલિકે ભોગવવાનું છે.
૫. સોની સ્વરોજગારવાળો ન કહી શકાય કારણ કે તેણે ઝવેરી નીચે કામ કરવું પડે છે.

૧૯.૯ સ્વરોજગારીમાં સફળતા માટે આવશ્યક ગુણો

વિવિધ ક્ષેત્રોમાં રહેલી સ્વરોજગારની તકો વિષે વાંચીને તમને એવું લાગ્યું હશે કે કારકિર્દી તરીકે પગારવાળી નોકરી કરતા સ્વરોજગારીની પસંદગી વધારે આકર્ષક છે. પણ જો તમે સ્વરોજગારમાં સફળ થવાના આવશ્યક ગુણો ધરાવતા હો તો જ તમારે તે વિકલ્પ તરીકે પસંદ કરવી જોઈએ. ચાલો આપણે સ્વરોજગારીમાં સફળ થવા માટેના વિવિધ ગુણો જોઈએ.

૧. માનસિક શક્તિઓ:-

તમે સ્વરોજગારી અપનાવવા માગતા હો તો જ્યાં સ્વરોજગારીની તક છે તેવું તમને સૌથી વધુ અનુકૂળ ક્ષેત્ર કયું છે તે શોધી કાઢવાની તમારામાં શક્તિ (આવડત) હોવી જોઈએ. વળી તમામ પ્રકારના વ્યાપારી કામકાજની બાબતમાં નિર્ણય લેવાની પણ શક્તિ એટલી જ જરૂરી છે અને સમસ્યાનું પુર્વાનુમાન અને જોખમ ઉઠાવવાની શક્તિ પણ એટલી જ જરૂરી છે.

૨. સતર્કતા અને દીર્ઘ-દ્રષ્ટિ:-

સ્વરોજગાર વ્યસ્ત વ્યક્તિએ બજારમાં થઈ રહેલા પરિવત નોથી પણ વાકેફ તેમજ સતક રહેવું જોઈએ કે જેથી તે પોતાનાં વ્યાવસાયિક કાર્યો નું સમાયોજન કરી શકે. વળી તેણે પરિવત નોનું પણ પુર્વા નુમાન કરવાની દીર્ઘદ્રષ્ટિ પણ કેળવવી જોઈએ. જેથી તે તકોનો લાભ લઈ શકે અને ભવિષ્યમાં ઉત્પન્ન થનાર સંભવિત જોખમોનો મુકાબલો કરી શકે.

૩. આત્મવિશ્વાસ:-

સ્વરોજગારમાં સઘળા નિર્ણયો માલિકે લેવા પડે છે. તેનામાં સમસ્યાઓનો સામનો કરવા માટે આત્મવિશ્વાસ હોવો ખૂબ જ જરૂરી છે. તેમજ માલ પૂરો પાડનાર, લેણદાર, ગ્રાહકો અને સરકારી અમલદારોનો પણ મુકાબલો કરવાનો રહે છે.

૪. વ્યાપારનું જ્ઞાન:-

જે માણસ વ્યાપારમાં સ્વરોજગારીમાં રોકાયેલો હોય તેનામાં વ્યાપારનું સંપૂર્ણજ્ઞાન હોવું જોઈએ. તેમજ વ્યાપારનું તકનીકી જ્ઞાન અને કૌશલ્ય હોવાં જોઈએ.

૫. સંબંધિત કાયદાઓની જાણકારી:-

આમા વ્યક્તિએ કાનૂની નિષ્ણાત હોવાની જરૂર નથી. પણ સ્વરોજગારી માટે માણસમાં પોતે જે સ્થળે વ્યાપાર કે સેવાની પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરે છે તેને સંબંધિત કાયદાઓનું કામચલાઉ જ્ઞાન હોવું જરૂરી છે. તેમાં ટ્રેડ એન્ડ એસ્ટાબ્લીશમેન્ટ એક્ટ, વેચાણ વેરો અને જકાતને લગતા કાયદા અને જો લાગુ પડતું હોય તો સ્થળ, પ્રદૂષણ નિયંત્રણ વગેરેને લગતા નગરપાલિકાના કાયદાના જ્ઞાનનો સમાવેશ થાય છે.

૬. અન્ય વ્યક્તિગત ગુણો:-

સ્વરોજગારમાં પડેલ વ્યક્તિમાં પ્રામાણિકતા, સંનિષ્ઠા અને સખત પરિશ્રમ જેવા ગુણો હોવા જરૂરી છે.



૧૯.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

૧. સ્વરોજગારીમાં વ્યક્તિમાં ઓળખવાની શક્તિ હોવી જોઈએ.
૨. સ્વરોજગારીમાં સફળ થવા માટે વ્યક્તિને પોતાની શક્તિમાં હોવો જરૂરી છે.
૩. વ્યાપારના સફળ માલિક થવા માટે વ્યક્તિને વ્યવસાયનું હોવું જોઈએ.
૪. સ્વરોજગારીમાં પડેલ વ્યક્તિ માટે નક્કી કરવા માટે હિસાબ (નામું) નું જ્ઞાન જરૂરી છે.
૫. ઉદ્યોગ સાહસિકતા અને ના ગુણો સાથે સંકળાયેલી છે.
૬. જે લોકો મેળવી શકતા નથી તેમના માટે સ્વરોજગારી આજીવિકા રળવાની તકો પૂરી પાડે છે.

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ



તમે શું શીખ્યા?

- કારકિર્દીનો શબ્દશઃ અર્થ છે એક વ્યવસાય જેમાં પ્રગતિ અને ઉન્નતિની તકો જીવનમાં મળી શકે છે. કારકિર્દીની પસંદગી જીવનનું એક અગત્યનું પાસું છે.
- કારકિર્દીની પસંદગીમાં બેમાંથી એક વિકલ્પ પસંદ કરવાનો હોય છે જેમ કે પગારવાળી નોકરી અને સ્વરોજગારી.
- નોકરીનો અર્થ છે વેતન કે પગારની બદલામાં અન્ય વ્યક્તિની સેવા કરવી. સ્વરોજગારીનો અર્થ એ છે વ્યક્તિ પોતાનું ગુજરાત ચલાવવા માટે પોતાની જાતે જ કોઈ આર્થિક પ્રવૃત્તિ કરે.
- પગારવાળી નોકરીના માર્ગોમાં નિમ્નસ્તરે કારકુની કે તકનીકી કાર્યનો સમાવેશ થાય છે.
- સ્વરોજગારીમાં નાના પાયા ઉપર છૂટક વેપાર, પૈસા લઈને સેવા આપવી, નાના પાયા પર ખેતી, ગ્રામ અને કુટિર ઉદ્યોગો, કળા અને હાથ કારીગરી વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.
- કારકિર્દી તરીકે સ્વરોજગારી અપનાવવા માટે વ્યક્તિમાં કેટલીક માનસિક શક્તિઓ, સતર્કતા અને દીર્ઘદ્રષ્ટિ, આત્મવિશ્વાસ, વ્યાપાર વિષયક જ્ઞાન, સાંપ્રત કાયદાઓનો પરિચય અને હિસાબી જ્ઞાન વગેરે હોવા જોઈએ.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. નોકરી અને સ્વરોજગારીનો અર્થ શો ?
૨. "કારકિર્દી" શબ્દની વ્યાખ્યા આપો.
૩. કારકિર્દી પસંદગીનું મહત્વ સમજાવો.
૪. વ્યાપારના ક્ષેત્રમાં સવેતન નોકરીના માર્ગો ટૂંકમાં જણાવો.
૫. વર્તમાન બેકારીના સંદર્ભમાં સ્વરોજગારીનું મહત્વ વર્ણવો.
૬. સ્વરોજગારી મોટા પાયાના ઉદ્યોગોનો વિકલ્પ કેવી રીતે બની શકે ?
૭. સ્વરોજગારીમાં સફળ થવા માટેના કોઈપણ ચાર ગુણો જણાવો.
૮. હિસાબી કાર્ય માટે જરૂર છ કૌશલ્યો સમજાવો.
૯. સ્વરોજગારી માટે પ્રોત્સાહક પાસાંઓ ઓળખો.
૧૦. સ્વરોજગારી અને નોકરીની તુલના કરો.
૧૧. સ્વરોજગારી માટેના સંભવિત ક્ષેત્રોની યાદી બનાવો.



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૧૯.૧

- (૧) ખરું (૨) ખરું (૩) ખોટું (૪) ખોટું (૫) ખરું

૧૯.૨

- (૧) આર્થિક (૨) કારકૂની (૩) ખરીદી (૪) ઓફિસના મશીન
(૫) ભાષા (૬) નોકરી (૭) સ્વરોજગાર (૮) ટેકનિકલ સ્ટાફ

૧૯.૩

- (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખરું (૪) ખરું (૫) ખોટું

૧૯.૪

૧.

- (ક) સ્વરોજગારી માટે કામની તકો (ખ) વિશ્વાસ
(ગ) જ્ઞાન (ઘ) નફો કે ખોટ
(ચ) અભિનવતા, સજ નશીલતા (છ) ઉચ્ચ શિક્ષણ

૨.

- (૧) ક (૨) ગ (૩) ક (૪) ગ (૫) ખ



જાતે કરો.

- કોઈપણ અઠવાડિયાનું 'એમ્પ્લોયમેન્ટ ન્યુઝ' કે કોઈ છાપું લો અને તેમાંથી તમારા રસ, રૂચિ, શક્તિને અનુરૂપ વ્યવસાયની ખાલી જગ્યા શોધો.

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ



ઉદ્યમશીલતા (ઉદ્યોગ સાહસિકતા)

તમને ખબર તો છે જ કે જીવન જીવવા માટે કમાવું જરૂરી છે. તમારા માતા-પિતા ભાઈ અને અન્ય સર્વે કોઈને કોઈ પ્રવૃત્તિ કરતા જ હશે કે જેના દ્વારા તેઓ કુટુંબ માટે પૈસા કમાઈ શકે. તમે આજીવિકા રળવા માટે કેવી રીતે આયોજન કરો છો? તમને કોઈ સંગઠન (સંસ્થા)માં નોકરી કરવી ગમે કે તમારો પોતાનો વ્યાપાર શરૂ કરવો ગમે ?

એક શિક્ષક શાળામાં ભણાવે છે, એક કામદાર કારખાનામાં કામ કરે છે. એક ડોક્ટર સરકારી હોસ્પિટલમાં કામ કરે છે. એક કારકૂન બેંકમાં નોકરી કરે છે. એક મેનેજર વ્યાપારી સંગઠનમાં કામ કરે છે. આ બધા ઉદ્યોગરણો જે લોકો નોકરિયાત છે અને તેમના શેઠ દ્વારા અપાયેલા વેતન કે પગાર રૂપે પૈસા કમાય છે. આને નોકરી કહેવાય છે. જ્યારે બીજી બાજુ એક દુકાનદાર, કારખાનાનો માલિક, વેપારી કે પોતાનું દવાખાનું ધરવતો ડોક્ટર પોતાનો જ વ્યવસાય ચલાવીને પૈસા કમાય છે. આ સ્વરોજગારવાળી વ્યક્તિઓના ઉદ્યોગરણ છે. છતાં ઘણા એવા લોકો પણ છે કે જેઓ સ્વરોજગારી દ્વારા માત્ર પોતાના જ માટે કાર્ય (ઘંઘો) ઉત્પન્ન કરતા નથી પણ બીજા ઘણા માટે પણ રોજગારી ઉભી કરે છે. તેમને "ઉદ્યમશીલ" (ઉદ્યોગ સાહસિક) કહી શકાય.

આ પાઠમાં તમે ઉદ્યમશીલતા વિષે વિગતવાર શીખશો એટલે કે તેનો મૂળ ખ્યાલ, મહત્વ અને કાર્યો. તમે આવા ઉદ્યમીઓના ગુણો અને નાના-પાયાના ઉદ્યોગો સ્થાપવાની ક્ષમતા વિષે પણ જાણશો. આ તમારા ભાવિ જીવન માટે પણ ઉપયોગી બનશે.



હેતુઓ:-

- ઉદ્યમશીલતાનો મૂળભૂત ખ્યાલ સમજાવી શકશો.
- ઉદ્યમશીલ બનવાનું મહત્વ સમજી શકશો.
- એક સફળ ઉદ્યોગવીરના આવશ્યક ગુણો વર્ણવી શકશો.
- ઉદ્યમીનાં કાર્યો ઓળખી શકશો. અને
- એક લઘુ ઉદ્યોગ સ્થાપવાના વિવિધ પાસાંઓ સમજાવી શકશો.

૨૦.૧ ઉદ્યમશીલતાનો અર્થ



નોંધ

૨૦.૨ ઉદ્યમશીલ હોવાનું મહત્વ



૨૦.૧ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના વિધાનો પૈકી કયા 'ખરાં' છે કયા 'ખોટા' છે ?

૧. ઉદ્યમી માણસ વિચારોને કાર્યસ્વરૂપ આપવા માટે જોખમ ઉઠાવે છે.
૨. ઉદ્યમી લોકો જુગારી હોય છે.
૩. ઉદ્યમી માણસ ઉત્તમતા માટે સતત મથામણ કરે છે.
૪. ઉદ્યોગશીલ માણસ જન્મજાત હોય છે, બનાવી શકતા નથી.
૫. ઉદ્યોગ સાહસવીર બીજાઓ માટે પણ રોજગારી ઉત્પન્ન કરે છે.
૬. ઉદ્યમશીલ માણસ સ્વતંત્ર વ્યક્તિ છે.

૨૦.૩ એક સફળ ઉદ્યોગી વ્યક્તિના ગુણ

ચાલો આપણે એક સફળ ઉદ્યોગ વીરના ગુણોનો વિચાર કરીએ. આમ તો એક ઉદ્યોગ સાહસ ચલાવવા માટે ઘણા ગુણોની જરૂર પડે, પણ છતાં કેટલાંક નીચેના ગુણો મહત્વપૂર્ણ ગણાયા છે.

૧. પ્રારંભ (આગેવાની, પહેલ):-

વ્યાપારની દુનિયામાં તકો આવે અને જાય – ઉદ્યમી માણસ કર્મવીર હોવો જોઈએ તેણે આગળ પડીને કામની પહેલ કરીને તકનો લાભ ઉઠાવવો જોઈએ. એકવાર તમે તક ચૂક્યા

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ

ઉદ્યમશીલતા (ઉદ્યોગ સાહસિકતા)

પછી ફરીને મળે નહીં. 'ગત અવસર આવે નહીં' તેથી ઉદ્યમી માટે પહેલ કરવી અત્યંત જરૂરી છે.

૨. જોખમ ઉઠાવવાની ઈચ્છા શક્તિ:-

દરેક વેપારમાં જોખમનું તત્વ રહેલું છે. એનો અર્થ એ કે સફળ પણ થાય અને નિષ્ફળ પણ જાય. બીજા શબ્દોમાં વ્યાપારમાં હંમેશા નફો જ થાય તે જરૂરી નથી. આ વસ્તુ વ્યક્તિને વ્યાપારમાં પડતા રોકે છે. છતાં એક ખરો ઉદ્યમવીર જોખમ ઉઠાવવા અને વેપાર ચલાવી તેમાં સફળ બનવાની સ્વેચ્છા ધારણ કરતો હોય છે.

૩. અનુભવમાંથી શીખવાની આવડત:-

ઉદ્યોગી માણસ પણ ક્યારેક ભૂલ કરી બેસે. છતાં પણ એકવાર થઈ ગયેલી ભૂલ ફરી વખત ન થવી જોઈએ. કારણ કે એમ થવાથી ભારે મોટું નુકીશાન વેઠવું પડે. માણસે ભૂલમાંથી શીખવું જોઈએ. ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિમાં અનુભવમાંથી શીખવાની શક્તિ હોવી જોઈએ.

૪. અભિપ્રેરણા:-

અભિપ્રેરણા સફળતાની ચાવી છે. જીવનના દરેક મોડ પર આ જરૂરી છે. એકવાર તમને કંઈક કરવાની પ્રેરણા મળી પછી તમે તે પુરું કર્યા વિના જંપવાના નહીં. દા.ત. તમને ક્યારેક કોઈ વાર્તા કે નવલકથા વાંચવામાં એટલો બધો રસ પડે કે તમે તે પૂરી કર્યા વિના ઉઘો નહીં. આ જાતનો રસ કામમાં પ્રેરણાને કારણે આવે છે. એક સફળ ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિનો આ એક આવશ્યક ગુણ છે.

૫. આત્મવિવાસ:-

જીવનમાં સફળતા હાંસલ કરવા માટે વ્યક્તિમાં આત્મવિશ્વાસ હોવો જોઈએ. જે માણસમાં આત્મ વિશ્વાસની ઉણપ હોય તે પોતે તો જાતે કોઈ કામ કરી શકે નહીં. પણ બીજાને પણ તે કામ કરવા પ્રેરી શકે નહીં. આત્મવિશ્વાસ માણસની હિંમત, ઉત્સાહ અને નેતાગીરીની શક્તિમાં પ્રગટ થાય છે. સફળ ઉદ્યોગવીરમાં આત્મવિશ્વાસ હોવો જ જોઈએ.

૬. નિર્ણય લેવાની શક્તિ:-

વ્યાપારી સાહસ ચલાવવા માટે ઉદ્યોગશીલ વ્યક્તિને ઢગલાબંધ નિર્ણયો લેવા પડે. તેથી તેનામાં સમયસર અને યોગ્ય નિર્ણય લેવાની શક્તિ હોવી જોઈએ. બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો તેણે યોગ્ય સમયે યોગ્ય નિર્ણય લેવો પડે. આધુનિક દુનિયામાં વસ્તુઓ ઘણી જ ઝડપથી બને છે. જો ઉદ્યોગપતિમાં સમયસર નિર્ણય લેવાની શક્તિ ન હોય તો તે તક ગુમાવે છે અને સરવાળે ખોટ સહા કરે છે.



૨૦.૨ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પૈકી કયા વિધાનો 'બરા' અને કયા 'ખોટા' છે?

૧. ઉદ્યોગશીલ માણસે વારંવાર ભૂલો કર્યા પછી શીખવું જોઈએ.
૨. જે માણસમાં નિર્ણયશક્તિ ન હોય તે ઉદ્યોગવીર બની ન શકે.
૩. બધા જ ઉદ્યોગશીલો માટે આત્મવિશ્વાસ ઉણપ એ જ તેમની સફળતાનું રહસ્ય છે.
૪. ઉદ્યોગ સાહસિકમાં સમયસર નિર્ણય લેવાની શક્તિ હોવી જોઈએ.

૨૦.૪ ઉદ્યમશીલના કાર્યો

ઉદ્યમશીલના કેટલાક મુખ્ય કાર્યો આ મુજબ છે.

૧. ઉદ્યોગ સાહસની તકોની ઓળખ:-

વ્યાપારની દુનિયામાં ઘણી તકો રહેલી છે. આ બધી માણસોની ખોરાક, ફેશન શિક્ષણ વગેરે જેવી જરૂરિયાતો ઉપર આધારિત છે. આ બધામાં નિરંતર ફેરફારો થતા રહે છે. સામાન્ય જનોને આ તકોની ખબર પડતી નથી. પણ ઉદ્યોગ સાહસવીર અન્ય લોકો કરતાં વધારે ઝડપથી આ તકોને સૂંઘી લે છે. તેથી એક ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિએ તેના આંખ-કાન હંમેશા ઉઘાડા રાખવા જોઈએ. તેનામાં કલ્પના શક્તિ, સજ નાત્મકતા અને નવસંશોધનની વૃત્તિ હોવા જોઈએ.

૨. વિચારોને કાર્યાન્વિત કરવા:-

ઉદ્યોગશીલ માણસોમાં વિચારોને વ્યવહારમાં અમલમાં મૂકવા માટેની ક્ષમતા હોવી જોઈએ. તે બજારમાં જેની માંગ હોય તેને અનુકૂળ થવા માટે નવા વિચારો, ઉત્પાદનો અને વ્યવહારો અંગેની માહિતી એકઠી કરે છે અને આ એકત્રિત કરેલી માહિતીના આધારે તે લક્ષ્યાંકો સિધ્ધ કરવા માટે ભાવિ પગલાં નક્કી કરે છે.

૩. શક્યતાનો અભ્યાસ:-

ઉદ્યોગશીલ માણસ પ્રસ્તુત ઉત્પાદન કે સેવાઓની બજાર શક્યતાઓની મોજણી કરવા અભ્યાસ હાથ ધરે છે. તે આવનારી સમસ્યાઓનો આગળથી વિચાર કરે છે. અને ઉત્પાદનો જથ્થો, ગુણવત્તા, મૂલ્ય અને વ્યાપાર ચલાવવા માટે જરૂરી પૂર્તિ કરવાના સ્ત્રોતોન માપ કાઢે છે. એવી બધી જ પ્રવૃત્તિઓને આવરી લેતી "બ્લ્યુ પ્રિન્ટ"ને વ્યાપાર આયોજન કે પ્રોજેક્ટ રિપોર્ટ કહે છે.

૪. સંસાધન (પ્રાપ્તિ):-

ઉદ્યોગ સફળતાપૂર્વક ચલાવવા માટે ઉદ્યમશીલ માણસને ધન, યંત્ર, સામગ્રી, કાચોમાલ, માણસો વગેરે અનેક વિવિધ સંસાધનોની જરૂર પડે છે. ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિનું એક મુખ્ય કાર્ય છે. આ બધા સંસાધનોની પ્રાપ્તિ સુનિશ્ચિત કરવી.

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ



૫. ઉદ્યોગની સ્થાપના:-

ઉદ્યોગની સ્થાપના કરવા માટે ઉદ્યોગપતિએ કેટલીક વૈધાનિક ઔપચારિકતાઓ પૂર્ણ કરવી પડે છે. વળી તેણે સાનુકૂળ સ્થળની શોધ, ભવનની ડિઝાઇન નક્કી કરવી, મશીનો સ્થાપવાં અને બીજી ઘણી બાબતો કરવાની હોય છે.

૬. ઉદ્યોગનું વ્યવસ્થાપન:-

ઉદ્યોગપતિના અત્યંત અગત્યનાં કાર્યો પૈકીનું એક છે. ઉદ્યોગનું વ્યવસ્થાપન. તેણે માણસો સામગ્રી અને ધનનું વ્યવસ્થાપન કરવું પડે છે અને ઉત્પાદન અને સેવાનું પણ વ્યવસ્થાપન કરવું પડે છે.

૭. વૃદ્ધિ અને વિકાસ:-

એકવાર ઈચ્છિત પરિણામ પ્રાપ્ત થઈ જાય પછી ઉદ્યોગપતિએ તેની વૃદ્ધિ અને વિકાસ માટેના અન્ય ઉચ્ચ લક્ષ્યોની શોધ કરવી પડે છે. ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિ માત્ર નિર્ધારિત લક્ષ્યાંકોની પ્રાપ્તિથી જ સંતોષ માનતી નથી પણ ઉત્કૃષ્ટતા હાંસલ કરવા માટે સતત પ્રયત્નશીલ રહે છે.



૨૦.૩ પાઠગત પ્રશ્નો

નીચેના પૈકી દરેક વિષે તમારા શબ્દોમાં બે બે વાક્યો લખો.

૧. શક્યતા (સંભવિતતા) નો અભ્યાસ
૨. સંસાધન (પ્રાપ્તિ)

૨૦.૫ એક લઘુ વ્યાપાર ઉદ્યમની સ્થાપના



તમે ઉદ્યમશીલતા અને એક સફળ ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિ માટે આવશ્યક વિવિધ ગુણોની બાબતમાં જાણકારી મેળવી તમે એ પણ શીખી ગયા કે ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિ જ્યારે વ્યાપારી

સાહસ શરૂ કરવા ઈચ્છે ત્યારે તેણે શું શું કરવું પડે. જો તમારામાં આ બધા ગુણો હોય અને આ બધું પ્રવૃત્તિઓ તમે કરી શકશો એવો આત્મવિશ્વાસ હોય તો હવે તમે તમારું પોતાનું વ્યાપારી એકમ સ્થાપવાનો વિચાર કરો પણ તમે તમારો પોતાનો વ્યાપાર શરૂ કરો તે પહેલાં નાનું વ્યાપારી એકમ સ્થાપતી વખતે ગણતરીમાં લેવા પડતાં વિવિધ પાષાંઓ વિષે તમારે પ્રથમ જાણકારી મેળવવી જોઈએ.

૧. લઘુ વ્યાપાર કોણ શરૂ કરી શકે:-

કોઈપણ માણસ લઘુ વ્યાપાર એકમ સ્થાપિત કરી શકે. તે વિદ્યમાન જુનો ઉદ્યોગશીલ માણસ પણ હોઈ શકે, નવો પણ હોઈ શકે, તેને વેપાર ચલાવવાનો અનુભવ હોઈ શકે અને ન પણ હોઈ શકે, શિક્ષિત પણ હોય અને અશિક્ષિત પણ હોઈ, ગ્રામ્ય કે પછાત વિસ્તાર કે શહેરી વિસ્તારનો પણ હોય.

૨. નાણાંની સગવડતા:-

ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિએ વિ લેખણ કરીને એ શોધી કાઢવું પડે કે તેમાં કેટલી મૂડીની જરૂર પડશે અને વેપારમાં તે મૂડીની કેટલા સમય માટે જરૂર પડશે. વ્યાપાર સ્થાપનારને યંત્રો ખરીદવા માટે મકાન, માટે, કાચોમાલ મજૂરોને મજૂરી ચૂકવવા માટે ધનની જરૂર પડે છે. યંત્રસામગ્રી મકાન અને સાધનો માટે ખર્ચે લા પૈસા તેની સ્થાવર મિલકત ગણાય છે. જ્યારે બીજી બાજુ સામગ્રી ખરીદવામાં અને મજૂરોના વેતન અને પગાર ચૂકવવામાં તેમજ ભાડું ઈલેક્ટ્રીક અને ટેલિફોન બીલ વગેરેમાં વપરાતી મૂડીને ચાલુ મૂડી કહેવાય છે. વ્યાપાર ચલાવનારે આ સ્થાવર મિલકત અને ચાલુ મૂડી એમ બંને પ્રકારની વ્યવસ્થા કરવી પડે છે. આ ભંડોળ સ્વ-મૂડીમાંથી કે બેંક કે અન્ય નાણાં સંસ્થાઓમાંથી લોન લઈને ઉભું કરવું પડે છે. મિત્રો કે સગા સંબંધીઓમાંથી પાસેથી પણ (ધન) નાણાં ઉધાર લઈ શકાય.

૩. વ્યાપારની લાઈનની પસંદગી:-

જ્યારે ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિ કઈ વસ્તુનો વેપાર કરવો તે વિષે વિચાર કરવા લાગે ત્યારથી જ વ્યવસાય શરૂ કરવાની પ્રક્રિયાની શરૂઆત થાય છે. તે બજારની માંગના સંદર્ભમાં વ્યાપારની તકોની ગણતરી કરી શકે. તે વિદ્યમાન વસ્તુ કે ઉત્પાદન અથવા કોઈ નવા ઉત્પાદનનો પણ વિચાર કરી શકે પણ કોઈપણ કદમ ઉઠાવતા પહેલાં તેણે વેપારની નફો કરવાની શક્તિ અને તેમાં જરૂરી મૂડી રોકાણનો વિચાર કરવો પડે. નફાકારકતા અને જોખમનો અંદાજ કાઢ્યા પછી જ ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિએ વ્યાપારની કઈ લાઈન પકડવી તે નક્કી કરવું પડે છે.

૪. સંગઠનના સ્વરૂપની પસંદગી:-

અગાઉના પાઠોમાં તમે વ્યાપાર સંગઠનના વિવિધ સ્વરૂપો વિષે શીખી ગયા છો. હવે તમારે તમારી જરૂરિયાત મુજબ ઉત્તમ સ્વરૂપની પસંદગી કરવાની છે. સામાન્ય રીતે એક લઘુ વ્યાપાર એકમ પસંદ કરવું ઠીક રહેશે. જેમાં કેવળ એક જ વ્યક્તિની સંપૂર્ણ માલિકી અથવા ભાગીદારી પણ હોઈ શકે છે.



મોડ્યુલ - ૬
ઘંઘામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ

ઉદ્યમશીલતા (ઉદ્યોગ સાહસિકતા)

૫. ઘંઘાનું સ્થળ:-

વ્યવસાયનું સ્થળ પસંદ કરવામાં ખાસ તકેદારી રાખવી જોઈએ. ઉદ્યમશીલ વ્યક્તિ પોતાના સ્થળે અથવા ભાડાની જગ્યામાં વેપાર શરૂ કરી શકે. તે સ્થાન કોઈ બજાર, વાણિજ્ય સંકુલ કે ઔદ્યોગિક સ્થાનની નજીક હોઈ શકે. સ્થળ નક્કી કરતી વખતે વ્યાપાર શરૂ કરનારે કાચામાલના પૂરવઠાનાં, પ્રાપ્તિ સ્થાનો બજારની નજીકતા, મજૂરોની સુલભતા, પરિવહનની સગવડ, બેંકીંગ અને સંદેશા વ્યવહારની સુવિધાઓ જેવાં અનેક પાસાઓ લક્ષમાં લેવા જોઈએ. કારખાનું સ્થાપવા માટે એ સ્થળને પ્રથમ પસંદગી આપવી જોઈએ કે જે કાચામાલની પ્રાપ્તિના સ્થાનથી નજીક હોય અથવા રેલ્વે અને માર્ગ વાહન વ્યવહાર સાથે સાનુકૂળ રીતે જોડાયેલું હોય. છૂટક વેપાર રહેણાંક વિસ્તારની નજીક કે બજારના સ્થળે શરૂ કરવો જોઈએ.

૬. શ્રમીક / કામદારો / કર્મચારીઓની ઉપલબ્ધતા:-

ઉદ્યમશીલ માણસ જાતે જ એકલો વેપાર ચલાવી શકે નહીં. તેણે પોતાને સહાય કરવા માણસો રોકવા પડે. ખાસ કરીને વિનિર્માણ કાર્ય માટે પ્રશિક્ષિત અને અર્ધ પ્રશિક્ષિત માણસોની ભરતી કરવી જોઈએ. વ્યાપાર શરૂ કરતા પહેલા વેપારીએ તેમાં સંલગ્ન કાર્યો અને પ્રવૃત્તિઓ માટે યોગ્ય કામદારો મળશે કે કેમ તે તપાસ કરવી જોઈએ.



૨૦.૪ પાઠગત પ્રશ્નો

- નીચેના વિધાનો પૈકી કયા 'ખરાં' અને કયા 'ખોટા' છે
 - ફક્ત ધનવાન વ્યક્તિઓ જ વેપાર શરૂ કર શકે.
 - એક લઘુ ઉદ્યોગક એકમ ઉદ્યમી વ્યક્તિ પોતાની કે ભાડાની જગ્યામાં શરૂ કરી શકે.
 - ઉદ્યોગવીરે ગ્રાહકોથી ઘણું દુર વેપાર શરૂ કરવો જોઈએ.
 - લઘુ વ્યાપાર માટે ચાલુ મૂડી જરૂરી નથી.
 - ઉત્પાદનને બજારમાં વેચવા માટે વેચાણ વૃદ્ધિ પ્રયુક્તિનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ.
- વૈકલ્પિક પ્રશ્નો



તમે શું શીખ્યા?

- ઉદ્યમ સાહસિક એવી વ્યક્તિ છે જે વ્યાપાર માટેની તકો શોધવાની બાબતમાં સર્જનાત્મક અને નવસંશોધનાત્મક છે. તેનામાં જોખમ ઉઠાવવાની અને વ્યાપાર ચલાવવાની આવશ્યક અભિરૂચિ હોવી જોઈએ. આ પ્રક્રિયામાં તે પોતે જ વ્યસ્ત રહેતો નથી પણ અન્ય લોકો માટે પણ રોજગારનું સર્જન કરે છે.
-
- દરેક રાષ્ટ્રને આવા ઉદ્યમી વીરની જરૂર છે. કારણ કે તેઓનો દેશની વૃદ્ધિ અને આર્થિક વિકાસમાં મોટો ફાળો હોય છે.
- ઉદ્યોગ સાહસિકમાં પહેલ કરવી, જોખમ ઉઠાવવાની ઈચ્છા, અનુભવોમાંથી શીખવાની શક્તિ, સ્વયં-પ્રેરણા, આત્મવિશ્વાસ, સખત પરિશ્રમ અને યોગ્ય નિર્ણય લેવાની શક્તિ વગેરે ગુણો જોઈએ.
- ઉદ્યમશીલ લોકો વિવિધ વ્યાપારની તકોને ઓળખી લે છે. પોતાના વિચારોને કાર્યમાં પરિવર્તિત કરે છે. પોતાની યોજનાઓની સંભવિતતાનો અભ્યાસ કરે છે. સંસાધનો એકત્ર કરે છે. ઉદ્યોગક એકમો સ્થાપે છે અને વૃદ્ધિ અને ઉત્કૃષ્ટતા માટે હંમેશા તત્પર રહે છે.
- શિક્ષિત કે અશિક્ષિત વેપારી કુટુંબનો કે અન્ય કુટુંબનો ગ્રામ્ય વિસ્તારનો કે શહેરી વિસ્તારનો ગમે તે ઈન્સાન નાનું વ્યાપાર એકમ શરૂ કરી શકે. તેમાં માત્ર ઈચ્છાશક્તિ એ આત્મવિશ્વાસની જ જરૂર છે.
- નાનું વ્યાપારી એકમ સ્થાપવા માટે જરૂરી પૈસા પોતાના સંસાધનોમાંથી પ્રાપ્ત કરી શકાય, અથવા અન્ય પાસેથી ઉછીના લઈ શકાય અથવા બંને રીતે પ્રાપ્ત કરી શકાય. ઉપરાંત બેંકો અને અન્ય નાણાંકીય સંસ્થાઓ પાસેથી લોન પણ લઈ શકાય.
- એક નાનું વ્યાપાર એકમ સફળતા પૂર્વક ચલાવવા માટે તમે કોઈ એક ઉત્પાદન અથવા ઉત્પાદનોના સંમિશ્રણની પણ પસંદગી કરી શકો. માત્ર એ ધ્યાન રાખવું કે બજારમાં તેની માંગ હોવી જોઈએ.



પાઠાંત પ્રશ્નો

૧. ઉદ્યમશીલતનો ખ્યાલ સમજાવો.
૨. ઉદ્યમશીલની કોઈપણ ત્રણ લાક્ષણિકતાઓ જણાવો.
૩. ઉદ્યમશીલ બનવાનું મહત્વ સમજાવો.

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ

મોડ્યુલ - ૬
ધંધામાં કારકિર્દી
બનાવવાની તકો



નોંધ

ઉદ્યમશીલતા (ઉદ્યોગ સાહસિકતા)

૪. સફળ ઉદ્યોગ સાહસિકના કોઈપણ ત્રણ ગુણો વર્ણવો.
૫. અભિપ્રેરણા કેવી રીતે સફળતાની ચાવી છે તે સમજાવો.
૬. ઉદ્યમશીલનાં વિભિન્ન કાર્યો સમજાવો.
૭. એક બોલપેનનું ઉત્પાદન કરવા માટે એક લઘુઉદ્યોગની સ્થાપના કરતી વખતે તમે કયા પાસાંઓ ગણતરીમાં લેશો ?



પાઠગત પ્રશ્નોના જવાબ

૨૦.૧

- (૧) ખરું (૨) ખોટું (૩) ખરું (૪) ખોટું (૫) ખરું
(૬) ખરું

૨૦.૨

- (૧) ખરું (૨) ખરું (૩) ખોટું (૪) ખરું

૨૦.૩

જાતે જવાબ આપો

૨૦.૪

૧.

- (૧) ખોટું (૨) ખરું (૩) ખોટું (૪) ખોટું (૫) ખરું

૨.

- (૧) ઘ (૨) ક (૩) ઘ (૪) ઘ (૫) ઘ



જાતે કરો.

- નજીકના નાના ઉદ્યોગસ્થળની મુલાકાત લઈ તેનું કાર્ય નિહાળો.
- તમારા વિસ્તારના કોઈ ઉદ્યમશીલને મળો અને તેની સફળતાના રહસ્યની ચર્ચા કરો.

મોડ્યુલ – ૭

મહત્તમ માર્ક

૦૦

અભ્યાસના કલાક

૩૦

પ્રાયોગિક અને અહેવાલ (લેખન)

વિદ્યાર્થીએ આખરે તો સ્વ-રોજગાર કે નોકરી કરતા વ્યક્તિઓ સાથે સંપર્કમાં રહી કરવું. કાર્ય સ્થળની સફળતાનો આધાર તેમણે કેવી રીતે યોજના બદલ અને આવડતથી પોતાની ફરજ બજાવી છે. તેના પર રહ્યો છે. આ મોડ્યુલ વિદ્યાર્થીને માટે એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવેલ છે કે તેમની યુક્તિઓનો ઉપયોગ કેસ સ્ટડી કરીને પ્રોજેક્ટ વર્ક પૂરું કરી શકે. તે અપેક્ષી છે કે અહેવાલ કાર્ય વિદ્યાર્થીઓને એવી રીતે વિકસિત બનાવે કે તે વાણિજ્યના – ધંધાના વિવિધ પાસાઓ સમજે અને તેમના જીવનમાં અર્થપૂર્ણ બને.



નોંધ

પ્રોજેક્ટ વર્ક ધંધાના અભ્યાસની સભાનતા માટે સૈદ્ધાંતિક સ્વ-અધ્યયન

વાણિજ્યના અભ્યાસ કરતા વિદ્યાર્થીઓમાં ધંધાના સ્વરૂપમાં સમાયેલી તમામ વિભાવનાઓની સમજનો વિકાસ થાય અને તેમના જીવનમાં આ વિષયનું જ્ઞાન અમુલ્ય બને તે ઉદ્દેશની અપેક્ષા સાથે પ્રોજેક્ટ વર્ક આપવામાં આવે છે.

પ્રોજેક્ટ:-

- તમારી આસપાસ રોજી – રોટી મેળવતા કોઈ પણ પાંચ સજ્જનોની મુલાકાત લઈ તેમના રોજી – રોટી મેળવવાની આર્થિક પ્રવૃત્તિઓનું ધંધાકીય પ્રવૃત્તિ, વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિ અને નોકરી (રોજગારી)-ની પ્રવૃત્તિમાં વર્ગીકરણ કરો.

અનુ. નં.	સાહસ ચલાવતા સજ્જનનું નામ – સરનામું	ઉત્પાદન કે સેવાનું નામ	ધંધો – વ્યવસાય નોકરી
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			

નીચેના મુદ્દાઓને ધ્યાનમાં રાખીને આથિ ક પ્રવૃત્તિઓ જેવી કે ધંધો, વ્યવસાય એન રોજગારી (નોકરીનું) તુલનાત્મક મુલ્યાંકન કરો.

આધાર અર્થ	ધંધો	વ્યવસાય	રોજગારી (નોકરી)
સ્થાપના અને સંચાલનની			
આચાર સંહિતા			
નિયમો અને શરતો			

મોડ્યુલ - ૭
પ્રાયોગિક અને અહેવાલ
(લેખન)



નોંધ

પ્રોજેક્ટ વર્ક ધંધાના અભ્યાસની સભાનતા માટે સૈદ્ધાંતિક સ્વ-અધ્યયન

વળતર			
જોખમ			

૨. કોઈપણ પાંચ દૂકાનદારની કે ધંધાથી ની મુલાકાત લઈ નીચેના મુદ્દાઓની ચર્ચા કરી આપેલ પત્રકમાં તેમની સાથે થયેલ વાતચીતનો અહેવાલ તૈયાર કરો.
- અ. તેઓ કયા પ્રકારની વસ્તુ કે સેવા પૂરી પાડવા સાથે જોડાયેલા છે.
- બ. તેમના મૂડી રોકાણના સ્ત્રોતો જેવા કે જમીન, શ્રમ અને નાણાં.
- ક. નફો મેળવવા ઉદ્ભવતા જોખમો અને અનિશ્ચિતતાના પ્રશ્નો.
- નીચેના પત્રકમાં તમારો અહેવાલ આપો.

અનુ. નં.	સાહસ - ધંધો ચલાવતા વ્યક્તિનું નામ સરનામું	સંસાધનોની માત્રા			જોખમો અને અનિશ્ચિતતા
		જમીન (ચોરસ મીટર)	કામદારોની સંખ્યા	મૂડી રોકાણ (રૂ.)	
૧.					
૨.					
૩.					
૪.					
૫.					

૩. ભારતમાં આયાત અને નિકાસ થતી સૌથી અગત્યની વસ્તુઓની માહિતી સામાયિકો, વર્તમાન પત્રો કે પુસ્તકોનો અભ્યાસ કરી જણાવો. તેમજ ઓછામાં ઓછા પાંચ બંદરોનો ઉપયોગ જે આયાત અને નિકાસ માટે થાય છે તેની માહિતી પણ નીચેના પત્રકમાં આપો.

આયાત થતી વસ્તુઓ

અનુ. નં.	આયાત થતી ચીજ - વસ્તુઓ	આયાતકાર પેઠીનું નામ	આયાત કરેલ દેશનું નામ	આયાત કરવા ઉપયોગમાં લેવાયેલ ભારતના બંદરનું નામ
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				



નોંધ

નિકાસ થતી વસ્તુઓ

અનુ. નં.	નિકાસ થતી ચીજ - વસ્તુઓ	નિકાસ પેઢીનું નામ	નિકાસ થતી હોય દેશનું નામ	નિકાસ કરવા ઉપયોગમાં લેવાયેલ ભારતના બંદરનું નામ
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

૪. તમારા વિસ્તારના કેટલા દુકાનદાર કે ધંધાથી ઓની મુલાકાત લઈ તેમનો ધંધાકીય સાહસ ચલાવવાના હેતુઓ કયા છે? તેની માહિતી આપેલા પત્રમાં તમે આ વિષયના સંદર્ભમાં અભ્યાસ કરી, ધંધાના હેતુઓ પ્રમાણે વર્ગીકરણ કરો.

અનુ. નં.	ધંધાકીય એકમનું નામ અને સરનામું	હેતુઓ	હેતુઓના પ્રકારો આર્થિક હેતુ - વ્યક્તિ કે સમાજ ઉપયોગી / રાષ્ટ્રીય કે વિશ્વ ઉપયોગી હેતુ
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			
૬.			
૭.			

૫. તમારા વિસ્તારના કોઈ પણ પાંચ ધંધાકીય પ્રવૃત્તિ કરતા ધંધાથી ઓની મુલાકાત લો અને તેનું વર્ગીકરણ ઉદ્યોગ કે વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિ પ્રમાણે કરો. આ ઉપરાંત ઉદ્યોગને પ્રાથમિક, સેકન્ડરી કે આનુષંગિક ઉદ્યોગ પ્રમાણે નીચેના પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે તૈયાર કરો.

અનુ. નં.	ધંધાથીનું નામ અને સરનામું	ધંધાકીય પ્રવૃત્તિનું સ્વરૂપ	ઔદ્યોગિક કે વાણિજ્ય	ઉદ્યોગના સંદર્ભમાં પ્રકાર
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

મોડ્યુલ - ૭
પ્રાયોગિક અને અહેવાલ
(લેખન)



નોંધ

પ્રોજેક્ટ વર્ક ધંધાના અભ્યાસની સભાનતા માટે સૈદ્ધાંતિક સ્વ-અધ્યયન

૬. તમારા વિસ્તારની નજીક આવેલા બજારની મુલાકાત લઈ જુદા જુદા પ્રકારની પાંચ દુકાનોની માહિતી મેળવો. ઓછામાં ઓછી ચાર દુકાનો જે માત્ર એક જ વ્યક્તિની માલિકીની છે તેમને પુછો કે તેમને આ દુકાન ચલાવતા કયા કયા પ્રશ્નો કે મુશ્કેલીઓનો સામનો કરવો પડે છે તેની માહિતી નીચેના પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે આપો.

અનુ. નં.	ધંધાર્થી નું નામ અને સરનામું	દુકાનમાં વેચાતી વસ્તુઓના નામ	એક જ કે સંયુક્ત માલિકી	એક જ માલિક હોય તેને સહન કરવા પડતા પ્રશ્નો મુશ્કેલીઓ.

૭. તૈયાર પેકેટમાં ઉપલબ્ધ કોઈ પણ પાંચ દૈનિક ઉપયોગમાં લેવાતી વસ્તુઓ એકત્રીત કરી તેમના ઉત્પાદકોના નામ (કંપની) જણાવો. અને વર્ગીકરણ કરો કે આ કંપની ખાનગી કે જાહેર કંપની છે. અને આમાંથી કઈ કંપનીઓ બહુ રાષ્ટ્રીય (વિદેશી) કંપનીઓ છે. તે નીચે આપેલ પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે જણાવો.

અનુ. નં.	પેકેટમાં રહેલ વસ્તુનું નામ	ઉત્પાદન કરતી વસ્તુનું નામ	ખાનગી કે જાહેર કંપની	વિદેશી કંપની સામે ✓ ટીક કરો.
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

૮. તમારા નજીકના કોઈ પણ પાંચ વેપારીઓનો સંપર્ક કરી માહિતી મેળવો કે તેમના માલના પરિવહન માટે કયા પ્રકારના વાહન વ્યવહારનો ઉપયોગ કરે છે? અને શા માટે? આ વાહન વ્યવહારના માર્ગનો ઉપયોગ કરવાથી તેમને થતા લાભ અને ગેરલાભ નીચેના પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે રજૂ કરો.

અનુ. નં.	વેપારી પેઢીનું નામ	વેચાણ થતી વસ્તુ	વાહન વ્યવહારનો પ્રકાર	આ લાભ પ્રકારના	આ લાભ પ્રકારના
૧.					
૨.					
૩.					
૪.					
૫.					

૯. કોઈ પણ પાંચ એવી વસ્તુઓની માહિતી એકત્ર કરો કે જેનું ઉત્પાદન સમગ્ર વર્ષ દરમિયાન થતુ હોય અને તેનો વપરાશ માત્ર અમુક ઋતુગત (સિઝનેબલ) હોય અને એવી બીજી કોઈ પણ પાંચ વસ્તુઓની માહિતી એકત્ર કરો કે જેનું ઉત્પાદન માત્ર અમુક ઋતુમાં જ હોય પરંતુ તેની વપરાશ સમગ્ર વર્ષ વરમિયાન હોય. આ માહિતી નીચેના પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે રજૂ કરો.

સમગ્ર વર્ષ દરમિયાન ઉત્પાદન થતી હોય પરં અમુક ચોક્કસ ઋતુમાં જ ઉપયોગ થતી હોય તેવી વસ્તુઓની વિગત

અનુ. નં.	વસ્તુઓની વિગત	ઉત્પાદન થયેલ તે મહિનો	જે મહિનામાં ઉપયોગ લેવાઈ હોય તે
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			

અમુક ઋતુમાં જ ઉત્પાદન થતી હોય તેવી વસ્તુઓની વિગત (ઉપર મુજબ) પરંતુ સમગ્રવર્ષ દરમિયાન ઉપયોગ થતી હોય.

૧૦. તમારા વિસ્તારના કોઈ પણ પાંચ વૈયક્તિક માલિકી ધરાવતા વેપારીની મુલાકાત લઈ તેમને પૂછો કે શું તમે આ એક જ માલિકીની પેઢી ભાગીદારી પેઢીમાં રૂપાંતર કરવા ઈચ્છો છો? તેમણે આપેલ પ્રત્યુત્તરને નીચે આપેલા પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે રજૂ કરો.

વેપારીઓની યાદી

અનુ. નં.	વૈયક્તિક માલિકીનું નામ અને સરનામું	વૈયક્તિક માલિકનું નામ	ભાગીદારી પેઢીમાં રૂપાંતર કરવાના કારણો
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			

ભાગીદારી પેઢીમાં રૂપાંતર ન કરવા ઈચ્છતા વૈયક્તિક (એકાકી) વેપારીઓની યાદી

અનુ. નં.	વૈયક્તિક માલિકીનું નામ અને સરનામું	વૈયક્તિક માલિકનું નામ	ભાગીદારી પેઢીમાં ન ફેરફાર કરવાના કારણો
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			



મોડ્યુલ - ૭
પ્રાયોગિક અને અહેવાલ
(લેખન)



નોંધ

પ્રોજેક્ટ વર્ક ઘંઘાના અભ્યાસની સભાનતા માટે સૈદ્ધાંતિક સ્વ-અધ્યયન

૧૧. તમારા નજીકના વિસ્તાર કે ગામડાની મુલાકાત લઈ કાર્યરત એવી સહકારી મંડળીની મુલાકાત લઈ નીચેના મુદ્દાઓના સંદર્ભમાં આપેલ પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે મેળવેલી વિગતો રજૂ કરો.

- સહકારી મંડળીનો ઉદ્દેશ કયો છે?
- સહકારી મંડળીના સભ્યો કોણ - કોણ છે?
- આ સહકારી મંડળીઓ કઈ કઈ પ્રવૃત્તિઓ કરે છે?
- આ સહકારી મંડળી તેના સંચાલનમાં કોઈ મુશ્કેલીઓ અનુભવે છે કે કેમ? તે જણાવો.

તમારો અહેવાલ નીચેના પત્રકમાં રજૂ કરો.

અનુ. નં.	સહકારી મંડળીનું નામ	મંડળીનો હેતુ	સભ્ય સંખ્યા	મુખ્ય પ્રવૃત્તિઓ	સંચાલન કરતા પડતી મુશ્કેલીઓ
૧.					
૨.					
૩.					
૪.					
૫.					

૧૨. તમારા વિસ્તારમાં કાર્યરત એવી બેન્કોની પ્રત્યક્ષ મુલાકાત લઈ તેમના કાર્ય કરવાને આધારે વર્ગીકરણ કરો. નીચેના પત્રકમાં તમે મેળવેલી માહિતી દર્શાવો અને વાણિજ્ય બેન્કના કાર્યો જણાવો.

અનુ. નં.	બેન્કનું નામ	શાખા	મુખ્ય કાર્ય	બેન્કનો પ્રકાર રાષ્ટ્રીય, ખાનગી, ગ્રામિણ કે સહકારી બેન્ક
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

૧૩. તમારા વિસ્તારની સૌથી નજીક આવેલી બેન્કની પ્રત્યક્ષ મુલાકાત લઈ તેમાં લોકોએ ખોલાવેલા ખાતાની પ્રકારના સંદર્ભમાં નીચેના પત્રક સ્વરૂપમાં અહેવાલ આપો.



નોંધ

અનુ. નં.	ખાતાનો પ્રકાર	ખાતુ ખોલાવવા જરૂર પડતી ઓછામાં ઓછી રકમ	વ્યાજનો દર	પાકતી મુદતનો સમય જો હોય તો	યોગ્યતા
૧.	બચત ખાતુ				
૨.	ચાલુ ખાતુ				
૩.	રિકરીંગ ખાતુ				
૪.	બાંધી મુદતની થાપણ ખાતુ				
૫.	પબ્લીક પોવિફન્ડ ફંડનું ખાતુ				

૧૪. તમારા વિસ્તારના વેપારીઓની મુલાકાત લઈ તેમના વેપારમાં ઉદ્ભવતા જોખમો સામે આર્થિક વળતર મેળવવા ઉતારેલ વીમાની માહિતી મેળવો. તેમાંથી ઓછામાં ઓછા પાંચ દુકાનદારોની માહિતી કે જેમાં દુકાનદારોના નામ, સરનામા, આરક્ષિત વીમાનો લાભ નીચેના પત્રક સ્વરૂપમાં દર્શાવો.

અનુ. નં.	વેપારીનું નામ અને સરનામું	ઉતારાવેલ વીમાનો પ્રકાર	પોલીસીનું નામ	વીમા કંપનીનું નામ
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

૧૫. વર્તમાન પત્રનો અભ્યાસ કરી તેમાં આવેલી જાહેરાતો અને અહેવાલમાંથી ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો (મેઈલ ઓર્ડર) દ્વારા ઉત્પાદનોના વેચાણની માહિતી મેળવો. અને આવી ટપાલ વ્યવહારી દુકાનના લાભ અને ગેરલાભ નીચે આપેલ પરિપત્રમાં અહેવાલ સ્વરૂપે રજૂ કરો.

અનુ. નં.	જાહેરાત આપનારનું નામ અને સરનામું	ઉત્પાદન	બ્રાન્ડ	ઓર્ડર મોલવાની પદ્ધતિ (પત્ર - ટેલીફોન - SMS કે E-mail)
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

મોડ્યુલ - ૭
પ્રાયોગિક અને અહેવાલ
(લેખન)



નોંધ

પ્રોજેક્ટ વર્ક ધંધાના અભ્યાસની સભાનતા માટે સૈદ્ધાંતિક સ્વ-અધ્યયન

ટપાલ વ્યવહારી દુકાનોના લાભ અને ગેરલાભ મુદ્દાસર જણાવો.

૧૬. તમારા દૈનિક જીવનમાં ઉપયોગમાં લેવાતી ચીજ વસ્તુઓની યાદી બનાવો. એક ગ્રાહક તરીકે તમે આ ખરીદતા સમયે કોઈ મુશ્કેલીઓનો સમનો કરો છો? ગ્રાહકના હક્ક - અધિકારોનો અભ્યાસ કરી નીચેના પત્રકમાં વર્ણવો.

અનુ. નં.	વસ્તુ કે સેવાનું નામ	ઉત્પાદન કર્તાનું નામ	સમસ્યાઓ	ગ્રાહકના અધિકાર
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

૧૭. પાંચ ભારતીય એવી કંપનીઓની યાદી બનાવો કે જે વિદેશી કંપનીઓ સાથે જોડાઈને સંયુક્ત સાહસ બની છે. આવા સાહસો સાથે જોડાવાથી કયા ખાસ પ્રકારના ફાયદાઓ થાય છે. તેનો અહેવાલ નીચેના પત્રકમાં તૈયાર કરો.

અનુ. નં.	ભારતીય કંપનીનું નામ	વિદેશી કંપનીનું નામ	દેશનું નામ	ઉત્પાદન
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

વિદેશ સહયોગથી બનતા સંયુક્ત સાહસને થતા લાભ મુદ્દાસર જણાવો.

૧૮. વર્તમાન પત્રો, સામાયિકો અને ધંધાકીય અહેવાલનો અભ્યાસ કરી એવી પાંચ કંપનીઓની યાદી બનાવો જે સામાજિક જવાબદારી અસરકારક રીતે અદા કરે છે. અને એવી પાંચ કંપનીઓની યાદી બનાવો જે સામાજિક જવાબદારી અદા કરવામાં નિષ્ફળ ગઈ છે.

સામાજિક જવાબદારી અદા કરતી કંપનીઓ.

અનુ. નં.	કંપનીનું નામ	સામાજિક પ્રવૃત્તિઓ	સામાજિક જવાબદારીનું નામ
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			



નોંધ

સામાજિક જવાદારી અદા ન કરતી કંપનીઓની યાદી

અનુ. નં.	કંપનીનું નામ	સામાજિક જવાબદારીઓનો અભાવ	સમાજ પ્રત્યે બેજવાબદાર
૧.			
૨.			
૩.			
૪.			
૫.			

૧૯. ઉત્પાદકો દ્વારા વેચાણ વૃદ્ધિ માટે વર્તમાન પત્રો, સામાયિકો કે અન્ય રીતે કરવામાં આવેલી વિવિધ યોજનાનો અભ્યાસ કરી નીચેના પત્રકમાં અહેવાલ સ્વરૂપે રજૂ કરો.

અનુ. નં.	ઉત્પાદકનું નામ	ઉત્પાદિત વસ્તુ બ્રાન્ડ સાથે	યોજના	વેચાણ વૃદ્ધિ યોજનાનું નામ
૧.				
૨.				
૩.				
૪.				
૫.				

૨૦. આપેલા પત્રકમાં નાણાના પ્રાપ્તિ સ્થાનોનો તુલનાત્મક અભ્યાસ અહેવાલ સ્વરૂપે રજૂ કરો.

અનુ. નં.	તુલનાઓનો આધાર	ઈકિવટી શેર	B બેંચસ	બેન્કમાંથી લોન	જાહેર થાપણો
૧.	સરળ ઉપલબ્ધ				
૨.	પડતર				
૩.	સંસ્થાનું સ્વરૂપ				
૪.	અંકુશ - નિયમન				
૫.	શાન પર થતી અસર				
૬.	તરલતા - પરિવર્તનશીલ				
૭.	કરવેરાના લાભ				

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

(વ્યવસાય અધ્યયન)

માધ્યમિક અભ્યાસક્રમ

૧. પ્રસ્તાવના:—

આપણે બધા એક બૃહદ અને સંકુલ ધંધાકીય વાતાવરણમાં જીવન પસાર કરી રહ્યા છીએ. આપણે ગરીબ હોઈએ કે ધનિક પરંતુ ધંધાકીય પ્રવૃત્તિઓ આપણું દૈનિક જીવન સરળ અને સુખમય બનાવી રહ્યાં છે. ખાસ કરીને આપણી જરૂરિયાતો પૂરી પાડીને અને જીવન ધોરણની ગુણવત્તા વધારીને આણે ભૂતકાળમાં થતી આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ અને વર્તમાનની આર્થિક પ્રવૃત્તિઓની સાપેક્ષ સરખામણી અનુભવી શકીએ છીએ. વર્તમાનની આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજી નેમજ માહિતી સંચારની ક્રાંતિને કારણે ખૂબ ઝડપથી પરિવર્તનશીલ પામે છે. આધુનિક ઉત્પાદન પદ્ધતિ અને નવિન વિતરણ વ્યવસ્થાને કારણે આજે વિશ્વ એ એક આર્થિક એકમનું ઘટક બનેલ છે. આજે એક દેશમાં ઉત્પન્ન થયેલ વસ્તુ અને સેવાઓ ત્વરીત બીજા દેશોમાં પ્રાપ્ય બને છે. વૈજ્ઞાનિક સંચાલન, ઉચ્ચતમ માહિતી સંચાર અને સંદેશાવ્યવહાર, ઝડપી નાણાંકીય વ્યવસ્થા તેમજ જોખમો સામે વીમાનું સુરક્ષા કવચ જેવી આધુનિક સેવાઓની ઉપલબ્ધતાને કારણે આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ ચરમશીમાએ વિકાસ પામી રહી છે. આથી જ આપણને સતત અશર કરતી આ ધંધાકીય પ્રવૃત્તિઓનો અભ્યાસ કરતા વ્યક્તિઓને આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ અને આર્થિક પર્યાવરણના અભ્યાસથી સજાગ રહેવું જોઈએ. વૈશ્વિક ધંધાકીય માહિતીની પ્રાથમિક – પાયાની જાણકારી હોવી એ આજે અનિવાર્ય ગણાય છે. માધ્યમિક કક્ષાએ વ્યવસાય અધ્યયનનો અભ્યાસક્રમ વધુ ઉપયોગી બનશે જ.

૨. હેતુઓ:—

માધ્યમિક કક્ષાએ અભ્યાસ કરતા વિદ્યાર્થીઓને વ્યવસાય અધ્યયનનો અભ્યાસ અનેક રીતે હેતુલક્ષી

૧. આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ અને ધંધાની સામાજિક જવાબદારીઓનો અર્થ સ્વરૂપ અને અવકાશનું જ્ઞાન સમજી શકાશે.
૨. ઉદ્યોગ અને વાણિજ્યમાં આર્થિક પદ્ધતિઓનું વર્ગીકરણ સમજી, ભવિષ્યમાં ધંધાની સ્થાપના માટે નિર્ણય લેવામાં માર્ગદર્શન બની શકે.
૩. વેપારને ઉપયોગી આનુષંગિક સેવાઓ જેવી કે વખાર, વાહન વ્યવહાર, સંદેશા વ્યવહાર, ટપાલ વ્યવહાર, બેન્ક અને વીમા સેવાઓનું મહત્વ – ઉપયોગિતા જાણી શકશે.
૪. આધુનિક અર્થ વ્યવસ્થાની નવી સંકલ્પનાઓ જેવી કે ઈલેક્ટ્રોનિક બેન્કીંગ, બી.પી.ઓ., કે.પી.ઓ. વગેરે સમજી શકશે.
૫. વિતરણના માર્ગોના પ્રકાર ઉપરાંત છૂટક વેપારનું સ્વરૂપ સમજી શકશે.
૬. જાહેરાતો, વેચાણ વૃદ્ધિ અને પ્રત્યક્ષ વેચાણનું મહત્વ સમજી શકશે.
૭. ગ્રાહક સુરક્ષા અને ગ્રાહક ઝઘડા નિવારણની અગત્યતા જાણી શકશે.
૮. સ્વ-રોજગારીનું મહત્વ અને કારકિર્દી ઘડતર માટે આવશ્યક ગુણો અને કૌશલ્યો સમજી શકશે.
૯. પ્રોજેક્ટ વર્ક(અહેવાલ) તૈયાર કરવાના ગુણો પ્રત્યક્ષ કેસ સ્ટડીથી મેળવી શકશે.

૩. અભ્યાસક્રમ:—

ધંધાકીય માળખાનો અભ્યાસ સાત મોડ્યુલ્સમાં વિભાજીત કરેલ છે.

મોડ્યુલ્સ	શીર્ષક	ગુણાંકન	કલાક
૧.	ધંધાકીય પ્રવૃત્તિની પૂર્વભૂમિકા	૧૨	૨૫
૨.	ધંધાકીય સંસ્થાના સ્વરૂપો	૧૫	૩૫
૩.	સેવાક્ષેત્ર	૨૫	૪૫
૪.	ખરીદ – વેચાણ અને વિતરણ	૨૦	૪૫
૫.	ગ્રાહક જાગૃતિ	૧૬	૩૫
૬.	વાણિજ્યક્ષેત્રે કારકિર્દી	૧૨	૨૫
૭.	પ્રાયોગિક કાર્ય અને પ્રોજેક્ટ કાર્ય	૦૦	૩૦
	કુલ	૧૦૦	૨૪૦

૪. મુલ્યાંકન:—

આ વિષયના ગુણનું મુલ્યાંકન, આંતરિક ગુણાંકન જેમાં તમે મેળવેલા ટ્યુટર માર્કડ એસાઈમેન્ટ અને બાહ્ય ગુણાંકન પ્રેક્ટીકલ સાથે કરવામાં આવશે. વર્ષમાં બે વાર વાર્ષિક કે બાહ્ય પરીક્ષા લેવામાં આવશે. જેના મહિના એપ્રિલ અને ઓક્ટોબર હશે. ટ્યુટર માર્કડ એસાઈમેન્ટને શૈક્ષણિક સાધન તરીકે વણવામાં આવે છે. TMA વિદ્યાર્થીઓ તેમના અભ્યાસની પ્રગતિ અને પરીક્ષાની સારી પૂર્વ તૈયારી તરીકે ઉપયોગી થશે. TMA ના ગુણ માર્કશીટમાં અલગ બતાવવામાં આવશે. અને જાહેર પરીક્ષાના સર્વગ્રાહી ગ્રેડ પદ્ધતિમાં ગણવામાં આશે નહીં. મોડ્યુલ ૭ જે પ્રોજેક્ટ વર્ક છે તે પરીક્ષાના એક ભાગ તરીકે ગણવામાં ન આવતા માત્ર વિદ્યાર્થીના ધંધાકીય પદ્ધતિઓના જ્ઞાનમાં વધારો થવાનો હેતુ છે. મુલ્યાંકનની આ બે પદ્ધતિઓ ઉપરાંત સઘન અને સતત સ્વ-અધ્યયનના સાધન તરીકે પાઠગત પ્રશ્નો, સત્રાંત સ્વાધ્યાય વગેરે પ્રત્યેક પાઠના અંતે આપવામાં આવ્યા છે.

૫. અભ્યાસક્રમનું વિવરણ:—

૫.૧ વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિની પૂર્વભૂમિકા ૧૨ ગુણ ૨૫ કલાક:—

આપણે આર્થિક પર્યાવરણમાં જીવંત છીએ. આર્થિક પર્યાવરણ એ સમાજનું અવિભાજ્ય અંગ છે. બૃહદ્ આર્થિક પ્રવૃત્તિના માળખાને કારણે આપણે આપણી વિવિધ જરૂરિયાતો જેવી કે વૈવિધ્ય સભર ચીજ વસ્તુઓ અને સેવાઓ સંતોષી શકીએ છીએ. આ મોડ્યુલ એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવ્યું કે જેમાં અભ્યાસ કરનાર વિદ્યાર્થી વિશ્વના વાણિજ્યથી સજાગ બને, તેનું મહત્વ સમજી શકે, હેતુઓ જાણી શકે, વાણિજ્ય પ્રવૃત્તિના જુદા જુદા પ્રકારની સમજ મેળવી શકે અને આ ઉપરાંત નવ વિકસિત વિભાવતા જેવી કે ઈ-કોમર્સ અને ધંધાની સાથે જોડાયેલા વિવિધ સામાજિક પક્ષકારો પ્રત્યેની જવાબદારીઓ જાણી શકે.

૫.૧.૧ ધંધાકીય પ્રવૃત્તિની પ્રસ્તાવના:—

૧. ધંધાનું સ્વરૂપ અને અવકાશ:—

૨. માનવ પ્રવૃત્તિઓ:— આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ અને બિન આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ.
૩. આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ:— ધંધો, વ્યવસાય, સ્વ-રોજગારી
૪. ધંધો:— અર્થ, લક્ષણો, મહત્વ હેતુઓ જેમાં આર્થિક, સામાજિક, માનવ આધારિત, રાષ્ટ્રીય અને વૈશ્વિક હેતુઓ.
૫. ધંધાની સામાજિક જવાબદારી:— અર્થ, વિવિધ હિત ધરાવતા પક્ષકારો પ્રત્યેની જવાબદારી.
૬. પ્રદુષિત વાતાવરણમાં ધંધાની ભૂમિકા.

૫.૧.૨ ઉદ્યોગ – વાણિજ્ય

૧. ધંધાની પ્રવૃત્તિઓનું વર્ગીકરણ, ઉદ્યોગ અને વાણિજ્ય.
૨. ઉદ્યોગ અને તેના પ્રકારો.
૩. વાણિજ્ય, વેપાર અને તેની આનુષંગિક સેવાઓ.

૫.૨ વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપો ૧૫ ગુણ ૩૫ કલાક

ધંધાના કદ, માલિકી હક અને સંચાલકિય જરૂરિયાતોને આધીન ધંધાકીય માળખાના પ્રકાર છે. આ મોડયુલના અભ્યાસ બાદ વિદ્યાર્થી ધંધાકીય સાહસનો અર્થ, પ્રકાર અને વિવિધ સ્વરૂપો જેવાકે વૈયક્તિક માલિકી, ભાગીદારી પેઢી, હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબની પેઢી અને જોઈન્ટ સ્ટોક કંપની (સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની) વગેરેનું જ્ઞાન મેળવી શકશે.

૫.૨.૧ વૈયક્તિક માલિકી, ભાગીદારી પેઢી અને હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબની પેઢી

૧. વૈયક્તિક (એકાકી) માલિકી:— અર્થ, લક્ષણો, લાભ અને ગેરલાભ.
૨. ભાગીદારી પેઢી:— અર્થ, લક્ષણો, લાભ અને ગેરલાભ, મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારીની સમજ.
૩. હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબની પેઢી:— અર્થ, લક્ષણો, લાભ અને ગેરલાભ.

૫.૨.૨ સહકારી મંડળી અને સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની.

૧. સહકારી મંડળી:— અર્થ, પ્રકાર.
૨. સહકારી મંડળીના લાભ – ગેરલાભ.
૩. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની:— અર્થ, લક્ષણો, પ્રકાર – જાહેર કંપની, પ્રાઈવેટ (ખાનગી) કંપની, સરકારી કંપની, બહુરાષ્ટ્રીય કંપની.

૫.૩ સેવાના ક્ષેત્ર ૨૫ ગુણ ૪૫ કલાક

આજનું વાણિજ્ય જટિલ અને સેન્સીટીવ બની ગયું છે. વાણિજ્યની સફળતાનો આધાર જુદા જુદા પ્રકારની આનુષંગિક સેવાઓ જેવી કે વાહન વ્યવહાર, વખાર, માહિતી સંચાર, ટપાલ વ્યવહાર, બેન્કીંગ, વીમો અને આઉટ સોર્સિંગ (BPO) વગેરે પર નિર્ભર છે. વાણિજ્યની આ સેવાઓ વિશાળ પાયા પર પથરાયેલ હોય સમગ્ર વિશ્વની આર્થિક પ્રવૃત્તિઓને ગતિશીલ શાખી વિકાસની નવી દિશાઓ સર્જી શકે છે. આ મોડયુલ આનુષંગિક સેવાઓનો અલૌકિક વિકાસ સમજાવી શકે છે.

૫.૩.૧ વાહન વ્યવહારની સેવા

૧. વાહન વ્યવહાર:— અર્થ, મહત્વ.

૨. વાહન વ્યવહારની પદ્ધતિઓ:— રેલ્વે, રસ્તા, જળમાર્ગ અને હવાઈ માર્ગ — લક્ષણો, લાભ અને ગેરલાભ.

૫.૩.૨ વખારની સેવાઓ

૧. વખારની સેવાનો અર્થ અને આવશ્યકતા.
૨. વખારના પ્રકારો.
૩. આદર્શ વખારના લક્ષણો.
૪. વખારના કાર્યો.
૫. વખારના લાભ.

૫.૩.૩ માહિતી સંચારની સેવા.

૧. અર્થ અને મહત્વ.
૨. માહિતી સંચારના પ્રકારો, ઔપચારિક અને અનૌપચારિક.
૩. માહિતી સંચારના માધ્યમો:— પત્રો, ટેલિફોન, ટેલિગ્રાફ, ટેલી પ્રીન્ટર, ટેલી કોન્ફરન્સીંગ, ફેક્સ, ઈન્ટરનેટ.
૪. માહિતી સંચારના અવરોધ.

૫.૩.૪ ટપાલ વ્યવહારની સેવા અને કુરિયર સેવાઓ

૧. ટપાલ વ્યવહારનો અર્થ અને સ્વરૂપ.
૨. પોસ્ટ ઓફિસ દ્વારા મળતી સેવાઓ.
૩. ટપાલની સેવાઓ નિપૂણતા.
૪. ટપાલીન સેવા માટેનો ખર્ચ.
૫. ટપાલની સેવાઓનું મહત્વ.
૬. ખાનગી કુરિયર સેવાઓ.

૫.૩.૫ બેન્કની સેવાઓ

૧. બેન્કનો અર્થ અને ફાળો.
૨. બેન્કના પ્રકાર.
૩. વાણિજ્ય બેન્કના કાર્યો.
૪. મધ્યસ્થ બેન્ક
૫. બેન્કના જમા ખાતા — પ્રકારો.
૬. બચત ખાતા ખોલવા અને કાર્યરત રાખવા.
૭. ઈ — બેન્કીંગ.

૫.૩.૬ વીમો

૧. ધંધાકીય જોખમો.
૨. વીમાનો અર્થ અને મહત્વ.
૩. વીમાના પ્રકારો – જીંદગીનો વીમો, સામાન્ય વીમો – આગનો વીમો, દરિયાઈ વીમા અને અન્ય પ્રકારો
૪. વીમાના સિદ્ધાંતો.

૫.૩.૭ આઉટ સોર્સિંગ

૧. બી.પી.ઓ. (B.P.O.) અર્થ અને મહત્વ.
૨. કે.પી.ઓ. (K.P.O.) અર્થ અને મહત્વ.

૫.૪ ખરીદ – વેચાણ અને વિતરણ ૨૦ ગુણ ૪૫ કલાક

વર્તમાન વૈશ્વિક બજારમાં જથ્થાબંધ ઉત્પાદનને કારણે અસરકારક વિતરણ માર્ગો અપનાવવા પડે. આધુનિક ટેકનોલોજીના કારણે વેચાણ અને વિતરણ ક્ષેત્રે વિવિધ પદ્ધતિઓમાં આમુલ ક્રાંતિ આવેલ છે. અને વિશ્વ એક બજાર બન્યું છે. આજે એક દેશમાં ઉત્પન્ન થયેલ વસ્તુ અને સેવાઓ ત્વરીત બીજા રાષ્ટ્રોમાં ઉપલબ્ધ બને છે. આ મોડ્યુલ એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવ્યું છે કે વિદ્યાર્થીઓ ધંધાકીય જગતમાં વસ્તુ અને સેવાના ખરીદ – વેચાણ અને વિતરણની પ્રક્રિયા સમજી શકે. જાહેરાત અને વેચાણ વૃદ્ધિની વિવિધ પદ્ધતિઓ અપનાવી શકે.

૫.૪.૧ ખરીદ અને વેચાણ:—

૧. ખરીદ – વેચાણનો અર્થ.
૨. રોકડ અને શાખના વ્યવહારો.
૩. ખરીદ અને વેચાણમાં ઉપયોગી દસ્તાવેજો. ભાવપત્રક, વરદી (ઓર્ડર), ભરતિયું, કેશ મેમો, ડિલિવરી ચલન.
૪. નાણાં ચૂકવણીની રીત: રોકડ ચૂકવણી, હપ્તા ખરીદ પદ્ધતિ, શાખ મુદત પર ચૂકવણી.

૫.૪.૨ વિતરણના માર્ગો:—

૧. વિતરણના માર્ગોનો અર્થ.
૨. પ્રત્યક્ષ અને પરોક્ષ વિતરણ માર્ગ.
૩. વિતરણના માર્ગમાં જથ્થાબંધ વેપારી અને છૂટક વેણારીની અનિવાર્યતા.

૫.૪.૩ છૂટક વેપાર

૧. છૂટક વેપારના પ્રકાર, નાની દુકાનો, મોટી દુકાનો.
૨. વિશાળ દુકાનોનું સ્વરૂપ – ખાતાવાળી દુકાનો, સુપર માર્કેટ, વૈવિધ્ય સભર દુકાનો, મોલ્સ, શો-રૂમ વગેરે.
૩. અસંગ્રહિત છૂટક માર્ગ, ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો, સ્વયં સંચાલીત વેન્ડીંગ મશીન ઈન્ટરનેટ દ્વારા વેચાણ.

૫.૪.૪ જાહેરાત:—

૧. જાહેરાતનો અર્થ અને મહત્વ.

૨. જાહેરાતના માધ્યમો.

૫.૪.૫ વેચાણ વૃદ્ધિ અને વ્યક્તિગત વેચાણ:—

૧. વેચાણ વૃદ્ધિ: અર્થ અને મહત્વ.
૨. વેચાણ વૃદ્ધિના સાધનો.
૩. વ્યક્તિગત વેચાણ: અર્થ અને મહત્વ.
૪. આદર્શ સેલ્સમેનની ગુણવત્તા.

૫.૫ ગ્રાહક જાગૃતિ

૧૬ ગુણ

૩૫ કલાક

ગ્રાહક તુષ્ટિગુણ એજ પ્રત્યેક ધંધાનો એક માત્ર લક્ષ્ય છે. તેમ છતાં અનેક રીતે ગ્રાહક વેપારીના શોષણનો શિકાર બને છે. ક્યારેક ઉચી કિંમતે નીચી ગુણવત્તાવાળો માલ ગ્રાહકને વેચવામાં આવે છે. આનું મુખ્ય કારણ ઘણાં ગ્રાહકો પોતાને મળેલા હક્ક અને જવાબદારીથી અજ્ઞાન હોય છે. આજ કારણે અભ્યાસના આ મોડ્યુલ એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવ્યું છે કે વિદ્યાર્થી ગ્રાહક સુરક્ષાના કાયદા અન્વયે પોતાના અધિકારો, જવાબદારીઓ અને ગ્રાહક સુરક્ષા અંગે વિવિધ જોગવાઈઓ સમગ્રી ઉપયોગ કરી શકે.

૫.૫.૧ ગ્રાહકના – અધિકારો અને જવાબદારીઓ:—

૧. ગ્રાહકનો અર્થ.
૨. ગ્રાહકના હક્ક.
૩. ગ્રાહકની જવાબદારીઓ.

૫.૫.૨ ગ્રાહક સુરક્ષા:—

૧. અર્થ અને જરૂરિયાત.
૨. ગ્રાહકને સહન કરવ પડતા પ્રશ્નો.
૩. ગ્રાહક સુરક્ષાના પગલા.
૪. કાયદાકિય ગ્રાહક સુરક્ષા.
૫. ગ્રાહક સુરક્ષા મંડળો અને ગ્રાહક ઝઘડા નિવારણ સંસ્થાઓ.

૫.૬ ધંધામાં કારકીર્દી બનાવવાની તકો

૧૨ ગુણ

૨૫ કલાક

પ્રત્યેક વ્યક્તિએ અમુક ઉંમરે જીવન નિર્વાહ માટે યોગ્ય કારકીર્દીની પસંદગી કરવી જ પડે છે. ધંધાકીય વિશાળ ક્ષેત્ર આર્થિક કમાણીની રોજગારી બંને રીતે સ્વ-રોજગારી અને નોકરી દ્વારા આવકની વિશાળ તક પૂરી પાડે છે. આપણા રાષ્ટ્રના વિકાસ કરવા અને બેરોજગારી દૂર કરવા સ્વ-રોજગારી એ શ્રેષ્ઠ માધ્યમ ગણાય છે. આ મોડ્યુલ વિદ્યાર્થીઓને રોજગારી અને સ્વરોજગારી મેળવવાનો દ્રષ્ટિપાત કરાવે અને શ્રમ દ્વારા વિશ્વમાં પોતાનું સ્થાન બનાવે તે રીતે તૈયાર કરેલ છે.

૫.૬.૧ કારકીર્દીની પસંદગી:—

૧. કારકીર્દીનો અર્થ અને મહત્વ.
૨. સફળ સાહસિકના ગુણધર્મો.

૩. સાહસિકના (પ્રવર્તક) કાર્યો.

૪. નાનું ધંધાકીય સાહસની સ્થાપના.

૫.૭ પ્રાયોગિક અને અહેવાલ (લેખન)

૦૦ ગુણ

૩૦ કલાક

૧. વાણિજ્ય ના અભ્યાસ માટે પ્રયોગિક કાર્ય.

વિદ્યાર્થીએ આખરે તો સ્વ-રોજગાર કે નોકરી કરતા વ્યક્તિઓ સાથે સંપર્કમાં રહી કરવું. કાર્ય સ્થળની સફળતાનો આધાર તેમણે કેવી રીતે યોજના બદ્ધ અને આવડતથી પોતાની ફરજ બજાવી છે. તેના પર રહ્યો છે. આ મોડ્યુલ વિદ્યાર્થીને માટે એવી રીતે તૈયાર કરવામાં આવેલ છે કે તેમની યુક્તિઓનો ઉપયોગ કેસ સ્ટડી કરીને પ્રોજેક્ટ વર્ક પૂરું કરી શકે. તે અપેક્ષી છે કે અહેવાલ કાર્ય વિદ્યાર્થીઓને એવી રીતે વિકસિત બનાવે કે તે વાણિજ્યના – ધંધાના વિવિધ પાસાઓ સમજે અને તેમના જીવનમાં અર્થપૂર્ણ બને.

વાણિજ્ય વ્યવસ્થા

(વ્યવસાય અધ્યયન)

માધ્યમિક અભ્યાસક્રમ

તમે જાણો છો કે અમે ૨૦૧૨-૨૦૧૩ના વર્ષથી અમલમાં આવનારા વાણિજ્ય અધ્યયનના અભ્યાસક્રમમાં સંશોધન કાર્ય કરી જરૂરી ફેરફારો કર્યા છે. નવા અભ્યાસક્રમ માટે નવું પાઠ્ય પુસ્તક તૈયાર કરેલ છે. પરિણામે પરીક્ષા પદ્ધતિ અને પ્રશ્નપત્રના માળખામાં પણ જરૂરી ફેરફારો થયા છે. પાઠ્ય પુસ્તકના છેલ્લા ભાગમાં પ્રશ્નપત્રની રૂપરેખા તેમજ નમૂનાનું પ્રશ્નપત્ર અને ગુણ પ્રદાન યોજના પણ આપી છે. પ્રશ્નપત્રના નમૂનામાંથી તમને પ્રશ્નોના પ્રકાર, પ્રશ્નોની સંખ્યા તેમજ દરેક પ્રશ્નને ફાળવેલા ગુણ ઉપરાંત દરેક મોડ્યુલને ફાળવેલ ગુણ વગેરે વિશે માર્ગદર્શન મળી શકશે. આ નમૂનાના પ્રશ્નપત્રમાં આપવામાં આવેલ પ્રશ્નોનું સ્વરૂપ, પ્રશ્નોની સંખ્યા, પ્રશ્નોના ગુણ વાર્ષિક પરીક્ષાના પ્રશ્નપત્ર જેવા જ હશે. દા. ત. તમને બહુ વિકલ્પ હેતુલક્ષી ૧૦ પ્રશ્નો પુછવામાં આવશે. જેનો પ્રત્યેકનો ૧ ગુણ હશે. પાંચ (૫) પ્રશ્નો અતિટુંકા જવાબી હશે, જેના પ્રત્યેકના ૩ ગુણ હશે. પાંચ (૫) પ્રશ્નો ટુંકા હશે, જેના પ્રત્યેકના ૪ ગુણ હશે. પાંચ (૫) લાંબા જવાબી પ્રશ્નો હશે, જેના પ્રત્યેકના ૫ ગુણ હશે અને છેલ્લે પાંચ (૫) પ્રશ્નો નિબંધાત્મક (વિસ્તૃત) જવાબી હશે, જેના પ્રત્યેકના ૬ ગુણ રહેશે. આમ, તમને ૩૦ પ્રશ્નો અને ૧૦૦ ગુણ મળશે.

નમૂનાના પ્રશ્ન પત્ર સાથે ગુણ પ્રદાન યોજના પણ આપવામાં આવી છે. તેમાં પ્રશ્નોના જવાબો વિગતવાર આપ્યા છે. આ નમૂનાની ઉત્તરવહી આપવાનો ઉદ્દેશ એ જ છે કે તમે પણ આ જ રીતે પ્રશ્નોના ગુણાંકને આધારે જવાબ ટુંકમાં કે લંબાણ પૂર્વક લખી શકો. આમાં મૂલ્યાંકન બિંદુ અનુસાર દરેક જવાબ દીઠ ગુણ વિભાજન પણ આપવામાં આવ્યું છે. અમને આશા છે કે આ ગુણ પ્રદાન યોજના તમારો અભ્યાસક્રમ પરિપૂર્ણ કરવા ઉપયોગી થશે. તેમ છતાં તમને કોઈ બાબતની મુંજવણ હોય તો મુક્ત મને NIOS નો સંપર્ક કરી શકો છો.

પ્રશ્ન પત્રનું માળખું

વિષય: વાણિજ્ય અધ્યયન
ગુણ: ૧૦૦

ધોરણ: ૧૦
સમય: ૩ કલાક

૧. હેતુલક્ષી ગુણ ભારાંક

હેતુઓ	ગુણ	કુલ ગુણના ટકા %
જ્ઞાન	૩૦	૩૦ %
સમજશક્તિ	૫૦	૫૦ %
ઉપયોગિતા	૨૦	૨૦ %
	૧૦૦	૧૦૦ %

૨. પ્રશ્નના પ્રકાર પ્રમાણે ગુણ ભારાંક

પ્રશ્નોના પ્રકાર	પ્રશ્નોની સંખ્યા	પ્રત્યેક પ્રશ્નના ગુણ	કુલ ગુણ	વિદ્યાર્થી ને ઉત્તર લખતાં લાગતો અપેક્ષિત સમય
બહુ વિકલ્પ પ્રશ્નો	૧૦	૧	૧૦	૧૦ મિનિટ
બહુ ટૂંક જવાબી પ્રશ્નો	૦૫	૩	૧૫	૨૫ મિનિટ
ટૂંક જવાબી પ્રશ્નો	૦૫	૪	૨૦	૩૦ મિનિટ
લાંબા જવાબી પ્રશ્નો	૦૫	૫	૨૫	૫૦ મિનિટ
વિસ્તૃત જવાબી પ્રશ્નો	૦૫	૬	૩૦	૫૦ મિનિટ
	૩૦		૧૦૦	૧૬૫ + ૧૫ = ૧૮૦

૩. વિષયવસ્તુ આધારિત ગુણ ભારાંક

	મોડ્યુલ્સ	ગુણ
૧.	વાણિજ્યનો પરિચય	૧૨
૨.	ધંધાકીય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપો	૧૫
૩.	સેવાના ક્ષેત્રો	૨૫
૪.	ખરીદ, વેચાણ અને વિતરણ	૨૦
૫.	ગ્રાહક જાગૃતિ	૧૬
૬.	વાણિજ્યમાં કારકીદી ની તકો	૧૨
૭.	પ્રોજેક્ટ વક	૦૦

નમૂનાનું પ્રશ્ન પત્ર વાણિજ્ય અધ્યયન (માધ્યમિક અભ્યાસક્રમ)

સમય: ૩ કલાક

ગુણ: ૧૦૦

બધા પ્રશ્નોના જવાબ આપો.

૧. નીચેનામાંનું કયું લક્ષણ હિન્દુ અવિભક્ત કુટુંબની પેઢી (HUF) માં જોવા મળતું નથી? (૧)
 - અ. જન્મજાત સભ્યપદ
 - બ. કર્તાની અમર્યાદિત જવાબદારી
 - ક. મૃત્યુની કોઈ અસર નહીં.
 - ડ. સૌથી વધુ ઉંમરની વ્યક્તિ કર્તા
૨. જાહેર કંપનીમાં ઓછામાં ઓછા અભ્યની સંખ્યા. (૧)
 - અ. ૧૦
 - બ. ૦૨
 - ક. ૫૦
 - ડ. ૦૭
૩. ગ્રાહક સહકારી મંડળીની સ્થાપનાનો હેતુ. (૧)
 - અ. સભ્યોને ઘર આપવા
 - બ. વસ્તુઓનું વેચાણની સુવિધા માટે
 - ક. ગ્રાહકના હિતનું રક્ષણ કરવા
 - ડ. સભ્યોને નાણાંકિય સહાય કરવા.
૪. નીચેનાનું કયું કાર્ય વખારનું નથી? (૧)
 - અ. માલ સામાનનો સંગ્રહ
 - બ. જોખમ ઉઠાવવું
 - ક. જાહેરાત
 - ડ. પ્રમાણીકરણ અને છાપ
૫. કઈ બેન્ક વિશિષ્ટ બેન્કનું ઉદાહરણ છે? (૧)
 - અ. રાજ્યની સહકારી બેન્કો
 - બ. આયાત – નિકાર બેન્ક
 - ક. વિકાસકૃત બેન્ક
 - ડ. મધ્યસ્થ બેન્ક
૬. સંભવિત ખરીદનારે વેચનાર પાસેથી માલની વિગતો જાણવા કયા પ્રકારનો પત્ર લખશે. (૧)
 - અ. ભાવપત્રકનો પત્ર
 - બ. પુછપરછના પત્રો
 - ક. વરદી – ઓર્ડરના પત્ર
 - ડ. ફરિયાદના પત્રો
૭. વેચાણની કઈ પદ્ધતિમાં હપ્તાથી ચુકવણી કરવામાં આવે છે? (૧)
 - અ. ટેન્ડરથી કરેલ વેચાણ
 - બ. ભાડે ખરીદ પદ્ધતિમાં
 - ક. હરાજી પદ્ધતિમાં
 - ડ. વોશ સેલ્સ (Wash Sales)
૮. ગ્રાહક સુરક્ષાના કયા અધિકાર અન્વયે ગ્રાહક નુકશાન પામેલ વસ્તુના બદલામાં નવી વસ્તુ કે પૈસા પાછા મેળવી શકે? (૧)
 - અ. સુરક્ષાનો અધિકાર
 - બ. ઝંઘડા નિવારણનો હેતુ
 - ક. પસંદગીનો હેતુ
 - ડ. પ્રત્યુત્તરનો હક્ક

૯. કારકીર્દીના આયોજનમાં સમાવેશ થાય છે. (૧)
- અ. પોતાનો ધંધો શરૂ કરવો.
- બ. કારકીર્દીની હકારાત્મક અને નકારાત્મક પાસાઓ વિચારવા.
- ક. નોકરીમાં જોડાવવું
- ડ. કારકીર્દી સાથે અનુકુલન સાધવું
૧૦. ધંધાકીય એકમ અને સાહસની પસંદગી કરતા પહેલા ખાસ ખ્યાલ રાખવો જોઈએ. (૧)
- અ. નફાકારતા બ. જોખમો
- ક. નફો ડ. ઉપરના બધા જ.
૧૧. શા માટે ધંધાએ સામાજિક જવાબદારી અદા કરવી જોઈએ? કોઈ પણ ત્રણ કારણો આપો. (૩)
૧૨. વ્યવસાયના કોઈ પણ ત્રણ લક્ષણો જણાવો. (૩)
૧૩. વાણિજ્ય વ્યવસ્થાના સ્વરૂપ. ભાગીદારી પેઠીના લક્ષણો જણાવો. (૩)
૧૪. નીચેની ખરીદીની પદ્ધતિઓ સમજાવો. (૩)
- અ. નિરીક્ષણ દ્વારા ખરીદી. બ. નમુનાને આધારે ખરીદી.
૧૫. “ટપાલ સેવા પત્ર વ્યવહારની, નાણાંકીય અને વિમાની સેવાઓ આપે છે. આ સેવાઓ ઉપરાંત પણ કેટલીક વધારાની સેવાઓ પૂરી પાડે છે.” આ વિધાન બીજી ત્રણ સેવાઓ જણાવી ટુંકમાં સમજાવો. (૩)
૧૬. સંયુક્ત હિસ્સાવાળી કંપની એટલે શું? તેના ત્રણ લક્ષણો જણાવો. (૪)
૧૭. નીચેના વિમાના સિદ્ધાંતો સમજાવો. (૪)
- અ. વિમા યોગ્ય હિત બ. સંપૂર્ણ ભરોસાનો સિદ્ધાંત
૧૮. ખાતાવાળી દુકાનના બે લાભ અને એ ગેરલાભ જણાવો. (૪)
૧૯. ગ્રાહકો વેપારીઓ દ્વારા જુદી જુદી રીતે છેતરાય છે. કોઈ પણ ચાર રીત કે જેમાં ગેરવ્યાજબી રીતે છેતરપીંડીનો ગ્રાહક ભોગ બને છે. (૪)
૨૦. સ્વ-રોજગારી અને વેતનયુક્ત રોજગારી (નોકરી) વચ્ચે કયો તફાવત છે? તફાવતના કોઈ પણ ચાર મુદ્દા આપો. (૪)
૨૧. રાષ્ટ્રના અર્થતંત્રની ગતિશિલતામાં બેન્કનો ફાળો સમજાવો. (૫)
૨૨. મર્યાદિત જવાબદારીવાળી ભાગીદારી ટુંકમાં સમજાવી હોઈ પણ ત્રણ લક્ષણો જણાવો. (૫)
૨૩. ધંધાકીય પ્રક્રિયા આઉટ સોર્સિંગ (BPO) સમજાવી તેના ત્રણ લાભ જણાવો. (૫)
૨૪. જથ્થાબંધ વેપારીના કોઈ પણ પાંચ કાર્યો જણાવો. (૫)
૨૫. આપણા દેશમાં ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદા હેઠળ ગ્રાહક ઝઘડા નિવારણ અદાલતિય અધિકારક્ષેત્ર સમજાવો. (૫)
૨૬. શું માત્ર નફાખોરી જ ધંધાનો એક માત્ર ઉદ્દેશ છે? સમજાવો. (૬)
૨૭. “આખરે માહિતી સંચાર એ માનવીય પ્રકૃતિ છે, આથી વ્યવહારમાં ક્યારેક તેનાથી અસંતોષ – ગેરસમજ ઉદભવે છે” આ વિધાનની યથા તતા માહિતી સંચારના અવરોધો સાથે ચર્ચા કરો. (૬)

૨૮. “જાહેરાતોના માધ્યોમોની પસંદગી ઉત્પાદન અને જાહેરાતોના સ્વરૂપ સાથે સંબંધ કર્તા હોવી જોઈએ” વિધાન સમજાવો. (૬)
૨૯. હક્ક અને ફરજ એક સિક્કાની બે બાજુ છે – આ વિધાન ગ્રાહકની વિવિધ જવાબદારીઓના સંદર્ભમાં સમજાવો. (૬)
૩૦. ઔદ્યોગિક નવસાહસિક (પ્રવર્તક) – ધંધાના સ્થાપક એટલે શું? સફળ સ્થાપક (ઉદ્યોગપતિ)માં રહેલ સારા ગુણો વર્ણવો. (૬)

ગુણ પ્રદાન યોજના
વાણિજ્ય અધ્યયન
(માધ્યમિક અભ્યાસક્રમ)

પ્રશ્ન નંબર	સાચા વિકલ્પ	ગુણ
૧.	ડ.	(૧)
૨.	બ.	(૧)
૩.	ક.	(૧)
૪.	ક.	(૧)
૫.	બ.	(૧)
૬.	બ.	(૧)
૭.	બ.	(૧)
૮.	બ.	(૧)
૯.	બ.	(૧)
૧૦.	ડ.	(૧)

૧૧. ઘંઘાએ સામાજિક જવાબદારી ચોક્કસ અદા કરવી જોઈએ.

૧. જાહેર પ્રતિબિંબ (સમાજનું અવિભાજ્ય અંગ)
૨. સરકારી નિયંત્રણો
૩. સ્થિરતા અને વિકાસ
૪. કારદારોમાં સંતોષ
૫. ગ્રાહકની જાગૃતતા

(૧ x ૩ = ૩)

૧૨. વ્યવસાયના લક્ષણો. (ગમે તે ત્રણ ટુંકમાં સમજાવો)

૧. એ એક વ્યવસાય છે.
૨. વિશિષ્ટ જ્ઞાન અને ઘનિષ્ટ તાલિમની જરૂરિયાત
૩. પ્રાથમિક હેતુ સેવા પૂરી પાડવાનો છે.
૪. વ્યવસાયિક સંગઠનો દ્વારા આચાર સંહિતા.

(૧ x ૩ = ૩)

૧૩. ભાગીદારી પેઠીના લક્ષણો. (ગમે તે ત્રણ ટુંકમાં સમજાવો.)

૧. બે કે તેથી વધારે સભ્ય.
૨. કરારજન્ય સંબંધ.
૩. ધારાકિય નિયંત્રણ.
૪. નફાની વહેંચણી.
૫. અમર્યાદિત જવાબદારી
૬. સૈદ્ધાંતિ પ્રતિનિધિત્વ.

$$(૧ \times ૩ = ૩)$$

૧૪. જાત નિરીક્ષણ દ્વારા ખરીદી:— જ્યારે તમે કોઈ શર્ટ, પેન, કે શાકભાજી ખરીદવા જાવ છો ત્યારે તમે શું કરો છો? ત્યારે તમે તે શર્ટ કે પેન કે શાકભાજી ખરીદવા જાતે જ નજીકની દુકાનમાં જઈને જાત તપાસ કરીને ખરીદો છો. સૌથી વધુ વ્યવહારમાં મુકાતી તપાસ કરીને ખરીદો”ની પદ્ધતિ છે. આ પદ્ધતિમાં ખરીદનાર જાતે વેચનારના સ્થળે જાય છે અને જાત નિરીક્ષણ કર્યા બાદ જ ખરીદવાનો નિર્ણય લે છે. છૂટક ખરીદીમાં આ જ પદ્ધતિનો મહદ્ અંશે ઉપયોગ થાય છે.

નમૂનાને આધારે ખરીદી:— જ્યારે તમે કોઈ વસ્તુ મોટા જથ્થામાં ખરીદવા ઈચ્છતા હોય ત્યારે પ્રત્યેક એકમોની જાત તપાસ કરવી મુશ્કેલ છે. ત્યારે તમે તેના કેટલાક નમૂના કે જાતની તપાસ કરી ખરીદવાનો નિર્ણય લો છો. સેમ્પલ એ ખરીદવાના માલનો એક નમૂનો છે, ચોક્કસ કાચા માલનો નમૂનો કે ખાદ્ય સામગ્રીનો નમૂનો. જે જથ્થાબંધ માલનું પ્રતિબિંબ છે. આ નમૂનાની ગુણવત્તા સમગ્ર માલની ગુણવત્તા દર્શાવે છે. આ જ રીતે કોઈ જાત કે ભાગતો નમૂનો જે સમગ્ર વસ્તુની છાપ કે જાત બતાવે છે. દા. ત. કાપડનો ટુકડો, તારની સાદડીઓ વગેરે. જે શેડ, ટેક્સરનો નમૂનો છે. ક્યારેક નમૂનાના કોડ વર્ડ (સાંકેતિક ભાષા) પણ આપેલ હોય છે. આ સાંકેતિક ભાષાનો ઉપયોગ જથ્થાબંધ ખરીદી વખતે કરવામાં આવે છે. આ પદ્ધતિમાં બન્ને પક્ષકારો સંમત થાય છે કે ખરીદનાર બતાવેલ નમૂના કે જાત પ્રમાણેનો માલ ખરીદશે. અને વેચનાર બતાવેલ નમૂના કે જાત પ્રમાણેનો માલ વેચશે.

$$(૧ \frac{૧}{૨} \times ૨ = ૩)$$

૧૫. ટપાલ વ્યવહારની સેવાઓ (ટુંકમાં સમજૂતિ સાથે)

૧. વીમાની સેવા
૨. અન્ય સેવાઓ.

$$(૧ \frac{૧}{૨} \times ૨ = ૩)$$

૧૬. કંપની એ કાયદા સર્જિત કૃત્રિમ વ્યક્તિ છે. જેને કાયદાથી અલગ વ્યક્તિત્વ મળેલ છે. જેનો ચોક્કસ હેતુ અને સામાન્ય મહોર હોય છે. જોઈન્ટ સ્ટોક કંપનીના લક્ષણો (ગમે તે ત્રણ ટુંકમાં સમજાવો)

૧. કૃત્રિમ કાયદાકિય વ્યક્તિ.
૨. કાયદાકિય અલગ વ્યક્તિત્વ.
૩. ચોક્કસ હેતુ
૪. મર્યાદિત જવાબદારી
૫. સામાન્ય મહોર

$$(૧ + ૩ = ૪)$$

૧૭.

- અ. વીમાયોગ્ય હિત:- વસ્તુમાં રહેલ નાણાંકિય કે સામાજિક હિતને વીમાયોગ્ય હિત કહે છે.
- બ. નુકશાન વળતરનો સિદ્ધાંત:- વીમાની સેવા એ નફો કમાવી આપવાનું માધ્યમ નથી. પરંતુ ખરેખર જે વીમા વસ્તુને નુકશાન થાય છે તે નુકશાન ભરપાઈ કરી આપવાનું જ કાર્ય કરે છે.

(૨ + ૨ = ૪)

૧૮. વૈવિધ્ય સભર દુકાનના લાભ:-

૧. સસરળ ઓળખ
૨. મધ્યશિઓમાંથી મુક્તિ
૩. મોટા પાયા પર કરકસર
૪. નીચી વેચાણ કિંમત

વૈવિધ્ય સભર દુકાનોની મર્યાદાઓ:-

૧. મર્યાદિત પસંદગી.
૨. શાખનો અભાવ.
૩. ભાવતાલ કરવાનો અભાવ.
૪. પ્રોત્સાહનનો અભાવ.

(૧ x ૪ = ૪)

૧૯. ગેરવ્યાજબી રીતો ગ્રાહકને છેતરવાની ટુંકમાં સમજાવવી.

- ૧.
૨. બગડેલી - નીચી ગુણવત્તાવાળી વસ્તુઓનું વેચાણ.
૩. ખોટા માપ અને વજનનો ઉપયોગ.
૪. ડુપ્લીકેટ (નકલી) માલનું વેચાણ.
૫. જાહેરાતોનો ઓટો દુષપ્રચાર (ભરમાવો).
૬. વેચાણમાં મતભેદ.
૭. ગેરમાર્ગે દોરનારી જાહેરાતો.

(૧ x ૪ = ૪)

૨૦ વેતનયુક્ત રોજગારી અને સ્વરોજગારી વચ્ચેનો તફાવત:-

અનુ.નં.	તફાવતના મુદ્દાઓ	સ્વ-રોજગારી	વેતનયુક્ત રોજગારી
૧.	સ્વરૂપ	પોતાની માલિકીની જ આર્થિક પ્રવૃત્તિમાં સક્રિય.	કરાર અનુસાર માલિકની પ્રવૃત્તિમાં સક્રિય.
૨.	દરજ્જો	આ પદ્ધતિમાં માલિક એ જ નોકરી રાખનાર અને નોકરી કરનાર હોય શકે છે.	આ પદ્ધતિમાં નોકર અને માલિકનો દરજ્જો બને છે.

૩.	આવક – વળતર	આવક અનિશ્ચિત છે જે માલિકથી કૂનેહ ને આભારી છે.	આવક નિશ્ચિત છે અને જો માલિક ઈચ્છે તો વધી શકે છે.
૪.	જોખમો	હંમેશ જોખમ રહેલ છે અને આવક ઘટવાની શક્યતા છે.	જોખમ નહિવત છે. જો નોકર કામ ચાલુ રાખે તો આવક નિશ્ચિત છે.

(૧ x ૪ = ૪)

૨૧. રાષ્ટ્રીય અર્થતંત્રમાં બેન્કનો ફાળો (ગમે તે પાંચ મુદ્દા)

- લોકોનામાં બચતનો ગુણધર્મ વિકસાવી બચતો સ્વીકારી ઉદ્યોગો માટે વિશાળ ભંડોળ એકત્રીત કરે છે.
- જે થાપણદારો પાસે જરૂરિયાત કરતા વધુ થાપણો હોય તેમની પાસેથી થાપણો સ્વીકારી જરૂરિયાત મંદોને ધિરાણ કરી મધ્યસ્થિતિનું કાર્ય કરે છે.
- વાણિજ્ય વ્યવહારના ખર્ચ અને આવકની લેવડ – દેવડ માટે વિશાળ પાયા પર ચેકનો ઉપયોગ કરી ચલણી નાણાંની હેરફેર ટાળે છે.
- ધંધાર્થીઓને ટુંકા અને લાંબા ગાળાની નાણાંકીય જરૂરિયાતો સંતોષવા લોન – ધિરાણ આપે છે.
- આયાત – નિકારના ક્ષેત્રે આર્થિક વ્યવહારો કરવા.
- રાષ્ટ્રના સર્વાંગી વિકાસ માટે ખેડૂતોને ધિરાણ, નાના કદના એકમો કે સ્વ-રોજગાર કરતા એકમોને ધિરાણ આપી મોટા પાયા પરના ઔદ્યોગિક ગૃહોની નાણાંકીય જરૂરિયાતો સંતોષી અર્થતંત્રને સમતલ રાખે છે.
- રાષ્ટ્રના નાગરિકોનું જીવન – ધોરણ સુધારવા ભૌતિક સુખ સગવડના સાધનો ખરીદવા, મકાન ખરીદવા તેમજ વાહન વ્યવહારના સાધનો ખરીદવા લોન – ધિરાણ આપી મદદ કરે છે.

(૧ x ૫ = ૫)

૨૨. કોર્પોરેટ ધંધાકીય જગતમાં વ્યવસાયિક નિષ્ણાંત અને નવસાહસિકને પ્રોત્સાહન આપવા, કાર્યમાં ગતિશીલતા લાવવા, મેનેજરની કાર્યક્ષમતા વધારવા સભ્યને મર્યાદિત જવાબદારીની સુવિધા પૂરી પાડવામાં આવે છે. પેઢીમાં આંતરિક માળખામાં વ્યવસ્થા કરી સભ્યની દેવું ચુકવવાની જવાબદારી સિમિત હોય તેવા ભાગીદારને મર્યાદિત જવાબદારીવાળા ભાગીદાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

મર્યાદિત જવાબદારીવાળા ભાગીદારના કાયદા ૨૦૦૮ મુજબ આવા ભાગીદારના સૂચિત લક્ષણો:—

- મર્યાદિત જવાબદારીવાળો ભાગીદાર પેઢી સાથે જોડાયેલ છે પરંતુ પેઢીના ભાગીદારોની જવાબદારીથી મુક્ત છે.
- મર્યાદિત જવાબદારીવાળા ભાગીદારની સત્તા અને જવાબદારી નિશ્ચિત છે. અને આવા ભાગીદારની સક્રિયતા – સંચાલન કરાર આધારિત છે.
- મર્યાદિત જવાબદારીવાળા ભાગીદાર સાથે ઓછામાં ઓછા બે ભાગીદાર હોવા જોઈએ. અને આ બન્ને વ્યક્તિગત રીતે એક જવાબદારીવાળો ભાગીદાર અને એક ભારતિય નાગરિક હોવો જોઈએ.

(૨ + ૩ = ૫)

૨૩. ધંધાકીય એકમના અમુક કાર્ય જે એકમની અંદર જ કરવાને બદલે જયારે બહારના બીજા પક્ષકારને આ કાર્ય કરવાની જવાબદારી સોંપવામાં આવે ત્યારે તેને ધંધાકીય પ્રક્રિયાનું આઉટ સોર્સિંગ – Business Process Outsourcing (BPO) કહે છે.

BPO ના લાભ:—

- પડતર અંકુશ લાવવા.
- મુખ્ય ચાવીરૂપ કાર્યમાં ધ્યાન રાખવા.
- બહારના નિષ્ણાંતોનો લાભ લેવા.
- ગ્રાહકોની સતત બદલાતી જતી માંગ સંતોષવા.
- આવાક વૃદ્ધિ કરવા. (૨ + ૩ = ૫)

૨૪. જથ્થાબંધ વેપારના કાર્યો. (ગમે તે પાંચ ટુંકમાં સમજાવો)

- માલનું એકત્રીકરણ.
- માલનો સંગ્રહ.
- ધિરાણ – નાણાંકિય સુવિધા.
- જોખમો ઉઠાવવા.
- પ્રમાણીકરણ કરવું.
- કિંમત સ્થિરતા. (૧ x ૫ = ૫)

૨૫. આપણાં દેશમાં ગ્રાહક સુરક્ષા માટે ગ્રાહક અદાલતોના અધિકાર ક્ષેત્ર – કાર્યક્ષેત્ર નીચે મુજબ છે.

ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો ૧૯૮૬ હેઠળ ન્યાય પ્રણાલીની વ્યવસ્થા કરવામાં આવી છે. જેમાં ગ્રાહક અદાલતો જિલ્લા સ્તરે, રાજ્ય સ્તરે અને રાષ્ટ્ર સ્તરે કાર્યરત છે. આ અદાલતો જિલ્લા ફોરમ, રાજ્ય ગ્રાહક ઝઘડા નિવારણ કમીશન (રાજ્ય કમીશન) અને રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક ઝઘડા નિવારણ કમીશન (રાષ્ટ્રીય કમીશન) તરીકે ઓળખાય છે. ગ્રાહક વ્યક્તિગત રીતે કે ગ્રાહકોના સંગઠન પોતાની ફરિયાદ લેખિતમાં જિલ્લા, રાજ્ય કે રાષ્ટ્રીય સ્તરે વસ્તુની કિંમત અને મળવા પાત્ર વળતરને આધારે નોંધાવી શકે છે.

૨૦ લાખ રૂપિયા સુધીના માલ કે સેવાના મુલ્યની ફરિયાદ ગ્રાહકે જિલ્લા ફોરમમાં કરવાની હોય છે. રાજ્ય કમિશનની સત્તા ૨૦ લાખથી વધુ અને ૧ કરોડથી ઓછા મુલ્યની વસ્તુ કે સેવાની ફરિયાદનું નિવારણ કરવાનું હોય છે. રાજ્ય કમિશનનો એવી ફરિયાદોનું પણ નિરાકરણ કરવાનું છે જે જિલ્લા ફોરમમાં ન્યાયથી ગ્રાહક સંતુષ્ટ ન હોય.

રાષ્ટ્રીય કમીશને ૧ કરોડથી વધુ મુલ્યની ગ્રાહકોની ફરિયાદ ઉપરાંત રાજ્ય સ્તરે ગ્રાહકના ન ઉકેલાયેલી ફરિયાદોનો ન્યાય આપવાનો અધિકાર છે. રાષ્ટ્રીય કમીશનનો ન્યાય મહત્વકાંક્ષી ગ્રાહક ઉચ્ચ અદાલતમાં પડકારી શકે છે.

(૫)

૨૬. મહત્તમ નફો કમાવવાનો જ એક માત્ર ઉદ્દેશ ધંધાનો નથી પરંતુ આ સિવાય અનેક ઉદ્દેશો ધંધાના રહેલ છે. જે નીચે પ્રમાણે જણાવેલ છે.

૧. ગ્રાહકોનું સર્જન.
૨. નિયમિત પ્રોત્સાહનો – સંશોધનો.
૩. સંસાધનોનો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ.
૪. સારી ગુણવત્તાવાળો માલ કે સેવાનું ઉત્પાદન કરી પૂરવઠો પૂરો પાડવો.
૫. કામદારોની આર્થિક પરિસ્થિતિ સુધારવી. (૨ x ૩ = ૬)

૨૭. માહિતી સંચારના અવરોધક પરિબલો (કોઈ પણ છ ટુંકમાં સમજાવો.)

૧. માહિતીની અયોગ્ય રજૂઆત.
૨. સમજમાં અધુરપ.
૩. બેધ્યાન.
૪. અધુરી ધારણાઓ.
૫. માહિતીના વિનિમયની ખામી.
૬. પરસ્પર અવિશ્વાસ.
૭. દરજજો અને હોદ્દો.

(૧ x ૬ = ૬)

૨૮. જાહેરાતના માધ્યમો વર્તમાનપત્રો, રેડીઓ, ટેલીવીઝન વગેરેમાંથી યોગ્ય માધ્યમની પસંદગી માટે નીચેના દ્રષ્ટિબિંદુ ધ્યાનમાં રાખવા જોઈએ.

૧. ઉત્પાદીત વસ્તુ કે સેવાનું સ્વરૂપ.
૨. ગ્રાહકોનું સ્વરૂપ.
૩. જાહેરાતની પડતર (ખર્ચ).
૪. ઉપલબ્ધ જગ્યા અને સમય.

(૧ ૧/૨ x ૪ = ૬)

૨૯. ગ્રાહકની જવાબદારીઓ (ટુંકમાં સમજૂતિ સહિત)

૧. સ્વ - આધારિત જવાબદારી (મદદ માટે જાતે પહેલ કરવી).
૨. ખરીદીનો પૂરાવો.
૩. યોગ્ય દાવો.
૪. પ્રમાણિત પેદાશ અને સેવાઓ ખરીદવી.

(૧ ૧/૨ x ૪ = ૬)

૩૦. પ્રવર્તક (નવસાહસિક) નવા ધંધાની સ્થાપના કરે છે. કે જે ધંધાકીય તકોની શોધ કરી નાણાકીય અને ધંધાકીય સાધનો મેળવવાના પ્રયત્નને આર્થિક વસ્તુના ઉત્પાદનમાં રૂપાંતર કરે છે.

સફળ ઉદ્યોગપતિ (સાહસિક)ના માં નીચેના ગુણો હોવા જોઈએ.

૧. પ્રોત્સાહીત (ઉત્સાહ).
૨. જોખમ ઉઠાવવાની ખાત્રી.
૩. અનુભવમાંથી ઘડતર.
૪. પ્રેરણા.
૫. આત્મવિશ્વાસ.
૬. નિર્ણય લેવાની ક્ષમતા

(૨ + (૧ x ૪) = ૬)