

- ९.१ व्यावसायिक संप्रेषण-अर्थ व व्याख्या
- ९.२ संप्रेषणाचे प्रकार
- ९.३ संप्रेषणाच्या पद्धती
- ९.४ लिखित संप्रेषणाचे फायदे
- ९.५ इलेक्ट्रॉनिक संप्रेषणाची माध्यमे
- ९.६ प्रभावी संप्रेषणासाठी आवश्यक कौशल्ये
- ९.७ व्यावसायिक संप्रेषणातील चिटणिसाची भूमिका
 - ९.७.१ व्यावसायिक पत्रव्यवहार
 - ९.७.२ सूचना
 - ९.७.३ अहवाल
 - ९.७.४ इतिवृत्त

प्रस्तावना :

‘कम्युनिकेशन’ हा इंग्रजी शब्द लॅटिन शब्द ‘कम्युनिस’ या शब्दातून आला आहे. ज्याचा अर्थ सामायिक असा आहे व सगळ्यांसाठी सामायिक आहे; त्याचा सगळ्यांनी सामूहिकरित्या वापर करावा.

जॉर्ज आर टेरी यांच्या मते ‘कम्युनिकेशन अर्थात संप्रेषण म्हणजे दोन किंवा अधिक व्यक्तींनी सत्य, कल्पना, मते किंवा भावनांचे आदान-प्रदान करणे होय.’

९.१ व्यावसायिक संप्रेषण-अर्थ आणि व्याख्या :

- **अर्थ** : व्यवसाय संप्रेषण ही सामान्य संप्रेषणांची शाखा आहे जी विशेषतः व्यावसायिक घडामोडींशी संबंधित असते. व्यवसायामध्ये व्यवसायाशी संबंधित, घडामोडी, समस्या या करिता व्यावसायिक पक्षांमध्ये संप्रेषण केले जाते तेव्हा ते व्यावसायिक संप्रेषण म्हणून ओळखले जाते.
- **व्याख्या** : ब्रेनर यांच्या मते ‘व्यावसायिक संप्रेषण हे वाणिज्य आणि उद्योग व्यवसायातील कल्पनांचे प्रसारण आणि देवाणघेवाण करणारी अभिव्यक्ती आहे.’

९.२ संप्रेषणाचे प्रकार :

कोणतीही संस्था संप्रेषणाशिवाय समाधानकारकरित्या कार्य करू शकत नाही किंवा प्रभावी संप्रेषणाशिवाय त्याचे ध्येय साध्य करू शकत नाही. संप्रेषणाचे आंतरिक/अंतर्गत आणि बाह्य/बहिर्गत असे दोन प्रकार पडतात.

अ) अंतर्गत संप्रेषण : अंतर्गत संप्रेषण म्हणजे व्यवसायाच्या अंतर्गत विभागांमध्ये घडणारे संप्रेषण होय. अंतर्गत संप्रेषण महत्त्वाचे आहे कारण ते व्यवस्थापकीय कामकाजात मदत करते.

ब) बाह्य संप्रेषण : व्यवसाय व व्यवसायाबाहेरील घटक जसे की बँका, पुरवठादार, धनको इ. मध्ये घडणारे संप्रेषण म्हणजे बाह्य संप्रेषण होय.

बाह्य संप्रेषण हे व्यवसायाच्या बाह्य पर्यावरणाशी निगडित असते.

९.३ संप्रेषणाच्या पद्धती :

संप्रेषण हा असा मार्ग आहे, ज्याद्वारे संदेश एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे जातो. संप्रेषणाचे प्रकार पुढीलप्रमाणे :

अ) मौखिक संप्रेषण ब) अमौखिक संप्रेषण क) लिखित संप्रेषण.

अ) मौखिक संप्रेषण : संप्रेषणाच्या प्रक्रियेत, तोंडी स्वरूपात संदेश पाठविणे हा मौखिक संप्रेषण म्हणून ओळखला जातो. तोंडी संप्रेषण वेगवेगळ्या प्रकारे करता येते जसे की : वैयक्तिक संभाषण, मुलाखती, भाषण आणि दूरध्वनीवर बोलणे इ.

ब) अमौखिक संप्रेषण : माणूस केवळ शब्दांद्वारे किंवा फक्त लेखन, बोलणे आणि ऐकण्याद्वारे संवाद साधत नाही. संवादाचा आणखी एक पैलू म्हणजे अमौखिक संप्रेषण. अमौखिक संप्रेषण हे अशा संप्रेषणाच्या रूपात परिभाषित केले जाते ज्यामध्ये लिखित किंवा बोललेले शब्द नसतात परंतु शब्दांच्या वापराशिवाय संप्रेषण घडते. जसे : देहबोली, चेहऱ्यावरील भाव, नजर भिडवून, मौनाने, प्रतिके वापरून हावभाव करून इत्यादी.

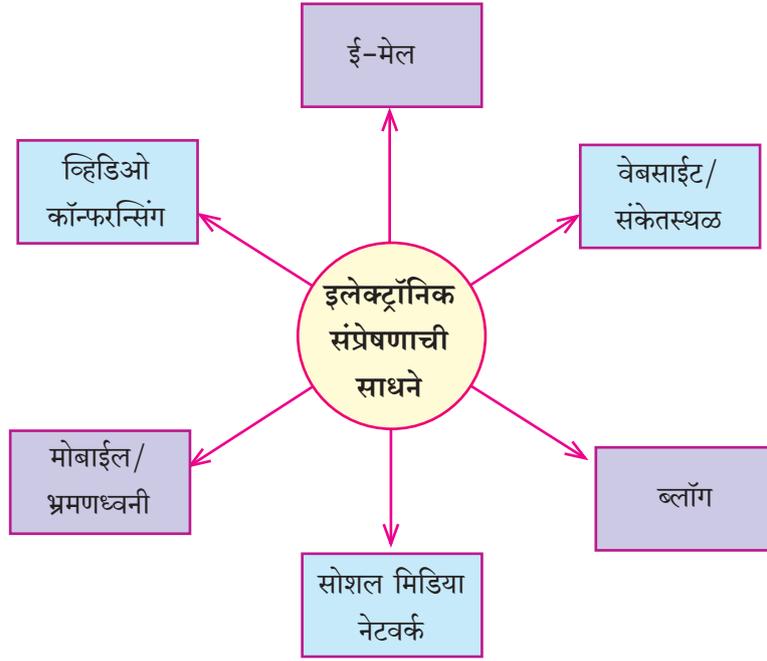
क) लिखित संप्रेषण : जेव्हा माहिती किंवा कल्पनांची देवाणघेवाण तोंडी शब्दांऐवजी लिखित स्वरूपात असते तेव्हा ते लिखित संप्रेषण म्हणून ओळखले जाते. लिखित संप्रेषणात अहवाल, पत्र, परिपत्रके इत्यादींचा समावेश आहे. शब्दांची निवड लिखित संप्रेषणात काळजीपूर्वक केली पाहिजे आणि एका पेक्षा जास्त अर्थांचे शब्द टाळून योग्य अर्थांच्या शब्दांची निवड केली पाहिजे. शक्यतो संदेश लहान वाक्यात असले पाहिजेत जेणेकरून संदेश प्राप्तकर्त्यास योग्य अर्थ लावण्यात कोणतीही अडचण येत नाही.

लिखित संप्रेषणाचा अनेक परिस्थितीत वापर केला जातो. कार्यालयीन कार्यासाठी अनेक प्रकारची कागदपत्रे तयार केले जातात. प्रत्येक दस्तऐवजासाठी मांडणी निश्चित केली आहे. पत्र, संक्षेप (Memo), सूचना (Notice), परिपत्रके, अहवाल, इतिवृत्त इ. कागदपत्रे तयार केली जातात.

९.४ लिखित संप्रेषणाचे फायदे :

- i) **अचूकता :** लिखित संप्रेषण विशेष काळजीने तयार केले जाते. लिखित संप्रेषण तपासणीसाठी सहज उपलब्ध होते त्यामुळे त्याला आव्हान देता येते म्हणून संप्रेषकाने अचूक आणि वास्तविक असणे आवश्यक आहे. लिखित संप्रेषणात अधिक अचूकता असावी.
- ii) **पुन्हा वाचण्यास उपलब्ध :** लिखित संप्रेषणाचा प्राप्तकर्ता भविष्यात कधीही पुन्हा संदेश वाचू शकतो. जोपर्यंत तो संदेश योग्यरित्या समजत नाही तोपर्यंत तो पुन्हा-पुन्हा वाचू शकतो.
- iii) **कायमस्वरूपी नोंद :** लिखित संप्रेषण संस्थेची कायमस्वरूपी नोंद होते आणि भविष्यातील संदर्भासाठी खूप उपयुक्त ठरू शकते.
- iv) **कायदेशीर दस्तऐवज :** लिखित संप्रेषण कायदेशीर दस्तऐवज म्हणून आणि कायदेशीर पुरावा म्हणून स्वीकारले जातात.
- v) **दूरवरच्या संपर्कासाठी उपयुक्त :** लिखित संप्रेषण हे वेगवेगळ्या ठिकाणी राहणाऱ्या व्यक्तींना माहिती पाठविण्याकरिता संप्रेषणाचे सर्वोत्तम माध्यम आहे.
- vi) **वैयक्तिक संपर्काची गरज नाही :** मौखिक संप्रेषणाप्रमाणेच संपर्काच्या वेळी दोन्ही पक्षांनी उपलब्ध असणे आवश्यक नसते. याचे कारण असे आहे की संप्रेषणाच्या या स्वरूपात, संदेश संबंधित व्यक्तीस पाठविले जाऊ शकतात व प्राप्तकर्तास त्याच्या उपलब्ध वेळेनुसार तो वाचता येतो.
- vii) **पूर्णता :** लिखित संदेश हे संबंधित गोष्टींचे परिपूर्ण ज्ञान घेऊन बनवले जातात. त्यामुळे संदेशात पूर्णता असते.
- viii) **कमी खर्चिक :** जर संदेश स्वीकारणारा खूप दूरवर असेल तर ही पद्धत आर्थिकदृष्ट्या फायदेशीर आहे कारण पोस्ट आणि कुरिअर शुल्क अगदी नाममात्र आहेत, आजकाल ई-मेलही लिखित संप्रेषणाची अधिक लोकप्रिय पद्धत आहे.

१.५ इलेक्ट्रॉनिक संप्रेषणाची माध्यमे :



अ) ई-मेल : ई-मेल म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक मेल होय. यामध्ये इंटरनेटच्या माध्यमातून संदेश इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपात पाठवला जातो.

ब) वेबसाईट्स/संकेतस्थळ : वेबसाईट एका एकल वेब डोमेनवर स्थित परस्पर जोडलेल्या वेब पृष्ठांचा संच आहे. या पृष्ठांमध्ये वेबसाईटच्या मालकाद्वारे प्रदान केलेली माहिती असते. जी एक व्यक्ती, समूह किंवा संस्था असू शकते. ते इंटरनेट किंवा खाजगी स्थानिक क्षेत्र नेटवर्कद्वारे प्रवेश योग्य आहे. प्रत्येक वेबसाईटवर एक स्वतंत्र इंटरनेट पत्ता असतो जो 'युनिफॉर्म रिसोर्स लोकेटर (URL)' म्हणून ओळखला जातो. प्रत्येक वेबसाईटचा पत्ता 'www' सह प्रारंभ होतो.

क) ब्लॉग : व्यवसाय ब्लॉग (Business Blog) हा प्रकाशित, अनौपचारिक ऑनलाइन लेखांचा ब्लॉग असतो. जो एक तर कंपनीच्या अंतर्गत संप्रेषण प्रणालीमध्ये समाविष्ट केला जातो किंवा सार्वजनिक इंटरनेटवर पोस्ट केला जातो.

व्यवसाय ब्लॉग, कॉर्पोरेट ब्लॉग किंवा कॉर्पोरेट वेब ब्लॉग म्हणून देखील ओळखला जातो.

ड) सोशल मिडिया नेटवर्क : सोशल मिडिया हे प्रगत मोबाईल आणि वेब-आधारित तंत्रज्ञानाद्वारे तयार केलेले ऑनलाइन परस्परसंवादी गट आहेत. सोशल मिडिया नेटवर्क हा असा प्लॅटफॉर्म आहे की जेथे वापरकर्त्यांना त्यांच्या कल्पना व माहितीची देवाण-घेवाण करता येते

व्यवसायाच्या दृष्टिकोनातून लोकांशी संवाद साधण्यासाठी आणि त्यांना उत्पादनांबद्दल आणि सेवांबद्दल माहिती पुरवण्याची उत्तम संधी प्रदान करते. हे व्यवसाय आणि ग्राहकांमध्ये निष्ठा आणि मजबूत संबंध विकसित करण्यात मदत करते. ट्विटर, फेसबुक, यु-ट्युब इ, लोकप्रिय सोशल नेटवर्क आहेत.

इ) भ्रमणध्वनी (मोबाईल/सेल्युलर फोन) : गेल्या काही वर्षांपासून मोबाईलचा वापर मोठ्या प्रमाणात वाढला आहे. कंपन्यांना त्यांचे उत्पादन ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी लघुसंदेश सेवा (एस एम एस) किंवा कॉलद्वारे जाहिरात करण्याचे हे एक माध्यम आहे.

फ) व्हिडिओ कॉन्फरन्सिंग : व्हिडिओ कॉन्फरन्सिंग म्हणजे दोन किंवा अधिक लोकांमध्ये व्हिडिओ-लिंग प्रदान करण्यासाठी संगणक वापरणे. व्यवसायाच्या चर्चा किंवा वाटाघाटींसाठी वापरले जाणारे हे सोपे द्विमार्गी वेबकॅम आधारित

संप्रेषण आहे. यामध्ये चर्चेत सहभागी व्यक्ती एकमेकांना पाहण्यास सक्षम असतात आणि व्हिज्युअल डेटा, मॉडेल इत्यादी माहिती देखील प्रदर्शित करतात.

९.६ प्रभावी संप्रेषणासाठी आवश्यक कौशल्ये :

प्रभावीपणे संवाद साधण्यात सक्षम असणे हे एक आवश्यक व्यावसायिक कौशल्य आहे. आपल्या व्यवसायामध्ये किंवा आपल्या वैयक्तिक नातेसंबंधामध्ये प्रभावी संप्रेषण म्हणजे आपल्या यशाची किल्ली आहे.

अ) श्रवण करणे : प्रभावी संप्रेषणाचा सर्वांत महत्त्वाचा भाग म्हणजे एक चांगला श्रोता असणे होय. प्रभावी संप्रेषणात सक्रिय ऐकणे आवश्यक आहे. सक्रिय ऐकणे म्हणजे एखादी व्यक्ती आपल्याला काय सांगते आहे हे ऐकून आणि समजून घेणे होय. एखादी व्यक्ती आपल्याला काय सांगते आहे हे स्पष्टपणे समजले नाही तर आपण योग्यरित्या प्रतिसाद देऊ शकत नाही.

ब) देहबोली : देहबोली ही एक महत्त्वपूर्ण संप्रेषण साधन आहे. देहबोली ही भावना व्यक्त करण्यास मदत करते. देहबोली म्हणजे आवाजाचा स्वर, हावभाव व नजरेने संपर्क सुनिश्चित करणे होय.

क) स्पष्ट आणि संक्षिप्त : शक्य तितक्या थोड्या शब्दांचा वापर करून संदेश व्यक्त करावा. संदेश वैयक्तिकरित्या किंवा टेलिफोन किंवा ई-मेल संदेशाद्वारे व्यक्त करताना स्पष्ट, संक्षिप्त आणि थेट असावा. अत्याधिक शब्दांचा वापर टाळावा. बोलण्याआधी, संदेश सांगण्याविषयी काही विचार करावा त्यामुळे गोंधळ टाळण्यास मदत होते.

ड) चित्ताकर्षक : एखाद्या व्यक्तीशी समोरासमोर संवाद साधताना, साध्या स्मित हास्याने मित्रत्वाची भाषा वापरावी आणि वैयक्तिक प्रश्न विचारावा या गोष्टी समोरील व्यक्तीला प्रोत्साहित करतात.

इ) आत्मविश्वास : प्रभावी संप्रेषणामध्ये आत्मविश्वास आवश्यक आहे. ठाम परंतु मैत्रीपूर्ण भाषा वापरून संपर्क करणे, आत्मविश्वास दर्शविण्याचे मार्ग आहेत.

फ) सहानुभूतीपूर्ण : सहानुभूती ही व्यक्तीचे अंतरंग जाणून घेण्याची कला आहे. सहानुभूती ही शब्द किंवा कृतीद्वारे दर्शविली जाऊ शकते.

ग) अभिप्रायची देवाण-घेवाण : योग्य अभिप्राय देणे आणि प्राप्त करणे हे आवश्यक संवाद कौशल्य आहे. अभिप्राय देणे आणि प्राप्त करणे यामुळे कोणत्याही घटनेबद्दल महत्त्वपूर्ण माहिती मिळते.

९.७ व्यावसायिक संप्रेषणातील चिटणिसाची भूमिका :

व्यावसायातील अधिकारी, कर्मचारी, बाहेरील लोक, गुंतवणूकदार इत्यादींसह विविध परिस्थितीत संवाद साधणे हे चिटणिसाचे कार्य आहे. सचिवाने पत्र, इतिवृत्त, विवरणपत्र, सूचना, परिपत्रके इत्यादी तयार करणे आवश्यक आहे.

९.७.१ व्यावसायिक पत्र :

अर्थ : व्यावसायिक पत्रे म्हणजे कंपनीच्या व्यवसायाचा विकास करण्यासाठी सचिवाने केलेले लिखित संप्रेषण होय. व्यवसायाची प्रतिमा उंचावण्यासाठी चांगले पत्र लिहिणे महत्त्वाचे आहे.

व्याख्या : रॉबर्ट श्यर्टर यांच्या मते 'व्यवसाय पत्रव्यवहार हा संदेश आहे जो त्याच्या प्राप्तकर्त्यास पाठविणाऱ्याने इच्छित असलेल्या काही कृती किंवा वृत्ती करण्यास प्रवृत्त करण्याचा प्रयत्न करतो.' म्हणजेच, व्यावसायिक पत्राचा उद्देश हा प्राप्तकर्त्यास संदेश समजणे इतकाच नसून तर त्याला आवश्यक ती कृती करण्यास वा निर्णय घेण्यास प्रवृत्त करणे हा आहे.

अ) पत्राची संरचना/आराखडा (Layout of business letter) : ले आऊट म्हणजे पत्रांच्या विविध भागांची योग्य मांडणी किंवा पत्रांची संरचना किंवा डिझाईन असेही म्हटले जाते. वाचकांवर चांगला प्रभाव निर्माण करण्यासाठी अंतर्गत मांडणी योग्य असणे आवश्यक आहे.

व्यावसायिक पत्राचा आराखडा :

१) शीर्षक		
कंपनीचे नाव व पत्ता :	_____	

CIN :	_____	
दूरध्वनी :	ई-मेल :	फॅक्स :
		वेबसाईट :
		२) तारीख :
३) संदर्भ क्र. :		
४) अंतर्गत पत्ता		
५) विषय :		
६) अभिवादन		
अ) पहिला परिच्छेद / विषयाची ओळख :		
ब) मुख्य परिच्छेद :		
क) समारोप परिच्छेद :		
	७) पत्राचा गाभा	
	८) नम्रतापूर्वक शेवट	
	९) सही	
१०) सहपत्रे		
११) प्रतिलिपी		

- पत्रलेखन ही एक कला आहे. पत्राचा आराखडा हा अचूक आणि आकर्षक असावा. सध्याच्या काळात विविध संकेतनांचा वापर केला जातो.

पत्राच्या संरचनेत खालील घटकांचा समावेश होतो.

- १) शीर्षक :** शीर्षकामध्ये व्यवसायाचे नाव, पत्ता, दूरध्वनी क्रमांक, फॅक्स क्रमांक, ई-मेल आयडी, व्यवसायाची वेबसाईट इ. बाबी समाविष्ट असतात. शीर्षकाची रचना आकर्षक असावी. वाचकांवरिल हा व्यवसायाचा पहिला प्रभाव असतो. हा व्यवसाय पत्राचा एक भाग आहे जो पत्र पाठविणाऱ्याला सादर करतो. सामान्यतः हल्ली छापील शीर्षकाचा वापर केला जातो.

उदा. : टाटा मोटर्स लि. १७ सी, एस बी रोड, एमआयडीसी, पुणे - ४११०१५

CIN : L28920MH1945PLC004520

दूरध्वनी : (०२२) ४७५६८२३

फॅक्स : (०२२) ४७५६८२४

ई-मेल : tatamotors@gmail.com

वेबसाईट : www.tatamotors.com

- २) तारीख :** तारीख ही शीर्षकाच्या खाली उजव्या बाजूस मुद्रित किंवा हाताने लिहिलेली असते. ज्या तारखेस पत्र लिहित आहे ती तारीख, महिना आणि वर्ष समाविष्ट असते. तारीख-विना पत्र अपूर्ण आहे. पत्र कायदेशीर पुरावा म्हणून सादर करताना तारीख महत्त्वाची असते. तारीख वेगवेगळ्या प्रकारे लिहिली जाते.

उदा. : ब्रिटिश शैली - १ एप्रिल, २०१९

अमेरिकन शैली - एप्रिल १, २०१९

३) **संदर्भ क्र.** : हे शीर्षकाखाली डाव्या बाजूला लिहितात यामध्ये संदर्भ क्रमांक दिलेला असतो. जो संबंधित व्यक्तीस संबंधित पत्राचा त्वरित संदर्भ समजण्यास मदत करतो. संदर्भ क्रमांक हा कोड क्रमांक किंवा एखादा शब्द असू शकतो. पाठविल्या जाणाऱ्या प्रत्येक पत्राला संदर्भ क्रमांक दिला जातो.

उदा. : ९१/पी/२०१९ (९१-पत्र क्रमांक क्र.पी-खरेदी (Purchase) विभाग, २०१९-वर्ष)

४) **अंतर्गत पत्ता/प्राप्तकर्त्याचा पत्ता** : यात पत्र प्राप्तकर्त्याचे नाव, पत्ता समाविष्ट असतो. हे पत्राच्या डाव्या बाजूला लिहिले जाते. वैयक्तिक नावांसाठी श्री, सौ, श्रीमती किंवा श्रीमान हे शब्द आणि व्यवसाय संस्थांच्या नावासाठी मेसर्स शब्द वापरला जातो.

उदा. : १) श्रीमती पल्लवी पाथरे

१८ अ गणेश कॉम्प्लेक्स, एमजी रोड, रत्नागिरी ४१५६१२.

२) मे. जगन्नाथ ट्रेडिंग कंपनी

मार्केट यार्ड, सांगली - ४१६४१६

५) **विषय** : हे साधारणपणे संदर्भ क्रमांकांच्या खाली 'विषय' (Sub.) असे लिहून सुरू केले जाते.

व्यावसायिक पत्र ज्या हेतूने लिहिले जाते. त्यासंबंधीचे पूर्ण विधान म्हणजे पत्राचा विषय. हे पत्राचा उद्देश दर्शविते. विषयामुळे पत्र वाचल्याशिवाय वाचकास पत्रांचे महत्त्व कळते. तसेच संबंधित विभागास किंवा विभागाकडे पाठविण्यात मदत करते आणि त्वरित नस्तीकरण करणे शक्य होते.

उदा. चालू खाते उघडण्याविषयी.

६) **अभिवादन** : पत्राच्या लेखकाकडून वाचकांना अभिवादनपर संज्ञा लिहिली जाते. हे वाचकांच्या मनावर सकारात्मक प्रभाव पाडते.

उदा. : आदरणीय महोदय/महोदया किंवा सन्माननीय महोदय/महोदया

७) **पत्राचा गाभा/मुख्य मजकूर** : हा व्यवसाय पत्राचा सर्वात महत्त्वाचा भाग आहे. यात पत्र प्राप्तकर्त्यासाठी वास्तविक संदेश असतो. हा संदेश परिच्छेदामध्ये विभागून लिहिणे आवश्यक आहे. यात सामान्यतः तीन परिच्छेद असतात.

पहिला परिच्छेद : यामध्ये पत्राचा विषय किंवा प्रस्तावना सादर करता येते. हे थोडक्यात परंतु प्रभावी असते. वाचकांना मुख्य परिच्छेदाकडे जाण्यासाठी त्यात रस निर्माण केला जाते.

द्वितीय/मुख्य परिच्छेद : यात मुख्य संदेश असतो. हा पत्राचा गाभा आहे. पत्राचा मुख्य मजकूर साध्या भाषेत व सुस्पष्ट शब्दांत व्यक्त केला पाहिजे.

तिसरा/समारोप परिच्छेद : हा शेवटचा परिच्छेद आहे. हा काळजीपूर्वक लिहावा जेणेकरून पत्र प्राप्तकर्त्याकडून इच्छित कृती घडावी. या परिच्छेदातून केलेल्या सूचनांवर पत्रवाचकाचा अनुकूल प्रतिसाद अवलंबून असतो.

८) **नम्रतापूर्वक शेवट** : हा पत्राचा शेवटचा भाग आहे. पत्राच्या उजव्या बाजूला सहीच्या वर लिहिले जाते. यातून पत्रलेखकाचे सौजन्य स्पष्ट होते. हे अभिवादनाशी जुळले पाहिजे. उदा. आपला विश्वासू

९) **स्वाक्षरी** : हा पत्राचा शेवटचा भाग आहे. पत्रावर अधिकृत व्यक्तीची स्वाक्षरी असायलाच हवी. स्वाक्षरीशिवाय पत्र अपूर्ण आणि अवैध आहे. व्यक्तीचे नाव आणि त्याचे किंवा तिचे पदनाम, सही खाली लिहिले जाते. रबरस्टॅंप स्वाक्षरी वापरली जाऊ नये. स्वाक्षरी केलेली व्यक्ती पत्रातील मजकुरासाठी जबाबदार असते. आजकाल डिजिटल प्रतीके देखील स्वाक्षरीसाठी वापरली जातात.

उदा. :

स्वाक्षरी

नाव :

(पदनाम)

१०) संलग्न / सहपत्र : यात पत्रासोबत संलग्न केलेले दस्तऐवज, धनादेश इ. समाविष्ट आहेत. डाव्या बाजूवर लिहिलेल्या 'सहपत्र' शब्दाद्वारे ते दर्शविले जाते. जर कागदपत्र एकापेक्षा अधिक असतील तर ते क्रमांकित केले पाहिजे आणि अनुक्रमित केले जावे. हे प्राप्तकर्त्यास दस्तऐवज तपासण्यास मदत करते.

उदा. : सहपत्रे : १) संचालक मंडळाच्या ठरावाची प्रत
२) दोन संचालकांची नमुना सही

११) कार्बन कॉपी नोटेशन (सी.सी.) / प्रतिलिपी : जर पत्रांची प्रत एकाच वेळी अनेक व्यक्तींना पाठविली जात असेल तर ती 'सीसी' दोन अक्षरांनी दर्शविली जाते. हे सहपत्राच्या खाली डाव्या बाजूस लिहिले जाते.

उदा. : सीसी - कंपन्यांचे रजिस्ट्रार

अतिरिक्त माहिती : काही पत्रांमध्ये खालील अतिरिक्त माहिती असू शकते.

- १) **ताजा कलम :** पत्र लिहून पूर्ण झाल्यानंतर काही अद्ययावत माहिती नमूद करावयाची झाल्यास किंवा अनावधानाने एखादा मजकूर लिहायचा राहिल्यास त्या मजकुराचा समावेश ताजा कलम (ता. क.) लिहिण्याची पद्धत आहे. पत्रामध्ये ताजा कलम टाळला पाहिजे. यामुळे प्राप्तकर्त्यावर वाईट प्रभाव पडतो. जर ताजा कलम वापरला तर ते पत्र लिहिणाऱ्या व्यक्तीचा निष्काळजीपणा दर्शवतो. ताजा कलम लिहिल्यास पत्रावर स्वाक्षरी करणाऱ्याची आद्याक्षरे तेथे लिहावीत.
- २) **पत्रलेखन प्रतओळख :** पत्राची टंकलिखित किंवा संगणकीय प्रत ज्या लिपिकाने तयार केली आहे त्याची ओळख पटावी यासाठी संबंधित लिपिकाचे संक्षिप्त नाव लिहिले जावे. भविष्यात केव्हाही लिपिकाची ओळख होण्यास मदत होते.

ब) चांगल्या व्यावसायिक पत्रातील आवश्यक बाबी : चांगले व्यवसायपत्र कमीत कमी शब्दांत जास्तीत जास्त माहिती स्पष्टपणे आणि योग्यरित्या व्यक्त करते. खालील गुणांचा समावेश असेल तर ते एक उत्तम व्यावसायिक पत्र म्हणून ओळखले जाईल.

- १) **स्पष्टता :** स्पष्टता व्यवसाय पत्राचा आत्मा आहे. पत्रातील संदेश स्पष्ट असणे आवश्यक आहे. साधे आणि सर्व सामान्य शब्द वापरणे आवश्यक आहे. तांत्रिक, दुहेरी अर्थ असणारे शब्द आणि लघुलिपी (Short form) टाळले पाहिजेत. नावे आणि अंक पत्रांचे महत्त्वाचे भाग आहेत म्हणून ते अचूक आणि स्पष्ट असावेत.
- २) **संक्षिप्तता :** पत्र थोडक्यात असावे. किमान शब्द वापरणे आवश्यक आहे. अनावश्यक आणि अप्रासंगिक माहिती टाळली पाहिजे. संक्षिप्त पत्र वाचकांचा वेळ वाचवते आणि अधिक प्रभावी सिद्ध होते.
- ३) **संपूर्णता :** पत्राने वाचकांना संपूर्ण माहिती देणे आवश्यक आहे. पत्रातील विषयाशी संबंधित सर्व संभाव्य तथ्ये आणि आकृत्यांनी पत्र परिपूर्ण असावे. अपूर्ण पत्र इच्छित परिणाम साधत नाही.
- ४) **सौजन्य :** सौजन्य म्हणजे पत्रांची भाषा विनम्र आणि सभ्य असावी. विनम्र पत्रास वाचकांकडून अनुकूल प्रतिसाद मिळतो. कठोर, असभ्य शब्द, अपमानजनक टिका वगैरे टाळले पाहिजेत.
- ५) **अचूकता :** माहिती किंवा संदेशाविषयी व्यवसाय पत्र अचूक असणे आवश्यक आहे. आकडेवारी किंवा तथ्यामधील कोणतीही चूक समस्या निर्माण करू शकते. कोणतीही व्याकरणात्मक किंवा शब्दलेखन चूक असू नये.
- ६) **समन्वय/एकवाक्यता :** पत्रातील एकवाक्यता म्हणजे पत्राची सुसंगतपणे मांडणी होय. संदेश वेगवेगळ्या परिच्छेदांमध्ये विभागला पाहिजे. सर्व परिच्छेद तार्किकदृष्ट्या व्यवस्थित किंवा एकमेकांशी जोडलेले असले पाहिजेत.

- ७) 'तुम्ही दृष्टिकोन' / वाचक दृष्टिकोन : वाचकांच्या दृष्टिकोनातून पत्र लिहावे. लेखकाने वाचकांना योग्य महत्त्व दिले पाहिजे आणि त्याचा विचार केला पाहिजे. वाचकांच्या समस्येवर विचार करावा. वाचकांना कृती करण्यास प्रवृत्त केले पाहिजे. याला 'तुम्ही' दृष्टिकोन असेही म्हणतात.
- ८) आनंददायी/सकारात्मकता : व्यवसाय पत्र आनंददायी असणे आवश्यक आहे. आनंदी पत्र सकारात्मक आणि आशेची भावना दर्शवितो. पत्र लेखकाने नकारात्मक शब्द आणि वाक्ये टाळली पाहिजेत.
- क) व्यावसायिक पत्राचे बाह्य स्वरूप : व्यवसाय पत्र संस्थेचे प्रतिनिधीत्व करते म्हणून ते आकर्षक असावे. आधुनिक काळात व्यवसाय पत्रे सामान्यतः ई-मेलद्वारे पाठविली जातात. त्यामुळे काही गुण जसे की, कागदाची गुणवत्ता, आकार, पत्राची घडी, लिफाफा हे घटक प्रभाव करत नाहीत. परंतु पत्र भौतिक स्वरूपात पाठविल्यास पुढील गोष्टी लक्षात ठेवल्या पाहिजेत.
- १) पेपर/कागद : पत्र लिहिण्यासाठी वापरलेले कागद उत्तम दर्जाचे असावेत. कागदाचा आकार खूप मोठा किंवा खूप लहान नसावा. सामान्यतः पांढरे कागद वापरले जावेत. A-4 आकाराचा कागद वापरावा.
- २) टंकलिखित/पत्रलेखन : अलीकडे व्यावसायिक पत्रे हाताने लिहिली जात नाहीत. अक्षरे टाईप केली जातात. कोणत्याही चुकीविना टायपिंग काळजीपूर्वक केले पाहिजे. टाईप केलेले पत्र आकर्षक बनते आणि ते चांगला प्रभाव पाडते.
- ३) समास : कागदाच्या दोन्ही बाजूंना योग्य समास सोडले पाहिजेत. समासाने अक्षरांना आकर्षकता प्राप्त होते. समास योग्य फरकाने म्हणजे १.५ इंच दोन्ही बाजूंना आणि तळाशी सोडला जातो.
- ४) अंतर : शब्द, रेषा आणि परिच्छेद दरम्यान पर्याप्त जागा सोडली पाहिजे. अंतर एकसारखे असावे. योग्य अंतर देऊन लिहिलेले पत्र वाचणे सोपे करते.
- ५) शीर्षक : यामध्ये व्यवसायाचे नाव आणि पत्ता समाविष्ट असतो. पत्राचे शीर्षक आकर्षक असले पाहिजे कारण वाचकांवर प्रथम प्रभाव पाडतो. व्यावसायिक संस्था पत्रासाठी छापील शीर्षकाचा (Letterhead) वापर करतात.
- ६) पत्राची घडी : पत्र लिफाफामध्ये घालताना पत्राची योग्यरित्या घडी करावी. पत्राची घडी अशी करावी की पत्र उघडण्यासाठी सोयीस्कर वाटले पाहिजे. अधिक किंवा वारंवार केलेल्या घड्यांमुळे पत्रातील मजकूर खराब होतो. साधारणपणे दोन किंवा तीन घड्या केल्या जातात.
- ७) लिफाफा : लिफाफाचा आकार फार मोठा किंवा लहान नसावा. प्राप्तकर्त्याचा पूर्ण पत्ता लिफाफावर टाईप करावा. तो आतील पत्रासारखाच असावा. साधारणपणे खिडकी लिफाफे (window envelope) वापरले जातात. जर खिडकी लिफाफा वापरला तर पत्र अशा प्रकारे घडी करावे की आतला पत्ता खिडकीतून दिसेल.

९.७.२ सूचना :

एखाद्या महत्त्वपूर्ण घटनेविषयी अचूक व आगाऊ माहिती सूचनेद्वारे दिली जाते. सूचनेच्या माध्यमातून एखादी घटना सार्वजनिकरित्या लोकांपर्यंत पोहोचवली जाते. कंपनी कायदा २०१३ नुसार सभेला सहभागी होणाऱ्या व्यक्तींना प्रत्येक बैठकीपूर्वी एक सूचना पाठवली जाणे आवश्यक आहे.

सूचना म्हणजे सभेचा दिवस, तारीख, वेळ, ठिकाण आणि सभेत चर्चिल्या जाणाऱ्या विषयांची यादी होय. ही सूचना लेखी स्वरूपात दिली जाते.

सचिवाने सूचनेचा तपशील, कार्यक्रमपत्रिका, सूचनेचा कालावधी, सूचना पाठविण्याचे साधन याबाबत अद्वययावत असावे.

काही कारणांसाठी चिटणिसाला सूचना सार्वजनिक प्रकाशित करावी लागते. उदा : वार्षिक सर्वसाधारण सभेची सूचना, कंपनीचे कार्यालयाचा पत्ता बदलल्याबाबतची सूचना इ.

१.७.३ अहवाल :

अहवाल म्हणजे एखाद्या समस्येबाबत सत्यता जाणून त्यावर काही शिफारशींसह निष्कर्षाकडे घेऊन जाणारे पद्धतशीर लेखी सादरीकरण होय. अहवालामध्ये विशिष्ट घटनांबद्दल तथ्य व निष्कर्षांचे पद्धतशीर सादरीकरण असते. व्यक्ती किंवा समितीद्वारे अहवाल तयार केला जाऊ शकतो.

काही अहवाल कंपनी कायद्याच्या तरतुदीनुसार तयार करणे आवश्यक आहे. उदा. वार्षिक अहवाल, कंपनीच्या आवश्यकतेनुसार कंपनीकडून काही अहवाल तयार केले जातात. उदा. नवीन शाखेची स्थापना करण्यासाठी संभाव्य जागेबाबतचा अहवाल.

चिटणिसाकडे अहवाल लेखनाचे कौशल्य असावेच लागते. अहवालातील तपशील आणि अहवाल लेखनाचे विविध प्रकार याबाबत चिटणिसाला परिपूर्ण ज्ञान असावे.

१.७.४ इतिवृत्त :

सभेमध्ये घडलेल्या घडामोडींचा लिखित सारांश म्हणजे इतिवृत्त होय. कंपनीच्या सभेत घेतलेल्या निर्णयांचा ती संक्षिप्त, अचूक आणि अधिकृत नोंद आहे. भविष्यातील संदर्भासाठी ती वापरली जाऊ शकतो. इतिवृत्त हे सभेतील घडामोडींची लिखित नोंद असल्याने ती विहित नमुन्यातच लिहावी लागते. सभेची तारीख, वार, वेळ, ठिकाण, सभेचा प्रकार, अध्यक्ष, संचालक मंडळाचा व उपस्थित सभासदांचा तपशील व मंजूर झालेले ठराव इ. सर्व नोंदी इतिवृत्तामध्ये केल्या जातात.

कंपनी कायद्यानुसार कंपनीच्या विविध सभांचे इतिवृत्त सभा संपल्यानंतर १५ दिवसांच्या आत तयार करावे लागते. इतिवृत्त कंपनीचा चिटणीस तयार करतो व त्यावर कंपनीचे सभासद, संचालक किंवा अध्यक्ष सही करून ते निश्चित करतात. इतिवृत्त नेहमी इतिवृत्त पुस्तकात, भूतकाळात लिहिले जाते.



कृती :

लोकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी कंपनी ट्विटर व ब्लॉगचा उपयोग कसा करू शकेल.

सारांश

संप्रेषण : दोन किंवा अधिक व्यक्तींनी तथ्ये, कल्पना, मते किंवा भावनांची देवाणघेवाण करणे.

व्यावसायिक संप्रेषण : वाणिज्य आणि उद्योगातील कल्पनांचे प्रसारण आणि देवाणघेवाण करणे.

संप्रेषणाचे प्रकार : १) अंतर्गत संप्रेषण २) बाह्य संप्रेषण

संप्रेषण पद्धती

१) **मौखिक संप्रेषण :** तोंडी स्वरूपात संदेश पाठविण्याची प्रक्रिया.

२) **अमौखिक संप्रेषण :** देहबोली, चेहऱ्यावरील भाव, नजर, मौन, प्रतीके वापरून संप्रेषणाची प्रक्रिया.

३) **लिखित संप्रेषण :** लिखित स्वरूपात मते, माहिती किंवा कल्पनांची देवाण-घेवाण आहे.

इलेक्ट्रॉनिक संप्रेषणाची पद्धती :

१) **ई-मेल :** संप्रेषणाचा वेगवान मार्ग.

२) **वेबसाईट :** एका एकल वेबडोमेनवर स्थित परस्पर जोडलेल्या वेब पृष्ठांचा संच.

३) **ब्लॉग :** याला कॉर्पोरेट ब्लॉग किंवा कॉर्पोरेट वेब लॉग देखील म्हटले जाते.

अ) अंतर्गत ब्लॉग

ब) बाह्य ब्लॉग

४) सोशल मिडिया नेटवर्क :

- अ) ट्विटर : मायक्रोब्लॉगिंग वेबसाईट्स
ब) फेसबुक : पॉप्युलर सोशल नेटवर्किंग साईट.
क) यु-ट्युब : व्हिडिओ सामायिकरण वेबसाईट.

५) मोबाईल/सेल्युलर फोन.

६) व्हिडिओ कॉन्फरन्सिंग

व्यवसाय पत्रे : एक लिखित संदेश आहे जो प्रेषकाला इच्छित असलेल्या कृती किंवा वृत्तीसाठी त्याच्या प्राप्तकर्त्यास प्रभावित करण्याचा प्रयत्न करतो.

सूचना : सभेची तारीख, वेळ आणि सभेचे ठिकाण आणि सभेत चर्चिले जाणारे विषय याबाबत कंपनीने दिलेली आगाऊ सूचना होय.

अहवाल : एखाद्या समस्येबाबत सत्यता जाणून त्यावर शिफारशीसह निष्कर्षाकडे घेऊन जाणारे लेखी सादरीकरण.

इतिवृत्त : सभेमध्ये घडलेल्या घडामोडींचा लिखित सारांश होय.



प्रश्न १ अ) खाली दिलेल्या पर्यायांमधून योग्य पर्याय निवडून वाक्य पुन्हा लिहा.

- व्यवसायाशी संबंधित संप्रेषण घडामोडींशी निगडित असते.
(अ) आर्थिक (ब) व्यावसायिक (क) सामाजिक
- लिखित संप्रेषण ही नोंद आहे.
(अ) कायम (ब) तात्पुरती (क) अनधिकृत
- ई-मेल हा संप्रेषणाचा प्रकार आहे.
(अ) सर्वात वेगवान (ब) सावकाश (क) महाग
- वेबसाईटचा एक स्वतंत्र इंटरनेट पत्ता म्हणून ओळखला जातो.
(अ) वर्ल्ड वाईड वेब (ब) युनिफॉर्म रिसोर्स लोकेटर (क) .कॉम
- म्हणजे विशिष्ट घटनांबद्दल तथ्य व निष्कर्षांचे पद्धतशीर सादरीकरण होय.
(अ) अहवाल (ब) सूचना (क) शीर्षक
- शब्द, रेषा आणि परिच्छेदांमधील योग्य असावे.
(अ) समास (ब) लेखन (क) अंतर
- म्हणजे किमान शब्दांचा वापर करणे होय.
(अ) सौजन्य (ब) संक्षिप्तता (क) अचूकता
- शिवाय पत्र अवैध ठरते.
(अ) 'तुम्ही' दृष्टिकोन (ब) सही (क) स्पष्टता

प्रश्न १ ब) जोड्या जुळवा.

गट 'अ'	गट 'ब'
अ) ट्विटर	१) ऐकणे आणि समजून घेणे
ब) तुम्ही दृष्टिकोन	२) वैयक्तिक
क) सक्रिय ऐकणे	३) कठोर, असभ्य शब्द
ड) देहबोली	४) सोशल मीडिया
इ) सौजन्य	५) अमौखिक संप्रेषण
	६) ब्लॉग
	७) 'वाचक' दृष्टिकोन
	८) सहानुभूती
	९) एस्.एम्.एस्.
	१०) नम्रता

प्रश्न १ क) खालील प्रत्येक विधानांसाठी एक शब्द किंवा शब्दसमूह किंवा संज्ञा लिहा.

१. संप्रेषणाची अशी पद्धती जी तोंडी स्वरूपात संदेश पाठविते.
२. एका वेब डोमेनवर स्थित आंतरसंलग्न वेब पृष्ठांचा संच.
३. व्यावसायिक पत्राचा असा भाग जो पत्रलेखकाला वाचकासमोर सादर करतो.
४. सभेत झालेल्या घडामोडींचा लिखित सारांश.
५. व्यवसाय पत्राचा असा भाग ज्यामध्ये पत्र पाठविणाऱ्याचे नाव व पत्त्याचा समावेश असतो.
६. इलेक्ट्रॉनिक संप्रेषणाचे दृक-श्राव्य माध्यम.

प्रश्न १ ड) खालील विधाने बरोबर की चूक ते लिहा.

१. सूचना म्हणजे सभेत झालेल्या घडामोडींचा लिखित सारांश होय.
२. लिखित संप्रेषणामुळे कायमस्वरूपी नोंद उपलब्ध होते.
३. प्रभावी संप्रेषणासाठी सक्रिय ऐकणे आवश्यक आहे.
४. अंतर्गत पत्ता पत्र पाठविणाऱ्याचे नाव व पत्ता दर्शवितो.
५. तारखेशिवाय पाठविलेले पत्र अपूर्ण आणि अवैध आहे.
६. संदर्भ क्रमांक पत्र पाठविण्याचा उद्देश दर्शवितो.
७. समन्वय म्हणजे पत्रातील मजकुराची सुसंगत मांडणी होय.
८. पत्राला कमीत-कमी घड्या घालाव्यात.

प्रश्न १ इ) गटात न बसणारा शब्द शोधा.

१. कागद, समास, टंकलिखित, सौजन्य
२. स्पष्टता, सौजन्य, अंतर, अचूकता
३. तारीख, अंतर्गत पत्ता, संक्षिप्तता, विषय

प्रश्न १ फ) खालील विधाने पूर्ण करा.

१. जेव्हा अहवाल, पत्र, परिपत्रके यांच्याद्वारे संप्रेषण केले जाते त्याला म्हणतात.
२. पत्राच्या विविध भागांच्या योग्य मांडणीला म्हणतात.
३. पत्र प्राप्तकर्त्याचे नाव, पत्ता समाविष्ट असणाऱ्या पत्राच्या भागास म्हणतात.

प्रश्न १ ग) कंसातील अचूक पर्याय निवडा.

गट 'अ'	गट 'ब'
१. 'तुम्ही' दृष्टिकोन
२. संक्षिप्तता
३.	संपूर्ण माहिती
४.	विनम्र भाषा

(कमीत कमी शब्द, संपूर्णता, सौजन्य, वाचक दृष्टिकोन)

प्रश्न १ ह) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. शब्दांच्या वापराशिवाय केल्या जाणाऱ्या संप्रेषणाचे नाव काय?
२. तोंडी स्वरूपात पाठविल्या जाणाऱ्या संदेशाचे नाव काय?
३. पुन्हा पुन्हा वाचू शकतो अशा संप्रेषणाचे नाव नमूद करा.

प्रश्न १ ई) खालील वाक्यातील अधोरेखित शब्द दुरुस्त करून वाक्य पुन्हा लिहा.

१. सहानुभूती म्हणजे पत्राची सुसंगतपणे मांडणी करणे होय.
२. संपूर्णता म्हणजेच पत्रात किमान शब्द वापरणे.
३. नम्रतापूर्वक शेवट यामध्ये वाचकांना अभिवादनपर संज्ञा लिहिली जाते.

प्रश्न १ ज) योग्य क्रम लावा.

- | | |
|----------------------|------------------------|
| (१) अ) शीर्षक | (२) अ) सहपत्र |
| ब) नम्रतापूर्वक शेवट | ब) पत्राचा मुख्य मजकूर |
| क) विषय | क) तारीख |

प्रश्न २) खालील संज्ञा/संकल्पना स्पष्ट करा.

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| १. संप्रेषण | २. व्यावसायिक संप्रेषण |
| ३. लिखित संप्रेषण | ४. व्यावसायिक पत्रव्यवहार |
| ५. अहवाल | ६. इतिवृत्त |

प्रश्न ३) खालील घटना/परिस्थितीचा अभ्यास करून आपले मत लिहा.

१. श्री. राहुल हे चिटणीस आहेत. ज्यांना व्यवस्थापकीय संचालकांनी संचालक मंडळाच्या सभेत घेतलेले निर्णय अनुपस्थित संचालकांना कळविण्यास सांगितले आहे. चांगल्या व्यवसाय पत्रांच्या आवश्यकतेच्या कोणत्या पैलूंचे ते पालन करतील.
(अ) जेव्हा ते आवश्यक माहिती अतिशय थोडक्यात आणि संक्षिप्त स्वरूपात देतात.

- (ब) जेव्हा ते सभ्य आणि विनम्र शब्द वापरतात -
(क) जेव्हा ते सभेची संपूर्ण माहिती योग्य रीतीने देतात -
(स्पष्टता, संक्षिप्तता, समन्वय, सौजन्य, संपूर्णता, अचूकता)

प्रश्न ४) थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१. प्रभावीपणे संवाद साधण्यास आवश्यक असणाऱ्या चार कौशल्यांचे वर्णन करा.
२. चांगल्या व्यावसायिक पत्रातील आवश्यक बाबी नमूद करा.

प्रश्न ५) खालील विधाने सकारण स्पष्ट करा.

१. लिखित संप्रेषण व्यवसायाकरिता उपयुक्त ठरते.
२. सोशल मिडिया नेटवर्क व्यवसायाकरिता उपयुक्त ठरते.
३. ऐकणे हा प्रभावी संप्रेषणातील एक महत्त्वाचा घटक आहे.

प्रश्न ६) खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१. लिखित संप्रेषणाचे फायदे स्पष्ट करा.
२. व्यवसाय पत्राचे विविध घटक स्पष्ट करा.

२०२२