

1. विक्रयकला

● प्रस्तावना:-

वर्तमान परिस्थितीत विक्रयकलेला महत्वाचे स्थान प्राप्त झालेले दिसून येते. 'विक्रयकला ही ग्राहकाला सेवा देणारी कला' (Salesmanship is the art of serving the customers) म्हणून ओळखली जाते. विक्रयकला आणि ग्राहकांची सेवा यांचे अतूट नाते असल्यामुळे 'सेवा' (Service) यावर अधिक भर दिला जातो. यशस्वी विक्रयकला ही यशस्वी व्यवसायाची गुरुकिल्ली मानली जाते. सर्व कलांमधील एक जुनी कला म्हणजे विक्रयकला होय. 'विक्रयकला' ही मानवी इतिहासाइतकीच जुनी आहे.

विक्रयकलेचा उगम व विकास एकदम झालेला नाही. तो हळूहळू व टप्प्याटप्प्यातून विकसित झालेला दिसून येतो. विक्रयकलेच्या विकासात प्रथम व्यापाराचा, नंतर विक्रेत्याचा व त्याचबरोबर विक्रयकलेतील अंगभूत वैशिष्ट्यांचा विचार करणे आवश्यक ठरते.

उत्पादक, घाऊक व्यापारी, किरकोळ व्यापारी आणि व्यापारी अभिकर्ते व्यावसायिक क्षेत्रात वावरताना वेळोवेळी विक्रयकलेचा पुरेपूर वापर करताना आढळून येतात. प्रत्यक्ष ग्राहक संपर्क ज्या-ज्या वेळी येतो किंवा येण्याची शक्यता निर्माण होते त्या-त्या वेळी ग्राहकाला यशस्वीरीत्या हाताळण्यासाठी 'विक्रयकला' हे महत्वाचे अस्त्र आधुनिक व्यापारात वापरल्याचे दिसून येते. आधुनिक व्यवसायाच्या गतिमान विकासात विक्रयकला (Salesmanship) ही महत्वाची भूमिका बजावित असते.

● अर्थ :-

‘विक्रयकला म्हणजे वस्तूंची खरेदी करण्यासाठी ग्राहकाचे मन वळविण्याची कला होय.’

ग्राहकाच्या मनात असलेली वस्तू खरेदी करण्याची इच्छा अधिक प्रबळ करणे व आपल्या वस्तूबद्दलचे महत्त्व ग्राहकाला मनोमन पटवून देणे म्हणजे विक्रयकला होय. विक्रयकलेत विक्रेत्याच्या कौशल्याला महत्वाचे स्थान असून त्या कौशल्यावरच विक्रयकलेचे यश बऱ्याच प्रमाणात अवलंबून असते.

● व्याख्या:-

1. श्री. विल्यम कार्टर

“विक्रयकला म्हणजे लोकांना वस्तू विकत घेण्यास प्रवृत्त करण्याचा प्रयत्न होय.”

2. श्री .आर. एस. होसडल

“ वस्तूंचा आर्थिक विनिमय घडवून आणण्यासाठी विक्रेत्याने वापरलेली कला म्हणजे विक्रयकला होय.”

3. श्री. डी. ई. ब्रेनेन

“मानवी गरजा समजावून घेणे व त्या पूर्ण करण्यासाठी मार्ग सुचविण्याचे शास्त्र म्हणजे विक्रयकला होय.”

- **विक्रयकलेची वैशिष्ट्ये:-**

- 1. **मौखिक सादरीकरण :**

- विक्रयकलेत मौखिक सादरीकरण केले जाते; या विशेष महत्त्व आहे. भाषा, संवाद कौशल्य, वेळ, पद्धत तसेच विक्रेत्या व्यक्तिमत्त्व या सर्वच गोष्टींचा सादरीकरणाशी संबंध असतो.

- 2. **ग्राहकांचे मन वळविणे :**

- विक्रयकलेत ग्राहकांचे मन वळविले जाते. त्यांना वस्तू अथवा सेवांची माहिती दिली जाते. त्यांचे मतपरिवर्तन करून त्यांना वस्तू अथवा सेवा विक्रीचा प्रयत्न केला जातो.

- 3. **ग्राहकवर्ग :**

- विक्रयकलेमुळे ग्राहकवर्ग निर्माण होतो व कायमस्वरूपी तो टिकवून ठेवत येतो.

- 4. **तुलनात्मक विचार :**

- विक्रयकलेमध्ये वस्तू, सेवा, शिक्षण अथवा प्रशिक्षणाचाही समावेश होतो. वस्तू व सेवांचा तुलनात्मक विचार या ठिकाणी केला जातो.

- 5. **सर्जनशीलता :**

- विक्रयकला ही सर्जनशीलतेशी संबंधित आहे.

- 6. **प्रतिनिधी :**

- विक्रयकलेत विक्रेता संस्थेचा प्रतिनिधी असल्याने विक्रयकला एक प्रातिनिधिक स्वरूपाचे काम करते.

- 7. **विक्री:**

- विक्रयकला ही वैयक्तिक विक्रीशी संबंधित आहे.

- **विक्रयकलेची व्याप्ती :**

- 1. **व्यवसाय आणि विक्रयकला :**

- विक्रीची कला हा व्यवसायातील यशाचा आधार आहे. घाऊक विक्री, किरकोळ विक्री, काउंटर विक्री, बाजार भेटी आणि व्यावसायिक सल्लागार इत्यादींची मदत विक्रयकलेमुळे घेता येते. योग्य युक्तिवादाच्या आधारे खरेदी करण्यासाठी मन वळवण्याच्या कलेच्या माध्यमातून विक्री वाढविली जाते आणि तुलनेने मोठी मागणी मिळविण्यास मदत होते. विक्रयकला अंतर्गत विक्री सेवाही पुरविल्या जातात ज्यामुळे व्यवसाय वाढण्यास मदत होते.

- 2. **व्यावसायिक संस्था आणि विक्रयकला :**

- बँका, विमा कंपनी, रहदारी सेवा आणि साठवणूक सुविधा पुरविणाऱ्या संस्था यांच्या कार्यासाठी देखील विक्रयकला आवश्यक आहे. विक्रीच्या कलेमुळेच परिवहन सेवा आणि साठवणूक सुविधा पुरविणाऱ्या संस्था

अधिकाधिक व्यवसाय करण्यास सक्षम बनत आहेत. म्हणून वर उल्लेख केलेल्या व्यवसाय संस्थांच्या कृती देखील विक्रीच्या क्षेत्रापासून दूर नाहीत.

3. उद्योग व विक्रयकला :

घाऊक व किरकोळ विक्रेते मिळविणे, त्यांच्याशी सतत संपर्क साधणे, खरेदीचे आदेश इत्यादी कामांसाठी उद्योगांना विक्रयकलेची मदत घ्यावी लागते. औद्योगिक उत्पादनांच्या खरेदीदारांच्या तज्ञ सल्लागारांशी संपर्क साधून त्यांच्या उत्पादनांच्या बाजूने सल्ला घेण्याच्या दृष्टीने देखील विक्रयकला आवश्यक आहे. याशिवाय अन्य औद्योगिक खरेदीदार आणि मोठ्या संस्था खरेदीदारांकडून मागणी मिळवण्यासाठीही औद्योगिक संस्थांना विक्रयकलेचा वापर करावा लागतो. “

4. सेवा संस्था आणि विक्रयकला :

काही संस्था परिवहन, वीजपुरवठा, साठवणूक यासारख्या सेवा पुरवतात. मोठी मागणी मिळविण्यासाठी त्यांना विक्रयकला देखील वापरावी लागेल. सेवांना मागणी आल्यास या संस्थांचा व्यापार वाढेल. म्हणून त्यांना विक्रयकलेच्या माध्यमातून आपल्या सेवांचा विस्तार घडवून आणणे आवश्यक असते.

5. विग्न व्यावसायिक संघटनांमध्ये विक्रयकला :

गैर-व्यवसायिक कार्यात गुंतलेल्या संस्थांना जसे की, व्यावसायिक कंपन्या, चार्टर्ड अकाउंटंट्स फर्म, कॉस्ट अकाउंटंट्स, मेडिकल फर्म, वकील इत्यादी विक्रयकलेचा वापर करावा लागतो. या संस्थांना मोठ्या आस्थापनांचे काम मिळविण्यासाठी विक्रयकला अवलंबली पाहिजे. धार्मिक हेतूंशी संबंधित संस्था आर्थिक अनुदान व देणगी मिळावी म्हणून धार्मिक प्रतीकांचा व संदेशांचा वापर करतात.

6. वाणिज्य उपक्रमांच्या विक्री नंतरच्या कार्यात विक्रयकला :

अनेक विक्री-पूर्व क्रिया विक्रयकलेच्या क्षेत्रातही येतात. विक्रयकला क्षेत्रात विक्रेत्यांची निवड, प्रशिक्षण आणि त्यांना योग्य पद्धतीने मोबदला देण्याशी संबंधित क्रिया देखील येतात. विक्री क्षेत्रामध्ये विक्रीचे नियोजन आणि नियंत्रण देखील समाविष्ट आहे. ही विक्री केल्यानंतर, खरेदीदार त्यांना कसे वापरावे हे सांगितले जाते. पद्धतीने ठेवली जाते त्याबद्दल त्यांना जागरूक केले जाते.

● विक्रयकलेची उपयोगिता / महत्व / उपयुक्तता:-

1. उत्पादकाच्या दृष्टीने विक्रयकलेची उपयुक्तता :

यशस्वी विक्रय व्यवसायाने उत्पादकांना भरपूर फायदा होतो. विक्रयकलेमुळे बाजारपेठेतील विक्रीची वाढ होते. त्यामुळे उत्पादकांना उत्पादनवाढ करण्याची संधी प्राप्त होते. अधिक उत्पादनाबरोबर अधिक विक्री व अधिक विक्रीतून अधिक नफा मिळविण्याची संधीदेखील विक्रयकलेमुळे प्राप्त होते. विक्रयकलेच्या माध्यमातून बाजारपेठ संशोधन केले जाते. बाजारपेठ संशोधनावरून उत्पादकांना ग्राहकांच्या सवयी, रुची, चालीरीती व क्रयशक्ती याविषयी माहिती मिळते. त्यामुळे उत्पादकाला ग्राहकांच्या आवडी-निवडीनुसार वस्तूची निर्मिती करणे शक्य होते. उत्पादित झालेल्या वस्तू ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्याचे कठीण कार्य विक्रेत्याला पूर्ण करावे लागते. विक्रयकलेमुळे उत्पादक व ग्राहक एकत्र येऊ शकतात. उत्पादकांनी कोणता माल निर्माण करावा याविषयीची जाणीव विक्रयकला उत्पादकाला देत असते. उत्पादकाच्या दृष्टीने मालाला सतत मागणी असल्यामुळे माल शिल्लक राहण्याचा धोका निर्माण होत नाही. विक्रयकला व जाहिरातीद्वारे उत्पादकांचा माल स्पर्धायुक्त

बाजारातही विकला जातो.मालाला नवनवीन बाजारपेठा निर्माण होतात. चांगल्या प्रभावी विक्रयकलेमुळे उद्योगाची भरभराट होते.

2.विक्रेत्याच्या दृष्टीने विक्रयकलेची उपयुक्तता :-

विक्रयकलेमुळे विक्रेत्याचाही वैयक्तिक लाभ होतो. विक्रयकलेची तत्त्वे अमलात आणून दुकानाची विक्री वाढल्यामुळे त्याच्या वेतनात वाढ होण्यास संधी मिळते. विक्रेत्याच्या भूमिकेतून त्याला व्यापार पद्धतीचा अभ्यास करण्यास चांगलीच संधी मिळते. तो पुढे स्वतःच्या मालकीचा व्यवसाय सुरू करू शकतो. तो जर फिरता विक्रेता असेल तर त्याला देशातील विविध शहरे, प्रेक्षणीय स्थळे पाहण्याची संधी मिळते. निरनिराळ्या प्रदेशातील चालीरीती, भाषा, पोशाख, सण, उत्सव, अन्नपदार्थ, विविध रूढी, परंपरा यांचे आकलन होते. निरनिराळ्या मनोवृत्तीच्या आणि भिन्न वयोगटातील लोकांशी त्यांचा संबंध आल्यामुळे मानवी गुण-दोषांचे आकलन होते आणि स्वतःतील दोष व उणिवा दूर करून अधिक परिपक्व होण्याची संधी प्राप्त होते. अनुभवातून मिळणारे शहाणपण हे अधिक प्रभावी ठरते व त्यातून विक्रेता बरेच काही शिकतो आणि आपले व्यक्तिमत्त्व घडवित असतो. त्याच्या व्यावहारिक ज्ञानात सतत भर पडत असते.

3.ग्राहकाच्या दृष्टीने विक्रयकलेची उपयुक्तता :

ग्राहकांनी कोणती वस्तू खरेदी करावी याबाबत विक्रेता मार्गदर्शन व सल्ला देण्याचे कार्य करित असतो. विक्रयकलेमुळे ग्राहकांना आपल्या गरजेनुसार वस्तू मिळण्याची सोय होते. ग्राहकांना आपल्या आवडीनुसार वस्तू मिळाल्यामुळे संतोषाधिक्य (Consumers Surplus) मिळते. त्यामुळे विक्रयकला ही चांगल्या व्यापारी उलाढालीचा पाया ठरते. विक्रयकलेच्या अभावी ग्राहकांना आवश्यक ती वस्तू मिळाली नसती व त्यांच्या जीवनमानात वाढच झाली नसती. विक्रयकलेचा वापर करून चांगला विक्रेता ग्राहकांच्या गरजांचा अभ्यास करून त्या तत्परतेने भागवितो.

जर ग्राहक एखादी महाग वस्तू खरेदी करण्यास असमर्थ ठरत असेल तर तो त्यास त्या वस्तूऐवजी दुसरी पर्यायी वस्तू सुचवितो आणि एकाच वस्तूच्या अनेक प्रकारातून योग्य वस्तूची निवड करण्यास मदत करतो. विक्रयकलेमार्फत ग्राहकांच्या आवडी-निवडी व त्याप्रमाणे उत्पादनात योग्य ते बदल घडवून आणले जातात आणि ग्राहकांना जास्तीतजास्त समाधान देण्याचा प्रयत्न केला जातो.

4.समाजाच्या दृष्टीने विक्रयकलेची उपयुक्तता :

विक्रयकलेचा समाजाला मोठ्या प्रमाणावर लाभ होतो. चांगल्या विक्रयकलेमुळे उत्पादनात वाढ होऊन ग्राहकांना आपल्या गरजेनुसार वस्तूची खरेदी करता येते. त्यामुळे संघटकाचा नफा वाढून पर्यायाने राष्ट्रीय उत्पादनात वाढ होते. उत्पादकाची भरभराट झाल्याने मजुरांना काम मिळते. उत्पादित वस्तूंचे वितरण करण्यासाठी घाऊक व किरकोळ व्यापारी आणि असंख्य मध्यस्थ व एजंट यांना उत्पन्नाचे साधन उपलब्ध होते. उत्पादित मालाला सतत व भरपूर मागणी आल्यास कारखान्याची भरभराट होऊन देशाच्या औद्योगिक व आर्थिक प्रगतीस चालना मिळते. त्यामुळे सरकारला करांचे उत्पन्न वाढून मिळते. त्यातून समाजकल्याणाची कामे सरकारकडून पार पाडली जातात. उत्पादनात वाढ झाल्यास वस्तूची निर्यात करणे शक्य होते. त्यामुळे परदेशी बाजारपेठा काबीज करता येऊन परदेशी चलनात वाढ होते. निर्यातवृद्धीतून व्यापाराधिक्य (Balance of Payment) अनुकूल करता येते. त्यामुळे प्राप्त होणारे विदेशी चलन आयातीसाठी वापरता येते. समाजाला अनेक नवीन वस्तूची माहिती होऊन ते त्यांचा उपभोग घेऊ लागतात. त्यातून संपूर्ण समाजाचे राहणीमान सुधारण्यास मदत होते.

5.शासनाच्या दृष्टीने विक्रयकलेची उपयुक्तता :

विक्रयकलेचा वापर करून जर वस्तूंची विक्री होत असेल तर देशात वस्तूंची विक्री जास्त होते. त्यामुळे देशाच्या एकूण राष्ट्रीय उत्पन्नात वाढ होते. त्याचप्रमाणे निर्यातवृद्धीसाठी विक्रयकलेचा वापर केला असता निर्यातवृद्धी होऊन मोठ्या प्रमाणावर परकीय चलन प्राप्त होऊ शकते. विक्रयकलेमुळे वस्तूच्या विक्रीत आणि त्यामागोमाग उत्पादनातही वाढ होते. पर्यायाने उत्पादन शुल्क आणि विक्रीकर या स्वरूपात सरकारचे उत्पन्न वाढते. सरकारला मिळणाऱ्या कराच्या रकमेत वाढ होऊन त्याचा उपयोग समाजकल्याणाकडे करता येतो.

6.इतर घटकांच्या दृष्टीने विक्रयकलेची उपयुक्तता :

विक्रयकलेचे प्रशिक्षण देण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर शिक्षणसंस्था काढून विक्रयकलेचा विकास करण्याचा प्रयत्न भारतात सुरू आहे. प्रत्येक देशाचा विकास व त्या देशातील उद्योग व्यापाराचे यशापयश हे प्रभावी विक्रयकलेवर अवलंबून असते. विक्रयकलेला सामाजिक सवयी आणि राष्ट्रीय गरज म्हणून मान्यता प्राप्त झालेली आहे. इंग्रजांनीसुद्धा भारतात 'Trade follows the Flag' या न्यायाने प्रथमतः व्यापार सुरू करून साम्राज्य मिळविले. बुद्धिमान व तरुण वर्ग विक्रयकलेच्या प्रशिक्षणासाठी पुढे येत आहे. निरनिराळ्या शाळा, महाविद्यालये, शिक्षणसंस्थांमधून विक्रय व्यवस्थापनाचे शिक्षण देण्यास प्रारंभ झाला आहे. त्यात दिवसेंदिवस सुधारणा होत आहे.

● विक्रयकलेचे घटक :-

1.विक्रयकला ही निर्मितीक्षम प्रक्रिया आहे :

ग्राहकांच्या आवडी-निवडीचा अभ्यास करून, त्यांच्या गरजा लक्षात घेऊन, त्या गरजा भागविण्याची क्षमता आपल्याकडील वस्तूत असण्याची खात्री त्यांना पटवून देणे हा विक्रयकलेचा उद्देश असतो. त्यामुळे अर्थातच या प्रक्रियेत विक्रेत्याच्या निर्मिती क्षमतेचा वापर करावा लागतो. विक्रेत्याचे ज्ञान, त्याची बुद्धिमत्ता, त्याचा अनुभव, त्याचे व्यक्तिगत गुण व कौशल्ये या सर्वांचा उपयोग करून ही प्रक्रिया पार पाडली जाते. कोणत्याही इतर कलेप्रमाणेच विक्रयकलादेखील शेवटी विक्रेत्याच्या व्यक्तिगत गुणवत्तेवर, कौशल्यावर, ज्ञान व बौद्धिक क्षमतेवर अवलंबून असते.

मागणीनुसार केलेला मालाचा पुरवठा म्हणजे विक्रयकला नाही तर जी वस्तू लोकांनी खरेदी करण्याचा विचारदेखील केला नसता त्या वस्तूकडे लोकांचे लक्ष आकर्षित करून त्यांना ती वस्तू खरेदी करण्यास प्रवृत्त करण्याची शक्ती होय. माणसाच्या मनात असणाऱ्या सुप्त इच्छा, आशा-आकांक्षा जागृत करून त्यांचे गरजेत रूपांतर करणे व त्यानंतर वस्तू विकणे ही एक निर्मिती प्रक्रिया होय.

2.ग्राहकास वस्तू खरेदी करण्यास प्रवृत्त करणारी कला :

विक्रयकलेमध्ये ग्राहकाने वस्तूंची खरेदी करावीच या दृष्टीने त्याचे मन वळविण्याचे सर्वतोपरी प्रयत्न केले जातात. ज्या वेळेस ग्राहक वस्तूंची खरेदी करण्यास येतो त्या वेळेस प्रत्येक वस्तूचे महत्त्व, उपयुक्तता, टिकाऊपणा, वैशिष्ट्य हे ग्राहकांना विक्रयकलेच्या माध्यमातून पटवून द्यावे लागतात. आज वस्तूंची विक्री करताना ग्राहकांवर कोणत्याही प्रकारची सक्ती करता येत नाही. एखादी विशिष्ट वस्तू वापरल्याने मिळणारे फायदे व त्या वस्तूमुळे ग्राहकाची गरज कशा प्रकारे पूर्ण होऊ शकते हे पटवून द्यावे लागते आणि त्याद्वारे ग्राहकाचे मन वळवून त्यास वस्तू खरेदी करण्यास प्रवृत्त केले जाते. कार्टर यांनी म्हटल्याप्रमाणे, "विक्रयकला ही वस्तू लोकांनी खरेदी करावी म्हणून त्यांचे मन वळविण्याचा केलेला प्रयत्न होय, ' हे विक्रयकलेचे महत्त्वाचे वैशिष्ट्य होय.

3. कायमस्वरूपी ग्राहकांची निर्मिती :

आधुनिक विक्री व्यवसाय ग्राहकांना खोटे, बनावट उत्पादने विकत नाही. निकृष्ट, बिघडलेल्या किंवा निरुपयोगी वस्तूंनी ग्राहकांची फसवणूक करण्याला आधुनिक विक्रयकलेमध्ये स्थान नाही कारण ते कायमस्वरूपी ग्राहक तयार करू शकत नाही. त्याऐवजी चांगला विक्रेता ग्राहकांना एखादी वस्तू विकत घेण्यास मार्गदर्शन करतो ज्यामुळे त्यांना पूर्ण समाधान मिळते आणि ते कायमस्वरूपी वस्तूची खरीदी करतात.

4. एक शिक्षण प्रक्रिया :

विक्रयकला ही एक शिक्षण प्रक्रिया आहे. विक्रयकला लोकांना त्यांच्या गरजेबद्दल शिक्षण देते. बऱ्याचदा लोकांना त्यांच्या गरजा आणि त्यांचे समाधान याविषयी माहिती नसते. विक्रयकला ग्राहकांना त्यांच्या गरजा आणि त्यांच्या समाधानाबद्दल प्रशिक्षण देण्याचे कार्य करते. विक्रयकला ही उपलब्ध उत्पादने, त्यांची खास वैशिष्ट्ये आणि ग्राहकांच्या गरजा भागविण्यासंदर्भात त्यांची उपयुक्तता याबद्दल देखील माहिती प्रदान करते.

5. खरेदीदाराचा विश्वास जिंकणे :

आधुनिक विक्रयकला खरेदीदारांना प्रभावित करण्याच्या संशयास्पद पद्धती वापरत नाहीत. आधुनिक विक्रयकले मध्ये चुकीचे भाष्य करणे, फसवणूक करणे, अप्रामाणिकपणा यास स्थान नाही. खरेदीदारांच्या अज्ञान आणि निर्दोषतेचा अयोग्य फायदा घेण्याचा प्रयत्न केला जात नाही. उलटपक्षी, आधुनिक विक्रेते खरेदीदारांच्या समस्येचे निराकरण करून खरेदीदारांचा विश्वास जिंकण्याचे उद्दीष्ट ठेवतात.

6. खरेदीदार आणि विक्रेता यातील दुवा:

खरेदीदार आणि विक्रेता या दोन पक्षांमधील दुवा म्हणून नेहमीच विक्रयकला कार्य करते व दोन्ही पक्षांचे फायदे पहाते. विक्रयकला हे सुनिश्चित करते की विक्रीच्या परिणामी विक्रेताला त्याचा फायदा (नफा) मिळेल आणि ग्राहकाला उत्पादन खरेदी करून समाधान मिळेल.

7. एक सर्जनशील प्रक्रिया :

समस्येचे निराकरण करण्याच्या दृष्टिकोनातून मागणी तयार करण्यासाठी विक्रयकला जबाबदार आहे. याची सुरुवात ग्राहकांच्या ज्ञानाने होते. विक्रयकला ग्राहकांच्या गरजा आणि समस्यांचा अभ्यास करते आणि त्यानंतर यावर उपाय सुचवते. हे दर्शविते की उत्पादन किंवा सेवा कशाप्रकारे आवश्यकता पूर्ण करू शकते किंवा समस्येचे निराकरण करू शकते. अशा दृष्टिकोनासाठी सर्जनशीलता, पुढाकार आणि सहानुभूती आवश्यक आहे.

8. उत्पादक, वितरक आणि ग्राहकांची सेवा करण्याचे ध्येय :

विक्रेता उत्पादकास वस्तू पासून नफा मिळवून देण्यास मदत करतो. तो नफ्यासाठी नवीन उत्पादनांची मागणी निर्माण करतो. वितरण प्रक्रिया गुळगुळीत, सोपी आणि अर्थपूर्ण करण्यासाठी मदत करतो. विक्रेता ग्राहकांना हुशारीने खरेदी करण्यास मदत करतो.

● **विक्रयकला : कला, शास्त्र की पेशा (व्यवसाय)**

‘विक्रयकला कला, शास्त्र की पेशा’ या प्रश्नाचे उत्तर शोधताना या तिन्ही घटकांची प्रमुख वैशिष्ट्ये लक्षात ठेवणे आवश्यक ठरते. या माहितीच्या आधारावरच ‘विक्रयकला’ ही कला आहे, शास्त्र आहे की पेशा आहे हे ठरविता येते.

त्यासाठी या तिन्ही घटकांची प्रमुख वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे :

अ) कला प्रमुख वैशिष्ट्ये :

1. कलेत अनुभव, निरीक्षण व सूक्ष्म अभ्यास यांच्या योगाने प्रावीण्य मिळविले जाते.
2. कलेत निश्चित उद्देश साध्य करण्याकरिता बुद्धी व कौशल्याचा वापर केला जातो.
3. कलेसाठी जन्मजात गुणांची आवश्यकता असली तरी कला अनुभवाने आणि सरावाने साध्य करता येते.
4. कलेचे यश हे कलेद्वारा प्राप्त झालेल्या फायद्यावरून स्पष्ट होते.
5. एखादे कार्य वा क्रिया सुबकपणे करण्याची हातोटी म्हणजे कला होय.
6. कलेमध्ये कल्पकतेला महत्त्वाचे स्थान असते.
7. कलेमध्ये ज्ञानापेक्षा कौशल्यपूर्ण क्रियेस अधिक महत्त्व असते.
8. कला व्यक्तिनिष्ठ असते. ती जशीच्या तशी इतरांना हस्तांतर होऊ शकत नाही.
9. कलेत ज्ञानाचा उपयोग कौशल्याने, चातुर्याने व हुशारीने केला जातो.
10. कलेचा उद्देश कला प्रावीण्य संपादनाचा असतो. (आत्मा : कौशल्यपूर्ण क्रिया)

ब) शास्त्र – प्रमुख वैशिष्ट्ये :

1. पद्धतशीर मांडलेले ज्ञान म्हणजे शास्त्र होय.
2. शास्त्राचे भौतिकशास्त्रे व सामाजिक शास्त्रे असे दोन प्रकार आढळून येतात.
3. सामाजिक शास्त्राचा संबंध समाज, मानव, मानवाची वर्तणूक, विकास यांच्याशी होतो.
4. समाजशास्त्राचा मुख्य विषय मानव किंवा मानवी घटक असतो.
5. शास्त्राचा उद्देश ज्ञान कथनाचा असतो. (आत्मा : सुसंबद्ध ज्ञान)
6. कार्यकारणभावाचे तात्त्विक विवेचन म्हणजे शास्त्र होय.
7. सामाजिक शास्त्रे ही भौतिकशास्त्राइतकीच निश्चित स्वरूपाची नसतात. बऱ्याच अंशी ती प्रवृत्तिदर्शक असतात.
8. शास्त्रात वास्तविक परिस्थितीचे दर्शन घडवून आणण्याचा प्रयत्न केला जातो.

क) पेशा प्रमुख वैशिष्ट्ये :

1. पेशा करण्यासाठी विशेष ज्ञान आणि तांत्रिक कौशल्याची गरज असते.
2. पेशा प्रामुख्याने समाजातील इतर घटकांच्या सेवेसाठी स्वीकारला जातो.
3. पेशाचे यशापयश पैशातून मिळणाऱ्या उत्पन्नावर ठरत नसते.
4. पेशाला प्रशिक्षण आणि अनुभवाचा फायदा होतो.
5. पेशाबाबत पेशा नियंत्रित करणारी नियमावली किंवा आचारसंहिता आवश्यक ठरते.
6. पेशा नियंत्रणासाठी स्वतंत्र संघटना अस्तित्वात असावी लागते.
7. पेशातील शिक्षण हे अद्ययावत असणे गरजेचे ठरते.

8. पेशा करणारी व्यक्ती आणि त्याचे पक्षकार यांच्यात विश्वासाचे नाते असणे आवश्यक ठरते.
9. पेशातून स्वतंत्रपणे कार्य करण्याची प्रतिमा निर्माण केली जाते.
10. पेशाला आवश्यक असणारा अनुभव आणि प्रशिक्षण हे दर्जेदार स्वरूपाचे असावे लागते.

● **विक्रेत्याचे गुण / कौशल्ये :-**

विक्रेता हा मूळ उत्पादन ग्राहकांपर्यंत पोहोचविणारी व्यक्ती असते. त्याचा संपर्क थेट ग्राहकांशी येतो. सेवा अथवा वस्तू कितीही चांगल्या दर्जाची असली तरी तिची विक्री चांगल्या विक्रेत्याशिवाय होऊ शकत नाही. विक्रेत्याच्या अंगी पुढील गुण असावे लागतात :

1.उत्तम व्यक्तिमत्त्व :

विक्रेता हा उत्तम व्यक्तिमत्त्वाचा असावा. त्याचे राहणीमान चांगले असावे, जनमानसात उठून दिसावे, बोलणे चांगले असावे त्याचबरोबर उत्तम विक्रेत्याची देहबोली सकारात्मक व प्रसंगाला साजेशी असावी. मैत्रीपूर्ण संवाद हा त्याच्याकडून अपेक्षित आहे. स्थानिक भाषा कौशल्य विकसित करून त्याने सर्वांशी योग्य ते संज्ञापन करणे गरजेचे आहे.

2.आत्मविश्वास :

त्याच्याजवळ स्वतःविषयीचा आत्मविश्वास असावा. यामुळेच विक्रेता वस्तू अथवा सेवा विक्रीकार्यात यशस्वी होऊ शकतो. आत्मविश्वासामुळे त्याचे कार्य योग्यपणे पार पडू शकते व वस्तू अथवा सेवा विक्रीत वाढ होते.

3.सभ्यता :

आत्मविश्वासाबरोबर विक्रेत्यामध्ये सभ्यता असावी लागते. एखादी गोष्ट चुकल्यास लगेचच माफी मागणे, इतरांविषयी व ग्राहकांविषयी आदर दर्शविणे, ग्राहकांच्या गरजा लक्षात घेऊन त्याप्रमाणे विक्री नियोजन करणे, वयाने मोठ्या असलेल्या व्यक्तींचा मान राखणे या सर्व बाबी जपल्यास सभ्यता अंगी बाळगता येते.

4.संवाद कौशल्य:

विक्रेत्यात उत्तम संवाद कौशल्य असावे लागते. तो बोलका असावा. त्यास नेमके बोलता येणे गरजेचे आहे. ग्राहकास कोणत्या पद्धतीने वस्तू अथवा सेवांची माहिती देणे गरजेचे आहे हे त्याने नीट जाणून घ्यावे. संवाद करताना योग्य भाषेची व शब्दांची निवड केलेली असावी. संवाद कौशल्यामुळे विक्रेता लोकप्रिय होतो व वस्तूंच्या विक्रीत वाढ होऊन त्याचा फायदा होतो. :

5.नवीन तंत्रज्ञानाची आवड :

विक्रेत्याला नेहमी वस्तू उत्पादन अथवा सेवा देणाऱ्या निरनिराळ्या तंत्रज्ञानाला व त्यातील बदलाला सामोरे जावे लागते. अशा वेळी नवनवीन तंत्रज्ञान शिकून घेणे अथवा त्याविषयी किमान नीट माहिती करून घेणे गरजेचे आहे. तंत्रज्ञानाविषयी विक्रेत्याने योग्य माहिती ग्राहकास दिल्यास त्याचे समाधान होऊ शकते.

6. समजूतदार :

विक्रेता समजूतदार असावा. ग्राहकवर्गाची त्यास योग्य समज असावी. विशिष्ट ग्राहकाची गरज समजून त्याने त्यास योग्य वस्तूचा पर्याय सुचवावा. यामुळे तो ग्राहकांना योग्य मार्गदर्शन करू शकतो.

7.सौजन्य :

विक्रेत्याच्या ठिकाणी सौजन्य आणि नम्रता असावी लागते. त्याने ग्राहकांशी मैत्रीपूर्ण वागावे जेणेकरून ग्राहक त्यास आदर देतील.

8.सर्जनशीलता :

कल्पनाशक्ती, दृष्टी आणि कल्पना निर्मितीची क्षमता विक्रेत्यास गतिशील बनविते. त्याने नेहमी नवनवीन कल्पना आखाव्या आणि त्या अमलात आणण्यासाठी प्रयत्नशील रहावे.

9.कुतूहल :

विक्रेत्याने आपल्या उत्पादनाबाबत नेहमी खोलवर माहिती जाणून घेण्यासाठी कुतूहल असावे. त्याने ग्राहकांच्या सवयींचा बारकाईने अभ्यास करावा.

10.उत्साह :

विक्रेत्याने नेहमी चपळ आणि उत्साही असावे. त्याने आळस आणि मंदपणा बाळगू नये. कारण विक्रयकला व्यवसायात तत्परतेला महत्व आहे.

11.अंकगणितीय ज्ञान :-

मागणी प्रमाणे ऑर्डर काढणे, त्याची नोंद ठेवणे, अहवाल तयार करणे यासारख्या क्रिया करण्यासाठी विक्रेत्याकडे गणितीय क्षमता असाव्यात.

12.मैत्रीपूर्ण आचरण :

विक्रेत्याने नेहमी वेगवेगळ्या लोकांशी संपर्क साधावा. आपल्या सहकाऱ्यांशी आणि ग्राहकांशी त्याचे वर्तन मैत्रीपूर्ण असावे. त्याने माणसे जोडण्याचे काम करावे.

13. हस्ताक्षर :

त्याने सुस्पष्टपणे लिहिणे आवश्यक आहे, जेणेकरून त्याचे पेपरकार्य त्याच्या कार्यालयातील लोकांना आणि त्याच्या ग्राहकांना सहज समजू शकेल.

14.आरोग्य :-

चांगले आरोग्य ऊर्जा निर्माण करते आणि विक्री करण्यासाठी ऊर्जा आवश्यक आहे. खराब तब्येत बऱ्याच वेळेस विक्रेत्यांना त्यांच्या क्षमतेप्रमाणे कार्य करण्यात अडथळा ठरते.

15. नोकरीमध्ये आवड :

ज्या व्यक्तीला विक्रीच्या कार्यात आवड असते तीच व्यक्ती एक यशस्वी विक्रेता बनू शकते. इच्छा नसतांना या कार्यात येणाऱ्या व्यक्ती यशस्वी होऊ शकत नाही.

16. प्रेरणा :

विक्रेत्यांच्या काही विशिष्ट प्रेरणा असतात. मानसशास्त्रज्ञांच्या मतानुसार ज्यांना खरोखर यशस्वी विक्रेता बनायचे असते ते भविष्यापेक्षा वर्तमानाचा विचार करतात, त्यांना दुसऱ्याच्या नियंत्रणाखाली काम करण्यापेक्षा स्वायत्तपणे काम करायला आवडते.

• विक्रयकलेची आधुनिक संकल्पना :-

ग्राहकांना वस्तू दाखविणे, ऑर्डर मिळविणे आणि पेमेंट प्राप्त करणे या उद्देशावर विक्रयकलेची जुनी संकल्पना आधारित आहे. यात ग्राहकांना शिक्षित करण्यासाठी आणि त्यांची मनधरणी करण्यासाठी कोणतेही प्रयत्न आधारित नाहीत. विक्रयकलेची आधुनिक संकल्पना सेवांच्या कल्पनेवर आधारित आहे. याचे उद्दीष्ट म्हणजे उत्पादनाची मागणी निर्माण करणे, उत्पादनांचे गुण आणि उपयोग याबद्दल ग्राहकांना प्रशिक्षण देणे आणि खरेदीदारांना खरेदीस जाण्यासाठी उद्युक्त करणे हे होय. समस्येचे निराकरण करण्याचा दृष्टीकोन हा आधुनिक विक्रेत्याचा मुख्य हेतू आहे. जुन्या विक्रयकलेपेक्षा आधुनिक विक्रयकलेची वैशिष्ट्ये विकास, परिष्करण आणि आधुनिकतेच्या वैशिष्ट्यांद्वारे दर्शविली जातात. आज ही विक्रयकला आदरणीय, आव्हानात्मक, फायद्याची आणि व्यावसायिक रोजगार आहे. आजच्या विक्रयकलेतील लोक व्यवसाय जगात गतिमान शक्ती आहेत; अशा कोणत्याही व्यवसायातील इतर कर्मचाऱ्यांपेक्षा ते कोणत्याही अर्थव्यवस्थेत अधिक कमाई करतात. विक्रयकलेची आधुनिक संकल्पना पुढील मुद्द्यांच्या आधारे जाणून घेता येईल.

1. व्यावसायिक प्रामाणिकपणाचे प्रकटीकरण :

प्रामाणिकपणा हे एक उत्तम धोरण आहे जे व्यवसाय जगतावर राज्य करते. येथे प्रामाणिकपणाचा अर्थ न्यायालयीन प्रामाणिकपणा नाही. तर विक्रयकलेत प्रत्येक विक्रेत्याने प्रामाणिक आणि सत्यवादी असणे अपेक्षित आहे. म्हणजेच तो उत्पादने आणि सेवांच्या अधिक गुणांबद्दल सांगतो, प्रात्यक्षिक करतो, प्रदर्शन करतो, खात्री पटवितो. तो इतरांच्या उत्पादनांना कधीही दोष देत नाही. त्याचे म्हणणे असते की त्याची उत्पादने इतरांच्या तुलनेत सर्वोत्तम आहेत. या दृष्टिकोनामुळे ग्राहकांनी त्याला मित्र म्हणून वागवावे जेणे करून तो खरेदी करण्यात मार्गदर्शक ठरले. ग्राहकांच्या गरजा भागविल्या जाऊ शकतात आणि वस्तू व सेवा खरेदी करून समस्या सोडवल्या जाऊ शकतात. विक्रेता संभाव्य किंवा अस्तित्वात असलेल्या गरजा किंवा समस्या सोडविण्याचा प्रयत्न करतो आणि आपली उत्पादने किंवा सेवांचा वापर या गरजा कशा पूर्ण करू शकतात किंवा प्रामाणिकपणाने त्या समस्यांचे निराकरण कसे करावे हे दर्शवितो.

2. प्रतिष्ठित व्यवसाय :

आज, विक्री व्यवसायाकडे केवळ एक कला आणि विज्ञान म्हणूनच पाहिले जात नाही तर एक प्रतिष्ठित व्यवसाय म्हणून देखील पाहिले जाते. एक व्यावसायिक त्याच्या कला आणि विज्ञानाचा अभ्यास करतो. एक व्यवसाय व्यावसायिक ज्ञानाचे अधिग्रहण, अधिग्रहित केलेल्या ज्ञानाचे उपयोजन, व्यावसायिक मूल्यांचा आदर, स्वार्थापेक्षा समुदायास वाजवी दरात सेवांचा पुरवठा करण्याची हमी देतो. या आवश्यक गोष्टींच्या चौकटीमुळे विक्रयकला व्यवसाय आव्हानात्मक, फायदेशीर, सन्मानजनक बनतो.

आज यशस्वी व्यावसायिक जे लोक आहेत त्यांनी विक्री आणि विक्री व्यवस्थापनाच्या कला आणि विज्ञानावर प्रभुत्व मिळवले आहे. महाविद्यालये आणि विद्यापीठातील विभागांमध्ये तरुणांना विक्रयकलेचे ज्ञान आणि कौशल्ये दिले जाते जेणेकरून ते अर्थव्यवस्थेची विक्रयकलारूपी धुरा आपल्या खांद्यावर पेलू शकतील. समुदाय विक्रेत्याच्या कारकिर्दीकडे दुर्लक्ष करू शकत नाही. ही एक पदार्पणाची संधी आहे आणि सक्षम विक्रेता उद्याचा विक्री व्यवस्थापक, मुख्य व्यवस्थापक किंवा अगदी व्यवस्थापकीय संचालक असू शकतो. स्वारस्य, बुद्धिमत्ता आणि उद्योग या गोष्टी त्याला उंचावर नेतील.

3. जाहिरातींवरील अवलंबित्व :

आजच्या काळात विक्रेता आणि विक्रयकला जाहिरातींवर मोठ्या प्रमाणात विसंबून आहे. याचा अर्थ असा नाही की विक्री माध्यमांवरील त्यांचे अवलंबित्व संपले. आजच्या विक्रेत्याची विक्री कार्यक्षमता मोठ्या प्रमाणात जाहिरातीच्या सामर्थ्यावर अवलंबून आहे. जर तो अष्टपैलू कर्ता असेल तर जाहिरात त्याच्या चमकदार यशासाठी व्यासपीठ निर्माण करते आणि हे व्यासपीठ त्यास यश मिळवून देते. तो इनडोअर, आऊटडोअर, प्रत्यक्ष आणि प्रसिद्धी जाहिरात माध्यमांवर इतका अवलंबून असतो की जेणेकरून वस्तू विकल्या जातात. म्हणूनच जाहिरातीचे अचूक वर्णन छापील विक्रयकला असे करावे लागेल. जर आपण एखाद्या दुकानात प्रवेश केला तर विंडो आणि काउंटर डिस्प्ले, शोरूम आणि शोकेसेस, सेल आणि प्रदर्शन यासारख्या जाहिरात प्रसिद्धीचा कल आपणास लक्षात येतो. या मार्गापर्यंत पोहोचण्यासाठी प्रिंट मीडिया, टेलिकास्टिंग, प्रसारण, चित्रपट आणि बाह्य माध्यमे आवश्यक आहेत. म्हणजेच आज विक्रेत्याचे कार्य पूर्वीपेक्षा बरेच सोपे झाले आहे.

4. एक किंमत धोरण :

प्रस्थापित आत्मविश्वासाने आणि विश्वासाने, जुन्या सौदेबाजीची जागा 'एक किंमत' पद्धतीने घेतली आहे. उत्पादक आणि विक्रेते त्यांच्या उत्पादनांच्या आगाऊ किंमती जाहिरातींद्वारे जाहीर करतात. त्यामुळे उच्चसौदेबाजीची जुनी प्रणाली जलद बंद होणार आहे. शिवाय, 'सेल्फ सर्व्हिस' च्या बदललेल्या संकल्पनेने विपणन पध्दतींमध्ये क्रांती आणली आहे. आजच्या काळात आपण दुकानात जाऊन सौदेबाजी करू लागलो तर ते मागासपणाचे लक्षण ठरेल. कारण 'एक किंमत' पद्धतीचा वापर सर्वत्र होत असल्याने किंमत कमी-जास्त केली जात नाही. यामुळे विक्रेता आणि खरेदीदार या दोहोंचा मौल्यवान वेळ वाचला आहे.

5. विस्तीर्ण क्रमवारी :

आजच्या काळातील विक्रयकला ग्राहकांच्या अधिकतम समाधानावर आधारित आहे. ग्राहकांच्या समाधानाची गुरुकिल्ली म्हणजे निवड, विविधता आणि निवडण्याची संधी. कोणताही व्यावसायिक आणि त्याचा विक्रेता काउंटरवर विविध उत्पादने उपलब्ध करून व्यापक निवडीची सुविधा देत आहे. किंमत, गुणवत्ता, आकार, परिमाण, रंग, संयोजन, सुगंध, वजन हे निवडीचे निकष आहेत. निवडीची श्रेणी आज इतकी विस्तृत आहे की एखाद्या विशिष्ट उत्पादनाची निवड करण्यात ग्राहकांना मदत करणे हीच विक्रयकला आहे. प्रत्यक्षात विक्रेता ग्राहकांचा खरेदी अधिकारी असतो, एक सल्लागार, मार्गदर्शक असतो. ग्राहकांच्या समाधानाद्वारे जलद स्टॉक उलाढालीच्या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणात विक्रीवर भर देण्यात आला आहे.

6.सेवांची विक्री :

सेवांची विक्री हे आधुनिक विक्रयकलेचे एक वैशिष्ट्य आहे. सेवा ही एक अमूर्त किंवा अव्यावसायिक क्रिया किंवा अपेक्षित समाधान आहे ज्यास विक्रीसाठी देऊ केले जाते. ग्राहक सेवा आणि औद्योगिक सेवा या प्रकारांत त्यास वर्गीकृत केले जाते. ग्राहक सेवेची उदाहरणे म्हणजे हॉटेल, भोजन, कर्मचाऱ्यांची काळजी, करमणूक, वाहतूक, दळणवळण, विमा आणि वित्त होय. त्याचप्रमाणे परिवहन, वखार, विमा, वित्त, अभियांत्रिकी, जाहिरात, विक्री - पदोन्नती, सल्लामसलत आणि कार्यालयीन स्रोत ही औद्योगिक सेवांची उदाहरणे आहेत. ग्राहक आणि औद्योगिक सेवा या दोन्ही प्रकारच्या सेवांच्या विक्रीला प्रोत्साहन देण्यात वैयक्तिक विक्रीचा हातभार आहे. सेवा विक्रेत्याला उच्च पदवी आणि कौशल्य आवश्यक आहे आणि सेल्समेनशिपची कौशल्ये सेवांसाठीची उत्पादने आहेत आणि त्यांना भौतिक घटक मानले पाहिजेत. आपण सल्लागार, डिझाइनर किंवा कलाकार किंवा जाहिरातींचे कार्यकारी किंवा औद्योगिक क्षेत्रातले एखादे इतर सेवा विक्रेते असू शकतात; आपण आपल्या सेवा स्थानावर सक्षम असणे आवश्यक आहे. जेणेकरून संभाव्य खरेदीदारास त्याच्या गरजा आणि स्पर्धात्मक सवलती समजेल.