



व्यवसाय क्षेत्रात ई-प्रसार साधनाचा प्रभाव

डॉ. आसावरी आर. दुर्गे

सहाय्यक प्राध्यापक , तायवाडे महाविद्यालय,
कोराडी, महादुला.



प्रस्तावना

आज व्यवसायाच्या विकासा बरोबरच विपणनाचाही विकास झाला. उत्पादित वस्तू स्पर्धेत टिकवून ठेवण्यासाठी वस्तूचा दर्जा, नमुना, प्रमाण ठरविणे गरजेचे आहे. उत्पादकांमध्ये आपला माल ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्याची स्पर्धा निर्माण झाली.

आजची बाजारपेठ ही ग्राहकाभिमुख झालेली आहे. परिणामी झालेले उत्पादन विकायचे कसे हाच उत्पादक व विक्रेत्या समोरील गहन प्रश्न असतो. या प्रश्नाच्या उत्तरातील एक महत्वपूर्ण उत्तर म्हणजे वस्तूचा प्रचार व प्रसार (जाहिरात) होय आणि म्हणून आज जाहिरातील अनन्यसाधारण महत्व प्राप्त झालेले आहे, नव्हे तर आजच्या या आधुनिक युगाला जाहिरातीचे युग म्हटल्यास वावगे होणार नाही. विसाव्या शतकात जाहिरात युगाला एक उत्क्रांतीवादी युग म्हणून मान्यता मिळाली आहे. आधुनिक काळात जाहिरात ही आपल्या जीवनाचे एक अविभाज्य असे अंग झालेले आपणास जाणवते. सकाळी सूर्योदयापासून तर रात्री आपल्या बिछान्यावर जाईस्तोवर आपण ज्या काही वस्तूंचा उपभोग घेतो. त्या वस्तूंची जाहिरात ही झालेली असते.

पूर्वीच्या काळी प्रसार माध्यमाचा प्रभाव आपल्या देशात आढळून येत नसला तरी प्रामुख्याने धर्मप्रसार, राजाज्ञा, राजादेश (राज्याचा आदेश), सार्वजनिक दंडवाले इत्यादीचे अवशेष आजही आपणास आढळून येतात. सम्राट अशोकाने बुद्ध धर्म प्रसारासाठी देशात अनेक ठिकाणी शिलालेखावर बुद्ध धर्माची शिकवण व आचरणे कोरून ठेवली. हे शिलालेख प्राचीन प्रसार तंत्राचा एक उत्कृष्ट नमुनाच म्हणावयास हरकत नाही. आज मध्ययुगीन कालखंडात देखील प्रसार तंत्राच्या विकासाची हळूहळू वाटचाल होत असतांना आपणास दिसते. आधुनिक काळात तर प्रसार माध्यम हे आपल्या जीवनाचा एक अविभाज्य घटक झालेला दिसून येतो.

आधुनिक काळात जसजसे विज्ञानाचे नवनवीन शोध लागत गेले तसे नवनवीन तंत्राद्वारे उपभोग्य वस्तूंचे उत्पादनही वाढत गेले. तद्वतच पर्यायी वस्तूंची अनेक उत्पादने आणि विपणनाचे क्षेत्र अधिकाधिक गुंतागुंतीचे झाले. त्यातूनही आपल्या वस्तूला सुयोग्य विपणनात मानाचे स्थान प्राप्त व्हावे याकरीता जाहिरातीच्या या माध्यमाने प्रचार व प्रसाराची हे माध्यम मोलाची कामगिरी पार पाडीत आहेत.

पूर्वी आपल्या वस्तू बाजारात मिळण्यासाठी उत्तम दर्जा आणि वाजवी किंमत ऐवढे गुण पुरेसे होते. परंतु आज मात्र एवढ्या गुणांवर वस्तू विकणे केवळ कठीणच नाही तर अशक्य झालेली आहे. विभिन्न पद्धतीद्वारा विशिष्ट वस्तूंचे उत्पादन विशिष्ट गरजा भागविण्यासाठी झालेली आहे. अश्या प्रकारे वस्तू संबंधीचा प्रसार करण्यासाठी व्यावसायिकाला योजना आखाव्या लागतात. त्यालाच जाहिरात असे संबोधले जाते. जाहिरात माध्यम एक असे भौतिक साधन आहे. ज्याद्वारे एक उत्पादक अथवा वितरक आपल्या वस्तू आणि सेवांच्या बदल उपभोक्त्यांना माहिती देतात. जाहिरातीचे माध्यम ग्राहकांच्या क्रम व्यवहारात प्रभावित करण्याच्या उद्देशाने वस्तू आणि सेवाविषयी उपभोक्त्यांना माहिती देतात.

आधुनिक ई-व्यावसायिक प्रसार माध्यमे :

सद्यस्थितीत व्यावसायिक आपल्या वस्तुचा प्रचार व प्रसार करण्यासाठी अनेक आधुनिक साधनांचा वापर करीत आहेत.

1) इंटरनेट:

आजच्या आधुनिक जगात प्रत्येकाच्या खिशात स्मॉर्ट मोबाईल फोन असतो. त्यात इंटरनेट सुद्धा असतो. तसेच अनेक लोक संगणकाला इंटरनेटचे कनेक्शन जोडून त्याच्या उपयोग करून घेतात. आजचे व्यावसायिक सुद्धा वस्तूंच्या प्रसार व विक्रीसाठी या आधुनिक माध्यमाचा वापर करतांना दिसून येतात.

जगातील कोणत्याही व्यक्तीला कोणत्याही वस्तूची माहिती देण्यासाठी येणारी सर्वात आधुनिक पद्धती म्हणजे इंटरनेट. इंटरनेट ही एक माहितीचा प्रचंड साठा असलेली संकल्पना आहे. जगातील कोणतीही व्यक्ती इंटरनेटवर उपलब्ध माहितीचा आनंद घेऊ शकते. यात विविध प्रकारची माहिती असते. या साधनाद्वारे जगातील कोणत्याही ठिकाणची माहिती अल्पावधीत संगणकावर उपलब्ध होत असते. एखादया विशिष्ट शाखेची संपूर्ण माहिती संगणकावर उपलब्ध करून देणे हे इंटरनेटचे मुख्य वैशिष्ट्य होय.

इंटरनेट च्या जाळ्यात जगभरातील संगणक एकमेकांना जोडलेले आहे. ही सेवा पुरविणारे त्याचे व्यवस्थापन करतात. प्रत्येक सदस्याला या सेवेचा वापर कसा करावा याबद्दल माहिती दिली जाते. जी माहिती पाहीजे असते तिचा पत्ता असतो. त्याला URL असे म्हणतात. भारतात इंटरनेटची सोय विदेश संचार निगमतर्फे मिळत असते तसेच अनेक कंपन्यादेखील इंटरनेट सोयी पुरवित आहेत. अश्या कंपन्यांना Internet Service Promoters म्हटले जाते. या कंपन्या सेवा शुल्क घेऊन बनविण्याची सोय Website उपलब्ध करतात. आज व्यवसायीकांने आपल्या वस्तूंची विक्री करण्याकरीता इंटरनेटचा उपयोग करण्याचे प्रमाण वाढले आहे. त्यात खालील माध्यमाचा उपयोग करून व्यावसायिक आपल्या वस्तूंची जाहिरात करतांना दिसतात.

1) ई-मेल (Electronic Mail) :

दैनंदिन व्यवहारात ज्या प्रमाणे एक व्यक्ती दुसऱ्या व्यक्तीला पत्राच्या माध्यमाने संदेश पाठविते किंवा संदेश प्राप्त करते. त्याप्रमाणे इंटरनेटवर ई-मेल द्वारे सहजरितीने संदेश पाठविता येतो व संदेश प्राप्त करता येतो. व्यावसायिक संदेशवहनात ई-मेलचे महत्व साधरण आहे.

इंटरनेटच्या साहयाने पत्रव्यवहार करणाऱ्या पद्धतीला ई-मेल असे म्हणतात. ज्याचे ई-मेल खाते असेल तर त्यांच्या सोबत ई-मेलद्वारे जगातील कोणत्याही व्यक्तीशी संपर्क साधता येतो. आज कंपन्या आपल्या वस्तू व सेवा विषयी ग्राहकांच्या ई-मेलचा वापर करून ग्राहकांना संदेश पाठवितात.

2) सोशल मिडीयाद्वारे :

आज सोशल मिडिया फक्त स्टेटस् सिम्बॉल म्हणून न वापरता एक गरज म्हणून वापरण्यात येत आहे. इंटरनेटक्रांती मुळे सोशल मिडिया जगासाठी अभिव्यक्तीचा व संदेशवहनासाठी एक व्यासपीठ किंवा मंच म्हणून प्राप्त झालेला आहे. फेसबुक, टिवटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सअप, पिनटरेस्ट टॅब्लर, गुगल प्लस आणि अनेक सोशल मिडिया साधने संपूर्ण जगाला जोडण्याचे कार्य करीत आहेत. देशातील निवडणूका असो अथवा विदेशी आंदोलन असो, व्यावसायिक जाहिरात असो किंवा व्यक्तिगत ब्रांडिंग असो, आज लाईक्स, फालोअर्स, शेअर सारखे शब्द प्रत्येकाच्या तोंडून ऐकायला मिळत आहेत. व्यावसायिक देखील सोशल मिडियाचा वापर करून आपल्या वस्तूंच्या विक्रीत वाढ घडवून आणण्याचा प्रयत्न करत आहेत. अश्याप्रकारे सोशल मिडिया आपल्या जीवनात उपयोगी सिद्ध होत आहे.

अ) कंपन्यांच्या जाहिरातीसाठी सोशल मिडियाचा उपयोग :

फक्त मित्र मैत्रिणी जोडण्यासाठी सुरु झालेल्या हया सोशल नेटवर्किंग वेबसाईट आता मार्केटिंगचे सर्वोत्तम साधन बनले आहेत. फॅनपेजेस आणि फेसबुक अॅडच्या साहयाने जगभर लोकांपर्यंत कंपन्यांद्वारे स्वतःच्या उत्पादनाची जाहिरात केली जात आहे. छोटे, मोठे, उद्योग, हॉटेल व्यवसायी ब्लॉग लेखक, इंटरनेट, मार्केटर, फेसबुक सारख्या सोशल साईटचा उपयोग आपल्या वस्तू व सेवांच्या प्रसारासाठी करीत आहेत.

ब) एकाच वेळेस अनेक जणांना एस.एम.एस. पाठविता येतो :

एकाच वेळी अनेक जणांना माहिती असलेले एस.एम.एस. (SMS) पाठविण्यासाठी गुगलने तयार केलेली सेवा म्हणजे एस.एम.एस. चॅनल होय. याद्वारे आपल्याला स्वतःचे एस.एम.एस. चॅनल तयार करता येते व एकाच वेळी अनेकांना एस.एम.एस. पाठविता येतात. व्यवसायिक वस्तूंचा प्रसार करण्यासाठी अशाच चॅनलचा उपयोग करून ग्राहकांना एस.एम.एस. पाठवितात. ज्याद्वारे विविध वस्तूंची माहिती SMS द्वारे मिळविता येते.

क) टिव्टर करता येते :

टिव्टर या सोशल वेबसाईटची प्रसिद्धी हळूहळू इंटरनेट वर पाहतांना दिसून येते. सामान्य माणसासोबतच अनेक प्रसिद्ध व्यावसायिक, खेळाडू, राजनेते व प्रसिद्ध व्यक्ति टिव्टरचा उपयोग आपल्या विचारांच्या अभिव्यक्ती करण्यासाठी करतांना दिसत आहेत. टिव्टरच्या होणाऱ्या या क्रियांचे सकारात्मक व नकारात्मक अशा दोन्ही प्रकारचे प्रभाव आज दिसून येत आहे. टिव्टर या वेबसाईटचा उपयोग आज प्रसिद्ध व्यक्ति, उद्योजक, कंपनी करतांना दिसून येतात. याचे महत्वाचे कारण व्यावसायिक प्रचार व प्रसार करणे हा आहे.

ड) ऑनलाईन वस्तू खरेदी करणे:

ग्राहकाला ह्या असलेल्या वस्तुबद्दल इंटरनेट अकाउंटद्वारे विक्रेत्याबद्दल वस्तूंच्या गुणाबद्दल विनंती बद्दल, अटीबद्दल माहिती मिळत असते. संगणकावर वस्तूंचे गुणावलाकन झाल्यावर ग्राहक त्यांच्या पसंतीची निवड करतो व विक्रेत्याकडे वस्तूंच्या मागणीबद्दल आदेश देतो. क्रेडीट कार्डद्वारे किंवा नेट बँकिंगद्वारे ग्राहक शोधन करीत असतो. अशाप्रकारे घर बसल्या आपणास इंटरनेटद्वारे वस्तू खरेदी करता येते. म्हणून वस्तूंच्या प्रसारासाठी व्यावसायिक इंटरनेटचा वापर करतात. सोशल नेटवर्किंग साईटवर देखील ई-कॉमर्स कंपन्यांचे लींक असतात. कंपन्याद्वारे करण्यात येणाऱ्या जाहिरातीत ग्राहकांना थेट ऑनलाईन वस्तू खरेदी करण्यासाठी लींक दिलेल्या असतात. त्या लिंकवर क्लिक केल्या बरोबर ग्राहक कंपनीच्या वेबसाईटवर जातो व आवश्यक ते फार्म भरून वस्तू खरेदी करू शकतो.

4) वेबसाईट निर्माण करून जाहिरात करणे :

आज इंटरनेटवर दररोज हजारो नवनवीन वेबसाईट निर्माण होत आहेत. इंटरनेट वर बऱ्याच मोफत गोष्टी काही वर्षांमध्ये उपलब्ध झाल्यामुळे इंटरनेटचा वापर देखील वाढत आहे. आज काही पैसे खर्च करून व्यावसायिक स्वतःची वेबसाईट निर्माण करत आहेत व त्यावर व्यवसाय संस्थेद्वारे तयार करण्यात येणाऱ्या वस्तूंची जाहिरात करून आपली विक्री वाढविण्याचा प्रयत्न करीत आहेत.

काही व्यावसायिक आपल्या वस्तूंच्या विक्रय संवर्धनासाठी, न्यूज गुपचा वापर देखील करत आहेत. त्यामुळे व्यावसायिक आपल्या वस्तू सेवांना मोठा बाजार मिळवून देवू शकतो व लोकांशी संपर्क साधून त्यांना आपल्या वस्तू व सेवा खरेदी करण्यासाठी आकर्षित करू शकतो.

5) व्यावसायिक ब्लॉग Business Blogs :

ब्लॉग हा ब्लॉगर यासारख्या वेबसाईटवर बनविता येतो. ब्लॉग लिहणे हे आपले विचार मांडण्याचे उत्तम व्यासपीठ मानले जाते त्याचबरोबर ऑनलाईन जाहिरात करण्याचे व पैसा कमावण्याचे देखील हे साधन मानले जाते आहे. ब्लॉगच्या माध्यमातून अनेक व्यक्ती परस्परांशी वैचारिक संबंध प्रस्थापित करून विचारांची देवाण-घेवाण करतात. रिच साईट समरी किंवा रिअली सिम्पल सिंडिकेशन या माध्यमातून वाचकांच्या गरजेची निगडीत माहिती स्वयंचलित पद्धतीने एकत्र केली जाते. त्यामुळे विविध विषयाची नवीन माहिती प्राप्त करण्यासाठी वेगवेगळ्या वेबसाईटचा वापर करण्याची गरज नसते. ब्लॉगमध्ये आपल्याला हवे ते परंतु मोजक्या शब्दात आपण लिहू शकतो.

आज ब्लॉगिंगला देखील एक प्रकारच्या व्यवसायाचे स्वरूप प्राप्त झाले आहे. ब्लॉगिंगचा व्यवसाय करणाऱ्या ई-पत्रकार असे देखील म्हणतात. आज अनेक व्यावसायिक आपल्या ब्लॉगच्या माध्यमाने आपल्या कंपनी विषयी लोकांत चांगली प्रतिमा निर्माण करण्याचा प्रयत्न करीत आहेत. तसेच ब्लॉग ही गुगलची सेवा असल्याने त्यावर गुगल अॅडच्या मदतीने आपल्या वस्तू व सेवांची जाहिरात देखील करीत आहेत.

6) गुगल अॅडसेन्सद्वारे व्यवसाय :

या प्रोग्राममध्ये विविध वेबसाईटवर आणि ब्लॉगवर गुगल तर्फे जाहिरात दाखविल्या जातात. या जाहिराती आपल्या वेबसाईटवर किंवा ब्लॉगवर दाखविण्यासाठी प्रकाशकाला गुगलतर्फे पैसे मिळतात. थोडक्यात जाहिरातदार आणि प्रकाशक यांच्यामध्ये मध्यस्थांचे कार्य गुगल अॅडसेन्सतर्फे केले जाते. गुगलच्या जाहिरातीच्या व्यवसायात प्रामुख्याने जाहिरातदार, वेबप्रकाशक आणि इंटरनेट वापरण्यास प्रत्येक व्यक्ती या तीन व्यक्तींचा समावेश असतो. आज अनेक व्यावसायिक विविध विषयावरील वेबसाईटवर येणाऱ्या लाखो लोकांपर्यंत आपल्या उत्पादनाची जाहिरात पोहचविण्यासाठी गुगल अॅडसेन्स या सेवेचा उपयोग करीत आहेत.

7) ई-कॉमर्ससाठी उपयोग :

वेबसाईटच्या माध्यमातून ग्राहक आणि विक्रेते यांच्या तर्फे प्रत्यक्ष संपर्क स्थापन केला जात आहे आणि वस्तूंची खरेदी-विक्री, सुद्धा केली जात आहे. आपल्या कारखान्यातील उत्पादित वस्तूंची विक्री करण्यासाठी आणि त्यांची खरेदी करण्याचा तंत्राला ई-कॉमर्स असे म्हणतात. विविध वस्तूचे लिलाव देखील इंटरनेटद्वारे अनेक वेबसाईटवरून करता येते.

आज ॲमॅझॉन, पेटिएम, फ्लीपकार्ट सारख्या कंपन्या ई-कॉमर्स कंपनी म्हणून वेबसाईटद्वारे वस्तू विकणारे मध्यस्थ म्हणून कार्य करीत आहेत. ह्या कंपन्या अनेक व्यावसायिकांच्या विविध वस्तू आपल्या वेबसाईटच्या माध्यमाने विक्री करून ग्राहकांना पुरविण्याचे कार्य करतात. अशा प्रकारे ई-कॉमर्ससाठी वेबसाईट उपयोगाची असते.

8) सोशल नेटवर्किंगद्वारे मार्केटिंग :

फेसबुक, डॉट ऑउट ही मित्र-मैत्रीणी जोडण्यासाठी सुरु झालेली वेबसाईट आहे. तर ट्विटर आपले आपले मत मांडण्यासाठी तयार करण्यात आलेली वेबसाईट आहे. फेसबुक आहे. फेसबुक कॉम जगातील क्रमांक 1 ची सोशल नेटवर्किंग झाली आहे. ह्या सोशल नेटवर्किंग वेबसाईट आता मार्केटिंगच्या सर्वोत्तम माध्यम बनल्या आहेत. फॅनपेजेस आणि फेसबुक अॅडद्वारे जगातील 900 मिलीयन लोकांपर्यंत स्वतःच्या वेबसाईटची किंवा आपल्या वस्तू व सेवांची जाहिरात करणे आता शक्य झाले आहे. सोशल मिडिया लोकांपर्यंत जाहिरात पोहचविण्याचा सर्वात चांगला मार्ग समजला जातो.

मोठेच नाही तर लहान व्यापारी, ब्लॉग लेखक, इंटरनेटवर मार्केटर यांनी सुद्धा सोशल नेटवर्किंग वेबसाईटचा वापर ग्राहकांपर्यंत पोहचविण्यासाठी करणे सुरु केले आहेत. ट्विटर, फेसबुक, व्हॉट्सअप, इंस्टाग्राम, साऊंडक्लाउड, यु-ट्युब इत्यादींचा वापर उदयोजक कंपन्या आपल्या वस्तूंच्या जाहिराती व व्यावसायिक प्रचारासाठी करीत आहेत.

9) मल्टिपर्पज इंटरनेट मेल एक्सटेन्शन्सचा उपयोग करून व्यवसाय करणे :

संगणकद्वारे इंटरनेटद्वारे इंटरनेटच्या माध्यमातून केला जाणारा पत्रव्यवहार म्हणजे ई-मेल होय. याहू रिडिफमेल, जीमेल ही ई-मेल सेवा देणारे एकमेव वेबसाईट आहेत. ई-मेल एक प्रकारची डिजिटल संदेशाची देवाण-घेणाव आहे. यात ई-मेलद्वारे लिहिलेल्या संदर्भ किंवा मजकूर अगदी थोड्या क्षणात एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीला पाठविता येतो. आज ई-मेल सेवा जास्त विकसित होऊन मल्टिमिडिया अर्टचमेंट्स म्हणजेच छोट्या आकाराच्या मल्टिमिडिया फाईल्स पाठविण्यात सक्षम बनली आहे. ह्या पद्धतीला मल्टिपर्पज इंटरनेट मेल एक्सटेन्शन्स असे म्हणतात. या माध्यमाचा वापर व्यावसायिक आपल्या वस्तू व सेवांच्या जाहिरातीसाठी करत असतात. आपल्या ई-मेल वर येणारे ई-बे मेल याचेच एक उदाहरण आहे.

10) मोफत एस.एम.एस. सेवा (SMS) :

इंटरनेटवर बऱ्याच मोफत गोष्टी गेल्या काही काही वर्षात उपलब्ध झाल्या आहेत आणि त्यांचा वापर देखील वाढत आहे. इंटरनेटवरील निरनिराळ्या सेवांप्रमाणे एक मोठ्या प्रमाणावर प्रसिद्ध होत असलेली सेवा म्हणजे मोफत एस.एम.एस. पाठविण्याची सेवा होय. इंटरनेटवर आज मोफत एस.एम.एस. पाठविण्याची सेवा देणाऱ्या अनेक वेबसाईट आहेत.

11) मल्टिमिडिया :

मल्टिमिडिया हा आधुनिक संदेशवहनाचा एक उत्तम अविष्कार आहे. मल्टिमिडिया हे चित्र, ध्वनि, ग्राफिक्स, संगीत, चित्रपट याद्वारे तयार करण्यात आलेला संदेश किंवा प्रोग्राम आहे. हे संदेशवहनाचे अतिशय शक्तिशाली साधन आहे. जाहिरातीसाठी तसेच एखादा संदेश अतिशय प्रभावीपणे सादर करण्यासाठी मल्टिमिडिया अत्यंत उपयुक्त आहे.

मल्टिमिडिया सुरु करण्याकरीता प्रोग्रामला हार्डवेअर आणि सॉफ्टवेअर आधार घ्यावा लागतो. हार्डवेअर, जसे साऊंडकार्ड, चिप्स, स्पिकर्स यांची आवश्यकता असते तसेच यात दृष्टिविषयक प्रदर्शन करणाऱ्या घटकांचा समावेश होत असतो. व्यवसायात खेळ, करमणुकीमध्ये याचा उपयोग होत असतो. सध्या याचा सर्वात जास्त उपयोग वेब डिझाईनिंग करीता व ई-कॉमर्स मध्ये होत आहे. आज सर्वत्र मल्टिमिडिया फोन, स्मार्टफोन इत्यादीचा संदेश पाठविण्याकरीता व बघण्याकरीता होत आहे.

वरील विविध माध्यमांनी आधुनिक व्यावसायिक आपल्या वस्तू व सेवांच्या माहितीचा प्रसार करून ई-साधनांच्या उपयोगाने विक्री व विक्री संवर्धन करून व्यवसायात नफा प्राप्त करतात व व्यवसायाचा विकास करीत आहेत.

व्यवसायाच्या प्रगतीवर देशाचा आर्थिक विकास, सामाजिक सुधारणा, राजकीय शक्ती, लष्करी सामर्थ्य, जनतेचे जीवनमान आणि मानवी संस्कृतीची प्रगती अवलंबून असते.

संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. जाहिरात, विक्रय व्यवस्थापन आणि विपणन संशोधन दास गणू प्रकाशन, नागपूर प्रथम आवृत्ती – जानेवारी 2008, डॉ. प्रकाश सोमलकर, डॉ. मोहरीर, डॉ. हरणे, डॉ. सुनिल नरांजे.
- 2- https://youtu.be/ugdqzhofh_y
- 3- <https://youtu.be/bd8ejMacpzw>
- 4- <https://youtu.be/Mbclnkp6x8k>
5. व्यवसाय व्यवस्थापनाची मूलतत्त्व डॉ. प्रभाकर देशमुख, डॉ. रविंद्र प्रभाकर देशमुख, पिंपळापुणे अॅण्ड कं. पब्लिशर्स, नागपूर पहली आवृत्ती, जून 2014.