अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
	सत्र - १	
१)	व्यवसाय ओळख	१
२)	व्यावसायिक उद्दिष्ट्ये	१३
३)	व्यवसायातील नवीन प्रवाह	२६
४)	व्यावसायिक पर्यावरण	४५
५)	प्रकल्प नियोजन आणि व्यवहार्यता अभ्यास	७०
६)	व्यवसाय संस्थेची वाढ	८५
७)	उद्योजकता	१०३

❖❖❖❖

munotes.in

घटक -१

व्यवसाय ओळख

घटक रचना

१.० उद्दिष्टे

१.१ प्रस्तावना

१.२ व्यवसाय अर्थ व व्याख्या

१.३ व्यवसायाची उद्दिष्ट्ये

१.४ व्यवसायाची व्याप्ती

१.५ व्यवसायाची कार्ये

१.६ पारंपारिक आणि आधुनिक व्यवसाय

१.७ व्यवसायाची कार्ये, महत्त्व आणि भूमिका

१.८ सारांश

१.९ प्रश्न

१.० उद्दिष्टे

या घटकाचा अभ्यास केल्यानंतर विद्यार्थ्यांना –

१) व्यवसायाचा अर्थ व वैशिष्ट्ये समजतील.

२) व्यवसायाची विविध कार्ये स्पष्ट करता येतील.

३) व्यवसायाची व्याप्ती स्पष्ट करता येईल.

४) व्यवसायाचे महत्त्व सांगता येईल.

५) व्यवसायाची बदलती संकल्पना समजेल.

१.१ प्रस्तावना

व्यवसाय म्हणजे मानवी निर्मित वेगवेगळ्या वस्तूंची निर्मिती करणे होय. कारण पूर्वीच्या काळी व्यक्तीमार्फत वेगवेगळ्या पद्धतीने व्यवसाय केला जात होता. तसेच आधुनिक काळात व्यवसायाची संकल्पना बदललेली दिसून येते. यंत्राच्या सहाय्याने मागणीपूर्व मोठ्या प्रमाणात उत्पादन केले जाते. खाजगीकरण, उदारीकरण, जागतिकीकरण या संकल्पना विचारात घेऊन व्यवसायाला वाटचाल करावी लागते.

munotes.in

१.२ व्यवसायाचा अर्थ व व्याख्या

व्यवसायाची संकल्पना विचारात घेताना मानवाची उत्क्रांती विचारात घेऊनच व्यवसायाची संकल्पना स्पष्ट होऊ शकते. व्यवसायला इंग्रजीत Business असे म्हणतात. व्यवसाय या संकल्पनेत व्यवसाय म्हणजे वि+अव+तो असा अर्थ विचारात घेतला जातो. मानवाला उदरनिर्वाह करण्यासाठी जो काम धंदा केला जातो त्याला परंपरागत व्यवसाय असे म्हणतात. वाणिज्य शास्त्रात व व्यवस्थापन शास्त्रात देखील व्यवसाय म्हणजे अर्थप्राप्ती होण्याच्या दृष्टीने केले जाणारे प्रयत्न म्हणजेच व्यवसाय होय. पूर्वीच्या काळी व्यक्तीमार्फत वेगवेगळ्या स्वरूपाचे व्यवसाय केले जात होते. त्यामध्ये शेती व्यवसाय, शिकार करणे, पशूपालन करणे या स्वरूपाचे होते. अधुनिक काळात व्यवसायाची संकल्पना व्यापक झाल्याचे दिसून येते. त्यामध्ये उद्योगधंद्याची व कारखान्याची निर्मिती होऊन वेगवेगळ्या वस्तूची निर्मिती झालेली दिसून येते. उदा. कापड निर्मिती, वेगवेगळ्या मोटर सायकल, घड्याळे, साबण वड्या इ. उद्योगधंद्यामार्फत वस्तूची मोठ्याप्रमाणात निर्मिती केली जाते व या वस्तूंची विक्री व्यापारी व वर्गामार्फत केली जाते. यामार्फत नफा प्राप्त करण्याचा प्रयत्न केला जातो. म्हणजेच व्यवसाय या संकल्पनेत वस्तू व सेवांची निर्मिती करून त्याची विक्री करून नफा मिळविण्याचा प्रयत्न केला जातो या संकल्पनेला व्यवसाय असे म्हणतात. व्यवसायामध्ये मोठ्याप्रमाणात भांडवली गुंतवणूक करून उदार निर्वाहसाठी अर्थप्राप्ती करणे हा महत्वाचा घटक समजला जातो. अधुनिक काळात व्यवसायाचे स्वरूप व्यापक झाल्याचे दिसून येते.

व्याख्या :

१) प्रा व्हिलर यांनी केलेली व्याख्या –

"वैयक्तिक नफा मिळविण्याच्या हेतूने समाजाला वस्तू व लोकांचा पुरवठा करण्याकरिता संघटित केलेले क्रियशिल कार्य करणारी संस्था म्हणजेच व्यवसाय होय".

"Business is an institution organised and operated to provide goods and services to society under the incentive of private gain."

२) किथ डेव्हिस यांची व्याख्या –

"संघटित प्रयत्नामार्फत वस्तू व सेवांची निर्मिती करणे त्या बाजारपेठेत विक्री करणे व त्याद्वारे अर्थप्राप्ती करणे म्हणजेच व्यवसाय होय."

"Business means organised efforts by individuals to produce goods or service to sell these goods or services in a market place and to reap some reward for this efforts." by Keith Devis.

३) हॅनेने यांची व्याख्या –

"वस्तूच्या खरेदी विक्रीद्वारे उत्पादित केलेल्या वस्तू व सेवांच्या निर्मिती करण्याचा प्रयत्नाना व्यवसाय असे म्हणतात."

"Business may be defined as human activity directed to words producing or acquiring wealth through buying or selling goods" by haney.

वरील व्याख्येवरून असे दिसून येते की अर्थप्राप्त करण्याच्या दृष्टीने वस्तू व सेवांचे उत्पादन करुन त्याची विक्री करण्याचा जो प्रयत्न केले जाते त्याला व्यवसाय असे म्हणतात.

१.३ व्यवसायाची वैशिष्ट्ये

१) **उधारनिर्वाहाचे साधन :** व्यवसाय हे प्रत्येक व्यक्तीचे उदार निर्वाहाचे साधन म्हणून विचारात घेतले जाते म्हणजेच मानवी घटकामार्फत जो कामधंदा केला जातो याला व्यवसाय असे म्हणतात. या व्यवसायातून अर्थप्राप्ती होऊन उधरनिर्वाह व्हावा हा व्यवसायाचा मुख्य हेतू असतो.

२) **आर्थिक क्रिया :** व्यवसायातून अर्थप्राप्ती व्हावी व त्यातून मानवाच्या आर्थिक गरजांची पूर्तता व्हावी हा व्यवसायाचा महत्वाचा घटक असतो. कारण मानवाच्या जीवनामध्ये आर्थिक घटकाला अत्यंत महत्वाचे स्थान असते.

३) **सामाजिक क्रिया :** व्यवसाय संस्थेमार्फत वेगवेगळ्या वस्तूंची व सेवांची निर्मिती करून समाज उपयोगी वस्तू व सेवा समाजासाठी उपलब्ध करून दिल्या जातात म्हणजेच सामाजिक हित साधण्याचा प्रयत्न व्यवसायातून केला जातो.

४) **वस्तू किंवा सेवांचे उत्पादन :** व्यवसाय या संकल्पनेमध्ये वस्तू व सेवांची निर्मिती फार महत्वाचा घटक असतो. वस्तूमध्ये औद्योगिक वस्तू व जीवन आवश्यक वस्तू इ. समावेश होतो. सेवामध्ये वाहतूक विमा, बँकिंग इ. सेवा देखील व्यवसाय या संकल्पनेमध्ये येत असतो. म्हणजेच वस्तू व सेवांची निर्मिती करणे हे महत्वाचे वैशिष्ट्य होय.

५) **व्यवहारात सातत्य :** व्यवसाय या संकल्पनेमध्ये वस्तू व सेवांचे निर्मिती ही सातत्याने करण्याची प्रक्रिया अभिप्रेत असणे म्हणजेच व्यवहारात जर सातत्य असेल तर त्या संकल्पनेला व्यवसाय असे संबोधले जाते.

६) **वस्तू व सेवांचा विनिमय :** व्यवसाय म्हणजे वस्तू व सेवांची निर्मिती करून त्याची विक्री किंवा विनिमय करणे हे देखील महत्वाचे वैशिष्ट्य समजले जाते. व्यवसायात उत्पादनाइतकेच विनिमय या घटकाला अत्यंत महत्वाचे स्थान असते कारण विनिमयातूनच अर्थप्राप्ती होत असते.

७) **गतीमान क्रिया :** अधुनिक काळात व्यवसायाची संकल्पना गतीमान बनली आहे. बदलत्या तंत्रज्ञानाचा विचार करून उत्पादन पद्धती उत्पादन तंत्रात सातत्याने बदल होत असतात या बदलाचा विचार व्यवसायात करून व्यवसायाची क्रिया गतीमान केली जाते.

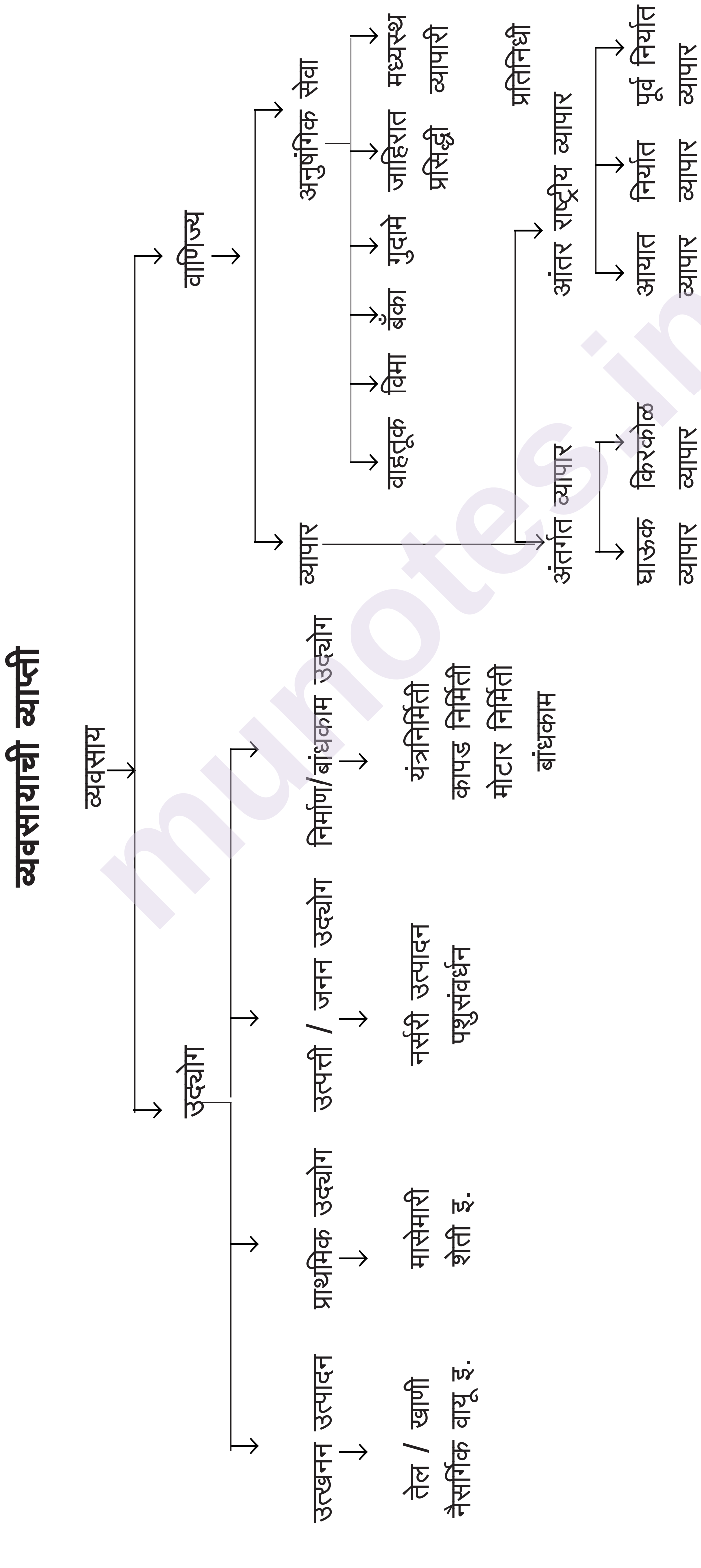
८) **जोखीम घटक :** व्यवसाय करत असताना जोखीम किंवा धोका स्विकारून वेगवेगळे बदल केले जातात या बदलाचा परिणाम व्यवसायावरती होत नसतो. कारण जोखी म स्विकारल्या शिवाय नफा प्राप्ती होऊ शकत नाही. अधुनिक काळात व्यवसायाला धोका पत्करुनच व्यवसायाची वाटचाल करावी लागते.

९) **रोजगार निर्मिती :** व्यवसायामध्ये वेगवेगळ्या व्यक्तीची नेमणूक करून व्यवसाय चालवला जातो. अधुनिक काळात अधुनिक तंत्रज्ञान विचारात घेऊन मोठ्याप्रमाणात रोजगाराची निर्मिती उद्योगधंद्यात होत असते. कारण भारतात रोजगार निर्मिती व्यवसायातून मोठ्याप्रमाणात होऊ शकतात.

१०) **नफाचा उद्देश :** व्यवसायाची निर्मिती नफा प्राप्तीतुनच झालेली असते. वेगवेगळ्या वस्तूच्या निर्मितीतून व्यवसाय संस्थेला नफा प्राप्त होऊ शकतो. म्हणजेच नफा प्राप्त करणे हा व्यवसायाचा महत्वाचा घटक समजला जातो. कारण नफा प्राप्तीतून उद्योगधंद्याचा विकास होऊ शकतो.

११) **अर्थ व्यवस्थेच्या दृष्टीने महत्वाचे क्षेत्र :** औद्यौगिक व उपभोग वस्तूमुळे मोठ्याप्रमाणात वस्तू व सेवांची निर्मिती होऊ शकते. म्हणजेच अर्थव्यवस्थेला व्यवसायामुळे चालना मिळते वस्तूच्या उत्पादनापासून रूपाने मोठ्या प्रमाणात निधी गोळा केला जातो त्या निधितून अर्थव्यवस्थेला स्थिरता प्राप्त होते.

१.४ व्यवसायाची व्याप्ती



munotes.in

व्यवसाय या संकल्पनेमध्ये वस्तू व सेवा या दोन घटकांचा समावेश केला जात असला तरी उत्पादन करण्यासाठी उद्योग व व्यवसायाची निर्मिती करावी लागते. म्हणजेच "उत्पादन उद्योग व वाणिज्य विषयक उद्योग या संकल्पना विचारात घेऊन उद्योग प्रक्रिया उद्योग, उत्पादन, व्यापारी कार्ये बँका, विमा, वाहतूक इ. सर्व सेवांचा समावेश व्यवसाय या संज्ञेत केला जातो. यामध्ये प्रामुख्याने (१) उद्योग व्यवसाय (२) वाणिज्य तसेच व्यापार व अनुषांगिक सेवा यांचा समावेश केला जातो ते घटक खालीलप्रमाणे.

१) **उद्योग :** उद्योग या संकल्पनेन प्रामुख्याने उत्पादन किंवा निर्मिती या कार्याचा समावेश होतो. नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा व्यापार करून वेगवेगळ्या वस्तू व सेवांचे निर्मिती करणे उद्योगातून शक्य होते. उद्योगधंद्यासाठी भांडवल, भूमी, श्रम इ. घटकांचा एकत्रितपणे उपयोग करून औद्योगिक व उपभोग वस्तूंची निर्मिती करण्यात येते. उद्योगधंद्यामुळेच व्यवसाय संस्थेला नावलौकिक प्राप्त होतो उत्पादन करीत असताना किंवा सेवांची निर्मिती करत असताना अनेक अंतर्गत घटक विचारात घेतले जातात त्या आधारे वेगवेगळ्या वस्तूची निर्मिती केली जाते ते घटक खालीलप्रमाणे.

अ) **उत्खनन/उत्पादन उद्योग :** नैसर्गिक साधनसंपत्तीच्या साह्याने जेव्हा नवीन वस्तूंचे उतपादन केले जाते तेव्हा या उद्योगाला उत्खनन किंवा उत्पादक उद्योग असे म्हणतात उदा. पाणी, जमीन, निर्सगातील हवा इ. साह्याने शेती करणे, मासेमारी करणे तसेच निर्सगाच्या पोटातून कोळसा, लोखंड, सोने मिळविण्याचा उद्योग उत्खननमध्ये समावेश केला जातो म्हणजेच खाण उद्योग नैसर्गिक तेल उद्योग नैसर्गिक वायू उद्योग इ. समावेश उत्खनन उद्योगामध्ये केला जातो. उत्पादित उत्खनन मालावर प्रक्रिया करुन अंतिम वस्तू वापरासाठी किंवा उपभोगासाठी या उद्योगातून तयार केली जाते.

ब) **प्राथमिक उद्योग :** प्राथमिक उद्योगामध्ये प्रामुख्याने शेतीवर आधारित उद्योगाचा समावेश केला जातो. त्याचबरोबर मासेमारी शिकार करणे यासारखे पारंपारिक उद्योग सुद्धा प्राथमिक उद्योगात समाविष्ट केले जातात. म्हणजेच शेतीतून उत्पादित होणाऱ्या मालावर प्रक्रिया करुन अंतिम वस्तूत रुपांतर केले जाते. उदा. कापसापासून कापड तयार करणे नैसर्गिक खनिज संपत्तीपासून वेगवेगळ्या वस्तू तयार करणे उदा. कच्च्या लोखंडापासून शुद्ध लोखंड तयार करणे अशुद्ध तेलापासून शुद्ध पेट्रोल तयार करणे इ.

क) **उत्पत्ती किंवा जनन उद्योग :** यामध्ये प्रामुख्याने वनस्पती प्राणी याची उत्पत्ती करुन त्याची विक्री करण्याचे कार्य करण्यात येते या उद्योगात प्रामुख्याने रोपवाटिका किंवा नर्सरी तयार करुन त्या रोपांची विक्री करणे तसेच प्राण्याची पैदास करणे उदा. कुकुटपालन, चांगल्या प्रतीच्या गायी, म्हैशी, शेळ्या मेंढ्या यांची पैदास करणे व त्यांची विक्री करणे याला उत्पत्ती किंवा जनन उद्योग असे म्हणतात.

ड) **निर्माण (बांधकाम उद्योग) :** याउद्योगांमध्ये वेगवेगळ्या वस्तूची निर्मिती करण्यावर जास्त महत्व दिले जात या उद्योगामध्ये उपभोग व भांडवली वस्तूची आणि बांधकाम व्यवसायाचा समावेश केला जातो. निर्मित उद्योगामध्ये साखर, कापड, सिमेंट, साबण, पोलाद सायकल निर्मिती अशा उद्योगांचा समावेश होतो. त्याचप्रमाणे बांधकाम उद्योगाचा

यात समावेश केला जातो. यामध्ये इमारत, रस्ते, तलाव, पूल, धरण इ. बांधकाम करणारे उद्योग या उद्योगात समावेश होतात. बांधकाम व्यवसायाने तयार केलेल्या वस्तू उदा. पूल, रस्ते, तलाव इ. बाजारात विकाव्या लागत नाहीत त्याची खरेदी विक्री करता येत नाही कारण त्या वस्तू बाजारपेठेत नेता येत नाही.

★ **वाणिज्य :** वाणिज्य या संकल्पनेन उत्पादित माल उत्पादकापासून ग्राहकापर्यंत पोहोचवण्यासाठी जी कार्ये केली जातात त्यासर्व कार्यांना वाणिज्य असे संबोधले जाते. वाणिज्य मार्फत वस्तू व सेवांची खरेदी विक्री केली जाते. म्हणजेच विनिमय केला जातो. मालाची साठवणूक केली जाते. कारण ग्राहक वर्ग वेगवेगळ्या ठिकाणी विखुरलेले असताना त्याच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी वाहतूक किंवा बँका इ. सेवामार्फत त्यावस्तू अंतिम ग्राहकापर्यंत पोहोचविल्या जातात. वाणिज्य या संकल्पनेमध्ये दोन घटक विचारात घेतले जातात.

१) व्यापार (Trade)

२) अनुषंगिक सेवा (Aids to trade)

१) **व्यापार :** व्यापार म्हणजे वस्तूची खरेदी विक्री करणे होय. यालाच विनिमय असे म्हणतात. विशेषतः व्यापारात मालाची खरेदी ही मुख्यतः विक्री करण्यासाठी केली जाते. म्हणजेच खरेदी विक्रीच्या व्यवहारामध्ये मोबदला घेऊन वस्तूच्या मालाची हक्काचे हस्तांतर केले जाते. म्हणजेच ती वस्तू दुसऱ्याला विकली जाते याला व्यापार असे म्हणतात. व्यापारात प्रामुख्याने उत्पादक संस्थेकडून घाऊक व्यापारी मोठ्या प्रमाणात वस्तूंची खरेदी करतात व किरकोळ व्यापारात त्या वस्तू विकतात. किरकोळ व्यापारी त्या वस्तूची विक्री ग्राहकांना करणे या सर्व प्रक्रियेला व्यापार असे म्हणतात. व्यापाराचे प्रकार खालीलप्रमाणे.

अंतर्गत व्यापार : जो व्यापार देशाच्या अंतर्गत भागात चालतो त्याला अंतर्गत व्यापार असे म्हणतात. प्रत्येक देशात अंतर्गत व्यापार फार मोठ्या प्रमाणे चालत असतो. कारण अंतर्गत व्यापारात वाढ होऊ शकते. त्याचे प्रामुख्याने दोन प्रकार पडतात.

अ) घाऊक **ब) किरकोळ व्यापार**

अ) **घाऊक व्यापार :** जेव्हा एखादा व्यापारी मोठ्या प्रमाणावर उत्पादकाकडून माल विकत घेत असेल आणि तो माल लहान प्रमाणात किरकोळ व्यापाराने विकत असेल तर त्याला घाऊक व्यापारी असे म्हणतात. घाऊक व्यापारी मालाची खरेदी मोठ्या प्रमाणात करत असते. व विक्री फक्त किरकोळ व्यापाऱ्यांना करीत असतात म्हणजेच ग्राहकाशी त्यांचा संबंध घेत नाही तसेच घाऊक व्यापारी हा उत्पादक व किरकोळ व्यापारी यांच्यामध्ये दुवा निर्माण करण्याचा प्रयत्न करत असते.

ब) **किरकोळ व्यापारी :** किरकोळ व्यापारी म्हणजे घाऊन व्यापाराकडून लहान प्रमाणात मालाची खरेदी करुन तो माल ग्राहकाच्या मागणीनुसार विक्री किंवा पुरविला जातो त्याला किरकोळ व्यापारी असे म्हणतात. किरकोळ व्यापाऱ्याच्या ग्राहकाशी सतत संबंध येत असतो.

आंतरराष्ट्रीय व्यापार : आंतरराष्ट्रीय व्यापार हा प्रामुख्याने दोन वेगवेगळ्या देशातून चालत असतो. आंतरराष्ट्रीय व्यापार फक्त मर्यादित वस्तूंची खरेदी-विक्री होत असते कारण आंतरराष्ट्रीय व्यापारात खरेदी विक्रीसाठी देशाची तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर काही बंधने

असतात. त्या बंधनाचे पालन करुनच वस्तूंची खरेदी विक्री केली जाते. तसेच प्रामुख्याने आंतरराष्ट्रीय व्यापार हा सागरी मार्गामार्फत होत असल्याने सागरी संकटे व घोक्यामुळे काही प्रमाणात बंधने निर्माण होतात. याच्यावरती मात म्हणून विमा उतरला जातो त्यामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारास चालना मिळाली आहे. याचे प्रामुख्याने तीन प्रकार पडतात ते खालीलप्रमाणे.

अ) **आयात व्यापार :** आयात व्यापारास परदेशातील व्यापाराकडून वस्तूंची खरेदी केली जाते व त्या वस्तू देशात आणण्याच्या प्रक्रियेला आयात व्यापार असे म्हणतात. जागतिकीकरणामुळे आयात व्यापाराला चालना मिळालेली दिसून येते. आयात व्यापारासाठी सरकारची परवानगी घ्यावी लागते व सरकारने लादलेली बंधने विचारात घेऊन आयात व्यापार केला जातो.

ब) **निर्यात व्यापार :** निर्यात व्यापार म्हणजे परदेशातील व्यापारांना स्वदेशातील उत्पादक किंवा घाऊक व्यापारी आपल्या मालाची विक्री करतात. म्हणजेच आपला माल परदेशात पाठवून जागतिकीकरणामुळे निर्यात व्यापाराला चालना मिळालेली दिसून येते. कारण निर्यात व्यापारातून परकीय चलन प्राप्त केले जाते व त्या चलनाचा उपयोग करुन उद्योगधंदा विकसित केला जातो.

क) **पुर्ननिर्यात व्यापार :** पुर्ननिर्यात व्यापार म्हणजे एका देशातील व्यापारी दुसऱ्या देशातून काही माल आयात करतो. आयात केलेला माल आल्यावर पहिल्या देशातील व्यापारी तो माल ताब्यात घेऊन आपल्या देशात विकत नाही उलट तो व्यापारी आयात केलेला माल तिसऱ्याच देशातील व्यापाराला निर्यात करत असतो/ त्याला पुर्ननिर्यात व्यापार असे म्हणतात. उदा. भारतातून काही वस्तू अमेरिकेत निर्यात केल्या जातात अमेरिकेतील व्यापारी त्या वस्तू अमेरिकेत न विकता दुसऱ्या देशात म्हणजेच नेपाळ किंवा श्रीलंका या देशात निर्यात करतात त्याला पुर्ननिर्यात व्यापार म्हणतात.

२) **अनुषंगिक सेवा :** व्यवसायामध्ये ज्याप्रमाणे वस्तूची खरेदी विक्री केलीजाते. त्याप्रमाणे सेवाची देखील व्यवसायात खरेदी विक्री करण्याचे कार्य किंवा सेवा पुरविण्याचे कार्य अत्यंत महत्वाचे असते कारण ग्राहकांची वस्तू खरेदी केल्यानंतर त्याच्या अनुषंगाने इतर सेवा देखील उदा. बँकिग वाहतूक, विमा, सेवा पुरविणे आवश्यक ठरते या मध्ये खालील घटकांचा समावेश होतो.

अ) **वाहतूक :** व्यवसायात किंवा व्यापारात मालाची वाहतूक करणे आवश्यक ठरते कारण मालाची वाहतूक केल्याशिवाय तो माल उत्पादकापासून व्यापारापर्यंत व व्यापाऱ्यापासून ग्राहकापर्यंत पोहचू शकत नाही ज्या वस्तूला ज्याठिकाणी मागणी आहे. त्याठिकाणी ती वस्तू वाहतुकीच्या विविध मार्गामार्फत वेगवेगळ्या आयात वस्तू पाठविल्या जातात म्हणजेच वाहतूकीच्या सोईमुळे उत्पादक व्यापारी ग्राहक एकत्र आणण्याचा प्रयत्न केला जातो उत्पादक व व्यापारी यांना विक्री वाढविण्यासाठी वाहतूक हा घटक महत्वाचा ठरतो त्यामुळे व्यापारी वर्गांना वाहतुकीच्या साधनामुळे अपेक्षित माल मिळवता येऊ शकतो.

ब) **विमा :** विम्यामुळे व्यापार किंवा व्यवसाय क्षेत्रात मालाच्या खरेदीपासून विक्री व वाहतूक सेवेपर्यंत सर्व घटकांना संरक्षण दिल्यामुळे व्यापारात वृद्धी झालेली दिसून येते. मालाची वाहतुक करताना त्या मालाचा विमा उतरला जातो. तसेच मालाची साठवण केल्यानंतर सुद्धा त्या वास्तूला विम्याचे संरक्षण प्राप्त होते म्हणजेच वाहतूक किंवा साठवणूक या घटकामुळे जर मालाचे नुकसान झाले तर विम्यामार्फत नुकसान भरपाई भरुन दिली

जाऊ शकते. व्यवसायात असे प्रसंग सतत घडत असतात म्हणून विम्या व्यवस्थेमुळे व्यापारी वर्गाना योग्य ते विम्याचे संरक्षण मिळत असल्याने व्यापारात वाढ होऊ शकते.

क) **बँका :** आंतरराष्ट्रीय व्यापारात बँकाचे महत्त्व अनन्य साधारण असते. वस्तूंची खरेदी विक्री काही प्रमाणात रोखीने केली जाते. काही प्रमाणात उधारीवरती विक्री केली जाऊ शकते. खरेदी विक्रीच्या व्यवहारातून निर्माण होणारे व्यवहार पूर्ण करण्यासाठी बँका महत्वाच्या ठरतात. बँकामार्फत व्यापारी वर्गाला मोठ्याप्रमाणात भांडवल पुरवठा केला जातो. आधुनिक काळात तर बँकिंग मुळे तर सर्व व्यवहार बँकामार्फत केले जातात. त्यामुळे देवाण घेवाणीचे व्यवहार योग्य पद्धतीने पार पाडले जाते. तसेच बँकामुळे त्या व्यवहारांना योग्य ते संरक्षण दिले जाते.

ड) **गुदामे :** उत्पादित वस्तूची विक्री एकदम एकाच वेळी होऊ शकत नाही तर त्या वस्तू गुदामात साठवून ठेवाव्या लागतात. वस्तूला मागणी प्राप्त झाल्यानंतर मागणीनुसार त्या वस्तू गुदामातून आणून विक्री केली जाते. म्हणजेच गुदामामुळे मालाचा योग्य पद्धतीने पुरवठा केला जाऊ शकतो. विम्यामुळे गुदामातील वस्तूला योग्य ती सुरक्षितता प्राप्त केली जाऊ शकते. मागणी पूर्व उत्पादनामुळे गुदामही संकल्पना अतिशय महत्वाची बनली आहे.

इ) **जाहिरात :** जाहिरातीमुळे ग्राहकांना नवीन वस्तूची माहिती दिली जाऊ शकते. अधुनिक काळात वस्तूची विक्री करण्यापूर्वी त्या वस्तूची सर्व माहिती ग्राहकांना होणे गरजेचे वाटू लागले आहे. कारण बाजारपेठेतील असणाऱ्या स्पर्धेमुळे प्रत्येक उत्पादक संस्था व वस्तूचे उत्पादन केल्यानंतर त्या वस्तूची प्रभावीपणे जाहिरातीच्या विविध माध्यमामार्फत जाहितात करुन त्या वस्तूची गुण-दोष जाहिरातीमार्फत दाखविले जातात. प्रभावी जाहिरातीमुळे त्या वस्तूला आपोआपच प्रसिद्धी मिळू शकते.

फ) **मध्यस्थ/व्यापारी प्रतिनिधी :** उत्पादक आणि ग्राहक यांच्यातील अंतर कमी करण्यासाठी मध्यस्थ किंवा व्यापारी प्रतिनिधी हा घटक महत्वाचा ठरतो. व्यापारामुळे उत्पादक आपला माल मध्यस्थामार्फत ग्राहकांपर्यंत पोहचू शकतो. अधुनिक काळात आयात निर्यात व्यापारात व्यापारी प्रतिनिधी किंवा अभिकर्ते महत्वाची भूमिका पार पाडतात. तसेच विशिष्ट वस्तूची विक्री करण्याकरता मध्यस्थ किंवा प्रतिनिधी नियुक्ती केली जातात या प्रतिनिधीमार्फत त्या वस्तूंची मोठ्याप्रमाणात विक्री केली जाऊ शकते. मध्यस्थांना विक्रीच्या प्रमाणात कमिशन दिले जाते.

वरील सर्व सेवा या अनुषांगिक सेवा म्हणून व्यापार व व्यवस्थापन विचारात घेतल्या जातात यासेवा जितक्या प्रभाविपणे राबविल्या जातात तितक्या प्रमाणात व्यवसाय संस्थेचा नाव लौकीक वाढला जातो.

आपली प्रगती तपासा :

(अ) १) खालील संज्ञा स्पष्ट करा

२) व्यवसाय

३) पुर्ननिर्यात व्यापार

४) आयात व्यापार

५) वाणिज्य

६) व्यापारी प्रतिनिधि

(ब) व्यवसााच्या प्रमुख वैशिष्ट्यांची यादी करा

(क) व्यवसायाची व्याप्ती स्पष्ट करणारा तक्ता काढा.

१.५ व्यवसायाची कार्ये

अधुनिक काळात व्यवसाय करीत असताना व्यवसायाला अनेक घटकांचा किंवा प्रक्रियांचा विचार करुन व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढवावी लागते. त्यामध्ये खालील घटकांचा समावेश होतो.

१) **खरेदी :** व्यवसायाची सुरुवातच वेगवेगळया घटकांची उदा. कच्चा माल श्रम, यंत्र सामुग्री यांची खरेदी करुन उत्पादनाच्या वेगवेगळ्या प्रक्रिया पूर्ण करुन अंतिम उत्पादन केले जाते. कच्च्या मालाची मोठ्या प्रमाणात खरेदी करुन त्याची साठवणूक केली जाते. कच्च्या मालाचा योग्य उपभोग करुन अंतिम वस्तू तयार केली जाते. हे व्यवसायाचे पहिले आणि महत्वाचे कार्य होय.

२) **उत्पादक :** व्यवसाय संस्थेमार्फत कच्च्या मालाची खरेदी करुन त्यावरती विविध प्रक्रिया करुन अंतिम वस्तूचे उत्पादन केले जाते. म्हणजेच खरेदी बरोबरच उत्पादन हा घटक देखील व्यवसायामध्ये महत्वाचा ठरतो. व्यवसाय संस्थेमार्फत उत्पादनामध्ये सातत्य राखण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्यामुळे उत्पादन खर्चात बचत होते.

३) **विपणन :** अधुनिक काळात व्यवसाय संस्थेमध्ये खरेदी विक्री व उत्पादन कार्यापेक्षाही विपणन कार्याला अत्यंत महत्वाचे स्थान असते कारण विपणन संकल्पनेमध्ये वस्तूच्या उत्पादनापासून विक्रीपर्यंतच्या सर्व प्रक्रियांचा समावेश विपणन या कार्यामध्ये समाविष्ट होतो वस्तूंची विक्री केल्यानंतर विपणनामार्फत विक्रित्तोर सेवा पुरविल्या जातात व ग्राहकांचे समाधान करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

४) **संशोधन आणि विकास :** प्रत्येक व्यवसाय संस्थेमध्ये उत्पादनाच्या वेगवेगळ्या पद्धती वापरल्या जात असल्या तरी उत्पादनात सातत्य राखून ग्राहकांच्या आवडी निवडीचा विचार करुन ग्राहक संशोधन बाजारपेठ संशोधन इ. मार्फत वस्तूमध्ये वेगवेगळा बदल करून ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार वस्तुमध्ये योग्य ते बदल केले जातात. त्यामुळे संशोधन आणि विकास हे कार्य देखील महत्वाचे ठरते.

५) **वित्त :** व्यवसाय संस्थेची स्थापना करतात भांडवल हा घटक महत्वाचा ठरतो. कारण मानवी शरीरात रक्त वाहिन्यांना जितके महत्वाचे स्थान असते तितकेच महत्वाचे स्थान व्यवसायसंस्थेत वित्त किंवा भांडवलाला असते. कारण भांडवलाशिवाय व्यवसाय संस्था सुरु करता येत नाही. त्यामध्ये स्थिर भांडवल आणि खेळते भांडवल या दोन्ही भांडवलाची व्यवसाय संस्थेला गरज असते. म्हणजेच व्यवसाय संस्थेचा कणा म्हणून वित्त भांडवलाला महत्व आहे तसेच ते व्यवसायाचे महत्वाचे कार्य समजले जाते.

६) **मानवी घटक :** व्यवसाय संस्थेमध्ये भांडवल, भूमी, उत्पादन त्याबरोबर श्रम हे घटक महत्वाचे असतात. कारण श्रम या घटकामार्फत प्रत्यक्ष उत्पादनाचे कार्य केले जाते. श्रमिकाची विपूल प्रमाणात उपलब्धता असेल तर व्यवसाय संस्थेमध्ये वेगवेगळ्या वस्तूचे ग्राहकांच्या आवडी निवडीनुसार उत्पादन करता येऊ शकते म्हणजेच श्रम हा घटक महत्वाचा असून ते व्यवसाय संस्थेचे कार्य समजले जाते.

१.६ पारंपारिक आणि अधुनिक व्यवसाय

१) पूर्वीच्या काळी व्यवसाय हे कुटीर /लहान प्रमाणात मानवी श्रम शक्तीच्या साह्याने चालवले जात होते. त्यावेळी मागणी जास्त उत्पादन कमी यामुळे ग्राहकांच्या समाधानाकडे लक्ष दिले जात नव्हते. केवळ नफा मिळविणे एवढे कार्य पारंपारिक व्यवसाय विचारात घेतला जात होता म्हणजेच पारंपारिक व्यवसाय हे पूर्वी ग्रामीण भागात मोठ्या प्रमाणात कार्य करीत होते. त्यावेळी नफा मिळवणे एवढेच उद्दिष्ट पारंपारिक व्यवसायात होते.

२) **आधुनिक व्यवसाय :** औद्योगिक क्रांतीनंतर व्यवसाय संस्थेमध्ये आमुलाग्र बदल घडुन आले यंत्राचा शोध लागला चाकाची निर्मिती झाली त्यातून यंत्राच्या साह्याने मागणी पूर्ण मोठ्या प्रमाणात उत्पादन केले जाऊ लागले मागणी कमी उत्पादन जास्त त्यामुळे ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता करण्याचा प्रयत्न अधुनिक व्यवसायामार्फत केला जातो. कारण ग्राहक हा बाजारपेठेचा राजा समजला जातो. ग्राहकांची आवडनिवड विचारात घेऊन अधुनिक काळात प्रत्येक व्यवसाय संस्थेमार्फत वेगवेगळ्या वस्तूंची उत्पादन करुन त्याची विक्री करुन ग्राहकांचे समाधान करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

पारंपारिक आणि आधुनिक व्यवसाय यातील फरक :

फरकाचा मुद्दा		पारंपारिक व्यवसाय	अधुनिक व्यवसाय
१)	अर्थ	पारंपारिक व्यवसाय म्हणजे मानवी शक्तीचे जे उत्पादन केले जाते त्याला पारंपारिक व्यवसाय असे म्हणतात.	अधुनिक व्यवसाय यंत्र शक्तीच्या साह्याने मोठ्या प्रमाणात ग्राहकांच्या आवडीनिवडी नुसार उत्पादन केले जाते याला आधुनिक व्यवसाय असे म्हणतात.
२)	उद्दिष्टे	पारंपारिक व्यवसायामार्फत नफा मिळविणे हे महत्वाचे उद्दिष्ट समजले जाते.	अधुनिक व्यवसायामार्फत ग्राहकांचे समाधान मिळविणे हे महत्वाचे मानले जाते.
३)	रचना आणि पद्धती	पारंपारिक पद्धतीची रचना हे पारंपारिक पद्धतीची म्हणजेच व्यक्तीगत स्वरूपाची असते.	अधुनिक व्यवसायाची रचना भागीदारी संस्था कंपनी यांच्यामार्फत वस्तूची निर्मिती केली जाते. म्हणजे त्रिस्तरीय रचना असते.
४)	व्यवस्थापन	पारंपारिक व्यवसायामध्ये व्यक्तीगत स्वरुपाचे व्यवस्थापन केले जाते. म्हणजेच एक व्यक्ती उत्पादक व्यवस्थापक असते.	अधुनिक व्यवसायामध्ये व्यवस्थापन हे व्यवसायिक स्वरुपाचे असते. पगारी नोकरदार वर्गामार्फत व्यवसायाचे व्यवस्थापन केले जाते.
५)	मालक	पारंपारिक व्यवसायामध्ये व्यक्तीगत स्वरुपाची मालकी असते.	अधुनिक व्यवसायात अध्यक्ष संचालक मंडळ व्यवस्थापक यांची मालकी असते.
६)	तंत्रज्ञान	पारंपारिक व्यवसायामध्ये अधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर केला जात नाही.	अधुनिक व्यवसायामध्ये अधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर केला जातो.
७)	भूमिका	पारंपारिक व्यवसायामध्ये व्यवसायांची भूमिका मर्यादित स्वरूपाची असते.	अधुनिक व्यवसायामध्ये व्यवसायाची व्यापकता वाढलेली दिसून येतात.

munotes.in

१.७ व्यवसायाची कार्ये, महत्त्व आणि भूमिका : (Functions, Importance and Role of Business)

१) समाजाच्या गरजांची पूर्तता केली जाते.

समाजातील विविध घटकांना त्यांच्या आवडीनिवडीनुसार वस्तू आणि सेवांचा पुरवठा करण्याचे काम व्यवसाय करत असतात. त्यांच्या आवडीनिवडी सातत्याने बदलतात. त्यानुसार उत्पादनामध्ये बदल केला जातो.

२) विविध उद्योगांची स्थापना केली जाते.

समाजाला ज्या वस्तू आणि सेवा आवश्यक आहेत तशा प्रकारचे व्यवसाय सुरु केले जातात. त्यामुळे सतत नवीन उद्योग आणि व्यवसाय स्थापन केले जातात. दोतील ग्रामीण, मागासलेल्या भागात लघुउद्योग, कुटिरोद्योग, पूरक उद्योग सुरु करुन देशाचा औद्योगिक विकास साधला जातो.

३) रोजगाराची संधी उपलब्ध करुन दिली जाते.

व्यवसाय नोकरी या निमित्ताने अनेक लोकांना रोजगाराची संधी उपलब्ध होते. व्यवसायांची संख्या व विकास झाल्यास देशातील बेकारीची समस्या सोडविण्यासाठी उपयोग होतो. शहरांमध्ये ग्रामीण भागातील लोकांना सुद्धा रोजगार उपलब्ध होतो.

४) समाजाच्या राहणीमानाची पातळी उंचावते.

व्यवसायांद्वारे विविध प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा उपलब्ध होतात. लोकांना त्यापासून पैसा मिळतो. त्यामुळे ते विविध प्रकारच्या वस्तू खरेदी करतात. उत्पन्नामध्ये वाढ, क्रयशक्तीमध्ये वाढ, विविध वस्तू आणि सेवांचा लाभ यामुळे समाजाच्या राहणीमानाची पातळी उंचावते.

५) बाजारपेठांचा विकास करता येतो.

व्यवसायांद्वारे तयार केलेल्या वस्तू आणि सेवा विक्रीसाठी बाजारपेठांमध्ये उपलब्ध होतात. त्यामुळे बाजारपेठांचा विकास होतो. या वस्तू व सेवांना स्थानिक, प्रादेशिक, राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील बाजारपेठांमध्ये मागणी निर्माण होते.

६) नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा पुरेपूर वापर केला जातो.

वस्तू उत्पादन करताना कच्चा माल म्हणून नैसर्गिक साधन सामग्रीचा वापर केला जातो. ही सामग्री देशामध्ये उपलब्ध असते. त्या आधारावरच नवीन उत्पादने सुरु करता येतात. कच्च्या मालाच्या सन्निध्यात, ग्रामीण भागामध्ये व्यवसाय सुरु करण्याची संधी प्राप्त होते.

७) देशाचा सर्वांगिन विकास होतो.

व्यवसायांच्या विकासावर देशाचा सर्वागीण विकास अवलंबून असतो. विविध क्षेत्रामध्ये व्यवसाय सुरु करुन त्या क्षेत्राचा विकास होतो. त्यामुळे देशातील औद्योगिकरणाला चालना मिळते. देशाचा आर्थिक विकास होतो. त्याद्वारे नवीन उपक्रम सुरु करुन त्यामध्ये प्रगती करणे शक्य होते.

८) शासनाला कर स्वरुपात प्रचंड प्रमाणावर उत्पन्न मिळते.

व्यवसायांची स्थापना, नुतनीकरण, वाहतूक, जकात, विक्री, उत्पन्न इत्यादी प्रकारच्या करांपासून शासनाला प्रचंड प्रमाणावर उत्पन्न मिळते. त्यामुळे समाजामध्ये विविध उपक्रम राबविणे सोईचे जाते. शासकीय उत्पन्नामध्ये वाढ झाल्यास शासनाला सामाजिक उपक्रम व जनतेच्या कल्याणासाठी कामे सुरु करता येतात.

९) ग्राहकांना विविध प्रकारच्या सुविधा प्राप्त होतात.

व्यवसायामध्ये स्पर्धा वाढत चालली आहे. त्यामुळे ग्राहकांना दर्जेदार वस्तू वाजवी किंमतीला उपलब्ध होतात वस्तुसोबत विक्रयोत्तर सेवांचा लाभ होतो. त्यामुळे ग्राहकांना चांगला आहार, चांगले आरोग्य व चांगले शिक्षण उपलब्ध झाले आहे या सर्व सुविधा त्यांचा वाजवी किंमतीचा प्राप्त होतात.

१०) उत्पाकदांच्या नफ्यामध्ये वाढ होते.

नफ्याच्या प्रेरणेने उत्पादक विविध प्रकारच्या वस्तू व सेवा तयार करतात. ग्राहकांकडून चांगली मागणी आल्यास त्यांच्या नफ्यामध्ये वाढ होते. त्यांचे नावलौकिक वाढीस लागते. नफ्याची पुनर्गुतवणूक करुन त्यांना व्यवसाय वृद्धी करणे, नवीन व्यवसाय स्थापन कणे शक्य होते त्यामुळे देशातील उद्योजकता विकसित होण्यास मदत होते.

११) सामाजिक विकास साधला जातो.

व्यवसायाद्वारे समाजातील विविधसमस्या सोडविण्यासाठी मदत केली जाते. उदा. साक्षरता अभियान, सामाजिक वनीकरण, पाणीपुरवठा, शिक्षण, करमणूक, सांस्कृतिक, क्रीडा, आरोग्य इ. प्रकारचे कार्यक्रम राबविले जातात. त्यामुळे समाजाचा विकास करणे शक्य होते. व्यावसायिक ग्राहक मार्गदर्शन, संरक्षण शिक्षण इ. उपक्रमांद्वारे ग्राहकांना वस्तू आणि सेवांची खरेदी कशी करावी याबाबत मार्गदर्शन करतात.

१.८ सारांश

या प्रकरणातून स्पष्ट होते की व्यवसाय ही एक आर्थिक क्रिया आहे. पारंपारिक संकल्पनेनुसार नफा हे व्यवसायाचे प्रमुख वैशिष्ट होते. परंतू आधुनिक व्यवसाय ही संकल्पना अधिक व्यापक आहे. आधुनिक व्यवसायामध्ये नफ्याबरोबरच ग्राहकांचे समाधान, सामाजिक जबाबदारी इ. बाबीही तितक्याच महत्त्वाच्या ठरत आहेत व त्यानुसार व्यवसायाची कार्ये निश्चित होत असतात.

१.९ प्रश्न

१. व्यवसाय ही संकल्पना स्पष्ट करुन तिची वैशिष्टये सांगा ?

२. व्यवसायाची कार्ये स्पष्ट करा ?

३. व्यवसायाची व्याप्ती थोडक्यात स्पष्ट करा.

४. व्यवसायाचे महत्त्व सांगा.

५. पारंपारिक व्यवसाय व आधुनिक व्यवसाय यांतील फरक स्पष्ट करा.

♦♦♦♦♦

munotes.in

घटक -२

व्यावसायिक उद्दिष्टये
(Business Environment)

घटक रचना

२.० उद्दिष्टे
२.१ प्रस्तावना
२.२ व्यवसायिक पर्यावरणाचा अर्थ आणि व्याख्या
२.३ व्यवसाय उद्दिष्टये ठरविण्याची प्रक्रिया
२.४ व्यवसाय निवडीची प्रक्रिया
२.५ व्यवसाय उद्दिष्ट्यांचे वर्गीकरण
२.६ आर्थिक उद्दिष्टये आणि सामाजिक उद्दिष्टये यातील फरक
२.७ आर्थिक उद्दिष्टये आणि सामाजिक उद्दिष्टये यामध्ये समन्वय निर्माण करणे
२.८ सारांश
२.९ प्रश्न

२.० उद्दिष्टे

या घटकाचा अभ्यास केल्यानंतर विद्यार्थ्यांना -

१) व्यवसायाची उद्दीष्टये ही संकल्पना समजेल.

२) व्यवसाय उद्दीष्टये निश्चितीमधिल टप्पे स्पष्ट करता येतील.

३) व्यवसाय उद्दीष्ट्यांचे सविस्तर वर्गिकरण करता येईल.

४) आर्थिक उद्दीष्टये व सामाजिक उद्दीष्टये यांमधिल फरक स्पष्ट करता येईल व त्यामधिल समन्वय स्पष्ट करता येईल.

२.१ प्रस्तावना

प्रत्येक व्यवसाय संस्थेला काही उद्दीष्टये निश्चित करावी लागतात. अशा उद्दीष्ठांच्या पुर्ततेसाठी नियोजन केले जाते व योग्य कृती केल्या जातात. नफा मिळविणे, व्यवसाय वाढ व सामाजिक जाणिव ही प्रत्येक व्यवसायाची सर्वसाधारण उद्दीष्टये आहेत. व्यवसायाची उद्दीष्टये

म्हणजे कोणत्याही व्यवसायाचे अंतिम ध्येय असते की ज्याच्या दिशेने तो व्यवसाय आपली वाटचाल करीत असतो. या उद्दीष्ट्यांच्या दिशेने व्यसायातील विविध कृतींचे संघटन केले जाते. कोणत्याही व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये दिघडकाळासाठी स्थिर असू शकत नाहीत. पर्यावरणातील बदलानुसार वेळवेळी ही उद्दीष्ट्ये ही पुन्हापुन्हा ठरविणे व बदलणे गरजेचे असते.

२.२ व्यवसायिक पर्यावरणाची अर्थ आणि व्याख्या

According to D.E. Mc. Farland

"Objectives are the goal, aims, orpurposes, that organisations with to achieve over varying period of time."

"व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये म्हणजे व्यवसायाची ध्येये, धोरणे किंवा हेतू असतात कि जी साध्य करण्यासाठी व्यवसाय संघटना काळानुरुप प्रयत्न करत असते."

२.३ व्यवसाय उद्दीष्ट्ये ठरविण्याची प्रक्रिया

व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये ठरविणे ही एक विसिष्ट प्रक्रिया आहे. यामध्ये पुढील टप्यांचा समावेश होतो.

१) **अंतर्गत पर्यावरण विश्लेषण :**

व्यवसाय उद्दीष्ट्ये जास्तीत जास्त वस्तुनिष्ठ होण्यासाठी अंतर्गत पर्यावरणाचे विश्लेषण आवश्यक ठरते. अंतर्गत पर्यावरणामध्ये मानवि संसाधने, आर्थिक स्त्रोत, भौतिक सुविधा, व्यवस्थापन रचना अंतर्गत संबंध इ. घटकांचा प्रामुख्याने समावेश होतो. यासर्व घटकांचा सारासार विचार व्यवसाय उद्दीष्ट्ये निश्चित करताना करावा लागतो. अंतर्गत पर्यावरण विश्लेषणामुळे व्यवसाय संघटनेची बळस्थाने व व्यवसायाची कमकुवत बाजू समजतात. त्यामुळे अशाप्रकारे व्यवसाय उद्दीष्ट्ये निश्चित केली जातात जेणेकरून व्यवसायाची कमकुवत बाजू मजबूत करणेसाठी सकारात्मक प्रयत्न केले जातील व बलस्थाने आणखी सबळ होतील.

२) **बाह्य पर्यावरण विश्लेषण :**

व्यवसायाच्या बाह्य पर्यावरणामध्ये ग्राहक, पुरवठादार, स्पर्धक, राजकीय, आर्थिक, सामाजिक तंत्रज्ञानविषयक आणि नैसर्गिक पर्यावरण हे प्रमुख घटक कार्यरत असतात. व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये निश्चित करताना यासर्व घटकांचे विश्लेषण गरजेचे असते. या विश्लेषणामुळे व्यवसायाचे बाह्य पर्यावरणातील घटक कोणत्या संधी किंवा धोके निर्माण करू शकतील हे स्पष्ट होते. त्यामुळे व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये अशा पद्धतीने ठरविली जातील जेणेकरुन विविध संधींची लाभ उठविता येईल व धोके कमी केले जातील किंवा टाळले जातील.

३) **व्यवसाय संघटनेतील संसाधनांची उपलब्धता अजमाविणे :**

व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये निश्चित करण्याच्या प्रक्रियेतील ही एक महत्त्वाची पायरी आहे. व्यवसाय संघटनेकडे उपलब्ध असलेली मानवी व मानवेतर साधन संपत्ती यावर व्यवसाय

संघटनेची उद्दीष्ट्ये अवलंबून असतात. यासर्व संसाधनांचा सारासार विचार करून व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये निश्चित केली जातील त्यामुळे सर्व साधनसामग्रीचा पुरेपुर वापार केला जाईल. परिणामी संसाधनांची नासधुस कमी होईल उत्पादन खर्च कमी होईल व नफा क्षमता वाढेल.

४) **व्यवसाय संघटनेची नैतिक बांधणी लक्षात घेणे.**

नैतिक बांधणीमध्ये ती व्यवसाय संघटना पाळत असलेल्या विविध नितीमुल्यांचा समावेश होतो. व्यवसाय संघटनेच्या विविध कृतींवर या नितिमुल्यांचा पगडा असतो. त्यामुळे व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये ठरविताना यांचा विचार प्रामुख्याने होणे गरजेचे असते.

५) **व्यवस्थापन तत्त्वज्ञान लक्षात घेणे.**

व्यवसाय संघटनेची उद्दीष्ट्ये ठरवितात व्यवसाधना तत्वज्ञान व्यवस्थापनाची मानसिकता लक्षात घेणे अत्यंत गरजेचे असते. व्यवस्थापन जर सनातन मतवादी असेल तर व्यवसाय करणाच्या पारंपारिक व जुन्या पद्धतीचा स्विकारल्या जातात. त्यानुसार व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये निश्चित होतात. याउलट व्यवस्थापन नवमतवादी असेल तर व्यवसायात आधुनिक पद्धतींचा समावेश होतो. धंदेवाईक व्यवस्थापनाला प्राधान्य दिले जाते व व्यवसायाची उद्दीष्ट्ये त्याप्रमाणे निश्चित होतात.

६) **जून्या उद्दीष्ठांचा आढावा घेणे :**

संघटनेची नविन उद्दीष्ट्ये ठरविताना संघटनेची बुतकालीन उद्दीष्ट्ये ही मुळाधार असतात. संघटनेची जुनी उद्दीष्ट्ये, त्यांची पुर्तता यामुळे संघटनेची नविन उद्दीष्ट्ये ठरविणे आधिक सोपे होते. शक्यतो कोणतीही संघटना आपली जुनी उद्दीष्ट्ये पुर्णपणे बदलत नाही. नविन उद्दीष्ट्ये ठरविताना जून्या उद्दीष्टांना नवा आकार दिला जातो.

७) **अंतिम उद्दीष्ठ निश्चित करणे :**

वरील सर्व बाबींचा सांगोपांग विचार केल्यानंतर व्यवसायाच्या विविध विभागांसाठीची उद्दीष्ट्ये निश्चित केली जातात. ही उद्दीष्ट्ये अल्प व दिर्घ काळासाठी निश्चित केली जातात. तसेच उद्दीष्ट्ये निश्चित करताना प्राधान्य क्रम ठरविला जातो. उद्दीष्ट्ये निश्चित झाल्यानंतर ती व्यवसाय संघटनेतील सर्व कर्मचाऱ्यापर्यंत पोहचविणे अत्यंत महत्त्वाचे असते.

२.४ व्यवसाय निवडीची प्रक्रिया

व्यवसाय निवडीची प्रक्रिया विचारात घेताना अनेक मूलभूत घटक विचारात घ्यावे लागतात कारण एखादा निवड केलेला व्यवसाय सहजासहजी बदलणे शक्य होत नाही. म्हणून व्यवसाय निवडताना निवडीचा निर्णय महत्वाचा ठरतो. सर्वसाधारणपणे व्यवसायाची निवड करत असताना खालील प्रक्रिया किंवा घटक विचारात घेतले जातात.

१) **संधी विश्लेषण :** व्यवसायाची निवड करताना संधी विश्लेषण ही प्रक्रिया महत्वाची ठरते कारण व्यवसाय विविध प्रकारचे असू शकतात तसेच व्यवसायासाठी संधी देखील विभिन्न असू शकते. म्हणजेच ग्राहकांच्या किंवा उपभोक्त्याच्या गरजांचे तसेच बाजारपेठेचे देखील विश्लेषण विचारात घेतले जाते. ग्राहकांच्या गरजांचा अभ्यास करुन त्या गरजा पूर्ण करण्याची संधी व्यवसायातून कितपत साध्य होऊ शकेल याचादेखील विचार व्यवसाय निवडताना केला जातो.

म्हणजेच संधी विश्लेषणामुळे व्यवसाय निवडताना योग्य दिशा प्राप्त होऊ शकते. तसेच नव्या व्यवसायाचा शोध देखील या संधी विश्लेषणामुळे लावता येऊ शकतो.

२) **बलस्थाने-दुर्बलस्थाने विश्लेषण :** व्यवसायाचीनिवड करताना बलस्थाने व दुर्बलस्थाने ही प्रक्रिया देखील महत्वाची समजली जाते. कारण व्यवसायाच्या कोणत्या क्षेत्रात किती संधी आहे याची माहिती या विश्लेषणाच्या आधारे मिळविता येऊ शकते तसेच व्यवसायासाठी भूमी, भांडवल, तांत्रिक, ज्ञान विक्री यंत्रणा प्रतिक्षा क्षमता इ. घटकांचा विचार करुन त्याचे विश्लेषण देखील केले जाते. त्या आधारे योग्य त्या व्यवसायाची निवड करता येते तसेच स्वतःची बलस्थाने व दुर्बलस्थाने याचेदेखील वस्तूनिष्ठ विश्लेषण केल्यामुळे त्या व्यवसायाची कुवत व क्षमता याची स्पष्ट माहिती मिळते म्हणजेच केवळ संधी असून चालत नाही तर त्या संधीचा योग्य उपयोग करुन घेण्याची क्षमता किंवा सामर्थ्य देखील तितकेच महत्वाचे असते. व्यवसायाची निवड करताना प्रत्येक व्यवसायकांने बलस्थाने व दुर्बलस्थाने विचारात घेऊन व्यवसायाची निवड करावी लागते त्याशिवाय व्यवसाय यशस्वी होऊ शकत नाही.

३) **पर्यावरण विश्लेषण :** व्यवसायाची निवड करताना तिसरी महत्वाची प्रक्रिया म्हणजे पर्यावरण विश्लेषण होय. पर्यावरण विश्लेषणामध्ये सभोवतालच्या परिस्थितीचे योग्य पद्धतीने विश्लेषण करावे लागते. सभोवतालच्या परिस्थितीमध्ये आर्थिक सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक, तांत्रिक, भौगोलिक आंतरराष्ट्रीय विश्लेषणाचा समावेश होतो व्यवसायाची निवड करताना या सर्व विश्लेषणाचा संभाव्य परिणाम विचारात घ्यावा लागतो. कारण पर्यावरण हा घटक नियंत्रण कसे बाहेरील आहे त्यामुळे त्या घटकाच्या बाबतीत भविष्यात होणारा संभाव्य बदल व्यवसाय निवडताना विचारात घेणे अत्यंत महत्वाचे ठरते.

४) **व्यवसाय निवड** : व्यवसाय निवडीच्या प्रक्रियामधील तीन प्रक्रिया पूर्ण केल्यानंतर चौथी प्रक्रिया म्हणजेच व्यवसायाची प्रत्यक्ष निवड करणे होय. संभाव्य व्यवसायाच्या यादीमधून कोणत्याही एका व्यवसायाची निवड करावी लागते. त्यासाठी संभाव्य यादीतील प्रत्येक व्यवसायाचा तुलनात्मक अभ्यास करावा लागतो. तसेच व्यवसाय निवडीच संभाव्य यादी दोन तीन व्यवसायापूरती मर्यादीत करुन त्यातूनच अग्रक्रम निश्चित करुन त्यानुसार योग्य त्या व्यवसायाची अंतिम निवड करावी लागते. व्यवसायाची निवड करताना खालील घटक विचारात घ्यावे लागतात.

१) **जागा/भूमी :** व्यवसाय सुरु करण्यासाठी भूमी हा घटक सर्वात महत्वाचा मानला जातो कारण व्यवसाय सुरु करण्यासाठी पुरेशी व स्वस्त दरात भूमी किंवा जागा उपलब्ध झाली पाहिजे म्हणजेच व्यवसायाचा योग्य त्या ठिकाणी जागा उपलब्ध झाल्यास योग्य त्या व्यवसायाची निवड करता येते.

२) **भांडवल :** कोणताही व्यवसाय सुरु करण्यासाठी भांडवल हा घटक सर्वात महत्वाचा समजला जातो. कारण भांडवलाशिवाय व्यवसायाची उभारणी करता येत नाही. भांडवल उभारत असताना स्वतःचे भांडवल किती व बाह्य मार्गाने किती भांडवल उभारणी केली जाऊ शकते याचा विचार व्यवसायाची निवड करताना केली जाते.

३) **जोखीम :** व्यवसाय निवडताना त्या व्यवसायामध्ये किती जोखीम आहे त्या जोखिमेचे प्रमाण व्यवसाय निवडताना विचारात घेणे महत्वाचे ठरते.

४) **सोई सुविधा :** व्यवसाय सुरु करताना कोणत्या सोई सेवा सुविधा आवश्यक असतात त्याचा विचार करणे आवश्यक असते. उदा. वीज, पाणी, रस्ते, बँकिंग, संदेशवहन, साठवणूक इ. सुविधा उपलब्ध आहेत की नाहीत याचा विचार व्यवसाय निवडताना केला जातो.

munotes.in

५) **सवलती :** सरकार मार्फत व्यवसायाला कोणकोणत्या सवलती दिल्या जाणार आहेत याचादेखील व्यवसाय निवडताना विचार केला जातो. उदा. उत्पादन कर, विक्री कर, अबकारी कर, आयकर या स्वरूपाचा करामध्ये सवलती मिळतात. त्याची माहिती व्यवसाय निवडताना विचारात घेतली जाते.

६) **प्रतिक्षा क्षमता :** प्रत्येक व्यवसाय निवडताना तो व्यवसाय स्थिर होण्यासाठी विशिष्ट कालावधी लागतो. स्थिर होईपर्यंत प्रत्यक्ष वाट पाहावी लागते. त्यालाच प्रतिक्षा क्षमता असे म्हणतात. म्हणजेच व्यवसायाची निवड करताना प्रतिक्षा क्षमता ही विचारात घ्यावी लागते.

७) **साहस :** व्यवसाय निवडताना व्यक्तीने आपल्या साहस वृत्तीचा सुद्धा विचार करावा लागतो. साहस वृत्ती जास्त असल्यास व्यवसाय निवडीची संधी अधिक असू शकते. त्यामुळे व्यवसाय निवडताना साहस वृत्ती देखील विचारात घेतली जाते.

८) **बाजार पेठ :** व्यवसायाची निवड करताना आपल्या व्यवसायाला कोणत्या प्रकारचा ग्राहकवर्ग प्राप्त होईल व आपल्या व्यवसायाला संभाव्य कोणत्या बाजारपेठ प्राप्त होतील याचा विचार व्यवसाय निवडताना विचारात घेतला जातो.

९) **सरकारी धोरण :** व्यवसायाची निवड करताना त्या संभाव्य व्यवसायाबाबत सरकारी धोरण काय आहे याचा विचार करुन योग्य त्या व्यवसायाची निवड करावी लागते.

२.५ व्यवसाय उद्दीष्ठांचे वर्गीकरण

वर्गीकरण

१. नैसर्गिक	२. आर्थिक	३. सामाजिक	४. मानवी	५. राष्ट्रीय
१. सार्वत्रिक	१. साधन सामुग्री	१. चागल्या दर्जाची वस्तू पुरविणे	१. योग्य काम व मोबदला	१. सामाजिक न्याय
२. वाढ	२. बाजारपेठ मिळवणे	२. योग्य किंमत आकारणे	२. विकासाची संधी	२. छोट्या उद्योजकाचा विकास
३. प्रतिष्ठा	३. सपत्तीचे उत्पादन	३. गुंतवणुकदारास योग्य मोबदला	३. सहभाग	३. राष्ट्रीय धोरणाशी सुसंगत
	४. नफा मिळविणे	४. नफा मिळवणे	४. कार्यातील समाधान	४. तांत्रिक नोकर वर्ग तयार करणे.
	५. उत्पादकतेत वाढ	५. वस्तूचा योग्य पुरवठा		५. स्वयंपूर्णता
	६. नुतनीकरण	६. रोजगार निर्मिती		

munotes.in

अ) नैसर्गिक किंवा संघटनात्मक उद्दिष्ट्ये -

१) **सार्वत्रिक :** समाजाच्या काही गरजा पूर्ण करण्यासाठी व्यवसाय संस्थेची स्थापना केली जाते. व्यवसाय संस्थेला निर्सगातील प्रत्येक जिवितप्रमाणे बाल अवस्था, कुमार अवस्था, प्रौढ अवस्था आणि परिपक्व अवस्था या अवस्थेतून जावे लागते. म्हणजेच व्यवसाय चालविताना सार्वत्रिक दृष्टीकोन विचारात घेऊन व्यवसाय चालवाचा लागतो.

२) **वाढ :** संघटनात्मक उद्दीष्टामध्ये व्यवसायाची वाढ हा भाग महत्वाचा ठरतो कारण व्यवसाय संस्थेला स्वतःचे अस्तित्व टिकवून ठेवण्यासाठी व्यवसायाची वाढ व विकास या घटकाकडे लक्ष पुरवावे लागते. व्यवसायाचा विकास वाढविण्यासाठी व्यावसायिकाला सतत प्रयत्न करावे लागतात. त्याशिवाय व्यवसायाची वाढ होऊ शकत नाही.

३) **नाव लौकीक :** अधुनिक काळात व्यवसाय संस्थेच्या विकासाबरोबरच व्यवसाय संस्थेचा नावलौकीक हे उद्दिष्ट महत्वाचे ठरते कारण व्यवसाय संस्था व्यावसायिक कार्यावर स्वतःचा नावलौकीक निर्माण करु शकते. नावलौकीक प्राप्त झाल्यानंतर व्यवसाय संस्थेला योग्य नफा देखील प्राप्त होऊ शकतो म्हणून संघटनात्मक उद्दिष्ट्ये निश्चित करताना व्यवसाय धोरणाचा सुद्धा विचार करुन व्यावसायिक नावलौकीक प्राप्त करण्यासाठी प्रयत्न केले जातात.

ब) आर्थिक उद्दिष्ट्ये -

१) **साधन सामुग्रीचे एकत्रीकरण करणे :** व्यवसायाला आवश्यक लागणारी सर्व साधनसामुग्री योग्य किमतीत एकत्रित करणे हा व्यवसायाचा मुख्य उद्देश असावा लागतो कारण उत्पादनासाठी आवश्यक असणारा कच्चा माल यंत्रसामुग्री जमीन, श्रमिक वर्ग, कमीत कमी किंमतीला एकत्र करणे गरजेचे असते. त्यामुळे त्या व्यवसायाला कमीत कमी उत्पादन खर्चात मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे शक्य होते. त्यामुळे उत्पादन खर्चात बचत होऊन व्यवसाय संस्थेला वाजवी नफा प्राप्त होऊ शकतो.

२) **संपत्तीचे उत्पादन करणे :** व्यवसाय संस्थेमार्फत वेगवेगळ्या वस्तूचे उत्पादन केले जाते. म्हणजेच कच्च्या मालावर प्रक्रिया करुन पक्या मालाची निर्मिती केली जाते. उदा. ऊसापासून साखर तयार करणे, म्हणजेच ग्राहक वर्गाच्या आवडी निवडीनुसार वेगवेगळ्या वस्तूची निर्मिती करणे यालाच संपत्तीची निर्मिती असे म्हटले जाते कारण त्या वस्तूच्या निर्मितीतून योग्य पैसा किंवा नफा मिळवता येऊ शकतो म्हणजेच नफा मिळविण्यासाठी व्यवसाय संस्थेने संपत्तीची निर्मिती करणे आवश्यक असते. यासाठी व्यवसायकांने संपत्तीची निर्मिती करावी म्हणजेच ग्राहकांच्या आवडीनिवडी विचारात घेऊन वेगवेगळ्या वस्तूचे उत्पादन करणे आवश्यक असते या दृष्टीने प्रत्येक व्यवसायकाला उत्पादनाची वेळ, उत्पादनाचे प्रमाण व उत्पादनाचे स्थान विक्री स्थान निश्चित करुनच उत्पादन करावे लागते.

३) **बाजारपेठे मिळविणे :** ग्राहकांच्या आवडीनिवडीचा विचार करुन वस्तूची निर्मिती व उत्पादनकरुन चालत नाही तर त्या वस्तूची विक्री होणे हे देखील महत्वाचे असते. म्हणजेच जाहिरात व प्रसिद्धी मार्फत वस्तूची माहिती ग्राहकांना देऊन ग्राहक वर्गाचे समाधान होईल इथेपर्यंत प्रयत्न करावे लागतात. म्हणजेच वेगवेगळ्या बाजारपेठा मिळविण्याचा प्रयत्न व्यवस्थापकाला करावा लागतो.

४) **ग्राहकवर्ग निर्माण करणे :** व्यवसायाच्या दृष्टीने वस्तूला कायम स्वरुपी ग्राहकवर्ग निर्माण करणे महत्वाचे असते कारण जर व्यवसायाला कायम स्वरुपी ग्राहक वर्ग निर्माण झाला तर

व्यवसाय संस्थेला नावलौकिक वाढतो. त्यामुळे व्यवसायकांनी लोकांच्या आवडीनिवडी राहणीमान, बाजारपेठेचे संशोधन व ग्राहकांचे संशोधन करुन ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार वस्तूत बदल करुन योग्य त्या वस्तूची निवड करणे गरजेचे असते. त्याशिवाय कायम स्वरुपी ग्राहकवर्ग प्राप्त होऊ शकत नाही.

५) **नफा मिळविणे :** व्यवसाय संस्थेचे नफा मिळविणे हे आर्थिक उद्दिष्टातील महत्वाचे उद्दिष्ट समजले जाते. कारण व्यवसाय संस्थेची स्थापना नफा मिळविणे या उद्दिष्टासाठीच झालेली असते. जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हे जरी उद्दिष्ट असले तरी व्यवसायिक ध्येय धोरणे कार्य पद्धती आणि इतर सर्व आर्थिक व्यवसायिक कार्य पार पाडून नफा मिळविण्याचा प्रयत्न व्यावसायिक संस्था करीत असते. त्यासाठी व्यावसायिक संस्थेत सातत्य राखून ग्राहकाच्या आवडीनिवडीनुसार वेगवेगळ्या वस्तूचे उत्पादन केले जाते. तसेच उत्पादित वस्तूचे विक्री वाढवण्यासाठी सातत्याने प्रयत्न केला जातो. विक्रोत्तर सेवादेखील पुरविल्या जातात. त्यातून व्यावसायिक संस्थेचा नावलौकिक दिसून येतो. म्हणजेच व्यावसायिक संस्थेमार्फत ग्राहकांच्या आवडीनिवडीचा विचार करुन वाजवी नफा मिळविण्याचा प्रयत्न व्यावसायिक संस्थेमार्फत केला जातो.

६) **उत्पादकतेत वाढ घडवून आणणे :** व्यवसाय संस्थेला जास्तीजास्त नफा मिळावा या उद्देशाने व्यावसायिक संस्था कार्य करीत असते. जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हे महत्वाचे उद्दिष्ट असले तरी हे उद्दिष्ट पूर्ण करण्यासाठी प्रत्येक उत्पादन संस्थेला उत्पादन क्षमतेत वाढ करावी लागते. म्हणजेच उपलब्ध साधन सामुग्रीचा जास्तीत जास्त कार्यक्षमतेत वापर करुन उत्पादन खर्चात बचत करुन उत्पादनात सातत्य राखून उत्पादनात वाढ घडवून नफ्यात देखील वाढ करावी लागते. म्हणजेच उत्पादकतेच्या वाढीबरोबर नफ्यात देखील वाढ होते.

७) **नुतनीकरण आणि नाविन्य :** अधुनिक काळात व्यवसाय संस्थेचे अस्तित्व टिकवून ठेवण्यासाठी व्यवसायकाला नाविन्याचा विचार करावा लागतो. नूतनीकरणामुळे उत्पादनाच्या नवनवीन तंत्राचा वापर करुन उत्पादन करावे लागते. कारण स्पर्धेमध्ये टिकून राहायचे असेल तर नुतनीकरण महत्वाचे ठरते तसेच नाविन्याचा शोध घेऊन नवनवीन वस्तूची निर्मिती ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार करता येऊ शकते. त्यामुळे व्यवसाय संस्थेला नवनवीन बाजारपेठ प्राप्त करुन घेऊ शकतात कारण मानवाला नाविन्याची आवड असते. नाविन्य म्हणजे नवनिर्मिती व्यवसायिक संस्थेमार्फत नाविन्याचा ध्यास घेऊन नवनवीन वस्तूची निर्मिती करून नवनवीन ग्राहक वर्ग निर्माण करुन नवनवीन बाजारपेठा निर्माण करण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्यामुळे नाविन्यातून ग्राहक वर्गाचे समाधान प्राप्त करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

क) सामाजिक उद्दिष्ट्ये -

१) **चांगल्या दर्जाची वस्तू पुरविणे :** व्यवसाय संस्थे मार्फत वेगवेगळ्या वस्तूचे निर्मिती केली जाते. तसेच व्यवसाय संस्थेमार्फतच वस्तू व सेवाचा समाजाला पुरवठा करणे हे महत्वाचे उद्दिष्ट समजले जाते म्हणजेच ग्राहकांच्या आवडीनिवडी नुसार व मागणीनुसार वस्तूचा वसेवांचा पुरवठा केला जातो. त्यामुळे ग्राहकवर्ग समाधानी राहतो. म्हणजेच चांगल्या वस्तूचा पुरवठा करणे हे सामाजिक उद्दिष्ट समजले जाते.

२) **रोजगार उपलब्ध करुन देणे :** व्यवसाय संस्थेमार्फत वेगवेगळ्या व्यवसायाची निर्मिती करून समाजाला रोजगाराची संधी उपलब्ध करून देणे हेदेखील महत्वाचे उद्दिष्ट समजले जाते कारण व्यवसाय संस्थेमार्फत वस्तू व सेवा यांचे उत्पादन करण्याचे कार्य करण्यकरीता कुशल अकुशल व्यवस्थापकीय यासारख्या सेवक वर्गाची मदत घ्यावी लागते. त्यामुळे समाजातील विविध प्रकारच्या व्यक्तीना रोजगाराची संधी उपलब्ध होऊन समाजातील जास्तीतजास्त लोकांना रोजगार

उपलब्ध करून देणे हे एक व्यवसायाचे सामाजिक कार्य होय. रोजगारामुळे व्यक्तीना उत्पन्न मिळवून त्याचे राहणीमान सुधारले जाऊ शकते.

३) **योग्य किंमत आकारणे :** ग्राहकांना योग्य किंमतीला वस्तूचा पुरवठा करणे हे देखील व्यवसाय संस्थेचे सामाजिक उद्दिष्ट्ये समजले जाते. कारण उत्पादकाने केवळ नफा मिळविणे या उद्देशासाठी वस्तूची जास्त किंमत आकारणे योग्य ठरत नाही तर समाजातील सर्व ग्राहक वर्गानी वस्ती खरेदी करावी यासाठी उत्पादक संस्थेने वस्तूची योग्य किंमत आकारून वस्तू वेगवेगळ्या ग्राहक वर्गाना विकल्यामुळे सामाजिक कल्याण साधण्याचा प्रयत्न व्यवसाय संस्थेमार्फत केला जातो. त्यामुळे व्यवसायिक संस्थेचे अस्तित्व टिकून राहू शकते.

४) **भागधारकांना गुंतवणूक करणाऱ्यांना योग्य तो मोबदला देणे :** व्यवसायाला आवश्यक लागणारे भांडवल वेगवेगळ्या मार्गाने मिळविता येते. हे भांडवल योग्य त्या प्रमाणात उपलब्ध व्हावे यासाठी व्यवसाय संस्था सतत प्रयत्न करीत असते. कारण व्यवसाय संस्थेने भांडवली गुंतवणूक करणाऱ्या व्यक्तींना त्या गुंतवणुकीवर योग्य मोबदला मिळणे गरजेचे असते. याशिवाय गुंतवणुकदार त्या व्यवसायात गुंतवणूक महत्वाची ठरते. भागधारकामार्फत ही गुंतवणूक केली जाते. तसेच बँकामार्फत देखील कर्ज रुपाने देखील गुंतवणूक केली जाते. त्यापासून भांडवल निर्मिती होऊन उद्योगधंद्याचा विस्तार होऊ शकतो. म्हणजेच गुंतवणूकीवरती योग्य मोबदला दिल्यास व्यवसाय वृद्धी होऊ शकते.

५) **नफेखोरी हे उद्दिष्टे नव्हे :** व्यवसाय संस्थेची स्थापना करताना व्यवसायामार्फत वस्तू व सेवांची निर्मिती करून त्या वस्तू व सेवा ग्राहकांच्या मागणी नुसार पुरविणे हे अभिप्रेत असते. त्यामुळे नफा मिळविणे हे उद्दिष्टे समजले जात नाही व्यवसायाची मूळ उद्दिष्ट सामाजिक जबाबदारी पार पाडून नफा मिळविणे हे असते. म्हणजेच सामाजिक कल्याण सामाजिक हित व सामाजिक स्वास्थ साधण्याचा प्रयत्न व्यवसाय संस्थेमार्फत केला जातो. अधुनिक काळात प्रत्येक व्यवसाय संस्था सामाजिक जबाबदारी विचारात घेऊनच सामाजिक हित साधूनच त्यानूनच वाजवी नफा प्राप्त करण्याचा प्रयत्न केला जातो. म्हणजेच नफा मिळविणे हे जरी उद्दिष्टे असली तरी त्यातून सामाजिक हीत साधणे हे महत्वाचे असते.

६) **वस्तूचा पुरवठा योग्य वेळी व योग्य प्रमाणात करणे :** व्यवसाय संस्थेमार्फत समाजाच्या गरजांचा पूर्तता योग्य वेळी व योग्य त्या प्रमाणात करणे हे महत्वाचे उद्दिष्ट समजले जाते. म्हणजेच प्रत्येक व्यावसायिक संस्थेने समाजाला ज्या वस्तूची गरज आहे त्या वस्तूंचा पुरवठा नियमितपणे व योग्य स्वरूपात करणे आवश्यक असते त्यातूनच सामाजिक हीत साधले जाते.

ड) मानवी उद्दिष्ट्ये -

१) **कामाचा योग्य मोबदला :** व्यवसाय संस्थेने काम करणाऱ्या व्यक्तींना कामाचा योग्य मोबदला मिळणे आवश्यक असते. कामगारांना त्याची शैक्षणिक, मानसिक आणि शारीरिक पात्रता विचारात घेता त्यांना योग्य ते काम दिले पाहिजे तसेच त्यांना त्या कामाचा योग्य मोबदला दिला तरच त्या कामगारांना फायदा होऊन कामगार वर्ग समाधानी राहू शकतो. त्यामुळे उत्पादनात वाढ होऊ शकते.

२) **सहभाग :** व्यवसाय संस्थेत कामगारांचा जास्तीत जास्त सहभाग असणे आवश्यक असते. संहभागामुळे कामगारांची व्यवसायाबद्दल आत्मीयता वाढते त्यामुळे व्यवसाय संस्थेने कोणताही निर्णय घेताना कामगार व्यवस्थापक यांच्याशी सल्लामसलत करून निर्णय घेतल्याने त्या निर्णयाची परिणामकारकता दिसून येते म्हणजेच सहभागामुळे व्यवसाय संस्थेचे अपेक्षित उद्दिष्ट साध्य होऊ शकते.

३) **विकासाची संधी :** व्यवसाय संस्थेमार्फत विविध प्रकारची कार्ये कामगार वर्गामार्फत पार पाडली जातात कामगार वर्गाच्या अंगी असणारे विविध गुणघटक विचारात घेता त्यांना विकासासाठी संधी उपलब्ध करून दिली जाते. त्यामध्ये व्यवसाय शिक्षण, प्रिशक्षण, शैक्षणिक पात्रतेत वाढ बढती बदली पगार वाढ इ. घटकाद्वारे विकासाची संधी कामगारांना उपलब्ध करून दिली जाते. त्यामुळे मानवी उद्दिष्ट पार पाडली जातात.

४) **कार्यातील सहभाग :** व्यवसाय संस्थेमार्फत कामगार वर्गकडून विविध प्रकारची कार्ये पार पाडली जातात. कामगारांना कामाची विभागणी करताना त्याची आवडनिवड विचारात घेऊन विभागणी केली जाते. त्यामुळे त्यांना कामातून समाधान प्राप्त होते. तसेच कामाव्यतिरिक्त कारखान्यातील वातावरण स्वच्छ असावे तसेच भरपूर सुर्यप्रकाश स्वच्छ हवा येण्याजाण्याचे रस्ते स्वच्छ असावे उत्पादनासाठी वापरली जाणारी यंत्रसामुग्री योग्य दर्जेची असावी त्यामुळे कामगारांचीकार्यक्षमता टिकून राहून काम करताना त्यांना समाधान प्राप्त होते.

इ) राष्ट्रीय उद्दिष्ट्ये :

१) **सामाजिक न्याय :** व्यवसाय संस्थेमार्फत वेगवेगळ्या व्यक्तीना रोजगाराची संधी उपलब्ध करून दिली जाते. तसेच व्यवसाय संस्थेचा इतर व्यवसाय संस्थेशी व व्यक्तीशी सतत संबंध येत असतो. त्यामुळे व्यावसायिक संस्थेला सामाजिक घटकाची जाणीव निर्माण होऊनसमाजातील दुर्बल घटकांना व्यवसाय कार्यात संधी देण्याच्या दृष्टीने अनेक प्रयत्न केले जातात. म्हणजेच व्यावसायिक संस्थेमार्फत सामाजिक न्याय प्रस्थापित करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

२) **छोट्या उद्योजकांचा विकास :** अधुनिक काळात बेकारीची समस्या निर्माण झालेली दिसून येते. ही समस्य सोडविण्यासाठी मोठ्या उद्योगांना पुरवठा करणाऱ्या छोट्या उद्योजकाची स्थापना करून ग्रामीण व शहरी भागाचा समतोल विकास साधण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्यामुळे छोट्या उद्योगधंदे विकसित होऊन त्या भागाचा विकास होऊ शकतो.

३) **स्वयंपूर्णता व निर्यातीसाठी कार्य :** व्यवसाय संस्थेमार्फत उत्पादनाचे कार्य करताना ते स्वयंपूर्ण दृष्टिकोनातून पूर्ण करता येईल याच्याकडे लक्ष दिले जाते. म्हणजेच काही वस्तूची परदेशातून आयात करून त्या वस्तूत आपल्यादेशात उत्पादन करणे तसेच त्याच्या पर्यायी ठरणाऱ्यावस्तूंचे उत्पादन करणे आवश्यक असते तसेच निर्यात वृद्धी करून परकीय चलन मिळविण्याचा जास्तीतजास्त प्रयत्न करणे आवश्यक असते. त्यामुळे उद्योगधंद्याचा विकास होऊ शकतो.

४) **राष्ट्रीय धोरणाशी सुसंगत उत्पादन करणे :** व्यवसाय संस्थेमार्फत जे उत्पादन केले जाते ते राष्ट्रीय धोरणाशी सुसंगत असे औद्योगिक धोरण असावे कारण व्यवसाय संस्थेने राष्ट्रीय सरकारचे विकासाचे आर्थिक धोरण विचारात घेऊन त्याप्रमाणे कार्य करावे लागते. उदा. जर सरकारणे धोरण समाजातील सर्व घटकांना कमी किंमतीला वस्तू उपलब्ध करून देणे असे असले तर त्या धोरणाचा स्विकार करून व्यावसायिक संस्थेने त्या धोरणाची प्रभावीपणे अंमलबजावणी करणे आवश्यक असते. म्हणजेच व्यावसायिक संस्थेने सरकारी धोरणाशी सुसंगत असे धोरण स्विकारणे आवश्यक असते.

५) **तांत्रिक नोकरवर्ग तयार करणे :** आधुनिक काळात व्यवसाय संस्थेचा विकास करावयाचा झाल्यास औद्योगिक विकासाला तांत्रिक ज्ञानाची जोड देणे आवश्यक असते. यासाठी औद्योगिक संस्थेत कामगारांना तांत्रिक ज्ञानाचे प्रशिक्षण शिक्षण देऊन तांत्रिक कौशल्य विकसित करण्याचा प्रयत्न केला जातो. तांत्रिक नोकरवर्ग ही त्या देशाची साधन संपत्ती समजली जाते. कारण तांत्रिक नोकर वर्गामार्फत त्या देशाचा औद्योगिक व आर्थिक विकास साधला जाऊ शकतो त्या दृष्टीने हे उद्दिष्ट देखील महत्वाचे समजले जाते.

२.६ आर्थिक उद्दिष्ट्ये आणि सामाजिक उद्दिष्टे यातील फरक (Distingwish between Economic Objective and Social Objectives.

आर्थिक उद्दिष्टे	सामाजिक उद्दिष्टे
१) अर्थ आणि व्याख्या	
आर्थिक उद्दिष्टे ही व्यवसायाच्या आर्थिक धोरणांशी निगडीत असतात. ज्याद्वारे व्यवसायामध्ये पैसा किंवा संपत्तीची निर्मिती केली जाते.	सामाजिक उद्दिष्टे ही व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी आणि समाज कल्याण इ. शी निगडीत असतात.
२) उद्देश	
व्यवसायाची आर्थिक बाजू भक्कम करण्यासाठी आर्थिक उद्दिष्टांची पूर्तता करावी लागते. व्यवसायाने निर्माण केलेल्या पैशाद्वारे व्यवसायाची वृद्धी केली जाते.	समाजामध्ये व्यवसायाचे स्थान किंवा अस्तित्व निर्माण करण्यासाठी सामाजिक उद्दिष्टांच पूर्तता केली जाते त्यामुळे व्यवसायाची समाजामध्ये चांगली प्रतिमा किंवा नावलौकिक तयार होते.
३) सामाविष्ट घटक	
आर्थिक उद्दिष्टांमध्ये नफ्यामध्ये वाढ करणे, दर्जेदार उत्पादनाची निर्मिती, संपत्ती निर्माण करणे, विक्रयवृद्धी करणे. उत्पादन खर्चामध्ये बचती प्राप्त करणे, उत्पादनामध्ये वाढ करणे इ. घटकांचा समावेश केला जातो.	सामाजिक उद्दिष्टांमध्ये समाजाला दर्जेदार वस्तू, वाजवी किंमतीला आणि वेळेवर उपलब्ध करुन देणे, समाजातील विविध घटकांना त्यांच्या योगदानाबाबत योग्य मोबदला देणे, सामाजिक उपक्रमांमध्ये सहभागी होणे, चांगले पर्यावरण निर्माण करण्यास मदत करणे.
४) व्यवसायाशी असणारा संबंध	
आर्थिक उद्दिष्टे व्यवसायाच्या दृष्टीने फायद्याची असल्यामुळे त्यांचा व्यवसायाशी जवळचा संबंध असतो.	सामाजिक उद्दिष्टे ही समाजाच्या फायद्याची असल्यामुळे त्यांचा व्यवसायाशी जवळचा संबंध नसतो.
५) दृष्टिकोन	
आर्थिक उद्दिष्टे ही व्यवसायाच्या प्रारंभीच्या कालापासून चालत आलेली आहेत. त्यामुळे आर्थिक उद्दिष्टांना व्यवसायाला प्रमुख भाग असे समजले जाते.	सामाजिक उद्दिष्टे ही अलिकडच्या काळात विकसित झालेली संकल्पना आहे. त्यामुळे सामाजिक उद्दिष्टांना व्यवसायाचा दुय्यम भाग समजले जाते.
६) अग्रक्रम	
आर्थिक उद्दिष्टे पार पाडल्याशिवाय सामाजिक उद्दिष्टे. पार पाडता येतात. म्हणून आर्थिक उद्दिष्टांना अग्रक्रम द्यावा लागतो.	आर्थिक उद्दिष्टांनतर सामाजिक उद्दिष्टे पार पाडावी लागतात. म्हणून सामाजिक उद्दिष्टांना दुय्यम स्थान दिले जाते.

munotes.in

७) फायदा	
आर्थिक उद्दिष्टांचा फायदा व्यवसायांना होत असतो म्हणून व्यावसायिक आर्थिक उद्दिष्टांच्या हेतूने प्रेरित होतात.	सामाजिक उद्दिष्टांचा फायदा समाजाला होत असतो. म्हणून व्यावसायिक सामाजिक उद्दिष्टांच्या हेतूने प्रेरीत होत नाहीत.
८) परस्परावलंबन	
सामाजिक उद्दिष्टांवर आर्थिक उद्‌दिष्टे अवलंबून नसतात.	आर्थिक उद्दिष्टांवर सामाजिक उद्दिष्टे अवलंबून असतात.
९) व्याप्ती	
आर्थिक उद्दिष्टांची व्याप्ती व्यवसाया पुरती मर्यादित असते.	सामाजिक उद्दिष्टांची व्याप्ती ग्राहक आणि समाज अशी व्यापक स्वरुपाची असते.
१०)हेतू	
आर्थिक उद्दिष्टांचा हेतू व्यवसायाला अस्तित्व प्राप्त करुनद देणे आणि व्यवसायाची आर्थिक बाजू भक्कम करणे हा असतो	सामाजिक उद्दिष्टांचा हेतू व्यवसायाची प्रतिमा समाजामध्ये निर्माण करणे हा असतो.

२.७ आर्थिक उद्दिष्टे आणि सामाजिक उद्दिष्टे यामध्ये समन्वय निर्माण करणे (Reconciliation of Economic Objectives and Social Objectives)

आर्थिक आणि सामाजिक उद्दिष्टे यामध्ये वरीलप्रमाणे मूलभूत फरक असला तरी दोहोंमध्ये समन्वय निर्माण करणे जसे गरजेचे आहे. कारण ही दोन्हीही उद्दिष्टे एकमेकांवर अवलंबून आहे. जसे की आर्थिक उद्दिष्टांमध्ये नफा मिळविणे, मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणे या बाबी ग्राहकांच्या प्रतिसादावर अवलंबून आहेत. त्यामुळे आपनास असा अर्थबोध होतो की आर्थिक उद्दिष्टांची पूर्तत करण्यासाठी सामाजिक उद्दिष्टे महत्त्वाची आहेत. त्याचप्रमाणे नफ्याची प्राप्ती झाल्याशिवाय व्यावसायिक सामाजिक उद्दिष्टांची पूर्तता करु शकत नाही म्हणून या दोन उद्दिष्टांमध्ये सांगड घालून व्यवसायाला आपली इतर उद्दिष्टे पार पाडावी लागतात. आर्थिक आणि सामाजि उद्दिष्टांमध्ये मेळ घालणे गरजेचे आहे त्याशिवाय व्यवसायाला आपले कार्य सुरुवातीला नफा होईल. परंतु सामाजिक उद्दिष्टांकडे दुर्लक्ष केल्यास समाज सुद्धा त्या व्यवसायाकडे दुर्लक्ष करीन. त्यामुळे या व्यवसायाच्या नप्यावर परिणाम होईल ही स्थिती कायम स्वरुपाची आढळून आल्यास एक दिवस तया व्यावसायिकाला आपला व्यवसाय बंद करावा लागेल. म्हणून आर्थिक उद्दिष्टे आणि सामाजिक उद्दिष्टे यामध्ये सुयोग्य मेळ घालणे गरजेचे आहे हे आपणास पुढील घटकांच्या सहाय्याने स्पष्ट करता येईल.

munotes.in

१) नफा आणि ग्राहकांचे समाधान

नफ्याचा संबंध आर्थिक उद्दिष्टांशी येतो तर ग्राहक समाधानाचा संबंध सामाजिक उद्दिष्टांशी येतो. म्हणून व्यावसायिकांना नफा मिळविताना ग्राहकांचा विचार करावा लागतो. त्यासाठी ग्राहकांना दर्जेदार वस्तू वाजवी किंमतीला आणि वेळेवर उपलब्ध करुनद`णे, विक्रयोत्तर सेवांचा लाभ देणे, भेसळ, साठेबाजी, मक्तेदारी इ. अनिष्ठ प्रथांचा अवलंब न करता निर्भेळ वस्तू उपलब्ध करुन देऊन ग्राहकांचे आरोग्य व त्यांना संरत्रण प्राप्त होईल अशी भूमिका व्यावसायिकांची असावी. वस्तू व सेवांची ग्राहकांना सविस्तर माहिती पुरवून प्रत्यक्ष नमुन्याप्रमाणे वस्तू व सेवा उपलब्ध करुन देणे आणि त्यांच्या आवडीनिवडी जोपासणे यामुळे ग्राहक समाधानात वाढ होते व त्यामुळे विक्री वृद्धी होते. व्यावसायिकाच्या नफ्यात वाढ होते तर ग्राहकांना समाधान प्राप्त होते.

२) नफा आणि कामगार

कामगार हा घटक समाजाशी निगडीत आहे. तो व्यवसायाच्या नफ्यामध्ये भर घालणारा घटक आहे. त्यासाठी व्यावसायिकाने प्रथम त्याला रोजगार उपलब्ध करुन द्यायचा असतो. त्यांना आधुनिक तंत्रज्ञानाचे प्रशिक्षण देऊन त्यांच्या कौशल्यात वाढ करुन त्यांची कार्यक्षमता वाढवून व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढविता येते व त्याद्वारे मठ्या प्रमाणावर नफा मिळविता येतो. यासाठी कामगारांना वाजवी वेतन देणे, त्यांना विविध सवलती पुरविणे, ग्राहक म्हणून त्यांना ग्राहकांप्रमाणे वस्तू व सेवा उपलब्ध करुन देऊन त्यांचे सहकार्य मिळवून व्यवसायाच्या लाभामध्ये वाढ करता येते. व्यावसायिकाने रोजगार पुरविल्यामुळे कामगारांना वेतन मिळते. या वेतनाद्वारे कामगार व्यावसायिकांनी तयार केलेल्या वस्तू आणि सेवा खरेदी करतात व त्यांच्याजवळील पैसा पुन्हा व्यवसायांकडे जातो. त्यामुळे व्यवसायाच्या नफ्यात वाढ होते. कामगार कल्याण व सुविधा हा व्यवसायांच्या दृष्टिने सामाजिक उद्दिष्टांचा एक भाग आहे.

३) नफा आणि सामाजहित

व्यवसायिकांनी नफा मिळविताना केवळ नफा हेच व्यवसायाचे एकमेव उद्दिष्ट आहे हे समजू नये. व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी आणि बांधिलकीचा एक भाग म्हणून त्यांना समाजहिताचा अवलंब करावा लागतो. कोणत्याही व्यवसायाची जडणघडण, विकास, स्थैर्य, नफा इ. बाबी चांगल्या समजावर व समाजाने त्या व्यवसायाला दिलेल्या पाठिंब्यावर अवलंबून असतात. म्हणून व्यावसायिकांनी समाजाचा विचार करणे गरजेचे आहे. त्यासाठी समाजाची सेवा हे व्रत समजले पाहिजे. आज समाजामध्ये ज्या वेगवेगळ्या समस्या आहेत त्या सोडविण्यासाठी प्रत्येक व्यावसायिकाने आपला खारोटीचा सहभाग घेतला पाहिजे. सर्वस समस्या शअसन सोडवू शकत नाही. त्यासाठी सामाजिक उपक्रम राबविताना शअसनाला समाजातील विविध घटकांचे योगदान आवश्यक आहे. व्यावसायिक हे संपत्ती निर्माण करणारे मालक असल्यामुळे त्यांनी नफ्यातील थोडासा भाग समाजासाठी देणगी स्वरुपात देऊन सामाजिक उपक्रमांमध्ये सहभागी होऊनसमाजसेवा करावी. त्यांचा फायदा असा की समाजामध्ये त्या व्यवसायाने लौकिक मूल्य वाढते. समाजाला पाठिंबा वाढतो व विक्रीमध्ये मोठ्या प्रमाणावर वाढ होऊन त्या व्यवसायाच्या नफ्यामध्ये वाढ जालेली दिसून येते. म्हणून आर्थिक आणि सामाजिक उद्दिष्टांमध्ये समन्वय निर्माण करण्याची गरज आहे.

२.८ सारांश

व्यावसायिक पर्यावरणाचा अभ्यास करताना अंतर्गत पर्यावरण व बाह्य पर्यावरणाचा होणारा परिणाम दिसून आला. तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर जागतिक व्यापार संघटन, आंतरराष्ट्रीय र्पावरणाचा शैक्षणिक व व्यावसायिक परिणाम करत होतो याची सविस्तर माहिती मिळाली. यावरून असे दिसून येते की व्यावसायिक पर्यावरणाचे संतुलन साधण्यासाठी वरील सर्व घटकांचा विचार केला जातो.

२.९ प्रश्न

१) अंतर्गत पर्यावरण म्हणजे काय ? अंतर्गत पर्यावरणाचे घटक स्पष्ट करा.

२) बाह्य पर्यावरण म्हणजे काय? बाह्य पर्यावरणाचे घटक स्पष्ट करा.

३) जागतिक व्यापार संघटना म्हणजे काय ? त्याची वैशिष्ट्ये सांगा.

४) जागतिक व्यापार संघटनेचा भारतावर होणारा परिणाम स्पष्ट सांगा.

५). व्यवसाय निवडीची प्रक्रिया स्पष्ट करा ?

६) व्यवसायाची आर्थिक व सामाजिक उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करा ?

♦♦♦♦♦

munotes.in

घटक -३

व्यवसायातील नवीन प्रवाह

घटक रचना

३.० उद्दिष्टे
३.१ प्रस्तावना
३.२ उदारीकरण
३.३ खाजगीकरण
३.४ जागतिकीकरण
३.५ व्यूहरचना
३.६ पुर्नरचना डावपेच अर्थ व आवश्यक घटक
३.७ पुर्ननफा स्थिती
३.८ पुनर्नफा स्थितीसाठी आवश्य घटक : यशस्वी पुनर्नफा स्थितीसाठी डावपेच
३.९ पुनर्नफा स्थितीचे फायदे
३.१० पुनर्नफा स्थितीचे तोटे
३.११ सारांश
३.१२ प्रश्न

३.० उद्दिष्ट्ये

या घटकाच्या अभ्यासानंतर विद्यार्थ्यांना -

१) भारताचे नविन आर्थिक धोरण समजेल.

२) उदारीकरण, खाजगिकरण व जागतिकीकरणाचे परिणाम माहीत होतील.

३) व्यूहरचनेचा अर्थ व वैशिष्ट्ये स्पष्ट करता येतील.

४) पुर्नरचना डावपेच व त्यासाठी आवश्यक घटक स्पष्ट करता येतील.

५) पुर्ननफा स्थितीची माहिती मिळेल.

३.१ प्रस्तावना

आधुनिक काळात व्यवसाय करीत असताना १९९१ नंतर भारताने नवीन आर्थिक धोरणाची घोषणा करुन आर्थिक पर्नरचनेची वउदारीकरणाची प्रक्रिया अत्यंत जलद गतीने सुरु झाली. म्हणजेच औद्योगिक क्षेत्राची किंवा व्यवसायाची नियंत्रणे दूर करण्यात आली तसेच खाजगी क्षेत्रात परकीय

munotes.in

गुंतवणूकीला चालना देण्याचे धोरण भारत सरकारने स्विकारले त्याचबरोबर भारतीय अर्थव्यवस्था जागतिकीकरणासाठी खुली करण्यात आली म्हणजेच परदेशातील उद्योगधंदे परकीय गुंतवणूक व परकीय तंत्रज्ञान भारतात येण्यासाठी कोणतेही प्रतिबंध लादण्यात आले नाहीत म्हणजेच कायद्यातील जाचक अटी काढून टाकण्यात आल्या म्हणजेच सार्वजनिक क्षेत्राचे खाजगीकरण करण्याचे धोरण भारत सरकारने १९९१ नंतर स्विकारले त्यामुळे परकीय कंपन्यानी मोठ्या प्रमाणात भारतात उद्योग व्यवसाय स्थापन करून त्याचा विकास करण्याचा सातत्याने प्रयत्न करीत आहेत.

३.२ उदारीकरण

आर्थिक दृष्टीकोनातून उदारीकरण करणे म्हणजेच उद्योगधंद्यासाठी किंवा व्यवसायासाठी आर्थिक स्वातंत्र्य होय. उद्योगधंद्याच्या वाढीसाठी त्या उद्योग धंद्यामध्ये निर्णय घेण्याचे स्वातंत्र्य त्याच उद्योग धंद्यातील मालकांना देण्यात आले त्यालाच उदारीकरण असे म्हणतात. उदारीकरणामुळे उद्योगव्यवसायाचा कमी कालावधीत जास्तीत जास्त विकास होऊ शकतो. ही संकल्पना उदारीकरणात आवश्यक असते. आर्थिक उदारीकरणाची संकल्पना स्पष्ट करण्यासाठी खालील व्याख्या विचारात घेणे आवश्यक ठरते.

डॉ. एम. रामनजनेयुल : "आर्थिक उदारीकरण म्हणजे आयात व उत्पादन गुंतवणुकीवरील निर्बंध, नियंत्रणे व परवाने मोडीत काढणे होय." ("Economic liberalisation means scraping of the undesirable restrictions controls and licensing over investment imports and production.")

डॉ. व्ही एन. अत्री : "उदारीकरण म्हणजे आधिक विस्तृत किंमत यंत्रणेचा वापरकरणे होय की ज्या योगे व्यापार पद्धतीत निर्यात विरोधी प्रवृत्ती कमी होईल व अर्थव्यवस्थेला कार्यक्षमता व स्पर्धा वाढविणे शक्य होऊन विविध बंधने नष्ट करताना ती कमी करणे म्हणजेच उदारीकरण होय."

("Economic liberalisation means more extensive use of the price mechanism that would reduct the antiexport bias of thetrade regime the distortions in the economy should be minimised. if not fully abolished in order to increase efficiency and competition in the economyu." Dr.A.N.Atri.)

३.२.२ उदारीकरणाची आवश्यकता :

भारतात पूर्वी सार्वजनिक कंपन्यामार्फत उद्योग व व्यवसायाचा विकास केला जात होता. परंतु उद्योगधंद्याच्या विकासाला म्हणावा तेवढा वाव मिळत नव्हता म्हणून भारताला १९७० नंतर उदारीकरणाची आवश्यकता भासू लागली परंतु राजकीय हस्तक्षेपामुळे उदारीकरण होऊ शकले नाही. खऱ्या अर्थाने १९९१ नंतर नवीन आर्थिक धोरण जाहिर झाल्यानंतर खऱ्या अर्थाने उदारीकरणाची प्रक्रिया सुरू झाली भारताचे त्यावेळेचे पंतप्रधान पी.व्ही. नरसिंहराव यांनी उदारीकरणाच्या धोरणाला चालना दिली व नवीन आर्थिक धोरण जाहीर केले त्यामध्ये -

१) नवीन औद्योगिक धोरण जाहीर केले.

२) नवीन विदेशी व्यापार धोरण जाहीर करण्यात आले.

३) नवीन विनिमय दर धोरण जाहिर करण्यात आले.

४) केंद्रीय अंदाज पत्रक १९९१-९२ मध्ये उदारीकरणासाठी चालना देण्याचा धोरण स्विकारण्यात आले.

३.२.३ उदारीकरणाचे भारतीय अर्थव्यवस्थेवर होणारे परिणाम -

१) **तीव्र स्पर्धा :** भारताचे जेव्हा नवीन आर्थिक धोरण स्वीकारले त्यावेळी औद्योगिक क्षेत्रात तीव्र स्वरूपाची स्पर्धा निर्माण झाली. विशेषता बहुराष्ट्र कंपन्याची स्थानिक कंपन्यांना तीव्र स्पर्धेला सामोरे जावे लागले. परिणामी भारतीय कंपन्यांना त्याचा फायदा घेणे गरजेचे वाटले विशेषता औद्योगिक क्षेत्रातील स्पर्धा ही केवळ देशापुरती मर्यादित न राहता जागतिक पातळीपर्यंत विकसित झाली. त्यामुळे भारतातील मोठ्यामोठ्या कंपन्या बंद पडण्याची अवस्था निर्माण झाली.

२) **जागतिक स्तरावरील तंत्रज्ञान उपलब्ध :** उदारीकरणामुळे जागतिक स्तरावरील तंत्रज्ञान उपलब्ध होऊ लागले. त्यामुळे प्रत्येक कंपनीला संशोधन विस्तार कार्यक्रम हाती घ्यावे लागले अन्यथा त्या कंपन्या स्पर्धेमध्ये टिकून राहणे अशक्य बनले. उदा. औषध कंपन्या जागतिकी करणात टिकून राहण्यासाठी २% गुंतवणूक संशोधन व विस्तार कार्यक्रमासाठी करत असत. तर विकसित देशात हेच प्रमाण १२%पेक्षा जास्त असे.

३) **निर्यातीला चालना :** भारताने उदारीकरणाचे धोरण स्विकारल्यामुळे भारतातील उद्योगधंद्यांना वेगवेगळ्या वस्तूंशी निर्यात करण्यास परवानगी मिळाली म्हणजेच भारतीय उद्योधंद्यांना आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ खुली करून देण्यात आली. याचाच फायदा म्हणून परकीय चलन उपलब्ध होऊ लागले. व भारतातील कंपन्यांना आपली उत्पादने सुधारण्यास व विस्तारीकरण करण्यास संधी प्राप्त झाली. त्यामुळे परदेशातून कच्चा माल यंत्रसामुग्री व तंत्रज्ञान आयात करण्यात येऊ लागले. त्याचा फायदा म्हणून आंतरराष्ट्रीय व्यापारात निर्यातीला मोठ्या प्रमाणात चालना मिळाली.

४) **विलीनीकरणाची भीती :** उदारीकरणामुळे भारतातील बहुसंख्य कंपन्यांना इतर मोठ्या कंपन्यात विलिनीकरण करावे लागले. अशी परिस्थिती निर्माण झाली. त्यामुळे लहान लहान कंपन्यांचे अस्तित्व नष्ट होऊ लागले. उदा. डी.सी.एम व देवू कंपन्यानी १९९५ मध्ये संयुक्तिक प्रकल्प उभा केला. परंतु नंतर दक्षिण कोरियाच्या देवु कंपनीने आपला भांडवली हिस्सा बनविला व कालांतराने डी.सी.एम. चे नाव जाऊन देवू मोटर्स इंडिया लि. असे नामकरण करण्यात आले.

५) **ग्राहकाभिमुख बाजारपेठ :** आर्थिक उदारीकरणामुळे मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन केले जाऊ लागले. त्याचप्रमाणे विक्री देखील मोठ्या प्रमाणात होऊ लागली. म्हणजेच अधुनिक काळात सर्व बाजारपेठा ह्या ग्राहकाभिमुख झालेल्या दिसून येतात. म्हणजेच ग्राहकांच्या आवडीनिवडी विचारात घेऊनच वेगवेगळ्या वस्तूचे उत्पादन केले जाते. त्यामुळे ग्राहकांना मुबलक प्रमाणात वस्तू उपलब्ध होऊ शकतात. त्यामुळे ग्राहक वर्ग समाधानी राहतो.

६) **व्यवस्थापनाचे अधुनिकीकरण :** उदारीकरणामुळे भारतातील लघुउद्योगधंद्या पुढे नवीन प्रश्न नवीन आव्हाने निर्माण झाली आहेत. प्रत्येकवेळी नवीन सुरुवात नवीन संघटना व नवे नेतृत्व या गोष्टीची गरज निर्माण झाली. त्याचा भारतीय कंपन्यावर प्रतिकूल परिणाम झालेला दिसून येतो. उदा. रिलायन्स कंपनीने जुन्या अनेक कंपन्यांना मागे टाकलेले दिसून येते.

७) **बहुराष्ट्र कंपन्याकडून आव्हान :** भारताने उदारीकरणाचे धोरण स्विकारले परंतु भारतीय कंपन्याच्या व्यवस्थापकांनी आपली कार्यक्षमता व उत्पादकता वाढविणे आवश्यक होते. तरच बहुराष्ट्र कंपन्यापुढे टिकाव लागणे शक्य होईल. परंतु बहुराष्ट्र कंपन्याचे आव्हान पेलने भारतीय कंपन्यांना अवघड होऊ लागले त्यामुळे भारतीय कंपन्यावरती त्याचा विपरित परिणाम होऊ लागला.

३.३ खाजगीकरण (Privatisation)

भारताने १९९१ नंतर उदारीकरणाचे धोरण स्वीकारुन खाजगीकरणाचे धोरणही अवलंबले खाजगीकरणात सार्वजनिक मालकी ही खाजगी व्यक्तीकडे हस्तांतरीत करणे असा मर्यादीत अर्थ होता तर खाजगीकरण म्हणजे सार्वजनिक क्षेत्राचे मालकी हक्क न बदलता मुक्त व्यवस्थापन व नियंत्रण खाजगी व्यक्तीकडे सोपविणे असा व्यापक अर्थ घेण्यात आला होता. भारताने देखील खाजगीकरणाची संकल्पना विचारात घेताना व्यापक संकल्पना विचारात घेण्याचे धोरण ठरविले. त्यामुळे सार्वजनिक क्षेत्रातील कंपन्याचे व्यवस्थापन व नियंत्रण खाजगी व्यक्तीकडे सोपविण्यात आले. त्यामुळे भारतात सुरूवातील खाजगीकरणाचा म्हणावा तेवढा विकास झालेला दिसून येत नाही. त्यासाठी खाजगीकरणाच्या व्याख्या विचारात घेणे आवश्यक आहे.

व्याख्या :

अर्थतज्ञ डॉ. द.श. पेंडसे : “राष्ट्राच्या आर्थिक व्यवहारातील सरकारचा सहभाग कमी करणे म्हणजे खाजगीकरण होय.” (Dr. D. R. Pendse “privatisationis a process which reduces the involvement of the state or public sector in country’s economic activitiy.”

डेव्हिड हेरॉल्ड : “बाजाराधिष्ठित नसलेल्या आर्थिक व्यवस्थे ऐवजी बाजाराधिष्ठित अर्थव्यवस्था सुरु करणे म्हणजे खाजगीकरण होय.” (David Haroid. “privatisation is the substitution of the market system of allocation for non-market systems.”)

बार्बर ली व जॉन नेलिस : “खाजगीकरण म्हणजे उद्योग धंद्याच्या मालकीमध्ये खाजगी क्षेत्र गुंतवण्याची सर्वसाधारण प्रक्रिया होय किंवा सरकारी मालकीच्या उद्योगांची व्यवस्था पाहणे होय. म्हणजेच या शब्दाचा संदर्भ सर्व कंपनी पुर्णतः किंवा अशतः खाजगी विकत घेण्याशी आहे. यामध्ये उपयोग चालविण्यासाठी देण्याचा किंवा व्यवस्थापनाचे खाजगीकरण याचाही समावेश होतो हे व्यवस्थापनाचे खाजगीकरण व्यवस्थापन करार. भाडेपट्टीने चालविण्यास देणे किंवा मुक्त व्यवस्था यांच्या स्वरुपात असते.” (Barbara Lee and John Nellis “privatisationis is the general process of involving the private sector in the ownership or operation of a state owned enterprise, thus, the term refers to private purchase of all or part of the company. It covers contracting our and the privation of management through management controls, lease or franchise arrangements.”

वरील वाख्येवरुन असे दिसून येते की खाजगीकरण म्हणजे खाजगी क्षेत्राला सार्वजनिक क्षेत्राचे अधिकार सोपविणे किंवा अर्थव्यवस्थेत खाजगी क्षेत्राचा हिस्सा वाढविणे. महणजेच सरकारी उद्योगातील ५०% पेक्षा जास्त भागभांडवल खाजगी क्षेत्राकडे हस्तांतरीत करणे होय.

३.३.२ खाजगीकरणाची आवश्यकता –

भारतामध्ये खाजगीकरणाची १९९१ नंतर आवश्यकता भासू लागली. म्हणजेच सार्वजनिक क्षेत्राने पर्याप्त कार्यक्षमता व भांडवलाची उत्पादकता न दाखविल्यामुळे अनेक देशात आर्थिक सुधारणेला सुरुवात झाली. भारताने देखील जगातील अनेक देशाचे उदाहरणे विचारात घेता भारतीय अर्थव्यवस्था देखील खाजगीकरणासाठी खुली करण्यात आली. कारण जागतिक अनेक देशांना खाजगीकरणाचे धोरण स्वीकारावे म्हणून आंतरराष्ट्रीय नाणे, निधी, जागतिक बँक व अमेरिकेच्या दबावामुळे खाजगीकरणाचे धोरण स्वीकारावे लागले.

३.३.३ भारतातील खाजगीकरणाचे धोरण व त्याचे परिणाम -

भारताने देखील खाजगीकरण करावे यासाठी वेगवेगळ्या शिफारशी करण्यात आल्या कृष्णमेनन समिती सेनगुप्ता समिती व नाडकर्णी समिती या समित्यांनी सार्वजनिक संस्थेतील २५% मालकी हिस्सा खाजगी व्यक्तीकडे हस्तांतरीत करावा अशा शिफारशी करण्यात आल्या होत्या. त्याचाच एक भाग म्हणून १९९१च्या नवीन आर्थिक धोरणाच्या घोषणेनंतर भारतात खाजगीकरणाला चालना मिळाली. त्यामुळे भारतात सार्वजनिक क्षेत्रात खाजगीकरणाचे धोरण स्वीकारावे लागले.

१) खाजगी व सार्वजनिक क्षेत्राला समान वागणूक देण्याचा निर्णय घेण्यात आला. परिणामी सरकारी उद्योगांना दिले जाणारे विशेष सहाय्य बंद करण्यात आले.

२) सरकारी उद्योगाबाबतचे राखीव धोरण बदलण्यात आले त्याची संख्या कमी करण्यात आली.

३) १९८८च्या सामंजस्य करार तंत्रानुसार बहुविध नियंत्रण पद्धत कमी करुन सरकारी उदयोगाचे उदार दायीत्व वाढवण्यात आले.

४) सरकारने नियुक्त केलेल्या औद्योगिक व आर्थिक धोरणाचा पुर्नविचार करण्यात आला म्हणजेच तोट्यात चालणाऱ्या उद्योगाच विर्सजन करण्याची परवानगी देण्यात आली.

५) सार्वजनिक उदयोगांची पुर्नरचना करण्याच्या संदर्भात सरकारने निर्गुतवणुक करण्याचे धोरण स्वीकारुन उद्योग धंद्यामध्ये भाग भांडवलांची विक्री खाजगी व्यक्तींना करण्याचे धोरण स्वीकरण्या आले. म्हणजेच सार्वजनिक उद्योगातील सरकारचे भागभांडवलाचे प्रमाण २६% इतके खाली आणण्याची परवानगी देण्यात आली.

६) सार्वजनिक क्षेत्रातील ९ कंपन्यांना ‘नवरत्न हा दर्जा देऊन त्यांना आर्थिक व व्यवस्थापना संबंधी स्वायतता देण्यात आली.

३.४ जागतिकीकरण (Globalisation)

१९८५ नंतर जगातील बहुसंख्य देशांनी उदारीकरण खाजगीकरण व जागतिकीकरण या संकल्पना स्विकारलेल्या दिसून येतात. भारताने देखील आंतरराष्ट्रीय नाणेनिधी, जागतिक बँक, गॅट करार यांच्या सहकार्यानुसार जागतिककरणाचे प्रक्रिया सुरु करण्याचा प्रयत्न केला व २०व्या शतकात भारताने जागतिकीकरणाचे धोरण विचारात घेउन आपल्या देशातील वस्तू वेगवेगळ्या देशात विकण्याचा प्रयत्न करण्यात आला. त्यामुळे आधुनिक काळात भारतात जागतिकीकरण्याची संकल्पना विस्तारित झाल्याची दिसून येते.

३.४.१ रसी मोदी -

"जागतिकीकरण म्हणजे दुहेरी वाहतूक, एक म्हणजे नवीन तंत्रज्ञानाचा उपयोग करुन वाळलेली उत्पादकता व खुली स्पर्धा व दुसरे म्हणजे संपूर्ण जग ह्या एकाच बाजारपेठेत वस्तूंची विक्री करणे." ("Globalisation is a two way traffic, first it means free competition and high productivity using new technology and second selling goods in the single market of the whole world." Russi Modi.)

सी.टी. कुरीयन : "जागतिक अर्थव्यवस्था म्हणजे विविधता नसलेल्या अर्थव्यवस्थांचा समुह होय. ज्यामध्ये निरनिराळ्या कार्यक्रमाने असे घटक (देश) विविध मार्गानी एकमेकांशी विचारनिविमय करताना व अशारीतीने कालांतराने त्यांच्या वृत्तीत बदल करतात." ("The Global economy must be viewed as a collection of neterogeneous units with different apendas inteacting with one anotherin a variety of ways and thus changing is character over a time." C.T. Kurien.)

मालकम ऑडिशेशिय : "अर्थव्यवस्थेचे जागतिकीकरणा याचा अर्थ उत्क्रांत होत असलेल्या जागतिक अर्थव्यवस्थेला जागतिक दिशा देणे होय." ("Globalisation of the economy means the global dimension of the erolving world economy." Malcolm Adiseshaih.)

३.४.२ जागतिकीकरणाचे आवश्यकता -

दुसऱ्या महायुद्धानंतर नाणे निधी, जागतिकी बँका, ग्रॅट या सारख्या जागतिक संघटना स्थापन करण्यात आल्या या सर्वांचा उद्देश म्हणजेच जागातील विविध देशांनी कोणत्याही अडचणीशिवाय विविध प्रकारचे व्यवहार एकमेकाबरोबर व्हावे ह्या हेतूने जागतिकीकरणाची प्रक्रिया झाली. त्यामुळे प्रत्येक देशांनी आपली अर्थव्यवस्था खुली केली तसेच आधुनिक तंत्रज्ञान उपलब्ध करून आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत वेगवेगळ्या वस्तू विक्रीसाठी पाठविण्याचे धोरण स्वीकारले तसेच परकीय गुंतवणुकीला देखील प्रोत्साहन देण्याचे धोरण जागतिकीकरणामुळे स्वीकारले लागले.

३.४.३ भारतीय अर्थव्यवस्थेवर जागतिकीकरणाचे परिणाम :

१) भारत सरकारने अंदाजपत्रकीय तुटीत घट निर्माण करून तुटीमुळे भाववाढ होऊन अर्थव्यवस्थेवर त्याचा प्रतिकूल परिणाम दिसून आला.

२) परकीय भांडवली गुंतवणुकीची आकर्षित करण्यासाठी भारतीय अर्थव्यवस्था सज्ज झाली. म्हणजेच भारतातील उद्योगधंद्यांना गती देण्यास मदत झाली.

३) जागतिकीकरणामुळे भारताचा निर्णयातील सहभाग वाढला परंतु तो तुलनेने खूपच कमी होता.

४) जागतिकीकरणामुळे भारतासारखा अविकसित देशात बेकरीत भर पडण्याची भिती निर्माण होऊन बेकारीच्या संख्येने मोठी वाढ झाली.

५) जागतिकीकरणामुळे वस्तूची भाववाढ रोखण्यास भारतातील सरकारला यश आले असले तरी ते अल्पप्रमाणातच भाववाढ रोखू शकते.

६) भारताचा ढोबळ उत्पादनाचा दर ७% च्यापुढे वाढवण्याचा प्रयत्न करण्यात आला परंतु त्याचे फायदे अर्थव्यवस्थेला म्हणावे तेवढे मिळाले नाहीत.

७) भारतीय अर्थव्यवस्थेने जागतिकीकरणाचे धोरण स्वीकारले. परंतु भारतातील दारिद्र्य रेषेखालील जनतेवरती जागतिकीकरणाचे प्रतिकुल परिणाम दिसू लागले. त्यामुळे भारतीय अर्थव्यवस्थेसमोर महत्वाचे आव्हान निर्माण झाले.

वरील परिणाम विचारात घेता जागतिकीकणामुळे भारतीय अर्थव्यवस्थेला काही फायदे झालेले दिसून येतात. तसेच काही बाबतीत तोटे दिसून येतात तरी देखील भारतीय अर्थव्यवस्था जागतिकीकरणामुळे यशस्वी झाल्याचे दिसून येते.

आपली प्रगती तपासा :

१. खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

(अ) उदारीकरण

(ब) खाजगिकरण

(क) जागतिकीकरण

२. जागतिकीकरणाच्या परिणामांची यादी करा.

३. खाजगिकरणाच्या परिणामांची यादी करा.

३.५ व्यूहरचना (strategy) -

ही संकल्पना सर्वप्रथम युद्ध शास्त्रामध्ये उपयोगात आणलेली दिसून येते. शत्रुवरती चढाई करण्यासाठी सैन्याची पद्धतशीर केलेली रचना म्हणजेच व्यूहरचना होय. यालाच लष्करी डावपेच असेही म्हणतात. स्ट्रॅटेजी ही इंग्रजी संज्ञा स्ट्रॅटेगोज या ग्रीक शब्दापासून तयार झालेली आहे. स्ट्रॅटेगोज म्हणजे सेनापती होय. युद्धामध्ये सेनापती जी रणगणांवर सैनिकामध्ये रचना करतो त्यास व्यूहरचना असे म्हणतात.

१९६० च्या दरम्यान व्यवसायामध्ये व व्यवस्थापन शास्त्रामध्येही संज्ञा वापरण्यास सुरुवात झाली त्यातूनच अधुनिक व्यवस्थापनेमध्ये व्यूहरचना व्यवस्थापन ही नवीन शाखा विकसित झाली आहे.

३.५.१ व्याख्या –

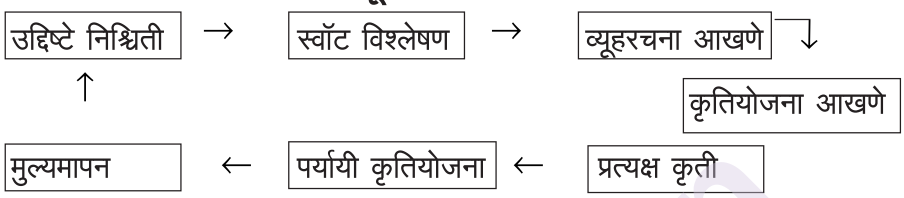
विलियम ग्युलिक : "व्यवसायाची मूळ उद्दिष्टे साध्य होण्यासाठी तयार केलेली एकत्रित, सर्वसमावेशक व समान्वित योजना म्हणजे व्यूहरचना होय." ("A unified comprehensive and integrated plan designed to assure that thebasic objectives of the enterprise are achieved. - by William Glueck.)

अल्फ्रेड चँडलर : "व्यवसायाची मूळ दीर्घकालीन ध्येये व उद्दिष्टये निर्धारित करणे, ही ध्येय गाठण्यासाठी उपलब्धय साधनांची वाटणी करणे व कृतीचा अर्थ निवडणे म्हणजे व्यावसायिक व्यूहरचना होय." ("Business strategy is the determination of the basic long term goals and objectives of an enterprise and adoption of course of action and allocation of resources necessary for carrying out these goals by A;fred Chandler.)

कॅनेय ॲड्र्यूज - "कंपनीचा व्यवसाय अपेक्षित स्थितीमध्ये नेण्यासाठी व्यवसायाची उद्दिष्ट्ये, ध्येये, हेतू, मुख्य धोरणे व योजना यांचा आकृति बंध तयार करणे म्हणजे व्यूहरचना होय. ज्याद्वारे व्यवसायाची ध्येय गाठण्यात येतात. " ("The pattern of objectives, purposes, goals and major policies and plans for achieving these goals stated in such away so as to define what business is or is to be and kind of company it is or is tobe"- by Keneth Andrews.)

३.५.२ व्यूहरचना आखणीची कार्यपद्धती -

व्यूहरचनेची आखणी



व्यूहरचनेची आखणी करताना विशिष्ट कार्यपद्धती विचारात घ्यावी लागते. तसेच ही आखणी करताना कंपनीतील उपलब्ध साधन सामुग्री कंपनीची कार्यक्षमता बाजारपेठेतील संधी अंतरंगत पर्यावरण बाह्य पर्यावरण व्यवसायाची सामाजिक जबाबदारी इ. घटकाचा विचार करावा लागतो. त्या आधारे र्कायपद्धती निश्चित केली जाते. व्यूहरचनेची आखणी खालीलप्रमाणे -

१) **उद्दिष्टये निश्चिती** : व्यवसायामध्ये व्यूहरचनेची आखणी करताना सर्वप्रथम व्यवसायाची मुख्य विभागीय व कार्यत्मक असे सर्व उद्दिष्टे ठरविण्यात येतात. म्हणजेच उद्दिष्टये निश्चितीचा आरवणीतील पहिली पायरी समजली जाते. तसेच व्यूहरचनेतील चढाई काय ध्येय व उद्दिष्टये साध्य करणार हे आधी ठरवावे लागते. म्हणजेच पूर्व निर्धारित उद्दिष्ट्ये साध्य करणे हा व्यूहरचनेचा मुख्य हेतू असतो.

२) **स्वॉट विश्लेषण :** व्यवसाय संस्थेमध्ये व्यूहरचनेची आखणी करताना अंतर्गत व बाह्य पर्यावरणाशी संबंधित असे व्यवसायाची बलस्थाने व दुर्बलस्थाने आणि पर्यावरणातील संधी व धोके अभ्यासणे यालाच स्वॉट विश्लेषण असे म्हणतात. या विश्लेषणामुळे व्यवसाय संख्येची बलस्थान कोणती व दुर्बलस्थाने कोणती याची माहिती मिळते. तसेच व्यवसायासाठी असलेली संधी व त्यात असलेले धोके याचे देखील माहिती मिळते. या माहितीच्या आधारे व्यूहरचना निश्चित केली जाते. त्यासाठी स्वॉट विश्लेषण आवश्यक ठरते.

३) **व्यूहरचना आखणे :** व्यूहरचनेची आखणी करताना पर्यावरणातील घटकाचे स्वॉट विश्लेषण केल्यानंतरच व्यूहरचना ठरविता येते.

व्यूहरचना विकसित केलेल्या सर्वात उत्कर्ष्ट पर्यायी निवडीसाठी त्याचा तुलनात्मक अभ्यास केला जातो. त्याचे फायदे तोटे विचारात घेतले जातात. त्या आधारे योग्य त्या व्यूहरचनेची निवड केली जाते.

४) **कृतियोजना आखणे :** कार्यपद्धती मधील ही कार्यपद्धत महत्वाची समजली जाते कारण व्यूहरचना निवडल्यानंतर प्रत्यक्ष कृतीयोजना तयार करण्यात येते. व्यूहरचनेतील सर्व घटकांचा एकत्रित विचार करून तसेच स्पर्धकांच्या व्यूहरचनेचा विचार करून योग्य ती कृती योजना ठरविली जाते. कृती योजना अंमलात आणण्यासाठी काटेकोरपणे अंमलबजावणी करण्यासाठी वेळापत्रक तयार केले जाते.

munotes.in

५) **प्रत्यक्ष कृती :** कृतीयोजनेची आखणी केल्यानंतर प्रत्यक्ष कृती योजना अंमलात आणली जाते. म्हणजेच पूर्व निर्धारित वेळेत पूर्वनिर्धारित ठिकाणी कृती योजनेच्या अंमलबजावणी व सुरुवात केली जाते. व्यूहरचनेचे संपूर्ण यश प्रत्यक्ष कृतीवर अवलंबून असते. त्यामुळे प्रत्यक्ष कृती केव्हा कशा प्रकारे किती वेळेस कोणत्या पद्धतीने पूर्ण केली जाणार आहे हे निश्चित केली जाते.

६) **पर्यायी कृतीयोजना :** काही वेळेस पर्यावरणाच्या घटकामध्ये बदल होण्याची शक्यता असते अशावेळी पर्यायी कृती योजना तयार करून ती आमलात आणली जाते. मुख्य कृती योजना तयार करताना त्याला पर्यायी कृती योजना व पर्यायी उपकृती योजना तयार केल्या जातात. या तयार करताना संभाव्य परिस्थिती बदल अडचणी विचारात घेऊन पर्यायी कृती योजना आमलात आणली जाते.

७) **मूल्यमापन :** व्यूहरचनेतील हा शेवटचा टप्पा होय. प्रत्यक्ष कृतीयोजना पूर्ण झाल्यानंतर तिचे यश अपयश तपासण्यात येते. म्हणजेच व्यूहरचनेमार्फत व्यवसायाची कितपत उद्दिष्ट्ये साध्य झाली. जर अपयश आले असेल तर त्या अपयशाच कारणे शोधली जातात व त्याच्यावरती उपाययोजना केली जाते. त्यामुळे व्यूहरचनेची वस्तुनिष्ठ व शास्त्रशुद्ध पद्धतीने मूल्यमापन केले जाते.

३.५.३ व्यूहरचनेची वैशिष्ट्ये -

१) **योग्य अंमलबजावणी :** व्यूहरचनेमुळे उद्दिष्टांची योग्य प्रकारे अंमलबजावणी करता येऊ शकते म्हणजेच व्यूहरनेची अंमलबजावणी जर योग्य पद्धतीने झाली नाही तर ती व्यूहरचना यशस्वी होऊ शकत नाही. उदा. भारत, चीन युद्धाच्यावेळी रसद पोहोचविण्यासाठी योग्य असे रस्ते उपलब्ध नव्हते त्यामुळे त्याची अंमलबजावणी योग्य पद्धतीने झाली नाही.

२) **उपलब्ध साधन सामुग्रीशी सुसंगत :** व्यवसाय संस्थेमार्फत व्यूहरचनेची आखणी करताना उपलब्ध साधनसामुग्रीशी सुसंगत अशी व्यूहरचना असावी त्याशिवाय व्यूहरचना यशस्वी होऊ शकत नाही.

३) **उद्दिष्ट व व्यूहरचना मेळ :** व्यवसाय संस्थेमध्ये उद्दिष्टांची आखणी करताना व्यूहरचनेचा देखील विचार करावा लागतो. कारण उद्दिष्टांची पूर्तता करण्यासाठीच व्यूहरचनेची आखणी केली जाते.

४) **योग्य वेळ :** व्यवसाय संस्थेमध्ये व्यूहरचनेची आखणी करताना कृती योजना तयार केली जाते. परंतु ही कृतीयोजना अमलात आणण्यासाठी योग्य वेळा निवडणे आवश्यक असते वेळ जर चुकीची असेल तर ती कृती योजना पूर्ण होऊ शकत नाही.

५) **नैतिक अधिष्ठान :** व्यवसायाची व्यूहरचना ठरविताना त्या व्यवसायाची व्यावसायिक नितीमूल्य विचारात घेऊनच व्यूहरचना ठरविली पाहिजे. म्हणजेच काही नितीमूल्य व्यूहरचनेमध्ये पाळावी लागतात.

६) **सामाजिक जबाबदारीची भान :** व्यूहरचनेची आखणी करताना व्यवसाय संस्थेने सामाजिक जबाबदारीचे भान ठेवले पाहिजे. म्हणजेच व्यूहरचनेमार्फत वस्तूची जाहिरात करताना स्त्री प्रतिमेचे विडंबन करु नये.

७) **खात्रीलायक अनुमानाचा आधार :** व्यवसाय संस्थेमार्फत व्यूहरचना ठरविताना व प्रत्यक्ष कृती योजनेची अंमलबजावणी करताना खात्रीलायक अनुमानाच्या आधारे व्यूहरचनेची आखणी करण्यात यावी. जर असे झाले नाही तर व्यवसाय संस्थेला नुकसान सोसावे लागते.

८) **पर्यावरणाशी सुसंगत :** व्यवसाय संस्थेमार्फत व्यूहरचनेची आखणी करुन त्याची अंमलबजावणी विशिष्ट पर्यावरणामध्ये केली जाते. त्यामुळे व्यूहरचनेसाठी पर्यावरणाशी सुसंगत असावी.

३.५.४ व्यूहरचनेचे प्रकार -

व्यूहरचनेमार्फत व्यवसाय संस्थेचे ध्येये व उद्दिष्टये साध्य केली जातात. त्यामुळे व्यवसायाचा विस्तार व विकास होत असतो. यासाठी व्यूहरचनेचे एकूण चार प्रकार पडतात ते खालीलप्रमाणे.

१) **निश्चित विकास दराची व्यूहरचना** : व्यवसाय संस्थेचा विकास करण्यासाठी विशिष्ट गतीने विकासाचा दर निश्चित केला जातो. त्या आधारे उद्दिष्टये व धोरणे ठरविली जातात. म्हणजेच पूर्ण निर्धारित उद्दिष्टये गाठण्यासाठी योग्य पद्धतीने व्यूहरचना निश्चित केली जाते. म्हणून या व्यूहरचनेस निश्चित विकास दराची व्यूहरचना असे म्हणतात. हा विकासा दर विक्री, नफा, भांडवल वृद्धी याच्याशी संबंधित असतो.

२) **जलद विकास दराची व्यूहरचना :** व्यवसाय संस्थेमध्ये व्यवसायातील अंतर्गत वातावरण व बाह्य पर्यावरणातील परिस्थिती फारच गतीमान असते. त्यावेळी जलद विकासाचे धोरण आखले जाते. कारण सतत बदलण्या परिस्थितीचा विचार करुन व्यवसाय संस्थेला कोणतीही संधी न गमविता जे धोरण ठरविले जाते. त्याला जलद विकासाचे धोरण असे म्हणतात. बाजारपेठेतील असणारी तीव्र स्पर्धा प्रगत तंत्रज्ञान ग्राहकांच्या आवडीनिवडी पर्यावरणातील बदल इ. परिस्थितीत जलद विकासाची व्यूहरचना उपयुक्त ठरते.

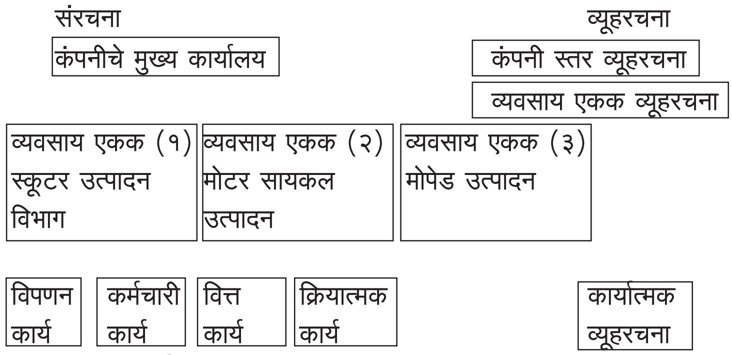
३) **मिश्र व्यूहरचना :** व्यवसाय संस्थेमार्फत जेव्हा अनेक उत्पादने केली जातात. तेव्हा वेगवेगळ्या उत्पादनासाठी वेगवेगळी विकास दर निती वापरली जाते. म्हणजेच एका उत्पादनासाठी निश्चित विकास दर हा दुसऱ्या उत्पादनासाठी जलद विकास दर अशा स्वरुपाची मिश्र दुहेरी व्यूहरचना तयार केली जाते. त्यामुळे बाजार पेठेमध्ये व्यवसाय संस्थेला आपले स्थान निश्चित करुन नवनवीन उत्पादने सुरु करता येतात. म्हणजेच नवीन उत्पादनासाठी जलद विकास दर व जुन्या उत्पादनासाठी निश्चित विकास दर अशी व्यूहरचना तयार केली जाते. त्याला मिश्र व्यूहरचना असे म्हणतात.

४) **कपातीची व्यूहरचना :** व्यवसाय संस्थेमार्फत बाजारपेठेतून एखादी उत्पादन मागे घ्यावयाचे असेल किंवा काढून घ्यावयाचे असेल अशा वेळी कपातीचे धोरण विचारात घेतले जाते. म्हणजेच उत्पादन कपातीचे व विक्री कपातीचे धोरण विचारात घेतले जाते त्यानुसार कपातीची व्यूहरचना तयार केली जाते. काही अपवादात्मक परिस्थितीमध्येच या व्यूहरचनेची आखणी केली जाते.

munotes.in

३.५.५ व्यूहरचनेचे स्तर / रचना -

व्यूहरचनेचे तीन स्तर



१) **कंपनी स्तर व्यूहरचना :** व्यवसाय संस्थेमार्फत व्यूहरचनेची आखणी करताना व्यवस्थापनाचे विविध स्तर विचारात घेतले जातात. त्यामध्ये उच्च माध्यम व कनिष्ठ असे स्तर असतात या आधारे व्यवसायिक व्यूहरचना सुद्धा वेगवेगळ्या स्तरावर आखता येते. उच्चस्तरावरील व्यूहरचनेस कंपनी स्तर व्यूहरचना असे म्हणतात. यामध्ये उच्च पदस्थ अधिकारांचा समावेश होतो.

२) **व्यवसाय एकक व्यूहरचना :** जेव्हा उद्दिष्टये निश्चित साधनांची योग्य पद्धतीने विभागणी करुन व्यूहरचना केली जाते. तेव्हा त्यास व्यवसाय एकक व्यूहरचना असे म्हणतात. ही व्यूहरचना मध्यम स्तरावरती विचारात घेतली जाते मध्यम विभागातील सर्व अधिकारी यामध्ये समाविष्ट असतात.

३) **कार्यात्मक व्यूहरचना :** प्रत्यक्ष कार्य करणे हा व्यवसाय संस्थेतील मुख्य भाग समजला जातो. कनिष्ठ स्तरामार्फत प्रत्यक्ष कार्य किंवा कृती करण्यासाठी जी व्यूहरचना तयार केली जाते त्याला कार्यात्मक स्तरावरील व्यूहरचना असे म्हणतात. यामध्ये उत्पादन विपणन, कर्मचारी व वित्त या महत्वाच्या कार्याबाबत व्यूहरचनेत केली जाते.

३.५.६ रचना आणि पुर्नजीवन व्यूहरचना -

१) **रचना :** व्यवसाय संस्थेची स्थापना करताना निर्धारित उद्दिष्टे गाठण्यासाठी त्रिस्तरीय रचना निर्माण केली जाते. त्यामध्ये उच्च, मध्यम, कनिष्ठ असे स्तर असून उच्च रचनेमध्ये व्यवसाय संस्थेचे मालक किंवा व्यवस्था संचालक असतात. मध्यम स्तरामध्ये व्यवसाय संस्थेतील वेगवेगळे विभागाचे प्रमुख अधिकार असतात. तसेच कनिष्ट स्तरामध्ये पर्यवेक्षक व कर्मचारी असतात अशी रचना व्यवसाय संस्थेमध्ये निर्माण केली जाते.

२) **पुर्नजीवन व्यूहरचना :** पुर्नजीवन व्यूहरचना म्हणजे व्यूहरचनेची आखणी करताना पर्यावरणातील घटक अधुनिक तंत्रज्ञान बाजारपेठेतील परिस्थिती ग्राहकांची सतत बदलणारी आवडनिवड विचारात घेऊन पूर्वीची असणारी व्यूहरचना पद्धत पुर्नजीवित केली जाते म्हणजेच त्यामध्ये वेगवेगळे बदल करुन नवीन व्यूहरचना तयार केली जाते. कारण सैनिक शास्त्रामध्ये पूर्वीची व्यूहरचना कालबाह्य झाल्यास त्याचे पुर्नजीवन करुन वेगळीच व्यूहरचना तयार करुन शत्रूवरती प्रतिहल्ला चढविला जातो. हीच संकल्पना व्यवसाय संस्थेमध्ये देखील विचारात घेतली जाते.

व्यवसायासंबंधी सविस्तर माहिती मिळाली त्यामध्ये व्यवसायाची वैशिष्ट्ये व्यवसायाची व्याप्ती विविध उद्दिष्टे तसेच नवीन व्यवसायाची पद्धत याची देखील माहिती मिळाली. तसेच खाजगीकरण उदारीकरण, जागतिकीकरण त्याचा भारतावरती होणारा परिणाम तसेच व्यवसाय संस्थेमध्ये व्यूहरचनात्मक कार्यपद्धती वापरली गेल्यास व्यवसायाचा जलद गतीने विकास होऊ शकतो.

munotes.in

३.६ पुर्नरचना डावपेच अर्थ व आवश्यक घटक

अर्थ :

पुनर्रचना धोरणमध्ये आजारी उद्योग हा फायद्यात चालणाऱ्या उद्योगामध्ये समाविष्ठ केला जातो. दोन किंवा अधिक व्यवसायांचे एकत्रीकरण केले जाते. एक कंपनी दुसरी कंपनी विकत घेते. व्यवसायाचे संमिलन किंवा एकत्रीकरण करुन नवीन व्यवसायाची स्थापना करणे म्हणजे पुनर्रचना होय.

पुनर्रचना डावपेच किंवा धोरणाद्वारे आजारी उद्योगाचा समावेश कार्यक्षम उद्योगामध्ये केला जातो. नवीन उद्योगाचे नियोजन करुन तो अधिक साधनसामग्रीचा पुरेपुर वापर केला जातो.कर्माऱ्यांना सामावून घेऊन अधिक कार्यक्षमतेने कामे केली जातात. चांगल्या कार्याद्वारे व्यवसायाचा विकास साध्य केला जातो.

३.६.२ पुर्नरचन धोरणासाठी आवश्यक घटक -

१) व्यवसायाचे सुयोग्य नियोजन करणे

व्यवसायाचा विकास नियोजनावर अवलंबून असतो. व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढवायची असेल तर त्या व्यवसायाचे नव्याने चांगले नियोजन करणे आवश्यक आहे. नियोजनाची कोकोरपणे अंमलबजावणी करुन उद्दिष्टये साध्य करण्याकडे लक्ष देणे आवश्यक आहे. व्यवसायातील सर्व घटकांचा समावेश आणि त्यांचे सहकार्य मिळवून नवीन रचनेचे व्यवसायाला अधिक लाभ मिळविता येतात.

२) कार्यक्षम व्यवस्थापनाचा अवलंब करणे

कार्यक्षम व्यवस्थापनाशिवाय व्यवसायाचा अपेक्षित विकास होऊ शकत नाही. व्यवसायाची पुनर्रचना करताना व्यवसाय अधिक कार्यक्षमतेने कसा चालेल याकडे व्यवस्थापकांनी लक्ष देणे आवश्यक आहे. व्यवसायाची ध्येय धोरणे आणि उद्दिष्टे व्यवसायाचा विकास डोळ्यासमोर ठेऊन केली पाहिजेत. व्यवसायाची वाटचाल विकासाच्या दिशेने होईल अशा प्रकारचे गतिमान नेतृत्व व्यवसायाला हवे असते.

३) कर्मचाऱ्यांचा सक्रिय सहभाग घेणे.

व्यवसायाची कार्यक्षमता कर्मचाऱ्यांवर अवलंबून असते म्हणून व्यवसायाची पुनर्रचना करत असताना व्यवसायामध्ये पात्रताधारक आणि कुलश कर्मचारी उपलब्ध होणे गरजेचे आहे. कर्मचाऱ्यांना आर्थिक व आर्थिकतर प्रेरणा देणे त्यांना व्यवस्थापनामध्ये सहभागी करुन घेणे, वाजवी वेतन देणे, कल्याणकारी योजना राबविणे इ. घटकांकडे लक्ष दिल्यास कर्मचार अधिक जोमाने काम करतात. त्याद्वारे व्यवसाय विकास होऊ शकतो.

४) अधिकारी व कर्मचारी प्रशिक्षणाचे आयोजन करणे

व्यवसायाची नव्याने रचना करताना नवीन उत्पादन, मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादन इ. साठी आधुनिक तंत्रज्ञान आणि उत्पादनाचा, नवीन पद्धतींचा अवलंब करावा लागतो. त्याचे ज्ञान कर्मचाऱ्यांना प्राप्त व्हावे यासाठी अधिकारी आणि कर्मचारी प्रशिक्षणाच्या योजना राबवाव्या लागतात. त्यामुळे कर्मचाऱ्यांना कामाचे स्वरुप समजते व ते अधिक कार्यक्षमतेने कार्य करु शकतात.

munotes.in

५) साधनसामग्रीचा पुरेपूर वापर करणे.

व्यवसायांसाठी उत्पादन प्रक्रिया करताना कच्चा माल, यंत्रसामग्री, मनुष्यबळ आणि भांडवल इ. घटक आवश्यक असतात. तसेच वीज, पाणी रस्ते, हे घटक आवश्यक असतात. उत्पादनाचे प्रमाण आणि व्यवसायाची गरज यावर आधारित साधनसामग्रीचे प्रमाण निश्चित करुन उपलब्ध असलेली सामग्री योग्य पद्धतीने वापरणे आवश्यक असते. साधनसामग्रीतील अपव्यय दूर करुन व्यवसायाच्या नफ्याकडे व्यावसायिकांनी लक्ष देत असताना साधन सामुग्रीचा पुरेपूर वापर ही बाब आवश्यक आहे.

६) कुशल कर्मचाऱ्यांची भरती करणे.

व्यवसायाची नव्याने रचना करत असताना व्यवसायासाठी कुशल मनुष्यबळ उपलब्ध असावे लागते. नसल्यास प्रशिक्षणाचा अवलंब करुन त्यांच्या कौशल्यामध्ये वाढ केली पाहिजे. कर्मचारी ही व्यवसायाची महत्त्वाची मालमत्ता असते म्हणून कर्मचारी विकासाकडे अधिक लक्ष पुरवावे लागते.

७) वित्तपुरवठ्याचे नियोजन करणे

व्यवसायाची पुनर्रचना करत असताना व्यवसायाच्या वाढत्या आर्थिक गरजा विचारात घेऊन त्यानुसार भांडवलाची उभारणी करावी लागते. त्यासाठी अंदाजपत्रक तयार करुन त्यानुसार भांडवल उभारणी केली पाहिजे. भांडवल पुरवठ्याचे स्त्रोत शोधून व्यवसायाला लाभदायक स्त्रोत कोणते आहेत हे विचारात घेतले पाहिजेत. मागील देणी असल्यास ती पूर्ण करण्याची व्यवस्था करावी लागते.

८) प्रभावी नियंत्रणाचा अवलंब करणे

व्यवसायातील साधनेसामग्रीचे घटक उदा. कच्चा माल, यंत्रसामग्री, भांडवल, मनुष्यबळ आणि त्याशिवाय दैनंदिन कामकाज, कामाची पद्धत, खर्च इ. घटकांकडे लक्ष द्यावे लागते. अनावश्यक खर्चावर नियंत्रण ठेऊन खर्चामध्ये बचत करुन व्यवसायाच्या नफ्यामध्ये वाढ करता येते.

९) कामाची अमंलबजावणी काटेकोरपणे करणे

पुनर्रचना धोरणानुसार नियोजन, कार्यवेळापत्रक, कामाचे वाटप इ. घटकानुसार कामाची व्यवस्थितपणे अंमलबजावणी करणे गरजेचे असते. कामाचे वेळेवर मूल्यमापन करुन त्यातील दोष किंवा उणिवा दूर करुन कामामध्ये सुधारणा करावी लागते.

३.७ पुर्ननफा स्थिती (Turnaround Meaning and definitions)

१) पी. ए. कॉलिन

"Turnaroung means making a company profitable again."

२) "व्यवसायाचे अस्तित्व नाहिसे होण्यापासून त्यांची संघटनात्मक पुन्हा रचना करणे म्हणजे पुनर्नफा स्तिती होय." या स्थितीमुळे कंपनीला पुन्हा जीवदान मिळण्याची संधी प्राप्त होते.

३) “व्यवसाय पुन्हा पूर्वस्थितीला आणण्याचा प्रयत्न म्हणजे पुनर्नफा स्थिती होय.”

४) “आजारी उद्योग बंद करण्याऐवजी सुरिळतपणे चालावेत यासाठी त्यावर उपाययोजना करणे म्हणजे पुनर्नफा स्थिती होय.”

५) “अकार्यक्षम किंवा तोट्यामध्ये चालणारे व्यवसाय पुन्हा नफ्यामध्ये चालण्यासाठी किंवा त्यांची कार्यक्षमता वाढावी यासाठी केलेल्या योनेला पुनर्नफा स्थिती असे म्हणतात.”

६) “तोट्यामध्ये चालणाऱ्या व्यवसायाचे रुपांतर नफा मिळिवण्याच्या व्यवसायात करणे म्हणजे पुनर्नफा स्थिती होय.”

वरील व्याख्यांच्या अनुषंगाने आपणास अशा अर्थबोध होतो की व्यवसाय स्थापन झाल्यानंतर व्यवसायाची कार्यक्षमता कमी होणे, उत्पादन घसरण अवस्थेमध्ये जाणे, तोटा होणे, व्यावसायिक आजारपण येणे इ. कारणांमुळे व्यवसाय तोट्यात चालतात. त्यावर वेळीच उपाय योजना करावी लागते. त्यासाठी व्यवसायाला पुन्हा नफ्याची स्थिती प्राप्त करण्यासाठी प्रयत्न करावे लागतात. यालाच पुनर्नफ्याची स्थिती असे म्हणतात.

३.८ पुनर्नफा स्थितीसाठी आवश्य घटक : यशस्वी पुनर्नफा स्थितीसाठी डावपेच (Essential Factors for Turnaround \Successful Turnaround Strategy)

१) **मनुष्यबळ व्यवस्थापन करणे.**

व्यवसायातील कर्मचारी वर्ग आणि कार्यक्षमता यांचा जवळचा संबंध आहे. व्यवसायाला पुन्हा नफा प्राप्त करण्यासाठी मनुष्यबळाचे व्यवस्थापन करणे गरजेचे आहे. त्यासाठी कार्यक्षम, कुशल कर्मचाऱ्यांची भरती करणे, त्यांना प्रशिक्षण देणे, विविध प्रकारची आर्थिक आणि आर्थिकेत्तर सेवा उपलब्ध करुनदेणे, मार्गदर्शन करणे, कर्मचाऱ्यांचा व्यवस्थापनामध्ये सहभअग करणे, प्रेरणा देणे इ. मुळे कर्मचारी समाधानी राहतात. औद्योगिक शांतता व शिस्त निर्माण होऊन त्यांची कार्यक्षमता वाढते

२) **अधिकारी वर्गाचा विकास करणे.**

व्यवसायातील महत्त्वाचे निर्णय घेणे नियोजन करणे, धोरणे ठरविणे, अंमलबजावणी करणे, नियंत्रण करणे, समन्वय निर्माण करणे इ. सर्व बाबी व्यवस्थापक वर्गावर अवलंबून असतात. व्यवसायातील साधनसामग्रीचा पुरेपूर वापरकरुन व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढविणे याबाबी पूर्णपणे त्यांना पुरेसे आर्थिक लाभ देणे गरजेचे आहे. व्यवसायातील विविध घटकांच्या सहकार्यातून ते व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढवितात.

३) **उत्पादन पद्धतीमध्ये सुधारणा करणे.**

व्यवसायातील जुन्या उत्पादन पद्धतीऐवजी नवीन उत्पादन पध्दतीचा किंवा आधुनिक तंत्रज्ञानाचा विचार करावा लागतो. त्यामुळे उत्पादनाच्या दर्जामध्ये सुधारणा होऊन मागणी वाढते. मोठ्या प्रमाणावर उतपादनाची व्यवस्था करुन आर्थिक बचतींचा लाभ घेता येतो. स्वयंचलिकरण, संगणकीकरण नाविन्यपूर्ण शोधा्ंया सहाय्याने उत्पादनामध्ये नाविन्यता निर्माण करता येते.

४) साधनसामग्रीचा पुरेपूर वापर करणे.

व्यवसायासाठी आवश्यक ती साधनसामग्री प्रमाणबद्ध उपलब्ध करुन तिचा पुरपूर वापर करुन लाभाचे प्रमाण वाढविता येते. सामग्रीवर परिणामकारक नियंत्रण ठेवून सामग्रीचा अपव्यय टाळता येतो. व्यवसायाच्या खर्चामध्ये बचत करता येते.

५) वित्तपुरवठ्यांचे नियोजन करणे.

व्यवसायासाठी पुरेशी प्रमाणावर गरजेनुसार आवश्यक तितक्या प्रमाणात वित्तपुरवठ्याची आवश्यकता असते. वित्तपुरवठा नियजनामध्ये पर्याप्त भांडवल रचनेचा विचार करावा लागतो. उपलब्ध भांडवलाचा पुरेपूर वापर करुन भांडवलामध्ये बचत प्राप्त करता येते. त्यामुळे व्यवसायाच्या नफ्यामध्ये वाढ करणे शक्य होते.

६) वस्तू विकास कार्यक्रमाचे आयोजन करणे.

उत्पादीत वस्तू आणि सेवांची मागणी कमी झाल्यास वस्तू विकास कार्यक्रम राबविणे गरजेचे आहे. त्यामध्ये वस्तू नूतनीकरण, वस्तू परिवर्तन, वस्तू विविधीकरण, वस्तू चाचणी, विपणन चांचणी,संवेष्टन संशोधन, मुद्रिकरण संशोधन इ. घटकांचा समावेश केला जातो. त्यामुळे वस्तूचा दर्जा सुधारण्यास मदत होते. विक्री वाढते व नफा वाढतो.

७) परिणामकारक नियंत्रणाचा अवलंब करणे.

व्यवसायातील विविध घटक उदा. कच्चा माल, यंत्रसामग्री। मनुष्यबळ, भांडवल, दैनंदिन कामकाज, खर्च इ. घटकांवर परिणामकारक नियंत्रण ठेवण्याची आवश्यकता असते. त्यामुळे व्यवसायाच्या खर्चामध्ये बचत होते. साधनसामग्रीचा पुरेपूर वापर केला जातो. अनावश्यक खर्चाला आळा घातला जातो.

८) व्यवस्थापकीय दृष्टिकोन विकसित करणे.

व्यवसायाचे यशापयश, कार्यक्षमता, नफा इ. बाबी व्यवसायांना लाभलेल्या व्यवस्थापकांवर अवलंबून असतात. व्यवस्थापक कार्यकुशल, दूरदृष्टि भविष्याकालीन घटनांकडे लक्ष देऊनव्यवसायाची कार्यक्षमता वाढवणे, व्यवसायाचा विकास व्हावाया दृष्टिने विचारकरणारे असल्यास, व्यवसायाकडे सकारात्मक दृष्टिने पाहून अंमलबजावणी करणारे असल्यास ते व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढविण्याचे प्रयत्न करतात. असे व्यवस्थापक व्यवसायाला पुन्हा नफ्याची अवस्था प्राप्त करुनदेत असतात.

९) व्यवसाय पुनर्रचना करणे.

वेगवेगळ्या घटकातील बदलांमुळे, बाजारपेठेतील बदलांमुळे व्यवसायाला तोटा सहन करावा लागतो. अशा वेळी व्यवसायाची पुनर्रचना करुन पुन्हा नफ्याची अवस्था प्राप्त करता येते. पुनर्रचनेमध्ये साधनसामग्रीचे प्रमाण निश्चित करणे, साधनसामग्री उपलब्ध करणे व तिचा वापर करणे इ. घटकांना विशेष महत्त्व आहे.

१०) व्यवसायाची मूल्यमापन कर णे.

व्यवसायाचे मूल्यमापन करुन त्यातील त्रुटी किंवा दोष समजावून घेऊन त्यासुधारण्याचा प्रयत्न करता येतो. विविध निकष किंवा कसोट्यांच्या आधारे मूल्यमापन करता येते. उदा. नफ्याचे

प्रमाण या घटकाच्या आधारे व्यवसायाला नफा का कमी झाला याची कारणे शोधून तो वाढविण्यासाठी उपाययोजना करता येते.

११) नफ्याची व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करणे.

व्यवसायामध्ये खालेला नफा भागधारकांना वाटण्याऐवजी किंवा त्यांना कमी प्रमाणात नफा देऊन उरलेली रक्कम व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करुन त्याचा व्यवसायाला भांडवल म्हणून वापर करता येतो. त्याद्वारे व्यवसायाचा विकास करता येतो. जेव्हा व्यवसायाला नफा होतो अशावेळी या धोरणाचा अवलंब करणे शक्य होते.

१२) विकास निधीची स्थापना करणे.

व्यवसायाला ज्यावेळी नफा होतो त्यावेळी विकासाच्या योजना राबवाव्या लागतात. उदा. घसारा निधी, भविष्य निर्वाह निधी, विकास निधी, संशोधन निधी, शिक्षण निधी, लाभांश समतोल निधी इ. या निधीची रक्कम व्यवसायाला विकास करण्यासाठी वापरता येते.

१३) विपणन डावपेचांचा अवलंब करणे.

व्यवसायाची विक्री व्यवस्था भक्कम बनविण्यासाठी विपणन डावपेचांचा अवलंब करावा लागतो. स्पर्धेमध्ये के टिकून रहावे याविषयी डावपेच तयार करता येतात. विक्रीची मोहिम राबविणे परिणामकारकपणे जाहिरात तयार करणे याद्वारे विक्रयवृद्धी करणे शक्य होते. त्याद्वारे नफ्यामध्ये वाढ करता येते. बाजारपेठेतील परिस्थितीचा अभ्यास करुन भविष्यकालीन अंदाज करता येतो.

३.९ पुनर्नफा स्थितीचे फायदे (Advantages of Turn around)

१) तोट्यात चालणारे व्यवसाय फायद्यात चालतात.

आजारी किंवा तोट्यात चालणाऱ्या व्यवसायांची कार्यक्षमता वाढविली जाते. त्यामुळे व्यवसायाची स्थिती सुधारते आणि तोट्यात चालणारे किंवा आजारी व्यवसाय पुन्हा फायद्यात चालतात. त्यामुळे अशा व्यवसायांना नवीन जीनव मिळते.

२) व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढवितायेते.

व्यवसायाला पन्हा नफ्याची स्थिती प्राप्त करताना व्यवसायाच्या एकूण कामकाजमध्ये सुधारणा केली जाते. सर्व घटकांच्या सहकार्याने कार्यक्षमता वाढविणे शक्य होते. उदा. व्यवस्थापक अधिकारी, कर्मचारी इ. नी एकत्र येऊन व्यवसायातील सर्व कामकाज व्यवस्थितपे पार पाडल्यास व्यवसायाची कार्यक्षमता सुधअरण्यास मदत होते.

३) व्यवसायाचा विकास करता येतो.

तोट्यात चालणारे व्यवसाय पुन्हा फायद्यात चालल्यामुळे व्यवसाय विकासाच्या योजना हाती घेता येतात. उदा. व्यवसायाचा विस्तार करणे, विविधीकरण करणे इ. मुळे व्यवसायाच्या लाभात वाढ होते.

४) व्यवसायाची आर्थिक बाजू भक्कम बनते.

व्यवसाय पुन्हा फायद्यात चालल्यामुळे व्यवसायाला आर्थिक व्यवहार करणे सुलभ जाते. व्यवसाय देण्याची जबाबदारी वेळेवर पूर्ण करतात. वित्तपुरवठा संस्था किंवा बँकांचे व्याजाचे हप्ते वेळेवर दिले जातात. व्यवसायाच्या विस्तारासाठी आणखी कर्ज उपलब्ध होते. त्याद्वारे व्यवसायाच्या आर्थिक अडचणी, गरजा भागविणे शक्य होते.

५) व्यवसायाच्या नावलौकिकात वाढ होते.

व्यवसायाने पुन्हा नफ्याची अवस्था प्राप्त केल्यानंतर व्यवसायाची समाजातील पत व नावलौकिक सुधारते. व्यवसायाची समाजातील प्रतिभा विकसित होते. समाजातील व्यवस्थापन स्तान बळकट होते. व्यवसायाची आर्थिक पत सुधारते. व्यवसायाला आपल्या आर्थिक व्यवहारांमध्ये वाढ करता येते.

६) कर्मचाऱ्यांना विविध सवलती उपलब्ध करुन देता येतात.

तोट्यातील परिस्थितीमुळे व्यावसायिक कर्मचाऱ्यांना दिले जाणारे लाभ किंवा सवलती कमी करतात. परंतु व्यवसाय पुन्हा नफ्यात आल्यानंतर या सवलती पुन्हा सुरु करणे शक्य होते. वेतन किंवा सुविधांच्या संदर्भात कर्मचाऱ्यांच्या काही मागण्या असल्यास त्या पूर्ण करणे शक्य होते. कामगारांना प्रेरणा मिळण्यास कामगार अधिक कार्यक्षमतेने काम करतात. कामगार व्यवसायातून स्थलांतर करण्याचा प्रयत्न करत नाहीत.

७) ग्राहकांच्या आवडीनुसार वस्तू व सेवा उपलब्ध करुन देता येतात.

व्यवसाय नफ्यामध्ये वाढ झाल्यास व्यावसायिक वस्तू आणि सेवांचा दर्जा सुधारतात. त्यामुळे ग्राहकांना त्यांच्या आवडीनिवडीनुसार वस्तू आणि सेवा उपलब्ध होतात. वाजवी किंमतीना त्यांना या वस्तू आणि सेवांचा लाभ घेता येतो. ग्राहकांकडील मागणी वाढते त्यामुळे व्यवसायिकाला अधिक प्रमाणावर उत्पादन करण्याची संधी प्राप्त होते.

८) शासनाला कर स्वरुपात अधिक प्रमाणात उत्पन्न मिळते.

व्यवसाय पुन्हा नफ्यात चालवण्यामुळे व्यवसायाच्या उत्पन्नामध्ये वाढ होते. असे व्यावसायिक कर स्वरूपात शासनाला उत्पन्न मिळवून देतात. त्यामुळे शासनाला त्या पैशातूनसमाज करण्यकारी कार्ये करणे शक्य होते.

९) सभासदांना अधिक दराने लाभांश मिळतो.

व्यवसायाच्या नफ्यात वाढ झाल्यामुळे व्यवसायिक सभासदांना अधिक दराने लाभांश देतात त्यामुळे त्यांना भागांना बाजारात किंमत येते. भविष्यकाळात लांभांषमध्ये वाढ होईल. या हेतूने ते भागांची विक्री करत नाहीत.

१०) औद्योगिकरणाला चालना मिळते.

आजारी किंवा तोट्यात चालणारे व्यवसाय बंद केल्यास औद्योगिक विकास खुंटतो त्याऐवजी त्या व्यवसायामध्ये नफ्याची पुन्हा स्थिती प्राप्त केल्यामुळे औद्योगिकरणाला चालना मिळते. इतर व्यवसायांना या व्यवसायांचे अनुकरण करुन आपल्या व्यवसायाची स्थिती सुधारता येते.

११) व्यवसायाला नवीन संधींचा लाभ घेता येतो.

व्यवसायाला नफ्याची स्थिती पुन्हा प्राप्त झाल्यामुळे बाजारपेठ क्षेत्रातील नवीन संधींचा लाभ घेता येतो. विक्रीविषयक भविष्यकाळातील अंदाज घेऊन उत्पादन क्षमतेमध्ये वाढ करता येते. मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामध्ये आर्थिक बचतींचा लाभ घेता येतो. विक्रीमध्ये वाढ करता येते. उत्पादन खर्च कमी करता येतो. व्यवसायामध्ये आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करता येतो. उत्पादन नवीन बाजारपेठे शोधता येते.

३.१० पुनर्नफा स्थितीचे तोटे : (Demerits of Turnaround)

१) व्यवसायाच्या आर्थिक गरजांमध्ये वाढ होते.

पुनर्नफा स्थिती प्राप्त करण्यासाठी व्यवसायाची पुनर्रचना करावी लागते त्यासाठी व्यवसायाला मोठ्या प्रमाणात अर्थसहाय्य आवश्यक असते. परंतु तोट्यामुळे किंवा औद्योगिक आजारपणामुळे व्यवसायाची बाजारातील पत घसरली असल्यास व्यवसायाला नव्याने कर्जाऊ रक्कमा घेणे शक्य होत नाही. आर्थिक सहाय्याशिवाय व्यवसायाला आपला विकास करणे शक्य होत नाही.

२) पुनर्नफा स्थिती प्राप्तीसाठी मोठ्या प्रमाणावर खर्च करावा लागतो.

पुनर्नफा स्थिती ही दीर्घकालीन स्वरुपाची प्रक्रिया आहे. त्यासाठी विविध घटकांवर खर्च करण्याची आवश्यकता असते. उदा. संगणकीकरण, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे, स्वयंचलीकरण, व्यवसायाचा विस्तार करणे, उत्पादन क्षमता वाढविणे, व्यवसायाची पुनर्रचना करणे इ. सर्व बाबींवर मोठ्या प्रमाणावर खर्च करावा लागतो.

३) सहकार्याचा अभाव असतो.

व्यवसायामध्ये नफ्याची पुन्हा स्थिती प्राप्त करण्यासाठी विविध घटकांचे सहकार्य अपेक्षित आहे. परंतु सर्व घटक एकमेकांना सहकार्य करतीलच असे नाही. त्यामुळे व्यवसायातील विविध कार्ये व जबाबदाऱ्या योग्य रितीने पार पाडणे शक्य होत नाही. उदा. कर्मचाऱ्यांच्या नकारात्मक भूमिकेमुळे व्यवसायाची कार्यक्षमता वाढविणे शक्य होत नाही.

४) कामकाजामध्ये गुंतागुंत निर्माण होते.

व्यवसाय तोट्यात असल्यामुळे व्यावसायिक कर्मचारी कपात करतात. परंतु व्यवसायाला पुन्हा नफ्याची अवस्था प्राप्त झाल्यानंतर कामागार पुन्हा त्या व्यवसायामध्ये आपल्या पदावर काम करण्याचा हक्क सांगतात जर त्यांना पुन्हा कामावर घेतले नाही तर कामगार न्यायालयात जातात त्यामुळे व्यवसायामध्ये तणावाचे वातावरण निर्माण होते कामगारांना त्यांच्या मागण्या पूर्ण केल्या नाही तर ते संप करण्याच्या स्थितीत असतात.

५) व्यवसायाच्या जबाबदारीमध्ये वाढ होते.

पुनर्नफा स्थिती प्राप्त केल्यानंतर ती दीर्घकाळ टिकविणे हे व्यावसायिकाची जबाबदारी असते. त्यासाठी त्यांनी मोठ्या प्रमाणावर कर्ज घेतली असल्यास त्यावरील व्याजाची रक्कम वेळेवर परत करणे, कामगारांच्या वेतनामध्ये वाढ केल्यास त्यानुसार त्यांना वेतन देणे, लाभांशाच्या

दरामध्ये वाढ केल्यास त्यानुसार सभासदांना लाभांश द्यावा लागतो. अन्यथा सभासद नाराज होतात. साधनसामग्रीच्या घटकामध्ये वाढ केल्यास खरेदी-रक्कम वेळेवर परत कराव्या लागतात. अशा प्रकारे व्यावसायिकांची जबाबदारी वाढत असते. जर त्यांनी आपली जबाबदारी योग्य रितीने पार पाडली नाही तर त्ायंना पुर्नफ्याची अवस्था दीर्घकालीन टिकिवणे शक्य होणार नाही.

३.११ सारांश

जुलै १९९१ मध्ये भारताने नविन आर्थिक धोरण स्विकारले. त्यामध्ये जागतिकीकरण, उदारीकरण व खाजगिकरणाचा समावेश होतो. त्याचे चांगले व वाईट परिणाम व्यवसायावर झाले.

व्यवसायातील सुप्त संधींचा लाभ घेण्यासाठी विविध वृध्दी धोरणे राबविली जातात. पुर्नरचना व पुर्ननफा डावपेच हे त्यापैकीच आहेत पुर्नरचना डावपेचांमध्ये आजारी उद्योग फायद्यात चालणाऱ्या उद्योगांमध्ये समाविष्ट केले जातात किंवा स्पर्धा टाळण्यासाठी दोन व्यवसायांचे एकत्रिकरण केले जाते. तोट्यातील व्यवसाय पुन्हा पुर्नस्थितीला आणण्यासाठी प्रयत्न करणे म्हणजे पुर्ननफा स्थिती डावपेच होय.

३.१२ प्रश्न

१. उदारीकरण जागतिकीकरण व खाजगिकरण म्हणजे काय ? त्याचा भारतीय अर्थव्यवस्थेवर होणारा परिणाम स्पष्ट करा ?

२. व्यूहरचना म्हणजे काय ? व्यूहरचनेची कार्यपद्धती स्पष्ट करा ?

३. व्यूहरचनेची वैशिष्टये सांगुन प्रकार स्पष्ट करा.

४. व्यवसाय पुर्नरचनेच्या विविध व्यूहरचना स्पष्ट करा.

५. पुर्ननफा स्थिती म्हणजे काय ? तिचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा.

६. पुर्ननफा स्थितीसाठी आवश्यक घटक स्पष्ट करा.

७. पुर्नरचना डावपेचाचा अर्थ सांगून आवश्यक घटक स्पष्ट करा.

♦♦♦♦♦

घटक -४

व्यावसायिक पर्यावरण
(Business Environment)

घटक रचना

४.० उद्दिष्टे
४.१ प्रस्तावना
४.२ व्यवसायिक पर्यावरणाची अर्थ आणि व्याख्या व वैशिष्ट्ये
४.३ व्यवसायिक पर्यावरणाचे महत्त्व
४.४ व्यवसाय आणि पर्यावरण यांचे अंतर्गत संबंध
४.५ व्यावसायिक पर्यावरणाचे घटक
४.६ आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणाचा शैक्षणिक परिणाम
४.७ चालू आंतरराष्ट्रीय व्यापार/ व्यवसाय पर्यावरणाचा परिणाम
४.८ जागतिक व्यापार संघटन
४.९ व्यापारी गट
४.१० विविध व्यापारी गट
४.११ व्यापारी गटांचे परिणाम
४.१२ सारांश
४.१३ प्रश्न

४.० उद्दिष्टे

या घटकाच्या अभ्यासानंतर विद्यार्थ्यांना -

१) व्यवसायिक पर्यावरणाचा अर्थ, व्याख्या व वैशिष्ट्ये सांगता येतील.
२) व्यावसायिक पर्यावरणाचे महत्त्व स्पष्ट करता येईल.
३) व्यवसाय व पर्यावरण यांचे अंतर्गत संबंध स्पष्ट करता येईल.
४) व्यवसायिक पर्यावरणाचे घटक सांगता येतील.
५) आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणाचा शैक्षणिक परिणाम स्पष्ट करता येईल.
६) जागतिक व्यापार संघटनेचा अर्थ व उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करता येतील.
७) व्यापारी गटांचा अर्थ व वैशिष्ट्ये सांगता येतील व विविध व्यापारी गटांची माहिती होईल.

munotes.in

४.१ प्रस्तावना

भारताने १९९१ साली नवीन आर्थिक धोरणाचा पुरस्कार केला. त्यामुळे जागतिकीकरण व खुल्या अर्थव्यवस्थेमुळे व्यापार व्यवसायाला अधिक चालना मिळाली. १९९५ मध्ये जागतिक व्यापार संघटनेची स्थापना झाली. या संघटनेमुळे जगातील देशांनी व्यापारात उदारीकरणाचा मार्ग अवलंबला. त्यामुळे शेती व्यवसायाचे महत्त्व कमी होऊन व्यवसायाचे व सेवा क्षेत्राचे महत्त्व वाढले आहे. आधुनिक व्यवसाय अत्यंत गुंतागुंतीचे असतात. त्यामुळे पर्यावरण गुंतागुंतीचे असते. यासाठी व्यावसायिक पर्यावरणाची योग्य माहिती असणे आवश्यक आहे. अनेक व्यावसायिक निर्णय ही व्यावसायिक पर्यावरणच घडवित असते. त्यामुळे व्यवसायावर अनेक अंतर्गत व बाह्य घटकांचा परिणाम होतो. यासाठी व्यावसायिक पर्यावरणाची योग्य माहिती करून घ्यावी लागते. व्यवसायावर भार टाकणाऱ्या सर्व घटकांचा समावेश म्हणजेच व्यावसायिक पर्यावरण होय.

४.२ व्यावसायिक पर्यावरणाची अर्थ व्याख्या व वैशिष्ट्ये

४.२.१ अर्थ :

व्यावसायिक पर्यावरणात व्यवसायावर परिणाम करणाऱ्या सर्व घटकांचा समावेश होतो. म्हणून पर्यावरणशास्त्राच्या अभ्यासाला महत्त्व प्राप्त झाले आहे. व्यावसायिक संघटना सामाजिक, राजकीय, तांत्रिक, धार्मिक, कायदेशीर परिस्थितीत राहून अनेक आवाहनांना तोंड देते, संधीचा स्विकार करते आणि व्यवसायीन स्पर्धेशी मुकाबला करण्याचे कार्य करीत असते. अशा सर्व परिस्थितीतील घटकांना व्यावसायिक पर्यावरण असे म्हणतात.

व्यावसायिक पर्यावरणात व्यवसाय ही सामाजिक संस्था असल्याने या संस्थेवर सभोवतालच्या परिस्थितीचा परिणाम होत असतो. बदलत्या वातावरणाशी संबंधीत अशा सर्व घटकांचा परिणाम व्यवसायावर वेगवेगळ्या प्रकारे होत असतो. त्यासाठी त्याच्या व्याख्या पाहणे आवश्यक ठरते.

★ केम डेवीस : ज्या एकूण परिस्थितीचा, घटनांचा व प्रभावांचा व्यवसायावर परिणाम होतो व ज्यांनी व्यवसायाला वेढलेले असते त्यास 'व्यावसायिक पर्यावरण' असे म्हणतात.

("Environment of business means the aggregate of all conditions, events and influence that surround and affect it.")

★ बी. के. व्हीलर : व्यावसायिक संघटनावर व त्याच्या कार्यप्रणालीवर ज्या बाह्य घटकांचा परिणाम होतो. त्या सर्व घटकांना एकत्रितपणे व्यावसायिक पर्यावरण असे म्हणतात.

("Business Environment is the total of all things external to firms and individuals which affect their organisations and operations".)

★ बॅरी रियमन मेलवीन कोपेन : 'पर्यावरण घटक किंवा दबाव घटक म्हणजे असे घटक की जे संपूर्ण नव्हे तर बहुतांशी बाह्य स्वरुपाचे व औद्योगिक संस्थांच्या व त्यांच्या व्यवस्थापनाच्या नियंत्रणा बाहेरचे असतात.''

("Environment factors of unstraints are largely if not totally external and beyond the control of individual industrial enterprises and their management.")

विल्यम ग्ल्युरेक व लॉरेन्स जॉच : ''व्यवसाय पर्यावरणात अशा घटकांचा अंतर्भाव होतो की जे व्यवसायासाठी संधी किंवा आव्हाने निर्माण करतात असे घटक पुष्कळ असले तरी त्यात प्रामुख्याने सामाजिक, आर्थिक, तांत्रिक, स्पर्धात्मक व शासकीय अशा घटकांचा समावेश होतो.''

("The business environment includes factors outside the firm which can lead to opportunities for or threats to the firm. Although there are many factors, the most important of the factors are socio-economic, technologial suppliers competitors and government.")

वरील व्याख्येवरून व्यावसायिक पर्यावरणाची संकल्पना स्पष्ट होते. व्यवसायाची परिणामकारकता ही संभोवतालच्या परिस्थितीवर अवलंबून असते. व्यावसायिक पर्यावरणात फक्त व्यवसायाचा विचार केला जातो.

४.२.२ वैशिष्ट्ये :

१) व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये सभोवतालच्या परिस्थितीचा समावेश होतो.

व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये व्यवसायांतर्गत आणि बहिर्गत घटकांचा समावेश होतो. या सर्व घटकांवर व्यावसायिक पर्यावरण अवलंबून असते.

२) व्यावसायिक पर्यावरण हा व्यवसायाचा अविभाज्य भाग आहे.

व्यवसायाची स्थापना, विकास आणि स्थैर्य पर्यावरणावर अवलंबून असते. त्यामुळे व्यवसाय पर्यावरणापासून अलिप्त राही शकत नाही.

३) पर्यावरणामध्ये क्लिष्ठत किंवा गुंतागुंत असते.

बहिर्गत पर्यावरणामध्ये स्पर्धक, राजकीय घटक, शासकीय धोरणे इ चा हस्तक्षेप घेतो. व्यवसायाला शासकीय नियमांविरुद्ध कार्य करता येत नाही.

४) पर्यावरणातील घटकामध्ये सतत बदल होतो.

पर्यावरणातील घटक गतिमान आहेत. उदा. राजकीय परिस्थिती, स्पर्धा, शासकीय नियम यामध्ये सातत्याने बदल होतो. तंत्रज्ञान, आंतरराष्ट्रीय पर्यावरण यामध्ये झपाट्याने बदल होत आहे.

५) पर्यावरणामध्ये सूक्ष्मलक्षी आणि समग्रलक्षी घटकांचा समावेश आहे.

व्यावसायिकाला अंतर्गत पर्यावरणावर नियंत्रण ठेवता येते. परंतु बर्हिगत घटकांवर नियंत्रण ठेवता येत नाही म्हणून पर्यावरणातील घटकांचा बारकाईने अभ्यास करावा लागतो.

६) पर्यावरण हे एक आव्हान आहे.

व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये बदलणाऱ्या घटकांचा सतत विचार करावा लागतो जसे की आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे, जागतिकिकरण अवलंब करणे, स्पर्धेमध्ये टिकून राहण्यासाठी डावपेच तयार करणे हे पर्यावरणातील घटक व्यवसायांच्या दृष्टिकोनातून एक आव्हान आहे.

munotes.in

७) पर्यावरण ही व्यापक व प्रभाव संकल्पना आहे

व्यावसायिक पर्यावरातील विविध घटकांचा विचार करुन कार्य करावे लागते. समाजातील विविध घटकांचे सहकार्य घेतल्याशिवाय व्यावसायिक कार्य करु शकत नाहीत. व्यवसाय ही पर्यावरणापेक्षा मर्यादित संकल्पना आहे.

८) पर्यावरण हे अनिश्चित असते.

पर्यावरणाद्वारे व्यावसायिकांना संधी प्राप्त होतात. त्याप्रमाणे त्यांना तोट्यांना सामोरे जावे लागते. बाजारपेठेतील पूर्वानुमानबाबत निश्चित खात्री देता येत नाही. मक्तेदारीवर नियंत्रण ठेवणे ही बाब कठिण झाली आहे. त्यामुळे भविष्यात लहान व्यवसायांचे अस्तित्त्व धोक्यात येण्याची शक्यता आहे.

९) पर्यावरणाचा नियोजनावर परिणाम होतो.

व्यावसायिक नियोजनाद्वारे नवीन संधी शोधण्याचा प्रयत्न करतात. परंतु त्यांना अनेक समस्यांना तोंड द्यावे लागते. पर्यावरणामुळे व्यवसायामध्ये सातत्याने चढउतार होतात.

१०) पर्यवरणाद्वारे व्यवसायाची रचना तयार होते.

पर्यावरणामुळे व्यावसायिकांना विशिष्ट पद्धतीने कार्य करण्याची सवय लागते. त्यामुळे कामामध्ये शिस्त लागते, त्यामुळे व्यवसायाची कार्ये सुरळितपणे आणि सुलभतेने पार पाडली जातात.

४.३ व्यवसायिक पर्यावरणाचे महत्त्व

व्यावसायिक पर्यावरणाची संकल्पना विचारात घेताना व्यावसायिक पर्यावरणाचे महत्त्व स्पष्ट करणे महत्त्वाचे आहे. २१ व्या शतकात व्यवसायाच्या दृष्टीने तर पर्यावरणाचे महत्त्व अधिकच आहे. व्यवसायाच्या वाढीच्या व प्रगतीच्या दृष्टीने पर्यावरणाचे घटक अनुकूल असणे आवश्यक असते. विशेषतः जागतिकीकरणामुळे संपूर्ण जग ही एक बाजारपेठ झालेली आहे. मोठ्या प्रमाणावरील स्पर्धेमुळे व्यवसाय पर्यावरणाला महत्त्व प्राप्त झाले. त्यामध्ये खालील घटकांचा समावेश होतो.

१) **संघटनात्मक बांधणी :** कोणताही व्यवसाय योग्यरितीने चालवण्यासाठी आवश्यक कच्चा माल व पुरेसे व स्वस्त श्रमिक उपलब्ध होतील काय? पुरेसे पाणी व व्यवसायाच्या प्रकारानुसार योग्य पर्यावरण आहे काय? या सर्वांची संघटनात्मक बांधणी योग्यरितीने केल्याशिवाय व्यवसाय यशस्वी होणार नाही. म्हणजेच व्यवसाय यशस्वी होण्यासाठी व्यवसायाची संघटनात्मक बांधणी करणे आवश्यक आहे.

२) **व्यवसायाचे सुस्पष्ट ज्ञान :** पर्यावरणाच्या विश्लेषणाने व्यवसायकाला त्याच्या व्यवसायाचे उपयुक्त व सुस्पष्ट असे चित्र तयार करता येते. तसेच व्यवसायावर कोणत्या महत्त्वाच्या घटकाचा परिणाम होतो याचा अभ्यास करता येतो. त्यामुळे व्यवसाय कायदेशीर चालविणे शक्य होते. म्हणजेच व्यवसायाचे सुस्पष्ट ज्ञान असल्याशिवाय व्यवसायाचे अपयश व धोके टाळण्यासाठी पर्यावरणाचे ज्ञान देखील आवश्यक ठरते.

३) **व्यवसायाचे सुयोग्य नियोजन :** माणसाच्या वाढत्या व विविध गरजा पूर्ण करण्यासाठी अनेक व्यवसाय सुरू करावे लागतात. तसेच नवीन व्यवसाय सुरू करण्याचे नियोजन करावे

लागते. त्यासाठी पर्यावरणाच्या माहितीचा अभाव असल्यास सुयोग्य नियोजन करणे कठीण असते. उदा. भारतातील गांधी टोपी तयार करण्याचा व्यवसाय तेव्हा उद्योगपतीने बदलत्या परिस्थितीनुसार व मानवाच्या बदलत्या मागणीनुसार नवीन व्यवसायाचे नियोजन करावे लागते. अशा व्यवसायाच्या नियोजनासाठी पर्यावरणाच्या सर्व घटकांची योग्य ती माहिती असावी लागते. कारण व्यवसायाच्या सर्व प्रकारच्या घटकावर आणि त्यांच्या दिशेवर पर्यावरणाचे विविध घटक परिणाम करतात. म्हणून व्यवसायासाठी आवश्यक असणाऱ्या सर्व घटकांची परिपूर्ण माहिती असावी लागते. तरच व्यवसाय यशस्वी होण्यासाठी त्याचे योग्य नियोजन करणे महत्त्वाचे ठरते.

४) **पर्यावरण नवीन ज्ञान शाखा :** आधुनिक काळात व्यवसाय यशस्वी होण्यासाठी पर्यावरण या नवीन ज्ञान शाखेची आवश्यकता भासू लागली आहे. विशेषतः अनेक प्रगत देशात व्यवसायाच्या विविध क्षेत्रांचे पर्यावरण योग्यपणे अभ्यासले जाते. उदा. विपणन पर्यावरण, संघटनात्मक पर्यावरण, खरेदी विक्री पर्यावरण इ. सध्याच्या गतिमान युगात वेगाने होणाऱ्या पर्यावरणातील बदल स्विकारले नाही तर उद्योग बंद पडण्याचा धोका असतो. तो उद्योग स्पर्धा करू शकत नाही. म्हणजेच व्यवसाय यशस्वीपणे चालविण्यासाठी पर्यावरण ही गुरुकिल्ली आहे हे विचारात घ्यावे लागते.

५) **व्यवसाय विस्तार व विकास :** पर्यावरणाच्या ज्ञानाने कोणत्याही व्यवसायाचा विस्तार व विकास करून घेता येतो. व्यवसायाचा विस्तारात्मक विकासही विविध पर्यावरणीय घटकावर अवलंबून असतो. नवनवीन तंत्रज्ञानाच्या साह्याने व्यवसायात अनेक बदल घडवून आणता येतात. विशेषतः तंत्रज्ञानासह भांडवल स्पर्धा, कच्चा माल, इ. घटकांचाही व्यवसायाच्या विस्तारावर परिणाम होतो. म्हणजेच व्यवसायाचा विस्तार व विकास हा पर्यावरणामुळे शक्य होतो.

६) **योग्य धोरण :** कोणताही व्यवसाय यशस्वी करण्यासाठी योग्य धोरणाची आणखी करणे गरजेचे असते. कोणताही व्यवसाय हा समाजाशी निगडित असतो. जसजसा समाज विकसित होत जातो तसतसा व्यवसायाचा विकास होत असतो. त्यामुळे अनेक नवीन व्यवसाय सुरू केले जातात. संपूर्ण अर्थव्यवस्थेचा एक महत्त्वाचा घटक म्हणून व्यवसायाला कार्य करावे लागते. पर्यावरणाची क्षमता न घेता धोरण ठराविल्यास व्यवसाय बुडण्याचा धोका असतो. म्हणजेच व्यवसायाचे योग्य धोरण ठरविताना पर्यावरण हा घटक महत्त्वाचा ठरतो.

७) **प्रतिष्ठा प्राप्त होते :** पर्यावरणाचा अभ्यास करताना व्यावसायिक निर्णय घेणाऱ्या संस्थांना समाजात व देशात प्रतिष्ठा प्राप्त होते. कारण असे उद्योग परंपरेच्या त्यांच्या एकूण रचनेच्या, सांस्कृतिक मुल्यांचा, नैसर्गिक पर्यावरणाचा विचार करूनच व्यावसायिक निर्णय घेतले जातात. समाजातील विविध घटकाचे अस्तित्व विचारात घेऊनच त्यानुसार व्यवसाय चालविला जात असल्याने अशा व्यवसायाने समाजात प्रतिष्ठा मिळते. तसेच वाढत्या जनसंपर्कामुळे ग्राहकात व समाजात आत्मीयता निर्माण होते.

८) **योग्य व्यूहरचना :** कोणताही व्यवसाय चालविण्यासाठी त्याची व्यूहरचना योग्य असणे गरजेचे असते. पर्यावरणाचा योग्य अभ्यास केल्याने व्यवसायाला अतिशय फायदेशीर असे सरकारचे धोरण असले तर पर्यटन क्षेत्रात काम करणाऱ्या व्यवसायानी योग्य संधीचा पुरेपूर फायदा घेण्याच्या दृष्टीने व्युहरचना करता येते. त्यासाठी पर्यावरण विश्लेषणाचे व्यूहरचनेचे योग्य परिवर्तन महत्त्वाचे ठरते.

९) **व्यवसायाचे आव्हान स्विकारणे :** व्यवसाय चालविताना अनेक आव्हाने निर्माण होतात. पर्यावरणामुळे आव्हाने स्विकारणे सोपे जाते. पर्यावरणाने व्यावसायिकांना सुसंधी व धोक्याची जाणीव

होते तसेच भविष्यात निर्माण होणारे धोके व संधी याचे चित्र देखील पाहता येते. पर्यावरण व व्यवसाय याचा नैसर्गिक संबंध देखील पाहता येतो. तंत्रज्ञानाच्या पर्यावरणाचे वर्तमानकालीन व भविष्यकालीन व्यवसायातील संधी व धोके जाणून घेता येतात. पर्यावरणाच्या विश्लेषणाचा महत्त्वाचा फायदा म्हणजे धोक्याची ओळख करून घेता येते.

१०) **इतर महत्त्व :** पर्यावरणामुळे व्यावसायिक निर्णय घेणाऱ्या उद्योग संस्थांना व व्यवस्थापकांना नेहमीच महत्त्वपूर्ण दक्ष व गतीशील राहावे लागते. त्यामुळे उद्योगाच्या पर्यावरणाचे परिवर्तन समजण्यास मदत होते. त्याचप्रमाणे सतत बदलणारे शासन, शासनावरील बाह्य शक्तीचा दबाव, कामगार संघटनेचा नकारात्मक दृष्टिकोन इ. दृष्टिकोनांतून अनेक प्रश्न निर्माण होतात. विशेषतः भांडवल, बाजारातील व बाजारपेठेतील येऊ घातलेल्या बदलांना सामोरे जाण्यासाठी योग्य ती व्यूहरचना करता येते. मानवी संसाधनाचा पुरेपूर उपयोग करून घेऊन व्यावसायिक विकास करणे व्यावसायिक पर्यावरणामुळे शक्य होते.

४.४ व्यवसाय आणि पर्यावरण यांचे अंतर्गत संबंध

(Inter-relationship between business and Environment)

व्यावसायिक पर्यावरण व व्यवसाय हे दोन घटक भिन्न आहेत. परंतु व्यवसायाच्या सर्व बाबींवर पर्यावरणाचा प्रभाव पडत असतो. हा प्रभाव चांगला की वाईट तसेच तो प्रत्यक्ष की अप्रत्यक्ष किंवा कमी की जास्त असू शकतो. व्यावसायिक पर्यावरण हे व्यवसायासाठी एक चौकट निर्माण करीत असते व ती चौकट व्यवसायाला स्विकारावी लागते. पर्यावरणाचे व्यवसायावर बहुविध संमिश्र व गुंतागुंतीचे परिणाम होत असतात.

विविध पर्यावरणाच्या घटकाच्या मर्यादेतच व्यवसाय कार्य करीत असतो. आर्थिक, राजकीय, सामाजिक, तांत्रिक व नैसर्गिक घटकाचा व्यवसायावर सतत परिणाम होत असतो. साधारणपणे व्यवसाय व पर्यावरण यांच्यामध्ये तीन प्रकारचे संबंध असल्याचे दिसून येते ते खालीलप्रमाणे.

१) **व्यवसायाच्या क्रिया :** व्यवसायामध्ये उत्पादन, विपणन, कर्मचारी व वित्त या चारीही क्रियांवर पर्यावरणाचा परिणाम होतो. विशेषतः उत्पादन व विपणन या क्रियांवर होणारे परिणाम गांभीर्याने घ्यावे लागतात. कारण उत्पादन व विपणन या क्रिया बाह्य पर्यावरणाशी निगडित असतात. विपणन क्रिया व्यवसायाच्या दृष्टीने महत्त्वाची म्हणून त्या क्रियेवर पर्यावरणातील सर्व घटकांचा परिणाम होतो.

२) **व्यवस्थापकीय क्रिया :** व्यवसायाचे नियोजन, संघटन निर्देशन व नियंत्रण या सर्व व्यवस्थापकीय कार्यांवर पर्यावरणाचा प्रभाव पडत असतो. त्यामध्ये नियोजन भविष्यकाळाशी संबंधीत असल्याने अनुमाने, योजना उद्दिष्टये, ध्येय धोरणे, व्युहरचना कार्यक्रम वेळापत्रक या सर्व घटकांवर पर्यावरणाचा सर्वात जास्त प्रभाव पडतो. निर्णय घेण्याच्या कार्यावर सुद्धा पर्यावरणाचा परिणाम होतो. तसेच संघटन निर्देशन, नियंत्रण या कार्यावर सुद्धा पर्यावरणाचा परिणाम होतो. तसेच संघटन निर्देशन, नियंत्रण या कार्यावर अंतर्गत पर्यावरणाचा जास्त प्रभाव पडतो.

३) **व्यवसायाचे अस्तित्व :** व्यावसायिक पर्यावरणाचा व्यवसायाचे अस्तित्व, विकास, स्पर्धा शक्ती व स्थैर्य या सर्व बाबींवर परिणाम होत असतो. पर्यावरणातील काही बदलांवर व्यवसायाचे अस्तित्व धोक्यात येऊ शकते. तर काही वेळा व्यवसायाच्या विकासाला भरपूर संधी व वाव मिळू शकतो.

munotes.in

व्यवसाय व पर्यावरण यातील अंतर्गत संबंध

बाह्य पर्यावरण	व्यवसाय			अंतर्गत पर्यावरण
बदल	उत्पादन	नियोजन	अस्तित्व	मूळ पद्धती
घटना	विपणन	निर्णय	विकास	उद्दिष्टे
घडोमोडी	वित्त	संघटन	विस्तार	व्यवस्थापन रचना
प्रभाव घटक	कर्मचारी	निर्देशन	स्पर्धाशक्ती	मानवी संसाधने
		नियंत्रण	स्थैर्य	कंपनी प्रतिमा

वरील सर्व घटकांचा व्यवसायावर पर्यावरणाचा संबंध अधिक स्पष्ट होत आहे. त्यामुळे बाह्य व अंतर्गत घटक व्यवसायासाठी व पर्यावरणासाठी महत्त्वाचे असतात.

आपली प्रगती तपासा.

१) व्यावसायिक पर्यावरण म्हणजे काय ते सांगून व्यावसायिक पर्यावरणाचे महत्व विशद करा?

४.५ व्यावसायिक पर्यावरणाचे घटक (Constituents of Business Environment - Internal and external environment) :

व्यावसायिक पर्यावरण

अंतर्गत पर्यावरण ↓ **बाह्य पर्यावरण**

	अंतर्गत पर्यावरण	बाह्य पर्यावरण	
१.	१. मूल्य पद्धती	सूक्ष्म (कार्य क्रिया)	स्थूल (सर्वसाधारण पर्यावरण)
२.	२. जिवितकार्य व उद्दिष्टे	पर्यावरण	
	३. व्यवस्थापनाची रचना/स्वरूप	१. ग्राहक	१. आर्थिक घटक
	४. अंतर्गत अधिकार संबंध	२. पुरवठादार	२. सामाजिक सांस्कृतिक घटक
	५. कंपनीची प्रतिमा व चिन्ह लौकिक	३. स्पर्धक	३. लोकसंख्याशास्त्रविषयक घटक
	६. भौतिक मालमत्ता /सुविधा	४. जनता (लोक)	४. राजकीय/सरकारी घटक
	७. संशोधन व विकास आणि	५. भांडवलदार	५. नैसर्गिक घटक
	तंत्रज्ञांनविषयक कार्यक्षमता	६. विपणन	६. तंत्रविद्याविषयक घटक
	८. मानव साधनसंपत्ती मध्यस्थ	मध्यस्थ	७. जागतिक घटक
	९. बाजारविषयक कार्यक्षमता		८. कायदेविषयक घटक
	१०. वित्तीय घटक		बाजारपेठ

munotes.in

★ अंतर्गत पर्यावरण

पर्यावरणाचा विचार करताना उद्योग संस्थेमध्ये पर्यावरण हा घटक यश मिळविण्यासाठी आवश्यक असतो. व्यवसाय अंतर्गत जे घटक नियंत्रित केले जाऊ शकतात, त्याला अंतर्गत घटक असे म्हटले जाते. अंतर्गत पर्यावरणामुळे या घटकावरती पूर्णतः नियंत्रण ठेवता येते. या दृष्टिकोनातून अंतर्गत पर्यावरण हा भाग महत्त्वाचा ठरतो. त्या दृष्टिकोनास अंतर्गत पर्यावरण यामध्ये खालीलप्रमाणे घटकांचा प्रभाव ठरतो.

१) **मूल्य पद्धती :** व्यावसायिक धोरणे ठरविताना विस्तृत मूल्यपद्धती व उद्योगावर मार्गदर्शन करणाऱ्या घटकांची आवश्यकता असते की जी संघटनेची मूल्य पद्धतीत भागीदारी करीत असतात. कारण या मूल्यपद्धतीवर व्यवसायाचे यश अवलंबून असते. उदा. टाटा, बिरला, जैन, बजाज, किर्लोस्कर, अंबानी, फिर्यादीय इ. कुटुंब समुह असून त्यांनी त्यांची स्वतःची विचारप्रणाली व मूल्यपद्धती विकसित केली आहे. त्यामुळे ती कुटुंबे आपआपल्या उद्योगाचे व्यवस्थापन करीत असतात. म्हणजेच मूलपद्धतीचा व्यवसायाच्या क्रियांवर व कार्यावर फार मोठा प्रभाव पडत असतो.

२) **जीवित कार्य आणि उद्दिष्टे :** व्यवसाय संस्थेमध्ये पूर्व निर्धारित उद्दिष्टे व कार्ये असतात. या उद्दिष्टांवर व कार्यावर व्यवसायाच्या विकासाची दिशा व व्यावसायिक तत्त्वज्ञान, व्यावसायिक ध्येयधोरणे, व्यावसायिक व्यूहरचना इ. घटकांवर परिणाम होत असतो. त्यामुळे व्यवस्थापकीय कार्याची दिशा ठरवित असताना उद्दिष्टे देखील महत्त्वाची ठरतात. या घटकांचा परिणाम अंतर्गत पर्यावरणावर होत असतो.

३) **व्यवस्थापनाची रचना/स्वरूप :** व्यवस्थापनेची रचना विचारात घेताना कंपनीच्या भागधारकांची रचना संचालक मंडळाची रचना, संघटन रचना तसेच व्यवस्थापनाचा दृष्टिकोन इ. घटक विचारात घेतले जातात. व्यवसाय संबंधी कोणताही निर्णय घेताना वरील घटकांची रचना विचारात घेऊन निर्णय घेतले जातात. कारण भागधारक संचालक जसे महत्त्वाचे असतात तसेच व्यवस्थापन देखील महत्त्वाचे असते. म्हणजेच या सर्व घटकांचा प्रभाव व्यवस्थापनेच्या रचनेवर होत असतो.

४) **अंतर्गत अधिकार संबंध :** भागधारक व संचालक मंडळ व व्यवस्थापन व्यवस्थापक व सहाय्यक अधिकारी वर्ग पर्यवेक्षक व कर्मचारी वर्ग या सर्वांमध्ये परस्पर अंतर्गत अधिकार संबंध प्रस्थापित झालेले असतात. या सर्वांचा परिणाम व्यवसायाच्या क्रियांवर व कार्यांवर पडत असतो. म्हणजेच संचालक मंडळानी घेतलेल्या निर्णयाची अंमलबजावणी व्यवस्थापक व कर्मचारी वर्गामार्फत पूर्ण केले जाऊ शकते. म्हणजेच या घटकांमध्ये अंतर्गत अधिकार संबंध महत्त्वाचे ठरतात.

५) **कंपनीची प्रतिमा व चिन्ह लौकिक :** कंपनीची प्रतिमा व नाव लौकिक हे दोन्ही घटक महत्त्वाचे ठरतात. कारण जेव्हा भांडवलाची निर्मिती होऊन जोखीम स्विकारून नवनवीन उत्पादन करून नवनवीन बाजारपेठा प्राप्त करून खरेदी विक्रीत वाढ करून कंपनीची प्रतिमा व नाव लौकिक वाढवण्याचा प्रयत्न पर्यावरणामुळे होतो.

६) **भौतिक मालमत्ता/सुविधा** : व्यवसायामध्ये उत्पादन कार्य करण्याआधी भौतिक सोयी व संसाधने महत्त्वाची ठरतात. उत्तपादनासाठी लागणारी यंत्रसामुग्री, यंत्रे, उपकरणे, तंत्रे, गुदाम, सुविधा इ. घटकांचा व्यवसायाच्या कार्यावर परिणाम होत असतो. उदा. औषध निर्माण करणाऱ्या उद्योगात दर्जा हा अत्यंत महत्त्वाचा असतो.

७) **संशोधन व विकास आणि तंत्रज्ञानविषयक कार्यक्षमता :** व्यवसायातील संशोधनाचे कार्य वस्तूविकास प्रगत तंत्रज्ञान गुणवत्ता नियंत्रण इ. सर्व घटकांचा व्यवसायाच्या उत्पादन व विपणन कार्यावर परिणाम होत असतो.

८) **मानवी साधन संपत्ती :** अंतर्गत पर्यावरणामध्ये कौशल्य व दर्जा कार्यक्षमता, मनोधैर्य, शिस्त, दृष्टिकोन, सांघिक भावना इ. सर्व घटकांचा व्यवसायावर परिणाम होत असतो. म्हणजेच काही संघटना मानवी संसाधनामुळे व कर्मचाऱ्यांमुळे यशस्वी होऊ शकतात.

९) **बाजारविषयक कार्यक्षमता :** अंतर्गत पर्यावरणामध्ये व्यवसायाची विपणन यंत्रणा विक्री, संघटन विक्री दलाचे प्रशिक्षण, वितरण जाळे, विपणन सुविधा इ. सर्व घटकांचा बाजारपेठेच्या कार्यक्षमतेवर परिणाम करीत असतात. त्यामुळे नावलौकिक वाढ होऊन व्यवसाय संस्था यशस्वी होऊ शकते.

१०) **वित्तीय घटक :** व्यवसाय संस्थेमध्ये वित्तीय धोरण, वित्तीय स्थिती, आर्थिक स्थिती, भांडवलाची संरचना, भांडवलाची उपलब्धता इ. सर्व घटक महत्त्वाचे असतात. या सर्व घटकांचा व्यवसायाच्या क्रियांवर व कार्यावर परिणाम होत असतो.

★ बाह्य पर्यावरण -

व्यवसाय संस्थेच्या दृष्टीने बाह्य पर्यावरण हा घटक अधिक महत्त्वाचा असतो. कारण या पर्यावरणाचा परिणाम व्यापक व दीर्घकालीन असतो, तसेच या पर्यावरणावर कोणतेही नियंत्रण आणू शकत नाहीत. याचे प्रामुख्याने दोन प्रकारात वर्गीकरण केले जाते. त्यामध्ये अ) सूक्ष्म पर्यावरण ब) स्थूल पर्यावरण हे होय.

अ) **सूक्ष्म पर्यावरण** : सूक्ष्म पर्यावरणामध्ये व्यवसायाच्या कार्यपद्धतीवर व धोरणावर सूक्ष्म पद्धतीने परिणाम होत असतो. या पर्यावरणाला सूक्ष्म पर्यावरण असे म्हणतात. या पर्यावरणामध्ये पुरवठादार, बाजारपेठ मध्यस्थ स्पर्धक, ग्राहक व जनता इ. चा समावेश होतो ते घटक खालीलप्रमाणे :-

१) **ग्राहक -** व्यवसाय संस्थेच्या यशामध्ये व विकासामध्ये ग्राहक हा महत्त्वाचा घटक आहे. कारण ग्राहक हा बाजारपेठेचा राजा समजला जातो. ग्राहकांच्या आवडीनिवडी, त्यांची विचारसरणी ग्राहकांचे मानसशास्त्र, व्यक्तीगत अंदाजपत्रक, खरेदी प्रेरणा इ. घटकांचा व्यवसायाच्या विक्रीवर परिणाम होत असतो. कारण ग्राहकांची आवडनिवड भिन्नभिन्न असते. त्याचा पर्यावरणावरती परिणाम होत असतो.

२) **पुरवठादार :** व्यवसाय संस्थेसाठी लागणाऱ्या विभिन्न प्रकारच्या सामुग्रीचा पुरवठा पुरवठादाराकडून नियमितपणे होणे आवश्यक ठरते. यामध्ये यंत्रसामुग्री, उपकरणे, कच्चा माल, अर्धपक्का माल, सुट्टे भाग इ. सामुग्रीचा नियमित पुरवठा झाल्यास उत्पादनात सातत्य राखून उत्पादनाचे प्रमाण वाढवता येते. त्यामुळे पुरवठादाराची कार्यक्षमता, तत्परता, सहकार्य, प्रामाणिकपणा या सर्व गोष्टींचा व्यवसायावर परिणाम होत असतो.

३) **स्पर्धक :** व्यवसाय संस्थेमध्ये उत्पादन केल्यानंतर त्याची विक्री बाजारपेठेत करावी लागते. बाजारपेठेतील स्पर्धकांचे स्वरूप त्यांची संख्या त्याची स्पर्धाशक्ती, आर्थिक कुवत, विक्री यंत्रणा, स्पर्धकांची धोरणे, व्युहरचना, उत्पादन तंत्र, स्पर्धक वस्तूंची किंमत, बाजारपेठेतील

munotes.in

स्पर्धकांचा वस्तू विक्रीचा हिस्सा, स्पर्धकांचे वस्तूंचे चिन्ह, प्रतिमा इ. सर्व घटकांचा व्यवसायाच्या कार्यावर परिणाम होत असतो. उदा. व्यवसाय संस्थेचे उत्पादन टी.व्ही.चे असेल तर इतर टी.व्ही. उत्पादकांची स्पर्धा असते. त्यामध्ये टू इन वन, थ्री इन वन यांसारखे असंख्य पर्याय असतात. त्यामुळे स्पर्धकांतील गुणघटक विचारात घेऊन आपल्या वस्तूची निर्मिती केली जाते.

४) **जनता (लोक) :** जनता म्हणजेच लोकांचा व्यवसायाशी वेगवेगळ्या प्रकारे संबंध येत असतो. जनतेमध्ये व्यवसाय संस्थेचे संभाव्य ग्राहक हितचिंतक असतात. त्यामुळे जनतेची व्यवसायाबद्दल असणारी आस्था, आदरभाव, आपलेपणा इ. घटकांचा व्यवसायावर प्रभाव पडू शकतो. म्हणून जनता म्हणजे कोणताही गट की त्याचे हित साधण्यासाठी प्रत्यक्षतः किंवा अव्यक्त हितासाठी संघटनात्मक प्रयत्न अपेक्षित असतात. म्हणजेच जनतेमुळे व्यवसाय संस्थेला नाव लौकिक प्राप्त होतो.

५) **भांडवलदार** : भांडवलदार हा घटक देखील सूक्ष्म पर्यावरणातील महत्त्वाचा घटक होय. कारण वित्तीय घटकाशिवाय व्यवसाय संस्थेची ध्येयधोरणे आणि व्युहरचनेची आखणी करून त्याची प्रत्यक्षात अंमलबजावणी करता येत नाही. त्यामुळे भांडवलदार हा घटक व्यवसायावर परिणाम करीत असतो.

६) **विपणन मध्यस्थ** : विपणन मध्यस्थ हा व्यवसायाशी निगडित असा घटक आहे. कारण विपणन मध्यस्थामार्फत वस्तू प्रत्यक्ष ग्राहकापर्यंत म्हणजेच उपभोक्त्यापर्यंत पोहोचविण्याचे कार्य केले जाते. तसेच वस्तूची विक्री व विपणन व्यवस्था देखील मध्यस्थामार्फत केली जाते. यामध्ये घाऊक व्यापारी, किरकोळ व्यापारी, अभिकर्ते दलाल, व्यापारी एजंट यासारख्या मध्यस्थांचा समावेश असतो. या मध्यस्थांची क्षमता ग्राहक संबंध, विक्री धोरणे, विक्री यंत्रणा, बाजारपेठेतील ज्ञान या सर्व घटकांचा परिणाम विपणन कार्यावरती होत असतो. त्यामुळे हा घटक देखील महत्त्वाचा ठरतो.

ब) **स्थूल पर्यावरण :** व्यवसाय संस्थेमध्ये स्थूल पर्यावरण हे सर्वात महत्त्वाचे असून स्थूल पर्यावरण म्हणजे व्यवसायाचे नियोजन, धोरणे, योजना व कार्यपद्धती यावरती अप्रत्यक्ष प्रभाव पडत असतो. यामध्ये लोकसंख्याविषयक आर्थिक, नैसर्गिक, तांत्रिक, राजकीय व सांस्कृतिक धोरणाचा समावेश आसू शकतो. सूक्ष्म पर्यावरणापेक्षा स्थूल पर्यावरण आधिक महत्त्वाचे असून ते अनियंत्रित असते. त्यामुळे स्थूल पर्यावरण अनियंत्रित होतात. तेव्हा व्यवसाय संस्थेचे यश त्याच्या पर्यावरणाच्या परिस्थितीशी अवलंबून असते. या पर्यावरणामध्ये १) आर्थिक पर्यावरण २) सामाजिक/सांस्कृतिक पर्यावरण ३) लोकसंख्या विषयक पर्यावरण ४) राजकीय सरकारी पर्यावरण ५) नैसर्गिक पर्यावरण ६) तंत्रविद्याविषयक पर्यावरण ७) कायदेविषयक पर्यावरण ८) बाजारपेठेविषयक पर्यावरण ९) जागतिक पर्यावरण इ. घटकांचा समावेश होतो. या सर्व घटकांची माहिती खालीलप्रमाणे.

१) **आर्थिक पर्यावरण :** आर्थिक पर्यावरण हा स्थूल पर्यावरणातील सर्वात महत्त्वाचा घटक होय. कारण व्यवसायावर आर्थिक वैशिष्ट्ये व आर्थिक धोरणाचा परिणाम होत असतो. त्यामध्ये देशाची आर्थिक धोरणे, आर्थिक क्षेत्र, आर्थिक परिस्थिती, आर्थिक नियोजन इ. घटक महत्त्वाचे ठरतात. तसेच खाजगीकरण, उदारीकरण, जागतिकीकरण, राष्ट्रीयकरण या धोरणासह उद्योग व्यापार चलन इ. धोरणाचा समावेश होतो.

आर्थिक धोरणामध्ये आर्थिक परिस्थितीचा विचार करून उत्पादन निर्देशांक, राज्याची आर्थिक स्थिती, अनुदाने, कर सवलती, करापासून मिळणारे उत्पन्न, इतर सोयी सवलती इ.

घटकांचा व्यवसायावर परिणाम होत असतो. तसेच बँकिंग, कर्जपुरवठा करून नियंत्रण विदेशी बँकेची कर्ज, जागतिक बँकाकडून मिळणारी कर्जे इ. घटकांचा परिणाम व्यवसायावर होत असतो. तसेच आर्थिक नियोजनामध्ये पंचवार्षिक योजनेचा समावेश होतो. त्यामुळे आर्थिक पर्यावरणाचा व्यवसायावर प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष व्यापक व दीर्घकालीन प्रभाव पडत असल्यामुळे आर्थिक पर्यावरण महत्त्वाचे ठरते. कारण जागतिकीकरणामुळे बाजारपेठ विस्तृत झालेल्या असल्यामुळे आर्थिक पर्यावरण महत्त्वाचे ठरते.

२) **सामाजिक/सांस्कृतिक पर्यावरण :** सामाजिक व सांस्कृतिक पर्यावरणाचा व्यवसायावर परिणाम होत असतो. कारण व्यवसायाची काही सामाजिक उद्दिष्टे असतात. तसेच परदेशाच्या सांस्कृतिक पर्यावरणाचा विविध मार्गाने व्यवसायावर परिणाम होत असतो. यामध्ये कामगारांचा दृष्टिकोन, कामगार व्यवस्थापन संबंध, सरकार व्यावसायिक संबंध, उपक्रमात्मक स्वरूप आणि दृष्टिकोन राजकीय तत्त्वज्ञान आणि पद्धती कायदेशीर पर्यावरण, व्यावसायिक नीतिमत्ता, शासन व शासकीय धोरणे इ.चा त्यांच्या समाजावर परिणाम होत असतो. कारण लोकांची जीवनशैली बदलल्यास अनेक वस्तूंच्या मागणीवर त्याचा चांगला वाईट परिणाम होत असतो. सामाजिक एकोपा, ऐक्य, सामंजस्य व सलोखा या घटकाचा सुद्धा व्यवसायाच्या विकासावर परिणाम होत असतो.

सांस्कृतिक पर्यावरण हे सुद्धा महत्त्वाचे असून सांस्कृतिक पर्यावरणामध्ये लोकांचा धर्म, प्रथा परंपरा, चालीरिती, सण, उत्सव, धार्मिक विधी, धार्मिक नियम, जीवनपद्धती, समारंभ पद्धती, प्रार्थना पद्धती इ. घटकांचा या पर्यावरणामध्ये समावेश केला जातो. उदा. म्हणून विशिष्ट सणाला विशिष्ट वस्तूची मागणी निर्माण केली जाऊ शकते. थोडक्यात भारतीय लोक काळा रंग अशुभ मानतात तर मुस्लीम समाज हिरवा रंग शुभ मानतात. हॉलंडमध्ये निळा रंग बायकी मानला जातो तर स्वीडनीमध्ये हा रंग पुरुषी समजला जातो. परिणाम सांस्कृतिक पर्यावरणाचा व्यवसायावर परिणाम होऊ शकतो.

३) **लोकसंख्या विषयक पर्यावरण :** लोकसंख्याविषयक पर्यावरण हा महत्त्वाचा घटक असून तो सामाजिक पर्यावरणाचा भाग समजला जातो. लोकसंख्या विषयक पर्यावरणात लोकांचे आकारमान, लोकसंख्या वाढीचा दर, वयाची रचना, कुटुंबाचे आकारमान, कुटुंबाचे आयुर्मान, कुटुंब नियोजन कार्यक्रम, उत्पन्न पातळी धर्म इ. घटकाचा व्यवसायावर परिणाम होत असतो. कारण प्रत्येक देशात लोकसंख्या पर्यावरण वेगवेगळे असू शकते. लोकसंख्याविषयक पर्यावरणाच्या विविधतेच्या कारणाने बाजारपेठेत व्युहरचनेची आणखी करणे गरजेचे असते . कारण विविध देशांतील नसलेली लोकसंख्येची तफावत दिसून येते. या पर्यावरणात्मक घटकाचा व्यवसायाच्या उत्पादन, विपणन, वित्त व कर्मचारी या घटकांवर प्रभाव पडत असतो. म्हणजेच विकसनशील देशातील लोकसंख्येतील वाढ व उत्पन्नातील वाढ, भविष्यकालीन देशातील लोकसंख्येतील वाढ व उत्पन्नावरील वाढ भविष्यकालीन बाजारपेठेसाठी आकर्षित केली जाते.

विकसनशील देशातही लोकसंख्यावाढीच्या दरात घट होत असून त्याचा परिणाम व्यवसायावरती होत असतो. भारतात सुद्धा कुटुंब नियोजन कार्यक्रमामुळे जन्म दराचे प्रमाण कमी झाल्याचे दिसून येते. त्याचा परिणाम व्यवसायावरती होतो.

४) **राजकीय/सरकारी पर्यावरण :** राजकीय पर्यावरणाचा देखील व्यावसायिक ध्येयधोरणे ठरवित असताना परिणाम होत असतो. भारतातील राजकीय पक्ष, राजकीय पक्षाची ध्येयधोरणे, राजकीय पक्षाची विचारसरणी, राजकीय घडामोडी, राजकीय राजकारण, राजकीय निर्णय, राजकीय पक्षाचे सरकार, राजकीय आंदोलने या घटकांचा राजकीय पर्यावरणामध्ये समावेश होत

असतो. काही राजकीय पक्षांची विचारसरणी भांडवलशाही असू शकते तर काहींची समाजवादी असू शकते. राजकीय घडामोडीमुळे सरकारचे अस्तित्व धोक्यात येऊन केंद्रात अस्थिरता निर्माण होऊ शकते. सर्व अर्थव्यवस्थेत राज्य म्हणजे सरकार अतिशय कार्यात्मक भूमिका पार पाडत असते. म्हणजेच भारतीय जनता पक्षाची विचारसरणी भांडवलशाही स्वरूपाची असल्याने त्यांनी खाजगीकरणाला जास्तीत जास्त भाव देण्याचे धोरण स्विकारले. तर काँग्रेसची विचारसरणी जागतिकीकरणाचे धोरण स्विकारून भारतीय अर्थव्यवस्था खुली केली. त्यामुळे व्यवसाय क्षेत्रात स्पर्धात्मक वातावरण निर्माण होऊन उद्योगधंद्याच्या विकासाला गती प्राप्त झाली. म्हणजेच प्रत्येक राजकीय पक्षाची विचारसरणी व ध्येय धोरणानुसार निर्णय घेत असतो . कारण राजकीय पर्यावरण अनुकूल रहावे यासाठी काही मोठे उद्योग समुह प्रयत्नशील राहतात. त्याचा फायदा उद्योगधंद्याला होत असतो.

भारतातील सरकारच्या भूमिकेवर भारतीय घटनेची तत्त्वे व तरतूदी यांनी मार्गदर्शन केलेले शासन असते. राज्याचे धोरण अधिकृत तत्त्वे ज्यामध्ये आहे त्यामध्ये सामाजिक, आर्थिक कल्याण साधण्याचा प्रयत्न केला जातो. तसेच न्यायमंडळे कार्यकारी संस्था व कायदे मंडळे यांच्या शक्तीचे विभाजन केले जाते. १९९१ पासून भारताने खाजगीकरणाचे धोरण स्विकारल्यामुळे उद्योगधंद्याच्या वाढीस चांगलाच परिणाम झाल्याचे दिसून येते. तसेच विदेशी गुंतवणूकदेखील मोठ्या प्रमाणात औद्योगिक क्षेत्रात झालेली दिसून येते. म्हणजेच सरकारी ध्येयधोरणाचा परिणाम उद्योधंद्याच्या विकासावरती होत असतो. भारताने देखील खाजगीकरण, उदारीकरण, जागतिकीकरणाची भूमिका स्विकारून मोठमोठ्या उद्योगधंद्यांना खाजगीकरणास वाव देण्याचे धोरण राजकीय पक्षाचे दिसून येते. म्हणजेच विकसित देशापेक्षा विकसनशील देश उद्योग व व्यापाराची भूमिका अर्थव्यवस्थेच्या विकासासाठी महत्त्वाची ठरते. यावरून राजकीय पर्यावरणाचा कितपत प्रभाव पडतो हे दिसून येते.

५) **नैसर्गिक पर्यावरण :** नैसर्गिक पर्यावरण हा व्यावसायिक पर्यावरणामधील सर्वात महत्त्वाचा घटक होय. निसर्गाद्वारे निर्माण होणारे घटक व घटना म्हणजेच नैसर्गक पर्यावरण होय. यामध्ये भौगोलिक परिसरात्मक व भूपृष्ठरचना विषयक पर्यावरणाचा समावेश होतो. नैसर्गिक पर्यावरणाने समाजातील कार्य कसे चालते व संस्था कशी कार्य करते हे दिसून येते. समाजात व्यवसायाच्या विकासासाठी जे मूलभूत घटक आवश्यक असतात त्यामध्ये भौगोलिक व परिस्थितीजनक घटक जितके महत्त्वाचे असतात तितकेच नैसर्गिक घटक देखील महत्त्वाचे असतात. उदा. नैसर्गिक साधनसामुग्रीची उपलब्धता, हवामानविषयक स्थिती, प्रदेशाची रचना जागतिक स्थिती, स्थान, निर्मितीचे स्वरूप इ. घटकांचा व्यवसायाशी संबंध येत असतो. भौगोलिक व परिस्थितीजनक परिस्थितीचा उद्योगाच्या स्थान निश्चितीवर परिणाम होत असतो. उदा. ज्या ठिकाणी साखर कारखान्याची निर्मिती झालेली असते त्या ठिकाणी कच्चा माल म्हणजे ऊस उत्पादन क्षेत्र विपूल प्रमाणात असते.

हवामानाचा देखील उद्योगाच्या स्थानावर परिणाम होत असतो. उदा. कापड उद्योग ज्या ठिकाणी असेल त्या ठिकाणचे हवामान कापड उद्योगाला पूरक असे असते. पर्जन्यमान जास्त असलेल्या लोकांच्या गरजा या उष्ण तापमान असलेल्या प्रदेशातील लोकांपेक्षा वेगळ्या असू शकतात. म्हणजेच भूपृष्ठ रचनेमुळे लोकांच्या गरजा व मागण्या भिन्न भिन्न असतात व त्यांचा व्यवसायाच्या उत्पादनावर व विपणन कार्यावर परिणाम होत असतो.

आधुनिक काळात परिस्थितीजनक घटक अतिशय महत्त्वाचा ठरत आहे. कारण नैसर्गिक साधनसामुग्रीच्या परिस्थितीजनक समतोलातील बिघाडामुळे अनेक गंभीर समस्या निर्माण होतात. त्याचा परिणाम व्यवसायाच्या उत्पादनावर योग्य जतन करून, योग्य वापर करून वेगवेगळ्या उद्योगधंद्याची निर्मिती करून उद्योगधंद्याचा विकास साधला जातो. उदा. कच्चे लोखंड, कच्चे तेल इ. उपलब्ध होण्यावर नैसर्गिक साठे मर्यादित असून त्याचा वापर योग्य पद्धतीने झाल्यास दुचाकी किंवा चारचाकी वाहनाच्या बाजारपेठेवर काही संकटे येऊ शकतात. म्हणून उपलब्ध नैसर्गिक साधनसामुग्रीचा काटकसरीने उपयोग करून वेगवेगळ्या वस्तूंची निर्मिती करून त्याची विक्री वेगवेगळ्या बाजारपेठेत करण्यावर भर देणे आवश्यक आहे.

६) **तंत्रज्ञानविषयक पर्यावरण :** आधुनिक तंत्रज्ञानाचादेखील व्यवसायावर दीर्घकालीन व थेट परिणाम होऊ शकतो. उद्योग संस्थेच्या यशामध्ये तंत्रज्ञान हा घटक महत्त्वाचा असतो. प्रगत तंत्रज्ञानामुळे उत्पादने, बाजारपेठ, तंत्रज्ञान यांच्या सहकार्याने जीवन चक्र अल्पजीवी बनले आहे. म्हणजेच आजचे तंत्रज्ञान हे उद्या कालबाह्य ठरत आहे. नवनवीन तंत्रज्ञान प्रगत होत आहे. उत्पादन व सेवा उद्योग क्षेत्रात प्रगत तंत्रज्ञानाशी निगडित केवळ व्यवसाय क्षेत्रातच आहे. तर आर्थिक, सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक व लोकसंख्याविषयक अशा सर्व महत्त्वाच्या पर्यावरणावर सुद्धा त्याचा परिणाम होत आहे. त्या दृष्टीने तंत्रज्ञानविषयक पर्यावरण अधिक व्यापक ठरते.

तंत्रज्ञानामध्ये प्रगत वस्तू व सेवांचे उत्पादन व विभाजन करून चालत नाही. तर व्यावसायिक कौशल्य व तंत्रज्ञानाचा विचार करावा लागतो. आधुनिक काळात माहिती तंत्रज्ञानाचे महामार्ग निर्माण झालेले असून त्यामार्फत विपणन व वित्तीय बाजारपेठेचे दृश्य मोठ्या प्रमाणात रूपांतरित केले जाते. नवनवीन यंत्रे, उपकरणे, उत्पादन पद्धती, इलेक्ट्रॉनिक्स स्वयंचलित यंत्रणा, हत्यारे इ. बाबतीत सतत बदल होत असतात. या बदलाचा परिणाम उत्पादनावरती होत असतो. उदा. टेलिफोन ऐवजी मोबाईलची निर्मिती झाल्यामुळे मोबाईलमध्ये आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर केल्यामुळे त्याचे उत्पादन व विक्री वाढू शकते तसेच ते ग्राहकांना हाताळताना देखील सुलभ जाते.

तंत्रज्ञानविषयक घटकामुळे उत्पादनाचे स्वरूप प्रमाण व दर्जा यावर प्रभाव पडत असतो. उदा. जपानी उद्योगधंदे नवनवीन तंत्रज्ञानासाठी ओळखले जातात. कारण त्यामध्ये नवनवीन बदल केले जातात. काहीवेळा सरकारी धोरणाचाही तंत्रज्ञान पर्यावरणासाठी महत्त्वाची भूमिका असते. भारतातील परिस्थिती विचारात घेता प्रगत तंत्रज्ञानामुळे अनेक उद्योगधंद्यांसमोर अनेक आव्हाने निर्माण झालेली आहे. ते पार पाडण्याची जबाबदारी या उद्योगधंद्याची असते.

७) **कायदे विषयक पर्यावरण :** कायदेविषयक पर्यावरणामध्ये केंद्र व राज्य सरकारने केलेल्या व्यवसायविषयक कायद्याचा समावेश होतो. व्यवसायविषयक व औद्योगिक कायद्याचे तरतूदीचे पालन सर्व व्यवसाय संघटांनी करावे लागते. कायद्याच्या चौकटीत राहून आपली दीर्घकालीन उद्दिष्टे साध्य करण्याचा प्रयत्न व्यवस्थापनेला करावा लागतो. प्रत्येक व्यवसायाला कायद्याने घालून दिलेले निर्बंध विचारात घेऊन काम करावे लागते. त्यामुळे कायदेशीर पर्यावरण हा व्यावसायिक पर्यावरणाचा महत्त्वाचा घटक समजला जातो. व्यवसायाच्या उत्पादन खरेदी विक्री, या सर्व कार्याच्या बाबतीत विविध कायदे करण्यात आलेले आहेत. व्यवसायाच्या कार्यपद्धतीत योग्य नियंत्रित करण्यासाठी औद्योगिक क्षेत्राकडून समाज हिताला बाधा आणणाऱ्या व अपायकारक गोष्टींना प्रतिबंध करणाऱ्या वेगवेगळ्या कायदे कायदेशीर पर्यावरणातून दिसून येतात. औद्योगिक क्षेत्रात निर्माण होणारे तंत्र मिळविण्यासाठी वेगवेगळे कायदे करण्यात आलेले आहेत. तसेच भागधारक, ग्राहक, कर्मचारी व व्यापारामध्ये निर्माण होणारे तंटे मिटविण्यासाठी वेगवेगळे कायदे करण्यात आलेले आहेत.

भारतात भारत सरकारने व्यवसायाचे नियमन व नियंत्रण करण्यासाठी विविध कायदे केलेले आहेत. यामध्ये कारखाना कायदा, औद्योगिक धोरण व परवाना, मक्तेदारी प्रतिबंधक व्यापार पद्धती कायदे भांडवल उभारणी व शेअर बाजाराचे नियंत्रण कायदा परकीय गुंतवणूक व सहकार्य याबाबतचे कायदे, विदेशी चलन नियमन कायदा, उद्योगाचा विस्तार व नियमन याबाबतचे कायदे ग्राहक संरक्षणाचे कायदे, पर्यावरण संरक्षण कायदा इ. महत्त्वाचे कायदे औद्योगिक क्षेत्रावर परिणाम करीत असतात.

भारतात कायदेविषयक घटकांमधून प्रशासकीय कार्य पद्धती व नियम निर्माण होता. त्याचा व्यवसायाच्या क्रियांवर परिणाम होत असतो. सरकारच्या नवीन आर्थिक धोरणामुळे भांडवल बाजारात तेजी आलेली असून जागतिकीकरणाच्या प्रक्रियेला अधिक वाव मिळत आहे. म्हणजेच व्यवसायाला कायद्याच्या चौकटीत राहून कार्य करावे लागते.

८) **बाजार पेठ पर्यावरण :** बाजार पेठेमधील घटना, घडामोडी, बदल, चढउतार, स्पर्धा, स्पर्धक, स्पर्धेची तीव्रता, वस्तूची मागणी, ग्राहक वर्ग, वितरक, किरकोळ विक्रेते वस्तूची जाहिरात, विक्री, वृद्धी, योजना वस्तू भेद, पुरवठादार, वस्तूची प्रतिमा, वस्तू संशोधन विकास कार्यक्रम विक्री संघटन इ. घटकांचा या पर्यावरणामध्ये समावेश होतो. नव्याने बाजारपेठेत प्रवेश मिळविण्यासाठी वरील सर्व घटक महत्त्वाचे ठरतात. कारण आधुनिक काळात बाजारपेठेमध्ये असणारी तीव्र स्पर्धा तसेच व्यवसाय व्यवसायामध्ये असणारी तीव्र स्पर्धा याचा परिणाम व्यवसायावरती होत असतो. म्हणजेच बाजारपेठेतील स्पर्धा ही स्पर्धकामधील महत्त्वाचा घटक मानला जातो. कारण प्रत्येक स्पर्धक इतर स्पर्धकापेक्षा पुढे जाण्याचा प्रयत्न करत असतो. म्हणजेच अग्रभागी जाण्याचा व त्याद्वारे शिखरापर्यंत पोहचण्याच्या प्रक्रियेमध्ये दुसऱ्या स्पर्धकांना बाजूला सारण्यासाठी व्युहरचना व अन्य मार्गांचा अवलंब केला जातो. त्यामुळे बाजारपेठेतील स्पर्धा तीव्र व गळेकापू स्वरूपाची ठरते. उदा. स्कूटरच्या किंमतीत वाढ झाल्याने जे पर्यायी वस्तू मोपेडची मागणी वाढलेली आहे. म्हणजेच ग्राहकांची सौदा शक्ती पुरवठादारादाराची सौदा शक्ती, विक्री साखळीचे सहकार्य करत ठरतात प्रतिमा वस्तू विकास कार्यक्रम हे सर्व घटक पर्यावरणासाठी महत्त्वाचे ठणतात. म्हणून व्यावसायिकांनी बाजारपेठ पर्यावरणामध्ये योग्य अशी व्यूहरचना तयार करून वस्तू वेगवेगळ्या बाजारपेठेत विकण्याचा प्रयत्न केला जातो.

९) **जागतिक/आंतरराष्ट्रीय पर्यावरण :** आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामध्ये विभिन्न देशाचे एकमेकांशी संबंधविषयक असलेले पर्यावरण व जागतिक पर्यावरण या घटकांचा समावेश होतो. देशांतर्गत व्यवसायावर काही जागतिक घटकांचे परिणाम होत असतात. त्या जागतिक घटकांचा समवावेश व्यवसायाशी संबंधीत होत असून त्यामध्ये जागतिक व्यापार संघटनेची तत्त्वे व करार इतर आंतरराष्ट्रीय परिषद इ. आर्थिक व व्यवसायिक घटकांचा समावेश होत असतो. जागतिक व्यापार संघटनेची तत्त्वे आणि करार यांचा भारतीय व्यवसायाशी दूरगामी संबंध दिसून येतो. गॅट करारामधून अस्तित्वात आलेला जागतिक व्यापार संघटनेचे नियमन नियंत्रण इ. घटकांचा जागतिक पर्यावरणात समावेश होतो. उत्पादन पेटंटचा स्वीकार केल्यानंतर उदा. भारतीय औषध निर्माण उद्योगावर गंभीर परिणाम झालेले दिसून येतात. तसेच जागतिक व्यापार संघटनेचे आयात व गुंतवणूक उदारीकरणाचा कायदेशीर हुकूम दिल्याने स्पर्धात्मक पर्यावरणात वाढ झालेली दिसून येते.

विदेशी भांडवलासंबंधीचे धोरण आयात-निर्यात धोरण, विदेशी चलन, बहुराष्ट्रीय कंपन्या, सत्ताधारी पक्षाचे धोरण, विदेशी वस्तूबाबतचा दृष्टिकोन, बाजारपेठेतील घडामोडी, सरकारची हमी, राजकीय वातावरण, परस्पर संबंध इ. घटकांचा आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणात समावेश होतो. म्हणजेच

दुसऱ्या देशातील आर्थिक परिस्थितीचा व्यवसायावर परिणाम होण्याची शक्यता असते. उदा. निर्यातीस जर अनुकूल धोरण असेल तर निर्यात वाढ होऊ शकते. याउलट परिस्थिती असेल तर निर्यात वाढ होऊ शकत नाही. त्यामुळे आंतरराष्ट्रीय तणाव किंवा अनिश्चितता असल्यास त्याचा व्यवसायावर परिणाम होऊ शकतो.

आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणात जे देश जागतिक व्यापार संघटनेचे सभासद आहेत त्यांना आयात-निर्यात व्यापारामध्ये भाग घेता येतो. म्हणजेच आधुनिक काळात माहिती व दळणवळणाचे जलद मार्ग असल्यामुळे कोणत्याही देशातील वस्तू कोणत्याही देशात आयात निर्यात करता येऊ शकते.

४.६ आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणाचा शैक्षणिक परिणाम

आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामुळे शिक्षणासाठी सर्व मार्ग खुले करण्यात आले म्हणजेच कोणत्याही देशातील शैक्षणिक संस्था, विद्यापीठे वेगवेगळ्या देशात शिक्षणाचा विस्तार करू शकतात. आधुनिक काळात शैक्षणिक संस्थांमध्ये असलेली स्पर्धा विचारात घेता शिक्षणाचा विचार करताना त्याचे पूरोगामी परिणाम प्रत्येक देशाला भोगावे लागणार आहेत. त्यामुळे प्रत्येक देशातील वेगवेगळ्या शिक्षण संस्थांनी व विद्यापीठांनी आपली गुणवत्ता सिद्ध केल्याशिवाय शैक्षणिक क्षेत्रात आपले अस्तित्व निर्माण करू शकत नाहीत. त्याचे परिणाम खालीलप्रमाणे.

१) आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामुळे मुक्त स्पर्धा निर्माण होऊन जे या स्पर्धेत टिकून राहतील त्याच संस्था विकसित होतील.

२) शिक्षणामध्ये वेगवेगळ्या तंत्राचा वापर करण्याची मुभा प्रत्येक देशाला प्राप्त होत असल्याने जो देश संगणक प्रणालीमार्फत शिक्षण देऊ शकेल त्याच संस्था आंतरराष्ट्रीय स्तरावरती टिकू शकतील.

३) भारतात शिक्षणावरती केला जाणारा खर्च व आंतरराष्ट्रीय पातळीवरती केला जाणारा खर्च यातील तफावतीमुळे भारताला अनेक समस्या शिक्षणासाठी निर्माण होऊ शकतात.

४) आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामुळे शिक्षणाला महत्त्व प्राप्त झाले असले तरी गुणवत्ता व निकष महत्त्वाचा ठरेल. त्यामुळे हा निकष पूर्ण करणाऱ्या शैक्षणिक संस्थांचा व विद्यापीठांचा विकास होऊ शकतो.

५) प्रगत देशातील असणारे तंत्रज्ञान आंतरराष्ट्रीय पातळीवर टिकून राहू शकते. परंतु अविकसित देशाला त्याचे दूरगामी परिणाम भोगावे लागतील.

६) आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामुळे होणारे बदल अतिशय जलद असल्याने ते प्रत्येक देशाला पेलतीलच असे नाही. त्याचा देखील परिणाम शिक्षणावरती होऊ शकतो.

४.७ चालू आंतरराष्ट्रीय व्यापार/व्यवसाय पर्यावरणाचा परिणाम

१९ व्या शतकात उद्योग, व्यापार व्यवसायात वेगवेगळे बदल घडून येत आहेत. त्याचाच एक भाग म्हणून आंतरराष्ट्रीय पातळीवर देखील व्यवसाय संस्थेत व्यापारात अनेक बदल होत

आहेत. आंतरराष्ट्रीय स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी व आंतरराष्ट्रीय बदलांना सामोरे जाण्यासाठी प्रत्येक व्यावसायिकाला यशस्वी होण्यासाठी योग्य ती कौशल्य व क्षमता विकसित करावी लागत आहे. आंतरराष्ट्रीय बदलांचा व्यवसायाच्या भवितव्यावर व्यवस्थापनाचा क्रियावर परिणाम होत असून हे बदलाचे चित्र विचारात घेता बदलत्या परिस्थितीत उत्पादनाचे स्वरूप उत्पादनाचे तंत्र, संघटनांची धोरणे, व्यवस्थापकीय रचना, उद्दिष्टे, विक्रेय पद्धती, विपणन धोरण गुणवत्ता इ. सर्व घटकात बदल घडवून आणणे गरजेचे वाटते.

जागतिकीकरणाचा व खुल्या अर्थव्यवस्थेच्या काळात उत्पादित वस्तू फक्त स्थानिक किंवा राष्ट्रीय बाजारपेठेत उपलब्ध होत असून त्या आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत देखील उपलब्ध होऊ शकतात. दुसऱ्या महायुद्धानंतर यूनो, गॅट करार, आंतरराष्ट्रीय नाणेनिधी जागतिक बँक यासारख्या संघटना अस्तित्वात आल्या. या सर्व संघटनांचा उद्देश देश हा जगातील विविध देशांतील कोणत्याही अडथळ्याशिवाय व्यापार व आर्थिक व्यवहार करावेत व आंतरराष्ट्रीय स्तरावर सहकार्य करावे हा होता. त्यामध्ये आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणातील सौरंचनात्मक परिवर्तने बहुराष्ट्रीय उद्योग जागतिक बाजारपेठ मुक्त अर्थव्यवस्था प्रचंड स्पर्धा, नवीन तंत्र इ. घटकांमुळे आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामध्ये क्षेत्र विस्तारित झाल्याचे दिसून येते. म्हणजेच कोणत्याही उद्योगाच्या व्यवस्थापनाचे यश हे अति वेगवान बदलांना प्रतिसाद देणाऱ्या समतेवर अवलंबून असते. हे आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील बदल काही वेळा नवीन संधी निर्माण करून देतात तर काही वेळेला उद्योग/व्यापारासमोर काही संकटे किंवा परिणाम निर्माण करतात ते खालीलप्रमाणे.

१) **वस्तू व सेवांवर परिणाम :** आंतरराष्ट्रीय व्यापारामुळे परिस्थितीमध्ये सातत्याने बदल होत असतात. तसेच वस्तू व सेवांच्या उपयोगात बदल होत असतात. या सर्वांचा परिणाम आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर होऊन व्यवसाय संस्थेपुढे नवीन आव्हाने निर्माण होऊ शकतात. कारण इंटरनेटच्या माध्यमाद्वारे निर्माण होणारी मागणी अनंत काळापर्यंत टिकू शकत नाही.

२) **बाजारपेठीय बदल :** जागतिकीकरणामुळे बाजारपेठेचे स्वरूप, रचना व आकार यात सातत्याने बदल होतात. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ काबीज करण्याचा प्रयत्न प्रत्येक देश सातत्याने करीत असतात. त्या सर्वांचा परिणाम आंतरराष्ट्रीय व्यापारावरती होऊ शकतो.

३) **ज्ञानाचा विस्फोट :** जागतिक स्तरावर विविध पातळीवर ज्ञानाचा व माहितीचा जलद विकास होत असल्यामुळे माहिती तंत्रज्ञानाचे हे मार्ग विकसित होत आहेत. त्यामुळे जगातील कुठलीही माहिती व घटना काही क्षणातच सर्वत्र पसरू शकते. त्यामुळे या सर्वांचा परिणाम आंतरराष्ट्रीय व्यवसायावरती होऊ शकतो.

४) **पर्यावरण व कार्य परिस्थितीतील परिणाम/घटक :** आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणामुळे विकसित देशात पर्यावरणात तसेच उत्पादनाचे घटक सामाजिक, राजकीय, आर्थिक परिस्थितीत बदल घडून येतात. या सर्वाचा परिणाम ग्राहक व बाजारपेठेवरती होत असतो.

५) **सेवा उद्योगावर परिणाम :** जागतिकीकरणामुळे जग अगदी जवळ आल्यामुळे व्यापाराबरोबर सेवा उद्योगावर परिणाम होऊ शकतो. सेवा उद्यागांमध्ये वाहतूक, दळणवळण, संदेशवहन, बँकींग, विमा क्षेत्र, पर्यटन यासारख्या उद्योगांचा विकास होत असताना आंतरराष्ट्रीय पातळीवर काही प्रमाणात परिणाम दिसून येतो.

६) **माहिती तंत्रज्ञान :** माहिती तंत्रज्ञानामुळे माहितीचे महामार्ग निर्माण झालेले आहेत. या

महामार्गामुळे विपणन, उत्पादन, निर्यात व व्यापार या क्षेत्रावर परिणाम होऊ शकतो. कारण इंटरनेटच्या माध्यमातून उपलब्ध होणारी माहिती विचारात घेऊन उत्पादन केल्यास त्याची विक्री आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत होऊ शकेल याची खात्री देता येत नाही. म्हणजेच माहिती तंत्रज्ञानाचा आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर परिणाम होऊ शकतो.

७) **जागतिक जवळीक :** अत्यंत प्रगत व जलद संदेश वहनामुळे कोणत्याही देशात कोणत्याही ठिकाणी काही सेकंदात संपर्क करता येऊ शकतो. त्यामध्ये ई. कॉमर्स, ई मेल, ई बँकिंग, ई मार्केटिंग, ई.मुळे जग अधिक जवळ आले आहे. या जागतिक सवलतीमुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर परिणाम होऊ शकतो.

८) **गुणवत्तेला प्राधान्य :** आधुनिक काळात प्रगत तंत्रज्ञान माहितीचे महामार्ग, मुक्त अर्थव्यवस्था, नियंत्रण मुक्त स्पर्धा टिकविण्यासाठी उत्पादनाबाबत व सेवांबाबत गुणवत्तेला प्राधान्य द्यावे लागते. गुणवत्तेशिवाय कोणतीही व्यवसाय संस्था आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर परिणाम होऊ शकतो.

९) **वाणिज्यविषयक घडामोडी :** वाणिज्य विषयक क्षेत्रात होणारे बदल या बदलाचा परिणाम आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर होऊ शकतो. कारण आयात निर्यातीबाबत जागतिक संघटनांतील लादलेली बंधने पेटंट कायदा गॅट नुसार बौद्धिक संपदेचा कायदा इ. गोष्टींमुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर विपरीत परिणाम होऊ शकतो.

आपली प्रगती तपासा -

१. खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

   (अ) व्यवसाय पर्यावरण

   (ब) अंतर्गत पर्यावरण

   (क) बाह्य पर्यावरण

२. आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील बदलांचे व्यवसायावर झालेले परिणाम कोणते ?

४.८ जागतिक व्यापार संघटन (W.T.O.) -

गॅट करारातून स्थापन झालेला जागतिक व्यापार संघटनेचा विळखा हा आंतरराष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेत बसणारा दिसून येतो. आंतरराष्ट्रीय व्यापारात जागतिक व्यापार संघटना ही महत्त्वाची संघटना असून १९४७ मध्ये ही परिषद घेण्यात आली होती. त्यामध्ये २३ राष्ट्रांनी एकत्र येऊन जकात व व्यापाराबाबत गॅट करार करण्यात आला. भारत हा गॅट कराराचा संस्थापक सदस्य देश आहे. खऱ्या अर्थाने १९९४ मध्ये भारतासह जगातील एकूण १२४ राष्ट्रांनी या मसूद्यावर स्वाक्षऱ्या केल्या होत्या व त्यानुसार जानेवारी १९९५ मध्ये जागतिक व्यापार संघटनेची स्थापना झाली. या संघटनेमध्ये १४२ सदस्य देश आहेत.

गॅट करार नव्याने स्थापन झाल्यामुळे त्याचे रूपांतर जागतिक व्यापार संघटना यामध्ये झाले. जागतिक स्तरावर सहकार्य, सामंजस्य निर्माण करण्याचा प्रयत्न जागतिक व्यापार संघटनेमार्फत केला जातो. जागतिक व्यापार संघटना ही कायम स्वरूप स्थापन झालेली संस्था असून तिचे स्वतःचे कार्यालय आहे जागतिक व्यापार संघटनेनुसार व्यापारी मालाबरोबर सर्व प्रकारच्या सेवा व बौद्धिक संपदा या

गोष्टींचा समावेश केला जातो. आंतरराष्ट्रीय व्यापाराच्या क्षेत्रात कोणताही वाद निर्माण झाल्यास तो सोडवण्याच्या दृष्टीने जागतिक व्यापार संघटनेला विशेष महत्त्व प्राप्त झाले आहे. १९९५ पर्यंत गॅट करार होता. १९९५ नंतर जागतिक व्यापार संघटना अस्तित्वात आली. आधुनिक काळात जागतिक व्यापार संघटनेमुळे एका देशातून दुसऱ्या देशात मालाची खरेदी विक्री केली जाऊ शकते.

जागतिक व्यापार संघटना हे गॅटचे विस्तारित रूप मानले जाते. १ जानेवारी १९९५ रोजी जागतिक व्यापार संघटनेची स्थापना करण्यात आली. भारत हा या संघटनेचा पूर्वीपासून सदस्य देश आहे. जागतिक व्यापाराचा विस्तार करणे व आंतरराष्ट्रीय पातळीवर सुसूत्रता घडवून आणणे हे महत्त्वाचे उद्दिष्ट मानले जाते. गॅट करारामधील महत्त्वाचे करार जागतिक व्यापार संघटनेमध्ये समाविष्ट करण्यात आले आहे.

त्यामध्ये शेतीविषयक सहमती करार हे देखील जागतिक व्यापार संघटनेमध्ये समाविष्ट करण्यात आलेले आहे. शेती मालाच्या आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील योग्य वाटचाल होण्यासाठी जागतिक व्यापार संघटना महत्त्वाची भूमिका पार पाडते.

जागतिक व्यापार संघटनेची उद्दिष्टे :-

१) देशाच्या आर्थिक विकासाबरोबर पर्यावरणाचे रक्षण करणे हे महत्त्वाचे उद्दिष्ट होय.

२) आंतरराष्ट्रीय स्तरावर व्यापार पद्धती व त्यातील येणाऱ्या अडचणी सोडविण्यासाठी यंत्रणा निर्माण करणे होय.

३) जागतिक व्यापार संघटनेमधील सदस्य देशामध्ये उत्पादनवाढी बरोबरच रोजगार निर्मिती करणे.

४) विकसनशील देशाच्या गरजा विचारात घेऊन जागतिक व्यापारात त्याचा सहभाग मिळवून जागतिक व्यापारात विस्तार करण्याचा प्रयत्न करणे.

५) जागतिक व्यापार संघटनेतील सदस्य देशामध्ये आंतरराष्ट्रीय व्यापारात वृद्धीसाठी प्रयत्न करणे.

६) देशा देशात निर्माण मतभेद मिटविण्यासाठी आंतरराष्ट्रीय व्यापार संघटनेला महत्त्वाची भूमिका पार पाडावी लागते.

७) आंतरराष्ट्रीय व्यापारामुळे उद्योग, सेवा, शेती व्यवसायाचा जास्तीत जास्त विकास करण्याचा प्रयत्न करणे.

८) आंतरराष्ट्रीय व्यापारामुळे सदस्य देशातील लोकांच्या राहणीमानात वाढ करणे.

९) आंतरराष्ट्रीय व्यापार संघटनेमुळे आंतरराष्ट्रीय संस्थेमध्ये सहकार्य वाढीस लावण्याचा प्रयत्न केला जातो.

४.८.१ जागतिक व्यापार संघटनेचा भारतावर होणारा परिणाम -

जागतिक व्यापार संघटनेमध्ये सुरुवातीपासून भारत हा सदस्य देश आहे. संघटनेने घेतलेल्या निर्णयामुळे भारतासारख्या विकसनशील देशाला फायदा झाला असला तरी संघटनेमुळे भारतावर काही अनुकूल व काही प्रतिकूल परिणाम झालेले दिसून येतात ते खालीलप्रमाणे.

१) भारतात नैसर्गिक साधनसामग्री जरी विपूल प्रमाणात असली तरी स्वस्त मजूर उपलब्ध होत असले तरी शेतमालाच्या व्यापाराला अनुकूल अशी परिस्थिती असताना देखील मुक्त बासूमती तांदुळाची निर्यात वाढलेली आहे व इतर वस्तूंच्या निर्यातीत वाढ झालेली नाही.

२) डंकेल प्रस्तावामुळे भारताला निर्यातीसाठी सर्व क्षेत्रे खुली झाली असली तरी भारतातून

फक्त कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअर, वैद्यकीय सेवा, टेलीकम्युनिकेशन सेवा, व्यावसायिक सल्ला इ.ची गुणवत्ता चांगली असल्याने निर्यातीत मोठ्या प्रमाणात वाढ होऊ लागली आहे. परंतु इतर वस्तूंना त्या मानाने मागणी कमी आहे.

३) जागतिक व्यापार संघटनेच्या करारानुसार आयात कर कमी केल्याने भारताला निर्यात वस्तूच्या उत्पादनासाठी आवश्यक तो कच्चा माल मोठ्या प्रमाणात स्वस्त उपलब्ध होईल. साहजिकच त्याचा फायदा भारतीय उद्योगधंद्यांना होऊन निर्यात क्षमता वाढीस मदत होईल. परंतु हे ठराविक उद्योगधंद्यासाठी शक्य आहे.

४) पर्यटन व्यवसायातून भारताला मोठ्या प्रमाणात परकीय चलन मिळत असून या क्षेत्राच्या वाढीसाठी सातत्याने प्रयत्न करणे गरजेचे आहे.

५) जागतिक व्यापार संघटनेमुळे भारताला विविध लाभ मिळत असले तरी औषधे, रसायने व अन्नधान्य उत्पादने याबाबत पेटंट हक्क लादण्यासाठी दहा वर्षांचा कालावधी देण्यात आला आहे. त्याचा परिणाम म्हणून फक्त औषध उत्पादनाला फायदा होऊ शकतो.

६) भारतीय भांडवल बाजार जोपर्यंत विकसित होत नाही तोपर्यंत अशा अर्थव्यवस्थेला गती देण्याची आवश्यकता आहे. परंतु परदेशी गुंतवणुकदाराची संख्या वाढत असली तरी सध्या शेअर बाजारातील तेजी मंदीचा परिणाम उद्योगधंद्यावर होत आहे.

७) बौद्धिक संपादनाच्या अधिकारामुळे भारतातील शेतकरी वर्गाचा बियाणे उत्पादन करून त्याची विक्री करण्याचा हक्क असला तरी त्याचा फायदा फक्त ठराविक शेतकऱ्यास होतो.

८) औद्योगिक क्षेत्र व शेती क्षेत्र यामध्ये वाद वाढल्यामुळे निर्यात वाढू शकते. त्याचा फायदा भारतीय उद्योग व शेतीला होऊ शकतो. त्यामुळे प्रगत तंत्रज्ञान विकसित करून उद्योगधंद्या बरोबरच शेतीचा सुद्धा काही प्रमाणात विकास करता येऊ शकतो.

९) जागतिक व्यापार संघटनेमुळे भारतासारख्या देशात आंतरराष्ट्रीय व्यापारात विशेष वाढ झालेली दिसून येते. तरीपण आंतरराष्ट्रीय व्यापाराने जे निर्बंध लादलेले आहेत ते जे देशाचे, दरडोई उत्पन्न १०० डॉलर्सपेक्षा कमी आहे अशा देशांना लागू होत नाहीत त्यामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारात वाढ होऊ शकेल हे खात्रीने सांगता येत नाही.

जागतिक व्यापार संघटनेमध्ये प्रत्येक देशांनी सहभागी होणे या दृष्टीने प्रयत्न केले जातात. आंतरराष्ट्रीय स्तरावर व्यापार व गुंतवणूक वाढीसाठी ही संघटना सातत्याने प्रयत्न करीत असते.

४.९ व्यापारी गट (Trade Blocs)

४.९.१

१) व्यापारी गटाची सभासद देशांसाठी व्यापारी बंधने कमी करणे किंवा काढून टाकणे.

२) व्यापारी गटाच्या अंतर्गत सभासद देशांच्या सहकार्याने त्या प्रदेशाच्या विकासाला चालना देणे.

३) सभासद देशामध्ये मुक्त व्यापाराला चालना देणे. भूमी, भांडवल, तंत्रज्ञान इत्यादीउत्पादन घटकच्या मुक्त हस्तांतरणाला चालना देणे.

४) सभासद देशामध्ये आर्थिक सामाजिक आणि सांस्कृतिक संबंध मजबूत करणे.

५) गटाच्या अंतर्गत सभासद देशांना त्याचे आर्थिक प्रश्न सोडविण्यासाठी सक्य त्या सर्व मार्गांनी आर्थिक मदत करणे.

४.९.२ व्यापारी गटाची वैशिष्ट्ये

१) व्यापारी गट हे पूर्णपणे ऐच्छिक संघटन आहे. जे देश समान आर्थिक प्रश्नांचा सामना करत असतात असे देश परस्पर फायद्यासाठी व्यापारी गट स्थापना करतात.

२) व्यापारी गटाच्या परिचालनाबाबतचे नियम सभासदाच्या परस्पर वाटाघाटीतून ठरविले जातात.

३) व्यापारी गटाचे स्वरुप प्रादेशिक असते हा सामुदायिक स्वयंपूर्णतेचा एका भौगोलिक प्रदेशातील सामुदायिक प्रयत्न असतो.

४) व्यापारील गटाने जागतिक अर्थव्यवस्था राजकीय पायावर आधारीत मापनदंडाद्वारे विभगली आहे.

५) जेव्हा व्यापारी गटाचे उद्देश संपुष्टात येतात तेव्हा त्याचे अस्तित्व संपुष्टात येते.

४.१० विविध व्यापारी गट

४.१०.१ युरोपियन युनियन

युरोपियन युनियन १ जनेवारी १९५८ मध्ये अस्तित्वात आले. रोमचा औपचारिक करार म्हणून अस्तित्वा आले. युरोपिमधील जर्मनी, इटली, बेल्जियम, फ्रान्स, लग्झंबर्ग, नेंदरलंड यासहा देशांनी युरोपियन युनियन स्थापना केले. त्याचे प्रमुख कार्यालय बेल्जियममधील ब्रुसेल्स या ठिकाणी आहे. रोमच्या या तहाचा प्रमुख उद्देश सीमाशुल्क संघ त्यामध्ये समान बाज्यजकात आणि सभासदासाठी जकात आणि कोटा बंधने काढून टाकणे असा होता. १९७३ मध्ये इंग्लंड, डेन्मार्क, आयलँड १९८६ मध्ये स्पेन व पोर्तुगाल यापूर्वी १९८१ मध्ये ग्रीस हे देश युरोपियन युनियनचे सभासद झाले, सध्या युरोपियन युनियची संख्या १५ आहे. सहाय्यक सभासदामध्ये तुर्की मोरक्को आणि इतर देशांचा समावेश होता. युरोपियन युनियनचे सभासद होण्यासाठी तो देश युरोपीय आणि लोकशाही असला पाहिजे अशी अट आहे.

EU हे मूलतः सीमाशुल्क आणि आर्थिक संघटन आहे. युरोपियन देशांचे आर्थिक एकात्मीकरण घडवून आणण्यासाठी EUने फार वेगाने प्रगती केली. EU हा जागितक पातळीवर शक्तिशाली व्यापारी संघ आहे. पश्चिम युरोपमधील मोठ्या प्रमाणात औद्योगिकीकरण झालेल्या श्रीमंत देशांचा तो संघ आहे जगातला मोठा निर्यातक आहे.

EU हा जागतीक अतिशय शक्तिशाली, राजकीय, आर्थिकदृष्ट्या विकसित आणि प्रगतशील, यशस्वी व्यापारी गट आहे. या व्यापारी गटाने सध्या 'सीमारहीत युरोप' ही संकल्पना अस्तित्वा आणली. जानेवारी ९९ पासून EU साठी युरो हे सामान्य चलन त्यांनी चालू केले. थोड्याच काळात त्यांची केंद्रीय बँक अस्तित्वात येईल. गटातील देश आता आर्थिक विशेषकरणावर भर देत आहेत. गट सध्या विकसनशील देशांना आर्थिक मदत आहे.

युरोपचा जुना नकाशा त्यांनी निकालात काढला आहे. पूर्व युरोपातील बहुतेक साम्यवादी राष्ट्रे ७५ दशलक्ष लोकसंख्या व ७,४०,००० चौ.कि.मी. क्षेत्रासह व ९ विवध भाषांसह १मे २००७ रोजी EU चे सभासद झाले. ते दहा देश याप्रमाणे हंगेरी, पोलंड, लॅटव्हिया, इस्टोनिया, स्लोव्हिनिया, माला, सायप्रस, लिथ्वानिया, चेच रिपब्लिक आतापर्यंत उत्तर अमेरिकन मुक्त व्यापार करार (NAFT) हा जगातील सर्वात मोठा व्यापारी गट होता. पण आता २५ सभासदासह हा मोठा व्यापारी गट असेल. माहिती तंत्रज्ञान क्षेत्रात २००८ मध्ये EU चा वाटा ५०% असेल. पूर्व युरोपीय देशांनी संरचना तंत्रज्ञानात फार मोठी गुंतवणूक केली आहे. एवढी वर्चस्व स्थिती प्रस्थापित केल्यानंतर EU जागतिक व्यापार संघटनेवर (WTO) वर दबाव ठेवू शकते. भारताला EU मध्ये सामील झालेल्या दहा देशांना निर्यात करण्याची भारताला मोठी संधी आहे. भारताने या विलक्षण संधीचा शक्य तेवढ्या चांगल्या रितीने फायदा घेतला पाहीजे.

युरोपचा सकारात्मक धोरण आणि आकडेवारी चकीत करणारी आहे. लोकसंख्येच्या दृष्टीने जगातला मोठा व्यापारी असल्याने जगातली इतर देशाच्या दृष्टीने ती एक मोठी बाजारपेठ आहे.

४.१०.२ उत्तर अमेरिका मुक्त व्यापार करार (The North American Free Trade Agreement [NAFTA])

NAFTA ही जगातली सर्वा शक्तिशाली व्यापारी संघटना आहे. अमेरिका, कॅनडा, मेक्सिको हे देश तिचे सभासद आहेत. NAFTA ही गट १९९४ मध्ये अमेरिका, कॅनडा आणि मेक्सिको असे मुक्त व्यापार क्षेत्र व सीमाशुल्क संघ म्हणून अस्तित्वात आला. NAFTA हा मूलतः व्यापारी व गुंतवणूक करार आहे. वरील तीन देशात वस्तू व सेवा याबाबत व्यापारी अडथळे दूर करणारा हा करार आहे.

NAFTA ची उद्दिष्ट्ये :

१) सभासद देशाकडून गेल्या १० वर्षात मोठ्या प्रमाणात जकातीचे दर कमी करण्यात आले.

२) सभासद देशामध्ये मोठ्या प्रमाणात व सुलभ रितीने वित्तपुरवठा सेवा उपलब्ध करुन देणे.

३) सभअसद देशाकडून होणाऱ्या गुंतवणूकीला प्रोत्साहन व संरक्षण देणे.

४) उत्पादीत वस्तूंची आवकजावक यावरील व्यापारी अडथळे कमी करणे.

५) सर्व प्रकारचे प्रदूषण टाळण्यासाठी आणि विघारी टाकाऊ कचरा नष्ट करण्यासाठी अमेरिका-मेक्सिको सीमा वातावरण मंडळची स्थापना करणे.

६. उत्तर अमेरिकन विकास बँकेची स्थापना करणे.

४.१०.३.आग्नेय आशियाई देशांची संघटना (The Association of Sourth East Asian Nations [ASEAN])

ASEAN ही आग्नेय अशियाई देशांची संघटना आहे. ही संघटना १९६७ मध्ये अस्तित्वात आली. इंडोनेशिया, फिलीपाईन्स, मलेशिया, सिंगापूर, थायलंड या देशांनी ही संघटना स्थापना केली. १९८४ मध्ये बुनेई, १९९५ मध्ये व्हिएतनाम, १९८७ मध्ये लाहोर व मॅनमार हे देश ASEAN चे सदस्य झाले. अशियाई देशांमध्ये आर्थिक सहकार्य वाढीला लावणे आणि या प्रदेशात

आर्थिक स्थैर्याची खात्री देणे ही ASEAN ही उद्दिष्टचे आहे. ASEAN चे प्रमुख कार्यालय जाकार्ता या ठिकाणी आहे. चे मुख्य सचिव पद हे देशाच्या अद्याक्षरांनुसार फिरते ठेवण्यात आले आहे. दर दोन वर्षांनी चे सचिवपद बदलता. ASEAN ची पाचवी परिषद बँकॉक या ठिकाणी झाली. ASEAN च्या नियमित ७ सदस्यांच्या बरोबर लाओस, कंबोडिया हे देश सदस्य झाले आहेत. १९९६ मध्ये ASEAN ने भारताला सल्लागार मंडळावर घेतले आहे. भारताशिवाय चीन, रशिया, अमेरिका यांना हा दर्जा या अगोदरच प्राप्त झाला आहे.भारत हा देश दक्षिण अशियाई असल्यामुळे भारताला तिचे सदस्यत्व मिळू शकले नाही. या गटातील सर्व सभासद राष्ट्रे विकसनशील आहेत. त्यांच्याकडे नैसर्गिक साधनसामुग्री व श्रमशक्ती मोठ्या प्रमाणात आहे. या गटातील राष्ट्रांकडे खनिज तेल, शेती उत्पादने व औद्योगिक उत्पादने मोठ्या प्रमाणात आहेत, रबर, साखर, कॉफी, लाकूड, बॉक्साईट यांची या देशातील स्थिती अत्यंत चांगली आहे. या व्यापारी गटाच्या विकास वेगाने होत आहे.

उद्दिष्टे :

१) सभासद देशाच्या आर्थिक, सामाजिक व सांस्कृति विकासाला चालना देणे.

२) सामाईक लाभाच्या बाबतीत कृतीशिल संगनमत व परस्पर सहकार्य यांना चालना देणे.

३) सध्याच्या आंतरराष्ट्रीय संघटना आणि प्रादेशिक संघटना यांच्याबरोबर सहकार्य टिकवून ठेवणे.

४) आग्नेय आशियाई देशांमध्ये आर्थिक ध्यैर्याची खात्री देणे.

ASEAN चे कामकाज :

ASEAN देशांकडे पसंती व्यापार व्यवस्था (Preferential Trading Arrangements) आहेत. ज्याद्वारे सभासद देशांसाठी ते जकातीचे दर कमी करतात. सध्या PTA या अंतर्गत फारच थोड्या व्यापाराचा समावेश होतो. ASEAN ने १९९२ मध्ये समान परिणामकारक पसंती जकात कार्यक्रम पद्दतशीरपणे वस्तू निर्माण आणि प्रक्रिया वस्तूंसाठी जकात कमी करण्यासाठी तयार केला.

४.१०.४प्रादेशिक सहकार्यासाठी दक्षिण अशियाई राष्ट्रांची संघटना - सार्क (South Asian Association for Regional Co-operation [SAARC])

भारतीय उपखंड प्रदेशातील ७ देश सार्क स्थापन करण्यासाठी १९८५ मध्ये एकत्र आहे. यामध्ये भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका, बांगलादेश, नेपाळ, मालंदीव आणि भूतान या देशांचा समावेश होतो. सार्कचे प्रमुख कार्यालय काठमांडू या ठिकाणी आहे. या देशांच्या प्रमुखांची परिषद दरवर्षी होते. सार्कमध्ये सभअसद होण्यासाठी २२६ वस्तूंवर सवलतीचे जकात दर सुरु करण्यात आले आहेत. भारताने १०६ वस्तूंवर ही सवलत दिली आहे. इतर देशांनीही जसे की पाकिस्तान ३५वस्तू, श्रीलंका ३१ वस्तू, मालदीव १७ वस्तू, नेपाळ १४ वस्तू, बांगलादेश १२ वस्तू व भूतानने IT वस्तूंवर सवलतीचा जकात दर लागू केला आहे. सार्क देशातील व्यापार वाढीच्या शक्यतेवरविचार करण्यासाठी १९९६ मध्ये नवी दिल्ली येथे परिषद झाली. सहकार्य काढू हा त्यातील महत्त्वाचा मुद्दा होता. सार्क देशांनी या परिषदेच्या वेळी प्रदर्शनामध्ये आपली विविध उत्पादने व निर्यात क्षमता याबाबत माहिती दिली. सार्क देशात जगाच्या १/५ लोकसंख्या तर ३.३% क्षेत्र अशिया देशातील लोकसंख्येची धनता अधिक आहे. या देशात गरीब लोकसंख्या अधिक आहे.

सार्कचे उद्देश :

१) सार्कच्या सभासदांमध्ये शेती, ग्रामीण विकास, संदेशवहन, पोस्ट सेवा, वाहतूक शास्त्र व तंत्रज्ञान, हवामान शास्त्र, पर्यटन आणि खेळ या क्षेत्रात सहकार्य वाढीला लावणे.

२) सार्क सभासद देशांमध्ये आर्थिक विकासाला चालना देणे या प्रदेशातील लोकांच्या कल्याणाला प्रोत्साहन देणे व सामुदायिक स्वयंपूर्णतेवर भर देणे.

३) या प्रदेशात जलसंसाधन विकासावर भर देणे.

१९९५ मध्ये सभासद देशांनी दक्षिण अशियाई पसंती व्यापार करार ची निर्मिती केली आहे. आंतरप्रादेशिक जकात कमी करण्याच्या दृष्टीने आतापर्यंत चर्चेच्या दोन फेऱ्या पूर्ण झालेल्या आहेत.

जानेवारी २००६ पासून अमलात येणारा करार :

१) सभासद देशांनी सीमाशुल्क सभासदांसाठी ०-५% या मर्यादेत २००६ पासून पुढच्या दहा वर्षात कमी करायचे आहेत.

२) सीमाशुल्क कमी करण्याच्या कलमा अंतर्गत कोणत्या वस्तू समाविष्ट करायच्या हे वाटाघाटीद्वारे ठरविले जाईल.

३) या कपाती अंतर्गत सर्व जकाती, जकात सदृश्य कर, बिगर जकाती उपाय आणि प्रत्यक्ष व्यापारी उपाय या सर्वांचा समावेश असेल.

४) सार्क सभासद देशांनी निखळ स्पर्धा, मुक्त व्यापार, व्यापार सोयी पुरविणे आणि टप्याटप्याने सुसंवादी कायदे करणे यांचा समावेश होतो.

५) न्यून विकसित देशांच्या विशेष गरजा विचारात घेतल्या जातील.

६) भांडवलाची मुक्त आवकजावक सीमाशुल्काचे सुसंवादीकरण, आयात परवाने, निरसन निखळ स्पर्धेसाठी नियम, विदेशी गुंतवणूकीस प्रोत्साहन,व्यावसायिक व्हिसा प्रक्रिया सोपी करणे या उपाय योजनांचा सभासदासाठी समावेश असेल.

या परिषदेच्या निमित्ताने भारत आणि पाकिस्तान यांच्यामध्ये पुन्हा सुसंवाद प्रस्थापितक झाला. पाकिस्तान आपल्या भूतीचा दहशतनादी कारवायासाठी उपयोग करणार नाही अशी खात्री भारताला झाली आहे जरी सध्या भारत आणि पाकिस्तान यांच्यातील आयातनिर्यात मर्यादित असली तरी२००१-०२ मध्ये ४४ कोटी डॉलर्सची निर्यात प्रस्तावित असताना प्रत्यक्षात २०४ दशलक्ष डॉलर्सची निर्यात झाली. याचबरोबर भारताने बांगलादेसाला ९३० डॉलर्सची तर श्रीलकेला ६६२ डॉलर्सची निर्यात केली. पाकिस्तानाला भारत सोडून इतर देशाकडून केलेल्या आयातीची मोठी किंमत मोजावी लागत आहे तर दुसऱ्या बाजूला जवळची बाजारपेठे उपलब्ध नसल्याने भारतीय निर्यातीला अनेक अडचणींचा सामना करावा लागत आहे. जरी सार्कच्या सर्व सभासदांना भारत-पाक संबंध सुधारल्यामुळे अनेक कायदे होण्याची शक्यता आहे. अलीकडच्या काळात भारत-पाक संभाषण प्रक्रियेत दोघांपैकी कोणचाही नफा-तोटा होत नाही. खर फायदा होतो आहे. दक्षिण अशियाई देशांचा अटलबिहारी वाजपेयी यांच्या शब्दात सार्क सभासदांनी गैर विश्वास सोडून मोठे व्यवहार करावे. एकमेकांवरील विश्वास वाढवावा आणि तणावाकडून शांततेकडे वाटचाल करावी.

४.१०.५ओपेक (Oil & Petrolium Exporting Countries OPEC)

पेट्रोलियम पदार्थांची निर्यात करणाऱ्या देशांची संघटना जागतिक पातळीवर इंधने तेलाची निर्यात करणाऱ्या राष्ट्रांनी एकत्र येऊन या व्यापारी गटाची स्थापना बगदाद केली आहे. १९६० मध्ये इराण, इराक, कुवेत, सौदी अरेबिया आणि व्हेनेझुयेला इ. देशांनी या गटाची स्थापना केली.

सध्या या गटाचे ११ देश सभासद आहेत. इंधन तेलांचे धोरण निश्चित करणे, किंमत ठरविणे, निर्यात करणे याबाबत या देशअतील धोरणामध्ये एकवाक्यता निर्माण करणे हा हेतू या व्यापारी गटाचा आहे. जागतिक उत्पादनाच्या४० टक्के इंधन आणि १६ टक्के नैसर्गिक वायू ओपेकद्वारे पुरवठा केला जातो. इंधन तेलाचा मागणी पुरवठ्यातील समतोल साधणे, किंमत समानता प्रस्थापित करण्याचे काम ओपेकद्वारे केले जाते.

त्यानंतर कतार, इंडोनेशिया, लिबिया, अबुधाबी, इक्वेडर, अल्जेरिया गैबन व नायजेरिया इ. सहा नवीन राष्ट्र ओपेकची सभासद झाली आहेत. ओपेक राष्ट्रांनी २५-३० वर्षात औद्योगिकरण, व्यापार सेवा, शस्त्रास्त्रे, आरामदायी वस्तू यासाठी प्रचंड खर्च केला आहे. जागतिक बजारपेठेमध्ये इंधन तेलाला सातत्याने मागणी असते. वाहतुकीवर जगातीलसर्व वाहतूक व्यवस्था, किंमत इ. बाबी अवलंबून आहेत. त्यामुळे जागतिक पातळीवर सर्व उत्पादनाच्या किंमती नियंत्रित व स्थैर्य राखण्याचे काम ओपेक संघटना करत आहे.

४.११ व्यापारी गटांचे परिणाम

व्यापारी गट आणि मुक्त आंतरराष्ट्रीय व्यापार यांचे हेतू परस्परविरोधी असलेले दिसून येतात. आंतरराष्ट्रीय व्यापारी गट हे आंतरराष्ट्रीय मुक्त व्यापारांच्या विरुद्ध आहेत. जाततिक पातळीवर व्यापाराच्या उदारीकरणाच्या प्रक्रियेवर ते प्रतिकूल परिणाम करतात. असे असले तरी असे व्यापारी गट आपल्या सभासदांच्या एकात्मीकरणाच्या दृष्टीने अनुकूल आहेत. युरोडियन युनियन हे एक लोकप्रिय आणि यशस्वी व्यापार संघटन आहे की ज्याने सभासद देशांमध्ये आर्थिक एकात्मीकरण घडवून आणले. आंतरराष्ट्रीय व्यापारी गटांचे काही अनुकूल परिणाम आहेत तसेच काही प्रतिकूल परिणाम आहेत.

(अ) अनुकूल परिणाम :

१) बाजाराचा विस्तार : आंतरराष्ट्रीय व्यापारी गटामुळे सभअसद देशांमध्ये सहकार्य वाढते त्यामुळे प्रादेशिक व्यापाराच्या वाढीला चालना मिळते. युरोपियन युनियनने पूर्ण युरोप एका एकात्मिक बाजारपेठेमध्ये रुपांतरीत केला.

२) प्रादेशिक विकास : व्यापारी गट सभासद राष्ट्रांमध्ये आर्थिक समन्वय निर्माण करतात. त्यामुळे सभासद देशांना विकासाच्या संधी उपलब्ध होतात. मोठ्या बाजारासाठी मोठ्या प्रमाणात उत्पादन हाती घेता येते. त्यामुळे एकूण त्या प्रदेशाच्या विकासाला चालना मिळते.

३) आयात-निर्यातीत वाढ : आंतरराष्ट्रीय व्यापारी गटामुळे सभासद देशांच्या आर्थिक विकास होतो. मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामुळे देशी गरजा पूर्ण होतात व निर्यातीला चालना मिळते. व्यापारी गटांमुळे सभासद देशातील आयात-निर्यातीचा विस्तार होतो.

४) सभासद देशातील उपभोक्त्यांना लाभ : मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामुळे उपभोक्त्यांना कमी किंमतीत माल उपलब्ध होतो. मालाचे मुक्तपणे दळणवळण होते. व्यापारी गट प्रादेशिक विकासाला प्रोत्साहन देतात की जो सभासद देशातील उपभोक्त्यांच्या कायद्याचा असतो.

५) उत्पादन घटकांची गतीशीलता : व्यापारी गटातील देशांमध्ये उत्पादनाचे घटक मुक्तपणे एका देशातून दुसऱ्या देशात जातात. यामुळे कमी उत्पादन खर्चात मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे शक्त होते. संबंधित व्यापारी गटामध्ये मोठ्या प्रमाणात रोजगार संधी उपलब्ध होतात.

६) सलोख्याचे संबंध : आंतरराष्ट्रीय व्यापारी गटांमुळे सभासद देशामध्ये आर्थिक, राजकीय आणि सांस्कृतिक समन्वय निर्माण होतो यामुळे सभासद देशामध्ये आर्थिक व राजकीय सलोख्याचे संबंध निर्माण होतात. त्यामुळे कलह टाळून शांततापूर्ण संबंध प्रस्थापित होतात.

(ब) व्यापारी गटांचे प्रतिकूल परिणाम -

१) स्पर्धेवर मर्यादा : प्रादेशिक व्यापारी गट ही संकल्पना जागतिक पातळीवरील खुल्या आणि निखळ स्पर्धेला मारक आहे. त्यामुळे सभासद देशामध्ये स्पर्धा कमी होते आणि बिगर सभासद देशांना व्यापारी गटाशी स्पर्धा करावी लागते. स्पर्धेच्या पातळीवर विचार करता व्यापारी गट ही कल्पना स्पर्धेला मारक आहे.

२) बिगर सभासदासमोर समस्या : व्यापारी गटाकडून बिगर सभासदांसाठी वेगळे नियम लागू केले जातात. बिगर सभासदांना उच्च जकात दर, परिणाम, अडथळे यांसारख्या समस्यांना तोडं द्यावे लागते.

३) सभासद देशांकडून सामुदायिक वाटाघाटी : बिगर सभासद देशांबरोबर व्यापारविषयक वाटाघाटी करताना व्यापारी गट मक्तेदारी पद्धतीने वाटाघाटी करतात, बिगर सभासदाला अडचणी निर्माण करतात.

४) जागतिक व्यापाराची हानी : व्यापारी गट मुक्त जागतिक व्यापारात अडथळे निर्माण करतात. ते जागतिक व्यापारावर कृत्रिम बंधने घालतात.

४.१२ सारांश

व्यावसायिक पर्यावरणाचा अभ्यास करताना अंतर्गत पर्यावरण व बाह्य पर्यारणाचा होणारा परिणाम दिसून अला. तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर जागतिक व्यापार संघटन आंतरराष्ट्रीय पर्यावरणाचा शैक्षणिक व व्यावसायिक पिरणाम करत होतो याची सविस्तर माहिती मिळाली. यावरून असे दिसून येते की व्यावसायिक पर्यावरणाचे संतुलन साधण्यासाठी वरील सर्व घटकांचा विचार केला जातो.

४.१३ प्रश्न

१. अंतर्गत पर्यावरण म्हणजे काय? अंतर्गत पर्यावरणाचे घटक स्पष्ट करा.

२. बाह्य पर्यावरण म्हणजे काय? बाह्य पर्यावरणाचे घटक स्पष्ट करा.

३. जागतिक व्यापार संघटना म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये सागा.

४. जागतिक व्यापार संघटनेचा भारतावर होणारा परिणाम स्पष्ट करा.

५. टिपा लिहा :-

(अ) युरोपियन युनियन

(ब) नााफ्टा

(क) असेन

(ड) सार्क

(इ) ओपेक

♦♦♦♦♦

munotes.in

घटक -५

प्रकल्प नियोजन आणि व्यवहार्यता अभ्यास

घटक रचना :

५.० उद्दिष्टे
५.१ प्रस्तावना
५.२ अर्थ
५.३ व्यवसाय नियोजन प्रक्रियेतील टप्पे
५.४ प्रकल्प नियोजन, अर्थ व महत्त्व
५.५ प्रकल्प अहवाल
५.६ प्रकल्प अहवालाचे फायदे
५.७ व्यवहार्यता अभ्यास
५.८ व्यवहार्यता अभ्यासाचे घटक
५.९ सारांश
५.१० प्रश्न

५.० उद्दिष्टे

१. या घटकाचा अभ्यास केल्यानंतर खालील उद्दिष्ट्ये साध्य होतील.
२. प्रकल्प नियोजनाचा अर्थ समजेल.
३. प्रकल्प नियोजन प्रक्रियेतील विविध टप्पे सांगता येतील.
४. प्रकल्प अहवालाचा अर्थ, महत्त्व व त्यामध्ये समाविष्ट घटक स्पष्ट करता येतील.
५. व्यवहार्यता अभ्यास अर्थ व घटक स्पष्ट करता येतील.

५.१ प्रस्तावना

व्यावसायिकांना व्यवसायाची स्थापना करताना विविध घटकांचा तसेच कायदेशीर बाबींचा अभ्यास, विचार करावा लागतो. तसेच प्रकल्प अहवालाची तयारी करावी लागते. प्रकल्प अहवाल हा प्रकल्प नियोजनाचा किंवा पूर्वतयारीचा भाग आहे. व्यवसायाची उत्पादनक्षमता, आर्थिक घटक, व्यवस्थापन, तांत्रिक घटक, खर्चाच्या दृष्टिकोनातून प्रकल्पाची क्षमता विचारात घेता येते. त्यामुळे उद्योजकांना किती मर्यादेपर्यंत व्यवसाय करता येईल याचा विचार करावा लागतो. व्यवसायाची स्थापना करताना प्रकल्प अहवाल आवश्यक असतो. उदा. प्रकल्प अहवालाची खात्री करुन बँका किंवा वित्तपुरवठा संस्था उद्योजकांना आर्थिक सहाय्य करतात.

प्रकल्प अहवालाप्रमाणे उद्योजकांना व्यवहार्यता अभ्यास करणे व्यवसायाच्या दृष्टिकोनातून आवश्यक आहे. व्यवसायातील महत्त्वाच्या बाबींचे किंवा घटकांचे विश्लेषण करुन सदर व्यवसाय स्थापन करणे योग्य आहे की अयोग्य याचा विचार केला जातो. प्रकल्प अहवाल आणि व्यवहार्यता अभ्यास करण्यासाठी उद्योजकांना आर्थिक, तांत्रिक आणि व्यवस्थापन व बाजारपेठविषयक तज्ज्ञांची मदत घ्यावी लागते व व्यवसायातील आर्थिक, तांत्रिक, व्यवस्थापकीय आणि बाजारपेठ इ. बाजूंचा किंवा घटकांचा विचार करुन सदर प्रकल्पाची खात्री करुन घेतली जाते. प्रकल्प अहवालाच्या सहाय्याने प्रकल्पाची निर्मिती क्षमता समजते तर व्यवहार्यता अभ्यासाच्या सहाय्याने उद्योजकांना आपला उद्योग किंवा व्यवसाय व्यवहार्य आहे की नाही याचा अभ्यास करता येतो. त्यामुळे व्यवसायाची स्थापना करताना प्रकल्प अहवाल आणि व्यवहार्यता अभ्यास हे दोन्हीही घटक अत्यंत महत्त्वाचे आहेत.

५.२ अर्थ

प्रकल्प नियोजन ही अशी प्रक्रिया आहे की ज्यामध्ये व्यवसायाची उद्दिष्ट्ये निश्चित केली जातात व ती साध्य करण्यासाठी विविध डावपेचांची रचना केली जाते.

प्रकल्प नियोजनामध्ये संपूर्ण व्यवसायासंबंधी धोरणे असतील किंवा व्यवसायाच्या प्रत्येक कार्यावर प्रकाश टाकलेला असू शकतो.

व्यवसाय नियोजन म्हणजे व्यवसायाची कार्ये व विस्तार याबाबत आगाऊ घेतलेले निर्णय असतात.

५.३ व्यवसाय नियोजन प्रक्रियेतील टप्पे

व्यवसाय नियोजन प्रक्रियेमध्ये खालील टप्प्यांचा समावेश होतो.

१) अंतर्गत पर्यावरण विश्लेषण : यामध्ये उद्योजक त्याच्या व्यवसायातील अंतर्गत पर्यावरणाचे विश्लेषण करतो. यामध्ये त्याचे कामगार, यंत्रसामग्री इ. घटकांची गुणवत्ता तपासली जाते. त्याचबरोबर व्यवस्थापन आणि कर्मचारी संबंध कामाच्या अटी व शर्ती, व्यवस्थापन धोरणे आणि पद्धती इत्यादीचे विश्लेषण केले जाते. यावरुन व्यवसायाची बलस्थाने व 'कमतरता' यांचा अंदाज करता येतो.

२) बाह्य पर्यावरण विश्लेषण : पुढील पायरीत व्यवसायाच्या बाह्य पर्यावरणाचे विश्लेषण केले जाते. यामध्ये सरकारी धोरणे, स्पर्धकाचे डावपेच, ग्राहकाचे प्राधान्यक्रम इ. चा प्रामुख्याने समावेश होतो. या विश्लेषणामुळे व्यवसायासाठी असलेल्या संधी व धोके यांचे ज्ञान होते.

३) व्यवसाय संघटनेची उद्दिष्ट्ये ठरविणे : या टप्प्यामध्ये उद्योजक व्यवसायाची उद्दिष्ट्ये, धोरणे व दृष्टिकोन ठरवितो. ही उद्दिष्ट्ये अल्पकाळासाठी, मध्यम काळासाठी आणि दीर्घकाळासाठी म्हणजेच अनुक्रमे एक वर्षासाठी, तीन ते पाच वर्षासाठी आणि पाच वर्षापेक्षा जास्त कालावधीसाठी ठरविलेली असतात. उद्दिष्ट्ये ठरविताना लवचिकता, मोजमाप, कालावधी, विशेषकरण, सहजता या बाबींचा विचार करणे आवश्यक असते.

(४) **डावपेच ठरविणे :-** दीर्घकालीन उद्दिष्ट्ये साध्य करण्यासाठी डावपेचांचे नियोजन करावे लागते. उद्योजक व व्यवस्थापन अशा डावपेचांची रचना करतात. असे डावपेच ठरविणाऱ्यांमध्ये उच्च व्यवस्थापक, विभाग प्रमुख, कनिष्ठ व्यवस्थापक इ.चा समावेश होतो.

(५) **डावपेच व कृतींचे विश्लेषण :-** यामध्ये विविध डावपेच व कृतींचे उत्पादन, वितरण व प्रशासनाच्या खर्चाचा विचार करावा लागतो. तर उत्पन्नाबाबत कायदा बाजारपेठेतील हिस्सा, विक्री, नावलौकिक इत्यादी घटकांचे विश्लेषण केले जाते.

(६) **उत्तम डावपेचांची निवड :-** वरीलप्रमाणे विश्लेषण केल्यानंतर आपल्या व्यवसायासाठी सर्वोत्कृष्ट डावपेचाची निवड केली जाते.

(७) **अंमलबजावणी :-** या टप्प्यामध्ये निवड केलेल्या डावपेचाची अंमलबजावणी करण्यासाठी योग्य रचना केली जाते. यामध्ये साधनसंपत्तीचे संघटन व उपलब्ध साधन सामग्रीचे विविध कृतींसाठी योग्य प्रमाणात वाटप या बाबींचा समावेश होतो. तसेच कर्मचाऱ्यांना अंमलबजावणीसाठी योग्य सूचना देणे व प्रेरिति करणे याचाही समावेश या टप्प्यात होतो.

(८) **पाठपुरावा :-** यामध्ये पुन्हा संपूर्ण कृती पडताळून पाहिली जाते जेणेकरून गोंधळ, असंबद्धपणा टाळला जाईल. तसेच ठराविक कालावधीनंतर एकूणच कामाचा पाठपुरावा अत्यावश्यक असतो. त्यामुळे व्यवसाय संघटना योग्य मार्गावर आहे किंवा नाही याची जाणीव होते. त्यामुळे आवश्यकता भासल्यास बदल करता येतात.

५.४ प्रकल्प नियोजन, अर्थ व महत्त्व

अर्थ :

यामध्ये एखाद्या प्रकल्पाची संरचना केली जाते. म्हणजेच एखादा प्रकल्प कसा राबविला जाईल याचा मार्ग किंवा पद्धती ठरविली जाते. बिनचूक प्रकल्प नियोजनाशिवाय प्रकल्पाची पद्धतशीर अंमलबजावणी अशक्य असते. प्रकल्प नियोजनाची सुरुवात ही व्यवसाय संधी शोधण्यापासून होते व त्यादृष्टीने नियोजन करून एखाद्या प्रकल्पाची अंमलबजावणी केल्यानंतर प्रकल्प नियोजनाचा शेवट होतो.

व्यवसायाच्या विविध अंगांचे सखोल संशोधन हा प्रकल्प नियोजनाचा प्रमुख हेतू असतो. ह्यामध्ये तांत्रिक, व्यवस्थापकीय, बाजारपेठविषयक आणि वित्तीय या प्रमुख बाजूंचा समावेश होतो. प्रत्येक नवीन प्रकल्पासाठी प्रकल्प नियोजन गरजेचे असते. त्यामुळे नियोजित प्रकल्पाची छाननी करण्यासाठी आवश्यक असलेली प्राथमिक माहिती उपलब्ध होते.

प्रकल्प नियोजनाचे महत्त्व

कोणताही प्रकल्प चालू करणे व त्याचे व्यवस्थापन करण्यासाठी प्रकल्प नियोजन मार्गदर्शक ठरते. खालील मुद्द्यांमधून त्याचे महत्त्व स्पष्ट होईल.

(१) **उद्दिष्टपूर्ती :-** यशस्वी प्रकल्पामुळे संघटनेला भविष्यकालीन उद्दिष्टपूर्तीसाठी प्रेरणा मिळते. त्यामुळे संघटना भरभराटीस येते व स्पर्धेत टिकून राहते. काळजीपूर्वक प्रकल्प नियोजनामुळे प्रकल्पाला दीर्घायुष्य लाभते.

(२) **वेळेचे व्यवस्थापन :-** प्रकल्प नियोजनामुळे प्रकल्पपूर्तीसाठी लागणारा निश्चित कालावधी ठरविता येतो. पूर्वर्नियोजीत उद्दिष्टांच्या पूर्ततेसाठी प्रकल्प ठरविलेल्या वेळेत पूर्ण होणे अत्यावश्यक असते. व्यवसाय संघटनेच्या स्थापनेपासून ते प्रत्यक्ष उत्पादन सुरू करण्यापर्यंत प्रत्येक कृतीसाठी आवश्यक असलेला कालावधी प्रकल्प नियोजनाद्वारे ठरविता येतो व वेळेचे योग्य व्यवस्थापन शक्य होते.

(३) **नाविन्यता :-** प्रकल्प नियोजनामुळे नाविन्य व नवनिर्मितीला प्रेरणा मिळते. उदा. जर प्रकल्प नियोजनाची अंतिम उद्दिष्ट्ये ही आव्हानात्मक असतील तर त्यांना सामोरे जाण्यासाठी व त्यांच्या पूर्ततेसाठी संघटनेतील कर्मचाऱ्यांना नवीन कल्पना किंवा पद्धतींनी काम करावे लागते.

(४) **धोके शोधता येतात :-** प्रल्कल्प कालावधीत संभवणारे विविध धोके शोधणे प्रकल्प नियोजनामुळे शक्य होते. प्रकल्पाची वृद्धी व विकास करीत असताना संभणारे विविध वित्तीय, सामाजिक किंवा भौतिक धोक्यांचे पूर्वज्ञान असेल तर दूरदृष्टीने योग्य नियोजन करून हे धोके टाळण्यासाठी प्रयत्न करता येतो.

(५) **प्रोत्साहन :-** प्रकल्प नियोजनामुळे कर्मचाऱ्यांना प्रेरणा मिळते. कारण प्रकल्प नियोजनामुळे नफा, बाजारपेठेतील हिस्सा यामध्ये वाढ होते. त्यामुत्कर्मचाऱ्यांना वाढीव पगार, बोनस या द्वारे प्रेरणा देता येते.

(६) **उत्तम सहकार्य :-** प्रकल्प नियोजनामुळे विविध साधनांमध्ये उत्तम सहकार्य निर्माण करता येते. कोणत्याही उत्पादनासाठी विविध उत्पादन घटकांचे संघटन करावे लागते. प्रकल्प नियोजनामुळे या विविध घटकांचे संपादन व वापर यामध्ये स्पष्टता आणता येते. त्यामुळे त्यांच्यात उत्तम सहकार्याची भावना निर्माण होते.

(७) **गुंतवणूक निर्णय :-** प्रकल्प नियोजनामुळे भांडवल उभारणीसाठी येणाऱ्या खर्चाबाबत महत्त्वाची माहिती मिळते. त्यामुळे योग्य गुंतवणूक निर्णय घेता येतात.

(८) **गुणवत्ता वाढ :-** गुणवत्ता नियोजनासाठी कशाची आवश्यकता आहे याचे स्पष्टीकरण प्रकल्प नियोजनाद्वारे केले जाते. त्यामुळे उच्च गुणवत्तेचे प्रकल्प तयार केले जातात व संघटना साखळीतील प्रत्येक घटकाला गुणवत्तेची जाणिव करून देता येते व उच्च गुणवत्तेच्या उत्पादनाची निर्मिती करता येते.

(९) **प्रकल्प मूल्यमापन :-** प्रकल्प प्रगती व प्रकल्प खर्चयांवर नियंत्रण ठेवणारे एक उत्तम साधन म्हणून प्रकल्प नियोजनाचा वापर करता येतो. प्रत्यक्ष व नियोजीत यामध्ये जर फारकत आढळली तर योग्य उपाय योजना करणे शक्य होते.

५.५ प्रकल्प अहवाल (Project Report)

''प्रकल्पाची स्थापना करण्यापूर्वी प्रकल्पाचे नियोजन तयार करावे लागते. या नियोजनाचे लेखी स्वरूप म्हणजे प्रकल्प अहवाल होय.'' प्रकल्प अहवालाचे स्वरूप लेखी असते. प्रकल्प अहवालाची निर्मिती तज्ज्ञांच्या सहाय्याने केली जाते. या तज्ज्ञांना विविध प्रकल्पाबाबतची चांगली माहिती व अनुभव असतो. मोठ्या व्यवसायामध्ये विशेष क्षेत्रातील तज्ज्ञ एकत्र येऊन समिती

स्थापन करतात. यामध्ये तांत्रिक सल्लागार, हिशेब तपासणीस, कायदेविषयक सल्लागार, अर्थतज्ज्ञ, व्यवस्थापन तज्ज्ञ, विपणन क्षेत्रातील तज्ज्ञ इ.चा समावेश केला जातो. व्यवसायाची स्थापना करताना, बँकांकडून अर्थसहाय्य प्राप्त करण्यासाठी या अहवालाचा उपयोग होतो.

प्रकल्प अहवालातील समाविष्ट घटक : (Contents of Project Report)

१) व्यवसायाचे किंवा कंपनीचे नियोजीत नाव व पत्ता

२) व्यवसायाचा उद्देश व माहिती, पार्श्वभूमी

३) व्यवसायाचे स्थान (Business Location)

औद्योगिक वसाहतीमध्ये

ग्रामीण भागामध्ये

विशिष्ट ठिकाणी

४) प्राथमिक सुविधांची उपलब्धता (Primary Facilities)

रस्ते बाजारपेठ

वाहतूक पोस्ट

संदेशवहन बँका

इंधन विमा

वीज संग्रहण

पाणी

५) जागा (Place)

आकारमान, क्षेत्र - हेक्टरमध्ये

बांधकाम क्षेत्र

रिकामी जागा

कारखाना

कार्यालय

संग्रहण

कर्मचारी निवास

गुंतवणूक

६) कच्चा माल (Raw Materials)

कच्च्या मालो स्वरूप व प्रकार

प्रमाण

उपलब्धता, पुरवठादार, बाजारपेठ

खरेदी - मासिक / वार्षिक

भांडवल गुंतवणूक

वाहतूक व्यवस्था

पुरवठादाराशी करार

संग्रहण व्यवस्था

७) यंत्रसामग्री (Machinery)

यंत्रसामग्रीचा प्रकार व प्रमाण

किंमत

एकूण गुंतवणूक (स्थिर गुंतवणूक)

दुरुस्ती खर्च

घसारा

यंत्ररचना

८) कामगार (Labour)

कामगार उपलब्धता

कुशल कर्मचारी

अकुशल कर्मचारी

एकूण कर्मचारी

वेतन

कर्मचारी योजना व सवलती

प्रशिक्षण

मासिक व वार्षिक वेतन खर्च

भविष्यकालीन तरतुदी

९) अर्थसहाय्य (Finance)

उद्योजकांच्या मालकीचे भांडवल, व्यवसाय प्रारंभीचा खर्च

कर्जाऊ भांडवल

एकूण भांडवल

स्थिर भांडवल

खेळते भांडवल

बँका किंवा वित्तपुरवठा संस्थांकडून अर्थसहाय्य

व्याजाचे दर

सबसिडी

भविष्यकालीन आर्थिक तरतुदी

१०) उत्पादन (Production)

उत्पादन पद्धती

आधुनिक यंत्रसामग्रीचा अवलंब

उत्पादनाचे प्रमाण

दैनंदिन उत्पादन

मासिक उत्पादन

वार्षिक उत्पादन

११) विक्री : (Sales)

बाजारपेठ - स्थानिक / प्रादेशिक / राष्ट्रीय / आंतरराष्ट्रीय

बाजारपाठेतील हिस्सा

विक्री मोहिम / जाहिरात

दैनंदिन विक्री

मासिक विक्री

वार्षिक विक्री - एकूण विक्री

भविष्यकालीन विक्री अंदाज

१२) अपेक्षित नफा (Expected Profit)

एकूण विक्री रक्कम - एकूण खर्च ¸ नफा

नफ्याचे प्रमाण ५ टक्के, १० टक्के, १५ टक्के, २० टक्के, २५ टक्के इ.

अंदाजे नफा

निव्वळ नफा

नफ्यातील तरतुदी

नफ्याची पुनर्गुंतवणूक

लाभांशाचे दर

munotes.in

१३) प्रकल्पाची सुरुवात (Expected Date of Starting a Project)

१४) भविष्यकालीन योजना (Future Schemes)

व्यवसाय वृद्धी

नवीन मालमत्तांची खरेदी

आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब

उत्पादनाचा दर्जा विकसित करणे.

नवीन बाजारपेठेमध्ये विक्री करणे.

विक्री उद्दिष्टांमध्ये वाढ

१५) प्रकल्पाबाबत अभिप्राय (Opinion of the Entrepreneour)

या प्रकल्पाबाबत उद्योजक स्वतःचे मत

तज्ज्ञांची शिफारस

अडचणी

उपाययोजना

भवितव्य

सामाजिक उपयुक्तता

औद्योगिक विकासातील भूमिका

munotes.in

५.६ प्रकल्प अहवालाचे फायदे (Advantages of project report)

१) उद्योजकाला व्यवसायाची उभारणी कशी करावी याबाबतचे मार्गदर्शन मिळते.

प्रकल्प अहवालामध्ये वरीलप्रमाणे व्यवसायाशी संबंधित विविध घटकांचा अवलंब केला जातो. या प्रत्येक घटकाशी उद्योजकाचा संबंध येतो. त्यामुळे व्यावसायिकाला प्रकल्प उभारणी करताना आणि व्यवसाय चालविताना या सर्व घटकांची उपलब्धता करणे व त्यानुसार व्यावसायिक प्रक्रिया पार पाडणे शक्य होते. त्यामुळे उद्योजकाला व्यवसाय सुरू करताना व चालविताना प्रकल्प अहवालाचा मार्गदर्शन म्हणून उपयोग होतो.

२) कर्जाऊ रक्कम उपलब्ध करणे सोयीचे जाते.

प्रकल्प अहवालामध्ये व्यवसायाची विविध घटकांबाबतची क्षमता कितपत आहे याची सविस्तर माहिती स्पष्ट केलेली असते. त्यामुळे आर्थिक क्षमता जमजते. यानुसार बँका किंवा वित्तपुरवठा संस्था व उद्योजकांना किती रक्कमेचे कर्ज उपलब्ध करून द्यायचे याबाबतची मर्यादा ठरवितात.

३) प्रकल्प अहवाल शासनाकडे सादर करावा लागतो.

उद्योजकांना व्यवसाय परवाना धारण करण्यासाठी प्रकल्प अहवाल शासनाकडे सादर करावा लागतो. त्याच्या सहाय्याने सदर व्यवसाय कोणत्या क्षेत्रातील आहेत त्यातील उत्पादनाचे स्वरूप काय आहे, त्याची समाजाला कितपत गरज आहे, रोजगार निर्मिती किती प्रमाणात झालेली आहे, निर्यात वृद्धीला चालना दिलेली आहे, काय? आर्थिक विकासामध्ये व्यवसायाचे योगदान, औद्योगिक विकासातील भूमिका, ग्रामीण भागामध्ये तसेच मागासलेल्या भागामध्ये प्रकल्प सुरू केला असल्यास शासनाकडून विशेष सवलती उपलब्ध करून दिल्या जातात. शासनाकडून ज्या प्रकारे परवाने हवे आहेत त्यासाठी प्रकल्प अहवालाची आवश्यकता असते.

४) व्यवसाय परवाना धारण करता येतो.

वरील मुद्यामध्ये उल्लेख केल्याप्रमाणे ज्या व्यवसायांना व्यवसाय परवाना धारण करण्यासाठी प्रकल्प अहवालाची आवश्यक्ता आहे. अशा व्यवसायांना प्रकल्प अहवाल सादर करून शासनाकडून आवश्यक त्या प्रकारचे परवाने धारण करता येतात.

५) खर्चावर नियंत्रण ठेवता येते.

प्रकल्प अहवालामध्ये आर्थिक बाबीमध्ये उपलब्ध भांडवल व त्याचा विनीयोग याबाबतची माहिती दिलेली असते. त्यानुसार उद्योजक आर्थिक व्यवहार करतात. प्रमाणबद्ध रक्कम उपलब्ध करणेव प्रमाणशीर खर्च यामुळे व्यवसायाच्या खर्चावर नियंत्रण ठेवणे शक्य होते.

६) व्यवहार्यता अभ्यास करता येतो.

व्यवहार्यता अभ्यासामध्ये व्यवसायाची तांत्रिक बाजू आर्थिक बाजू, विपनणविषयक बाजू, व्यवस्थापकीय बाजू इ. घटकांचा विश्लेषणात्मक अभ्यास केला जातो. त्यामुळे हे सर्व घटक व्यवसायाच्या सविस्तर कामकाजासाठी आवश्यक आहेत त्यामुळे सदर प्रकल्प व्यवहार्य दृष्टिकोनातून योग्य आहे की नाही हे ठरविता येते.

७) भविष्यकालीन विकासात्मक योजना राबविता येतात.

प्रकल्प अहवालामध्ये व्यवसायाबाबतच्या विकासाच्या योजना समाविष्ट केलेल्या असतात. त्यानुसार उद्योजकाला व्यवसाय वृद्धी करणे शक्य होते. व्यवसायाचा भविष्यकाळामध्ये सर्वांगीण विकास करणे शक्य होते. उदा. आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करता येतो. ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार उत्पादनाचा दर्जा विकसित करता येतो.

८) व्यवसायावरील गुंतवणुकीबाबत निर्णय घेता येतो.

व्यवसायातील विविध घटक व मालमत्तांमध्ये कशा प्रकारे गुंतवणूक करायची याबाबत निर्णय घेता येतात.

आपली प्रगती तपासा.

१. खालील संज्ञा स्पष्ट करा.

(अ) व्यवसाय नियोजन

(ब) प्रकल्प नियोजन

(क) प्रकल्प अहवाल

२. प्रकल्प अहवालातील खालील मुद्द्यांखाली कोणकोणत्या बाबी सामाविष्ट होतात ते लिहा.

(अ) प्राथमिक सुविधांची उपलब्धता

(ब) जागा

(क) कामगार

(ड) अर्थसहाय्य

(इ) विक्रि

(फ) भविष्यकालीन योजना.

५.७ व्यवहार्यता अभ्यास (Feasibility Study)

नवीन व्यवसाय स्थापन करताना त्यामध्ये प्रचंड प्रमाणावर भांडवल गुंतवणूक करावी लागते. गुंतवणूकीच्या तुलनेत व्यवसायाला नफा होणे आवश्यक असते. नफ्याची शक्यता तपासून पाहण्यासाठी काही घटकांच्या आधारे मूल्यमापन करून प्रकल्प व्यवहार्य आहे की नाही ायचा शोध घेतला जातो. त्यासाठी विशिष्ट घटक असे की प्रकल्पाची तांत्रिक बाजू, व्यवस्थापन बाजू, आर्थिक बाजू, विपणनविषय बाजू इ. घटकांच्या आधारे मूल्यमापन करून प्रकल्प व्यवहार्य आहे की नाही याचा शोध घेतला जातो. त्यासाठी विशिष्ट घटक असे की प्रकल्पाची तांत्रिक बाजू, व्यवस्थापन बाजू, आर्थिक बाजू, विपणनविषयव बाजू इ. घटकांचा तुलनात्मक अभ्यास केला जातो. तसेच प्रकल्पामध्ये भविष्यकाळात कोणते अडथळे किंवा समस्या येतात? त्यावर उपाययोजना कशा करायच्या? भविष्यकाळात व्यवसायासमोर कोणत्या संधी येणार आहेत? त्याचा लाभ कसा घ्यायचा याचा विचार केला जातो. जर सदर प्रकल्प तयार करणे व्यवसायाच्या दृष्टीने अधिक लाभदायक असले तर तो तयार करण्याचा निर्णय घेतला जातो. जर प्रकल्प फारसा फायदेशीर नसेल तर त्याचा विचार केला जातो. असा प्रकल्प सुरू करण्याची घाई केली जात नाही.

प्रकल्पाच्या व्यवहार्यतेचा अभ्यास करण्याचे काम तज्ज्ञांच्या मार्फत केले जाते. मोठ्या प्रकरणाची तसेच निर्यात उत्पादन करणाऱ्या प्रकल्पाचा व्यवहार्यता अभ्यास करावा लागतो. प्रकल्पामध्ये उत्पादनाची रचना किंवा मांडणी केलेली असते. उत्पादनाची रचना, किंमत उपयोगितश, या घटकांचा विचार करावा लागतो. तसेच प्रकल्पातील आर्थिक बाबी, भांडवल उभारणी, भांडवलाचे प्रमाण इ. व्यवस्थापकीय बाजूमध्ये व्यवस्थापकीय पातळी, व्यवस्थापकांची ध्येय धोरणे, उद्दिष्टे, अंमलबजावणी, निर्णय इ. बाबतची माहिती, तांत्रिक बाजूमध्ये तांत्रिक दृष्ट्या प्रकल्पाची व्यवहार्यता जसे की तंत्रज्ञान, उत्पादन पद्धती, यंत्रसामग्रीची रचना, उत्पादन रचना इ. तर विपणनविषयक बाजूमध्ये बाजारपेठेविषयक धोरणे, स्पर्धा, विक्री, विक्री योजना, बाजार पेठ

हिस्तसा विपणन डावपेच, विक्री वृद्धी इ. बाबींचा विचार करावा लागतो. या सर्व बाबी पडताळून पाहिल्या जातात. त्या व्यवसाया्या दृष्टीने व्यवहार्य आहे असे समजावा. प्रकल्पाची छाननी वरिष्ठ पातळीवरील अधिकारी आणि तज्ज्ञांच्या सहाय्याने केली जाते. प्रकल्प व्यवहार्यतेबाबत तज्ज्ञ निर्णय घेतात किंवा अहवाल तयार करतात. हा अहवाल व्यवस्थापकांकडे अवलोकनासाठी पाठविल्या जातो. व्यवस्थापक व्यवसायातील संचालक व मालकांच्या प्रकल्पाबाबत वस्तुस्थिती निदर्शनास आणून दिली जाते. व्यवस्थापक किंवा तज्ज्ञ याबाबत निर्णय घेतात.

व्यवहार्यता अहवालातील समाविष्ट बाबी : (Contents of Feasibility Report)

१) तंत्रज्ञानाची थोडक्यात माहिती : उदा. नाविन्यपूर्ण तंत्रज्ञानाविषयी खुलासा, रचना.

२) प्रकल्पाची रचना किंवा आराखडा

३) साधनसामग्रीबाबतची माहिती उदा. कच्चा माल, यंत्रसामग्री, मनुष्यबळ, भांडवल, शक्तीसाधने इ.

४) उत्पादनविषयक माहिती : उत्पादनाची वैशिष्ट्ये, रचना, उत्पादन पद्धती, गुणवत्ता, आधुनिकीकरण.

५) भांडवलविषयीची माहिती : प्रकल्पासाठी आवश्यक लागणारे भांडवल, भांडवलाची उपलब्धता, विनियोग, लाभदायकता.

६) व्यवस्थापनविषयक माहिती : व्यवस्थापकीय पातळी, धोरणे, निर्णय, अंमलबजावणी.

७) विपणविषयक माहिती : उपलब्ध बाजारपेठ, बाजारपेठेची स्थिती, मागणी, स्पर्धा, अस्तित्व, नावलौकिक, बाजारपेठ हिस्सा.

८) व्यवसायातील धोके किंवा अनिश्चितता : स्पर्धेतील वाढ ग्राहकांच्या आवडीनिवडीतील बदल, नवीन तंत्रज्ञानाची उपलब्धता, उत्पादनाच्या रचनेतील बदल, गुणवत्तेबाबत तडजोड, विदेशी कंप्यांचे आगमन, राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील स्पर्धा.

९) भविष्यकालीन संधी :- उत्पादनाच्या मागणीतील वाढ, अस्तित्व, स्पर्धेमध्ये टिकाव धरणे, नवीन बाजारपेठेची उपलब्धता, शासकीय सवलतींचा लाभ मिळणे उदा. निर्यातीसाठी शासनाकडून प्रोत्साहन लाभणे. ग्रामीण भागातील व्यवसायासाठी विशेष योजनांचा लाभ मिळणे.

१०) कल्पनेची निवड व चाचणी : वस्तुची निवड, वस्तु चाचणी, विपणन चाचणी, वस्तू विकास, वस्तू परिवर्तन.

११) स्थिर मालमत्तेची माहिती - जमीन, इमारत यंत्रसामग्री, वाहने, नावलौकिक इ. स्थिर मालमत्तेतील गुंतवणूक.

१२) निष्कर्ष आणि शिफारशी : व्यवहार्यता अहवालाचे विश्लेषण करून त्याचा सारांश निष्कर्षाच्या स्वरुपात मांडणी करावा लागतो. त्यानंतर तज्ज्ञांनी केलेल्या शिफारशींची मांडणी केली जाते.

५.८ व्यवहार्यता अभ्यासाचे घटक /प्रकार (Companents of Feasibility Study)

१) आर्थिक दृष्ट्या व्यवहार्यता (Economic Feasibility)

प्रकल्पामध्ये जी मोठ्या प्रमाणावर गुंतवणूक केली जाणार आहे ती आर्थिक दृष्ट्या व्यवहार्य आहे की नाही ते पाहिले जाते. गुंतवणूकीच्या मानाने अपेक्षित नफा मिळेल की नाही याची खात्री केली जाते. जर व्यावसायिकाने उत्पादन केलेल्या सर्व उत्पादनाला मोठ्या प्रमाणावर मागणी आली तर त्यांना अपेक्षित नफा मिळतो. भविष्यकाळमध्ये उत्पादित वस्तू आणि सेवांना मोठ्या प्रमाणावर मागणी आली तर त्यांना अपेक्षित नफा मिळतो. भविष्यकाळमध्ये उत्पादित वस्तू आणि सेवांना मोठ्या प्रमाणावर मागणी येणार आहे याची खात्री असल्यास तो प्रलक्प आर्थिक दृष्ट्या फायदेशीर ठरू शकतो. प्रकल्प आर्थिक दृष्ट्या व्यवहार्य आहे की नाही हे बाजारपेठेतील मागणीव अवलंबून असते. त्यासाठी व्यावसायिकाने प्रकल्पामध्ये गुंतवणूक करताना ग्राहकांचा मागणीचा विचार केला पाहिजे. जर ग्राहकांना त्यांच्या आवडीनिवडीनुसार वस्तू आणि सेवा उपलब्ध करून दिल्या तर ग्राहकांचा चांगला प्रतिसाद लाभतो.

व्यावसायिकाने गुंतवणूक करताना ती प्रमाणबद्ध करावी लागते. उदा. स्थितर मालमत्ता आणि खेळती मालमत्ता यांचे प्रमाण निश्चित करून त्यानुसार गुंतवणूक केली आहे किंवा नाही हे पाहिले जाते. तसेच गुंतवणूकीचा वापर योग्य कारणासाठी केला आहे किंवा नाही असे की महत्त्वाच्या बाबींवर खर्च करण्यावर भर दिल्यास गुंतवणूक व्यवहार्य होते. याउलट अनुत्पादक कारणांसाठी गुंतवणूक केल्यास त्यापासून आर्थिक लाभ कमी प्रमाणात होतात. व्यावसायिकाने अंदाज केल्याप्रमाणे भांडवलाची उपलब्धता झाली आहे किंवा नाही, भांडवल उपलब्ध झाल्यानंतर त्याची योग्य प्रकारे गुंतवणूक किंवा वापर केला आहे किंवा नाही, भांडवलाचा वापर करताना अपव्यय टाळण्यास उत्पादन खर्चामध्ये बचत होते. त्यामुळे व्यवसायाला अधिक लाभ मिळविता येतात. भांडवलाचा कार्यक्षमपणे वापर करण्यासाठी व्यावसायिकाने नियोजन केले आहे किंवा नाही. नियोजनानुसार भांडवल उभारणी करण्यापासून भांडवलाचा वापर करण्यापर्यंत सूत्रबद्ध पद्धतीने गुंतवणूक विनियोग केला जातो. सभासदांना अधिकतम दराने लाभांश उपलब्ध करून दिला तरच व्यवसायाला आणखी भांडवल उपलब्ध होते. व्यवसायाची आर्थिक बाजू भक्कम आहे की कमकुवत आहे हे आर्थिक दृष्ट्या व्यवहार्यता अभ्यासाच्या विश्लेषणाने पाहता येते.

२) तांत्रिकदृष्ट्या व्यवहार्यता : (Technical Feasibility)

तांत्रिक व्यवसायासाठी वापरले जाणारे तंत्रज्ञान व्यवहार्य आहे की नाहीा, याबाबत विश्लेषण केले जाते. व्यावसायिकाने कोणत्या प्रकारचे तंत्रज्ञान वापरले जाते हे पाहिले जाते. आधुनिक तंत्रज्ञानासाठी मोठ्या प्रमणावर खर्च करावा लागला तरी आधुनिक तंत्रज्ञानाचे व्यवसायाला भविष्यकाळात मोठ्या प्रमाणावर लाभ होणार आहेत की नाहात, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर केल्यामुळे उतपादन खर्चामध्ये बचत होणार आहे की नाही याची पडताळणी केली जाते. आधुनिक तंत्रज्ञानामधे् जर मोठ्या प्रमाणावर गुंतवणूक केली जाणार असेल तर उत्पादन खर्चामध्ये दीर्घकालीन मोठ्या प्रमाणावर बचत प्राप्त होणार असेल तर व्यवसायाला आर्थिक लाभ होतो. भष्यिकाळात जर यापेक्षा आणखी नवीन तंत्रज्ञान बाजारात उपलब्ध होणार असेल तर व्यवसायाचे सध्याचे तंत्रज्ञान कालबाह्य ठरून व्यवसायाच्या उत्पादनावर व मागणीव भविष्यात परिणाम झालेला दिसून येतो.

तांत्रिक बाबीमध्ये व्यावसायिकाने वापरलेल्या कच्च्या मालाचा वापर, मनुष्यबळ, यंत्रसामग्री याचाही सारासार विचार करावा लागतो. मनुष्यबळ कुशल आहे की अकुशल यावर उतपादनाचा दर्जा आणि कार्यक्षमता अवलंबून असते. जर व्यवसायाला कुशल कामगार उपलब्ध झाल्यास व्यावसायिक चांगल्या दर्जाच्या वस्तूंची निर्मिती करून मोठ्या प्रमाणावर विक्री करून अधिक फायदे मिळवू शकतात. अकुशल कामगारांसाठी प्रशिक्षणविषयक सुविधा उपलब्ध कराव्या लागतात. उतपादन करताना यंत्रसामग्रीची उपलब्धता जसे की आधुनिक स्वरुपाची यंत्रसामग्री, आदर्श यंत्ररचना हे घटक विचारात घेतले आहे की नाहीत याकडे लक्ष द्यावे लागते. उत्पादन करताना उतपादन पद्धतीचाही विचार करावा लागतो. जर पारंपारिक पद्धतीने उत्पादन केले जात असेल तर मोठ्या प्रमाणावर आणि दर्जेदार उतपादनाबाबत खात्री देता येत नाही. त्यासाठी आधुनिक उत्पादन पद्धतीचा अवलंब केल्यास या सर्व गोष्टी त्या व्यावसायिकाला शक्य आहेत. व्यवसायाचे स्थानिकरण विचारात घेऊन व्यवसायासाठी लागणाऱ्या आवश्यक त्या सुविधा उपलब्ध झालेल्या आहेत की नाही याबाबत विश्लेषण करावे लागते. तांत्रिकदृष्ट्या व्यवहार्य असलेला प्रकल्प दर्जेदार वस्तू मोठ्या प्रमाणावर निर्माण करू शकतो.

३) उत्पादन व्यवहार्यता : (Production Feasibility)

प्रकल्प तयार करताना कोणत्या प्रकारचे उत्पादन करावयाचे आहे याचा विचार करावा लागतो. वस्तू उत्पादन हे व्यवहार्यता दृष्टिकोनातून योग्य असावे लागते. उत्पादनाची कल्पना ही नाविन्यपूर्ण आहे की नाही हे पहावे लागते. नाविन्यपूर्ण उत्पादन हे नवीन बाजारपेठ मिळविणे व मोठ्या प्रमाणावर मागणी मिळविण्यासाठी सोईचे ठरते. ग्राहकांना नेहमी नवीन वस्तू हव्या असतात. व्यावसायिकांनी या वस्तू कशा प्रकारे उपलब्ध करून दिलेल्या आहेत त्यांचा प्रथम विचार करावा लागतो. नाविन्यपूर्ण वस्तू दर्जेदार आहे की नाही हे पहावे ागते. वस्तुचा दर्जा हा कायमस्वरुपी टिकवावा लागतो. याचा अर्थ प्रकल्पाद्वारे ग्रोहकांना सातत्याने चांगल्या सेवा उपलब्ध करून दिल्या जातात किंवा नाही याचा विचार करावा लागतो.

वस्तू उत्पादन करताना वस्तुमध्ये आवश्यक ते बदल केले जाणार आहेत किंवा नाही याकडे लक्ष द्यावे लागते. उदा. आपण उत्पादन करत असलेल्या वस्तुमध्ये आधुनिक तंत्रज्ञान विकसित होणार असेल तर ते तंत्रज्ञान व्यवसायामध्ये उपलब्ध केले जाणार आहे की नाही याचा विचार करावा लागतो. थोडक्यात उत्पादित वस्तुद्वारे ग्राहकांचे पूर्णपणे समाधान केले जाणार आहे किंवा नाही याचा उत्पादन व्यवहार्यता या घटकामध्ये विचार होणे गरजेचे आहे. उत्पादनाचा विशिष्ट दर्जा निर्माण करण्यासाठी आय.एस.आय. (ISI) या संस्थेची मदत घेतली आहे की नाही, तसेच चांगल्या दर्जाच्या वस्तुची निर्मिती करून उत्पादि वस्तूंना आय.एस.आय. शिक्का प्राप्त केलेला आहे किंवा नाही हे पाहता येते.

उत्पादनामध्ये सातत्य निर्माण करत असताना त्यामध्ये आवश्यक ते परिवर्तन करण्याची गरज आहे. जसे की, मुख्य उत्पादनाबरोबर पूरक उत्पादन करण्याचा निर्णय घेतला आहे की नाही. एका उत्पादनासरोबर विविध प्रकारचे उत्पादन करण्याचा निर्णय घेतला आहे किंवा नाही, उत्पादनाबाबत भविष्यकाळात काही तरतुदी करण्यास आलेल्या आहेत का? जेणेकरून भविष्यकाळात उत्पादनाचा विकास साधणे शक्य होईल. उत्पादनाच्या नवीन पद्धतीचा व आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करून उत्पादन विकास करणे शक्य आहे. परंतु या सर्व बाबींचा विचार केला आहे किंवा नाही हे उत्पादन व्यवहार्यता अभ्यासामध्ये विचारात घ्यावे लागते.

४) व्यवस्थापकीय व्यवहार्यता : (Managerial Feasibility)

व्यवसायाला व्यवस्थपक कशा प्रकारचे लाभले आहेत त्याचा विचार व्यवस्थापकीय व्यवहार्यतेमध्ये केला जातो. व्यवस्थापकीय पातळ्यांचा विचार जसे की उच्च पातळीवरील व्यवस्थापक, मध्यम पातळीवरील व्यवस्थापक आणि कनिष्ठ पातळीवरील व्यवस्थापक इ. वरिष्ठ पातळीवर व्यवस्थापकांची संख्या अधिक असल्यास व्यवसायाची जबाबदारी मोठ्या प्रमाणावर पार पाडली जाते. व्यवस्थापक कार्यक्षम असतील तर व्यवसायाची सर्व कार्ये कार्यक्षमतेने पार पाडली जातात. कार्यक्षम व्यवस्थापक व्यवसायाची धोरणे, नियोजन इ. ठरवून त्यांची अंमलबजावणी योग्य रितीने करतात. व्यवस्थापकांचा व्यवसायाबाबतचा दृष्टिकोन कश प्रकारचा आहे त्यावर व्यवसायाची ध्येय धोरणे अवलंबून असतात. व्यवस्थापकांचा दृष्टिकोन व्यवसायाचा विकास साध्य करण्याच्या दृष्टीने असावा लागतो. या घटकामध्ये त्यांचा दृष्टिकोन कसा आहे याचा विचार केला जातो.

व्यवस्थापकंनी व्यवसायाच्या विकासाबाबत भविष्यकालीन योजना कशा प्रकारे निश्चित केलेल्या आहेत त्यावरून व्यवसायाच्या भविष्यकालीन विकास कसा होईल हे ठरविता येते. व्यवसायाला मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्याची संधी असेल तर व्यवस्थापकांनी धाडस दाखवून एखादी योजना प्रत्यक्षात आणण्याचा प्रयत्न केला पाहिजे. नवीन प्रकल्पाची उभारणी करणे, उत्पादनक्षमता वाढविणे या सर्व बाबी व्यवस्थापकांच्या धाडशी निर्णयांवर अवलंबून आहे. व्यवस्थापकांनी ठरविलेल्या निश्चित उद्दिष्टांवर लक्ष केंद्रित करून व्यवसायाचा विकास करण्याचे लक्ष गाठले जाते.

५) विपणनविषयक व्यवहार्यता : (Managerial Feasibility)

या घटकामध्ये व्यावसायिकाला बाजारपेठेविषयी विश्लेषण करून उत्पादित वस्तू व सेवांची मागणी निश्चित करावी लागते. बाजारपेठेची वर्तमानकालीनन्स्थती विचारात घेऊन भविष्य कालीन दृष्टिकोन विकसित करण्याचा प्रयत्न करावा लागतो. उत्पादित वस्तू आणि सेवांना बाजारपेठेत मागणी आहे किंवा नाही याचा अंदाज घ्यावा लागतो. सुरुवातीला नवीन बाजारपेठ शोधणे, बाजारपेठेचा अंदाज घेणे, बाजारपेठ हिस्सा वाढविणे, स्पर्धेची परिस्थिती अजमावणे, ग्राहकांचा शोध घेणे, ग्राहकवृद्धी करणे, विक्रयवृद्धी करणे इ. बाबींकडे विशेषत्वाने लक्ष द्यावे लागते. ही सर्व स्थिती व्यवसायाच्या दृष्टीने अनुकूल आहे की प्रतिकूल आहे याचा शोध घ्यावा लागतो.

जर व्यवसायाला बाजारपेठेची सर्व परिस्थिती अनुकूल असेल तर उत्पादित मालाची विक्री होण्याची खात्री देता येते. त्यामुळे व्यवसायाला अपेक्षित प्राप्ती मिळते व त्याद्वारे व्यवसायातील सर्व खर्च करून प्राप्तीचा मार्ग विचारात घेतला जातो. स्पर्धकांची स्थिती विचारात घेऊन चांगल्या दर्जाच्या वस्तू आणि सेवा ग्राहकांना वाजवी किंमतीला उपलब्ध करून दिल्यास त्यांचा प्रतिसाद वाढला व त्याद्वारे विक्रयवृत्ती होऊन व्यवसायाच्या लाभाचे प्रमाण वाढते.

विपणन विषयक व्यवहार्यतेमध्ये बाजारपेठेतील किंमती, मागणी-पुरवठा, तेजी मंदी, स्पर्धा इ. घटक विचारात घेऊन स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी कशा प्रकारचे प्रयत्न करता येतील याचा विचार करता येतो. वरील सर्व घटकांच्या अनुषंगाने व्यवसाय व्यवहार्य आहे की नाही याचा विचार करता येते.

५.९ सारांश

प्रकल्प अहवाल म्हणजे प्रकल्प नियोजनाचा लेखी स्वरूपातील सारांश होय. व्यवहार्यता अभ्यास करणेसाठी तसेच वित्तीय सहकार्यासाठी वित्त संस्थान प्रकल्प अहवाल उपयोगी ठरतो. सर्वसाधारण प्रकल्प अहवालात व्यवसाय संस्थेचे नावे, पत्ता, संबोधित प्रकल्पाची थोडक्यात माहिती इ. बाबींचा समावेश होतो. तसेच जमिन, इमारत, यंत्रसामग्री, कच्चा माल, कामगार, उत्पादन, विक्रि, अर्थसहाय्य भविष्यकालीन योजना, अपेक्षित नफा, प्रकल्पाबाबतचा अभिप्राय इ. बाबींचा समावेश होतो.

प्रकल्पाच्या व्यवहार्यतेचा अभ्यास करणे, म्हणजे व्यवहार्यता अभ्यास होय. हे काम तंज्ञांच्या मार्फत केले जाते. व्यवहार्यता अभ्यासात तंज्ञांची माहिती, प्रकल्प रचना, साधनसामग्रीची माहिती, उत्पादन, विक्रि, व्यवस्थापक, भांडवल, इ. बाबत माहिती भविष्यकालीन संधी व धोके, निष्कर्ष इ. बाबींचा समावेश होतो.

आर्थिक दृष्ट्या व्यवहार्यता, तांत्रिकदृष्ट्या व्यवहार्यता, उत्पादन, व्यवस्थापकीय, विपणन विषयक इ. व्यवहार्यतेचे विविध घटक आहेत.

५.१० प्रश्न

१. प्रकल्प अहवाल म्हणजे काय ? प्रकल्प अहवालात समाविष्ट होणाऱ्या घटकांची चर्चा करा.

२. प्रकल्प अहवालाची व्यवसाय स्थापनेच्या दृष्टीकोनातून उपयुक्तता स्पष्ट करा.

३. व्यवसाय नियोजन म्हणजे काय ? व्यवसाय नियोजन ही एक प्रक्रिया आहे स्पष्ट करा.

४. प्रकल्प नियोजनाचा अर्थ सांगुन महत्त्व स्पष्ट करा.

५. व्यवहार्यता अभ्यास म्हणजे काय ? व्यवहार्यता अभ्यासात समाविष्ट होणाऱ्या बाबींची चर्चा करा.

६. व्यवहार्यता अभ्यास करताना कोणते घटक विचारात घ्यावे लागतात.

७. टीपा लिहा :

(अ) प्रकल्प अहवाल

(ब) व्यवहार्यता अभ्यास.

♦♦♦♦♦

munotes.in

घटक -६

व्यवसाय संस्थेची वाढ

घटक रचना

६.० उद्दिष्ट

६.१ प्रस्तावना

६.२ प्रवर्तकांचे प्रकार

६.३ नवीन व्यवसाय स्थापनेचे टप्पे

६.४ उद्योग स्थानिकीकरणाचे घटक

६.५ व्यवसाय वाढीसाठी सरकारची भूमिका

६.६ व्यवसाय संस्थांच्या स्थापनेसाठी कायदेशीर करावी लागणारी पूर्तता परवाने आणि नोदणी

६.७ माहिती पत्रके आणि इतर दस्ताऐवज सादर करणे

६.८ महत्त्वाच्या कायदेशार तरतूदी

६.९ सारांश

६.१० प्रश्न

६.० उद्दिष्टे

या घटाकाच्या अभ्यासानंतर विद्यार्थ्यांना -

१) नविन व्यवसाय स्थापनेतील टप्पे स्पष्ट करता येतील

२) उद्द्योग स्थानिकीकरणाचे घटक समजतील.

३) व्यवसाय वाढीतील सरकारच्या भुमिकेबाबत चर्चा करता येईल.

४) व्यवसाय स्थापनेसाठी कायदेशीर बाबींची जाणीव होईल.

६.१ प्रास्तावना

व्यवसाय वाढीमध्ये व्यवसाय संघटनेची स्थापना याचा समावेश होतो. व्यवसाय वाढ हे कार्ये अतिशय जबाबदारीचे कार्ये समजले जाते. व्यवसाय संस्थेची स्थापना करताना अनेक टप्प्यांचा विचारपूर्वक विचार करावा लागतो. एखाद्या चुकीच्या निर्णयामुळे संपूर्ण व्यवसाय स्थापनेची योजना निष्फळ ठरू शकते. नवीन व्यवसायाची स्थापना म्हणजे एखाद्या लहान मुलांच्या जन्माप्रमाणे असते. प्रवर्तकांकडून नवीन व्यवसायासंबंधीची कल्पना सुचविली जाते.

व्यवसायासंबंधीच्या अनेक संधी सुचविल्या जातात. प्रवर्तकांची मूळ कल्पना ही व्यवसाय संस्थेच्या स्थापनेसाठी अतिशय महत्वाची असते. व्यवसायाच्या अस्तित्वासाठी प्रवर्तकांची इच्छा शक्ती अतिशय महत्वाची असते. व्यवसाय संस्थेच्या स्थापनेमुळे रोजगार निर्मिती होत असते.

Definition of Promotion :

1) Promotion is the process of organizing and planning the finance of business enterprise under the corporate form" - H.L. Hancy.

2) Promotion is "discovery of business opportunities and the subsequent organisation of funds, property and managerial ability into a business concern for the purpose of making profits therefrom:

"जी व्यक्ती एखादया निश्चित व्यवसायासाठी व्यवसाय स्थापन करण्याचे काम हाती घेतले जाते आणि त्याप्रमाणे व्यवसाय किंवा कंपनी स्थापन करुन तिचा व्यवसाय चालू होईपर्यंत सर्व कार्ये करतो व्यास व्यवसाय वाढ असे म्हणतात.

प्रवर्तक हा नेहमी नवीन व्यवसाय सुरु करतो. त्यामुळे देशाचा आर्थिक विकास साधणे शक्य होते त्याला आर्थिक प्रेषित (Economic Prophet) म्हणतात त्याला नवनवीन कल्पना सुचतात व तो त्यांचा पाठपुरावा करुन नवीन उद्योगधंदे उभे करतो. त्याच्या पुढाकाराने नवीन व्यवसाय उभे राहतात. त्याला धंद्याची चांगली माहिती असते व अनुभवही असतो.

६.२ प्रवर्तकांचे प्रकार (Types of Promoters)

प्रवर्तक ही एक व्यक्ती असेल किंवा भागीदारी संस्था किंवा कंपनीसुद्धा असू शकते. प्रवर्तकांचे प्रकार पुढील प्रमाणे सांगता येतील.

प्रवर्तकांचे प्रकार

संस्था

१) सरकार
२) प्रवर्तन संस्था

व्यक्तिगत

१. धंदेवाईक प्रवर्तक
२. आर्थिक प्रवर्तक
३. एखाद्यावेळी प्रवर्तक म्हणून काम करणारे
४. तंत्रज्ञ प्रवर्तक

१) **धंदेवाईक प्रवर्तक किंवा व्यावसायिक प्रवर्तक** (**Professional Promoters**) नवीन व्यवसाय सुरू करणे हाच ह्यांचा व्यवसाय असतो. यांना विविध व्यवसायाची चांगली माहिती असते. ते त्या विषयातील तज्ञ असतात. वेळोवेळी त्यांना नवनवीन कल्पना सुचतात व कोणत्या नवीन धंद्याला वाव आहे. हे त्यांना माहीत असते. त्यामुळे ते सतत नवीन कंपन्या किंवा उद्योग सुरू करण्यामागे असतात. ते आपल्या कामाचा मोबदला कमिशनच्या स्वरुपात घेतात. ते नवीन उद्योग सुरु करतात व तो व्यवसाय चालू लागला की ते दुसऱ्याला विकून परत दुसरा नवीन धंदा सुरु करण्यासाठी जातात. हे मात्र सुरु केलेल्या व्यवसायात फार दिवस गुंतून राहत नाहीत. म्हणजेच व्यावसायिक प्रवर्तक हे धंदा व्यवस्थित चालायला लागला की तो दुसऱ्याकडे सोपवून

munotes.in

आपण मोकळे होतात व अआणखीन नवीन धंदा सुरु करण्यामागे धावतात. त्यामुळे नवीन कंपनी किंवा उद्योगधंदे सुरु करणे हाच त्यांचा पूर्ण वेळेचा व्यवसाय असतो. तसेच हे प्रवर्तक व्यवसायाच्या विस्ताराच्याही योजना राबवितात. दोन-तीन छोट्या कंपन्या एकत्र करून त्यातून नवीन मोठी कंपनीही सुरू करतात. उदा. इंफोसिस कंपनीचे डायरेक्टर नारायण मूर्ती, मारूती मोटार उद्योग इ. या प्रकारच्या प्रवर्तकांची उदाहरणे सांगता येतील.

२) **आर्थिक प्रवर्तक (Finanacial Promoters) :** अर्थपुरवठा करणाऱ्या व्यापारी बँका किंवा NIDC, ICICI, IDBI, IFCI या सारख्या वित्तीय संस्थाही नवीन धंदा सुरू करणाऱ्याला मार्गदर्शन व मदत करतात. ह्यांचा सर्व प्रकारच्या उद्योगधंद्याशी सतत संपर्क असल्यामुळे केव्हाही गुंतवणूख करणाऱ्याला त्यात पैसे गुंतवायला मदत करतात. परंतु नवीन धंदा सुरू करणे हे काही त्यांचे प्रमुख काम नसते. धंद्याला अर्थ पुरवठा करीत असतानाच जर एखादी संधी दिसून आली व पैसे उपलब्ध असतील तर त्या संधीचा ते फायदा घेतात.

३) **एखाद्याच वेळी प्रवर्तक म्हणून काम करणारे (Occasional Promoters) :** हे प्रवर्तक एखादाच व्यवसाय आपल्यापुरता सुरू करतात व नंतर त्याचे व्यवस्थापनही स्वतःच करतात. पुढे त्याच धंद्याशी चिकटून राहतात. ते धंदेवाईक प्रवर्तक नव्हेत. यांना एखाद्या वेळी नवीन धंद्याची कल्पना सुचते व ते ती प्रत्यक्षात आणून त्याच धंद्यात गुंतून राहतात. अनेक लहान उद्योजक या सदरात मोडतात.

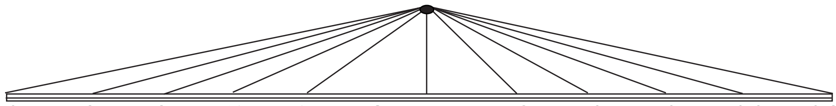
४) **तंत्रज्ञ प्रवर्तक (Technical Promoters) :** हे तंत्रज्ञ आपआपल्या क्षेत्रातील नवीन उद्योग सुरू करतात. यांना त्या विषयातील सर्व माहिती असल्यामुळे ते स्वतः एकटेच किंवा आणखीन काही सहकाऱ्याची मदत घेऊन नवीन व्यवसाय सुरू करतात. यांच्या तांत्रिक ज्ञानाचा नवीन कंपनीला चांगलाच उपयोग होऊ शकतो. हेही सुरू केलेल्या कंपनीशी फार काळ चिकटून राहत नाहीत. आपल्या सेवेचा मोबदला वसूल करुन बाजूला होतात.

५) **प्रवर्तक संस्था (Institutional Promoters) औद्योगिक विकास बँक :** या सारख्या संस्थाही नवीन उद्योग सुरु करण्यास पुढाकार घेतात. महाराष्ट्रात सध्या कोकण विकास महामंडळ, मराठवाडा विकास महामंडळ वगैरे संस्था आहेत या संस्था त्या त्या विभागात नवीन उद्योगधंदे सुरू करण्यात मदत करतात व त्या त्या विभागाच्या औद्योगिक विकास घडवून आणतात. काही वेळा हे त्या नवीन उद्योगात भागीदार म्हणून भागही घेतात. त्याचप्रमाणे ते उद्योगधंद्याविषयी प्रकल्प अहवाल तयार करून घेतात व नीवन उद्योजकांना ते पुरवतात.

६) **प्रवर्तक सरकार (Government as a Promoter) :** काही वेळा काही प्रवर्तकांना असे उद्योग सुरु करणे आर्थिक किंवा इतर अडचणींमुळे शक्य नसते. परंतु ते उद्योग सुरु करणे आर्थिक विकासात भर पडते किंवा देशाच्या प्रगतीला आवश्यक असतात. असे उद्योग सरकार स्वतः चालू करतात. मुख्यतः ज्या उद्योगधंद्याची समाजाला अत्यंत गरज आहे किंवा त्या धंद्यामुळे इतर धंद्याच्या वाढीला मदत होऊ शकते असे धंदे सरकार चालू करते. अशा उपक्रमामुळे त्या त्या भागाचा विकास घडून येण्यास मदत होते. उदा. पनवेल जवळ रायगड जिल्ह्यात रसायनी येथे केंद्र सरकारने प्रथम हिंन्दुस्थान ऑरगॅनिक लिमिटेड HOC ही रासायनिक कंपनी सुरू केली. आज त्या परिसरात आपल्याला अनेक रासायनिक कंपन्या सुरु झालेल्या दिसून येतात. त्याचप्रमाणे महाराष्ट्र सरकारने MAFCO ही पब्लिक सेक्टर मधील कंपनी सुरु केली.

६.३ नवीन व्यवसाय स्थापनेचे टप्पे (Steps in Setting a new Business)

व्यवसाय स्थापनेचे टप्पे



१ → २ → ३ → ४ → ५ → ६ → ७ → ८ → ९ → १० → ११ → १२

१. मूळ कल्पना सुचणे	७. कामगारांचा पुरवठा
२. स्थान निश्चित करणे	८. शक्ती साधनांची उपलब्धता
३. आराखडा तयार करणे	९. इतर सुविधा
४. आकार ठरवणे	१०. कायदेशीर बाबी पूर्ण करणे
५. संघटनेची निवड	११. कर नियोजन करणे
६. आर्थिक नियोजन करणे	१२. प्रत्यक्ष व्यवसाय सुरु करणे

१) **मूळ कल्पना सुचणे (Discovery of Business Opportunity)** : सर्वात प्रथम प्रवर्तकाला हा निर्णय घ्यावा लागतो की आपण कोणता नवीन उद्योग सुरू करायचा. यासाठी त्याला विविध उपलब्ध संधीचा अभ्यास करावा लागतो. सद्य परिस्थितीत कोणता व्यवसाय फायदेशीर होईल हे बघून निर्णय घ्यावा लागतो. हे ठरवत असताना, आपल्याकडे उपलब्ध असलेले भांडवल, कच्चा माल, बाजारपेठेतील स्पर्धा, उत्पादन खर्च, नफ्याचे प्रमाण, तांत्रिक घटक इ. गोष्टींचा विचार केला जातो. त्यासाठी उपलब्ध माहिती व आकडेवारीचा अभ्यास केला जातो व योग्य निर्णय घेतला जातो.

२) **स्थान निश्चित करणे (Location)**: व्यवसायाची स्थापना करताना व्यवसायाचे स्थान निश्चित करणे फार महत्वाचे असते. कारण व्यवसायाच्या ठिकाणावरच व्यवसायाचा नफा अवलंबून असतो. तसेच योग्य ठिकाणी व्यवसाय सुरू केल्यास उत्पादन खर्चात बचत करता येते. व्यवसायाचे ठिकाण निश्चित करताना पुढील मुद्द्यांचा विचार करणे आवश्यक आहे.

(१) कच्च्या मालाची उपलब्धता (२) श्रमिकांची उपलब्धता (३) सर्व सुविधांची उपलब्धता (४) बाजारपेठेचे ठिकाण (५) बँक सुविधा (६) वाहतूक सुविधा (७) गोदाम व्यवस्था इ. बाबींचा विचार करावा लागतो.

३) **आराखडा तयार करणे (layout)** : कोणत्याही कारखान्याची अंतर्गत रचना करताना कारखान्याची विभागणी अनेक विभाग व उपविभागात करावी लागते. तसेच कारखान्याअंतर्गत यंत्रसामग्रीची रचना, कर्मचाऱ्यांनी काम करण्याचे ठिकाण हे विशिष्ट अधिकाऱ्यांना काम करताना सहज हालचाल करता येते. यंत्रसामग्रीपासून होणारे अपघात टाळता येतात व अप्रत्यक्षपणे कर्मचाऱ्यांची कार्यक्षमता वाढवता येते. अशा प्रकारे सर्व बाजूने फायदेशीर ठरेल अशाप्रकारे कारखान्याची रचना करावी.

४) **आकार ठरवणे (Size of Business Unit)** : नवीन व्यवसाय सुरू करायचा असल्याने सुरूवातीला व्यवसायाच्या आकारमानाबाबत विचार करावा लागतो. त्यासाठी उपलब्ध भांडवल, जागा, बाजारपेठेचे सानिध्य, इ. गोष्टी विचारात घ्याव्या लागतात. जर सुरूवातीलाच

munotes.in

भरपूर भांडवल, मुबलक जागा व इतर सुविधा मोठ्या प्रमाणावर उपलब्ध असतील तर मोठ्या प्रमाणावर व्यवसाय करता येतो. याउलट भांडवल, जागा, इतर सुविधांची टंचाई असेल तर लहान प्रमाणावर व्यवसाय करणेच परवडेल. म्हणजे पर्याप्त आकाराचा व्यवसाय सुरू करावा.

५) **संघटनेची निवड (Form of Organization) :** व्यापार आणि उद्योग विविध संघटनामार्फत केला जाऊ शकतो. उदाः एकल व्यापारी, भागिदारी संस्था, संयुक्त कंपनी, सहकारी सोसायटी वगैरे, प्रत्येकाचे काही फायदे व तोटे आहेत. प्रत्येक प्रवर्तकाने आपल्या व्यवसायाच्या गरजा लक्षात घेऊन योग्य त्या संघटनेची निवड केली पाहिजे. तसेच संघटना ठरवताना भांडवल किती लागेल व कोणत्या प्रकारच्या प्रमाणावरील उद्योगधंद्यांना कंपनी हीच संघटना सर्वसाधारण निवडली जाते.

६) **आर्थिक नियोजन (Financial Planning) :** कोणत्याही धंद्याला कमी जास्त भांडवल लागतेच. भांडवल दोन प्रकारचे असते. स्थिर भांडवल (Fixed Capital) व (खेळते भाडंवल) व खेळते भांडवल (Working Capital) धंदा सरू करताना ईमारत, यंत्र, फर्निचर वगैरेच्या खरेदीसाठी लागणारे भांडवल म्हणजे स्थिर भांडवल. दैनंदिन व्यवहार म्हणजे खरेदी विक्री, नोकरांचा पगार, धंद्याचा इतर दैनंदिन खर्च भागवण्यासाठी लागणारे भांडवल म्हणजे खेळते भांडवल. भांडवल नियोजन करताना या दोन्ही भांडवलांचा विचार करावा लागतो. तसेच ते भांडवल कसे उभे करायचे हेही ठरवले पाहिजे. भांडवल विविध मार्गाने गोळा करता येते. उदा. भागविक्री करून कर्ज रोखे विकून, बँक व वित्तिय संस्थांकडून दिर्घ तसेच अल्प मुदतीचे कर्ज घेऊन भांडवल उभारता येते. आपल्या देशात मुंबई, कलकत्ता, मद्रास इ. शहरांच्या ठिकाणी उद्योगाचे मोठ्या प्रमाणावर स्थानिकीकरण झालेले आहे.

७) **कामगारांचा पुरवठा (Man Power) :** उद्योगाकरीता श्रमशक्ती आवश्यक असते. ही श्रमशक्ती कामगारांच्या क्षमतेवर अवलंबून असते. कामगार कुशल, अकुशल व अर्थकुशल असू शकतात. उद्योगामध्ये या तीनही प्रकारच्या कामगारांची गरज असते. ज्या उद्योगांकरिता आवश्यक असलेल्या कामगारांची गरज पूर्ण होते, त्या ठिकाणी संबंधित उद्योगाची स्थापना केली गेली तर कामगारांचा प्रश्न सहज व योग्य मोबदला देऊन सोडवला जाऊ शकतो. उदा. ग्रामीण भागात अकुशल कामगार भरपूर असतात. तर शहरी भागार कुशल कामगार भरपूर असतात. त्यानुसार व्यवसायाचे स्थान निश्चित करावे.

८) **शक्ती साधनांची उपलब्धता :** उद्योगधंद्यामध्ये निरनिराळ्या प्रकारची यंत्रे वापरली जातात. ही यंत्रे चालवण्याकरिता विशिष्ट प्रकारची शक्ती लागते. म्हणून वीज, इंधन, कोळसा इ. बाबींची उपलब्धता कोणत्या विभागामध्ये आहे याचा शोध घेतला पाहिजे. भारतामध्ये जमशेदपूर येथे लोखंड व पोलादाचा कारखाना उभारण्याचे प्रमुख कारण म्हणजे त्या भागात असलेल्या कोळशाच्या व लोखंडाच्या खाणी होत. तसेच मद्रास आणि दक्षिण महाराष्ट्रामध्ये उद्योगाचे मोठ्या प्रमाणात स्थानिकीकरण झालेले आहे. कारण या भागात विद्युत पुरवठा नियमित व पुरेसा आहे.

९) **कायदेशीर बाबी पूर्ण करणे (Legal Formalities) :** नवीन उद्योग सुरू करताना अनेक प्रकारच्या कायदेशीर बाबी पूर्ण कराव्या लागतात. उदा. नोंदणी करणे, सरकारची परवानगी घेणे, नगर परिषदेची परवानगी घेणे वगैरे गोष्टी प्रवर्तकांना पूर्ण कराव्या लागतात. केंद्र सरकारने उदार नवीन आर्थिक धोरण स्विकारल्यामुळे विविध कायद्यांतील बंधने शिथिल झाली आहे. तरीही काही प्रमाणात या गोष्टी पूर्ण कराव्या लागतात.

१०) **इतर सुविधा (Other Facilities) :** इतर सुविधांमध्ये वाहतूक व दळणवळणाची सोय, कच्चा माल, यंत्रसामग्री व पक्का माल एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी वाहून न्यावा लागतो. यासाठी वाहतुकीची साधने, टेलिफोन सुविधा, पाणीपुरवठा, हवामान, गोदाम व शीतगृहाची व्यवस्था, बाजारपेठेची निकटता, अद्यावत संशोधनाविषयी सोयी, अग्निशामक दलाची सोय, धार्मिक भावना, वीज पुरवठा, टाकाऊ माल टाकण्याची सोय, प्रशिक्षणाची सुविधा अशा अनेक सुविधांचा विचार केला पाहिजे.

११) **कर नियोजन (Tax Planning) :** कर नियोजन व कर चुकवणे यातील फरक लक्षात घेतला पाहिजे. दोन्हीमुळे कर कमी करावा लागला तरीही कर चुकवणे हा गुन्हा आहे. तर कर नियोजन फायदेशीर आहे. कर नियोजन म्हणजे कायद्यातील विविध सवलतींचा फायदा घेऊन कराचा बोजा कमी करणे. सरकारने दिलेल्या कायद्यातील अनेक सवलतीचा फायदा घेऊन कर, भार कमी करता येतो. उदा. ग्रामीण मागास भागात उद्योग सुरू केल्यास सरकारकडून सबसिडी मिळते. तसेच विक्रीकर वगैरेमध्ये काही सवलती मिळतात. म्हणून काही उद्योग रत्नागिरी, सिंधुदुर्ग या भागात स्थापन झालेले दिसतात.

१२) **प्रत्यक्ष व्यवसाय सुरू करणे (Launching the Enterprise) :** प्रत्यक्ष व्यवसाय सुरू करण्यापुर्वी जमीन खरेदी करणे, इमारतीचे बांधकाम, यंत्रसामग्री खरेदी करणे, प्रत्यक्ष उत्पादन घेणे वरील सर्व निर्णय योग्य रीतीने घेतल्यानंतर प्रत्यक्ष उत्पादनाला सुरूवात करून माल बाजारात विकण्यासाठी आणला जातो.

कोणत्याही व्यवसाय संस्थेला स्थापनेपूर्वी वर नमुद केलेल्या घटकांचा/टप्प्यांचा विचार करावा लागतो.

६.४ उद्योग स्थानिकरणाचे घटक Factors Determining Location :

देशाचा आर्थिक विकास साध्य करावयाचा असेल तर औद्योगिकरणावर विशेष भर दिला गेला पाहिजे. हे तत्त्व आज सर्वत्र मान्य केले गेले आहे. प्रवर्तकाला उद्योग स्थापन करण्यापूर्वी विविध प्रकारे विचार करावा लागतो. यामध्ये उद्योगाच्या स्थापनेसाठी योग्य जागेची निवड करणे, हा एक महत्वाचा घटक आहे. उद्योगाची कार्यक्षमता आणि नफ्याचे प्रमाणे जागेच्या निवडीवर अवलंबून असते. जागेची निवड करताना महत्वाच्या घटकांचा विचार करावा लागतो. या घटकांनाच उद्योगाच्या स्थानिकरणास प्रभावित करणारे घटक असेही म्हणतात.या महत्वाच्या घटकांचा आता आपण विचार करू.

१) **कच्च्या मालाची उपलब्धता (Source of Raw material) :**

उद्योगाचे स्थान निश्चित करण्यापूर्वी कच्च्या मालाची उपलब्धता विचारात घेतली जाते. कच्चा मालाच्या उपलब्धतेवर उद्योगाची उत्पादन क्षमता अवलंबून असते. तसेच कच्च्या मालाचा पुरवठा आणि कच्चा माल वाहून आणण्याचा खर्च याचाही योग्य विचार केला गेला पाहिजे. नाशवंत वस्तूंचे उद्योग सामान्यपणे कच्च्या मालाच्या केंद्राजवळ स्थापन होत असतात. त्याचप्रमाणे योग्य किमतीत आणि नियमितपणे कच्चा माल ज्या भागात उपलब्ध होतो त्याच भागात उद्योग स्थापना केले जातात.

२) **कुशल कामगारांचा पुरवठा (Skill workforce) :**

उद्योगांकरिता श्रमशक्ती आवशआयक असते. ही श्रमशक्ती कामगारांच्या क्षमतेवर अवलंबून असते. कामगार कुशल, अकुशल व अर्धकुशल असू शकतात. उद्योगामध्ये या तीनही प्रकारच्या कामगारांची गरज असते. ज्या उद्योगांकरिता आवश्यक असलेल्या कामगारांची गरज पूर्ण होते त्या ठिकाणी संबंधित उद्योगाची स्थापना केली गेली तर कामगारांचा प्रश्न सहज व योग्य मोबदला देऊन सोडविला जाऊ शकतो. उदाहरणार्थ, ग्रामीण भागात अकुशल कामगार भरपूर असतात. हे अकुशल कामगार कमी मजुरीच्या दरातदेखील उपलब्ध होतात.

३) **बाजारपेठेची निकटता (Nearness to market) :**

उद्योगाचे स्थान निश्चित करताना बाजारपेठ जवळ आहे किंवा नाही याचाही विचार केला गेला पाहिजे. लोकांची आवड-निवड, शासकीय धोरण तसेच स्पर्धा या बाबींचा बाजारपेठेवर परिणाम होत असतो. बाजारपेठ अशी असावी की, जिथे मागणी खूप आहे, स्पर्धा कमी आहे व शासनाचे अडथळेदेखील नाहीत. तरच उत्पादित वस्तूची विक्री मोठ्या प्रमाणावर होईल. काही वस्तू अशा असतात की, त्यांना लागणारा कच्चा माल कमी खर्चात प्राप्त होतो. परंतु त्या वस्तूची किंमत मात्र जास्त असते. असे उद्योग बाजारपेठेजवळ स्थापन होतात याच कारणास्तव अनेक लघुउद्योग दाट लोकसंख्येच्या प्रदेशात स्थापन केले जातात.

४) **भांडवल पुरवठा :**

उद्योगाच्या स्थापनेमध्ये भांडवल पुरवठा महत्वाचा वाटा उचलीत असतो. उद्योग स्थापण्यासाठी, चालविण्यासाठी व त्याचा विकास करण्यासाठी योग्य प्रकारे भांडवल पुरवठा केला गेला पाहिजे. थोडक्यात, उद्योगाच्या स्थापनेपासून उत्पादित वस्तू बाजारपेठेत पाठविण्यापर्यंतच्या सर्व प्रक्रियेमध्ये भांडवल मोठ्या प्रमाणात लागते. म्हणून भांडवल पुरवठा अखंड होत राहील याविषयी संपूर्ण खबरदारी घेतली गेली पाहिजे. तरच उद्योगाची भरभराट होईल. आपल्या देशात मुंबई, कलकत्ता, मद्रास इत्यादी शहराच्या ठिकाणी उद्योगाचे मोठ्या प्रमाणावर स्थानिकीकरण झालेले आहे. कारण उद्योगांना अल्प व्याजदरात मोठ्या प्रमाणावर भांडवल पुरवठा केला जातो. म्हणून ठराविक शहरात उद्योगांचे स्थानिकरण झालेले आहे.

५) **हवामान (Climate) :**

उद्योगाच्या स्थानिकीकरणावर प्रभाव पाडणाऱ्या घटकांपैकी हवामान हादेखील एक महत्वाचा घटक मानला गेला आहे. हवामानाचा परिणाम कामगारांच्या कार्यक्षमतेवर व उत्पादनावर देखील होत असतो. अतिउष्ण व अतिथंड हवामानात कामगारांची कार्यक्षमता वाढलेली असते, म्हणून अमेरिका, जपान वगैरे देशांमध्ये औद्योगिकरण मोठ्या प्रमाणावर झालेले दिसून येते.

६) **वाहतूक व दळणवळण (Transport and communication) :**

उद्योग स्थापनेच्या दृष्टीने वाहतूक व दळणवळणाची सोय महत्वाची मानली जाते. कच्चा माल, यंत्रसामग्री व पक्का माल एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी वाहून न्यावा लागतो. यासाठी वाहतुकीची साधने कार्यक्षम, जलद व स्वस्त दरात उपलब्ध झाली पाहिजेत. या सोयीमुळे उत्पादन खर्च कमी होऊ शकतो, व वस्तूच्या किमती तुलनेत कमी होतात. मुंबई, मद्रास आणि कलकत्ता, इत्यादी भागात दळणवळण व वाहतुकीच्या सोयी मोठ्या प्रमाणावर उपलब्ध असल्यामुळे उद्योगाचे स्थानिकीकरण झालेले आढळते. टेलिफोन व टेलेक्समुळे दळणवळण खर्च कमी होतो असे आपण अनुभवत आहोत.

७) **शासनाचे धोरण** (Government policies) :

कोणताही उद्योग चालविण्यासाठी शासकीय सहकार्य व पोषक धोरण महत्वाचे आहे. वाहतुकीचे दर, करपद्धती, विशेष आर्थिक सहाय्य, इत्यादीबाबत उद्योगाच्या स्थानिकीकरणावर शासकीय धोरणाचा परिणाम होत असतो. भारतामध्ये सुती कापड उद्योग, लोखंड व पोलाद उद्योग, साखर उद्योग, इत्यादींचा विकास शासनाच्या संरक्षक धोरणामुळे झालेला आहे. सध्या शासनाचे धोरण विकेंद्रीकरणास अनुकूल आहे.

८) **पाणीपुरवठा** (Water Supply) :

उद्योग वाढीसाठी नियमित व वेळेवर पाणीपुरवठा झाला पाहिजे. काही उद्योग तर अशा प्रकारचे असतात की, त्यांना मोठ्या प्रमाणावर व सतत पाणीपुरवठा आवश्यक असतो. उदाहरणार्थ, ताग, उद्योग, रासायनिक उद्योग, लोह आणि पोलाद उद्योग या उद्योगांना पाणी योग्य प्रमाणात पुरविले नाही तर उत्पादनावर विपरित परिणाम होतो. म्हणून असे उद्योग स्थापन करण्यापूर्वी पाणी पुरवठ्याच्या सोयी उपलब्ध आहेत किंवा नाहीत याची खात्री करून घेणे जरुरीचे असते.

९) **सामाजिक घटक** (Social Factors) :

ज्या विभागामध्ये उद्योग उभारावयाचा असेल त्या विभागातील सामाजिक परिस्थिती कशा प्रकारची असेल व कोणते सामाजिक घटक सक्रिय आहेत हे विचारात घेतले पाहिजे. विशिष्ट विभागामध्ये सामाजिक अशांतता निर्माण झाल्यास त्याचा त्या भागातील उद्योगाच्या विकासावर परिणाम होतो. म्हणून उद्योगाचे स्थानिकीकरण करण्याअगोदर सामाजिक घटक व परिस्थितीबाबत आढावा घेणे महत्वाचे असते.

१०) **गोदामे व शीतगृहाची व्यवस्था** (Workhouse and Cold House) :

एखाद्या उद्योगामध्ये तयार केलेला माल साठवून ठेवण्याची सोय नसेल तर त्या मालाच्या दर्जावर परिणाम होतो व त्यामुळे मालाच्या विक्री किमतीवर परिणाम होऊ शकतो. उलट गोदामाची व्यवस्था असेल तसेच नाशवंत वस्तू साठविण्यासाठी शीतगृहाची व्यवस्था असेल तर माल साठवून ठेवून योग्य वेळी तो विक्रीस काढला जातो. त्यामुळे चांगल्या किमतींमध्ये माल विकता येतो. म्हणून गोदामे व शितगृहाची व्यवस्था हा घटकदेखील उद्योगाच्या स्थानिकीकरणामध्ये महत्वाचा मानला गेला आहे.

११) **खनिज व वनसंपत्तीचा पुरवठा** (Minig and forest property) :

उद्योगाची उभारणी करताना एखाद्या विशिष्ट विभागामध्ये खनिज संपत्ती किती प्रमाणात उपलब्ध आहे याचा देखील विचार केला जातो व त्या आधारे उद्योगांची उभारणी केली जाते. वनसंपत्तीवर आधारित उद्योग संबंधित विभागामध्ये चांगल्या प्रकारे भरभराटीस येऊ शकतात. उदाहरणार्थ, लोखंड उद्योग बिहारमध्ये, तर कागद उद्योग गुजरातमध्ये भरभराटीस आलेले आहेत.

१२) **शक्ती साधनांची उपलब्धता** (Power equipment) :

उद्योगामध्ये निरनिराळ्या प्रकारची यंत्रे वापरली जातात. ही यंत्रे चालविण्याकरिता विशिष्ट प्रकारची शक्ती लागते. म्हणून वीज, इंधन, कोळसा, इत्यादी बाबींची उपलब्धता कोणत्या विभागामध्ये आहे ह्याचाही शोध घेतला पाहिजे. भारतामध्ये जमशेटपूर येथे लोखंड व पोलादाचा कारखाना उभारण्याचे प्रमुख कारण म्हणजे त्या भागात असलेल्या कोळशाच्या व लोखंडाच्या खाणी

munotes.in

होत. तसेच मद्रास आणि दक्षिण महाराष्ट्रामध्ये उद्योगाचे मोठ्या प्रमाणावर स्थानिकीकरण झालेले आहे. कारण या भागात विद्युत पुरवठा नियमित व पुरेसा आहे.

इतर घटक :

वरील घटकांशिवाय उद्योग स्थानिकीकरणाचे महत्वाचे घटक पुढीलप्रमाणे देखील सांगता येतील.

१) **अद्यायावत संशोधनविषयक सोयी (Research center) :**

आज सर्वच क्षेत्रात स्पर्धा आहे. नवीन शोध लागत आहेत. आवडी-निवडीमध्ये बदल होत आहेत. या बाबींचा विचार केला तर उद्योगांकरितादेखील अद्ययावत साधने उपलब्ध झाली पाहिजेत. त्याचप्रमाणे उत्पादित वस्तू चांगल्या दर्जाची असली पाहिजे. हे सर्व साध्य करण्याकरिता संशोधन करणे आवश्यक आहे. संशोधन कार्याकरिता आवश्यक त्या सोयी उपलब्ध असल्या पाहिजेत. तरच उत्पादित वस्तू स्पर्धेच्या बाजारामध्ये टिकून राहतील व उद्योगाला स्थैर्य प्राप्त होईल.

२) **अग्निशामक दलाची सोय (Safety consideration) :**

उद्योगामध्ये केव्हाही कोणतेही संकट निर्माण होऊ शकते. या संकटामध्ये आग हे एक संकट असू शकते. उद्योगामधये अचानकपणे आगीचे संकट येऊ शकते. यावर मात करण्यासाठी त्या भागामध्ये आज विझविण्याची साधने उपलब्ध असली पाहिजेत. तर अचानक लागलेल्या आगीवर मात करता येऊ शकेल. याकरिता उद्योग उभारलेल्या विभागामध्ये अग्निशामक दलाची सोय असणे आवश्यक आहे.

३) **लोकसंख्येची वैशिष्ट्ये (Feature of population) :**

उद्योगास पोषक ठरणाऱ्या घटकांमध्ये लोकसंख्या हा देखील एक महत्वाचा घटक असू शकतो. उद्योगाच्या आजूबाजूला असलेली लोकसंख्या कशा प्रकारची आहे ती उद्योग व्यवसायाला पोषक आहे किंवा नाही याचा विचार करणे आवश्यक आहे. लोकांचे राहणीमान, त्यांचे आर्थिक स्थैर्य, त्यांच्या विचारांची पातळी इत्यादी बाबीदेखील महत्वाच्या ठरतात. ह्या बाबी जर पोषक नसतील तर उद्योगाचा विकास अपेक्षेप्रमाणे होणार नाही.

४) **राजकीय घटक (Political factors) :**

ज्या विभागामध्ये उद्योग स्थापन करावयाचे असतात, त्या भागातील राजकीय वातावरणदेखील पोषक असले पाहिजे. यामधये सत्तेवर कोणता राजकीय पक्ष आहे, विरोधी पक्षाचे त्या भागातील महत्व किती आहे, या पक्षांचे उद्योगाविषयीचे धोरण कसे आहे, इत्यादी बाबी महत्वाच्या असतात. राजकीय घटक जर उद्योगवाढीच्या विरोधात असतील तर उद्योगवाढीमध्ये व उद्योगांच्या सर्वांगीण विकासामध्ये अनेक अडचणी येऊ शकतात. याउलट म्हणजे राजकीय पक्ष उद्योगांच्या विकासाच्या बाजूने असले तर अनेक प्रकारे प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्षरित्या उद्योगांना पोषक वातावरण मिळते. सरकार उद्योगांना सवलती देऊन उद्योगाच्या विकासाला मदत करू शकते. यामुळे संबंधित भागात उद्योगाचा विकास जलद गतीने होऊ शकतो.

५) **स्थानिक कर व कायदे (Local Tax and Law) :**

ज्या विभागामध्ये उद्योग केले जातात, त्या विभागातील कर पद्धती जाचक जर असेल किंवा मोठ्या प्रमाणावर कर आकारले जात असतील तर उद्योगवाढीवर याचा वाईट परिणाम होतो.

तसेच उद्योग उभारण्याबाबतच पोषक कायदे नसतील तर उद्योगाचा विकास होण्यास मदत होत नाही. याउलट स्थानिक कर माफक असतील, कायदे पोषक असतील तर उद्योगाचा विकास झपाट्याने होऊ शकतो आणि म्हणून स्थानिक कर व कायदे हा घटक स्थानिकीकरणात महत्वाचा वाटा उचलतो.

६) **धार्मिक भावना (Religious Feeling) :**

उद्योग वाढीसाठी धार्मिक भावनादेखील महत्वाच्या मानल्या गेल्या आहेत. ज्या विभागामध्ये धार्मिक वृत्तीचे लोक असतील, दैवावर विश्वास ठेवणारे असतील, अंधश्रद्धेला महत्व देत असतील तर त्या भागातील औद्योगिक विकास अपेक्षेप्रमाणे होणार नाही. याउलट धर्म फक्त वैयक्तिक बाब मानणारे लोक असतील, अंधश्रद्धेवर विश्वास ठेवणारे नसतील; तसेच दैवावर विश्वास ठेवणारे नसतील तर त्या भागातील औद्योगिक विकास अपेक्षेप्रमाणे होऊ शकेल.

७) **योग्य प्रकारची जमीन (Right Types Land) :**

उद्योग उभारणीकरीता योग्य प्रकारच्या जमिनीची आवश्यकता असते. जमीन जर पोषक नसेल तर उद्योगाचा विकास होणार नाही. उदाहरणार्थ, जमीन काळ्या मातीची, भुसभूशीत, खडकाळ इत्यादी प्रकारची असू शकते. अशा जमिनीवर योग्य प्रकारचे उद्योग उभारणे आवश्यक आहे.

आपली प्रगती तपासा :

१. खालील संज्ञा स्पष्ट करा.

(अ) प्रवर्तक

(ब) व्यावसायिक प्रवर्तक

(क) आर्थिक प्रवर्तक

(ड) तंत्रज्ञ प्रवर्तक

(ड) सरकार प्रवर्तक

२. व्यवसाय स्थापेनेच्या विविध टप्प्यांची यादी करा.

३. उद्योगाची व नफ्याचे प्रमाण उद्योगाच्या जागेच्या निवडीवर अवलंबून असते. स्पष्ट करा.

६.५ व्यवसाय वाढीसाठी सरकारची भूमिका

व्यवसाय वाढीसाठी सरकारची भूमिका (Role of Government in Promotion of Business Unit) :

कोणत्याही व्यवसाय संघटनेचा महत्वाचा वाटा हा देशाच्या अर्थव्यस्थेत असतो. त्यामुळे देशाचा विकास साध्य होतो. सहकार त्याचप्रमाणे राज्य आणि केंद्र सरकार आर्थिक आणि आर्थिकेतर सुविधा व्यवसायाला पुरवितात. त्यातील महत्वाच्या योजना खालील प्रमाणे सागता येतील.

१) **संयुक्त पत योजना (Composite Credit) :** सरकार उद्योग धंद्यासाठी कर्जाची मर्यादा नेहमी वाढवताना दिसतात. २००० साली कर्ज मर्यादा नेहमी वाढवताना दिसतात. २०००

साली कर्ज मयादा ही १० लाख ते २५ लाखापर्यंत वाढविण्यात आली. तर जून २००३, ५० लाखाने त्यात वाढ करण्यात आली. आणि ऑक्टोबर २००४ला हि मर्यादा १ कोटीपर्यंत वाढविण्यात आली. ही योजना संयुक्त पत योजनेअंतर्गत होती. यामध्ये लहान उद्योग धंदे आपले चालू भांडवल (Working capital) आणि कर्ज हे एका एजन्सीकडून घेतात. स्टेट फायनान्स कॉरपोरेशन द्वारे (Working capital) आणि मुदतीची कर्जे दिली जातात. ही कर्जे त्याच्या उत्पादनासाठी दिली जातात.

२) **इन्डस्ट्रिअल इस्टेट प्रोग्राम Industrial Estate Programm**e : औद्योगिक मालमत्ता कार्यक्रमामध्ये राज्य सरकारकडून स्थापन केला जातो. महाराष्ट्रात अशा प्रकारचा कार्यक्रम १९५२ मध्ये हाडपसर येथे चालू केला होता. या कार्यक्रमादवारे नवीन व्यवसायाना पायाभूत सुविधा पुरविल्या जातात. या पायाभूत सुविधामध्ये -

- कारखान्यासाठी शेड तयार करणे
- वीजपुरवठा करणे
- पाणीपुरवठा करणे
- वाहतूक आणि बँकिंग सुविधा पुरविणे

३) **उत्पादन करात सवलत (Excise Exemption) :** भारत सरकारने स्मॉल स्कुल इन्डस्ड्रिज साठी SSI उत्पादन करात सवलत दिली आहे २००० साली हि सवलत ५० लाख ते १ कोटीपर्यंत देण्यात आली होती. २००५ च्या आर्थिक अंदाजपत्रकात उत्पादन करात सवलत ही ४ कोटी पर्यंत देण्यात आली होती. या उत्पादन करात सवलत दिल्यामुळे ह्या छोट्या उद्योगधंद्यांना स्पर्धेमध्ये आपले अस्तित्व टिकवता येते.

४) **टॅक्स हॉलिडे (कर सुट) (Tax Holiday) :** १९९३-९४च्या अंदाजपत्रकामध्ये औद्योगिकरणासाठी सरकारने कर सुट दिली होती. या उद्योगधंद्याने उद्योग चालू झाल्यापासून पाच वर्षपर्यंत कोणताही कर भरायचा नाही. ही सवलत जम्मू काश्मीर, हिमाचल प्रदेश, गोवा, पाँडेचरी, दादर आणि नगर हवेली, दमण आणि दिवा या राज्यांना अशा प्रकारची कर सुट देण्यात आली.

५) **वीज भांडवल योजना (Seed Capital Scheme) :** अनेक संस्था वीज भांडवलाची योजना राबवतात. या संस्थाकडून उद्योगांना वीज भांडवल पुरविले जाते. या योजना अनेक वित्तीय संस्था राबविताना दिसतात. उदाः SFCS, IDBI, IFCI इ. त्याचबरोबर इतर संस्था देखिल पूर्नरावित्त बीज भांडवल म्हणून पुरवितात. उदा. SIDBI ही संस्था SFC's आणि SIDC यांना भांडवल पुरवितात. अशा अनेक वित्तीय संस्था नवीन उद्योगांना बीज भांडवल पुरवितात.

६) **कर्ज सवलत (Credit Linked Subsidy Scheme) :** सबसिडीची योजना २००० सालापासून राबविली जाते. ज्या उद्योगसंस्था आधुनिक तंत्रज्ञान खरेदी करू शकतात. अशा उद्योगांना कर्जावर काही सबसिडी देऊन कर्ज पुरवठा करताना आढळतात. या कर्जावरील व्याज दर १२% ४ लाख ७० हजारापर्यंत असू शकते.

७) **एकत्रीत पायाभूत सुविधा विकास योजना (Integrated Infrastructure Development Scheme) :** एकत्रीत पायाभूत सुविधा विकास योजनेअंतर्गत स्मॉल स्केल उद्योगांना २ कोटी पर्यंत अर्थसाह्य करण्यात येते. तर ईशान्य देशांना ही मर्यादा ४ कोटी पर्यंत आहे. ही योजना राज्य सरकार किंवा NGO कडून दिली जाते.

८) स्मॉल स्केल इन्डस्टियल डेव्हलपमेंट असिस्टन्ट **(SSI Marketing Development Assistance) :** या द्वारे ९०% अर्थपुरवठा स्मॉल स्केल इन्डस्ट्रिजसाठी करण्यात येते. त्याचप्रमाणे त्यांच्या प्रसिद्धीसाठी येणाऱ्या खर्चाच्या २५% रक्कम देण्यात येते. ही योजना स्मॉल स्केल इन्डस्ट्रिजकडून देण्यात येते.

९) **सरकारी खरेदीला प्राधान्य (Priority in Government) :** ही योजना नवीन लहान उद्योगधंद्यासाठी राबविण्यात येते. हि योजना १९९१ मध्ये चालू झाली. या लहान उद्योगांनी तयार केलेला माल सरकारकडून खरेदी केला जातो.

१०) **एक महावाढ (Package for Promotion) :** ही योजना १९९१ पासून अस्तित्वात आली. या योजनेद्वारे लहान उद्योग धंद्याची प्रशिक्षणासाठी आणि संशोधन विकास कार्यक्रमासाठी अर्थसाह्य देण्यात येते. ही योजना सरकारतर्फे चालविण्यात येते.

११) **चाचणी केंद्र (Testing Centers) :** या योजनेअंतर्गत ५० लाखापर्यंत साह्य करण्यात येते. ही कर्ज योजना चाचणी केंद्रासाठी देण्यात येते.

६.६ व्यवसाय संस्थांच्या स्थापनेसाठी कायदेशीर करावी लागणारी पूर्तता परवाने आणि नोंदणी

कोणत्याही उद्योगधंद्याला व्यवसाय सुरू करताना काही कायदेशीर तरतूदीची पूर्तता करावी लागते. सध्या परवाना देत असताना सहा उद्योगधंद्याला देण्यात येते त्यामध्ये अल्कोहोल, सिगारेट उद्योग, (धुम्रपान), विस्फोट, द्रव्य, सुरक्षा/संरक्षण उद्योग (दारुगोळा) औषधी उद्योग, धोकादायक रसायने या उद्योगधंद्यांना सरकारी परवाने मिळविणे आवश्यक आहे. व्यवसाय संस्थांची स्थापना करताना कायदेशीर पूर्तता आणि परवाने मिळवावे लागतात. ते खालील प्रमाणे स्पष्ट करता येईल.

१) **कंपनी कायदा १९५६ नुसार नोंदणी झालेल्या कंपन्या Registration uder the Indian Companies Act 1956 :** सर्व संयुक्त भांडवली कंपन्यांना कंपनी कायदा १९५६ नुसार नोंदणी आवश्यक आहे. कंपनीचा प्रवर्तक कंपनीच्या नोंदणी कार्यालयाकडून कंपनी चालू करण्या संबंधीचे प्रमाण मिळवत असतो. त्यासाठी कंपनीच्या प्रवर्तकाला काही महत्वाची कागदपत्रे नोंदणी अर्जासोबत घ्यावी लागतात ती पुढीलप्रमाणे.

१) घटनापत्रक

२) नियमावली

३) संचालकाची यादी

४) संचालकाचा संचालक म्हणून काम करण्यासंबंधीचे लेखी संमतीपत्र

५) कायदेशीर प्रमाणपत्र

६) इतर संबंधीत दस्तऐवज

१) प्रवर्तकाने संबंधीत स्टॅम्पड्यूटी व इतर फी भरणे आवश्यक आहे. कंपनीचा नोंदणी करण्याकरिता नोंदणी कार्यालयात विहीन शुल्क भरावे लागते. नोंदणी शुल्कासोबत योग्य ते अर्ज सादरीकरण शुल्कही भरावे लागते. घटनापत्रक, नियमावली आणि इतर कागदपत्रे मिळाल्यावर नोंदणी

अधिकारी त्याची छाननी करतो. व सर्व स्वागत झाल्यावर तो कंपनीचे नाव नोंदणीवहित नोंदवून घेतो व नंतर त्यास नोंदणी प्रमाणपत्र देतो. याचाच अर्थ कंपनी अस्तित्वात आली असा होतो.

२) **भागीदारी कायदा १९३२ नोंदणी :** भारतीय भागिदारी कायदा १९३२ नुसार भागीदारी संस्थेची नोंदणी करणे अनिवार्य आहे. भागीदारी करार व त्यासोबत आवश्यक असणारी दस्ताऐवज नोंदणी अर्जासोबत जोडली जातात. व ते नोंदणी कार्यालयात पाठवावी लागतात. महाराष्ट्र राज्यात भागीदारी करायची मराठी प्रत त्यासोबत जोडावी लागते. या नोंदणीमुळे भागीदारी संस्थेला कायदेशीर अस्तित्व प्राप्त होते.

मुंबई शॉप आणि कारखाना कायदा १९४८ नोंदणी (Registration under the Bombay shops and Establshment).

३) संस्थेचा मालक किंवा प्रवर्तकाने व्यवसाय स्थापनेसठी निरक्षकाला विशिष्ट नमुन्यातील फॉर्म भरुन त्यासोबत फी (शुल्क) भरुन त्यासोबत खालील कागदपत्रे जोडली जाते.

- ★ व्यवसाय मालकाचे नाव, जर व्यवस्थापक असेल तर त्याचे नाव
- ★ व्यवसाय मालाचा किंवा कारखानदाराचा पत्ता
- ★ व्यवसाय किंवा कारखान्याचा प्रकार - व्यवसायिक, विगर व्यवसायिक. हॉटेल, रेस्टॉरंन्ट, खाद्यगृह, सिनेमागृह, किंवा इतर
- ★ इतर कागदपत्रे

शुल्क भरलेली पावती व निरक्षकाचा ना हरकत दाखला यावरुन सदर व्यवसाय चालविण्याचे प्रमाणपत्र देण्यात येते.

४) **रजिस्टर ऑफ मायक्रो अॅन्ड स्मॉल इंटरप्रायजेस (MSES) :** जेव्हा एखादा कारखाना २५ लाखापर्यंत यंत्रसामुग्री बसवितात त्यांना माको इंटरप्रायजेस असे म्हणतात. व जी उत्पादक संस्था ५ कोटी पर्यंत यंत्र सामग्री बसवितात त्यांना माको अॅन्ड स्मॉल इंटरप्रायझेस असे म्हणतात. अशा उद्योगांनी जिल्हा उद्योग केंद्राकडून नोंदणी करणे आवश्यक असते. त्यासाठी लागणारे दस्ताऐवज अर्जासोबत जोडून नोंदणी करता येते.

५) **खाद्य आणि पेय उद्योगाचे परवाने (Obtaining food and Drugs Administration Licence) :** हॉटेल्स सारख्या व्यवसायांना सरकारी कार्यालयाकडून खाद्य आणि पेय व्यवसाय परवाने घ्यावे लागतात. त्याला (FDA cence) असे म्हणतात. त्याचप्रमाणे घाऊक व्यापारी किरकोळ दुकानदार, कि जे व्यवसाय खाद्य व पेय यांची विक्री करतात, त्यांना हा परवाना मिळाल्याशिवाय व्यवसाय चालू करता येत नाही.

६) **प्रदूषण नियंत्रण मंडळाकडून नाहरकत दाखला मिळविणे (Clarance from Pollution Control Band) :** जर एखाद्या उद्योगधंदा उत्पादन कार्ये किंवा प्रक्रिया उद्योग असेल तर त्यांना राज्य प्रदूषण नियंत्रण मंडळाकडून नाहरकत दाखला मिळविणे आवश्यक असते. त्यासाठी संबंधित उद्योगाने त्यासंबंधीचा अर्ज व त्यासोबत लागणारे दस्ताऐवज जोडून राज्य प्रदूषण मंडळाकडे पाठविला पाहिजे. त्यानंतर त्या मंडळाकडून सर्व चौकशी करुन त्याप्रकारचा नाहरकत दाखला दिला जातो.

७) **व्हॅट आणि उत्पादन कर संबंधी नोंदणी (VAT & Excise Registration) :** व्यवसाय संस्थेने मुंबई विक्री कर कायदा आणि केद्रिय विक्री कर कायद्यानुसार नोंदणी करणे अनिवार्य आहे. काही व्यवसाय संस्थेची VAT खाली नोंद करावी लागत नाही उदाः टेक्सटाईल.

८) **रजिस्ट्रेशन विथ डायरेक्टोरेट जनरल ऑफ फॉरेन ट्रेड (DGFT) :** ज्या व्यवसाय संस्था देशाबाहेर व्यवसाय करतात त्यांना (DGFT) कडे नोंद करणे आवश्यक आहे व या बोर्डाकडून आयात-निर्यात क्रमांक घ्यावा लागतो. त्यासाठी संबंधित संस्थेला (DGFT) कडे काही महत्वाच्या दस्ताऐवजासहीत अर्ज करावा लागतो.

६.७ माहिती पत्रके आणि इतर दस्ताऐवज सादर करणे

१) **वार्षिक माहिती पत्रके भरणे Filling Annual Return :** पहिल्या वार्षिक सर्वसाधारण सभा झाल्यापासून ६० दिवसात वार्षिक माहिती पत्रक भरावे लागते.

अ) तपशील Particular -

- ★ कंपनीचे नाव, नोंदणीचा पत्ता
- ★ कंपनीच्या नोंदणी संबंधीची माहिती
- ★ कंपनीच्या भांडवलाची रचना
- ★ भागांचे प्रकार, त्यांची किंमत
- ★ वार्षिक सर्वसाधारण सभेची तारीख
- ★ कंपनीचा इतिहास
- ★ कंपनीचा व्यवसाय
- ★ कंपनीची भावी योजना
- ★ इतर संबंधित माहिती

अ) सही Signing माहिती पत्रकावर संबंधीत कंपनीच्या संचालकांच्या, व्यवस्थापकांच्या आणि सेक्रेटरीची सही असावी लागते.

२) **फॉर्म भरणे (Filing of Form) :** कंपनीच्या नोंदणी कार्यालयाकडे सेक्रेटरीला अर्ज भरुन घ्यावा लागतो. त्यासाठी फॉर्म नं. २९ व ३२ नं. भरावा लागतो.

अ) फॉर्म २९ (Form 29) या फॉर्ममध्ये संचालकांची नावे दिली जातात. कंपनीच्या नियमावलीमध्ये नमूद केलेली भांडवल मर्यादा इ. बाबींचा समावेश होतो.

ब) फॉर्म नं.३२ (Form 29) या फॉर्ममध्ये संचालकांच्या नेमणूका व्यवस्थापक, चिटणीस याबाबतची माहिती भरावी लागते. सर्व साधारण सभेनंतर ३० दिवसात कंपन्यांना नोंदणी अधिकाऱ्याकडे सदर फॉर्म भरुन घ्यावा लागतो.

३) वार्षिक हिशेब भरुन देणे (Form 32) या कंपनीच्या नोंदणी अधिकाऱ्याकडे. कंपनी कायदा कलम २२० अन्वये वार्षिक हिशेब सादर करणे आवश्यक आहे. त्या वार्षिक हिशोबाच्या तीन प्रती तयार करण्यात येतात. त्यामध्ये कंपनीचा नफा-तोटा फरक व ताळेबंदाच्या समावेश होतो. सदर वार्षिक हिशोबाच्या तीन प्रती वार्षिक सर्वसाधारण सभा झाल्यापासून ३० दिवसाच्या आत सादर करणे आवश्यक आहे.

४) **कॉरपोरेट टॅक्स सादर करणे. (Filing of Corporate Tax Returns) :** कोणत्याही भारतीय किंवा परदेशी कंपन्याला कॉरपोरेट टॅक्स भरावा लागतो तो विशिष्ट मुदतीत भरणे आवश्यक आहे. यामध्ये -

अ) देशी कंपनी किंवा परकिय कंपनीला त्या वर्षामध्ये मिळालेले उत्पन्न व अगोदरच्या वर्षी मिळालेले उत्पन्न यांचा समावेश करावा लागतो.

ब) अगोदरच्या वर्षी/मागील वर्षी भारताबाहेर मिळालेले उत्पन्न.

५) **भाग वाटप रिटन सादर करणे (Filing return of allotmen) :** भाग वाटप पत्रक हे कायदेशीर दस्ताएवज आहे. कंपनी कायदा १९५६ नुसार नोंदणी अधिकाऱ्याकडे त्याची नोंदणी करावी लागते. भागवाटप पत्रकामध्ये भागाचे वाटप कशा प्रकारे करायचे याबाबत माहिती दिली जाते. संचालक मंडळाचा ठराव पास झाल्यापासून ३० दिवसाच्या आत नोंदणी अधिकाऱ्याकडे सादर करणे कायद्याने अनिवार्य आहे.

६) **नियामक अहवाल सादर करणे (Filing of Statutory Report) :** नियामक अहवालाची प्रमाणित केलेली प्रत, नियामक सभेच्या सूचनेबरोबर प्रत्येक सभासदाकडे पाठविणे आवश्यक असते. नियामक अहवाल अचूक आहे. असे कमीत कमी दोन संचालकानी आणि हिशेब तपासनिसाने प्रमाणित करणे आवश्यक असते. अहवालाची प्रमाणित प्रत नोंदणी अधिकाऱ्याकडे सादर करावी लागते. हा अहवाल चिटणीस ठरावीक नमुन्यात तयार करतो.

नियामक अहवालात समाविष्ट असणारे मुद्दे -

१) कंपनीने वाटप केलेल्या पूर्ण व अंशतः भरलेल्या भागाचा तपशील

२) जमा व खर्चाचा तपशील

३) प्राथमिक खर्चाचा तपशील

४) प्राथमिक करारांचा तपशील

५) कंपनीचे संचालक, व्यवस्थापक किंवा व्यवस्थापकीय संचालक, हिशेब तपासनीस यांची नावे व पत्ते.

७) **विशेष ठराव सादर करणे (Filing of Special Resolutions) :** विशेष बहुमताने मंजूर होणाऱ्या ठरावास विशेष ठराव म्हणतात. हा ठराव मंजूर करण्यासाठी ७५% मताधिक्य लागते. हा ठराव मंजूर झाल्यापासून३० दिवसांच्या आत नोंदणी अधिकाऱ्याकडे नोंदवावा लागतो. विशेष काम काजासाठी विशेष ठराव मंजूर केला जातो. कंपनीच्या नावात बदल करणे, कंपनीच्या घटनापत्रकातील उद्देश कलमात बदल करणे भाग भांडवलात कपात करणे इ. गोष्टींसाठी विशेष ठराव मंजूर केला जातो.

८) **घटनात्मक आणि नियमावली सादर करणे (Memorandum and Articles of Association) :** घटनापत्रक दस्त ऐवज असून यात कंपनीचा बाह्य कक्षा दिलेली असते. यात प्रामुख्याने कंपनीची मुख्य व दुय्यम उद्दिष्ट्ये दिलेली असतात. यात कंपनीचे नाव पत्ता, भांडवल याची माहितीही दिलेली असते. घटनाप्रत्रकात कंपनी व त्रयस्थ यांच्यातील संबंध स्पष्ट केलेले असतात. घटनापत्रकात कार्यक्षेत्राची व्याप्ती दिलेली असते. या कक्षेबाहेर जाऊन कंपनीला व्यवहार करता येत नाही. घटनापत्रक कंपनीचा सर्वात महत्वाचा दस्तऐवज असतो. घटनापत्रक तयार करणे अनिवार्य असते. घटनापत्रकात बदल करण्यासाठी केंद्र सरकार अथवा नॅशनल कंपनी लॉ ट्रिब्युनअची मंजूरी घ्यावी लागते.

नियमावली दुय्यम दस्तऐवज असून यात कंपनीच्या अंतर्गत व्यवस्थापनाचे नियम दिलेले असतात. नियमावलीत कंपनीच्या कामकाजासंबंधीचे नियम व तरतुदी दिलेल्या असतात. यात कंपनी व तिचे सभासद यांच्यातील संबंध स्पष्ट केलेले असतात.

६.८ महत्वाच्या कायदेशीर तरतूदी Important Legal Provisions

कंपनीला कायद्यानुसार काही महत्वाच्या कायदेशीर तरतूदीची पूर्तता करावी लागते त्या खालीलप्रमाणे सांगता येतील.

- कामगार नुकसान भरपाई कायदा १९२६
- ट्रेड युनियन ॲक्ट १९२६
- बोनस कायदा १९२६
- मंजूरी/वेतन कायदा १९३५
- द फॅक्टरीज ॲक्ट १९४८
- किमान वेतन कायदा १९४४
- राज्य कामगार विमा कायदा १९४८
- भारतीय कंपनी कायदा १९५६
- स्पर्धा कायदा २००२
- द माको स्मॉल ॲण्ड मिडियम इंटरप्रायजेस डेव्हलपमेंट ॲक्ट २००८
- परकीय विनिमय व्यवस्थापन कायदा १९९९
- औद्योगिक कलह सुधारणा कायदा २०१०

१) कामगार नुकसान भरपाई कायदा १९२६ -

कामगार नुकसान भरपाई कायदा १९२६ हा एक महत्वाचा कायदा आहे. कामगारांना काम करत असताना काही अपघाती स्वरूपाची नुकसान झाल्यास कामगाराला किंवा त्याच्या वारसास आर्थीक सहाय्य करणे हा या कायद्याचा मुख्य हेतू आहे. कामगारांच्या नुकसानाची रक्कम देणे जर एखाद्या कर्मचाऱ्याचा मृत्यू झाल्यास ८०,००० हजार ते ९०००० रक्कम देण्यात येते. ती मर्यादा आता ४ लाख ५६ हजार अशी आहे.

२) औद्योगिक कलह सुधारणा कायदा २०१० -

हा कायदा १५ सप्टेंबर २०१० पासून लागू करण्यात आला आहे.

प्रत्येक कर्मचाऱ्याला प्रत्येक महिन्याला १६०० ते १९००० रुपया पर्यंत वेतन देण्यात येईल

३) फॅक्टरीज ॲक्ट १९४८ -

या कायद्याचा मुख्य उद्देश कामगार संरक्षण करणे या कायद्यात खालील तरतूदींचा समावेश होतो.

अ) कारखान्यात असणाऱ्या स्वयंत्रे याची देखभाल करणे. त्यामुळे कोणत्याही प्रकारचे अपघात होणार नाही.

ब) कारखान्यातील सुरक्षितेसाठी तरतूदी करणे व उपाय योजना करणे आवश्यक आहे. कामगारांचे शारिरीक आरोग्य चांगल्या प्रकारचे रहाण्यासाठी व सुरक्षितेसाठी काही विशिष्ट साधनांचा वापर करणे. मालाची हाताळणी, साठवणूक आणि वाहतूकीसंबंधी सुरक्षितता.

क) कामगाराच्या आरोग्यासंबंधी घ्यायची काळजी व त्याबाबतचे प्रशिक्षण देणे आवश्यक आहे.

ड) कारखान्यातील सर्व जागेची सुरक्षितता राखणे.

इ) कामगारांच्या आरोग्याची तपासणी वेळच्या वेळी करणे त्याबाबतच्या तरतुदी, निगा राखणे यांची सतत मोजणी करणे. पर्यावरणाचा समतोल राखणे प्रदूषणाबाबतच्या व्यवस्था करणे.

४) किमान वेतन कायदा १९४८ -

किमान वेतन कायदा मध्ये विशेषतः ज्या असंघटित संघटना आहेत त्यामध्ये कामगारांना योग्य वेतन देणे त्यांचे प्रमोशन बढती, बदली याविषयी तरतूदी करणे जे अंध व अपंग कर्मचारी आहेत त्यांना किमान वेतन द्यावे. यासाठी केंद्र सरकार व राज्य सरकारकडून सुधारणा सुचविल्या जातात.

५) भारतीय कंपनी कायदा १९५६ -

भारतीय मंत्रीमंडळामध्ये या कंपनी कायद्याची अमंलबजावणी करण्यात आली. या कायद्यानुसार प्रत्येक कंपनीने तीची नोंदणी करणे, परवाना मिळविणे अनिवार्य आहे. त्याचप्रमाणे त्यांची जबाबदारी निश्चित करण्यात आली. या कायद्यात वेळोवेळी बदल करण्यात आले १९८४, १९९०, १९९६, २००० आणि २०११ इत्यादी. या कायद्यातील कसम ६५७ मध्ये कंपनीच्या तरतूदीबाबत माहिती दिली आहे त्यात संचालक मंडळ, त्याची नेमणूक, नियमावली, घटनापत्रक इत्यादींचा समावेश होत.

६) परकिय विनिम व्यवस्थापन कायदा १९९९ -

हा कायदा १९९९ मध्ये पास करण्यात आला व तो २००१ मध्ये अमलात आला. या कायद्यात विविध तरतूदी दिलेल्या आहेत.

६.९ सारांश

नविन व्यवसाय सुरु करणारी व्यक्ती, भागीदारी संस्था किंवा कंपनी, सरकार यांपैकी कुणालाही प्रवर्तक म्हंटले जाते. मुळ कल्पना सुचणे, स्थान निश्चिती, आराखडा आकार ठरवणे, संघटना निवड, आर्थिक नियोजन कामगार पुरवठा, शक्ती साधनांची उपलब्धता, कायदेशीर

बाबींची पुर्तता, कर नियोजन व प्रत्यक्ष व्यवसायाला सुरवात इ. व्यवसाय स्थापनेतील विविध टप्पे आहेत. कोणत्याही व्यवसायाचे यशापयश ठरविण्यामध्ये व्यवसायाची जागा ही अत्यंत महत्त्वाची बाब असते. विविध घटकांचा विचार करुन व्यवसायासाठी योग्य जागा निश्चित केली जाते.

भारतामध्ये व्यवसाय वाढीसाठी सरकार विविध योजना राबवित आहे. यामध्ये संयुक्त पत योजना औद्योगिक वसाहत, उत्पादन करात सवलती, बीज, भांडवल योजना कर्ज सवलती एकत्रित पायाभुत सुविधा विकास इ. योजनांचा समावेश होतो.

कोणत्याही उद्योगाची सुरवात करताना काही कायदेशीर बाबींची पुर्तता करावी लागते यामध्ये विशिष्ट कायद्यानुसार नोंदणी, परवाने, माहिती पत्रके व इतर दस्ताऐवज भरणे व सादर करणे, व्यवसाय संबंधि विविध कायद्यातील तरतूदींचे पालन करणे इ. बाबींचा समावेश होतो.

६.१० प्रश्न

१. व्यवसायवृद्धी संकल्पना स्पष्ट करा.

२. प्रवर्तकाचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

३. व्यवसाय संस्थेची स्थापना करताना कोणते टप्पे विचारात घेतले जातात.

किंवा

व्यवसाय संस्थेच्या स्थापनेचे टप्पे सांगा.

४. उद्योग संस्थेचे स्थान निश्चित करताना कोणते घटक विचारात घेतले जातात.

किंवा

उद्योगसंस्थेचे स्थान निश्चितीवर परिणाम करणारे घटक सांगा ?

५. व्यवसाय वाढीसाठी सरकारची भूमिका स्पष्ट करा.

६. व्यवसाय संस्थेच्या स्थापनेसाठी कोणत्या कायदेशीर बाबींची पूर्तता करावी लागते.

७. व्यवसाय संघटनेला कोणत्या प्रकारची माहिती पत्रके आणि इतर दस्ताऐवज सादर करावे लागतात.

८. महत्वाच्या कायदेशीर तरतूदी यावर सविस्तर टिप लिहा.

♦♦♦♦♦

munotes.in

घटक -७

उद्योजकता
(Entrepreneurship)

घटक रचना

७.० उद्दिष्टे
७.१ प्रस्तावना
७.२ उद्योजकतेच्या व्याख्या
७.३ उद्योजकतेचे महत्त्व
७.४ उद्योजकतेच्या वाढीस प्रोत्साहन देणारे घटक
७.५ उद्योजक व व्यवस्थापक
७.६ उद्योजक आणि कर्मचारी उद्योजक
७.७ उद्योजक
७.८ उद्योजकता प्रशिक्षण व विकासाचे कार्य करणाऱ्या संस्था
७.९ भारतातील उद्योजकांसाठी कार्यप्रेरणा/प्रेरक गोष्ट
७.१० महिला उद्योजक
७.११ सारांश
७.१२ प्रश्न

७.० उद्दिष्टे

या घटकाचा अभ्यास केल्यानंतर विद्यार्थ्यांना -

१) उद्योजकतेची व्याख्या व महत्त्व समजेल.
२) उद्योजकतेच्या वाढीस प्रोत्साहन देणारे घटक सांगता येतील.
३) उद्योजक व व्यवस्थापक यांतील फरक स्पष्ट करता येईल.
४) उद्योजकाचे प्रकार सांगता येतील.
५) महिला उद्योजक व्याख्या, त्यांच्या समस्या व त्यांच्या विकासाच्या योजना स्पष्ट करता येतील.

munotes.in

७.१ प्रस्तावना

उद्योजकता ही संकल्पना विचारात घेताना सुरुवातीला उद्योजकता या शब्दाला Entrepreneurship हा इंग्रजी समानार्थी शब्द वापरला जातो. परंतु हा इंग्रजी शब्द मुळात फ्रेंच भाषेतून आला आहे. फ्रेंच भाषेतील शब्दाचा अर्थ अंगीकार करणे, हाती घेणे, व्यावसायिक संधीचा पाठपुरावा करणे, नावीन्यपूर्ण बदल करणे, लोकांच्या गरजा पूर्ण करणे असा अर्थ होतो. म्हणून उद्योजकता ही संकल्पना अधिक स्पष्ट होण्यासाठी उद्योजकतेच्या विविध व्याख्या विचारात घेणे आवश्यक ठरते.

७.२ उद्योजकतेच्या व्याख्या

* **विल्यम डायमंड :** ''आर्थिक क्रिया किंवा उपक्रम (विशेषतः नवीन) सुरू करण्यामध्ये गुंतलेली जोखीम स्वीकारण्याची तयारी म्हणजे उद्योजकता होय. यामध्ये दरवेळी नवनिर्मिती असेलच असे नाही. परंतु बऱ्याच वेळा नवनिर्मिती असते. तसेच उद्योजकतेमध्ये नेहमी जोखीम स्वीकारणे व निर्णय घेणे ह्या क्रियांचा समावेश होतो.

* **ए. एच. कोल :** ''नफा मिळविणे, टिकविणे किंवा वाढविणे यासाठी आर्थिक वस्तू आणि सेवांचे उत्पादन किंवा वितरण करण्याकरिता एखाद्या व्यक्तीने किंवा एकत्र आलेल्या व्यक्तिसमुहाने केलेले हेतूपूर्वक कार्य म्हणजे उद्योजकता होय.

* **शुंपीटर :** ''उद्योजकता ही 'सर्जनात्मक क्रिया' आहे. कोणत्याही व्यवसायाचे संचालन करताना सामान्यपणे ज्या गोष्टी केल्या जात नाहीत अशा गोष्टी वेगळ्या पद्धतीने करण्याच्या क्रिया उद्योजकतेत समाविष्ट होतात.'

* **रॉबर्ट रॉन स्टॅट :** ''वाढीव संपत्ती निर्माण करण्याची प्रक्रिया म्हणजे उद्योजकता होय. वस्तू किंवा सेवेमध्ये मूल्य निर्मिती करून संपत्ती निर्माण करण्यासाठी काही व्यक्ती आपला पैसा, वेळ व कारकीर्द खर्ची घालतात. ती वस्तू किंवा सेवा नवीन अथवा वैशिष्ट्यपूर्ण असेल किंवा नसेल मात्र विशिष्ट कौशल्ये व साधनसामग्री यांचा उपयोग करून वस्तूमध्ये किंवा सेवेमध्ये मूल्यनिर्मिती करण्याचे कार्य उद्योजक करीत असतो.''

* **जेम्मरी टिर्मीन्स :** ''जवळ जवळ शून्यातून काही निश्चित निर्मिती करणे म्हणजे उद्योजकता होय. मूलभूत अर्थाने ती मनुष्याची सर्जनात्मक क्रिया आहे. एखाद्या उपक्रमाचे केवळ निरीक्षण करणे, पृथक्करण करणे किंवा वर्णन करणे म्हणजे उद्योजकता नव्हे तर तो उपक्रम सुरू करणे, उभा करणे व यशस्वी करणे यासाठी व्यक्तिगत क्षमतेचा उपयोग करून देणे म्हणजे उद्योजकता होय. त्यासाठी अभ्यासपूर्वक जोखीम स्वीकारण्याची आणि अपयशाची शक्यता टाळण्याची क्षमता आवश्यक असते. उद्योजकाची कौशल्ये व बुद्धीमता यांना पूरक करणाऱ्या सहकाऱ्यांचा संच उभा करण्याची क्षमता म्हणजे उद्योजकता होय. जेथे इतरांना अव्यवस्था आंतर विरोध व गोंधळ दिसतो तेथे संधी शोधण्याची हातोटी म्हणजे उद्योजकता होय. त्यात साधनसामग्री मिळवणे त्यांचा उपयोग करून घेणे व त्यावर नियंत्रण ठेवणे आणि उपक्रमाला गरजेनुसार पैसा उपलब्ध होत राहील हे पाहणे याचाही समावेश होतो.''

munotes.in

*   **पीटर ड्रकरच्या दृष्टीने उद्योजकतेची संकल्पना :** परिवर्तनाचा सातत्याने शोध घेणारी, परिवर्तनाला प्रतिसाद देणारी आणि त्याचा संधी म्हणून उपयोग करणारी प्रक्रिया म्हणजे उद्योजकता होय.''

वरील व्याख्येवरून उद्योजकता म्हणजे नवनिर्मिती करणे, जोखीम पत्करणे व उद्योगाचा विकास करणे यासंबंधी अर्थबोध होतो.

उद्योजकता केवळ मोठ्या उद्योगामध्ये व आर्थिक संस्थांमध्ये महत्त्वाची असते, असे नाही तर छोट्या व्यवसायात व बिगर आर्थिक संस्थांमध्ये सुद्धा उद्योजकता महत्त्वाची असते.

उद्योजकतेचा पाया हा संकल्पना व सिद्धांत यावर आधारित असून अंतर प्रेरणेवर नव्हे तसेच उद्योजक हा मालक किंवा भांडवलदार असला पाहिजे असे नाही. उदा. बँकर हा बँकेतील पैशाचा मालक नसला तरी तो उद्योजक असतो. म्हणून दिवसेंदिवस उद्योजकतेचे महत्त्व वाढत आहे.

७.३ उद्योजकतेचे महत्त्व (Importance of Entrepreneurship)

उद्योजकतेचे महत्त्व विचारात घेताना उद्योजकामार्फत जी विविध प्रकारची कार्ये केली जातात त्याचा विचार करावा लागतो. त्यामध्ये उद्योजक व्यवसाय निर्माण करतात. संघटनेची उभारणी करतात ते नवनिर्मितीचे कार्य करतात. तसेच जोखीम स्विकारतात, उद्योजकामार्फत वित्तीय नियोजन केले जाते. तसेच व्यवस्थापनाची सर्व कार्येदेखील उद्योजकामार्फत पार पाडली जातात. या सर्व कार्यामध्ये निर्णय घेण्याचे कार्य फार महत्त्वाचे असते. अशा सर्व प्रकारच्या कार्यातून उद्योजक संपत्ती निर्माण करीत असतात. म्हणून उद्योजकतेला अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त हाते. ते खालील मुद्यांच्या आधारे स्पष्ट करता येईल.

१)   **संपत्ती निर्मितीसाठी अपरिहार्य :** उद्योजकामार्फत समाजाच्या आर्थिक विकासासाठी सर्व प्रकारच्या नैतिक व मानवी साधन संपत्तीचा कार्यक्षमपणे उपयोग करणे आवश्यक असते. भौतिक साधन-सामुग्री ही निर्जीव व विखुरलेली असते. तसेच मनुष्य बळ हे संघटित करून उत्पादन करावे लागते. भौतिक घटक व मनुष्य बळ यांच्या प्रेरणेतून उद्योजकतेची निर्मिती होते. त्यामुळे उत्पादनाचे घटक एकत्र आणणे, प्रत्यक्ष उत्पादन करणे, त्याची यशस्वीपणे विक्री करणे, त्यातून नफा मिळवून व्यवसाय सुदृढ करणे यासाठी उद्योजक हा सजीव घटक महत्त्वाचा असतो. त्याच्या सक्रिय भूमिकेशिवाय संपत्तीच्या निर्मितीची कल्पनासुद्धा करता येत नाही.

२)   **नवनिर्मिती :** नवनिर्मिती करणे हे उद्योजकतेमधील अत्यंत महत्त्वाचे कार्य आहे. कारण नवीन कल्पना अंमलात आणून वेगवेगळ्या वस्तूंची निर्मिती करून, नवीन वस्तू बाजारात आणून, वेगवेगळी बाजारपेठ प्राप्त करून नवनिर्मिती केली जाते.

वस्तू व सेवेमध्ये नवीन वैशिष्ट्ये निर्माण करून नवीन पद्धतीने उत्पादन करून नवनवीन बाजारपेठा प्राप्त करणे, नवीन कच्च्या मालाचा शोध घेणे, नवीन प्रकारे जाहिरात करणे इ. मार्फत भिन्न रूपात नवनिर्मिती केली जाते. नवनिर्मितीमधून संपत्ती निर्माण होते. तसेच ग्राहकांची सोय व त्याला उपयुक्त अशा वस्तूची निर्मिती करून ग्राहकांच्या समाधानात वाढ करून आणि त्यातून नफा मिळविण्याची संधी या सर्व गोष्टी नवनिर्मितीत समाविष्ट होतात.

३) **समतोल निर्णय :** व्यवसाय संस्थेत अनेक व्यक्तींचे हितसंबंध गुंतलेले असतात. त्यामध्ये भागधारक (मालक) व्यवस्थापक, कर्मचारी, ग्राहक वर्ग, पुरवठादार, वित्तीय संस्था, सरकारी यंत्रणा इ. प्रकारच्या व्यक्तींना किंवा संस्थांना व्यवसाय संस्थेत स्वास्थ असते. त्यामुळे अनेक महत्त्वाचे निर्णय घेताना विविध हितसंबंधात योग्य समतोल राखणे पोषक असते.

कोणतेही निर्णय घेताना तात्पूरता किंवा अल्पकालीन विचार करून चालत नाही तर कायम स्वरुपी किंवा दीर्घकालीन विचार करावा लागतो. खऱ्या अर्थाने संतुलित निर्णय घेतल्यास व्यवसाय चांगल्या स्थितीत राहातो. त्यासाठी उद्योजकाचा दृष्टिकोन संतुलित असणे गरजेचे असते.

४) **कार्यक्षम विपणन :** विपणन ही संकल्पना व्यापक स्वरुपाची आहे. यामध्ये केवळ वस्तू व सेवांची विक्री करणे समाविष्ट नसून अनेक महत्त्वाच्या कार्याचा समावेश विपणनामध्ये होतो. वस्तूच्या उत्पादनापासून वस्तू वेगवेगळ्या बाजारपेठेत विकण्यापर्यंतच्या सर्व कार्याचा समावेश विपणनामध्ये होतो. आधुनिक काळात उत्पादना इतकेच किंवा त्याहूनही अधिक विपणनाला महत्त्व प्राप्त झालेले आहे. यामध्ये उद्योजकतेचे स्थान अत्यंत महत्त्वाचे ठरते.

५) **जोखीम स्वीकारणे :** व्यावसायिक पर्यावरणात अनिश्चिततेचे स्वरूप बदलणारे असते. म्हणजेच व्यवसायात बदल होणे हा एकच घटक स्थिर असतो असे म्हटले तरी वावगे ठरणार नाही. व्यवसायातील जोखीम स्वीकारणारा एकमेव घटक म्हणजे उद्योजक होय. उद्योजकामार्फत बाजारपेठेतील अनिश्चितता, मागणीतील बदल, स्पर्धेची आव्हाने, अपेक्षित विक्री न होणे या सर्व बाबींवर गांभीर्याने विचार करून नैसर्गिक संकटे, अपघात इ. समस्यादेखील सोडविल्या जातात. जोखीम स्वीकारणे म्हणजे जुगार नव्हे, पूर्वानुमान करून, विचार करून डोळसपणे जबाबदारी स्विकारणे म्हणजेच जोखीम पत्करणे होय. जोखीम पत्करल्याशिवाय उत्पादक होऊ शकणार नाही. प्रत्येक संपत्ती निर्मितीत जोखीम स्विकारणे हा घटक अत्यंत महत्त्वाचा असतो.

६) **रोजगार निर्मिती :** उद्योजकामार्फत वेगवेगळ्या उद्योगधंद्याची निर्मिती करून त्या भागातील लोकांना रोजगाराची संधी निर्माण करू शकतो. भारतात बेकारांची समस्या दिवसेंदिवस वाढतच आहे. त्यामुळे उद्योजकतेला विशेष महत्त्व प्राप्त होते. एखादी व्यक्ती नोकरी न करता व्यवसाय सुरू करते तेव्हा स्वयंरोजगार निर्माण होऊन अनेक व्यक्तींसाठी रोजगाराची संधी निर्माण होते.

७) **इतर व्यवसायांना अप्रत्यक्ष चालना :** उद्योजकतेमुळे वेगवेगळ्या व्यवसायांना चालना मिळू शकते उदा. कच्चा माल, पुरवठादार, सुट्या भागाचे उत्पादक इ. तसेच त्या व्यवसायाच्या उत्पादनाच्या पुढे उपयोग करणारे व्यवसाय वाढू शकतात. उदा. स्वयंचलित वाहानाचा व्यवसाय वाढला की त्याच्या दुरुस्तीचा व्यवसाय वाढतो. शिवाय बँका, विमा कंपन्या, भांडवल बाजारातील सेवा, बाजारपेठेतील सेवा यांनाही चालना मिळते.

८) **भांडवल निर्मिती :** उद्योग धंद्याची निर्मिती करताना उद्योजकामार्फत भांडवल निर्मिती केली जाते. म्हणजेच उद्योजक स्वतःचा पैसा व मित्र नातेवाईकांकडून पैसा जमा करून गुंतवणूक करतात. बचतीमधून मिळणारा पैसा संपत्ती निर्माण करण्याच्या साधनात गुंतवणे म्हणजेच भांडवल निर्मिती होय. उद्योजकामार्फत भांडवल निर्मिती केली जाते. समाजाचा पैसा भाग व कर्ज रूपाने आकर्षित करून त्याच्या साह्याने भांडवली वस्तू व खेळते भांडवल निर्माण करून उत्पादनाचे कर्य सुरू केले जाते. म्हणजेच उद्योजक हा भांडवल निर्मिती करत असतो.

९) **क्रयशक्तीत वाढ व लोकांच्या राहाणीमानात सुधारणा :** उद्योजकतेमुळे रोजगाराची निर्मिती होऊन लोकांच्या उत्पन्नात वाढ होते. त्यामुळे लोकांची वस्तू व सेवा खरेदी करण्याची क्षमता वाढते. खरेदी क्षमतेने वाढ झाल्यामुळे मागणीत देखील वाढ होते. त्यामुळे लोकांच्या राहणीमानात सुधारणा होते. हे केवळ उद्योजकतेमुळे शक्य होते.

१०) **संतुलित प्रादेशिक विकास :** देशातील विविध राज्ये, प्रदेश इत्यादीचा असंतुलित विकास झालेला आढळतो. काही प्रदेशात औद्योगिकदृष्ट्या खूप विकास झालेली आहे तर काही खूप मागासलेले आहेत. हे असंतुलन दूर करावयाचे असेल तर मागासलेल्या भागात नवीन उद्योग किंवा व्यवसाय निर्माण व्हावे लागतात. यासाठी उद्योजकाची भूमिका महत्त्वाची ठरते. कारण शासनामार्फत मागासलेल्या भागात उद्योग किंवा व्यवसाय स्थापन करण्यासाठी उद्योजकांना विशेष सोयीसवलती दिल्या जातात. प्रादेशिक संतुलन राखण्याचा प्रयत्न उद्योजकामार्फत केला जातो.

७.४ उद्योजकतेच्या वाढीस प्रोत्साहन देणारे घटक Factors contributing to growth of Entrepreneurship

उद्योजकास प्रोत्साहन देणारे पर्यावरणातील विशिष्ट घटक उद्योजकतेच्या विकासाला अनुकूल ठरतात. प्रगत देशामध्ये असे घटक प्रभावी असल्याचे दिसून येते. उद्योजकतेस प्रोत्साहन देणारे घटक वाढल्यास उद्योजकतेतही वाढ होऊ शकते.

अशा घटकांचे वर्गीकरण पुढीलप्रमाणे :-

अ) पर्यावरणाशी संबंधित घटक -

(१) आर्थिक घटक (२) सामाजिक घटक

(३) राजकीय घटक (४) सांस्कृतिक घटक

(५) मानसशास्त्रीय घटक (६) विज्ञान व तंत्रज्ञानाचे घटक

ब) व्यक्तिगत घटक :

अ) पर्यावरणाशी संबंधित घटक

(१) आर्थिक घटक : आर्थिक घटकाचा प्रभाव उद्योजकतेवर मोठ्या प्रमाणावर पडत असतो. त्यामुळे उद्योजकतेस चालना मिळते. आर्थिक घटक खालीलप्रमाणे :

अ) खाजगी क्षेत्रास उत्तेजन देणारी अर्थव्यवस्था :

खाजगी क्षेत्राच्या विकासाला भांडवलशाही अर्थव्यवस्था उपयुक्त ठरत असते. त्यामुळे व्यावसायिक विकास होण्यास मोठ्या प्रमाणात संधी उपलब्ध होते. तसेच मिश्र अर्थव्यवस्थेत सुद्धा खाजगी क्षेत्राच्या विकासाला मोठी संधी प्राप्त होते. तसेच उधारीकरणाचे धोरणसुद्धा उद्योजकतेस पोषक ठरते.

ब) नैसर्गिक संसाधनांची उपयुक्तता :

उद्योग व्यवसाय हा कच्च्या मालाच्या प्रमाणावर अवलंबून असतो. उच्च दर्जाचा कच्चा माल सहज व विपूल प्रमाणात उपलब्ध होत असेल तर उद्योगासाठी ते वरदान ठरते. रासायनिक द्रव्ये, खनिजे, पाणी, शेतीतील उत्पादने, भूमी यांचीं उपलब्धता निसर्गावर अवलंबून असते.

क) भांडवल :

उद्योगाला पुरेसे स्थिर भांडवल व खेळते भांडवल अत्यावश्यक असते. असे भांडवल सहज व योग्य खर्चात असेल तर उद्योजकतेस प्रोत्साहन मिळते, भांडवल गुंतवणूक वाढवून

उत्पादकतेतही वाढ करता येते व त्यामधून नफ्याचे प्रमाण वाढते. नफ्याचे प्रमाण वाढल्यामुळे भांडवल निर्मितीस चालना मिळते. त्याचा फायदा उद्योगाला होतो.

ड) पायाभूत सोयी :

पायाभूत सोयींमध्ये पाणी, वीज, रस्ते वाहतुकीची साधने, दळणवळण, माहिती तंत्रज्ञान इ. पायाभूत सोयी चांगल्या प्रकारे उपलब्ध झाल्यास त्या भागात उद्योग स्थापन करणे व वाढवणे सोपे जाते. तसेच खर्चातही बचत होऊ शकते.

इ) श्रम पुरवठा :

उद्योगासाठी प्रशिक्षित व कुशल कामगार उपलब्ध असतील तर त्यांची उत्पादकता वाढून उद्योगास फायदा होतो. श्रमिकांची उपलब्धता असेल तर उद्योगधंद्यांचा विकास होतो. विकसित देशामध्ये उद्योगधंद्याच्या वाढीसाठी अनुकूल असे वातावरण आढळते.

फ) बाजारपेठ :

उद्योगामार्फत उत्पादन करून चालत नाही तर उत्पादित मालाची किफायतशीर किंमतीला विक्री होणे अधिक महत्त्वाचे असते. वाढती स्पर्धा, बदलती जीवनशैली, जागतिकीकरण, ग्राहकांचा चोखंदळपणा इ. परिस्थितीत बाजारपेठेचे महत्त्व वाढत आहे. त्यामुळे काही प्रमाणात निश्चित व व्यापक बाजारपेठ उपलब्ध असेल तरच उद्योजकतेच्या विकासासाठी पूरक ठरते.

२) **सामाजिक घटक :** सामाजिक घटकांमध्ये सामाजिक पर्यावरणातील काही अनुकूल घटक उद्योजकतेस प्रोत्साहन देत असतात. त्यामध्ये व्यावसायिक वर्तणूक, परिश्रम करण्याची वृत्ती, काटकसर, अनुभव इ. घटकांचा उद्योजकतेवर परिणाम होतो.

समाजातील व्यक्तींना स्वतःची क्षमता ओळखण्याची संधी मिळत असेल तर त्यांची क्षमता वाढवण्याची व कौशल्य विकसित करण्याची संधी मुक्तपणे मिळत असते. त्यातून त्याचा स्वतःचा विकास होतो. अशा व्यक्तीच्या समतोल सामाजिक गतिमानता म्हणता येईल. सामाजिक गतिमानता उच्च दर्जाची असल्यास समाजात समन्वय व सामंजस्यपणा दिसून येतो. सामाजिक घरकाम, कुटुंबात होणारे संस्कार खूप महत्त्वाचे असतात. त्याचा फायदा उद्योजकतेसाठी सामाजिक गतिमानता करण्यासाठी होतो.

३) **राजकीय घटक :** उद्योजकतेस प्रोत्साहन देणाऱ्या राजकीय पक्षाची सत्ता असल्यास लाभदायक ठरते. देशात खऱ्या अर्थाने लोकशाही असल्यास लोकांचे प्रतिनिधी जनतेच्या उद्योजकतेत पूरक अशी धोरणे आखतात व ती अमलात आणणारा तसेच औद्योगिक गुंतवणूक वाढीसाठी राजकीय शांतता व राजकीय स्थिरता आवश्यक असते. त्याचा उद्योजकतेस फायदा होतो.

उद्योजकता विकासासाठी राष्ट्रीय पक्षाची चारित्र्याची नितांत गरज असते. स्वदेशाची भावना राष्ट्र अभिमान इ. गुणांमुळे जपान, जर्मनी देशामध्ये उद्योजकाचा विकास होण्यास मोठी चालना मिळालेली दिसते.

४) **सांस्कृतिक घटक :** सांस्कृतिक घटकांचाही उद्योजकेच्या विकासावर प्रभाव पडतो. समाजाने स्विकारलेल्या मूल्य व्यवस्थेचा परिणाम लोकांच्या मानसिकतेवर होत असतो. त्यामुळे नैतिक सुखसोयीचा उपभोग घेणे अधिक उत्पन्न मिळविणे आर्थिक उन्नतीतून सामाजिक प्रतिष्ठा मिळवणे अशा प्रकारची प्रेरणा मिळत असेल तर उद्योग व्यवसायाकडे अधिक प्रमाणात लोक आकर्षित होतात.

५) **मानसशास्त्रीय घटक :** मानसशास्त्रीय घटकाचे देखील उद्योजकतेच्या विकासास प्रोत्साहन मिळत असते. शुंपीटर यांच्या मते सत्ता मिळविण्याची इच्छा, जिंकण्याची इच्छा, यश मिळविण्याची इच्छा यामुळे उद्योजकतेस प्रोत्साहन मिळते. लेव्हीन यांच्या मते उद्योजकांना व्यवसायातून प्रतिष्ठा प्राप्त होते. त्या प्रतिष्ठेतून मिळणाऱ्या समाधानासाठी ते उद्योजकीय कष्ट करत असतात.

डॉ. प्र. चि. शेजवलकर यांनी मानसिकतेच्या दृष्टिकोनातून उद्योगजकांचे तीन प्रकार सांगितलेले आहेत. १) स्वप्नरंजन करणारे (Dreamers) शंकेखोर (Doubtors) आणि क्रियाशील (Doers) इ. मात्र क्रियाशील लोक आव्हान स्विकारतात व नियोजनपूर्वक जोखीम स्वीकारून प्रत्यक्ष कृती करून यश मिळवतात. अशी मानसिकता उद्योजकतेसाठी उत्तम असते.

६) **विज्ञान व तंत्रज्ञानाचे घटक :** वैज्ञानिक प्रगती व त्यावर अवलंबून असणारी तंत्रज्ञानाची प्रगती यामधूनच वस्तू व सेवा यांची नाविन्यपूर्ण कल्पना साकार होऊ शकते. नवे शोध लावून नवनवीन उद्योगधंद्याची निर्मिती हाते. विज्ञान तंत्रज्ञानातील प्रगतीमुळे उत्पादकता वाढते. उत्पादनाचा दर्जा सुधारतो. नफ्याची क्षमता वाढते. उद्योगाची स्पर्धा शक्ती वाढते इ. सर्व गोष्टी उद्योजकतेस प्रोत्साहन देणारे ठरतात.

ब) व्यक्तीगत घटक :

१) **उद्योजकांचा धर्म व जात :** देशातील विशिष्ट धर्मातील लोकांमध्ये उद्योजकतेचे प्रमाण अधिक असल्याचे दिसून येते. विशिष्ट जातीमध्ये उद्योजकता सुरू झाली की सदनता भांडवली उपलब्धता, राजकीय वर्चस्व इ. कारणांनी उद्योजकतेला प्रोत्साहन मिळते. पूर्वीच्या काळी मारवाडी, अगरवाल, सुद, चेट्टीयार, पारशी, बनिया अशा जातीमधील लोकांचे उद्योजकतेचे प्रमाण अधिक होते. आधुनिक काळात ब्राह्मण, खत्री, पटेल, नायडू, कायस्थ, शिरप, इ. जातीधर्मातील लोक देखील उद्योजकतेमध्ये दिसून येतात. म्हणजेच बदलत्या परिस्थितीनुसार उद्योजकता ही संकल्पना सर्व जाती धर्मामध्ये पोहोचण्याची प्रक्रिया सुरू झालेली आहे.

२) **कौटुंबिक पार्श्वभूमी :** सामान्यपणे ज्या कुटुंबातील व्यक्तीना लहानपणापासून व्यावसायिक वातावरण लाभलेले आहे. त्यांना व्यवसायाचे शिक्षण मिळाले आहे. तसेच सदन लोक भांडवल सामाजिक प्रतिष्ठा व सामाजिक अनुकूल संबंधातून उद्योजकतेकडे वाढू लागले आहेत.

३) **उद्योजकाचे उच्च व तांत्रिक शिक्षण :** उद्योजकाचा विकास हा शिक्षणामुळे मिळणाऱ्या ज्ञानामुळे होऊ शकतो. तसेच आपली क्षमता विचारात घेऊन शिक्षणाचा उपयोग केला जातो. शिक्षणामुळे दैववादी दृष्टिकोन नाहीसा होऊन प्रयत्नवादी दृष्टिकोन निर्माण झालेला आहे.

उच्च शिक्षण व तांत्रिक शिक्षणातून उद्योग यशस्वी करण्यासाठी उपयोगी असणारी कौशल्य प्राप्त करता येतात. चांगल्याप्रमारे मानवी संबंध निर्माण करणे व ते टिकविणे यांचा समावेश मानवी कौशल्यात होतो. दूरदृष्टी परिस्थितीचे आकलन, घटनांचा नीट अर्थ लावणे, पूर्ण अनुमान करणे अशा गोष्टींचा संबंध संकल्पनात्मक कौशल्याशी येतो. तसेच सामाजिक जबाबदारी पार पाडणे व परस्परांशी हितसंबंध प्रस्थापित करणे यासाठी सामाजिक कौशल्य आवश्यक ठरतात व अशा प्रकारची सर्व कौशल्यच शिक्षणातून प्राप्त होतात.

शिक्षणामुळे निर्णय अधिक चांगल्या प्रकारे घेण्यासाठी उपयोगी पडणारे ज्ञान मिळते. माहितीमुळे देऊ केलेल्या सुखसोयी सवलती यांचा लाभ घेता येतो. चांगल्या उद्योजक होण्यासाठी उच्च व तांत्रिक शिक्षण व विविध कौशल्ये आवश्यक ठरतात.

४) **उद्योजकाचे वय आणि उद्योजकता :** कुटुंबातील वातावरण उद्योजकीय असेल तर त्या कुटुंबातील मुले शिक्षण पूर्ण होताच म्हणजेच विसाव्या व एकविसाव्या वर्षीच उद्योजक होतात. जितका उद्योजक तरुण तितके ते अधिक लाभदायक ठरतात. कारण अनुभव घेण्यास दीर्घकाळ मिळतो.

५) **मुलांचे संगोपन व उद्योजकता :** उद्योजक होण्यासाठी व्यक्तीच्या अंगी काही गुणवैशिष्ट्य असणे आवश्यक ठरते. स्वतंत्र विचार करणे. धाडस करणे, कष्ट करणे, चोख व प्रामाणिकपणे व्यवहार करणे. समाजात मिसळणे सौजन्यपूर्ण वागणूक असणे विचारपूर्वक निर्णय घेणे इ. गुणांची आवश्यकता असते. यातील काही गुण शिक्षणातून मिळू शकतात. परंतु त्याचा पाया व जडणघडण मोठ्या प्रमाणात मुलांच्या संगोपनावर अवलंबून असते. मुलांना योग्य प्रकारे संगोपन केल्यास उद्योजकतेस पोषक ठरते.

७.५ उद्योजक व व्यवस्थापक (Entrepreneurs and Managers)

munotes.in

काही जणांना उद्योजक व व्यवस्थापक या संकल्पना सारख्याच आहेत असे वाटते परंतु उद्योगांची निर्मिती करणारा तो उद्योजक तर उद्योजकाने निर्माण केलेल्या उद्योगाचे व्यवस्थापन करणारा तो व्यवस्थापक उद्योग व्यवस्थित चालविण्यासाठी उद्योजक संघटना निर्माण करतात. ह्या संघटनेकडून नियोजित कार्य करून घेण्यासाठी व्यवस्थापकाची नेमणूक करतात हे व्यवस्थापक उद्योगाचे नियोजन, संघटन, संचलन, नेतृत्व नियंत्रण, निर्णय अभिप्रेरणा इ. व्यवस्थापकीय कार्य करतात. उद्योगांच्या यशात उद्योजक व व्यवस्थापकांची भूमिका परस्पर पूरक असली तरी या दोघांच्या भूमिकेमध्ये वेगळेपण असते. उद्योजक व व्यवस्थापक यांच्यात असणारा फरक खालीलप्रमाणे.

मुद्दा	उद्योजक	व्यवस्थापक
१) नवनिर्मिती	उद्योजक म्हणजे नवनिर्मिती करणारा	व्यवस्थापकाचा नवनिर्मितीशी संबंध येत नाही.
२) कार्य	उद्योजक ही सर्जनात्मक क्रिया आहे	व्यवस्थापकाचा संबंध व्यवस्थापकीय कार्याशी येतो.
३) बदल प्रक्रिया	उद्योजक हे बदल घडवून आणत असतात.	व्यवस्थापक हे बदल घडवून आणत नाहीत.
४) जोखीम	उद्योजक जोखीमीची जबाबदारी स्विकारण्याचे कार्य करावे लागते.	व्यवस्थापकाला जोखमीची जबाबदारी स्विकारणे हे कार्य करावे लागत नाही.
५) प्रतिफल	उद्योगधंद्यातून नफा मिळवणे हे उद्योजकाचे उद्दिष्ट असते.	व्यवसायाकांना त्यांच्या कार्याचा मोबदला वेतनाच्या स्वरूपात मिळतो.
६) स्थान	उद्योजक हा त्या उद्योगाचा मालक असतो.	व्यवस्थापक हा त्या उद्योगाचा कर्मचारी असतो.
७) कार्यक्षेत्र	उद्योजकाचे कार्यक्षेत्र व्यवसायाची ध्येयधोरणे निश्चित करणे हे असते.	व्यवस्थापकाचे कार्यक्षेत्र हे धोरणाची अंमलबजावणी करणे असे असते.

७.६ उद्योजक आणि कर्मचारी उद्योजक (Entrepreneur and Intrepreneur)

उद्योजक : एखादी व्यक्ती नवे आर्थिक साहस हाती घेण्यासाठी एखादा उद्योग निर्माण करण्यासाठी योजना बद्ध कार्य किंवा कृती करते. तेव्हा त्या व्यक्तीला उद्योजक असे म्हणतात. उद्योजकामध्ये व्यक्तीच्या अंगी विशेष योग्यता व क्षमता या गुणांची आवश्यकता असते. आधुनिक स्पर्धात्मक काळात उद्योग यशस्वीपणे चालविण्यासाठी उद्योजकाला अनेक प्रकारची कार्य करावी लागतात. नवनिर्मिती, धोका पत्करणे, साधनसामुग्री एकत्र करणे, व्यवसायाचे संघटन व व्यवस्थापन करणे, बाजारपेठ शोधणे इ. कामे उद्योजकाला करावी लागतात. त्यासाठी त्याला व्यवस्थापकीय कौशल्य देखील वापरावे लागते. उद्योजकतेमुळे उद्योजक सक्रिय होतात व उद्योजकतेच्या प्रयत्नातून उद्योजक निर्माण होतात. उद्योजकतेतून समाजाचा विकास होऊन समाज समृद्ध होऊ शकतो.

कर्मचारी उद्योजक : (Entrepreneur)

ही संकल्पना आधुनिक काळाला तयार झालेली आहेत. यासाठी अंतर्गत उद्योजक किंवा कर्मचारी उद्योजक हे शब्द वापरता येतील. व्यवसाय संस्थेमध्ये काही कर्मचारी नवनिर्मिती करत असतात असे कर्मचारी ठराविक चौकटीतून विचार न करता वेगळ्या पद्धतीने विचार करतात. त्यांची कार्यशक्ती सुद्धा वेगळ्या प्रकारची असतात. नवीन उत्पादन रचना बनविणे खर्चात बचत करणे वाया जाणाऱ्या वस्तूंचा उत्पादक उपयोग करणे इ. नवनिर्मितीने कर्मचारी करू शकतात. अशा कर्मचाऱ्यांना "Interpreneur" असे म्हणतात. उद्योजकाप्रमाणे ते सर्व प्रकारची जोखीम स्विकारत नाहीत. इतकेच त्याचे कार्य असते.

आपली प्रगती तपासा.

१) उद्योजकता म्हणजे काय ते सांगून उद्योजकतेचे महत्व विषद करा ?

२) उद्योजकतेच्या वाढीसाठी प्रोत्साहन देणारे घटक कोणते ते स्पष्ट करा ?

३) उद्योजक व व्यवस्थापक म्हणजे काय ते सांगून उद्योजक व व्यवस्थापक यातील फरक स्पष्ट करा.

७.७ उद्योजक (Entrepreneur)

भारतात आर्थिक व औद्योगिक प्रगती सध्या वेगाने सुरू आहे. विशेषतः मुक्त अर्थव्यवस्थेच्या धोरणानंतर अर्थव्यवस्थेला गती प्राप्त झाली. जागतिकीकरणामुळे जगातील कोणत्याही देशातील वस्तू व सेवा कोणत्याही देशात उपलब्ध होऊ लागल्या. या पार्श्वभूमीवरच उद्योजकाला अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त झाले आहे. विशेषतः व्यवस्थापनाच्या अभ्यासक्रमात उद्योजकाच्या विषयाला फार महत्त्व आहे. उद्योजक व उद्योजकता या विषयाची व्याप्ती मर्यादित

न राहता अनेक विषयांचा त्यात समावेश झालेला आहे. २१ व्या शतकात उद्योजक व उद्योजकता या संकल्पना विकसित झाल्या आहेत. उद्योजक जन्माला येत असून सभोवतालच्या परिस्थितीने ते तयार होतात ही विचारसरणी आता सर्वमान्य झाली आहे. उद्योजकाच्या संख्येवर व उद्योजकाच्या गुणवत्तेवर देशाचा आर्थिक व औद्योगिक विकास अवलंबून असतो. त्यामुळे प्रगत व विकसनशील देशात उद्योजकाला महत्त्वाचे स्थान प्राप्त झालेले आहे. प्रसिद्ध व्यवस्थापन तज्ञ पीटर ड्रकर यांच्या मते देशाच्या प्रगतीसाठी 'उद्योजकीय समाज' निर्माण होणे गरजेचे आहे. त्याशिवाय देशाची प्रगती हेऊ शकत नाही.

७.७.१ उद्योजक संकल्पना (Concept) -

उद्योजकाची संकल्पना विचारात घेताना अगदी प्रारंभी लष्करी मोहिमेचे नेतृत्व करणारी व्यक्तीचा अर्थाने उद्योजक ही संकल्पना वापरण्यात आली. त्यानंतर इतर क्षेत्रातील मोहिम किंवा धाडशी उपक्रमासाठी ही संकल्पना वापरण्यात आली.

'उद्योजक म्हणजे सार्वजनिक संगीत संस्थेचा संचालक किंवा व्यवस्थापक विशेषतः जो संगीतविषयक कार्यक्रम सादर करतो.' या अर्थाने देखील उद्योजक ही संकल्पना वापरली.

दोन दशकात विविध विचारवंतांनी उद्योजकतेच्या क्षेत्रात मोलाची भर घातलेली आहे. ''सर्व प्रथम एखादी गोष्ट करणे'' ही उद्योजकीय कल्पना होय. उद्योजक म्हणजे उद् + योजक उद् म्हणजे उगम नवीन कल्पनांचा उगम नवीन कल्पना शोधून ती अंमलात आणणारा तो उद्योजक होय.

''नवी कल्पना व संधी शोधून धोका पत्करून स्वतःच्या अंगातील कौशल्याने सुनियोजित पद्धतीने उपक्रम अस्तित्वात आणणे व कल्पना प्रत्यक्षात उतरून यशस्वी करणारा तो उद्योजक होय. आधुनिक काळात ही संकल्पना व्यापार, उद्योग, शेती, सेवा प्रशासन, संरक्षण, कला इ. कोणत्याही क्षेत्रात ही संकल्पना वापरली जाते.

७.७.२ उद्योजकांचे प्रकार (Types of Entrepreneurs)

अ)	व्यवसायानुसार प्रकार (According to type of business)	१) व्यावसायिक उद्योजक (Business Entrepreneur) २) व्यापारी उद्योजक (Trading Entrepreneur) ३) औद्योगिक उद्योजक (Industrial Entrepreneur) ४) प्रमंडलीय उद्योजक (Corporate Entrepreneur) ५) कृषी उद्योजक (Agricultural Entrepreneur) ६) किरकोळ उद्योजक (Retail Entrepreneur) ७) सेवा उद्योजक (Service Entrepreneur)
ब)	तंत्रानुसार प्रकार (According to the use of technology)	१) तांत्रिक उद्योजक (Technical Entrepreneur) २) बिगर-तांत्रिक उद्योजक (Non-technical Entrepreneur) ३) पेशावर उद्योजक (Professional Entrepreneurs)

munotes.in

क)	प्रोत्साहनानुसार प्रकार	१) निव्वळ किंवा शुद्ध उद्योजक (Pure Entrepreneur) २) प्रोत्साहित उद्योजक (Motivated Entrepreneur) ३) स्वयं उद्योजक (Spontaneous Entrepreneur)
ड)	क्षेत्रानुसार प्रकार (According to area)	१) ग्रामीण उद्योजक (Rural Entrepreneur) २) शहरी उद्योजक (Urban Entrepreneur)
इ)	लिंगभेदानुसार (According to gender)	१) पुरुष उद्योजक (Men Entrepreneur) २) महिला उद्योजक (Women Entrepreneur)
फ)	इतर प्रकार (Other factors)	१) मोठे उद्योजक (Large Scale Entrepreneur) २) लहान उद्योजक (Small Scale Entrepreneur) ३) आधुनिक उद्योजक (Modern Entrepreneur) ४) कुशल उद्योजक (Skilled Entrepreneur) ५) पारंपारिक उद्योजक (Traditional Entrepreneur) ६) आंतरराष्ट्रीय उद्योजक (International Entrepreneur) ७) नोकरशाही उद्योजक (Bureaucratic Entrepreneur)

अ) व्यवसायानुसार प्रकार :

१) **व्यावसायिक उद्योजक :** नवीन प्रकारची वस्तू किंवा व्यवसाय करणाऱ्या उद्योजकांना व्यावसायिक उद्योजक असे म्हणतात. त्यांचा व्यवसाय लहान किंवा मोठ्या प्रमाणावर असू शकतो.

२) **व्यापारी उद्योजक :** ज्या उद्योजकांचा उत्पादनाशी संबंध नसून इतर उत्पादकांनी उत्पादित केलेल्या वस्तूंची बाजारपेठेत विक्री करून त्यातून नफा मिळविण्याचा उद्देश असतो. त्याला व्यापारी उद्योजक असे म्हणतात. असे उद्योजक वस्तूंची मागणी व बाजारपेठ यांचा विचार करून वस्तू विक्रीचे कार्य करतात.

३) **औद्योगिक उद्योजक :** संभाव्य ग्राहकांच्या विविध गरजा विचारात घेऊन त्या गरजा पूर्ण करू शकणाऱ्या नाविन्यपूर्ण वस्तूचे उत्पादन करणारा उद्योजक हा औद्योगिक उद्योजक होय. असा उद्योजक निर्मिती क्षेत्रात असतो.

४) **प्रमंडळीय उद्योजक :** जे उद्योजक आपल्या नवनिर्मितीक्षम कौशल्याचा प्रमंडळाच्या संघटनेसाठी व व्यवस्थापनासाठी उपयोग करतो त्याला प्रमंडळीय उद्योजक म्हणतात. प्रमंडळ किंवा महामंडळ ही स्वायत्त, कायम स्वरूपीय अस्तित्वात असलेली नोंदणीकृत संस्था असते व त्या संस्थेला कायदेशीर अस्तित्व असते.

५) **कृषी उद्योजक** : शेती उत्पादनात विविध प्रकारच्या कौशल्याचा वापर करून नवीन प्रकारच्या शेती मालाचे उत्पादन करणारा म्हणजेच कृषी उद्योजक होय. आधुनिक तंत्रे, बी-बियाणे,

munotes.in

खते व पाण्याचे नियोजन व शेतीमालाला नवीन बाजारपेठ याचा शोध घेणारा व त्याचा प्रत्यक्ष उपयोग करणारा तो कृषी उद्योजक होय.

६) **किरकोळ उद्योजक :** लहान प्रमाणावर व प्रत्यक्ष ग्राहकांशी किंवा उद्योग-व्यापाराशी संबंध असणाऱ्या उद्योजकांना किरकोळ उद्योजक असे म्हणतात. हा उद्योजक सामान्यतः वस्तूच्या वितरण कार्यात सहभागी असतो.

७) **सेवा उद्योजक :** विविध प्रकारच्या ग्राहकांना सेवा पुरवठा करणाऱ्या उद्योगत कार्य करणाऱ्या उद्योजकांना सेवा उद्योजक असे म्हणतात. ग्राहकांना विविध प्रकारच्या वस्तूंप्रमाणेच सेवांचीही आवश्यकता असते. त्या सेवा उद्योजकामार्फत पुरविल्या जातात.

ब) तंत्रानुसार प्रकार :

१) **तंत्रिक उद्योजक :** जे उद्योजक आपल्या उद्योग क्षेत्रात आधुनिक तंत्राचा व तंत्रज्ञानाचा वापर करतात त्यांना तांत्रिक उद्योजक असे म्हणतात. असे उद्योजक प्रामुख्याने उत्पादन क्षेत्रात आढळतात.

२) **बिगर-तांत्रिक उद्योजक :** जे उद्योजक आपल्या उद्योग क्षेत्रात तंत्राचा व आधुनिक यंत्राचा फारसा वापर करत नाहीत त्यांना बिगर-तांत्रिक उद्योजक असे म्हणतात. हे उद्योजक प्रामुख्याने विपणन व वितरण या क्षेत्रात आढळतात.

३) **पेशावार उद्योजक :** पेशावार उद्योजक म्हणजे असे उद्योजक की जे एखाद्या व्यवसायात कार्य करत असतात. पण तोच व्यवसाय कायम स्वरूपी न चालवता नवीन व्यवसायाच्या शोधात असतात व संधी मिळताच नवीन उपक्रम सुरू करतात. अशांना पेशावार उद्योजक असे म्हणतात. अशा उद्योजकांच्या मनात सतत नवीन कल्पना असतात.

क) प्रोत्साहनानुसार प्रकार :-

१) **निव्वळ किंवा शुद्ध उद्योजक :** जे उद्योजक मानसिक व आर्थिक पुरस्काराने प्रेरीत असतात व जे आपल्या उद्योजकीय क्रिया वैयक्तिक लाभासाठी व समाधानासाठी करीत असतात त्यांना निव्वळ किंवा शुद्ध उद्योजक असे म्हणतात.

२) **प्रोत्साहित उद्योजक :** नवीन उद्योजकांना उद्योगासाठी विविध प्रकारे प्रोत्साहित केले जाते. त्यांच्या उद्योगाबाबतच्या आशा आकांक्षा पूर्ण करण्याच्या हेतूने त्यांना विविध मार्गाने तयार केले जाते, अशा उद्योजकांना प्रोत्साहित उद्योजक असे म्हणतात.

३) **स्वयं उद्योजक :** हे उद्योजक स्वयं प्रेरणेने स्वतःच नवीन उद्योग व्यवसाय सुरू करतात. त्यांना स्वयं उद्योजक असे म्हणतात. असे उद्योजक स्वतः उद्योगासाठी पुढाकार घेतात व स्वतःची कल्पनाशक्ती, इच्छाशक्ती व कौशल्य इ. वापर करतात.

ड) क्षेत्रानुसार प्रकार :

१) **ग्रामीण उद्योजक :** जे उद्योजक ग्रामीण भागात उद्योग धंद्याची निर्मिती करतात व त्याचे कार्यक्षेत्र ग्रामीण भागापुरतेच मयार्दित असते त्यांना ग्रामीण उद्योजक असे म्हणतात.

२) **शहरी उद्योजक :** जे उद्योजक शहरी भागात उद्योग धंद्याची निर्मिती करतात व त्यांचे कार्यक्षेत्र शहरी भागात असते त्यांना शहरी उद्योजक असे म्हणतात.

munotes.in

इ) लिंग भेदानुसार प्रकार :

१) **पुरुष उद्योजक :** जी व्यक्ती उद्योग उभा करते, उद्योग चालवते व उद्योगाचा विकास करते ती उद्योजक अशी व्यक्ती कोणतीही असू शकते तिला पुरुष उद्योजक असे म्हणतात.

७.७.३ उद्योजकाची सक्षमता / जडणघडण (Compentencies of an entrepreneur)

उद्योजकता हा माणसाचा जन्मजात गुण म्हणायला हवा असला तरी आता या विषयाच्या मार्गदर्शक वर्गाची आवश्यकता निर्माण होत आहे. कुठलेही परंपरा नसलेले अनेक लोक उद्योजक या क्षेत्रात येतात. अनेक अडचणी सहन करतात. तसेच या प्रवासात त्यांना अनेक अनुभव येऊन त्यातून त्यांची जडणघडण होत असते. त्यामुळेच उद्योजक व उद्योजकता हा २१ व्या शतकाचा मूलमंत्र झाला आहे. तांत्रिक प्रगतीमुळे गेल्या दोनशे वर्षांत न घडलेला चमत्कार उद्योजक येत्या १० वर्षांत घडवील अशा परिस्थितीत आहे. म्हणजेच उद्योजकता जन्माला येत नसून सभोवतालच्या परिस्थितीने ते तयार होतात ही विचारसरणी आता सर्वमान्य होऊ लागली आहे. प्रसिद्ध व्यवस्थापन तज्ञ पीटर ड्रकर यांच्या मते देशाच्या प्रगतीसाठी उद्योजकीय समाज निर्माण होणे गरजेचे आहे. आज जपानची झपाट्याने औद्योगिक प्रगती होण्यास तेथील उद्योजकीय समाज कारणीभूत झाला आहे.

उद्योजकांनी पुढाकार घेऊन देशात नवनवीन उद्योग सुरू केले. तसेच देशात उत्पादनाचे कार्य सुरू होते. उद्योजकाच्या अभावी कोणत्याही प्रकारचे उत्पादन कार्य संभवत नाही. त्यासाठी उद्योजक हा सक्षम असावा. उत्पादन कार्यामधील उद्योजकाची भूमिका महत्त्वाची असल्यामुळे उद्योजकांनी सतत प्रयत्नशील राहून उद्योग यशस्वी करण्याचा प्रयत्न करावा.

७.८ उद्योजकता प्रशिक्षण व विकासाचे कार्य करणाऱ्या संस्था

शासकीय पातळीवरील संस्था ह्या उद्योजकता विकासाचे कार्य व प्रशिक्षण कार्यक्षमपणे राबवत आहे. त्या पुढीलप्रमाणे.

अ) राष्ट्रीय पातळीवरील संस्था :

१) राष्ट्रीय उद्योजकता व लघुव्यवसाय विकास संस्था (NIESBUD)

(स्थापना १९७३ : मुख्य कार्यालय - नवी दिल्ली)

२) भारतीय उद्योजकता विकास संस्था (Entrepreneurship Development Institute of India : EDII

(स्थापना १९८३ : मुख्य कार्यालय - अहमदाबाद)

३) व्यवस्थापन विकास संस्था (Management Development Institute MOI)

(स्थापना १९७३ : मुख्य कार्यालय - गुरगाव, हरियाना)

४) राष्ट्रीय लघुउद्योग महामंडळ (National Small Industries Corporation : NSIC)

(स्थापना १९५५ : मुख्य कार्यालय - नवी दिल्ली)

५) लघुउद्योग विकास संस्था (Small Industries Development Organisation SIDO)

(स्थापना १९५४ : मुख्य कार्यालय - नवी दिल्ली)

६) खादी व ग्रामोद्योग मंडळ (Khadi and Village Indutries Commission)

७) राष्ट्रीय उत्पादकता मंडळ (National Productivity Council NPC)

(स्थापना १९५७ : मुख्य कार्यालय - नवी दिल्ली)

८) उद्योजकता मार्गदर्शन संस्था (Entrepreneurial Guidance Bureau)

९) राष्ट्रीय लघुउद्योग विस्तार प्रशिक्षण संस्था (National Small Industries Extension Training Institutes (NSIETI)

(स्थापना१९६० : मुख्य कार्यालय - हैद्राबाद)

१०) भारतीय महिला उद्योजक परिषद (Indian Council of Women Entrepreneurs : ICWE) - नवी दिल्ली

११) राष्ट्रीय तरुण उद्योजक संघटना (National Alliance of Young Entrepreneurs : NAYE)

१२) स्वयंरोजगार महिला संघटना (Self-Enployed Women's Association SEWA)

१३) औद्योगिक व तांत्रिक सल्ला संस्था (Industrial and Technical Consultancy Organisation : ITCO)

१४) लघुउद्योग सेवा संस्था (Small Industries Service Institute : SISI)

१५) भारतीय औद्योगिक विकास बँक (Industrial Development Bank of India IDBI)

(स्थापना - १९६४ मुख्य कार्यालय - मुंबई)

१६) ग्रामीण उद्योजकता विकास संस्था (Rural Entrepreneurship Development Institute (REDI)

मुख्य कार्यालय - रांची)

१७) भारतीय लघुउद्योग विकास बँक (Small Industries Development Bank of India - SIDBI)

(स्थापना १९८९ : लखनौ)

१८) लघुउद्योग मंडळ (Small Scale Industries Board)

(स्थापना : १९५७ - नवी दिल्ली)

१९) निर्यात वृद्धी मंडळे व वस्त्र मंडळे (Export Promotion Councils and Commodities Board)

२०) भारतीय गुंतवणूक केंद्र (Indian Investment Centre)

munotes.in

ब) राज्य पातळीवर संस्था -

१) महाराष्ट्र राज्य लघुउद्योग विकास महामंडळ (मुंबई) (Maharashtra State Small Industries Development Corporation MSSIDC)

२) महाराष्ट्र उद्योजकता विकास केंद्र (Maharashtra Centre for Entrepreneurship Development)

(स्थापना : १९८८ : मुख्य कार्यालय औरंगाबाद)

३) महाराष्ट्र औद्योगिक व तांत्रिक सल्ला संस्था (Maharashtra Industrial and Technical Consultancy Organisation : MITCO)

स्थापना : १९८२ : मुख्य कार्यालय - पुणे

४) महिला आर्थिक विकास महामंडळ (मुंबई)

५) प्रादेशिक (महिलांसाठी) व्यवसाय प्रशिक्षण संस्था (मुंबई)

६) महाराष्ट्र राज्य वित्तीय महामंडळ (Maharashtra Sate Finance Corporation MSFC)

७) महाराष्ट्र महिला उद्योजक संघटना, मुंबई (Women Industrial of Maharastra Association : WIMA)

८) महाराष्ट्र राज्य खादी व ग्रामोद्योग मंडळ (स्थापना १९६२ : मुख्य कार्यालय - मुंबई)

९) तांत्रिक सल्ला संघटना (Technical Consltancy Organisation (TCOS) (स्थापना : १९७२)

क) स्थानिक पातळीवरील संस्था -

१) जिल्हा उद्योग केंद्रे (District Industries Centres : DIC) (स्थापना १९७८)

२) राष्ट्रीयीकृत बँकांच्या स्थानिक शाखा

३) चेंबर ऑफ कॉमर्स ॲण्ड इंडस्ट्रीजच्या स्थानिक शाखा

४) जिल्हा सहकारी बँका

५) रोटरी क्लब (लायन्स क्लब)

६) जिल्हा परिषद व पंचायत समित्या (ट्रीयसेम योजना)

७) शैक्षणिक संस्था : विद्यापीठे व महाविद्यालये

८) स्वयंसेवी सामाजिक संस्था (उदा. स्वयंसिद्ध, कोल्हापूर)

मुख्य संस्था व त्याच्यातर्फे सुविधा :-

संस्था		सुविधा
IESBUD	-	उद्योजकता विकास प्रशिक्षण, व्यवसाय निवड सल्ला
NSIC	-	विपणन/बाजारपेठीय यंत्र सामग्री पुरवठा, तांत्रिक सल्ला व्यवस्थापकीय मार्गदर्शन.
SIDO	-	उद्योजकता विकास प्रशिक्षण, व्यवसाय निवड सल्ला
SIDBI	-	भांडवल पुरवठा
SISI	-	उद्योजकता विकास प्रशिक्षण, व्यवसाय निवड सल्ला, विपणन बाजारपेठीय सल्ला भांडवले पुरवठा कच्चा माल उपलब्धता यंत्र सामग्री पुरवठा तांत्रिक सल्ला व्यवस्थापकीय मार्गदर्शन प्रमाणीकरण
NISIET	-	उद्योजकता विकास प्रशिक्षण व्यवसाय निवड सल्ला
REDI	-	ग्रामीण उद्योजकता प्रशिक्षण
KVIC	-	ग्रामीण उद्योजकता प्रशिक्षण
ITCO/TCOS	-	तांत्रिक सल्ला व्यवस्थापकीय मार्गदर्शन
MSSIDC	-	भांडवल पुरवठा
MITCON	-	तांत्रिक सल्ला, व्यवस्थापकीय मार्गदर्शन
DICS	-	उद्योजकता, विकास प्रशिक्षण, व्यवसाय निवड सल्ला, तांत्रिक सल्ला, व्यवस्थापकीय मार्गदर्शन ग्रामीण उद्योजकता प्रशिक्षण
FIS/Banks	-	भांडवल पुरवठा
EPCS/CBS	-	निर्यात वृद्धी

munotes.in

७.९ भारतातील उद्योजकांसाठी कार्यप्रेरणा/प्रेरक गोष्ट (Incentives to Entrepreneurs in India)

भारतामध्ये उद्योजकांना प्रेरणा देण्यासाठी काही प्रयोग करण्यात आले. त्यामध्ये आंध्रप्रदेशामधील काकिनाडा या जिल्ह्याच्या ठिकाणाच्या शहरात हा प्रशिक्षणाचा कार्यक्रम राबविला. याची सुरुवात जानेवारी १९६४ मध्ये करण्यात आली. शहरातील व्यवसाय उद्योग क्षेत्रातील व्यक्तींची निवड या प्रशिक्षणासाठी करण्यात आली. हैद्राबाद येथील Small Industry Extension Training Institute मध्ये प्रशिक्षण व्यवस्था करण्यात आली. प्रत्येकी दहा दिवसाची चार सत्रे व नंतर सहा महिन्याच्या अंतराने पाठपुरावा असा प्रशिक्षण कालावधी होता.

प्रशिक्षणाचे उद्देश :-

१) व्यक्तीच्या कल्पनेला उत्तेजन देणे.

२) व्यक्तीगत कार्यप्रेरणा व सामाजिक उद्दिष्टे या संदर्भात व्यक्तीना आत्मपरिक्षण अभ्यास उद्युक्त करणे.

कार्यसिद्धी प्रेरणा विकास प्रशिक्षण कार्यक्रमाच्या आवश्यक बाबी

१) प्रशिक्षणार्थींनी निश्चित स्वरूपात व वारंवार प्रत्याभरण (झार्ँम्ह) घेण्याचा प्रयत्न केला.

२) कार्य सिद्धीची आदर्श उदाहरणे प्रशिक्षणार्थ्यापुढे ठेवण्यात आली व त्यांनी त्याचे अनुकरण करण्याचा प्रयत्न केला.

३) प्रशिक्षणार्थींनी अशी कल्पना केली की त्यांनी आव्हाने स्वीकारण्याची आहेत व त्यांना यश संपादन करण्याची आवश्यकता आहे. काळजीपूर्वक नियोजन करून त्यांनी स्वतः पुढे वास्तववादी उद्दिष्टे ठेवली.

४) प्रशिक्षणार्थ्यांना असे सांगण्यात आले की त्यांनी आपल्या दिवास्वप्न पाहायला (कल्पनेचे मनोरथ रचण्याला) नियंत्रित करावे. यासाठी त्यांनी विधायक दृष्टीने आत्मसंवाद साधावा.

या प्रशिक्षणानंतर दोन वर्षांनी यात सहभागी झालेल्या व्यक्तीची कामगिरी सुधारलेली आढळली. त्या लोकांनी जलद बढती मिळविली किंवा जलद व्यवसाय वृद्धी केली आणि अधिक अर्थप्राप्ती केली. उदा. छोटे रेडिओ, दुकान चालविणाऱ्यांनी केंद्र सरकारची मदत मिळविली, बाहेरून भांडवल पुरवठा न घेता उद्योजकता वाढली. प्रशिक्षण घेतलेल्यांनी व्यावसायिक वर्तणूक अधिक क्रियाशील झाली. प्रशिक्षण न घेणाऱ्या गटामध्ये क्रियाशीलतेचे प्रमाण २५ टक्के होते तर प्रशिक्षण घेणाऱ्यामध्ये हे प्रमाण ५० टक्के आढळले. म्हणजेच व्यक्तीच्या मनात उच्च आकांक्षा असेल तर ती व्यक्ती कार्यसिद्धी प्रेरणा निर्माण करून उद्योगाचा विकास करू शकते. या प्रयोगाला काकिनाडा प्रयोग असे संबोधले जाते. या प्रयोगाची प्रेरणा घेऊनच भारतातील उद्योजकांचा विकास झालेला दिसून येतो.

आपली प्रगती तपासा.

१) उद्योजक म्हणजे काय ? उद्योजकाचे प्रकार थोडक्यात स्पष्ट करा ?

२) उद्योजकता प्रशिक्षण व विकास कार्य करणाऱ्या भारततील संस्था कोणत्या ते सांगा ?

७.१० महिला उद्योजक (Women Entrepreneurs)

आधुनिक समाज व्यवस्थेमध्ये महिलांची भूमिका गतीमान झाल्यामुळे महिला उद्योजक ही संकल्पना पुढे आली आहे. व्यवसायाच्या वेगवेगळ्या क्षेत्रामध्ये महिलांची संख्या वाढली असून त्याचा स्वतंत्र अभ्यास करण्याची आवश्यकता निर्माण झाली आहे. त्या आधारावरच जागतिक स्तरावर १९८० मध्ये कोपनहेगन (डेन्मार्क) येथे संयुक्त राष्ट्र संघातर्फे (महिलांसाठी संयुक्त राष्ट्राचे दशक यावर जागतिक परिषद घेण्यात आली होती. यामध्ये महिलांच्या स्वयंरोजगाराच्या संधी व त्याबाबतच्या जबाबदाऱ्या अपारंपारिक उद्योग क्षेत्रामध्ये महिलांना संधी. व्यवस्थापकीय

munotes.in

पातळीवर महिलांची भूमिका इ. विषयांवर चर्चा होऊन महिलांसाठी एक कृती कार्यक्रम आखण्यात आला. त्यानुसार नोव्हेंबर १९८१ मध्ये नवी दिल्ली येथे महिला उद्योजकांचे पहिले राष्ट्रीय संमेलन आयोजित करण्यात आले होते. त्या अनुषंगाने त्या संमेलनामध्ये महिला उद्योजकांना व्यवसायासाठी लागणारी जमीन, वीजपुरवठा व औद्योगिक परवाना याबाबत अग्रक्रम देण्याबाबत शिफारशी करण्यात आल्या होत्या. कर्जपुरवठ्याबाबत सुलभ कार्य पद्धती सल्लामसलत सेवा केंद्रभूत विपणन संस्था व प्रशिक्षणाच्या विशेष सुविधा याबाबत सुद्धा महिला उद्योजकांना प्राधान्य देण्याचे ठराव करण्यात आले. कोपन हेगनची जागतिक परिषद व भारतातील राष्ट्रीय संमेलन या पार्श्वभूमीवर भारतामध्ये महिला उद्योजक ही संकल्पना प्रथमच उदयास आली.

७.१०.१महिला उद्योजकाची व्याख्या -

विशेषतः उद्योजक ही संकल्पना विचारात घेताना पुरुष अथवा महिला म्हणजेच लिंगभेदानुसार बदलत नाही तरी सुद्धा महिला उद्योजकाची संकल्पना स्पष्ट होण्यासाठी व्याख्या विचारात घेणे आवश्यक आहे.

‘‘महिलेने स्वतः पुढाकार घेऊन संभाव्य उपक्रमाची नवनिर्मिती कल्पना विकसित करून त्यातील जोखीम स्विकारून त्या नव कल्पनेच्या आधारे स्वतःच्या कर्तृत्वावर व्यवसाय क्रिया सुरू केल्यास ती महिला उद्योजक होय.’’

वरील व्याख्या ही उद्योजक या संकल्पनेवर आधारित आहे. त्या आधारे महिला उद्योजकाची व्याख्या केली आहे.

केंद्र सरकारने महिला उद्योजकाच्या उद्योगाची तांत्रिक दृष्टिकोनातून व्याख्या केलेली आहे. १९९१ च्या औद्योगिक धोरणानुसार महिला उद्योजकाची व्याख्या खालीलप्रमाणे.

"A women enterprise means an enterprise owned and controlled by women with a minimum financial interest of 51 per cent of the capital and giving atleast 51 per cent of the employment in the enterprise to women."

केंद्र सरकारने महिला उद्योगांना सवलती देण्यासाठी ही व्याख्या केलेली असून व्यावहारिक दृष्ट्या कर्जपुरवठा तांत्रिक साह्य कर सवलती इ.साठी ही व्याख्या उपयुक्त आहे. परंतु महिला उद्योगाची ही व्याख्या महिला उद्योजकाना लागू करणे संयुक्तीक नाही. कारण त्यामध्ये ५१ टक्के रोजगार महिलांना देण्याची अट आहे. म्हणून महिला उद्योजकांची पहिली व्याख्या योग्य व संयुक्तीक आहे.

७.१०.२महिला उद्योजकांच्या समस्या (Problems) -

महिला उद्योगांच्या विकासासाठी सर्व बाजूंनी पोषक वातावरण असून देखील त्यांच्या समोर काही समस्या आहेत. पुरुष व महिला उद्योजकांच्या समान समस्या सोडून महिला उद्योजक म्हणून काही स्वतंत्र समस्या आढळून येतात. या समस्येचे स्वरूप पूर्वी इतके तीव्र व गंभीर असले तरी त्या समस्यांची दखल घेणे महत्त्वाचे ठरते. त्या समस्या खालीलप्रमाणे.

१) **कौटुंबिक जबाबदाऱ्या :** महिलांना आपल्या उद्योगांच्या व्यवस्थापनाने सोबत काही महत्त्वाच्या कौटुंबिक जबाबदाऱ्या सुद्धा पार पाडाव्या लागतात. व्यवसायाचे व्यवस्थापन करणे ही पूर्णवेळ प्रक्रिया आहे. परिणामी आपल्या कौटुंबिक जबाबदाऱ्या स्वीकारून महिला उद्योजकांना

आपल्या व्यवसायासाठी वेळ द्यावा लागतो. कौटुंबिक जबाबदाऱ्यांचे वेळापत्रक व व्यवसायाच्या कामाचे वेळापत्रक यामध्ये ओढाताण होते. यातूनच व्यवसायाच्या कामाकडे दुर्लक्ष होण्याची शक्यता असते. कारण कुटुंब ही पहिली प्राथमिक जबाबदारी असते तर व्यवसाय ही त्यानंतरची जबाबदारी मानली जाते. त्यामुळे कौटुंबिक जबाबदारी ही समस्या महिला उद्योजकामध्ये निर्माण होते.

२) **नैसर्गिक जबाबदारी व मर्यादा :** महिलांच्या काही नैसर्गिक जबाबदाऱ्या असून ज्यातून त्यांच्यावर काही निसर्गतः बंधने येतात. निसर्गाने सोपवलेल्या जबाबदाऱ्यांमुळे त्यांच्या उद्योग क्षेत्रातील वावरण्यावर काही मर्यादा पडतात. उदा. लग्न, गर्भधारणा, प्रसुती यासारख्या नैसर्गिक बाबींमुळे त्याच्यासमोर समस्या निर्माण होतात. तसेच पोषाकांबाबत व बोलण्याबाबत मर्यादा पडतात. परिणाम उद्योजकीय जबाबदाऱ्या पार पाडताना समस्या निर्माण होतात. या समस्येवर अनेक उपाय असले तरी त्यावर मात केली असली तरी त्या समस्या पूर्णतः दूर होऊ शकत नाहीत.

३) **पुरुषप्रधान व्यवस्था :** भारतीय समाजाची व कुटुंबाची व्यवस्था पूर्वीपासून पुरुषप्रधान असल्याने महिलांना पुढे येण्याची संधी मिळत नाही. आर्थिक व्यवहाराबाबत सुद्धा पुरुषांचे वर्चस्व असते. त्यामुळे उद्योग व्यवसायामध्ये महिलांना प्रयत्न करून आपली समता सिद्ध करावी लागते. पुरुषांना अहंकार वर्चस्व झुगारून व्यवसाय क्षेत्रात येणे अवघड झाले आहे. म्हणजेच पुरुषाची नाराजी पत्करून महिलांना धडपड करावी लागते. त्यामुळे अनेक समस्या निर्माण होतात.

४) **भांडवल समस्या :** रिक्त धनाची चर्चा असली तरी कौटुंबिक मालमत्ता महिलांच्या नावावर करण्याबाबत अद्यापही पुरुषांची तयारी आढळत नाही. महिलांच्या नावावर कोणतीही स्थावर मालमत्ता नसल्यामुळे बँकांकडून किंवा वित्तीय संस्थांकडून कर्जाऊ भांडवल मिळविण्याबाबत समस्या निर्माण होतात. कारण व्यवसाय सुरू करण्यासाठी भांडवलाची गरज असते. कुटुंबातील पुरुषाच्या सहमतीने व मदतीने महिलांना व्यवसाय सुरू करणे व भांडवल मिळवणे शक्य आहे. आर्थिक स्वातंत्र्य किंवा आर्थिक निर्णय घेण्याची मुभा महिलांना अपवादात्मक मिळत असते. त्यामुळे भांडवलांची कमतरता ही समस्या निर्माण होते.

५) **महिलांविषयक अनावश्यक बंधने :** भारतीय समाज व्यवस्थेमध्ये समाजाने महिलांवर काही सामाजिक व सांस्कृतिक बंधने लादली आहेत. विशेषतः समाज व्यवस्था पुरुषप्रधान असल्याने ही बंधने घालण्यात आली आहेत. ही बंधने झुगारून मुक्त होण्यासाठी महिलांना दीर्घकाल प्रयत्न करावा लागतो. त्यामुळे महिला उद्योजक होण्यासाठी ही समस्या निर्माण होते. ज्या प्रमाणात उद्योजकीय होण्याची प्रक्रिया गतीमान होऊ लागेल.

६) **जोखीम स्वीकारण्याचा अभाव :** महिलांमध्ये काही उपजत गुण असले तरी जोखीम स्विकारण्याबाबत योग्य ती क्षमता व मनोधैर्य त्यांच्या अंगी असते. विशेषतः संकटसमयी किंवा तातडीचे निर्णय घेण्याच्यावेळी त्यांचे मनाधैर्य खचते. अशावेळी टिकून राहाण्याची क्षमता कमी होते. कारण महिला ह्या कोणत्यातरी पुरुषावर अवलंबून असतात. उदा. लहानपणी वडिलांवर लग्नानंतर पतीवर व उतार वयात मुलांवर विसंबून राहाण्याची त्याची प्रवृत्ता आढळते. त्यातूनच त्या जोखीम स्विकारण्यास तयार नसतात. त्यामुळे ही व्यवसायातील जोखीम त्या समर्थपणे पेलू शकत नाही.

७) **बाजारपेठेचा व विपणनाचा प्रश्न :** महिला उद्योजकासमोर काही प्रमाणात वस्तूसाठी बाजारपेठेचा व विपणनाचा प्रश्न निर्माण होतो. बाजारपेठेची माहिती मिळविणे त्या आधारे विक्री व स्पर्धेबाबत अनुमान करणे, विक्रीसाठी जाळे तयार करणे, विपणनासाठी प्रगत तंत्राचा वापर करणे इ. गोष्टींबाबत वेळेचे अचूक नियोजन करणे व निर्णय घेणे आवश्यक असते. हे प्रश्न सोडविण्यासाठी महिला उद्योजक कमी पडतात. त्या दृष्टीने विपणनाचा प्रश्न गंभीर बनतो.

८) **चिकाटी व सिद्धी प्रेरणेचा अभाव :** भारतात महिला मंडळे चिकाटी व सिद्धी प्रेरणेची पातळी कमी आढळते. उद्योग क्षेत्रात यशस्वी होण्यासाठी या दोन्ही गुणांची अधिक आवश्यकता असते. विभिन्न अडथळे व नकारात्मक बाबींना दूर करण्याची मानसिकता म्हणजे चिकाटी होय. तरी कोणत्याडी परिस्थितीमध्ये कितीही अडचणी आल्या तरी ठरलेली उद्दिष्टे गाठण्याची इच्छा म्हणजे सिद्धी प्रेरणश डोय. महिला उद्योजकांच्या अंगी ह्या गुणांचा अभाव दिसतो, त्यामुळे महिला उद्योजकांमार्फत विकासात अनेक समस्या निर्माण होतात.

९) **समाजाचा विरोध :** चूल व मूल याच्या पलीकडे महिलांनी जाऊ नये अशा विचारसरणीच्या लोकांकडून माहिला उद्योजकांना विरोध केला जातो. महिलांनी नोकरी अथवा व्यवसाय करणे हे त्यांना आवडत नाही. तसेच भारतीय समाज हा पुरुषप्रधान आहे. महिलांना आर्थिक स्वातंत्र्य देण्यास ते तयार नसतात.त्यामुळे महिला उद्योजकांच्या विकासामध्ये हा प्रमुख अडथळा निर्माण होतो.

७.१०.३ महिला उद्योजकांच्या विकासासाठी उपाययोजना -

महिला उद्योजकांचा विकास मंद गतीने होत असून त्याच्या विकासासाठी योग्य अशी उपाययोजना करणे आवश्यक आहे. त्या दृष्टीने महिला उद्योजकांचा अधिक विकास होण्यासाठी खालील घटक विचारात घेतले जातात.

१) **पुरुषांचे सहकार्य व प्रोत्साहन :** महिलांवर अनेक सामाजिक व सांस्कृतिक बंधने लादण्यात आली आहेत. या बंधनांतून मुक्तता मिळविण्यासाठी पुरुषांचे सकारात्मक सहकार्य मिळाले पाहिजे. तसेच महिलांनी उद्योजक व्हावे अशा पद्धतीने प्रोत्साहन देखील मिळाले पाहिजे. तसेच महिलांनी उद्योजक व्हावे अशा पद्धतीने प्रोत्साहन देखील मिळाले पाहिजे. पुरुषांचे सहकार्य व प्रोत्साहन जेथे मिळेल तेथे महिला उद्योजकांचा विकास अधिक झाल्याचे दिसून येते. महिलांनी सुद्धा पुरुषाबाबत संघर्षाची भूमिका घेण्याऐवजी सहकार्याची भूमिका घेतली पाहिजे.

२) **सामाजिक प्रबोधन :** पुरुषप्रधान व्यवस्थेमध्ये महिलांनी उद्योग व्यवसायामध्ये उद्योजक म्हणून पुढे येण्यासाठी समाजाची मानसिकता बदलणे आवश्यक आहे. त्यासाठी समाजाचे प्रबोधन करण्याची गरज आहे. पुरुष व महिला याना विकासाची समान संधी देण्याबाबत सामाजिक प्रबोधन झाले पाहिजे. एक महिला उद्योजक विकास होऊ शकतो.

३) **जबाबदारीची फेरवाटणी :** भारतात पुरुष व महिला यांच्यात कौटुंबिक, आर्थिक, सामाजिक, जबाबदारीचे आपसात वाटप झालेले दिसून येते. तसेच महिलांवर कौटुंबिक, सामाजिक, सांस्कृतिक स्वरुपाच्या जबाबदाऱ्या अधिक प्रमाणात दिल्या जातात. त्यामुळे महिलांचा बराचसा वेळ बरेच श्रम त्या जबाबदाऱ्या पार पाडण्यासाठी खर्च होतात. अजून एकूण पुरुष व महिलांमध्ये विभिन्न प्रकारच्या जबाबदाऱ्यांचे समान वाटप झाले पाहिजे याबाबत पुरुष व महिला यांना प्रबोधन करण्याची गरज आहे.

४) **समाजातर्फे प्रोत्साहन :** महिलांना व्यवसाय क्षेत्रात आणण्यासाठी व उद्योजक बनवण्यासाठी समाजाचे सक्रिय सहकार्य व प्रोत्साहन मिळाले पाहिजे. अनेकदा समाजाकडून महिलांना प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष विरोध होतो. तसेच महिला वर्गाकडे पाहाण्याची समाजाची दृष्टी व मानसिकता बदलली पाहिजे तरच महिला उद्योजकांचा विकास होऊ शकतो.

५) **मालमत्तेबाबत समान हक्काच्या नोंदी :** भारतात महिलांना कौटुंबिक मालमत्तेमध्ये समान वाटप असल्याचे ग्राह्य धरले जाते. परंतु प्रत्यक्षात महिलांचे नाव शासकीय दप्तरात

मालमत्तेच्या मालकी हक्काबाबत नोंदवता येत नाही. त्यामुळे अर्थसंस्था, बँका इ. मार्फत अर्थ पुरवठा मिळण्याबाबत अडचणी निर्माण होतात. म्हणून महिलांच्या नावाची नोंद कौटुंबिक मालमत्तेत झाली पाहिजे. त्या नोंदी स्वेच्छेने पुरुषंनी केल्या पाहिजेत तसेच सरकारने सुद्धा याबाबत मोहीम राबवली पाहिजे तरच महिला उद्योजकाचा विकास होऊ शकतो.

६) **व्यवस्थापकीय कौशल्यांचे प्रशिक्षण :** महिला या जोखीम स्विकारायला व प्रसंगी निर्णय घ्यायला तयार असतात तेव्हा महिलांना व्यवस्थापनाच्या विभिन्न कौशल्याचे प्रशिक्षण देणे आवश्यक ठरते. यासाठी प्रशिक्षणाच्या विशेष सुविधा महिलांसाठी उपलब्ध करून दिल्या पाहिजेत. विशेषतः उद्योजकतेचे प्रशिक्षण देणाऱ्या संस्थांनी पुढाकार घेऊन प्रशिक्षण दिले पाहिजे.

७) **महिलांसाठी एक खिडकी योजना :** महिला उद्योजकांना व्यवसायासाठी लागणारे भांडवल तंत्रज्ञान बाजारपेठ इ. घटकांसंबंधाची माहिती एकाच ठिकाणी उपलब्ध झाली पाहिजे. कारण महिलांना काही नैसर्गिक मर्यादा असल्यामुळे त्यांना पुरुषाप्रमाणे अनेक ठिकाणी येणे जाणष शक्य नसते. त्यासाठी सरकारने महिला उद्योजकांसाठी एक खिडकी योजना सुरू करावी तरच महिला उद्योजकांचा विकास होऊ शकतो.

८) **महिला विकासाचे कार्यक्रम :** भारतीय समाजामध्ये महिलांची संख्या पुरुषाइतकीच झाली आहे. तेव्हा या महिलांना विकासाचे कार्यक्रम राबवता यावे म्हणून राज्य सरकार व स्वयंसेवी संस्थांनी योग्य ते प्रमाण करावे तर त्यातून महिला उद्योजक तयार होतील व त्यामुळे महिला उद्योजकांचा विकास अधिक वेगाने होण्यास मदत होईल.

७.११ सारांश

उद्योजकता ही सर्जनशील प्रक्रिया आहे. संपत्ती निर्मिती नवनिर्मिती, समतोल निर्णय, जोखिम स्विकारणे, रोजगार निर्मिती, पुरक व्यवसायांना चालना, भाडवल निर्मिती, राहणीमानात सुधारणा, संतुलीत प्रादेशिक विकास इ. कारणांसाठी उद्योजकता महत्त्वाची ठरते. उद्योजकतेला प्रेरणा देणाऱ्या घटकांमध्ये अनेक आर्थिक, सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक, मानसशास्त्रिय व तंत्रज्ञान विषयक घटकांचा समावेश होतो.

नविन कल्पना शोधून ती अंमलात आणतो तो उद्योजक, व्यवसायानुसार, तंत्रानुसार, प्रोत्साहनानुसार, क्षेत्रानुसार, लिंगभेदानुसार उद्द्योजकांचे विविध प्रकार पडतात. उद्योजकांना प्रशिक्षण देण्यासाठी वेगवेगळ्या स्तरावर विविध संस्था कार्यरत असतात.

व्यवसायाच्या वेगवेगळ्या क्षेत्रामध्ये महीलांची संख्या सातत्याने वाढत आहे. अनेक महिला स्वतः पुढाकार घेवून उद्द्योग सुरु करताना दिसतात. पण कौटुंबिक जबाबदाऱ्या, नैसर्गिक मर्यादा, पुरुष प्रधान व्यवस्था, भांडवल, अनावश्यक बंधने, चिकाटीचा अभाव, समाजाचा विरोध इ. आव्हानांना महिला उद्द्योजकांना सामोरे जावे लागते. सामाजिक प्रबोधन, जबाबदारीची फेरवाटणी, मालमत्तेतील समान हक्क, व्यवस्थापकीय कौशल्याचे प्रशिक्षण, एक खिडकी योजना इ. द्वारे महीला उद्द्योजकांना प्रोत्साहन दिले जाते.

munotes.in

७.१२ प्रश्न

१. उद्योजकता म्हणजे काय ? उद्योजकतेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

२. उद्योजकतेच्या वाढीसाठी प्रोत्साहन देणारे घटक कोणते ते स्पष्ट करा.

३. उद्योजक म्हणजे काय ? उद्योजकाचे विविध प्रकार थोडक्यात स्पष्ट करा.

४. महिला उद्योजक म्हणजे काय ? त्याच्या समस्या कोणत्या ?

५. महिला उद्योजकाची व्याख्या देऊन महिला उद्योजकांचा विकास होण्यासाठी कोणते घटक विचारात घेतले जातात ते सांगा.

♦♦♦♦♦

munotes.in