

Vol. 5 | No. 5 | October 2019

Impact Factor: 4.197 | ISSN: 2454-5503

CHRONICLE OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

A Peer Reviewed Monthly International Journal



Special Issue On

IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY

00:39

23

W COMMENTS



ur so annoy



१. शिवसेनेचे राजकारण आणि सोशल मिडिया
प्रा.संजय मोहाडे / डॉ.सुनिल शिंदे | ७७
२. आसाराम लोमटे यांचे वर्तमानपत्रातील लेखांचे सामाजिक स्वरूप : एक
अध्यास / संजय नामदेवराव आठवले | ११
३. समाजासमोरीलसोशल मिडीयाची नवी आव्हाने / डॉ.अतुल कदम | १८
४. सोशल मिडियाच्या दुष्परिणामावर भाष्य करणारे नाटक : मना सज्जना /
डॉ. संदीप बनसोडे / सुनिल सदाशिवराव कांबळे | २३
५. महिला आणि सोशल मिडिया / डॉ. अंबादास पांडुरंग बर्वे | २७
६. पर्यावरण आणि सोशल मिडिया / डॉ.बोचरे जे.एम. | ३३
७. समाजमाध्यमांच्या जगातील पत्रकारिता: सद्यस्थिती, ट्रेड्स आणि आव्हाने /
शरद बोदगे | ३६
८. सोशल मिडीया आणि राजकारण /
प्रा. स्वाती बोकरे / डॉ. स्वाती पाटील | ३९
९. समाज माध्यमं आणि भारतीय शास्त्रीय संगीत / सौ.संगीतार. चाटी | ४३
१०. सोशल मिडिया आणि शेतीमालाचे विपणन / डॉ.बी.आर. शिंदे | ४८
११. प्रसारमाध्यमे आणि बदलते जीवनप्रवाह / डॉ. चंद्रकांत गजेवाड | ५२
१२. सोशल मिडिया आणि बँक व्यवहार / डॉ. देशमुख एम.व्ही. | ५५
१३. व्यक्तिबंधावर सोशल मिडियाचा प्रभाव / डॉ. बालाजी डिगोळे | ५८
१४. युवक आणि समाजमाध्यम / डॉ. मोरारी बा. भोसले | ६३
१५. आधुनिक राजकारणात सोशल मिडीयाची भूमिका / डॉ.साहेब राठोड | ६७
१६. सामाजिक प्रसार माध्यमांमुळे निर्माण होणारी सायबर गुन्हेगारी /
गोपाळ गंगर्डे | ७१
१७. सामाजिक प्रसार माध्यमांमुळे निर्माण होणारी सायबर गुन्हेगारी /
डॉ. सुनिता आ. टेंगसे / गोपाळ म. गंगर्डे | ७७
१८. नवतंत्रज्ञानाचा सोशलमिडियावर पडलेला प्रभाव / आदित्य गुंड | ८३
१९. कृषी विस्तार आणि संवत्सामध्ये समाजमाध्यमांचा (सोशल मिडीया) वापर /
जयंत दा. गायकवाड | ८९

२०. सोशल मीडिया आणि आजची वस्तुस्थिती / डॉ. एम. डी. कच्छवे | ९८
२१. नवतंत्रज्ञानाच्या साह्याने मराठीचे अध्यापन / सखाराम बा. कदम | १०२
२२. माध्यमांच्या सामाजिक जबाबदारेचे अवलोकन / डॉ. हरिभाऊ कदम | १०६
२३. ग्रंथालय व सोशल मिडिया / संगिता कातळे | ११०
२४. सोशल मिडीया आणि शैक्षणिक व्यवस्था / डॉ.कहाळेकर जी.बाय. | ११५
२५. सोशल मिडियाचा समाजावरील प्रभाव / मनीषा तु. खंडाळे | ११८
२६. सोशल मीडिया आणि सायबर गुन्हेगारी / डॉ.सचिन खोक्ले | १२३
२७. ग्रंथालयात सोशल मीडियाचा वापर— एक दृष्टिक्षेप /
कु. शारदा के. लंजेकर | १२६
२८. साहित्य आणि सोशल मिडिया / डॉ. राम मायकर | १३२
२९. सोशल मिडीया- आनंददायी भस्मासुर / डॉ. मोहन मिसाळ | १३५
३०. प्रसार माध्यमांचे बदलते स्वरूप / डॉ.अंभुरे एस.डी. | १३८
३१. समाजमाध्यमांचा सुनियोजित तवापर महिलांसाठी वरदान /
डॉ. जयदेवी पवार | १४१
३२. माध्यमांची सामाजिक बांधीलकी : एक चिंतन / डॉ.शा.द. परळकर | १४५
३३. पत्रकारिता आणि सोशलमिडीया / समाधान दराडे | १४९
३४. सोशल मिडीयाची दक्षीण क्षेत्रातील भूमिका / डॉ.सावके भागवत शा. | १५५
३५. समाजासमोरील सोशल मिडीयाचे नवीन आव्हाने / डॉ.शिंदे सुरेखा स. | १५८
३६. प्रसारमाध्यमातून मराठी साहित्यदर्शन : एक शोध /
डॉ. नामदेव सोडगीर | १६१
३७. सामाजिक माध्यमांचा प्रशासनावरील प्रभाव /
डॉ.सोमवंशी मुक्ता (गंगणो) | १६६
३८. कृषि क्षेत्रावरील समाजमाध्यमांचा प्रभाव /
स्वप्नील उवाळे / प्रा.डॉ.सोमवंशी मुक्ता | १७३
३९. सोशल मिडीयाची क्विड क्षेत्रातील भूमिका व योगदान /
गोविंद वाकनकर | १७९
४०. समाजावर सोशल मीडियाचा प्रभाव / यादव कल्याण द. | १८२
४१. महिला आणि सोशलमिडीया / आरती रया. खांबेकर | १८६
४२. राजकारण आणि सोशलमिडीया / अशोक कि. वाकडे. | १९२

सोशल मिडिया आणि शेती मालाचे विपणन

डॉ. बी. आर शिंदे

कै. र. व. महाविद्यालय, सोनपेठ

भारत हा कृषी प्रधान देश आहे. त्यामुळे शेतक-यांनी शेती मालाचे उत्पादन केल्या नंतर तो मालाचे विपणन करण्यासाठी शेतक-यांना बाजार पेठेची आवश्यकता असते. परंतु भारत हा देश कृषी प्रधान आसला तरी पूर्वी भारतीय शेतकरी अज्ञानी आसल्यामुळे त्यांनी उत्पादीत केलेला माल त्याला योग्य किंमत असलेल्या बाजारपेठेत विकता येते नसे त्यामुळे तो शेतीतुन उत्पादन काढल्या नंतर शेतकरी आपल्या अतिरिक्त उत्पादनाची विक्री सामान्य पध्दतीने म्हणजेच गावातील सावकार-महाजन यांना विकीत असे. शेतक-यांना स्वतःची उत्पादन केलेल्या मालाचे विपणन करण्यासाठी काही म्हणून मुलभूत सोयी असाव्यास हव्या परंतु त्या नव्हत्या शेतकरी जमेल त्या पध्दतीने शेती मालाचे विपणन करत असे

आधुनिक काळामध्ये उत्पादनाच्या सर्वच क्षेत्रामध्ये मोठया प्रमाणात बदल होत गेले. त्या सर्वच क्षेत्रा बरोबर शेतीच्या उत्पादनात व उत्पादी केलेल्या मालाच्या विक्रीत बदल झाला भारत सरकारने शुध्दा शेतीमालाचे विपणन करण्यासाठी नियंत्राने बाजार पेठा निर्माण केल्या त्यान मध्यस्था दलाल आणि आढते यांच्या पासुन होणारे शोषण थांबण्याचा पर्यंत केला त्याच बरोबर market committee ची स्थापना करण्यास आली. व यांच्या नियंत्रना खाली शेतक-यांच्या मालाचे नियंत्रीन विपणन करण्याला चालना देण्यात आली.

21 व्या शतकात इंटरनेटची कांती झाली चा कांतीमुळे उत्पादनाच्या सर्वच क्षेत्रातील बदला बरोबर शेती मालाल्या विपणात विपणाच्या बदल झाले. इंटरनेट मुळे एकदा क्लिक केल्या नंतर प्रत्येक व्यक्तीला हव्या त्या गोष्टी मिळतात. इंटरनेटच्या वापर झपाटयाने वाढतोय. त्याच बरोबर माणसाला बदल होवुन 21 व्या शतकातील माणुस इंटरनेटच्या वेगाने बदला आहे. त्याला सर्व काही तयार व कमी वेळात हव आहे. त्यासाठी उत्तम पर्याय ऑनलाईन मार्केट आहे. सआज ऑनलाईन मॉर्केट चा मोठया प्रमाणात वापर हेत असलाला दिसतो. अनेक कंपन्या आपल्या वस्तू विक्री करण्यासाठी चा मार्केटचा मोठया प्रमाणात वापर करत असताना दिसतानला ग्रहकाना मागताच क्षणी

ग्रहउपयोगी वस्तू आकर्षक पॉकींग मध्ये घरपोच मिळतात. अशा वस्तूचे पैसे, कॅश, इंटनेट बँकींग, किंवा इतर योग्य त्या पध्दतीचा वापर करत शकता. या पध्दतीनेच शेतकरी शुध्दा आपला उत्पादन केलेला शेतमाल विकू शकतो परंतू गरज आहे मी या काळातील आव्हाने स्विकारण्याची चा क्षेत्रात शेतक-यांनी आपला सहभाग घेण्याची व त्यांनी उत्पादन केलेल्या शेती मालावर प्रकीया करुन तो माल मुल्यवर्धीन करण्याची ज्या शेतक-यांना मोठया प्रमाणात फायदे होऊ शकतात. परंतू शेतक-यांनी उत्पादन केलेला माल प्रकीया मुल्यवर्धीत करुन विपणन विकसीत करण्यासाठी शेतक-यांने खालील गोष्टीकडे लक्ष दिले पाहिजे.

1. गोदामाची व्यवस्था करणे :-

शेतक-यांनी स्वतःच्या उत्पादीन केलेल्या मालाचा साठा करण्यासाठी गोदाम व्यवस्था केली पाहिजे. कारण उत्पादकानी वस्तू उत्पादीत केल्या बरोबर बाजार पेठेत आपल्या वस्तूला मागणी निर्माण होऊन असे सांगता असे नाही. त्या साठी उत्पादकाला मागणी निर्माण होऊ पर्यंत वस्तूचा साठा करून ठेवावा लागतो. त्यासाठी गुदाम व्यवस्था केली पाहिजे. इंटरनेटच्या युगात शेतक-यांनी शेती ही उपजिवीकेचे साधन म्हणून तीचा वापर करू नये तर शेतीकडे व्यवसाय म्हणून पाहावे ज्या पध्दतीने व्यावसायीक व्यावसाय करताना अगोदा वस्तूचा साठा करण्याची व्यवस्था करताना अगोदा वस्तूचा साठा करण्याची व्यवस्था करतात त्याच पध्दतीने शेतक-यांनी शेतात कच्चा मालाचे उत्पादन केल्यानंतर तो माल मुल्यवर्धीत केला पाहिजे व त्यांचा साठा करण्यासाठी गुदाम व्यवस्था केली पाहिजे.

2. मुल्यवर्धीत माल दर्जेदार तयार करणे :-

शेतक-यांनी शेतीतील कच्चा माल उत्पादीत केल्या नंतर त्या मालाचे रूपांतर दर्जेदार माल तयार केला पाहिजे कारण आज बाजार पेठेत पर्यायी वस्तू तयार आहेत. आपल्या वस्तू चांगल्या दर्जाच्या नसतील तर आपले ग्राहक पर्यायी वस्तू खरेदी करतील त्यासाठी शेतक-यांनी दर्जेदार मालाचे उत्पादन करावे.

3. प्रमाणीकरण आणि श्रेणीकरण :-

प्रमाणीकरण व श्रेणीकरण करण्याच्या योचीचा अभाव कृषी विपणामधील एक महत्त्वाचा दोष आहे. म्हणजेच शेतक-यांनी उत्पादन केलेला माल एकाप्रकारचा राहू शकत नाही. त्यामुळे शेतक-यांनी उत्पादीत केलेल्या मालाला योग्य किंमत प्राप्त होण्याकरिता त्यांनी त्या मालाचे योग्य प्रमाणानुसार श्रेणीकरण

केले पाहिजे. व इटरनेटच्या माध्यमातून ग्राहकांना चांगला माल पुरवला पाहिजे.

4. ग्राहकांच्या आवडी निवडी. :-

ग्राहक हा बाजार पेढेचा केंद्रवीदू आहे. त्यामुळे शेतक-यांनी ग्राहकांच्या आवडी-निवडीचा अभ्यास केला पाहिजे त्यांना हवी तसा मालाची उपलब्धता करून देण्या पाहिजे.

5. स्पर्धेचा अभ्यास:-

शेतक-यांनी शेती मालाचे विपणन करू असताना बाजारपेढेतील स्पर्धेचा अभ्यास केला पाहिजे. कारण आपल्या वस्तूचे अस्तित्व बाजार पेढेत टिकून राहीले पाहिजे.

6:- शेतक-यांनी तंत्रज्ञानाचा अवलंब करावा.

शेती मालाचे उत्पाद करताना विपणन करण्यासाठी शेतक-यांनी पारंपारीक पध्तीचा अवलंब न करता आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करून उत्पादन व त्या मालाचे विपणन करावे. कारण मागणीपुर्व युगात ग्राहकांना मागताच क्षणी वस्तूचा पुरवठा करण्यासाठी तंत्रज्ञानाची आवश्यकता आहे.

7:- शेतक-यांनी नैसर्गिक व सेंद्रिय शेती करावी.

शेतक-यांनी नैसर्गिक व सेंद्रिय शेतीचा अवलंब करवा कारण माणसाचे आणि मातीचे आरोग्य धोक्यात येणार नाही याची काळजी घेतली पाहिजे. आज शेतकरी मोठ्या प्रमाणात रासायनिक खताचा व किटकनाशकांचा मोठ्या प्रमाणात वापर करतात. त्यामुळे माणसाचे आणि मातीचे आरोग्य धोक्यात येऊ पर्यावरणाचाही -हास होत आहे म्हणून शेतक-यांनी नैसर्गिक व सेंद्रिय शेती करून उत्पादन करावे या उत्पादनाला आज मोठ्या प्रमाणात बाजारपेढेत मागणी आहे. अशा मालाचे उत्पादन करून त्या मालाचे सोशल मिडियाच्या माध्यमातून विपणन करावे निश्चित शेतक-याला त्याचा फायदे होते.

शेतक-यांनी सोशल मिडियाचा योग्य तो वापर करून आपल्या उत्पादीत मालाचे विपणन करण्यासाठी शेतक-यांनी योग्य त्या शहरातील ग्राहक शेतक-याकडील उत्पादित वस्तू खरेदी करण्यासाठी तयार आहेत ही संधी ओळखून शेतक-यांनी आपला मो. न. बाजारपेढेत फिरवला पाहिजे. या पध्तीने शेतकरी आपला शेती मालाची विक्री करू शकता.

आज शेतकरी मोठ्या प्रमाणात उत्पादन घेत आहेत परंतु त्यांना त्याच्यासाठी विपणन स्थिती समाधान फरक दिसत नाही. आज देशाची आर्थिक स्थिती पाहता असमाधान कारक आहे. त्यामुळे

शेतक-यांनी यापुढे कोणाच्याही मदतीची वाढ न पाहता आपण स्वतःहून शेती व्यावसायासाठी वस्तूच्या निर्मिती साठी पुढाकार घ्यावा व शेतक-यांनी निर्मिण केलेला कच्चा मालावर प्रकीया करून व सोशल मिडियाचा वापर करून शेती मालाचे विपणन करावे. त्या मालाची विक्री करावी आणि आर्थिक द्रष्ट्या स्वावलंबी वनावे. हि शेतक-यांन साठी श व्या शतकातील महत्त्वाची संधी आहे.

संदर्भ

- 1) भारतीय अर्थशास्त्र - डॉ.सौ. इंदुकर
- 2) भारतीय अर्थशास्त्र - डॉ. प्रभाकर देशमुख
- 3) भारतीय अर्थशास्त्र - एम. एन झावरे
- 4) krishijarvan.com - बिबिशन माणीकराव बागल.

□□□