

Vol III Issue X April 2014

ISSN No :2231-5063

---

# International Multidisciplinary Research Journal

## *Golden Research Thoughts*

Chief Editor  
Dr.Tukaram Narayan Shinde

---

Publisher  
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor  
Dr.Rajani Dalvi

Honorary  
Mr.Ashok Yakkaldevi

## Welcome to GRT

**RNI MAHMUL/2011/38595**

**ISSN No.2231-5063**

Golden Research Thoughts Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

### **International Advisory Board**

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya	Catalina Neculai University of Coventry, UK	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Horia Patrascu Spiru Haret University, Bucharest,Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pinteau, Spiru Haret University, Romania
Anurag Misra DBS College, Kanpur	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania	George - Calin SERITAN Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences AL. I. Cuza University, Iasi	.....More

### **Editorial Board**

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University,Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yaliker Director Managment Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU,Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University,Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary,Play India Play,Meerut(U.P.)	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director,Hyderabad AP India.	S.KANNAN Annamalai University,TN
	S.Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra Maulana Azad National Urdu University
	Sonal Singh, Vikram University, Ujjain	

**Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India**  
**Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.aygrt.isrj.net**



## ग्राहक व जाहिरात

रेखा दत्तात्रय आपटे

M.A.,M.Phil.,Ph.D.

श्रीमती सी.बी.शहा महिला महाविद्यालय, सांगली.

### सारांश :-

आजच्या स्पर्धेच्या युगात जाहिरात या तंत्राचा मूळ उद्देश बाजूला राहून त्यातील आक्रमकता वाढत आहे. ग्राहकांनी काय योग्य/अयोग्य हे पाहूनच खरेदी करणे गरजेचे आहे. शासनाने कायद्याच्या रूपाने अनुचित जाहिरातीवर बंदी घालण्याचा प्रयत्न केला आहे. परंतु जोपर्यंत ग्राहक अनुचित जाहिरातीचा विरोध व उचित जाहिरातीचा आग्रह धरत नाही. तोपर्यंत जाहिरात या माध्यमाचा अयोग्य वापर होत राहणार. यासाठी गरज आहे, ग्राहकांच्या निर्धारणाची व सहभागाची.

एकंदरीत जाहिरात हे उत्पादनाची विक्री वाढविण्याचे एक साधन आहे. ग्राहकांनी त्यांच्या किती आहारी जावे हे ग्राहकांनी सदसद्विवेक बुद्धीने ठरवावे.

### प्रस्तावना :

मानव हा समाज रचनेतील एक अविभाज्य घटक आहे. या समाजाचे दोन प्रमुख प्रतिनिधी घटक म्हणून उत्पादक व उपभोक्ते यांच्याकडे पाहिले जाते. ग्राहक व विक्रेता यांचे कार्य परस्परांना पूरक असल्यामुळे हे दोन घटक एकत्रित जोडले गेले. ग्राहक आपल्या गरजांची पूर्तता करण्यासाठी विविध वस्तू व सेवांचे मागणी करतो व उत्पादक/विक्रेता वस्तू व सेवांची पुरवठा करून ती मागणी पूर्ण करतो. अशा या मागणी व पुरवठा या दोन संकल्पनांना एकत्रित बांधणारा धागा म्हणजे 'बाजारपेठ' होय.

विकास ही अखंडित अविरत व सातत्याने चालणारी प्रक्रिया. या नियमानुसार जगात सर्वत्र औद्योगिक क्रांतीची नांदी झाली, यंत्रयुगाची सुरुवात झाली. वाहतूक व दळणवळणाच्या साधनाचा विकास झाला. बाजारपेठेचा विस्तार होवू लागला. बाजारपेठ ही वैश्विक संकल्पना बनू पाहत होती. या संकल्पनेला मुक्त आर्थिक धोरणामुळे मूर्तरूप प्राप्त झाले. जागतिकीकरण, उदारीकरण, खाजगीकरण, मुक्त व्यापार, जागतिक संघटना व बहुराष्ट्रीय कंपन्या इ.मुळे बाजारपेठेचा विस्तार झाला. अनेक नवनवीन वस्तू व सेवांची रेलचेल बाजारपेठेत होवू लागली. एकाच गुणधर्माच्या पण एक सारख्या नसणाऱ्या हजारो वस्तूंनी बाजारपेठ सजली. ग्राहकांपुढे खरेदीचे मोठे दालन उभे राहिले. बाजारपेठेच्या व्याप्तीमुळे एका बाजूला ग्राहकांना काय खरेदी करावे याची जिज्ञासा तर उत्पादकाला बाजारपेठेत आपले स्थान कसे निश्चित करावे याबाबत जिज्ञासा यातूनच जन्म झाला जाहिरात युगाचा.

**2. जाहिरात-संकल्पना अर्थ :** जाहिरात (Advertising) हा मुळ शब्द लॅटिन शब्द Adverto यापासून तयार झाला आहे. Ad म्हणजे कडे व verto म्हणजे वळणे, जाहिरात हे एक मोठे संदेशवहन करून देणारे साधन आहे. ग्राहकांनी कोणत्या वस्तू खरेदी कराव्यात याची अचूक माहिती दिली जाते. जाहिरातीमुळे वस्तू विक्रीचे प्रयत्न सफल होतात. ग्राहकाची मने वळवून घेण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्याच्या क्रयशक्तीला चालना दिली जाते. व्यवसायाच्या दृष्टीने ही क्रिया फार पूर्वीची आहे. जाहिरातीमुळे ग्राहकांमध्ये चांगले संदेशवहन होते. ग्राहकांना वस्तू व सेवांची माहिती मिळते. जाहिरात ऐकल्यामुळे त्या वस्तूचा पाठपुरावा केला जातो तसेच जाहिरातीमुळे व्यवसायाच्या नफ्यातही वाढ होते.

### जाहिरातीचा वापर पुढील प्रमुख उद्देशांसाठी केला जातो :

1. नवीन वस्तू व सेवा यांची माहिती देणे व मागणी निर्माण करणे.
2. नव्या नव्या बाजारपेठा काबीज करणे.
3. वस्तूतील नव्या बदलाची कल्पना करून देणे.
4. किंमतीमधील बदल करणे.
5. नवे संवेष्टन व नवे लेबल यासंबंधी माहिती देणे.

### 3. जाहिरातीचे स्वरूप व महत्व :

आजच्या स्पर्धात्मक युगाचे वैशिष्ट्य म्हणजे उत्पादनात विविधता होय. या उत्पादित वस्तू या एकसारख्या असल्या तरी एकजिनसी नसतात. प्रत्येक वस्तू ही इतरापेक्षा भिन्न असते. या वस्तू एकमेकांना पर्याय असतात. हे दाखविण्यासाठी उत्पादक जाहिरात या साधनाचा उपयोग करतो. या माध्यमामुळे विशिष्ट वस्तू ग्राहकांच्या सतत नजरे समोर राहते. यामुळे ग्राहक आकर्षित होवून वस्तूची विक्री वाढेल हा त्यामागचा उद्देश.

आपली जाहिरात उठावदार होण्यासाठी व वेगळेपण दर्शविण्यासाठी प्रसिद्ध व्यक्ती, विशिष्ट ट्रेडमार्क, बोधपर वाक्याचा वापर, नवीन तंत्राचा वापर जाहिरातीसाठी केला जातो. याचा ग्राहक वर्गावर परिणाम होवून विशिष्ट उत्पादनाचा ग्राहक वर्ग बाजारपेठेत निर्माण होतो. व हेच जाहिरातीचे यश असते. उत्पादक आपल्या उत्पादनात सतत नावीन्यपूर्ण बदल आणत असतो. यासाठी त्याला जाहिरात याच तंत्राचा वापर करून नवीन उत्पादन बाजारपेठेत आणावे लागते.

जाहिरात ही ग्राहक व उत्पादक यांच्यात मध्यस्थांचे काम करते. एका बाजूला ती ग्राहकाला वस्तूबद्दल माहिती सांगते. दुसऱ्या बाजूला उत्पादकाला बाजारपेठ निर्माण करून देते. आज संपूर्ण बाजारपेठेत चित्र म्हणजे जाहिरात असे म्हणणे वावगे ठरणार नाही.

### 4. जाहिरातीचे बदलते स्वरूप :

आपल्या उत्पादनाची ग्राहकाला योग्य माहिती व्हावी यासाठी त्याची जाहिरात करणे उत्पादकांना तसेच विक्रेत्यांना आवश्यक असते. यामध्ये ग्राहकांना माहिती करून देणे व जागरूक बनविणे असा मूळ उद्देश पण वास्तवात खूप वेगळे आहे. आज जाहिरातीचे रूप बदलत आहे. ग्राहकाला आकर्षित करत या जाहिराती ग्राहकाला मोहात पाडत आहेत. आवश्यक नसलेल्या वस्तू गरजा म्हणून त्यांच्यासमोर थोपवत आहेत. या जाहिराती त्यांचे दिशाभूल करणाऱ्या आहेत. जाहिरातीचे साजरेगोजरे रूप पाहून ग्राहक भुलू लागला. खरेदी करू लागला. खरेदी करू लागला. जाहिरातीमुळे अनावश्यक वस्तू खरेदी वाढली. अधिकाधिक पैसा उकळणे हाच अशा जाहिरातीचा उघड हेतू असतो. आज जाहिरातीचा प्रचंड विळखा खरेदीदार ग्राहकांभोवती पडत आहे. आपला मूळ उद्देश सोडून या जाहिराती विकृत, खोटे दावे सांगणाऱ्या, संस्कृतीवर आक्रमण करणाऱ्या बनू लागल्या.

देशादेशातील शीत युद्धाप्रमाणे सध्या ब्रॅन्ड वॉर मध्ये शीत युद्धे सुरु आहेत. रंगत आहेत. गाजताहेत याला कारण एकच, जाहिराती, उचित जाहिरात अनुचित बनली. याला कारण एकच, ग्राहक उदासीन राहिला. त्यामुळे आक्षेपार्ह जाहिराती निर्माण होवू लागल्या. आक्षेपार्ह जाहिराती म्हणता येईल असे काही मुद्दे पुढीलप्रमाणे –

- 1.उत्पादनाचा दर्जा आणि गुण या विषयी काल्पनिक, हेतूतः खोटे व सिद्ध करताच येणार नाहीत असे दावे करणारी जाहिरात.
- 2.एखादी व्यक्ती, संस्था याबद्दल अनादर दाखविणारी किंवा व्यंगात्मक आभास निर्माण करणारी जाहिरात.
- 3.वस्तूतील त्रुटींचा उल्लेख खुबीने टाळून केलेली जाहिरात.
- 4.ग्राहकांचा उदासीनपणा, भोळेपणा, जाहिरातीबद्दलचा विश्वास इ. गैरफायदा होणारी जाहिरात.
- 5.गॅरंटी, वॉरंटी, मोफत सेवा इ. नियमांचा स्पष्ट उल्लेख न करणारी जाहिरात.
- 6.जाहिरातीमध्ये साहसी दृश्ये दाखविली जातात. त्यांचा वाईट परिणाम लहान मुलांवर करणारी जाहिरात.
- 7.आरोग्यास घातक असणाऱ्या जाहिरातीचे प्रदर्शन उदा. शीतपेय.
- 8.कायद्याने बंदी असलेल्या व्यसनी पदार्थांची जाहिरात किंवा कायदेशीर नियमांतून सुटण्याची तरतूद लक्षात न येईल अशा बेताने प्रसिद्ध करणारी पण अशी वस्तू घेण्यास प्रोत्साहित करणारी जाहिरात.

अशा या जाहिराती तयार करणाऱ्या कंपनीच्या उत्पादन खर्चाच्या कितीतरी पटीने जास्त प्रमाणात जाहिरातीवर खर्च करत असतात. यांचा परिणाम वस्तूचा दर्जा व गुणवत्ता तोच राहून त्यांची किंमत वाढते. व ही वाढीव किंमत ग्राहकांकडून वसूल केली जाते. अशा या अनुचित जाहिरातीवर नियंत्रण ठेवणे काळाची गरज आहे.

### संदर्भ सूची :

- 1.ग्राहक कल्याण नवनीत, ग्राहक कल्याण उच्चाधिकार समिती, महाराष्ट्र शासन,
- 2.ग्राहक संरक्षण कायदा, आपले जग ग्राहकविश्व ग्राहक मार्गदर्शिका – 2001, वसंत आपटे
- 3.ग्राहक कल्याण नवनीत, ग्राहक कल्याण उच्चाधिकार समिती, महाराष्ट्र शासन,
- 4.ग्राहका तुझ्यासाठी, बिंदूमाधव जोशी, अखिल भारतीय ग्राहक पंचायत
- 5.ग्राहकतीर्थ, वसंत आपटे बिंदूमाधव अखिल भारतीय ग्राहक पंचायत.
- 6.ग्राहक संरक्षण आणि व्यावसायिक नीतिमूल्ये, डॉ. गंगाधर वि. कायंदे पाटील, चैतन्य प्रकाशन, नाशिक

# Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

## Associated and Indexed, India

- \* International Scientific Journal Consortium
- \* OPEN J-GATE

## Associated and Indexed, USA

- EBSCO
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Golden Research Thoughts  
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra  
Contact-9595359435  
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com  
Website : www.aygrt.isrj.net