द्वितीय वर्ष वाणिज्य

सत्र - IV (CBCS)

वाणिज्य - IV

विषय कोड : UBCOMFSIV.3

© UNIVERSITY OF MUMBAI

प्राध्यापक सुहास पेडणेकर
कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

प्राध्यापक रविंद्र द. कुलकर्णी
प्र-कुलगुरु,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

प्राध्यापक प्रकाश महानवार
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

प्रकल्प समन्वयक : **प्रा. राजश्री पंडित**
सहाय्यक प्राध्यापक आणि सहाय्यक संचालक,
प्रभारी वाणिज्य विभाग प्रमुख,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

अभ्यास समन्वयक आणि संपादक : **प्रा. संभाजी शिवाजी शिंदे**
सहाय्यक प्राध्यापक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

लेखक : **डॉ. व्ही. एन. यादव**
प्राचार्य,
एस. एन. महाविद्यालय,
भाईदर (पूर्व), जि. ठाणे - ४०११०५

: **डॉ. खंडेराव महादू कोतवाल**
वाणिज्य विभाग प्रमुख,
कणकवली महाविद्यालय, कणकवली,
जि. सिंधुदुर्ग - ४१६६०२.

: **प्रा. पी. एम्. वाडेकर**
शेठ जे. जी. पालीवाला महाविद्यालय,
पाली, ता. सुधागड, जि. रायगड - ४१०२०५.

: **प्रा. अमित अशोक गोखले**
पी.जोग विज्ञान आणि वाणिज्य महाविद्यालय,
मयूर कॉलनी, कोथरूड़, पुणे-३८

मार्च २०२२, मुद्रण - १

प्रकाशक : संचालक, दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ,
विद्यानगरी, मुंबई -४०० ०९८.

अक्षर जुळणी व मुद्रण : मुंबई विद्यापीठ मुद्रणालय,
विद्यानगरी, सांताक्रुझ (पूर्व), मुंबई - ४०००९८

अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
	घटक - I	
१.	उत्पादन आणि सामग्री व्यवस्थापन	०१
	घटक - II	
२.	गुणवत्ता व्यवस्थापन	२५
	घटक - III	
३.	भारतीय वित्तीय पद्धती	४२
	घटक - IV	
४.	वित्त क्षेत्रातील अलीकडील कल	६४

❖❖❖❖

Revised Syllabus of Courses of B.Com. Programme at Semester IV with Effect from the Academic Year 2021 - 22

Elective Courses (EC)- 1B Discipline Related Elective (DRE) Courses

3. Commerce – IV (Management: Production & Finance)

<u>Course Objectives</u>: -

1. To acquaint the learners with the basic concepts of Production Management, Inventory Management &Quality Management.
2. To provide basic knowledge about Indian Financial Systems.
3. To update the learners with the recent trends in Finance.

Sr. No.	Modules	No. of Lectures
1	Production & Inventory Management	11
2	Quality Management	10
3	Indian Financial System	12
4	Recent Trends In Finance	12
	Total	**45**

Sr. No.	Modules
1	**Production & Inventory Management**
	• **Production Management**: Objectives, Scope Production Planning &Control : Steps, Importance • **Production Systems**: Concept, Types - Continuous and Intermittent. Productivity: Concept, Factors Influencing Productivity, Measures for improving Productivity. • **Inventory Management**- Objectives, Inventory Control- Techniques. Scientific Inventory Control System - Importance
2	**Quality Management**
	• Introduction to Quality: Dimensions of Quality, Cost of Quality: Types – Internal Failure Cost, External Failure Cost, Appraisal Cost, Prevention Cost, Quality Circle: Features. • Quality Management Tools: TQM – Importance, Six Sigma – Process, ISO 9000 – Certification Procedure, Kaizen – Process • Service Quality Management: Importance, SERVQUAL Model,Measures to improve service quality.
3	**Indian Financial System**
	• Indian Financial Market: Structure, Primary Market – IPO Procedure Dematerialisation: Process, Role of Depositories : NSDL and CDSL • SEBI: Functions of SEBI, Investors protection measures of SEBI. Stock Exchange – Functions, Speculators. • Credit Rating: Advantages, Credit Rating Agencies in India - CRISIL, CARE, and ICRA.
4	**Recent Trends In Finance**
	• Mutual Funds- Advantages and Limitations, Types, Factors responsible for growth of mutual funds – Systematic Investment Plan. • Commodity Market: Categories, Derivatives Market: Types, Participants, Types of Derivative Instruments. • Start-up Ventures –Concept, Sources of Funding, Micro Finance – Importance, Role of Self Help Groups.

SEMESTER – IV REFERENCE BOOKS:

REFERENCES
1. Production and Operations Management –ProfL.C.Jhamb, Event Publishing House. 2. Production Planning & Control- ProfL.C.Jhamb, Event Publishing House 3. Production & Operation Management (Text & Cases)- K.Ashwathappa&G.Sudeshana Reddy, Himalaya Publication. 4. Launching New Ventues : An EnterpreneurialApproach-KathleenR.Allen, Cengage Learning 5. Essentials of Inventory Management-MaxMuller,Amacon Publishes 6. Indian Financial System—BharathiPathiak, Pearson Publication 7. Financial Institutions and Markets : Structure Growth& Innovations – L.M.Bhole , Jitendra Mahakad, Tata McGraw Hill. 8.The IndianFinancial System and Financial Market Operator-VasantDesai, Himalaya Publishing 9. Indian Financial System – M.Y.Khan, Tata McGraw –Hill 10.Production and Operations Management –Anandkumar Sharma, Anmol Publication 11. Mutual Funds in India: Emerging Issues-NaliniPravaTripathy, Excel Books New Delhi. 12. Start up Stand up: A step by stepguide to Growing your Business,NandiniVaidyanathan, Jaico Publishing House,Mumbai 13. A Trades Guide to Indian Commodities Market-Vijay L. Bhambwani, Network 18 Publication Ltd.

PAPER PATTERN

COMMERCE PAPER I & II

SEMESTER - III & IV

W.E.F. 2017-2018

Q.1 Multiple Choice Questions

(A) Select the most appropriate answer from the option given below 10

(Any Ten out of Twelve)

(B) State whether the following statements are True or False 10

(Any Ten out of Twelve)

Q.2 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions - Module - I 15

a.

b.

c.

Q.3 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions - Module - II 15

a.

b.

c.

Q.4 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions - Module - III 15

a.

b.

c.

Q.5 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions - Module - IV 15

a.

b.

c.

Q.6 Write notes on **Any Four out of Six**

१

उत्पादन आणि सामग्री व्यवस्थापन

घटक रचना :

१.० उद्दिष्टे

१.१ प्रस्तावना

१.२ उत्पादन पद्धती

१.३ सामग्री व्यवस्थापन

१.४ सारांश

१.५ स्वाध्याय

१.० उद्दिष्टे

- उत्पादन नियोजन आणि नियंत्रण या संकल्पनेचा अभ्यास करणे.
- उत्पादन नियोजन आणि नियंत्रणाच्या पायऱ्या व प्रकारांबाबतचे ज्ञान संपादन करणे.
- उत्पादकतेचे महत्त्व आणि फायदे याबाबत विद्यार्थ्यांच्या मनामध्ये जाणिवा निर्माण करणे.
- उत्पादकतेवर परिणाम करणारे घटक विद्यार्थ्यांच्या निदर्शनास आणून देणे.
- उत्पादकता विकासातील अडचणींचा अभ्यास करुन त्यावर उपाययोजना करणे.

१.१ प्रस्तावना

उत्पादन ही प्रक्रिया कारखान्यांशी संबंधित आहे. ग्राहकांच्या गरजा भागविण्यासाठी कारखान्यामधून विविध प्रकारची उत्पादने केली जातात. उत्पादनामध्ये वस्तू आणि सेवांचा समावेश केला जातो. उत्पादन नियोजनामध्ये उत्पादनाची व्यवस्था किंवा पूर्वनियोजन केले जाते. यामध्ये वस्तू तयार करण्यापूर्वीपासून जसे की, कच्चा माल खरेदी करण्यापासून त्या मालाची विक्री होई पर्यंतच्या विविध प्रक्रियांची एकत्रित व्यवस्था करावी लागते. उत्पादनाचे काम चालू असताना कामाची देखरेख करण्यासाठी नियंत्रणाची व्यवस्था करावी लागते. उत्पादन नियोजनामध्ये उत्पादनविषयक भविष्यकालीन अंदाज घेणे, प्रक्रियांची रचना तयार करणे, नियंत्रण ठेवणे, कार्यवेळापत्रक तयार करणे, वस्तू विकास करणे इ. घटकांचा समावेश केला जातो व उत्पादनाविषयक महत्त्वाचे निर्णय घेतले जातात. ग्राहकांच्या मागणीनुसार त्यांना वस्तू व सेवांचा पुरवठा वेळेत उपलब्ध करुन दिला जातो.

१.१.१ व्याख्या :

१) **स्मिथ व स्टॅकमन :** "उत्पादन प्रक्रिया सुरळितपणे पार पाडण्यासाठी करण्यात येणाऱ्या सर्व प्रक्रिया किंवा प्रयत्नांना उत्पादन नियोजन म्हणतात."

२) **रे विल्ड :** "वस्तू व सेवांचे उत्पादन करण्यासाठी साधन सामग्री उपलब्ध करणे व तिची व्यवस्था करणे म्हणजे उत्पादन नियोजन होय."

३) **ॲलफोर्ड आणि बेट्टी :** "उत्पादनाचा अंदाज घेऊन त्याची गुणवत्ता, प्रमाण, वेळ व ठिकाण निश्चित करणे, उत्पादन प्रक्रिया कार्यक्षमतेने करणे व उत्पादनविषयक महत्त्वाचे निर्णय घेणे याला उत्पादन नियोजन असे म्हणतात."

४) **सॅम्युअल ॲलन :** "व्यवसाय संघटनेतील उत्पादनविषयक पूर्वानियोजित उद्दिष्टे पार पाडण्यासाठी कार्यक्षम मार्गाची निवड केली जाते. उत्पादनासाठी लागणारी सामग्री आणि मार्गदर्शन याबाबत सांगड घातली जाते."

५) **डॉ. प्रभाकर देशमुख :** "उत्पादन प्रक्रियेला प्रारंभ करण्यापासून उत्पादनाशी निगडीत असलेली प्रक्रिया पूर्वनियोजित ठरवून त्यानुसार अंमलबजावणी करण्यासाठी केलेल्या प्रयत्नांना उत्पादन नियंत्रण असे म्हणतात."

१.१.२ उत्पादन नियोजन / व्यवस्थापन उद्दिष्टे / व्याप्ती :

१) **साधनसामग्रीचा अंदाज घेणे :** उत्पादन सुरु करण्यापूर्वी साधनसामग्री किती प्रमाणात आवश्यक आहे तिचा अंदाज घ्यावा लागतो. त्यानुसार कच्चा माल, यंत्रसामग्री, मनुष्यबळ आणि भांडवल उभारणी करावी लागते. त्यामुळे सामग्री वेळेवर उपलब्ध करणे, संग्रहण करणे, देखभाल करणे शक्य होते. तसेच उत्पादनामध्ये सातत्य निर्माण करता येतो.

२) **सामग्रीच्या खर्चात बचत करणे :** सामग्री खरेदी करताना प्रमाण निश्चित करुन घाऊक खरेदी करुन वाजवी किंमतीत खरेदी केली जाते. प्रमाणबद्ध खरेदी करुन अनावश्यक खर्च कमी केला जातो. सामग्रीचा पुरेपूर वापर करुन अनावश्यक खर्चाला प्रतिबंध घालता येतो.

३) **सामग्रीचा पुरेपूर वापर करणे :** प्रमाणबद्ध सामग्री खरेदी करुन त्यानुसार साम्रीचा वापर करता येतो. सामग्री वापराबाबत कर्मचार्यांना सूचना देऊन त्यामध्ये काटकसर करता येते. सामग्रीचे नियंत्रण करुन अनावश्यक वापर कमी करता येतो.

४) **उत्पादनाचे कार्यवेळापत्रक तयार करता येते :** उत्पादनाच्या सुरुवातीपासून विविध प्रक्रियांना किती वेळ लागणार आहे. हे कार्यवेळापत्रकाद्वारे निश्चित करता येते. तसेच एकूण उत्पादन कालावधी निश्चित करुन उत्पादनाची व्याख्या आणि पूर्तता वेळेवर करणे सोईचे जाते.

५) उत्पादन प्रक्रियांमध्ये समन्वय निर्माण करता येतो : उत्पादन विभागाचा खरेदी विभाग, विक्री विभाग, संग्रहण विभाग, सामग्री तालिका किंवा नियंत्रण विभाग इ. शी संबंध येतो. या सर्व विभागामध्ये समन्वय निर्माण करुन उत्पादन कार्‍याची नीट व्यवस्था करता येते. या विभागातील सर्व कर्मचार्यांमध्ये समन्वय व सहकार्य निर्माण करुन उत्पादन निर्धारित वेळेत करता येते.

६) उत्पादनाचा दर्जा निर्धारण करता येतो : उत्पादन नियोजनामध्ये वस्तुची गुणवत्ता निश्चित करता येते त्यानुसार उत्पादन व्यवस्था करुन नियंत्रणाद्वारे गुणवत्ता संवर्धन करता येते. ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार गुणवत्ता टिकवून ठेवता येते. वस्तुची गुणवत्ता निर्धारित करुन विक्री वाढविता येते.

७) उत्पादनाची उद्दिष्टे साध्य करता येतात : उत्पादन नियोजनामध्ये उत्पादनाचे उद्दिष्ठ निश्चित करता येते. त्यानुसार त्याची पूर्तता केली जाते. बाजारपेठेचा अंदाज घेऊन मागणीनुसार वस्तुंचा पुरवठा करता येतो.

८) मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामध्ये आर्थिक बचतींचा लाभ घेता येतो : उत्पादन नियोजन आणि नियंत्रणामुळे घाऊक प्रमाणात उत्पादन करता येते त्यामुळे सरासरी खर्चात बचत करता येते. उदा. घाऊक प्रमाणात खरेदी केल्यामुळे किंमत सुट, वाहतूक खर्चात बचत करता येते.

९) आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर करता येतो : उत्पादन करताना त्यामध्ये आवश्यक ते बदल, नाविण्य या बाबी शक्य होतात. मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्यासाठी नवीन तंत्रज्ञान उपयोगाचे ठरते. उत्पादनाच्या नवीन पद्धतींचा अवलंब करता येतो.

१.१.३ उत्पादन नियोजन / व्यवस्थापन प्रक्रियेच्या अवस्था किंवा पायऱ्या :

१) मार्गनिर्धारण : उत्पादन नियोजन व नियंत्रण प्रक्रियेतील ही पहिली पायरी आहे. उत्पादन प्रारंभाची ही पहिली अवस्था आहे. या अवस्थेमध्ये कच्च्या मालावर किती, कोणत्या व केव्हा प्रक्रिया करावयाच्या हे निश्चित केले जाते. कच्चा मालाचे पक्कया मालात रूपांतर करताना कोणत्या मार्गाची निवड करावयाची हे मार्ग निर्धारणाने निश्चित करता येते. अशावेळी उत्पादनाचे प्रमाण, सामग्रीचे प्रमाण, उत्पादनाचा आराखडा, खर्चाचे अंदाजपत्रक इ. घटकांचा विचार करावा लागतो. उत्पादन सुरु करण्यापूर्वीची तयारी या घटकामध्ये करावी लागते. मार्गनिधारणामुळे उत्पादनाची व्यवस्था कशी केली जाणार आहे याची रूपरेषा तयार करता येते. आराखड्यानुसार उत्पादन करणे सोईचे जाते.

२) कार्यवेळापत्रक : उत्पादनाच्या कालावधी किंवा वेळापत्रक म्हणजेच कार्यवेळापत्रक होय. यामध्ये उत्पादनाच्या विविध प्रक्रियांचा कालावधी व एकूण उत्पादनासाठी किती कालावधी लागणार आहे हे निश्चित करता येते. त्यामुळे उत्पादनाचा प्रारंभ व त्याची पूर्तता केव्हा होईल याचा अंदाज येतो. प्रत्येक प्रक्रिया दिलेल्या वेळेनुसार पूर्ण करता येते. उत्पादन कार्‍याचा वेळेनुसार आराखडा तयार करुन त्यानुसार उत्पादनाची व्यवस्था करता येते.

३) **कार्यप्रारंभ किंवा आदेश :** उत्पादन कार्‍याला सुरुवात करणे म्हणजेच आदेश देणे होय. कामाचे स्वरूप निश्चित केल्यावर वरिष्ठ पर्यवेक्षकांना कामाचे आदेश देतात. पर्यवेक्षक मार्गनिर्धारण आणि कार्यवेळापत्रानुसार कर्मचार्यांना कामाचे आदेश निर्गमित करतात. उत्पादनासाठी लागणारी सर्व सामग्री उपलब्ध करुन दिल्यानंतर कामाचे स्वरूप कसे आहे व त्याची पूर्तता कशी करावयाची याबाबत वरिष्ठ सहाय्यक व कर्मचार्यांना सूचना देतात. त्यानुसार उत्पादन कार्‍याची सुरुवात केली जाते.

४) **अनुसरण किंवा पाठपुरावा :** उत्पादन प्रक्रिया सुरु केल्यानंतर प्रत्येक प्रक्रिया किंवा टप्प्याची पाहणी केली जाते. त्यामुळे उत्पादन प्रक्रियांवर ठेवले जाते. पाठपुराव्यामुळे उत्पादन कार्‍याची प्रगती पाहिली जाते. कामामध्ये येणार्‍या अडचणी शोधून त्यावर उपाययोजना करता येते. त्यामुळे उत्पादनाचा दर्जा विकसित करता येतो. ग्राहकांच्या आवडीनिवडीचा विचार करुन उत्पादन करता येते. नियोजनानुसार उत्पादन केले जाते किंवा नाही हे पाहता येते. त्यामुळे उत्पादन कार्‍याची पूर्तता वेळेवर करता येते. कामाला गती प्राप्त होते. उत्पादन कार्य पूर्तता वेळेवर झाल्यामुळे ग्राहकांना वस्तू आणि सेवांचा पुरवठा वेळेवर करता येतो. उत्पादन प्रक्रिया व्यवस्थितपणे पूर्ण करुन त्याचे व्यावसायिकांना लाभ घेता येतात. उत्पादनकार्‍याची अंमलबजावणी परीक्षण अनुसरणाद्वारे करता येते. नियोजन आणि नियंत्रण यामध्ये समन्वय निर्माण करुन उत्पादन व्यवस्था सुरिळतपणे पार पाडली जाते.

१.१.४ उत्पादन नियोजन आणि नियंत्रणाचे महत्व

१) **प्रचंड प्रमाणात उत्पादन करता येते :** उत्पादित वस्तू आणि सेवांना विविध बाजारपेठांतून मोठ्या प्रमाणात मागणी येऊ लागली आहे. त्यासाठी मोठ्या व्यावसायिक संस्थांची स्थापना करुन ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता केली जाते. मोठ्या व्यवसयांची स्थापना ही सध्या काळाची गरज वाटत आहे.

२) **स्पर्धेमध्ये टिकाव धरता येतो :** जागतिकीकरणामुळे बहुराष्ट्रीय कंपन्यांचे आगमन झाले आहे. त्यांच्याबरोबर स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी मोठ्या संस्थांची स्थापना करणे व मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे ही काळाची गरज निर्माण झाली आहे.

३) **अधिक प्रमाणात नफा मिळवता येतो :** मोठ्या प्रमाणात उत्पादन केल्यामुळे उत्पादनाचा सरासरी खर्च कमी येतो. विक्री उलाढाल वाढल्यामुळे नपा्याचे प्रमाण वाढविता येते. त्यामुळे व्यावसायिकांना प्रचंड प्रमाणात नफा मिळवणे शक्य झाले आहे.

४) **साधनसामग्रीचा पुरेपुर वापर करता येतो :** मोठ्या प्रक्रिया उत्पादन करताना सामग्रीची खरेदी आणि उत्पादन प्रक्रिया सातत्याने चालू असते त्यामुळे सामग्रीचा अपव्यय होत नाही परंतु सामग्रीचा पुरेपुर वापर करता येतो.

५) **उत्पादकांच्या नावलौकिकात वाढ होते :** मोठ्या उत्पादकांना बाजारपेठेतील स्पर्धक, मध्यस्थ आणि ग्राहक तसेच जनमाणसात चांगली प्रतिमा असते त्यामुळे उत्पादकता वाढ ही त्यांच्या नावलौकिकात वाढ करत असते. त्यामुळे त्यांना नवीन उत्पादने सुरु करणे, उत्पादनामध्ये वाढ करणे, विक्री शक्य होते.

६) **कर्मचार्यांचे कल्याण करता येते :** उत्पादकता वाढीमुळे नफ्यामध्ये वाढ होते त्यातून कामगारांना आर्थिक व आर्थिकेत्तर योजनांचा लाभ दिला जातो. कामगारांना चांगले वेतन आणि सवलती उपलब्ध करुन दिल्यास त्यांची कार्यक्षमता वाढते त्यामुळे उत्पादकता वाढण्यास मदत होते.

७) **भागधारकांना अधिक दराने लाभांश देता येतो :** व्यवसायामध्ये जे लोक किंवा संस्था गुंतवणूक करतात त्यांना मिळणार्या उत्पन्नामध्ये वाढ होते. नफ्यामध्ये वाढ झाल्यास भागधारकांना अधिक दराने लाभांश देता येतो. बोनस भाग देता येतात ते व्यवसाय वृद्धीसाठी प्रयत्न करतात.

८) **ग्राहकांच्या समाधानामध्ये वाढ होते :** व्यावसायिक उत्पादकता वाढीबरोबर गुणवत्ता विकासाकडे लक्ष देतात. त्यामुळे ग्राहकिांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू वाजवी किंमतीत उपलब्ध करुन दिल्या जातात त्यामुळे ग्राहक समाधानी होतात.

९) **व्यवस्थापन आणि कामगार यातील संबंधामध्ये सुधारणा होते :** व्यावसायिक नफ्याचा काही भाग विकास योजनांसाठी खर्च करतात. त्यामुळे कामाच्या ठिकाणी चांगल्या वातावरणांची निर्मिती केली जाते. कामगार व व्यवस्थापक यांच्यामध्ये सलोख्याचे संबंध निर्माण झाल्यास कर्मचार्यांनी कार्यक्षमता वाढते त्यामुळे व्यवसायाच्या कार्यक्षमतेत वाढ होऊन उत्पादकता वाढीस लागते.

१.२ उत्पादन पद्धती

१.२.१ उत्पादन पद्धतींचे प्रकार:

औद्योगिक कारखान्यांमध्ये वस्तू आणि सेवांची निर्मिती करताना भिन्न उत्पादन पद्धतींचा अवलंब केला जातो. उत्पादनासाठी सामग्रीचा वापर करुन जे तंत्रज्ञान वापरले जाते. त्याला उत्पादन पद्धती असे म्हणतात. उत्पादन पद्धतीमध्ये कच्च्या मालाची उपलब्धता करणे, यंत्रसामग्रीचे संकलन, कर्मचारी उपलब्धता करुन पक्का माल किंवा वस्तू तयार केली जाते. त्याशिवाय उत्पादन नियोजन, नियंत्रण, संग्रहण, समन्वय, तपासणी, चाचणी इ. घटकांचा समावेश केला जातो.

खंडित उत्पादन पद्धतीचे प्रकार :

१) प्रकल्प उत्पादन पद्धती:

एखाद्या प्रकल्पाचे नियोजन करुन त्याची पूर्तता केली जाते. असे प्रकल्प सोईनुसार पूर्ण केले जातात. कामामध्ये व्यत्यय आल्यास काम थांबविले जाते. त्यामुळे प्रकल्प उत्पादन पद्धतीमध्ये उत्पादन सातत्य आढळत नाही. उदा. बांधकाम, रस्ते तयार करणे, वाहनांची निर्मिती, धरणे कालवे इ.

वैशिष्ट्ये :

१. प्रकल्पाचे नियोजन करुन त्यानुसार कामाची अंमलबजावणी करता येते.

२. प्रकल्पाचे कार्यवेळापत्रक तयार करुन त्यानुसार प्रकल्प कार्याची पूर्तता वेळेवर करता येते.

३. प्रकल्पाच्या कार्यप्रकारानुसार सामग्रीचा वापर करावा लागतो. उदा. वाहन निर्मिती आणि बांधकाम प्रकल्पासाठी भिन्न स्वरूपाची सामग्री वापरावी लागते.

४. प्रकल्पाचे ठिकाण निश्चित केल्यावर प्रकल्पाची रचना त्याच ठिकाणी स्थिर स्वरूपात करता येते.

५. प्रकल्पाचे कामकाज वेळापत्रकानुसार करता येते परंतु काही प्रकल्पासाठी विलंब होण्याची शक्यता असते.

६. प्रकल्पाची व्याप्ती मोठी असल्यामुळे त्यावर नियंत्रण ठेवण्याची आवश्यकता असते.

७. नवीन प्रकल्प राबविताना, नवीन, तंत्रज्ञानाचा अवलंब करताना त्याबाबत अधिकारी व कर्मचार्यांना प्रशिक्षण द्यावे लागते.

२) वस्तुनुरूप उत्पदान पद्धती :

ग्राहकांकडून विविध वस्तुंची जशी मागणी येते त्यानुसार उत्पादन करता येते. प्रत्येक ग्राहकांकडून भिन्न स्वरूपाची मागणी येते. उदा. फर्निचर तयार करणे, घरगुती उपकरणे व वाहनांची दुरुस्ती, छपाई, कपडे तयार करुन देणे, सुटे भाग इ.

वैशिष्ट्ये :

१. अशा प्रकारच्या वस्तू किंवा उत्पादनांचा लहान प्रमाणात मागणी असते. त्यानुसार उत्पादन करावे लागते.

२. गरजेनुसार सामग्री उपलब्ध करुन तिचा वापर करता येतो.

३. ग्राहकांची मागणी भिन्न असल्यास त्यांच्या मागणीनुसार उत्पादन करावे लागते.

४. विशिष्ट उत्पादन करण्यासाठी त्या वस्तू उत्पादनाचे कौशल्य असणाऱ्या कामगारांची / कारागिरांची आवश्यकता असते.

५. लहान प्रमाणावरील उत्पादन किंवा सेवा प्रदान करण्यासाठी यंत्रापेक्षा कारागिरांना स्थान दिले जाते.

६. असंख्य ग्राहकांनी एकाच प्रकारच्या वस्तुची मागणी केल्यास उत्पादन प्रक्रिया घाऊक प्रमाणात करावी लागते.

७. भिन्न प्रक्रियांसाठी भिन्न वेळापत्रकाचा अवलंब करावा लागतो. असे वेळापत्रक अनियमित असते.

८. भिन्न वस्तुंसाठी भिन्न उत्पादन प्रक्रियांची व्यवस्था करावी लागते. दोन प्रक्रियांमध्ये समन्वय निर्माण करुन त्याचा व्यवसायाला लाभ घेता येतो.

३) गट / बॅच उत्पादन पद्धती :

एकाच प्रकारच्या उत्पादनाला ग्राहकांकडून सातत्याने मागणी येत असल्यास त्याचे उत्पादन गटाने करुन पूर्तता केली जाते. ग्राहकांना वस्तू विक्री करेपर्यंत त्याची साठवणूक गोदामात केली जाते. प्रत्येक गटातील किंवा बॅचमधील उत्पादित नगसंख्या कमी अधिक असते. बॅचमधील उत्पादित नगांची संख्या निश्चित करुन उत्पादन खर्चात बचत करता येते. उदा. औषधे, स्टेशनरी, पुस्तके, बूट, चप्पल, छत्र्या.

वैशिष्ट्ये :

१. ग्राहकांच्या मागणीनुसार वस्तू तयार करता येतात.

२. अधिक संख्येच्या उत्पादनाचे संग्रहण करता येते.

३. विविध प्रकारच्या वस्तुंचे उत्पादन करता येते.

४. ग्राहकांचे आदेश वेळेवर पूर्ण करण्यासाठी उत्पादनाला गती देता येते.

५. प्रत्येक बॅचमधील उत्पादित नगसंख्या स्पष्ट होत असल्यामुळे सामग्रीचे नियोजन आणि व्यवस्था करणे शक्य होते.

६. वस्तू उत्पादन प्रकारानुसार कामगारांना प्रशिक्षण देता येते.

४) अखंडित उत्पादन पद्धती :

ग्राहकांकडून ज्या वस्तुंना सातत्याने मागणी येते त्या वस्तुंचे उत्पादन सातत्याने करावे लागते. मागणीपूर्व उत्पादन, मोठ्या प्रमाणात मागणीची पूर्तता करणे, अतिरिक्त उत्पादन संग्रहणामध्ये ठेवणे इ. साठी उत्पादनात सातत्य निर्माण करावे लागते. त्यामुळे उत्पादक ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता वेळेवर करु शकतात.

१) मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन :

ज्या वस्तुंना बाजारामध्ये सतत मागणी असते अशा वस्तू बाजारात सातत्याने उपलब्ध करुन ठेवाव्या लागतात. त्यासाठी अशा वस्तुंचे उत्पादन मोठ्या प्रमाणात करावे लागते. उदा. चॉकलेट, बिस्किटे, साबण, टुथपेस्ट, कपडे, खाद्य पदार्थ, थंडपेय इ.

वैशिष्ट्ये :

१. मोठ्या प्रमाणात व सातत्याने उत्पादन व्यवस्था करता येते.

२. उत्पादनामध्ये सातत्य निर्माण करता येते.

३. उत्पादनासाठी सामग्रीमध्ये मोठ्या प्रमाणात सामग्रीची गुंतवणूक करावी लागते.

४. उत्पादनातील बदल विचारात घ्यावे लागतात. अन्यथा मोठा तोटा होण्याची शक्यता असते.

५. उत्पादनाचे वेळापत्रक तयार करुन त्यानुसार उत्पादन करता येते. व्यावसायिकांना गरजेनुसार वेळापत्रकामध्ये बदल करता येतो.

६. आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करता येतो. उदा. संगणक, स्वयंचलीकरण इ.

७. उत्पादन उलाढाल व त्यातील सातत्य अधिक असल्यामुळे भांडवल गुंतवणूक कालावधी मऱ्यादित असतो.

८. मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाच्या आर्थिक बचतींचा लाभ घेता येतो.

२) प्रक्रिया उत्पादन पद्धती :

ज्या उत्पादनावर विविध प्रक्रिया कराव्या लागतात त्यासाठी प्रक्रिया उत्पादन पद्धतीचा अवलंब केला जातो. प्रक्रियांना क्रम लावून त्यानुसार उत्पादन केले जाते जसे की सुरुवातीच्या प्रक्रियेमध्ये कच्चा माल वापरला जातो तर अंतिम प्रक्रियेमध्ये पक्क्या मालाची निर्मिती केली जाते. अशाप्रकारे उत्पादन करताना प्रत्येक प्रक्रियेच्या ठिकाणी उत्पादनाची स्वतंत्र व्यवस्था केली जाते. उदा. साखर, कापड, पेपर, तेल शुद्धीकरण इ. वैशिष्ट्ये.

१. एका वेळी एकच उत्पादन करता येते. कारण प्रत्येक उत्पादनाच्या प्रक्रिया स्वतंत्र असतात. एका उत्पादन प्रक्रियेवर भिन्न स्वरूपाच्या वस्तुचे उत्पादन करता येत नाही.

२. मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करता येते. उत्पादनाचे प्रमाण विचारात घेऊन प्रक्रियांची व्याप्ती निश्चित करता येते.

३. उत्पादन जलद गतीने करता येते. प्रक्रियेनुरुप उत्पादन पद्धतीमध्ये यांत्रिक उपकरणांचा, स्वयंचलित यंत्राचा वापर केला जातो त्यामुळे उत्पादन जलद गतीने करता येते.

४. सामग्रीचे अंदाज घेता येतो. त्यानुसार सामग्रीचे नियोजन करता येते.

५. उत्पादनामध्ये सातत्य निर्माण करता येते. विविध प्रक्रियांमध्ये समन्वय निर्माण केल्यामुळे उत्पादन सातत्य ठेवता येते.

५) लवचिक उत्पादन पद्धती :

ग्राहकांच्या आवडीनिवडी, फॅशन, बाजारातील परिस्थिती आणि स्पर्धकांची उत्पादने यामध्ये सतत बदल होत असतो म्हणून उत्पादनामध्ये विकसित बदल करावा लागतो अशावेळी लवचिक उत्पादन पद्धतीचा अवलंब करावा लागतो. उत्पादनाच्या विविध प्रक्रिया असल्यास प्रत्येक प्रक्रियेच्या ठिकाणी कोणता बदल अपेक्षित आहे त्यानुसार बदल करुन संपूर्ण उत्पादन व्यवस्था कार्यान्वित केली जाते. विविध प्रक्रिया संगणक आणि स्वयंचलित यंत्राद्वारे निश्चित केलेल्या असतात. संगणकाद्वारे प्रत्येक उत्पादन प्रक्रिया स्थळाला सूचना

दिल्या जातात. त्यानुसार प्रत्येक उत्पादन विभाग किंवा युनिटमध्ये आवश्यक तो बदल करुन संपूर्ण उत्पादन व्यवस्थेची पद्धतशीरपणे मांडणी केली जाते.

उत्पादनाची मूळ रचना तशीच ठेवली जाते. नवीन घटक मूळ घटकांशी मिळतेजुळते असावे लागतात. उत्पादन प्रमाण मध्यम स्वरूपाचे असावे लागते.

वैशिष्ट्ये :

१. लवचिक उत्पादन पद्धतीनुसार उत्पादनामध्ये बदल करताना उत्पादनाचा साचा किंवा आराखडा मूळ स्वरूपातील वापरतात.

२. मध्यम प्रमाणातील उत्पादनामध्ये बदल करता येतो. कारण मोठ्या प्रमाणात बदल करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवल गुंतवणूक करावी लागते. ती सर्व व्यावसायिकांना शक्य होत नाही.

३. अधिक प्रमाणात बदल करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवल गुंतवणूक अपेक्षित असते.

४. लवचिक उत्पादन पद्धतीमध्ये यांत्रिक उपकरणांचा वापर केला जातो. ही उपकरणे संगणकाच्या सहाय्याने नियंत्रित करता येतात.

५. गट उत्पादन करणे सोईचे जाते. गटातील उत्पादित नगांची संख्या १००० ते ५००० इतकी अपेक्षित असते.

महत्त्व आणि फायदे :

१. ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार उत्पादनामध्ये बदल करता येतो. त्यामुळे ग्राहक वस्तुला नकार देत नाहीत.

२. सर्व प्रक्रियांमध्ये बदल करुन समन्वय निर्माण करुन उत्पादनाची व्यवस्था करता येते.

३. थोडासा बदल अपेक्षित असल्यास वाजवी प्रमाणात खर्च करावा लागतो. असा बदल लहान व्यावसायिकांना सुद्धा करता येतो.

४. संगणक व स्वयंचलित यंत्रांचा वापर करुन विविध उत्पादन प्रक्रियांवर नियंत्रण ठेवता येते.

५. यंत्राचा वापर, विविध प्रक्रियांमध्ये समन्वय आणि प्रत्येक प्रक्रिया स्थळावर उत्पादन व्यवस्था इ. मुळे मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करणे शक्य होते.

६. उत्पादनामध्ये बदल करताना उत्पादनाची रचना व साचा मूळ वापरता येतो. अशावेळी उत्पादनामध्ये फारसा बदल करण्याची आवश्यकता नसते. कमी प्रमाणात बदल करताना वाजवी प्रमाणात खर्च अपेक्षित असतो.

तोटे / मऱ्यादा :

१. यांत्रिकीकरण, मोठ्या प्रमाणात भांडवल गुंतवणूक करणे इ. लहान व्यावसायिकांना शक्य होत नाही.

२. उत्पादनामध्ये अधिक प्रमाणात बदल करावयाचा असल्यास गुंतागुंत वाढते.

३. अधिक प्रमाणात बदल करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवल गुंतवणूक आणि खर्च अपेक्षित असतो.

४. नवीन तंत्राचा, नवीन उत्पादन पद्धतीचा, लवचिक उत्पादन पद्धतीचा अवलंब करताना कर्मचार्यांना प्रशिक्षण देणे आवश्यक असते त्यामुळे संघटनांच्या खर्चामध्ये वाढ होते.

५. नवीन बदल करताना नव्याने यंत्रसामग्रीची स्थापना, दुरुस्ती, देखभाल, नियंत्रन इ. खर्चामध्ये वाढ होते.

६. मोठ्या प्रमाणावरील बदल हे सर्व बाबतीत अशक्य असतात. सातत्याने बदल करणे ही बाब व्यावसायिक संघटनांच्या दृष्टिकोनातून खर्चिक बाब आहे.

१.२.२ उत्पादकता

व्यावसायिक संस्थांकडून जे उत्पादन केले जाते त्याला उत्पादकता असे म्हणतात. अशा संस्था उपलब्ध साधनसामग्रीचा वापर करुन अधिकतम उत्पादन करतात. आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर करुन उत्पादकता वाढविण्याचे प्रयत्न सुरु आहेत. उत्पादन कार्यामध्ये कच्चा माल, यंत्रसामग्री, मनुष्यबळ, वित्त इ. घटकांच्या सहाय्याने उत्पादित वस्तू किंवा पक्का माल तयार केला जातो. ग्राहक वृद्धी, ग्राहकांच्या गरजाती बदल, बाजारपेठांचा विस्तार इ. मुळे उत्पादकता वाढील विशेष महत्त्व आले आहे.

व्याख्या :

१) "उत्पादन करण्यासाठी लागणार्या सामग्रीच्या सहाय्याने उत्पादनामध्ये वृद्धी करण्याच्या प्रक्रियेला उत्पादकता असे म्हणतात."

२) पीटर ड्रूकर : "उपलब्ध घटकांच्या सहाय्याने त्यावर प्रक्रिया करुन जे जास्तीत जास्त उत्पादन केले जाते त्याला उत्पादकता असे म्हणतात."

३) "एकूण उत्पादनाचे उत्पादन घटकांशी असलेले प्रमाण म्हणजे उत्पादकता होय."

१.२.३ उत्पादकतेवर परिणाम करणारे घटक:

उत्पादकता वाढीसाठी जे घटक आहेत. त्यांचा व्यवस्थापकांना नीट अभ्यास करावा लागतो. त्याचा अवलंब करुन उत्पादकता वाढविण्यासाठी प्रयत्न करता येतात. खालील घटकांचा त्यांना सातत्याने विचार करावा लागतो.

१) **कारखान्यातील अंतर्गत पऱ्यावरण :** कामाच्या ठिकाणी चांगले पऱ्यावरण असावे लागते. भरपूर सूर्यप्रकाश, खेळती हवा, नैसर्गिक वातावरण, कामगार सुविधा, कर्मचार्यांना चांगली वागणूक देणे, प्राथमिक सुविधा उपलब्ध करणे, कर्मचार्यांना सुरक्षितता देणे इ. मुळे पोषक अंतर्गत पऱ्यावरणाची निर्मिती होते. त्यामुळे उत्पादकता वाढीला चालना मिळते. साधनसामग्रीच्या सर्व घटकांची उपलब्धता करता येते.

२) **संघटनात्मक घटक :** संघटनेचा प्रकार आणि स्वरूप यावर उत्पादन अवलंबून असते. संघटनेचा आराखडा, संघटनेची उद्दिष्टे, कामाचे व जबाबदारीचे विभाजन, कामाचे विशेषीकरण, कर्मचारी व विविध विभाग यातील परस्पर समन्वय आणि सहकार्य, अधिकारी व कर्मचारी यातील संबंध चांगले असल्यास उत्पादकता वाढ होते.

३) **व्यवस्थापकीय घटक :** संघटनेतील सर्व घटकांच्या विकासामध्ये व्यवस्थापकांची भूमिका महत्त्वाची असते. उत्पादित वस्तुंची गुणवत्ता विकसित करणे, अंतर्गत पऱ्यावरण चांगले राखणे, अधिकारी व कर्मचारी यामध्ये सलोका निर्माण करणे, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे, व्यवस्थापनाचा विकास करणे, व्यवसायाच्या उद्दिष्टांकडे लक्ष केंद्रित करणे, व्यवसाय विकासाबाबत दूरदृष्टिकोण ठेवणे इ. बाबत सकारात्मक दृष्टिकोन ठेऊन उत्पादकता विकसित करता येते.

४) **उत्पादन घटक :** उत्पादन वृद्धी व गुणवत्ता विकास इ. शी निगडीत घटकांचा यामध्ये समावेश केला जातो. नवीन उत्पादनाचा शोध घेणे, उत्पादनामध्ये विकसित बदल करणे, गुणवत्ता विकसित करणे, वस्तु विकास कार्यक्रम राबविणे, वस्तू चाचणी, वस्तू नियंत्रण, गुणवत्ता नियंत्रण, गुणवत्ता संवर्धन इ. घटक उत्पादकता वृद्धीसाठी पूरक ठरतात.

५) **तांत्रिक घटक :** यंत्रसामग्रीबाबतच्या घटकांचा यामध्ये समावेश होतो. उत्पादन आराखडा तयार करुन त्यानुसार यंत्रसंच रचना करावी लागते. उत्पादनाचे प्रमाण, यंत्रांची संख्या, कर्मचारी संख्या इ. चा मेळा घालावा लागतो. यंत्रसामग्रीची देखभाल, वेळेवर दुरुस्ती, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब इ. मुळे उत्पादन वाढीला चालना मिळते. आदर्श यंत्ररचनेमुळे उत्पादन वृद्धी शक्य होते. उपलब्ध जागेत अधिक उत्पादन करण्याची व्यवस्था योग्य यंत्ररचनेमध्ये असते.

६) **कर्मचारी घटक :** कर्मचार्यांची कार्यक्षमता ही उत्पादन वाढीला पोषक ठरते. कुशल कर्मचार्यांची निवड, कर्मचारी प्रशिक्षण, आवश्यक सुविधा उपलब्ध करुन देणे, बढती देणे, आर्थिक व आर्थिकेत्तर प्रेरकांचा लाभ देणे, कर्मचारी विकासाच्या योजना राबविणे, कर्मचारी प्रेरणा, मार्गदर्शन, समन्वय इ. मुळे व्यवसायांतर्गत वातावरण सुधारते. कर्मचार्यांची कार्यक्षमता वाढते.

७) **वित्तीय घटक :** मोठ्या व्यावसायिक संस्थांना मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवलाची गरज असते. स्थिर व खेळत्या भांडवलाची गरज विचारात घेऊन त्यानुसार निधी उपलब्ध करणे, निधीची योग्य गुंतवणूक करणे, निधीचा योग्य वापर करणे, निधीवर नियंत्रण ठेवणे, निधीचा अपव्यय टाळणे, निधींचे व्यवस्थापन

करणे, निधीचे स्रोत उपलब्ध करणे इ. मुळे उत्पादनासाठी जी सामग्री वापरली जाते ते सर्व घटक उपलब्ध करता येतात.

८) **शासकीय धोरणे व नियम :** व्यवसाय स्थापना, वृद्धी, दैनंदिन कामकाज याबाबत शासनाचे नियम व कायद्यातील चौकटीचा विचार करावा लागतो. शासकीय सवलती, सबसिडी, कर इ. बाबी नियमांना धरुन असतात. शासनाने कामगार कल्याणाबाबत केलेले कायदे व नियमांचे पालन करावे लागते. कायद्यानुसार जमाखर्च, हिशोब तपासणी इ. सर्व घटक उत्पादकता वाढीवर परिणाम करतात. या सर्व घटकांचा सकारात्मक विचार करुन उत्पादकता वाढविता येते. अन्यथा उत्पादकता कमी होणार हे निश्चित आहे.

१.२.४ उत्पादकता वाढीचे तंत्र किंवा उपाययोजना :

१) **कारखान्यातील अंतर्गत पऱ्यावरण विकसित करणे :** कारखान्यामध्ये पोषक पऱ्यावरणाची निर्मिती केल्यास उत्पादकता विकसित करता येते. कारखान्याचा परिसर स्वच्छ, मोकळी हवा, भरपूर सूर्यप्रकाश यामुळे काम करण्यासाठी पोषक वातावरण तयार होते. कर्मचार्यांना चांगल्या वातावरणात काम करण्यासाठी उत्साह वाढतो. कर्मचार्यांना आवश्यक असणाऱ्या सुविधा उपलब्ध करुन द्यावा लागतात.

२) **शास्त्रीय व्यवस्थापनाचा अवलंब करणे :** शास्त्रीय व्यवस्थापनामध्ये कामाचे विभाजन, नियोजन, मूल्यमापन, विश्लेषण इ. चा सूक्ष्मपणे अभ्यास केला जातो. चांगले व अधिक काम करणाऱ्या कर्मचाऱ्याला अधिक वेतन दिल्यास त्यांच्यामध्ये चांगले काम करण्याची सवय लागते. कर्मचार्यांना विश्रांती, त्यांचे आरोग्य, आहार या बाबींचा सुद्धा यामध्ये विचार केला जातो.

३) **आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे :** आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे ही काळाची गरज ठरली आहे. उत्पादनाची गुणवत्ता विकसित करणे आणि उत्पादनामध्ये वाढ करणे यासाठी आधुनिक तंत्रज्ञान आवश्यक आहे. उत्पादनाला गती देण्यासाठी सतत नवीन संशोधनाची कास धरली पाहिजे. नवीन यंत्रसामग्री, संगणक, उपकरणे, संशोधन, नाविण्यता इ. बाबी आधुनिक तंत्रज्ञानामध्ये समाविष्ट झाल्या आहेत. उत्पादनाच्या नवीन पद्धतींचा अवलंब करावा लागतो.

४) **कर्मचार्यांना प्रशिक्षण देणे :** कर्मचार्यांना कामावर भरती किंवा निवड केल्यास त्यांना कामाचा परिचय करुन द्यावा लागतो. तसेच कामामध्ये बदल, नाविण्यता, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे इ. साठी त्यांना प्रशिक्षण द्यावे लागे. प्रशिक्षणाने कर्मचार्यांना माहित नसलेल्या बाबी माहित होतात. त्यांना कामाची दिशा समजते. कामातील चुका कमी होतात अचूकता वाढते व उत्पादनाची गुणवत्ता सुधारते.

५) **कर्मचार्यांना प्रेरणा देणे :** कर्मचार्यांना आर्थिक आणि आर्थिकेत्तर प्रेरणा दिल्यास त्यांच्या कार्यक्षमतेमध्ये वाढ होते. जसे की, कामाचा योग्य मोबदला म्हणून वाजवी वेतन देणे, कामाच्या ठिकाणी आवश्यक त्या सुविधा उपलब्ध करुन देणे, प्रोत्साहन म्हणून लाभ देणे, प्रशिक्षण, बढती, औषधोपचार, नोकरीमध्ये सुरक्षितता, पेन्शन,

कामामध्ये कायम स्थान देणे, व्यवस्थापनामध्ये सहभागी करुन घेणे इ. मुळे कर्मचारी निष्ठेने काम करायला तयार होतात. त्यांची कार्यक्षमता वाढते तर व्यवसायाची उत्पादकता वाढीस लागते.

६) **साधनसामग्री उपलब्द करुन देणे :** कर्मचार्यांना कामासाठी जी सामग्री आवश्यक असते ती पुरेशा प्रमाणात आणि वेळेवर उपलब्ध करुन दिली पाहिजे. जसे की वीज प्रवाह खंडित झाल्यावर पऱ्यायी व्यवस्था केल्यास उत्पादनामध्ये खंड पडत नाही. जुनी यंत्रसामग्रीची नीट काळजी घेणे, त्यांची दुरुस्ती वेळेवर करणे इ.कडे व्यवस्थितपणे लक्ष द्यावे लागते. कच्चा माल, यंत्रसामग्री आणि कर्मचारी यांचे प्रमाण निश्चित करुन योग्य मेळ घालावा लागतो.

७) **गुणवत्ता विकसित करणे :** कारखान्यांमधून ज्या वस्तू किंवा सेवा निर्माण करताना त्यांची गुणवत्ता महत्त्वाची ठरते. गुणवत्तेच्या सर्व वस्तुंना मागणी येते त्यामुळे उत्पादनाला चालना मिळते. त्यातूनच मागणीपूर्व उत्पादन करणे शक्य होते. उत्पादकांना त्यासाठी वस्तू विकास कार्यक्रमाचा अवलंब करावा लागतो. वस्तुमध्ये नाविण्यपूर्ण बदल करुन गुणवत्ता विकसित करता येते. गुणवत्ता नियंत्रण करुन ग्राहकांना गुणवत्तेची खात्री देता येते.

८) **भारतीय उत्पादकता मंडळाच्या सूचनांचा अवलंब करणे :** या मंडळामार्फत व्यावसायिकांना उत्पादकता वृद्धीसाठी मार्गदर्शन केले जाते. विविध क्षेत्रातील उद्योगांची उत्पादकता वाढली तरच देशाच्या गुणवत्तेमध्ये वाढ होईल. देशामध्ये उत्पादकता वाढीसाठी पोषक पऱ्यावरणाची निर्मिती होईल. या हेतूने हे मंडळ कार्य करत आहे. या मंडळामार्फत देशातील उद्योजक, अधिकारी आणि कर्मचार्यांना उत्पादकतेबाबत प्रशिक्षण दिले जाते. तसेच व्यावसायिकांना उत्पादकतेबाबत मार्गदर्शन व सल्ला दिला जातो.

९) **एकूण गुणवत्ता व्यवस्थापनाचा अवलंब करणे :** यालाच शून्य दोषरहित किंवा १००% अचूक उत्पादन असे म्हणतात. ग्राहकांच्या आवडीनिवडीचा विचार करुन, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करुन ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू व सेवा उपलब्ध करुन दिल्यास ग्राहकांची तक्रार येत नाही. उत्पादक स्पर्धेमध्ये टिकून राहतात. त्यांना उत्पादित वस्तुंच्या विक्रीची खात्री पटते त्यामुळे उत्पादकतेला चालना मिळते. व्यवसायामध्ये कोणत्याही प्रकारचा अपव्यय होत नाही. आय.एस.ओ. ९००० ही उत्पादनाची गुणवत्ता निर्धारित करुन आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ प्राप्त करता येते. त्यासाठी व्यावसायिकांनी आपल्या उत्पादनासाठी एकूण गुणवत्तेचा आग्रह धरला पाहिजे.

१०) **गुणवत्ता वर्तनाची / मंडळाची स्थापना करणे :** कारखान्यामध्ये काम करणाऱ्या अधिकारी व कर्मचार्यांचा एक गट तयार करुन त्या गटाने आठवड्यातून, पंधरा दिवसातून एकदा एकत्र यावे. या कालावधीमध्ये त्यांना कामाच्या अनुषंगाने ज्या अडचणी आल्या आहेत त्यावर त्यांनी चर्चा करुन त्या सोडविण्यासाठी उपाययोजना करावयाची असते. पुढच्या सभेच्या वेळी कामाचा आढावा घेऊन उपाययोजनांची अंमलबजावणी कितपत केली आहे त्याबाबत पुन्हा चर्चा करुन पुढे जायचे असते

त्यामुळे कामातील अडचणी व चुका कमी होऊन कामाची गुणवत्ता विकसित होण्यास मदत होते. उत्पादकता विकसित होऊन उत्पादकता वाढण्यास मदत होते.

११) काईझन तंत्राचा अवलंब करणे : गुणवत्ता विकसित करण्यासाठी जपानमध्ये काईझन तंत्रज्ञानाचा अवलंब करण्यात आला आहे. त्यामध्ये दैनंदिन कामामध्ये, उत्पादन प्रक्रियेमध्ये दररोज किंवा सातत्याने सुधारणा करणे, उत्पादनासाठी लागणारी सामग्री व्यवस्थित आणि वेळेवर उपलब्ध करणे, कामाच्या ठिकाणी परिसर स्वच्छ ठेवणे, यंत्राची नीगा राखणे, दुरुस्ती करणे, कर्मचार्यांनी स्वत: स्वच्छ व निरोगी राहणे, शिस्तीचा अवलंब करणे इ. मुळे कारखान्यातील उत्पादनाचे नियोजन आणि त्याची अंमलबजावणी व्यवस्थितपणे करता येते. उत्पादनाची गुणवत्ता विकसित झाल्यामुळे व्यवसायांना त्यापासून अनेक फायदे घेता येतात. सर्वात अधिक महत्त्वाचा भाग म्हणजे उत्पादकता वाढीसाठी पोषक वातावरण तयार होते. अशा प्रकारची कार्य प्रणाली कर्मचार्यांमध्ये विकसित करता येते.

१.३ सामग्री व्यवस्थापन

१) “उत्पादनासाठी जे घटक वापरले जातात त्याचे संग्रहण करुन त्यांची नीट काळजी घेणे, नीगा ठेवणे, देखभाल करणे, जमाखर्च ठेवणे, शास्त्रीय पद्धतीने संग्रहण करणे इ. ना सामग्रीतालिका नियंत्रण असे म्हणतात.”

२) एल.व्ही. फाईन : “संग्रहणामध्ये ठेवलेल्या सामग्रीची शास्त्रीय पद्धतीने मांडणी करुन तिची देवघेव नियंत्रण, साठा निश्चित करणे उत्पादन व वितरण इ. परिणामकारकपणे करण्याच्या प्रक्रियेला सामग्री नियंत्रण असे म्हणतात.”

१.३.१ सामग्री व्यवस्थापनाची उद्दिष्टे

१) उत्पादनामध्ये सातत्य निर्माण करता येते : संग्रहणामध्ये सामग्री उपलब्ध असल्यास उत्पादन प्रक्रिया सातत्याने राबविता येते. यंत्रसामग्री आणि कर्मचार्यांना सतत काम देता येते. सामग्रीचा पुरवठा नियमितपणे करता येतो.

२) सामग्रीचा पुरेपुर वापर करता येतो : संग्रहणामध्ये उपलब्ध असलेली सामग्री उत्पादन प्रक्रियेसाठी वापरता येते तिचा अपव्यय केला जात नाही. जी सामग्री कमी पडते ती खरेदी केली जाते व शिल्लक सामग्री वापरात आणली जाते.

३) भांडवल गुंतवणूकीमध्ये कपात करता येते : संग्रहणाच्या नोंदी वेळेवर करुन शिल्लक सामग्रीचा दररोज अंदाज घेता येतो. त्यामुळे अनावश्यक किंवा अतिरिक्त सामग्री खरेदी करावी लागत नाही. त्यामुळे भांडवल गुंतवणूक अधिक प्रमाणात करावी लागत नाही. भांडवल गुंतवणूक कालावधी कमी करता येतो.

४) खर्चात बचत करता येते : कमी जागेमध्ये अधिक सामग्रीची मांडणी केली जाते. प्रमाणबद्ध केली जाते. कमी खर्चात चांगल्या दर्जाची सामग्री खरेदी करता येते. सामग्री नियंत्रणाचा खर्च वाजवी प्रमाणात करता येतो.

५) **सामग्रीचे नुकसान टाळले जाते :** संग्रहणामध्ये ठेवलेली सामग्री सुरक्षित ठेवली जाते तिचे योग्य नियंत्रण ठेवले जाते. तिची नीट काळजी घेतली जाते, देखभाल केली जाते. नाशवंत सामग्रीकडे नीट लक्ष ठेवले जाते. उदा. हवामानापासून संरक्षण प्राप्त केले जाते.

६) **साठा पातळी समजते :** संग्रहणामध्ये उपलब्ध असलेली साठा नगसंख्या समजते. कोणत्या उत्पादनासाठी किती नगसंख्या आवश्यक आहे. त्यानुसार ती सामग्री खरेदी केली जाते. त्यामुळे उत्पादन सातत्य आणि साठा पातळी यामध्ये समन्वय निर्माण केला जातो.

७) **सामग्रीच्या मूल्यानुसार नियंत्रण ठेवता येते :** सामग्रीचे वर्गीकरण तीन गटात करुन सामग्रीचे मूल्य निश्चित केले जाते अधिक मूल्य असलेल्या सामग्रीकडे अधिक लक्ष देता येते तर कमी मूल्य असलेल्या सामग्रीकडे कमी प्रमाणात लक्ष देता येते. त्यामुळे सामग्री नियंत्रण आणि खर्च यामध्ये कपात करता येते. सामग्रीची संख्या कमी असून मूल्य अधिक असल्यास नियंत्रणावर अधिक खर्च करता येतो.

८) **सामग्रीचा जमाखर्च किंवा नोंदी ठेवता येतात :** संग्रहणामध्ये आलेली सामग्री, वापरलेली सामग्री व शिल्लक सामग्री इ. नोंदी ठेवता येतात. त्यामुळे दैनंदिन उत्पादन करताना सामग्रीची स्थिती समजते त्यानुसार सामग्रीची खरेदी करणे, साठा पातळी नियंत्रित ठेवणे, शिल्लक सामग्रीची नीट काळजी घेणे, खराब सामग्रीची विल्हेवाट लावणे इ. कार्ये किंवा प्रक्रिया करता येते.

९) **सामग्रीची तपासणी करता येते :** संग्रहणामध्ये असलेल्या सामग्रीची तपासणी वरचेवर करता येते. सामग्री नियंत्रण करणे सोईचे जाते. सामग्रीचे प्रमाण अधिक असते. सामग्रीचे विविध प्रकार असतात त्यामुळे सामग्रीला बिन कार्ड व भांडार पुस्तिकेच्या सहाय्याने सामग्रीची तपासणी करता येते. त्यामुळे सामग्रीमध्ये वाढ, तूट समजते, खराब सामग्री वेगळी करुन तिची विल्हेवाट लावण्याचा निर्णय घेता येतो.

१०) **उत्पादन नियोजन आणि नियंत्रण करणे सोईचे जाते :** संग्रहणामध्ये उपलब्ध असलेल्या सामग्रीच्या आधारे उत्पादनाचा निर्णय घेता येतो. उत्पादनाची व्यवस्था करता येते. उत्पादनाची पूर्व तयारी करता आल्यामुळे उत्पादन प्रक्रिया वेळेत पूर्ण करता येतात. उत्पादनावर नियंत्रण ठेवता येते. त्यामुळे उत्पादन प्रक्रिया सुरळितपणे पार पाडता येते.

११) **सामग्री संग्रहणासाठी शास्त्रीय पद्धती किंवा तंत्राचा अवलंब करता येतो :** सामग्री नियंत्रणासाठी साठा पातळ्या काटकसरीची आदेश मात्र (नगसंख्या) अ, ब, क विश्लेषण, उच्च-मध्यम व कनिष्ठ वर्गीकरण, आयत्या वेळेचे तंत्र (JIT) मॅट्रिक्स पद्धती इ. चा अवलंब करता येतो. यापैकी जी तंत्र व्यवसायाच्या अधिक फायद्याची आहेत त्यांचा विचार करता येतो व सामग्री, नियंत्रण व्यवस्था चांगली हाताळता येते.

१२) **ग्राहकांना चांगल्या सेवा उपलब्ध करुन देता येतात :** चांगल्या दर्जाची सामग्री उपलब्ध करुन चांगल्या दर्जाचे उत्पादन करता येते. त्यामुळे ग्राहकांना दर्जेदार वस्तु, वाजवी किंमतीला आणि वेळेवर उपलब्ध करुन देता येतात.

१.३.२ सामग्री व्यवस्थापनाचे प्रकार किंवा तंत्रे

१) काटकसरीची आदेश मात्रा किंवा नगसंख्या :

या तंत्राद्वारे सामग्री खरेदी नगसंख्या किमान प्रमाणात केली जाते. अधिक नगसंख्येने सामग्री खरेदी केल्यास भांडवल गुंतवणूकीचे प्रमाण वाढले तर कमी नगसंख्येची खरेदी केल्यास वारंवार आदेश द्यावे लागतात त्यामुळे आदेशासाठी अधिक खर्च करावा लागतो. म्हणून पऱ्याप्त प्रमाणात नगसंख्या आदेश देण्याची व्यवस्था करावी लागते. यालाच काटकसरीची किंवा मितव्ययी आदेश नगसंख्या असे म्हणतात.

“एका आदेशामध्ये सामग्री खरेदीची किती नगसंख्या असावी हे आदेश मात्रा किंवा नगसंख्येच्या आधारे निश्चित केले जाते. ही नगसंख्या निश्चित करताना आदेशाचा एकूण खर्च आणि संग्रहण खर्च इ. चा विचार करावा लागतो.”

काटकसरीची आदेश नगसंख्या निश्चित करताना पुढील घटकांचा विचार करावा लागतो.

अ) सामग्रीची एकूण किंमत : सामग्री खरेदी करताना सामग्रीची नगसंख्या आणि किंमत या दोन घटकांचा विचार करावा लागतो. त्याद्वारे त्यासामग्रीची एकूण किंमत निश्चित करता येते.

ब) सामग्रीचा संग्रहण खर्च : संग्रहणामध्ये सामग्री ठेवण्यास त्यासाठी पुढील प्रकारचा खर्च करावा लागतो. उदा. सामग्रीसाठी गुंतवणूक केलेल्या भांडवलावरील व्याज, गोदामाचे भाडे, कर्मचाऱ्याचा व अधिकार्यांचा पगार, मालाचे नुकसान, विमा, स्टेशनरी, कर, इतर खर्च, पर्यवेक्षक देखभाल व काळजी, शास्त्रीय पद्धतीने संग्रहण व्यवस्था करणे इ. हा खर्च सामग्री खरेदी खर्च पऱ्यायाने व्यवसायाच्या एकूर्ण खर्चात बचत होते. त्यामुळे व्यवसायाच्या नफ्यात वाढ होते.

क) आदेशाचा खर्च : उत्पादकांनी खरेदी करताना एकत्रित किंवा एकाच आदेशाद्वारे खरेदी केली तर त्यांच्या खर्चामध्ये वाढ होते. याउलट आदेशांची विभागणी केली तर आदेश खर्चात बचत होते. म्हणून सर्व सामग्रीची एकाच वेळी खरेदी न करता उत्पादन विभागाच्या व इतर विभागाच्या गरजेनुसार सामग्री खरेदी करावी. आदेश खर्चामध्ये पुढील घटकांच्या समावेश केला जातो. उदा. शिल्लक सामग्री संग्रहण खर्च, जागा भाडे, कर्मचार्यांचे वेतन, प्रवास खर्च, काऱ्यालयीन उपकरणे, स्टेशनरी इ. खरेदी करताना, आदेशांची संख्या अशी असावी की ज्याद्वारे आदेश खर्च, संग्रहण खर्च वाहतूक खर्च व इतर खर्च मऱ्यादित प्रमाणात असतील. आर्थिक आदेश नगसंख्या पुढील सूत्रांच्या सहाय्याने निश्चित केली जाते.

वार्षिक

$$EOQ = \sqrt{\frac{2CO}{1}}$$

EOQ = Economic Order Quantity

C = Material Consumption in a year

O = Ordering Cost

S = Storage & Carring Cost of Inventory

$$\text{आर्थिक आदेश नगसंख्या} \sqrt{\frac{२ \times \text{वार्षिक सामग्री नगसंख्या} \times \text{एक आदेशाचा खर्च}}{\text{एक नगाचा साठवण खर्च}}}$$

अ) साठ्याची किमान पातळी (Minimum Level of Stock) :

उदा. १) वार्षिक सामग्री नगसंख्या - ४०,००० नग

२) आदेश खर्च - रु. ३०/- प्रति आदेश

३) साठवणूक खर्च - सामग्री किंमतीच्या १० टक्के

४) सामग्री प्रती नग किंमत - ६०/- रु. प्रत्येकी

$$\text{आर्थिक आदेश नगसंख्या} \sqrt{\frac{२ \times ४०,००० \times ३०}{६० \text{ रु.} \times १०}}$$

$$\sqrt{\frac{२ \times ४०,००० \times ३०}{६ \text{ रु.}}}$$

$$\sqrt{४०,०००}$$

$$= ६३२ \text{ नग}$$

ब) आर्थिक आदेश मूल्य :

C = ४०,००० ƒ ६० † २४,००,०००

O = रु. ३०/- प्रति आदेश

I = सामग्री मूल्याच्या १० टक्के

$$EOQ = \frac{2 \times 24,00,000 \times 30}{10\%}$$

$$= \frac{2 \times 24,00,000 \times 30}{\frac{10}{100}}$$

$$= \sqrt{\frac{2 \times 24,00,000 \times 30 \times 100}{10}}$$

$$= \sqrt{1,44,00,00,000}\, 12,000 \times 10$$

$$= 37,920/-$$

२) साठा पातळ्या :

उत्पादनासाठी लागणारी सामग्री उपलब्ध व्हावी म्हणून साठा पातळ्या निश्चित केल्या जातात. अधिक प्रमाणात आगावू सामग्री खरेदी केल्यामुळे संग्रहण खर्चात वाढ होते व

सामग्री कमी प्रमाणात उपलब्ध असल्यास उत्पादनामध्ये व्यत्यय निर्माण होतो. म्हणून वाजवी उत्पादन खर्चामध्ये उत्पादनासाठी आवश्यक सामग्री उपलब्ध व्हावी या हेतूने विविध साठा पातळ्या निश्चित केल्या जातात.

अ) अधिकत्तम साठा पातळी:

संग्रहण व्यवस्थेमध्ये किती नग संख्या साठविण्याची क्षमता आहे तितकी नगसंख्येची व्यवस्था करण्याला कमाल साठा पातळी असे म्हणतात. या साठा पातळीमध्ये भांडाराच्या उपलब्ध जागेचा अधिकाधिक वापर केला जातो. त्यामुळे व्यवसायाच्या भांडवलाची गुंतवणूक अधिक नगसंख्येच्या माल साठ्यामध्ये केली जाते. उत्पादनासाठी सामग्री सतत उपलब्ध राहते. साठ्यांची ही अधिक सुरक्षित पातळी असली तरी या साठा पातळीमुळे खर्चात वाढ होते.

सूत्र :

$$\text{कमाल साठा पातळी} = \frac{(\text{पुनरादेश पातळी}) + (\text{पुनरादेश संख्या})}{(\text{किमान उपयोग}) \times (\text{किमान पुनरादेश कालावधी})}$$

ब) किमान साठा पातळी :

संग्रहणामध्ये वाजवी प्रमाणात नगसंख्या उपलब्ध ठेवण्याच्या पातळीला किमान साठा पातळी असे म्हणतात. किमान साठा पातळीमुळे संग्रहण खर्चात बचत होत असली तरी साठा पातळी कायम राखण्यासाठी सामग्रीचा आदेश सातत्याने द्यावे लागतो. जर सामग्रीचा साठा अपुरा पडल्यास उत्पादनामध्ये व्यत्यय निर्माण होतो.

सूत्र :

किमान साठा पातळी = (पुनरादेश पातळी) - (सरासरी उपभोगाचा दर) × (अधिक्य वेळ) अधिक्य वेळा याचा अर्थ आदेश पाठविण्यापासून सामग्री प्राप्त होण्यासाठी लागणारा कालावधी होय.

क) सरासरी साठा पातळी :

कमाल साठा पातळी आणि किमान साठा पातळी यातील मध्य म्हणजे सरासरी साठा पातळी होय. सरासरी साठा पातळीमध्ये किमान भांडवल गुंतवणूक करुन कमाल उत्पादन केले जाते. कमाल व किमान साठा पातळीचे तोटे याद्वारे दूर करता येतात व अधिक लाभ प्राप्त केला जातो जसे की, संग्रहण खर्चात बचत करणे होय. परंतु या पद्धतीने साठा पातळी ठेवण्यासाठी सामग्रीची खरेदी सतत करावी लागते.

सूत्र :

$$\text{सरासरी साठा पातळी} = \frac{\text{किमान साठा पातळी} + \text{कमाल साठा पातळी}}{२}$$

ड) सुरक्षित साठा पातळी :

संग्रहणामध्ये गरजेपुरता साठा असण्याच्या व्यवस्थेला सुरक्षित साठा पातळी असे म्हणतात. त्यामुळे संग्रहणावरील खर्च वाजवी येतो, उत्पादनासाठी आवश्यक सामग्री उपलब्ध असते. किमान आणि कमाल साठा पातळीचे तोटे टाळता येतात. सरासरी साठा पातळीचे सर्व फायदे मिळविता येतात. या साठा पातळीमध्ये उत्पादनासाठी आवश्यक असणारी सामग्री सतत उपलब्ध असते.

ई) धोका साठा पातळी :

संग्रहणामध्ये आवश्यक सामग्री उपलब्ध ठेवावी लागते. परंतु किमान साठा पातळी ओलांडल्यानंतर जर सामग्री वेळेवर उपलब्ध झाली नाही तर उत्पादनामध्ये व्यत्यय येतो. अशा साठा पातळीला धोक्याची साठा पातळी असे म्हणतात. त्यामुळे नवीन सामग्री उपलब्ध होईपर्यंत उत्पादन प्रक्रिया थांबते.

सूत्र

धोका पातळी = सरासरी वापर × आणिबाणीच्या परिस्थितीमध्ये लागणारा कमाल पुनरादेश कालावधी

फ) शून्य साठा पातळी :

संग्रहण व्यवस्था न करणे किंवा उत्पादनासाठी लागणारी सामग्री त्या त्या वेळी खरेदी करुन तिचा त्वरित वापर करणे होय. केवळ वेळेतच सामग्री उपलब्ध करणे (Just in Time - JIT) असे ही म्हणतात. या पद्धतीने साठ्याची व्यवस्था केल्यास केवळ वेळेवरच सामग्री उपलब्ध करणे या पद्धतीचे विविध फायदे शून्य साठा पातळीसाठी मिळतात परंतु त्यासाठी उत्पादनाचे प्रमाण व नियोजन तंतोतंत असावे लागते. परंतु बाजारपेठेत अचानक मालाचा तुटवडा आल्यास त्याचा उत्पादनावर परिणाम होतो. धोक्याच्या पातळीपेक्षा ही पातळी अधिक धोक्याची आहे.

ग) पुनरादेश पातळी (Re-order Level) :

संग्रहणामध्ये सामग्रीची पातळी निश्चित करुन तितकी नगसंख्या उपलब्ध असल्यास नवीन आदेश देऊन साठा पूर्ववत ठेवण्याच्या पातळीला पुनरादेश साठा पातळी असे म्हणतात. त्यासाठी प्रथम आदेशासाठी लागणारा कालावधी व सामग्री प्राप्त करण्यासाठी लागणारा कालावधी निश्चित करावा लागतो. विशिष्ट पातळीला साठा नगसंख्या येण्याबरोबर नवीन आदेश द्यावा लागतो. पुन्हा सामग्री प्राप्त होईपर्यंत शिल्लक सामग्रीचा उपयोग करुन उत्पादन व्यवस्था चालू ठेवता येते.

३) अ ब क विश्लेषण :

व्यवसायामध्ये विविध प्रकारची सामग्री वापरावी लागते. सामग्रीची गरज व उपलब्धता या आधारे भांडवल गुंतवणूक केली जाते. अधिक महत्त्वाची सामग्री आगावू उपलब्ध केल्यास भांडवल गुंतवणूक आणि संग्रहण खर्च यामध्ये वाढ होते. म्हणून अशा वेळी उत्पादन

करताना किंवा अल्पकालावधीसाठी थोड्याशा अगोदर उपलब्ध केल्यास खर्चात बचत होते व वेळेवर सामग्री उपलब्ध करुन उत्पादनामध्ये सातत्य ठेवता येते. हे वर्गीकरण 'अ' 'ब' आणि 'क' या तीन वर्गामध्ये केले जाते. सामग्रीच्या नगसंख्येपेक्षा त्यामध्ये किती भांडवल गुंतवणूक केली आहे याचा विचार करावा लागतो.

अबक विश्लेषणाची मांडणी पुढीलप्रमाणे :

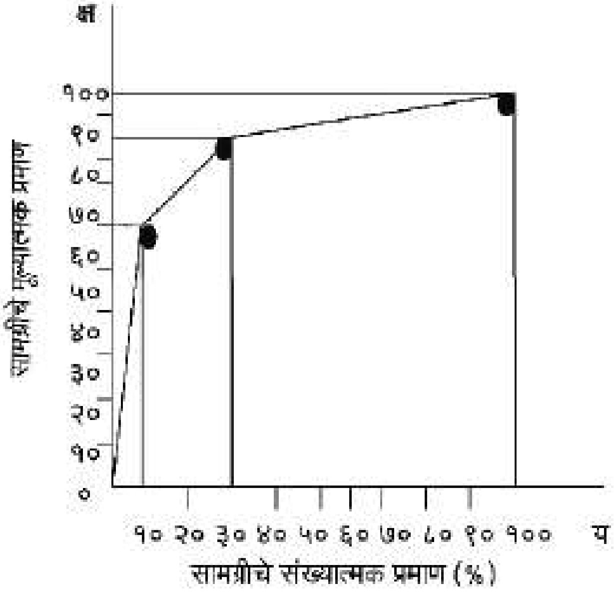
'अ' गट सामग्री : या सामग्रीची नगसंख्या कमी असली तरी सामग्रीचे मूल्य अधिक असते जसे की यंत्राच्या मुख्य किंवा कोणताही आवश्यक अगर किंमतीने अधिक असणारा भाग होय.

'ब' गट सामग्री : या सामग्रीची संख्या आणि मूल्य समान असते. या सामग्रीचा उत्पादनामध्ये मध्यम स्वरूपाचे स्थान असते. त्यामुळे सामग्रीला मध्यम स्वरूपाचे महत्त्व प्राप्त होते.

'क' गट सामग्री : या सामग्रीची संख्या अधिक असते परंतु मूल्य कमी असते. त्यामुळे भांडवल गुंतवणूक कमी प्रमाणात करावी लागते या सामग्रीला कमी महत्त्व दिले जाते. ही सामग्री पुरेशा प्रमाणात उपलब्ध झाली नाही तरी फारसा फरक पडत नाही.

वस्तुंचा गट	संख्यात्मक सहभाग	मूल्यात्मक सहभाग
'अ'	१०%	७०%
'ब'	२०%	२०%
'क'	७०%	१०%
	१००%	१००%

अ ब क विश्लेषणाची मांडणी आलेखाच्या सहाय्याने पुढीलप्रमाणे :



अ ब क विश्लेषणाचे फायदे :

१. भांडवल गुंतवणूक खर्चात बचत करता येते. अधिक मुल्य असलेली सामग्री किमान प्रमाणात खरेदी करुन भांडवल गुंतवणूक कमी प्रमाणात केली जाते.

२. अधिक मूल्य असलेल्या सामग्रीवर अधिक लक्ष केंद्रीत करता येते. उदा. सामग्री खरेदी, संग्रहण आणि हाताळणी इ.

३. सामग्रीच्या वर्गीकरणानुसार सामग्री उपलब्ध करता येते. सामग्रीचे अ ब आणि क गटात वर्गीकरण करुन आवश्यकतेनुसार त्या त्या गटातील सामग्री प्राप्त करता येते.

४. सामग्री खरेदी नियोजन करता येते : सामग्री विभागणी अ ब आणि क गटात केली जाते. प्रत्येक गटातील सामग्री आवश्यकतेनुसार केली जाते.

५. संग्रहणाची व्यवस्था करता येते : सामग्रीचे मुल्य विचारात घेऊन कोणती सामग्री किती महत्त्वाची आहे याचा विचार केला जातो. त्यानुसार संग्रहण व्यवस्था व सामग्रीची नीट काळजी घेता येते.

६. खर्चामध्ये बचत करता येते : सामग्री खरेदी, आदेश, संग्रहण व्यवस्था, देखरेख, नोंद, हाताळणी इ. खर्च किमान साठा पातळी किंवा आवश्यक साठा पातळी निर्माण करता येते. कमी महत्त्वाच्या सामग्रीवरील संग्रहण व नियंत्रण खर्च कमी केला जातो.

४) महत्त्वाचे, आवश्यक आणि गरज विश्लेषण :

सामग्री नियंत्रणाचे महत्त्वाचे तंत्र म्हणून या विश्लेषणाचा अवलंब केला जातो. हे विश्लेषण अ ब आणि क विश्लेषणासारखेच आहे. यामध्ये महत्त्वाच्या सामग्रीची नगसंख्या कमी परंतु मूल्य अधिक असते म्हणून या सामग्रीची नीट काळजी घ्यावी लागते. आवश्यक सामग्रीची संख्या आणि मूल्य समान किंवा मध्यम असते म्हणून महत्त्वाच्या सामग्रीनंतर या सामग्रीकडे लक्ष द्यावे लागते. उत्पादनासाठी महत्त्वाची आणि आवश्यक सामग्री ही बाब आवश्यक आहे. त्यानुसार गरजेनुसार लागणारी सामग्री होय. या सामग्रीची नगसंख्या अधिक असते. परंतु सामग्रीचे मूल्य कमी असते म्हणून या सामग्रीवर नियंत्रण कमी प्रमाणात ठेवले तरी चालते. उत्पादनासाठी ही सामग्री केवळ गरजेची असते. अ ब क विश्लेषणाचे सर्व फायदे व्ही.ई.डी. विश्लेषणाला मिळतात. उदा. यंत्रे ही महत्त्वाची सामग्री सुटे भाग हे आवश्यक तर किरकोळ सामग्री ही उत्पादन प्रक्रियेतील गरजेची बाब आहे.

५) उच्च मध्यम आणि कनिष्ठ गट वर्गीकरण :

सामग्रीचे मूल्य विचारात घेऊन त्याचे गट तयार केले जातात. त्यानुसार सामग्रीचे वर्गीकरण केले जाते. अधिक मूल्य असलेल्या सामग्रीकडे अधिक लक्ष दिले जाते. त्यानंतर मध्यम व शेवटी कनिष्ठ गटातील सामग्रीकडे लक्ष दिले जाते. सामग्रीचे वर्गीकरण मूल्यानुसार उतरत्या क्रमाने केले जाते.

प्रती नगाचे मूल्य	वर्गीकरण गट
१) रु. २०,००० च्या वर	उच्च गट
२) रु. १०,००० ते २०,०००	मध्यम गट
३) रु. १०,००० पेक्षा कमी	कनिष्ठ गट

जलद, मंद व अतिमंद हालचाल सामग्री:

जलद गतीने लागणारी सामग्री	मंद गतीने लागणारी सामग्री	अति मंद गतीने लागणारी सामग्री
दैनंदिन उत्पादन प्रक्रियेसाठी तातडीने लागणारी सामग्री	केव्हातरी लागणारी सामग्री	क्वचित प्रसंगी लागणारी सामग्री
सामग्रीचे प्रमाण अधिक	सामग्रीचे प्रमाण मध्यम	सामग्रीचे प्रमाण कमी
सामग्रीचे मूल्य अधिक	सामग्रीचे मूल्य मध्यम	सामग्रीचे मूल्य कमी

सामग्री आवश्यकता नियोजन :

उत्पादन प्रक्रियेसाठी सामग्रीची आवश्यकता विचारात घेऊन साठा पातळ्या निश्चित केल्या जातात. ज्या प्रकारची सामग्री वापरली जाते ती ताबडतोब खरेदी केली जाते. त्यामुळे सामग्री खरेदी, वापर व शिल्लक सामग्री इ. चे व्यवस्थितपणे नियोजन करता येते. त्यामुळे सामग्री उपलब्धतेमध्ये व्यत्यय येत नाही.

६) मॉपिक्स पद्धती :

IBM या कंपनीने २००५ साली मॉपिक्स हा संगणकातील कार्यक्रम विकसित केले आहे. यामध्ये संगणकांच्या सहाय्याने आलेली सामग्री, उपयोगात आणलेली सामग्री, शिल्लक सामग्री, उत्पादित नगसंख्या, नियंत्रण, सामग्रीचा ताळमेळ, सामग्रीची व्यवस्था इ. घटकांचा विचार करुन सामग्रीकडे लक्ष दिले जाते. मॉपिक्समध्ये पुढील घटकांचा समावेश केला जातो.

M - Manufacturing उत्पादन

A - Accounting हिशोब

P - Production उत्पादन

I - Information माहिती

C - Control नियंत्रण

S - System पद्धती

संगणकाचा वापर सर्वत्र केला जात असल्यामुळे सामग्री नियंत्रणासाठी मॉपिक्स पद्धती लोकप्रिय झालेली आहे.

१.३.३ वैज्ञानिक सामग्री नियंत्रण व्यवस्था

वैज्ञानिक सामग्री नियंत्रण व्यवस्थेचा उद्देश, जास्तीचे आणि कमी सामग्री साठा, कार्य प्रगती आणि तयार उत्पादनांचे धोके टाळणे हा आहे.

१. योग्य वेळी सामग्रीची योग्य गुणवत्ता राखून,उत्पादन प्रक्रियेचा सुरळीत प्रवाह सुनिश्चित करते.

२. यामुळे मागणीची किंमत कमी होते

मागणी पुरवठा करण्यात काही अधिकचा खर्च समाविष्ट असतो. संस्थेकडे वैज्ञानिक सामग्री नियंत्रण व्यवस्था असल्यास आवश्यकतांचे वारंवार मागणी ळणे शक्य होते.

३. मालसाठवणी मधील कार्यरत भांडवलाचे भाग कमी करण्यास मदत करते.

योग्य योग्य सामग्री नियंत्रण व्यवस्थेसह, अतिरिक्त मालसाठवणी मध्ये कार्यरत भांडवलाचे भाग कमी करणे आणि संस्थेची तरलता स्थिती सुधारणे शक्य आहे.

४. बाजारातील मागणीनुसार वस्तूंचा पुरवठा करण्यात मदत होते:

हातात मालाचा पुरेसा साठा असल्यास मागणीनुसार मालाचा पुरवठा करणे शक्य होते. हे ग्राहकांना संतुष्ट करण्यास आणि बाजारातील प्रतिमा सुधारण्यास मदत करते.

५. हे संख्यात्मक सवलत मिळविण्यास मदत करते:

मोठ्या प्रमाणात मागणीसाठी, संस्थेला पुरवठादारांकडून व्यापार सवलतीचे फायदे मिळतात. या सवलतींमुळे वस्तूंची किंमत कमी होऊ शकते आणि नफा वाढू शकतो.

६. किंमतीतील चढउतारांचा फायदा घेण्यास मदत करते -

कच्च्या मालाच्या किंमती कमी असताना संस्था मोठ्या प्रमाणात खरेदी करू शकते, ज्यामुळे कच्च्या मालाची किंमत कमी होते. जेव्हा किंमती जास्त असतात तेव्हा वस्तूंचे विपणन करून संस्था देखील फायदा घेऊ शकते. अशा प्रकारे, किंमतीतील चढउतारांचा फायदा घेऊन, संस्था जास्तीत जास्त नफा मिळवू शकते.

७. मालसाठ्याची वेळेवर पुनर्भरणा करण्याचा निर्णय घेण्यास मदत होते

योग्य सामग्री नियंत्रण व्यवस्था सामग्रीच्या अद्ययावत नोंदी ठेवण्यास मदत करते. हे कंपनीला चोरी, अपव्यय आणि मालाची गळती टाळण्यास मदत करते. ह्या नोंदी वेळेवर मालसाठ्याची मागणी करण्याबाबत निर्णय घेण्यास मदत करतात.

१.४ सारांश

उत्पादन करणाऱ्या कारखान्यांना नियोजन आणि नियंत्रणाची आवश्यकता असते. उत्पादनाच्या विविध पद्धतींचा अभ्यास करुन व्यावसायिक त्यांना योग्य वाटेल त्या पद्धतीची निवड करु शकतात. त्यासाठी एक पऱ्याय म्हणून लवचिक उत्पादन पद्धती हा एक मार्ग आहे. विविध घटकांचा अवलंब करुन ते योग्य पद्धत निवडीचा विचार करतात. उत्पादन वृद्धीसाठी उत्पादकता या घटकाकडे व्यावसायिकांना पहावे लागते. उत्पादकता वाढीसाठी आवश्यक असणाऱ्या घटकांचा समावेश करावा लागतो. असे असले तरी आपल्या देशामध्ये उत्पादकता विकासामध्ये अनेक अडचणी आढळून येतात त्यावर उपाययोजना करुन उत्पादकता वृद्धी करणे शक्य आहे.

उत्पादनासाठी जी सामग्री वापरली जाते तिचे आगावू नियोजन करावे लागते. त्यासाठी शास्त्रीय संग्रहण पद्धतीचा अवलंब करुन उत्पादन प्रक्रियेसाठी लागणारी सामग्री वेळेवर व प्रमाणबद्ध उपलब्ध करुन द्यावी लागते. सामग्री वेळेवर उपलब्ध करणे, खरेदी करणे, व्यवस्थित मांडणी करणे, नोंदी ठेवणे, विभागवार सामग्री उपलब्ध करुन देणे, सामग्रीची नीट देखभाल करणे, नियंत्रण ठेवणे, नियंत्रणाच्या महत्त्वाच्या तंत्रांचा अवलंब करणे इ. बाबी सामग्री नियंत्रणामध्ये येतात. सामग्री नियंत्रणामुळे सामग्रीचे ससंरक्षण, नीगा, व्यवस्था व उत्पादन सातत्य इ. बाबी शक्य होतात.

१.५ स्वाध्याय

प्र.१. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे द्या

१. उत्पादन व्यवस्थापनाचे उद्दिष्टे विशद करा.

२. उत्पादन व्यवस्थेच्या प्रकारा बाबत टीप लिहा

३. उत्पादकतेवर परिणामकरणाऱ्या घटकांची माहिती द्या.

४. सामग्री व्यवस्थापन म्हणजे काय?

५. वैज्ञानिक सामग्री नियंत्रण व्यवस्था बाबत टीप लिहा.

प्र.२. टीप लिहा

१. उत्पादकता

२. वैज्ञानिक सामग्री नियंत्रण

३. निरंतर उत्पादन व्यवस्था

४. उत्पादन व्यवस्थापन व्याप्ती

५. व्यवस्थापन प्रक्रियेच्या अवस्था

❖❖❖❖

२

गुणवत्ता व्यवस्थापन

घटक रचना :

२.0 उद्दिष्टे

२.१ प्रस्तावना

२.२ गुणवत्ता व्यवस्थापनाची तंत्रे

२.३ सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन

२.४ सारांश

२.५ स्वाध्याय

२.0 उद्दिष्टे

- गुणवत्ता व्यवस्थापनाचे महत्त्व अभ्यासणे.
- गुणवत्ता व्यवस्थापनाच्या तंत्राची विद्यार्थ्यांना ओळख करुन देणे.
- समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापना बाबत माहिती मिळविणे.
- समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापनातील अडचणींचा अभ्यास करणे.
- समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापनातील अडचणींवर उपाययोजना करणे.

२.१ प्रस्तावना

प्रत्येक व्यवसायामधये वस्तू आणि सेवांच्या गुणवत्तेला महत्त्व आले आहे. कारखान्याद्वारे तयार केलेल्या वस्तू, हॉटेल, विमा, बँकिंग, वाहतूक इ. स्पर्धेत प्रवेश करणे आणि स्पर्धेत टिकाव धरण्यासाठी वस्तू व सेवांना चांगला दर्जा अपेक्षित असतो. चांगल्या गुणवत्तेमुळे ग्राहकांच्या समाधानामध्ये वाढ होते. ग्राहकांचा विश्वास वाढतो. ग्राहक पुन्हा पुन्हा गुणवत्तेच्या वस्तु खरेदी करतात. विक्रय वृद्धी होऊन व्यवसायाच्या नफ्यामध्ये वाढ होते. जागतिकीकरणामध्ये आयात निर्यात करताना आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील गुणवत्तेचा विचार करावा लागतो. वस्तू तयार करताना सामग्रीचे घटक, उत्पादन प्रक्रिया, वस्तुचे गुणधर्म, समाविष्ट घटक, ग्राहकांच्या आवडीनिवडी इ. घटकांचा विचार गुणवत्तेसाठी करावा लागतो.

२.१.१ व्याख्या

१) **ॲलफोर्ड आणि बेट्टी :** “कारखान्यामध्ये तयार होणाऱ्या सर्व वस्तू समान प्रकारच्या किंवा एक सारख्या निर्माण करण्यासाठी केलेल्या व्यवस्थेला गुणवत्ता नियंत्रण असे म्हणतात.”

२) एम्. बी. वेंकटरमन : “वस्तू उत्पादन प्रक्रियेतील कच्चा माल, यंत्रसामग्री, मनुष्यबळ, पक्का माल इ. च्या दर्जावर नियंत्रण ठेवणारी यंत्रणा म्हणजे गुणवत्ता नियंत्रण होय.”

३) डॉ. एच्.एन. ब्रूम : “उत्पादन करताना प्रारंभापासून अंतिम टप्प्यापर्यंत विविध घटकांवर पद्धतशीर नियंत्रण ठेऊन चांगल्या उत्पादनाची निर्मिती करण्याच्या प्रक्रियेला गुणवत्ता नियंत्रण असे म्हणतात.”

४) एम्. बी. व्येकंटरमन : “उत्पादन प्रक्रियेसाठी लागणाऱ्या साधनसामग्रीच्या सर्व घटकांच्या दर्जावर नियंत्रण ठेवणे म्हणजेच गुणवत्ता नियंत्रण होय.”

२.१.२ गुणवत्ता नियंत्रणाचे महत्त्व / फायदे / पैलु

१) दर्जेदार उत्पादनाची निर्मिती करणे : उत्पादन प्रक्रियेतील साधनसामग्रीच्या दर्जावर नियंत्रण ठेवता येते. उदा. कच्चा माल, यंत्रसामग्री, मनुष्यबळ, भांडवल, उत्पादन प्रक्रिया इ. त्यामुळे उत्पादित वस्तुची गुणवत्ता चांगली येते. उत्पादन प्रक्रियेच्या प्रत्येक टप्प्यावर तपासणी करुन वस्तुची गुणवत्ता विकसित करता येते.

२) वस्तुच्या मागणीमध्ये वाढ होते : चांगल्या दर्जाच्या वस्तुंना सतत मागणी असते. नवीन व विविध बाजारपेठांतून वस्तुंना मागणी येते. चांगल्या दर्जाच्या वस्तू ग्राहक पुन्हा पुन्हा खरेदी करतात.

३) वस्तुच्या गुणवत्तेमध्ये सुधारणा करता येते : गुणवत्ता नियंत्रणाच्या तंत्राच्या उपयोग करुन वस्तुची तपासणी केली जाते. उत्पादन प्रक्रिया चालू असताना जर त्यामध्ये काही दोष किंवा उणिवा आढळून आल्यास, त्याचे निवारण करता येते. ग्राहकांकडून येणाऱ्या अभिप्रायांचा विचार करुन वस्तुंची गुणवत्ता विकसित करण्याकडे लक्ष दिले जाते.

४) उत्पादनामध्ये वाढ करता येते : चांगल्या उत्पादित वस्तुंना मागणी येत असल्यामुळे व्यावसायिकांना उत्पादनामध्ये वाढ करावी लागते त्यामुळे त्यांना मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनाचे लाभ मिळतात उदा. आर्थिक बचती, त्यामुळे उत्पादन खर्चात बचत करता येते. उत्पादनात वाढ केल्यामुळे व्यावसायिकांच्या नफ्यात वाढ होते.

५) खर्चात बचत करता येते व खर्चावर नियंत्रण ठेवता येते : उत्पादन प्रक्रियेतील सामग्रीच्या विविध घटकांवर नीट लक्ष दिल्यामुळे सामग्रीचा अपव्यय होत नाही. त्यामुळे अनावश्यक खर्चावर नियंत्रण ठेवता येते. त्याचा परिणाम म्हणजे एकूण खर्चात बचत करता येते.

६) कर्मचार्यांमध्ये गुणवत्तेबाबत जाणीव निर्माण करता येते : कर्मचार्यांना गुणवत्तेची माहिती दिली जाते. त्यांना वरिष्ठ अधिकारी मार्गदर्शन करतात. नवीन तंत्राचे त्यांना प्रशिक्षण दिले जाते. त्यामुळे त्यांचा कामातील आत्मविश्वास वाढतो. चांगल्या गुणवत्तेमुळे त्यांना कामाचे समाधान लाभते.

७) तपासणीचा खर्च कमी होतो : गुणवत्तेच्या वस्तुंची तपासणी सातत्याने करावी लागत नाही त्यामुळे तपासणी अधिकाऱ्याच्या वेळेत व व्यवसायाच्या खर्चात बचत येते. तपासणीसाठी अधिक संख्येच्या अधिकार्यांची गरज नसते.

८) ग्राहकांच्या समाधानामध्ये वाढ होते : चांगल्या दर्जाच्या वस्तू ग्राहकांना आवडतात. त्यांच्या तक्रारी येत नाहीत. उत्पादक त्याच्या आवडीनिवडीची पूर्तता करतात. चांगल्या दर्जाच्या वस्तू ते पुन्हा पुन्हा खरेदी करतात त्यामुळे त्यांच्या समाधानामध्ये वाढ होते.

९) उत्पादनाला स्थैर्य लाभते : गुणवत्तेच्या वस्तुंची मागणी वाढते तसेच वस्तुला सातत्याने मागणी येते. चांगल्या वस्तुची ग्राहक पुन्हा पुन्हा खरेदी करतात. त्यामुळे उत्पादनाला स्थैर्य लाभते त्यामुळे व्यवसाय स्पर्धेमध्ये टिकाव धरु शकतो.

१०) व्यवसायाचे नावलौकिक वाढते : चांगल्या गुणवत्तेमुळे व्यवसायाची बाजारातील पत सुधारते व नावलौकिक सुधारते. चांगल्या गुणवत्तेच्या वस्तुंना राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पातळीवर मागणी येते. ग्राहकांच्या वस्तुवरील विश्वास वाढतो.

२.१.३ गुणवत्ता परिव्यय

निकृष्ट दर्जाचे उत्पादन किंवा सेवा प्रतिबंधित करणे, शोधणे आणि त्यावरील उपाय व संसाधनांवरील व्ययाचा समावेश गुणवत्ता परीव्ययात होतो.

गुणवत्ता परीव्ययाचे खालील चार प्रमुख भागात वर्गीकरण केले जाते.

१. प्रतिबंध व्यय- उत्पादनातील दोषावर प्रतिबंध करणे व्यवसायासाठी नेहमीच उत्तम असते म्हणून प्रतिबंध व्ययात उत्पादन प्रक्रियेतील दोष टाळणे किंवा कमी करण्याच्या व्ययाचा समावेश होतो.यात उत्पादन प्रक्रियेतील सुधारणा, कामगारासाठी प्रशिक्षण आणि यंत्रसामुग्रीची दुरुस्ती आणि देखभाल इत्यादींच्या खर्चाचा समावेश होतो.

२. मूल्यमापन व्यय- ग्राहकांना उत्पादनाची विक्री करण्याच्या अगोदर उत्पादनातील दोष ओळखण्यासाठीच्या खर्चाचा समावेश मूल्यमापन व्ययात होतो.या व्ययात प्रमुख्याने पर्यवेक्षण आणि तपासणीसाठीच्या तपासनिसांचा समूह चालविण्याच्या व्ययाचा समावेश होतो. हे प्रमाणित दर्जाच्या उत्पादनाची हमी देते.

३. अंतर्गत कसूर व्यय - यात ग्राहकांना उत्पादनाची विक्री करण्याच्या अगोदर उत्पादनातील दोष काढून टाकण्याच्या व्ययाचा समावेश होतो.यात प्रामुख्याने कार्य पुन्हा करणे,उत्पादन नाकारणे किंवा भंगार इत्यादींच्या व्ययाचा समावेश होतो.

४. बाह्य कसूर व्यय - यात ग्राहकास दोष पूर्ण वस्तूची विक्री केल्यानंतरच्या खर्चाचा समावेश होतो.वस्तू बदलून देणे, विक्री केलेल्या वस्तू परत करणे इत्यादी व्ययांचा समावेश होतो. तसेच बाजारातील पत घसरल्याने ग्राहक असमाधानी होऊन विक्री व नफ्याचे प्रमाण कमी होणे यांचाही समावेश होतो.

२.१.४ गुणवत्ता वर्तुळ

गुणवत्ता वर्तुळ हे व्यवसायातील स्वेच्छेने एकत्रित आलेल्या कर्मचाऱ्यांचा गट असून गट असून जो व्यवसायाच्या दैनंदिन कामकाजातील साधनसामुग्रीचा अपव्यय, कच्च्या मालाचा दर्जा, साधने, यंत्रसामुग्रीची देखभाल, सुरक्षिततेची मानके इत्यादी संबंधीच्या समस्या सोडवितात. व्यवसायातील या समस्या गुणवत्ता वर्तुळात कार्य करणारे पर्यवेक्षकांच्या सल्ला आणि मार्गदर्शनानुसार सोडवितात.

२.१.५ गुणवत्ता वर्तुळाची वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे

१. गुणवत्ता वर्तुळ हे समान कार्य करणाऱ्या कामगार किंवा कर्मचाऱ्यांचा समूह समूह आहे.

२. गुणवत्ता वर्तुळे मर्यादित सदस्यांचे असतात , जे किमान तीन ते दहा सदस्य असू शकतात. जे कर्मचारी त्यांच्यात सुसंवाद आणि समन्वय निर्माण करू शकतात.

३. गुणवत्ता वर्तुळातील सदस्य स्वेच्छेने वर्तुळात सहभागी होतात. त्यांना दैनंदिन कामकाजाशी संबंधित समस्या ओळखणे आणि सोडविणे गरजेचे आहे असे वाटते.

४. सामान्यपणे वर्तुळातील सर्व सदस्यांना सोयीच्यावेळी आठवड्यातून किमान एक तास सदस्यांची बैठक घेतली जाते.

५. गुणवत्ता वर्तुळ प्रामुख्याने कामकाजाशी संबंधित विषय किंवा समस्यांवरील उपाय शोधण्यासाठी स्थापन केली जाते.म्हणून पर्यवेक्षक हे या वर्तुळाचे प्रभारी असतात. सामान्यपणे ते समूह प्रमुख म्हणून कार्य करतात.

६. वर्तुळातील सदस्यांचा संबंध हा फक्त त्यांच्या क्षेत्रातील विषयाशी असतो.

७. सदस्य कामाशी संबंधित समस्यांचा अभ्यास आणि विश्लेषण करून जेव्हा सामूहिकरित्या समस्यांसंबंधी उपाय शोधतात तेव्हा हे उपाय व्यवस्थापनाकडे मान्यतेसाठी पाठवले जातात.

८. व्यवस्थापनाच्या मान्यतेनंतर गुणवत्ता वर्तुळाचे सदस्य संबंधित समस्या सोडविण्यासाठी शोधलेल्या उपायांची अंमलबजावणी करू शकतात.

२.२ गुणवत्ता व्यवस्थापनाची तंत्रे

वस्तू उत्पादनाला विशिष्ट दर्जा निर्माण करणे आणि तो टिकविणे यासाठी गुणवत्ता व्यवस्थापनाच्या तंत्रांचा अवलंब करावा लागतो. ही तंत्रे पुढीलप्रमाणे आहेत.

२.२.१ समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापन

समग्र गुणवत्तेला एकूण गुणवत्ता असे म्हणतात. कारखान्यामधून जे उत्पादन केले जाते ते पुर्णपणे दोषरहित किंवा शून्य दोषरहित केल्यास समग्र गुणवत्ता ही संकल्पना प्रत्यक्षात उतरविता येते. जपानने सुरुवातीला गुणवत्ता नियंत्रणाकडे लक्ष देऊन एकूण गुणवत्ता साध्य करण्याचा प्रयत्न केला आहे. त्यामुळे जपानच्या उत्पादनाला आंतरराष्ट्रीय पातळीवर

मागणी आली आहे. यामध्ये वस्तुंच्या गुणवत्तेकडे सातत्याने व प्रत्येक वस्तुच्या गुणवत्तेकडे लक्ष दिले जाते. दर्जा वर्तुळामध्ये कारखान्यामध्ये समग्र गुणवत्तेबाबत चर्चा केली जाते. चांगल्या गुणवत्तेच्या वस्तुंना विविध बाजारपेठांमधून सातत्याने मागणी येते. त्यासाठी कंपनीच्या सर्व कर्मचारी व अधिकार्यांचे सहकार्य, गटशैली अपेक्षित असते. सर्वच कर्मचार्यांनी समग्र गुणवत्तेचा आग्रह धरला पाहिजे व सकारात्मक दृष्टिकोन ठेऊन काम केले पाहिजे.

१) रेम्पे आणि रॉबर्टस् :

'समग्र उत्पादन व्यवस्थापनाद्वारे सततच्या नियंत्रणाने उत्पादनाच्या गुणवत्तेमध्ये समानता निर्माण करुन ग्राहकांचे अधिकाधिक समाधान केले जाते."

२) जॉन गिलबर्ट :

"समग्र उत्पादन व्यवस्थापन ही प्रक्रिया ग्राहकांच्या अपेक्षा व त्यांचे पालन करणे, उत्पादनातील समस्यांवर उपाय शोधणे, आणि कर्मचार्यांमध्ये उत्पादन गुणवत्तेविषयी बांधिलकी निर्माण करणे इ. घटकांशी लक्ष केंद्रित करणेबाबत संबंधित आहे."

३) प्रा. के. के. चौधरी :

"ग्राहकाभिमुख गुणवत्तेला आधार मानणारी व्यवस्थापनाची तत्त्वप्रणाली म्हणजे संपूर्ण गुणवत्ता व्यवस्थापन होय."

२.२.२ समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापनाचे महत्त्व आणि फायदे :

१) वस्तु विक्रीची खात्री मिळते :

समग्र गुणवत्तेमुळे उत्पादन केलेल्या प्रत्येक नगाची विक्री होते. गुणवत्तेच्या वस्तू ग्राहक नाकारत नाहीत तसेच त्यांच्या कडून वस्तुबाबत तक्रार येत नाही. गुणवत्ताधारक वस्तुंबाबत ग्राहकांचा विश्वास संपादन करता येतो.

२) वस्तुच्या दर्जामध्ये समानता प्राप्त करता येते :

कारखान्यामधून सर्वच वस्तुचा समान दर्जा निर्माण करता येतो. त्यामुळे विविध बाजारपेठातील ग्राहकांना समान गुणवत्तेच्या वस्तू उपलब्ध करुन देता येतात. त्यामुळे सर्वत्र समान किंमत प्रस्थापित करता येते.

३) कर्मचार्यांचे मनोबल वाढविता येते :

समग्र गुणवत्तेमुळे कर्मचार्यांचा आत्मविश्वास वाढतो. त्यांना समग्र गुणवत्तेबाबतची जबाबदारी समजते ती आपली बांधिलकी आहे. या भावनेने काम करतात चांगल्या गुणवत्तेबाबत कर्मचार्यांना शाबासकीची थाप दिली जाते. त्यामुळे त्यांचे मनोधैर्य वाढते.

४) संघटनेच्या नावलौकिकात वाढ होते :

गुणवत्तेच्या वस्तुंमुळे ग्राहक व बाजारामध्ये संघटनेची प्रतिमा उंचावते व नावलौकिकात भर पडते. त्याचा फायदा व्यावसायिकांना विविध उत्पादने विक्री करण्यासाठी होतो. उदा. टाटा, रिलायन्स, किर्लोस्कर, बजाज, गोदरेज इ.

५) स्पर्धेत प्रवेश करणे व टिकून राहणे शक्य होते :

समग्र गुणवत्तेच्या वस्तू निर्माण करुन उत्पादक नवीन बाजारपेठांमध्ये प्रवेश करु शकतात. चांगल्या दर्जाच्या वस्तुंना ग्राहकांकडून मागणी येते व ती टिकून राहते त्यामुळे समग्र गुणवत्ता उत्पादन पुरविणाऱ्या व्यावसायिक संघटना स्पर्धेमध्ये टिकून राहतात.

६) व्यावसायिकांना समग्र गुणवत्तेचे प्रमाणपत्र प्राप्त करता येते :

गुणवत्ता धारण करणाऱ्या व्यावसायिकांना ISI, ISO ही प्रमाणपत्रे मिळतात. त्यामुळे हे व्यावसायिक आपल्या वस्तुंची राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पातळीवर विक्री करु शकतात. मानांकन प्रमाणपत्र धारण करणारे व्यवसायिक स्पर्धेमध्ये दीर्घकालीन टिकाव धरु शकतात.

७) व्यवसायाची विक्री उलाढाल वाढते :

समग्र गुणवत्तेमुळे उत्पादित वस्तुंकडे ग्राहक आकर्षिले जातात. संभाव्य ग्राहकांची संख्या वाढते. बाजारपेठेतील हिस्सा वाढतो. विक्री वृद्धी होते त्यामुळे व्यावसायिकांच्या नफ्यात वाढ होते.

८) ग्राहकांचे समाधान करता येते :

आधुनिक विपणनाचे मुख्य उद्दिष्ट म्हणजे ग्राहकांचे अधिकाधिक समाधान करणे हे आहे. समग्र गुणवत्तेमुळे ग्राहकांच्या आवडीनिवडी आणि अपेक्षांप्रमाणे वस्तू व सेवा उपलब्ध करुन देता येतात. त्यामुळे ग्राहकांच्या समाधानात वाढ होते.

९) विविध घटकांना फायदे होतात :

समग्र गुणवत्तेमुळे व्यावसायिक संघटनांना नफा होतो. त्यामुळे संघटना कर्मचार्यांच्या वेतनात वाढ, त्यांना विविध सवलतींचा लाभ देणे, प्रशिक्षण देणे, अंतर्गत पऱ्यावरण विकसित करणे इ. कडे लक्ष पुरवितात. सभासदांना अधिक दराने लाभांश देतात. ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू वाजवी किंमतीला उपलब्ध करुन देतात. व्यवसायाच्या नफ्यात वाढ झाल्यामुळे ते अधिक कर भरणा करतात. त्यामुळे अशा व्यावसायिक संघटना सामाजिक विकासास हातभार लावतात.

१०) व्यवसायाच्या विस्तार आणि विकास करता येतो :

व्यवसायाच्या नफ्यात वाढ झाल्यामुळे नफ्याची रक्कम व्यवसायात गुंतवणूक करुन व्यवसायाचा विकास साधता येतो. ग्राहकांमध्ये गुणवत्तेची खात्री निर्माण झाल्यामुळे नावलौकिक प्राप्त व्यावसायिकांनी नवीन वस्तुचे उत्पादन करण्यापूर्वी त्यांच्या उत्पादनाला मागणी येते. उदा. टाटा, हिरो होंडा, ह्यूंडाई, बजाज, इ. च्या वाहनांना बाजारात सतत

मागणी आहे. त्यामुळे उत्पादनात वाढ, नाविण्य, विक्री, नफ्यात वाढ, दीर्घकाल टिकाव, नावलौकिक इ. मुळे व्यवसायाचा विकास व विस्तार होत आहे.

२.२.३ सिक्स सिग्मा

गुणवत्ता व्यवस्थापनामध्ये या तंत्राचा अवलंब केला जातो. या तंत्राद्वारे उत्पादन करणाऱ्या कारखान्यांमध्ये वस्तुची गुणवत्ता किंवा दर्जा विकसित केला जातो आणि उत्पादनांमध्ये वस्तुची गुणवत्ता किंवा दर्जा विकसित केला जातो आणि उत्पादनाचा खर्च कमी केला जातो. कामामधील चुका कमी करुन त्यांचे प्रमाण शून्य चूका (Zero Defect) पर्यंत आणले जाते. ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू वाजवी किंमतीला उपलब्ध करुन दिल्यास त्यांच्या समाधानामध्ये वाढ होते. स्पर्धेमध्ये प्रवेश करणे आणि टिकून राहणे, कंपनीला स्थैर्य प्राप्त करुन देणे. या साठी सिक्स सिग्मा महत्त्वाच्या आहेत. सुरुवातीला मोटोरोला कॉर्पोरेशन या कंपनीने या तंत्राचा अवलंब केला. परंतु आज अनेक कंपन्या या तंत्राचा वापर करीत आहेत. जपानमध्ये शून्य दोष (Zero Defect) ही संकल्पना उपयोगात आणली गेली परंतु आता व्यवस्थापनातील या नवीन तंत्रांचा सर्वत्र उपयोग केला जात आहे.

सिक्स सिग्मा दर्शविणारा तक्ता

अ.क्र.	सिग्मा पातळी	दहा लाख उत्पादनातील त्रुटींची संख्या
१	१.०	६,९०,०००
२	२.०	३,०८,५३७
३	३.०	६६,८०७
४	४.०	६,३१०
५	५.०	२३३
६	६.०	३.४

वरील तक्त्यामध्ये सिग्माच्या ६ पातळ्या दर्शविल्या आहेत. पातळी क्र. १ मध्ये त्रुटींची संख्या ६,९०,००० दर्शविली आहे. परंतु सिक्स सिग्मा या तंत्राचा अवलंब केल्यामुळे पातळी क्र. २ मध्ये त्रुटींची संख्या ३,०८,५३७ म्हणजेच ५०% नी कमी झाली आहे. तिसऱ्या पातळीमध्ये ती ६६,८०७, चौथ्या पातळीमध्ये ६,३१० पाचव्या पातळीमध्ये २३३ आणि शेवटच्या सहाव्या पातळीमध्ये ती केवळ ३.४ इतकी आहे. याचा अर्थ संपूर्ण कंपनीच्या एकूण कामकाजामध्ये असंख्य त्रुटी असतात. परंतु त्याकडे सातत्याने लक्ष देऊन त्यांचा पाठपुरावा केल्यास त्या चुका शून्यापर्यंत कमी करता येतात.

२.२.४ सहा वर्गपातळ्यातील पायऱ्या किंवा टप्पे :

१) प्रश्न निश्चित करणे :

उत्पादन प्रक्रियेमध्ये येणाऱ्या समस्यांचा शोध घेतला जातो. त्यामुळे वस्तू विकासासाठी नेमके काय करायचे आहे. याची निश्चित कल्पना येते. उत्पादन प्रक्रियेतील ही पहिली पायरी आहे.

२) मापन करणे :

उत्पादन प्रक्रियेमध्ये येणाऱ्या समस्यांचे मापन करणे ही दुसरी पायरी आहे. एखाद्या प्रश्नाकडे लक्ष दिल्यास किती फायदे होतील व दुर्लक्ष केल्यास किती नुकसान होईल याचा अंदाज घेतला जातो. त्यामुळे समस्यचे स्वरूप समजते. त्यामुळे समस्येकडे लक्ष वेधले जाते.

३) विश्लेषण करणे :

उत्पादन प्रक्रियेचा सखोल अभ्यास केला जातो. त्यामुळे वस्तुतील बारकावे समजतात. वस्तुमध्ये कोणत्या घटकांमध्ये सुधारणा करणे आवश्यक आहे. ते करणे शक्य असते. वस्तु विश्लेणण हा वस्तू मूल्यमापनाचा एक भाग आहे.

४) सुधारणा करणे :

उत्पादन प्रक्रियेमध्ये वस्तुमध्ये सर्व बाजूंनी विचार करता येतो. वेळ, श्रम आणि पैसा इ. मध्ये बचत करता येते व वस्तुमध्ये पूर्वीपेक्षा अधिक सुधारणा केली जाते.

५) नियंत्रण करणे :

उत्पादन प्रक्रियेमध्ये सातत्याने लक्ष दिल्यास किंवा नियंत्रण ठेवल्यास गुणवत्ता निर्माण करणे शक्य असते. उत्पादन प्रक्रियेमध्ये पुन्हा प्रश्न निर्माण होणार नाहीत याची काळजी घेता येते.

२.२.५ आय.एस.ओ. ९०००

आपल्या देशामध्ये जे दर्जेदार वस्तू उत्पादन केले जाते त्याला आय.एस.आय. (ISI) हा शिक्का दिला जातो. हे उत्पादन जागतिक पातळीवर विक्रीसाठी पाठविले जाते. परंतु आता जागतिकीकरणामध्ये आंतरराष्ट्रीय पातळीवर विविध देशांची उत्पादने विक्रीसाठी येतात. त्यांच्या दर्जामध्ये समानता यावी या उद्देशाने ISO हे मानांकन निश्चित करण्यात आले आहे. त्यासाठी आंतरराष्ट्रीय प्रमाण संघटनेची (International Standard Organisation) स्थापना करण्यात आली आहे. या संघटनेचे मुख्य कार्यालय स्वित्झर्लंड येथे आहे. या संस्थेमार्फत वस्तुची कसोट्यांआधारे तपासणी करुन, खात्री केली जाते व सदर वस्तुना आय.एस.ओ. (ISO) हे प्रमाणपत्र दिले जाते. हा दर्जा प्राप्त करणाऱ्या उत्पादकांना विविध देशात आपल्या वस्तू निऱ्यात करता येतात. वस्तुप्रमाणे सेवांना सुद्धा ISO मानांकन देण्यात येते. जागतिक पातळीवर आयात-निऱ्यात व्यवहारांमध्ये मोठ्या प्रमाणात वाढ

झालेली असल्यामुळे ISO या मानांकनाला विशेष महत्त्व आले आहे. ही मानांकने पुढीलप्रमाणे आहेत.

१) आय.एस.ओ. ९००० :

आंतरराष्ट्रीय पातळीवर व्यवसाय किंवा उद्योगाची स्थापना करताना आय.एस.ओ. ९००० हे प्रमाणपत्र आवश्यक असते. या गुणवत्तेच्या यादीमध्ये समाविष्ट असणाऱ्या व्यावसायिकानं या प्रमाणपत्राद्वारे आपल्या उत्पादित वस्तू किंवा सेवांची विक्री करता येते. तसेच हे प्रमाणपत्र महत्त्वाच्या कागदपत्रांवर छापता येते. हे मानांकन द्यायला १९८७ पासून सुरुवात झाली आहे. त्यामध्ये १९९४ आणि २००० मध्ये सुधारणा करण्यात आली आहे. विशिष्ट उत्पादनासाठी या मानांकनाचा उपयोग केला जातो. यामध्ये उत्पादन गुणवत्ता मार्गदर्शक सूचना अभिप्रेत असतात.

२) आय.एस.ओ. ९००१ :

हे मानांकन प्रमाणपत्र अभियांत्रिकी आणि बांधकाम क्षेत्रातील उत्पादने व व्यावसायासाठी दिली जातात. या क्षेत्रातील उत्पादनाची रचना आणि प्रकल्प उभारणी याबाबतचे, निकष यामध्ये समाविष्ट करण्यात आले आहेत. उदा. लार्सन अॅन्ड टुब्रे, सिडको, ए.सी.सी. सिमेंट कंपनी, बिर्ला सिमेंट इ. नी ही प्रमाणपत्रे प्राप्त केली आहेत.

३) आय.एस.ओ. ९००२ :

हे मानांकन प्रमाणपत्र प्रक्रिया उद्योग आणि शैक्षणिक सेवा संस्थांसाठी प्रदान केले जाते. संशोधन, प्रशिक्षण इ. संस्थांना सुद्धा या मानांकनामध्ये सहभागी करुन घेण्यात आले आहे. उदा. एअर इंडिया, इंडियन एअर लाईन्स, सेंट्रल रेल्वे, संगणक (अॅपल कंपनी) इ. नी अशी मानांकन प्रमाणपत्र प्राप्त केली आहे. जागतिकीकरणामध्ये देशातील महाविद्यालये, विद्यापीठे, शिक्षण संस्था, प्रशिक्षण संस्था इ. ना अशा प्रकारच्या प्रमाणपत्रांची आवश्यकता आहे.

४) आय.एस.ओ. ९००३ :

विविध उद्योग व व्यवसायांमध्ये उत्पादित होणाऱ्या वस्तू व सेवांची तपासणी करुन त्यांच्या उत्पादनाची व कामाची तपासणी करुन खात्री केली जाते त्यानंतर त्यांना हे प्रमाणपत्र दिले जाते.

५) आय.एस.ओ. ९००४ :

हे प्रमाणपत्र धारण करणाऱ्या व्यावसायिकांना आपल्या वस्तू आणि सेवांची विक्री युरोपियन बाजारपेठेत करता येते. थोडक्यात जागतिक पातळीवर वस्तुंची विक्री करण्यासाठी व जागतिक पातळीवर वस्तू व सेवांच्या गुणवत्तेमध्ये समानता प्राप्त व्हावी यासाठी आय.एस.ओ. प्रमाणपत्र ही प्रक्रिया केली जाते.

व्यावसायिकांनी प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थांकडे अर्ज केल्यानंतर ८ महिन्यामध्ये त्यांना एकूण गुणवत्ता व्यवस्थापनाचा अवलंब (TQM) करावा लागतो. आय.एस.ओ. संघटनेने प्रत्येक उत्पादनाबाबत किंवा सेवांबाबत जे निकष ठरवून दिले आहेत. त्यांची पूर्तता करुन ८ महिन्यात करायची असते. ती केल्यानंतर सदर व्यावसायिकाला काम मिळते. समग्र / एकूण गुणवत्ता विकास हा व्यवसाय विकासाचा मुख्य टप्पा पार पाडावा लागतो. प्रमाणपत्र प्राप्त झाल्यानंतर संघटना त्याचा आपल्या गरजेनुसार विचार करतात.

२.२.६ आय.एस.ओ. ९००० प्रमाणपत्र प्राप्त करण्याची प्रक्रिया :

१) आय.एस.ओ. प्रणित गटाची स्थापना करणे :

संघटनेमध्ये आय.एस.ओ. प्रक्रियेला सुरुवात करण्यापूर्वी एक कमिटी नेमावी लागते. ही कमिटी संघटनेमध्ये अस्तित्वात असलेल्या वस्तू व सेवांचे मूल्यमापन करुन त्यांचा दर्जा तपासून पाहते. त्यामुळे आय.एस.ओ. मानांकनासाठी आपल्याला कितपत प्रयत्न करावे लागणार आहे याचा अंदाज या गटाला येतो. या गटामध्ये संघटनेतील कर्मचार्यांना सामावून घेऊन आय.एस.ओ. वातावरणाची निर्मिती केली जाते.

२) गुणवत्ता विकसित करणे :

प्रचलित गुणवत्ता विकसित करण्याचा कार्यक्रम संघटनेमध्ये हाती घ्यावा लागतो. गुणवत्ता विकसित करण्यासाठी संघटना पातळीवर वस्तू विकसित कार्यक्रमा चे आयोजन करावे लागते. वस्तुची किंवा सेवांच्या गुणवत्तेची तपासणी करुन त्यातील उणिवा किंवा दोष शोधून त्यावर उपाययोजना केली जाते. उदा. वस्तुमध्ये नाविण्यता निर्माण करणे, ग्राहकांच्या आवडीनिवडीनुसार बदल करणे.

३) गुणवत्ता हमी कार्यक्रम आयोजित करणे :

एखाद्या वस्तुची गुणवत्ता निर्माण केल्यानंतर ती टिकविता आली पाहिजे. ग्राहकांना सतत दर्जेदार वस्तू व सेवा उपलब्ध करुन देण्याची हमी दिली पाहिजे. त्यासाठी आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे, कर्मचार्यांना प्रशिक्षण देणे, गुणवत्ता विकास कार्यक्रमाचे आयोजन करणे इ. कार्यक्रम संघटना पातळीवर राबविता येतात. त्यामुळे विशिष्ट उंचीपर्यंत गुणवत्ता आणता येते.

४) मार्गदर्शन करणे :

उत्पादित वस्तू आणि सेवांच्या गुणवत्तेबाबत कर्मचार्यांचा जवळचा संबंध असतो. म्हणून कर्मचार्यांना गुणवत्तेबाबत सतत सूचना देणे, मार्गदर्शन करणे, नवीन बदल समजावून देणे. या बाबी घडल्या पाहिजेत. उदा. नवीन कच्चा मालाबाबत, मालहाताळणी, सामग्री हाताळणी, यंत्रांची देखभाल व काळजी, मालाचे संवेष्टन, मुद्रिकरण, प्रमाणीकरण, प्रतवारी, संग्रहण इ. बाबत त्यांना योग्य माहिती दिल्यास व मार्गदर्शन केल्यास ते वस्तू आणि सेवांच्या गुणवत्तेसाठी प्रयत्न करतात व त्यांच्या या प्रक्रियेतील सहभाग वाढीस लागतो.

५) प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थेची निवड करणे :

व्यावसायिक संघटनेचे कामात गुणवत्ता मानांकन पातळीच्या जवळ आल्यावर त्यांना आय.एस.ओ. प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थेची माहिती गोळा करुन तिची निवड करावी लागते. अशा संस्था विदेशात कार्यरत असतात तर तिची शाखा कार्यालये किंवा एजन्सिज विविध देशात असतात. अशा संस्थांच्या कार्यालयाशी ऑनलाईन संपर्क करुन माहिती प्राप्त करता येते. अनेक संस्थांशी संपर्क साधून त्यापैकी योग्य त्या संस्थेची निवड करता येते. संघटनेच्या गुणवत्ता मानांकन प्राप्तीसाठी अशा संस्थाकडे विहित नमुन्यात अर्ज करता येतो. त्यासोबत आवश्यक ती कागदपत्रे (आर्थिक पत्रके) व योग्य फी पाठवावी लागते.

६) आढावा बैठकीचे आयोजन करणे :

आय.एस.ओ. प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थेच्या अधिकार्यांसोबत सभेचे आयोजन केले जाते. या सभेत हे अधिकारी संघटनेच्या अधिकार्यांना व कर्मचार्यांना गुणवत्तेबाबत माहिती देतात. हे प्रमाणपत्र प्राप्त करण्यासाठी कोणकोणते घटक किंवा बाबी आवश्यक आहेत. त्याची माहिती दिली जाते. त्यामुळे संघटनेतील कर्मचार्यांना कामाची दिशा व अंदाज घेता येतो व पुढील कामाची तयारी करता येते. तसेच संघटनेने गुणवत्ता मानांकनासाठी आतापर्यंत नेमके कोणते प्रयत्न केले आहेत. याचा अंदाज प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थेच्या अधिकार्यांना येतो.

७) प्राथमिक भेटीचे आयोजन करणे :

व्यावसायिक संघटनेला गुणवत्ता विकसित करण्यासाठी विशिष्ट कालावधी दिला जातो. त्यानंतर प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थेचे अधिकारी या संघटनेला भेट देऊन प्रत्यक्ष कामाची पाहणी करतात. कामामध्ये काही कमतरता किंवा दोष आढळण्यास त्यामध्ये सुधारणा केली जाते. अंतिम टप्पा गाठण्यासाठी आणखी किती सुधारणा करावी याबाबत अधिकारी मार्गदर्शन करतात.

८) मूल्यांकन भेट :

प्रमाणपत्र देणाऱ्या संस्थेचे अधिकारी किंवा समिती तज्ज्ञ संघटनेला भेट देऊन गुणवत्ता मानांकन कामाची तपासणी करतात. कामाचे स्वरूप अंतिम टप्प्यात असल्यास प्रमाणपत्राची व्यवस्था केली जाते. अन्यथा कामामध्ये अजूनही काही उणिवा असल्यास त्यामध्ये सुधारणा करण्यासाठी त्यांना कालावधी दिला जातो व कोणत्या सुधारणा करायच्या याबाबत मार्गदर्शन केले जाते.

९) प्रमाणपत्र वितरण करणे :

प्रमाणपत्र वितरण करणाऱ्या संस्थेच्या तज्ज्ञांनी संघटनेच्या सर्वांगीण कामाची पाहणी करुन, वस्तू व सेवांच्या गुणवत्तेबाबत संघटनेने सर्व निकष पूर्ण केले आहेत. याची खात्री करुन त्यांचे समाधान झाल्यास त्यांना ISO - 9000 : 2000 असे मानांकन प्रमाणपत्र दिले जाते. हे मानांकन त्या संघटनेच्या उत्पादनावर (संवेष्टनावर), मुद्रिकरणामध्ये, जाहिरातीमध्ये किंवा अहवाल व मासिकांच्या मुखपृष्ठावर वापरता येते.

१०) पाठपुरावा करणे :

संघटनेला मानांकन प्रमाणपत्र दिल्यानंतर संघटनेची गुणवत्ता कायम टिकावी यासाठी विशिष्ट कालावधीनंतर संघटनेच्या उत्पादन व सेवांची पाहणी केली जाते. जर त्यामध्ये काही त्रुटी दिसून आल्यास त्यामध्ये सुधारणा करण्याविषयी मार्गदर्शन केले जाते. साधारणपणे दर सहा महिन्यांनी अशी पाहणी केली जाते. गुणवत्ता संवर्धन करणे व त्यामध्ये सुधारणा करणे हा या पाठपुराव्याचा हेतू असतो. जर गुणवत्तेमध्ये घसरण झालेली आढळून आल्यास संघटनेचे मानांकन प्रमाणपत्र रद्द केले जाऊ शकते. अशी पाहणी करण्याचे अधिकार प्रमाणपत्र वितरण करणाऱ्या संस्था व त्यांच्या अधिकार्यांना (तज्ज्ञांना) असतात.

२.२.७ काईझेन

'काई' म्हणजे बदल 'झेन' म्हणजे अधिक चांगला. काईझेनचा थोडक्यात अर्थ म्हणजे सतत सुधारणा करत राहणे. लोकांचा दृष्टिकोन सकारात्मक बनविणे. आपल्याला भारत, अमेरिका, चीन, सिंगापूर इ. देशांच्या पुढे जायचे आहे म्हणून आपण सतत प्रगती केली पाहिजे. कामाच्या प्रत्येक टप्प्यावर विकसित बदल केल्यास वस्तुची गुणवत्ता विकसित होते. कोणतेही काम चांगले, सोपे, सहज, सुटसुटीत, कमी त्रासाचे, कमी श्रमात, कमी वेळेत, कमी खर्चात करण्याच्या दृष्टीने केलेला कोणताही बदल म्हणजे 'काईझेन' होय. कोणतीही गुंतवणूक न करता, खर्च न करता असे बदल अंमलात आणता आले पाहिजेत. काईझेन म्हणजे निरंतर सुधारणा अशा प्रकारे सातत्याने सुधारणा करुन शून्य दोष व्यवस्थापन पद्धतीचा टप्पा गाठायचा; या प्रक्रियेमध्ये संघटनेच्या अध्यक्षांपासून सर्वसाधारण कर्मचार्यांपर्यंत सर्वांना सामावून घेतले जाते. काईझेनच्या पुढील पायऱ्या म्हणून समग्र गुणवत्ता नियंत्रण, समग्र उत्पादन संवर्धन, केवळ वेळेवर या राबविल्या जातात. जपानमध्ये सातत्याने कामात सुधारणा करुन टप्प्याटप्प्याने शून्यदोषात जाणारी पद्धती ही काईझेनचे प्रतीक आहे.

काईझेनद्वारे आपल्याला सृजनशील बनता येते व आपण आपला स्वयंविकासास साधू शकतो. जपानी तज्ज्ञ ताईची ओनो यांच्या मते प्रत्येकाला आपल्या भावना-कल्पना प्रत्यक्ष साकार झालेल्या पाहण्यात व त्याची अंमलबजावणी झालेली पाहणे यामध्ये समाधान असते. काईझेन पद्धती मागची मूळ धारणा म्हणजे काम करणाऱ्या ठिकाणी प्रत्यक्षात काम करणारा कामगार हा उत्पादन प्रक्रियेशी संबंधित महत्त्वाचा घटक असतो. त्याच्या सहभागाशिवाय कामामध्ये सुधारणा होऊच शकत नाही. काईझेनचे मुख्य यश सहकार्यांवर व त्याच्या सहकार्यावरअवलंबून असते. आज प्रत्येक व्यावसायिक संघटनेला उत्पादनाची गुणवत्ता निर्माण करणे, ती टिकवणे, कामामध्ये सुधारणा करणे यासाठी काईझेनची गरज आहे. जागतिकीकरणामध्ये प्रवेश करताना वस्तुची गुणवत्ता आंतरराष्ट्रीय पातळीवर प्रमाणित करावी लागते. वस्तुच्या गुणवत्तेमध्ये विशिष्ट दर्जा निर्माण करण्यासाठी त्यामध्ये सातत्याने विकसित बदल केला पाहिजे. काईझेन असा बदल सतत करावा हेच आपल्याला सूचित करत आहे.

२.२.८ काईझेन कार्यक्रम पुढील तीन स्तरावर चालू असतो :

१) व्यवस्थापकीय पातळीवरील काईझेन :

काईझेन कार्यक्रमातील महत्त्वाचा घटक म्हणजे व्यवस्थापक होय. व्यवस्थापकांनी कर्मचार्यांना प्रेरणा देऊन त्यांच्यामध्ये धाडस निर्माण करुन उपलब्ध परिस्थितीमध्ये सुधारणा केली पाहिजे. व्यवस्थापकांनी वस्तुंची गुणवत्ता आणि कामाच्या परिस्थितीमध्ये विकसित बदल याकडे सातत्याने लक्ष दिले पाहिजे. त्यांच्यासमोर दूरदृष्टिकोन असायला हवा. सतत विकासाचा ध्यास व पाठपुरावा हवा. सुधारणांविषयी त्यांना अधिक माहिती व ज्ञान हवे ते त्यांनी सहकार्यांच्या मदतीने अंमलबजावणीमध्ये आणायचे असते.

२) गट किंवा समूहानुवर्ती काईझेन :

संघटनेतील कर्मचार्यांचे गट तयार करुन गटप्रेरणा, गटशैली याद्वारे कामामध्ये व वस्तुच्या गुणवत्तेमधये सुधारणा करता येते. संघटनेतील कर्मचार्यांचे लहान गट तयार करुन गटांना प्रेरणा देऊन त्यांच्याकडून काम चांगल्या पद्धतीने करुन घेता येते. दर्जा किंवा गुणवत्ता वर्तुळ वस्तुची गुणवत्ता निर्धारित करता येते व सुधारणा करता येते. समूहामध्ये व्यक्तिंना काम करण्याचे समाधान लागते. दर्जा वर्तुळामध्ये प्रत्येक कर्मचाऱ्याला कामामध्ये येणाऱ्या अडचणी समजावून घेऊन त्यावर उपाययोजना केली जाते.

३) व्यक्तिगत पातळीवरील काईझेन :

संघटनेतील प्रत्येक कर्मचाऱ्याला काईझेन कार्यक्रमामध्ये सहभागी करुन घेतले जाते. त्याला कामामध्ये प्रेरणा दिल्या जातात. काम कसे करावे याबाबत सूचना देऊन मार्गदर्शन केले जाते. नवीन तंत्राची कर्मचार्यांना माहिती व प्रशिक्षण देऊन त्याचा कामातील सहभाग वाढविता येतो. नवीन नवीन बाबी शिकण्यामध्ये त्यांना प्रोत्साहित केले जाते. त्यामुळे कर्मचाऱ्याच्या कौशल्यात वाढ होते, हीच कौशल्ये कामामध्ये सामावून घेता येतात व त्याचा संघटनेला फायदा घेता येतो.

२.२.९ काईझेन कार्यक्रमातील टप्पे किंवा पायऱ्या :

१) प्रार्थना :

कंपनीतील कामाच्या सुरुवातीला सर्व कर्मचार्यांनी एकत्र येऊन किंवा कामाच्या ठिकाणी प्रार्थना करावी यामध्ये कंपनीच्या गुणवत्ता धोरणाचे स्मरण करावे. योगा व व्यायाम करावा त्यामुळे कामाच्या ठिकाणी प्रसन्न वातावरण तयार होईल. कुलदैवताचे नामस्मरण केल्यामुळे त्या देवाचे आर्शिवाद आपल्या कार्याला मिळतील त्यामुळे दैनंदिन कामाची सुरुवात चांगली होईल.

२) सेईरी (सुनियोजन):

उत्पादनाच्या ठिकाणी कामासाठी आवश्यक असलेली सामग्री, यंत्रसामग्री, कच्चा माल इ. निश्चित करणे. अनावश्यक सामग्री बाजूला करणे, खराब सामग्रीची विल्हेवाट लावणे इ. ची नीट व्यवस्था करावी लागते यालाच कामाच्या ठिकाणी करावे लागणारे नियोजन असे म्हणतात.

३) सिटोन (सुव्यवस्था) :

कामाच्या ठिकाणी प्रत्येक कर्मचाऱ्याला लागणारी सामग्री योग्य त्या ठिकाणी उपलब्ध झाली पाहिजे. त्यासाठी आवश्यक सामग्री जागेवर ठेवणे व अनावश्यक सामग्री बाजूला करणे आवश्यक असते अशी व्यवस्था करणे होय.

४) सेईकेटस (नीगा, स्वच्छता):

कामाच्या ठिकाणी कर्मचार्यांनी स्वत:च्या आरोग्याची आणि यंत्रांची नीट काळजी घेतली पाहिजे. काम करताना आपले हात नेहमी स्वच्छ असावेत त्यामुळे मशीन खराब होणार नाही. मशीन तपासून घेऊन तिचे नट घट्ट आहेत काय? ग्रीस व ऑईल नीट केले आहे काय? मशीन चालू आहे का? मशीन चालू करण्यापूर्वी ते साफ करणे, मशीनची नीट काळजी घेणे, मशीनमध्ये काही बिघाड असल्यास मॅकॅनिकच्या निदर्शनास आणून देणे, चिट्ठी लिहून मशीनवर ठेवणे त्यामुळे त्यापुढील कर्मचारी मशीनची नीट काळजी घेतील.

५) शित्सुके (स्वयंशिस्त व प्रशिक्षण) :

संघटनेतील सर्व कर्मचार्यांना कामाबाबत शिस्त हवी असते. सर्वांसाठी समान नियम असतात. त्यासाठी सर्वांनी या नियमांचे पालन करायचे असते. कर्मचार्यांना शिस्त लागल्यास संघटनेमध्ये शिस्त निर्माण होते. नवीन तंत्रज्ञानाचे संघटनेमार्फत प्रशिक्षण दिले जाते. त्याचा कर्मचार्यांनी अवलंब करायचा असतो. व्यवस्थापन तज्ज्ञ हेन्री फेयॉल यांनी व्यवस्थापनाच्या १४ तत्त्वांमध्ये शिस्त या तत्त्वाला फारच महत्त्व दिले आहे.

२.३ सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन

आधुनिक उत्पादनामध्ये वस्तुंप्रमाणे सेवांच्या गुणवत्तेचा विचार करावा लागतो. ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या सेवा उपलब्ध करुन दिल्या तरच ते पुन्हा पुन्हा त्याच वस्तुची खरेदी करतात. त्यासाठी वस्तुंप्रमाणे सेवांचे उत्पादन आणि वितरण केले जाते. सुरुवातीला वाणिज्यामध्ये अनुषंगिक सेवांचा समावेश करण्यात आला. परंतु आधुनिक विपणनामध्ये प्रमाणीकरण, प्रतवारी, संवेष्टन, मुद्रिकरण, संगणक, बाजारपेठ संशोधन, विपणन माहिती पद्धती इ. सेवांचा अंतर्भाव आढळून येतो. सेवांची व्याप्ती वाढली असली तरी ग्राहकांना चांगल्या सेवा प्रदान कराव्या लागतात. जागतिकीकरणामुळे स्पर्धेचे प्रमाण वाढले आहे. त्यामुळे सेवांच्या गुणवत्तेला विशेष महत्त्व प्राप्त झाले आहे.

१) "सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन म्हणजे ग्राहकांना दिल्या जाणाऱ्या सेवांच्या दर्जात वाढ करणे होय."

२) "सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन म्हणजे वस्तुसोबत किंवा स्वतंत्रपणे ग्राहकांच्या ज्या सेवा पुरविल्या जातात त्यांच्या दर्जामध्ये सुधारणा करणे होय."

२.३.१ सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापनाचे महत्त्व आणि फायदे

१) ग्राहकांचे अधिकाधिक समाधान करता येते :

सेवांची गुणवत्ता विकसित करुन ग्राहकांच्या समाधानामध्ये वाढ करता येते. उदा. आराम गाडीच्या प्रवासाचा ग्राहकांना कंटाळा येत नाही. सातत्याने चालणाऱ्या मोबाईल सेवांचा ग्राहक मनमुराद आनंद लुटतात.

२) ग्राहक वृद्धी व संवर्धन करता येते :

"ग्राहकांचे समाधान हेच आमचे ध्येय" अशा प्रकारचे फलक दुकानांमध्ये लावलेले असतात. त्यानुसार ग्राहकांना चांगली सेवा दिल्यास ग्राहकांच्या संख्येत वाढ होते. दुकानातील विक्रेता ग्राहकांशी मधूर वाणीने बोलला तरी ग्राहक भारावून जातात. त्यामुळे ग्राहक वृद्धी आणि ग्राहक टिकाव करणे शक्य होते.

३) विक्री वृद्धी करता येते :

दर्जेदार सेवांद्वारे ग्राहकांना आकर्षून घेऊन विक्रीमध्ये वाढ करता येते. ग्राहक संख्येत वाढ, खरेदी शक्तीत वाढ इ. मुळे विक्रीत वाढ होते. त्यामुळे विक्रीत वाढ होऊन नफ्यामध्ये वाढ होते. थोडक्यात व्यावसायिकांनी सेवांची गुणवत्ता विकसित केल्यास त्यांचा फायदा होतो.

४) मौखिक जाहिरात केली जाते :

सेवांच्या गुणवत्तेत वाढ केल्यामुळे त्याबाबतची माहिती अनेक ग्राहकांना समजते. त्यामुळे मौखिक जाहिरात होते ही जाहिरात विनामूल्य होते.

५) व्यवसायाच्या नावलौकिकात वाढ होते :

चांगल्या गुणवत्तेच्या सेवा प्रदान केल्यामुळे ग्राहक समाधानी होतात. ग्राहक व बाजारसेवेमध्ये व्यवसायाची प्रतिमा चांगली दिसून येते. त्यामुळे व्यवसायाच्या नावलौकिकात भर पडते.

६) स्पर्धेत प्रवेश करता येतो व टिकून राहता येते :

जे व्यावसायिक ग्राहकांना चांगली सेवा उपलब्ध करुन देतात. त्यांना बाजारपेठेमध्ये सहजपणे प्रवेश करता येतो. तसेच मोठ्या स्पर्धेमध्ये टिकून राहता येते. मोठ्या व्यावसायिक संस्था राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय पातळीवर स्पर्धा करु शकतात.

२.३.२ सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन / सर्वव्हीकल

अमेरिकन विपणन तज्ञ वालेर जैथमल, ए. परशुरामन आणि लिनार्ड बेरी यांनी १९८८ मध्ये सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन प्रतिमान विकसित करून अंमलबजावणी केली.ग्राहकांनी अनुभवलेल्या सेवेच्या दर्जाचे मूल्यमापन करणे हा या प्रतिमानाचा उद्देश आहे.

सेवेचे विपणन हे वस्तूच्या विपणनापेक्षा अधिक आव्हानात्मक असते कारण सेवा या अमूर्त स्वरूपात असतात. सेवा दिसत नाहीत किंवा स्पर्शही करता येत नाहीत तर त्या फक्त जाणवतात किंवा ग्राहक त्यांचा अनुभव घेऊ शकतात म्हणून सेवेच्या दर्जाचे मूल्यमापन करणे व्यक्तिनिष्ठ असते तसेच ते संख्यात्मक नसते.

हे प्रतिमान प्रामुख्याने गुणात्मक विश्लेषण आहे. यात वितरकाकडून पुरविलेल्या सेवेतील उणिवा किंवा कमतरता शोधल्या जातात.या अर्थाने सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापनास आंतर विश्लेषण असेही म्हणतात. यात अपेक्षित गुणवत्ता आणि ग्राहकाने प्रत्यक्षात अनुभवलेली सेवेची गुणवत्ता यातील अंतर मोजले जाते. म्हणून ग्राहकाने सेवेचा घेतलेला अनुभव आणि ग्राहकाच्या अपेक्षा व समाधान यांची तुलना करण्यास हे प्रतिमान मदत करते. जर सेवेसंबंधीच्या अपेक्षा आणि प्रत्यक्ष घेतलेला अनुभव यात फरक असेल तर व्यवसाय संस्था सेवेची कामगिरी सुधारण्यासाठी विशिष्ट सुधारात्मक मानकांचा निर्णय घेऊ शकते.

जेव्हा सेवेच्या दर्जाच्या कामगिरीबद्दल अभ्यास आणि विश्लेषण करण्यात येते तेव्हा प्रामुख्याने असे आढळून येते की खालील दहा पैलू सेवेची गुणवत्ता वाढविण्यास मदत करतात. सामान्यपणे विश्वसनीयता, प्रतिसादात्मकता, क्षमता, संधी, शिष्टाचार संदेशवहन विश्वासार्हता, सुरक्षितता, ग्राहक ओळखणे आणि कर्मचारी आणि कार्यालयाचा दृष्टिकोन इ. म्हणून हे प्रतिमान स्पर्धात्मक वातावरणात टिकून राहण्यासाठी व्यवसाय संस्थेचे वस्तू व सेवेच्या करारासाठी नक्कीच उपयुक्त ठरते. तसेच या प्रतिमानामुळे पुरवलेल्या सेवेच्या दर्जातून ग्राहकास अधिकतम समाधान मिळवून देण्याबाबत व्यवसाय संस्था अधिक जागरूक असतात.

२.३.३ सेवांचा दर्जा सुधारण्यासाठी चे उपाय

उत्पादन हे मूर्त स्वरूपात असल्याने उत्पादनाच्या गुणवत्तेचे मोजमाप करण्यासाठीची मानके सोपी असतात. परंतु सेवा या अमूर्त स्वरूपात असल्याने सेवेच्या गुणवत्तेची मानके आव्हानात्मक असतात परंतु व्यवसायाने पुरविलेल्या सेवेच्या गुणवत्तेचे मोजमाप करून गुणवत्तेचा दर्जा सुधारून ग्राहकांना समाधान देण्यासंबधीचा निर्णय घेणे महत्त्वाचे असते.

सेवेची गुणवत्ता सुधारण्याचे उपाय पुढीलप्रमाणे

१. सेवेच्या गुणवत्तेचे मोजमाप करणे हे प्रथम कार्य आहे कारण मोजमाप केल्याशिवाय सुधारणा करणे अशक्य असते.

२. सेवेच्या गुणवत्तेचे संबंधीच्या ग्राहकाच्या अपेक्षा आणि वितरकांनी पुरविलेल्या सेवेची गुणवत्ता यातील अंतर मोजणे हे दुसरी पायरी आहे.

३. ग्राहकांच्या भेटी आणि सर्वेक्षणातून ग्राहकांच्या अपेक्षा समजून घेण्यासाठी प्रयत्न केले पाहिजेत हे ओळखणे.

४. ग्राहकांच्या अपेक्षा समजल्यानंतर व्यवसायाने सेवा गुणवत्ता प्रमाणके निर्माण केली पाहिजे.

५. सेवेच्या कामगिरीबद्दल कर्मचारी प्रशिक्षित असले पाहिजेत.

६. व्यवस्थापनाकडून कर्मचारी वर्गाकडून दिल्या जाणाऱ्या सेवांचे निरीक्षण झाले पाहिजे.

७. संस्थेने कुशल आणि हुशार कर्मचाऱ्यांची नेमणूक केली पाहिजे नेमणूक केली पाहिजे. त्यांची कार्यक्षमता टिकविण्यासाठी प्रयत्न करून प्रोत्साहन दिले पाहिजे.

८. ग्राहकांच्या समाधानाचा स्तर समजून घेण्यासाठी प्रभावी आणि तत्पर अभिप्राय यंत्रणा असली पाहिजे.

२.४ सारांश

कोणत्याही उत्पादनाची निर्मिती करताना त्याच्या गुणवत्तेकडे लक्ष द्यावे लागते. गुणवत्ताधारक वस्तुंना देशी आणि विदेशी बाजारपेठेत सतत मागणी असते. गुणवत्ता नियंत्रणासाठी उपलब्ध तंत्रांचा वापर करुन गुणवत्ता विकसित करता येते व निर्धारित करता येते. शून्य दोषरहित उत्पादन किंवा १००% अचूक उत्पादन करण्याकडे व्यावसायिकांनी लक्ष केंद्रित करण्याची गरज आहे. त्यासाठी समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापन ही संकल्पना कृतीत आणण्याची आवश्यकता आहे. आपल्या देशात समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापनामध्ये अनेक

अडचणी आहेत. त्यावर उपाययोजना करुन गुणवत्ता विकसित करता येते. जपानने समग्र गुणवत्ता ही संकल्पना विविध उद्योगांमध्ये रुजविली आहे.

गुणवत्ता विकसित करण्यासाठी आंतरराष्ट्रीय पातळीवर आय.एस.ओ. ९००० हे प्रमाणात आले आहे. त्यासाठी व्यावसायिकांना आय.एस.ओ. ऐवजी आय.एस.ओ. ९००० हे प्रमाणपत्र धारण करावे लागते. उत्पादनाची गुणवत्ता विकसित करण्यासाठी सिक्स सिग्मा हे तंत्र वापरुन चुका कमी करता येतात. अगदी १००% अचूक उत्पादनाचे उद्दिष्ट गाठता येते. काईझेन या तत्त्वप्रणालीचा अवलंब करुन उत्पादनामध्ये सतत सुधारणा करुन गुणवत्ता विकसित करता येते. तसेच १००% गुणवत्ता निर्धारण करता येते. ग्राहकांना चांगल्या सेवा प्रदान करुन ग्राहक वृद्धी, ग्राहक टिकाव आणि ग्राहक समाधान इ. बाबी शक्य होतात.

२.५ स्वाध्याय

प्र.१. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे द्या

१. गुणवत्तेचे पैलु विशद करा.

२. गुणवत्ता परिव्यचे प्रमुख प्रकारांबाबत माहिती लिहा.

३. गुणवत्ता वर्तुळाची वैशिष्ट्ये विशद करा.

४. समग्र गुणवत्ता व्यवस्थापन बाबत माहिती लिहा.

५. आय.एस.ओ. ९००० प्रमाणपत्र मिळवण्याची प्रक्रिया विशद करा.

प्र.२. टीप लिहा

१. आय.एस.ओ. ९०००

२. काईझेन

३. सेईरी

४. सेवा गुणवत्ता व्यवस्थापन

५. सिक्स सिग्मा

❖❖❖❖

३

भारतीय वित्तीय पद्धती

घटक रचना

३.0 उद्दिष्टे

३.१ प्रस्तावना

३.२ सेबी

३.३ पतनिर्धारण

३.४ सारांश

३.५ स्वाध्याय

३.0 उद्दिष्टे

- भारतातील भांडवल बाजाराच्या वर्तमान स्थितीचा अभ्यास करणे.
- भांडवल बाजाराचे ज्ञान प्राप्त करण्यासाठी विद्यार्थ्यांना प्रेरित करणे.
- प्राथमिक भाग विक्री बाबत माहिती मिळवणे.
- भारतीय पतमापन बाबत माहिती मिळवणे.

३.१ प्रस्तावना

वित्तीय बाजारालाच भांडवल बाजार असे म्हणतात. व्यावसायिक उपक्रमांना मोठ्या प्रमाणावर भांडवलाची आवश्यकता असते. साधारणपणे व्यवसायामध्ये स्थिर आणि खेळत्या स्वरूपाच्या भांडवलाची गुंतवणूक करावी लागते. व्यावसायिकांना स्वत: इतके मोठे भांडवल गोळा करणे शक्य होत नाही. त्यासाठी त्यांना भांडवल बाजारामार्फत भांडवल गोळा करावे लागते. भांडवल बाजारामार्फत कंपनीच्या भागांची व कर्जरोख्यांची विक्री करुन व्यवसायांना भांडवल पुरवठा करण्याचे कार्य भांडवल बाजारामार्फत केले जाते. त्यामुळे देशातील विविध उद्योगांना भांडवल पुरवठा केला जातो व देशाच्या आर्थिक आणि औद्योगिक विकासास हातभार लागतो. मोठ्या प्रमाणावरील खाजगी उद्योग, शासकीय उद्योग व सार्वजनिक उपक्रमांना भांडवल बाजारामार्फत कर्जे उपलब्ध करुन दिली जातात. त्यासाठी शासनाने स्वातंत्र्य प्राप्तीनंतर बँकांचे राष्ट्रीयकरण आणि अर्थसहाय्य करणाऱ्या संस्थांची स्थापना केलेली आहे. व्यावसायिक उपक्रमाची स्थापना, वृद्धी हे भांडवल पुरवठ्यावर अवलंबून आहे. म्हणून देशातील भांडवल बाजार देशाच्या आर्थिक आणि औद्योगिक विकासास हातभार लावणारा महत्त्वाचा दुवा ठरतो.

३.१.२ व्याख्या :

१) एस.सी. कुचल :

“उद्योगधंद्याच्या दीर्घकालीन भांडवली गरजा पूर्ण करण्यासाठी समाजातील बचती व ठेवी यांचा ओघ विविध मार्गांनी व पद्धतींनी उद्योगधंद्यांकडे वळविण्यासाठी विविध संस्था कार्य करत असतात त्या सर्वांना संयुक्तपणे भांडवलबाजार असे म्हणतात.”

२) हर्बर्ट ई. डुगल :

“खाजगी व शासकीय उद्योगांना किंवा व्यक्तिंना व्यवसायासाठी मध्यमकालीन आणि दीर्घकालीन निधी उपलब्ध करुन देणे व त्या व्यवसायांची अगोदरच थकित असलेली साधने हस्तांतरित करणाऱ्या यंत्रणेला भांडवल बाजार असे म्हणतात.”

३) एच.टी. परेख :

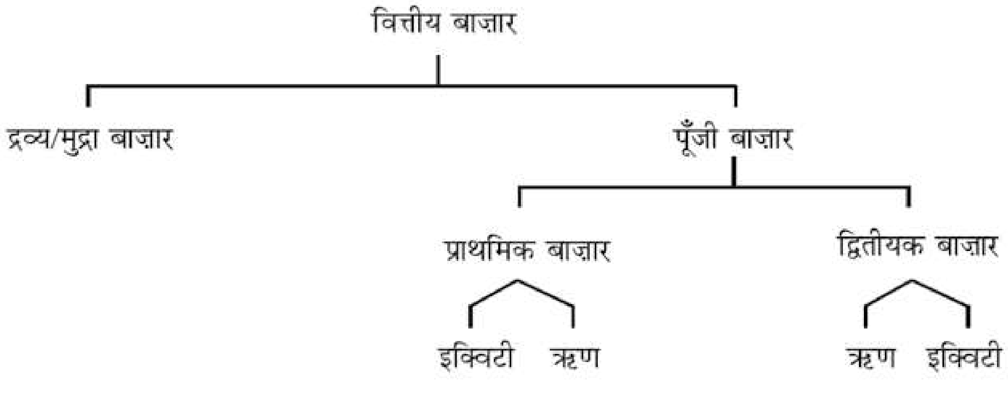
“भांडवल बाजार म्हणजे अशी यंत्रणा की ज्याद्वारे व्यवसायांना अल्पकालीन व दीर्घमुदतीचा कर्जपुरवठा करणाऱ्या व्यापारी औद्योगिक आणि शासकीय दस्तऐवजांचा समावेश केला जातो.”

४) के.एस. शर्मा :

“भांडवल बाजाराचा संबंध व्यवसायाला लागणाऱ्या दीर्घ मुदतीच्या निधीचा कर्जाची देवाण घेवाण केल्या जाणाऱ्या व्यवस्थेशी संबंधित आहे.”

५) “मध्यम व दीर्घकालीन स्वरूपाच्या कर्जाची देवाण घेवाण ज्या यंत्रणेमार्फत होते तिला भांडवल बाजार असे म्हणतात.”

३.१.३ भारतीय वित्तीय बाजार



भारतीय नाणे बाजार -

- वित्तीय व्यवस्थेच्या ज्या भागात अल्पकालीन निधींची देवाण-घेवाण होते, त्याला नाणे बाजार असे म्हणतात.

- नाणे बाजारात कर्ज व्यवहार 1 वर्षांपर्यंतच्या कालावधीसाठी होतात. मात्र, कृषीसाठी हा अल्प कालावधी 15 ते 18 महिन्यांपर्यंतचा असू शकतो.
- भारताच्या नाणे बाजारात असंघटित क्षेत्राचा तसेच, संघटित क्षेत्राचा समावेश होतो.
- असंघटित क्षेत्रात सावकार, सराफी पेढीवाले तसेच, बँकेतर वित्तीय संस्थांचा समावेश होतो.
- संघटित क्षेत्रात व्यापारी बँकांचा समावेश होतो. त्यांमध्ये सार्वजनिक क्षेत्रातील, खाजगी क्षेत्रातील, सहकारी क्षेत्रातील तसेच, परकीय बँकांचा समावेश होतो.

भारतीय भांडवल बाजार -

- वित्तीय व्यवस्थेच्या ज्या भागात मध्यम तसेच दीर्घकालीन निधींची देवाण-घेवाण होते, त्याला भांडवल बाजार असे म्हणतात.
- भांडवल बाजारात 1 वर्षापेक्षा अधिक कालावधीचे कर्ज व्यवहार होतात. साधारणत: 5 वर्षापर्यंतच्या कालावधीला मध्यमकालीन तर त्यापेक्षा जास्त 20-25 वर्षापर्यंतच्या कालावधीला दीर्घ-कालीन समजले जाते.
- भारतीय भांडवल बाजारात वित्त पुरवठा करणार्या व इतर वित्तीय सेवा प्रदान करणार्या संस्थांमध्ये खालील संस्थांचा समावेश होतो.

१. व्यापारी बँका

२. विकास वित्तीय संस्था. उदा. IFCI, IDBI, ICICI, SFCs, SIDCs, इ.

३. विकास कंपन्या - LIC आणि GIC.

४. मर्चंट बँका.

५. म्युचुअल फंड्स - UTI

६. पतदर्जा ठरविणार्या संस्था CRISIL, CARE, ICRA

तसेच, भांडवल बाजारात कर्ज घेणार्यांना (ऋणको) व कर्ज देणार्यांना (धनको) एकत्र आणणारे रोखे बाजार (Stock exchanges) व त्यातील दलाल महत्वाची भूमिका पार पाडतात.

भारतात बँक व्यवसायाचे अस्तित्व प्राचीन काळापासूनच असले तरी आधुनिक बँक-व्यवसाय मात्र ब्रिटिश काळापासूनच सुरू झाला

३.१.४ प्राथमिक बाजारपेठ

प्राथमिक भाग विक्री (IPO-Initial Public Offering) ही प्रक्रिया असून खासगी कंपनी नवीन आणि किंवा अस्तित्त्वात असलेल्या प्रतिभूती निवेशकांना याद्वारे जारी करते. खासगी कंपन्या मोठ्या प्रमाणात भांडवल जमा करण्यासाठी स्वत:ला सार्वजनिक

कंपनीमध्ये रूपांतरित करण्याचा निर्णय घेताना त्याबदल्यात प्रतिभूती देतात. तेंव्हा सर्वसामान्य निवेशकांना भाग वितरित करण्यासाठी त्याद्वारे प्राथमिक भाग विक्रीचा (IPO)अवलंब केला जातो. ही प्रक्रिया खूप क्लिष्ट असून भारतीय प्रतिभूती आणि विनिमय बोर्डद्वारे (Securities And Exchange Board of India-SEBI सेबी) नियंत्रित केली जाते.

३.१.५ संपुर्ण प्रक्रियेत खालील चरण समाविष्ट आहेत.

१. गुंतवणूक बँकेची नेमणूक: कंपनी एखाद्या अंडरराइटर किंवा गुंतवणूक बँकेची नियुक्ती करते आणि प्राथमिक भाग विक्री प्रक्रिया सुरू करते.ते बाजारात प्रतिभूती विक्रीसाठी सल्लागार म्हणून काम करतात. ते कंपनीच्या आर्थिक स्थितीचा अभ्यास करतात आणि कंपनी किती रक्कम जमा करू शकते याचा निर्णय घेतात. जारी केलेल्या प्रतिभूतींचे ते व्यवस्थापक असतात. प्रतिभूतींची विक्री करण्यातील कोणतीही जोखीम ते पत्करत नाहीत.

२. सेबीकडे नोंदणी: कंपनी सेबीकडे नोंदणी-निवेदन सादर करते ज्यात कंपनीच्या आर्थिक स्थिती आणि व्यवसाय योजनांचा तपशीलवार अहवाल समाविष्ट असतो. कंपनीस सर्व नियम आणि कायद्यांसह आवश्यक गरजा पूर्ण कराव्या लागतात आणि सर्वांचे समाधान करावे लागते .

३. माहितीपत्रकाची तयारीः अंडरराइटरच्या मदतीने कंपन्यांना माहितीपत्रक तयार करणे आवश्यक आहे. ज्यात कंपनीची सर्व माहिती, भविष्यातील योजना आणि अपेक्षित भाग किंमत श्रेणी याचा समावेश असतो.हे माहितीपत्रक संभाव्य गुंतवणूकदार ज्यांना भाग खरेदीत रस असतो अशांसाठी असते.

४. रोड शो: माहितीपत्रक तयार झाल्यानंतर अंडररायटर आणि कंपनीचे अधिकारी कंपनीची जाहिरात करण्यासाठी देशव्यापी रोड-शो करतात. आणि त्याद्वारे निवडलेल्या काही खासगी खरेदीदारांचा आणि संभाव्य गुंतवणूकदारांचा प्रतिसाद जाणून घेतात.

५. सेबीची मान्यताः सेबी कंपनीच्या नोंदणी विधानावर समाधानी असल्यास आयपीओ आणि निश्चित केलेल्या विक्री तारखेला परवानगी देते आणि आवश्यकता असल्यास त्यापूर्वी माहितीपत्रकात काही बदल सुचविते.

६. रोखेबाजाराची निवड (Selection of a stock exchange/s): कंपनीला जेथे इच्छित आहे त्या रोखेबाजाराची/बाजारांची निवड भाग विकण्यासाठी आणि रोखे सूचीबद्ध करण्याची आवश्यकता असते.

७. किंमत पट्टा आणि जारी करण्याची संख्या: सेबीच्या मंजुरीनंतर कंपनी अंडरराइटरच्या सहाय्याने विक्री करायच्या भागांच्या संख्येवर आणि किंमत पट्ट्यावर निर्णय घेते. समभाग दोन पद्धतीने जारी केला जाऊ शकतो -

१) स्थिर किंमत आयपीओ (Fixed Price IPO) - स्थिर किंमत पद्धतीत कंपनी समभागांची किंमत आणि विकल्या जाणाऱ्या भागांची संख्या ठरवते

२) बुक बिल्डिंग आयपीओ (Book Building IPO) - ही पद्धत कंपनीला भागांना मिळणारी अपेक्षित किंमत शोधण्यास मदत करते.यासाठी कंपनी किंमत पट्टा ठरवते आणि ती गुंतवणूकदारास त्या पट्ट्यादरम्यान ज्या भावात बोली लावण्याची इच्छा आहे ते निवडण्याचा पर्याय देते.

८. खरेदीसाठी सार्वजनिक उपलब्धता: माहितीपत्रकात नमूद केलेल्या तारखांना समभाग सार्वजनिक गुंतवणूकदारांना उपलब्ध केले जातात आणि गुंतवणूकदार स्थिर किंमत असल्यास आवेदनपत्र भरून आणि बुक बिल्डिंग असल्यास किंमत पट्टा भरून ते कंपनीकडे जमा कार्याला सांगतात.

९. विक्री किंमत आणि वाटप: अर्ज करण्याचा निश्चित कालावधी संपल्यानंतर, अंडररायटिंग बँकांच्या मदतीने कंपनी ज्यावर संभाव्य गुंतवणूकदारांना भाग विक्री करायचे आहेत ती किंमत ठरवते. सदरची किंमत थेट मागणी आणि बोली लावलेल्या किंमतीद्वारे निश्चित केली जाते. एकदा किंमत निश्चित झाल्यावर गुंतवणूकदारांनी बोली लावलेल्या किमतीवर आणि उपलब्ध समभाग संख्येवर समभागांचे वाटप केले जाते. भागांना जास्त मागणी असल्यास गुंतवणूकदारांना भाग वाटप केले जात नाही.

१०. समभागांची नोंद करणे: शेवटची पायरी म्हणजे रोखेबाजारात समभागांची नोंद करणे आवश्यक असते.

३.१.६ डिमटेरियालायझेशन

भाग आणि कर्जरोखे धारकांजवळ जी कागदपत्रे असतात ती दृश्य स्वरूपात असतात त्यामुळे ह्याद्वारे खरेदी विक्रीचे व्यवहार करणे सुलभ जाते. परंतु ती दृश्य स्वरूपात किंवा मूर्त स्वरूपात उपलब्ध होण्याऐवजी जर अमूर्त स्वरूपात उपलब्ध झाली तर त्याला डिमटेरियलाझेशन (अमूर्तीकरण) असे म्हणतात. याचा अर्थ या प्रमाणपत्राच्या नोंदी संस्थेकडे ठेवलेल्या असतात किंवा अशा प्रकारच्या नोंदी ठेवण्यासाठी भाग बाजारामध्ये स्वतंत्र यंत्रणा तयार करण्यात आलेली आहे. या यंत्रणेला डिपॉझिटरी किंवा गुंतवणूकीच्या नोंदी करणारी संस्था असे म्हणतात. जेव्हा गुंतवणूकदारांना ही प्रमाणपत्र कंपनीकडून उपलब्ध होतात. तेव्हा गुंतवणूकदार ही प्रमाणपत्र डिपॉझिटरी संस्थेकडे नोंदीसाठी देतात. या संस्थेमध्ये गुंतवणूकदारांचे स्वतंत्र खाते तयार केले जाते. या खात्यावर ही प्रमाणपत्रे किंवा त्यावरील रक्कम जमा केली जाते. ही नोंद डिपॉझिटरी संस्थेकडे जेव्हा केली जाते त्यावेळी प्रमाणपत्रांचे मूर्त स्वरूप बदलून त्यांना अमूर्त स्वरूप प्राप्त होते. त्यामुळे गुंतवणूकदार निश्चित राहतो व त्याला भविष्यात या नोंदीच्या सहाय्याने भाग किंवा कर्जरोख्यांची विक्री करणे सुलभ जाते.

३.१.७ अमूर्तीकरण प्रक्रिया

कोणत्याही व्यक्तीने कोणत्याही डिपॉझिटरी पार्टिसिपंटकडे (DP) डिमॅट खाते उघडले पाहिजे. डीपी गुंतवणूकदार आणि डिपॉझिटरी यांच्यात अभिकर्ता म्हणून काम करतो. प्रक्रिया खालीलप्रमाणे आहे:

१. त्याला/तिला ऑनलाइन डिमॅट खाते उघडण्याचा अर्ज भरावा लागेल आणि त्याला प्रमाणपत्र (ने) डीपीकडे समर्पण करावे लागेल. त्यानंतर डीपी हे, अर्ज आणि मूळ भाग प्रमाणपत्र आणि त्याच्या ओळखीच्या पुराव्यासाठी कागदपत्रे आणि पत्ता आणि स्वयं-साक्षांकित पासपोर्ट आकाराचा फोटो संबंधित निबंधकाकडे पाठवतो.

२. व्यक्तीला त्याच्या डीपी सोबत एक करार करावा लागेल ज्यामध्ये सर्व नियम आणि कायदे गुंतवणुकदार आणि डीपी दोघांनी पाळावेत असे लिहिलेले असेल. डीपी गुंतवणूकदाराला कराराची प्रत देतो.

३. करारावर स्वाक्षरी केल्यानंतर आणि कागदपत्रांची पडताळणी केल्यानंतर, सुमारे १५ दिवसांत व्यक्तीला त्याचा ऑनलाइन खाते क्रमांक मिळेल. याला बीओ आयडी म्हणून देखील ओळखले जाते जो लाभार्थी मालकाचा ओळख क्रमांक आहे. त्यांचे भविष्यातील सर्व व्यवहार या आयडीने केले जातील.

४. आर आणि टी अभिकर्ता जवळ भागांचे तपशील असतात. तो अर्जदाराच्या स्वाक्षरीने तपासतो आणि त्यावर प्रक्रिया करतो आणि कंपनी आणि एन एस डी एल ला याबद्दल माहिती देतो.

५. आर आणि टी अभिकर्त्याकडून सूचना मिळाल्यावर, एन एस डी एल किंवा सी डी ए एल भागधारकांच्या डिपॉझिटरी खात्यातील भाग डीपीकडे जमा करतात आणि त्यानुसार भागधारकांस कळवतात. ह्या प्रकियेस डीमॅट विनंती जमा केल्याच्या तारखेपासून ३० दिवसांपेक्षा जास्त वेळ लागू नये. शेवटी, गुंतवणूकदाराला त्याच्या/तिच्या डीपीद्वारे डिमॅट भाग मिळतात.

डीमॅट खाते असलेली व्यक्ती भाग बाजाराच्या जगात पाऊल ठेवू शकते आणि परस्पर निधी, भाग, कर्जरोखे, विमा, निवृत्ती योजना इत्यादींमध्ये पैसे गुंतवू शकते. बँक खात्याच्या विपरीत,डिमॅट खात्यासाठी सिक्युरिटीजची किमान शिल्लकीची संख्या गुंतवणूकदाराकस आवश्यक नसते.

३.१.८ भागपेढींची भूमिका

एनएसडीएल (NSDL) आणि सीडीएसएल (CDSL)

पूर्वी भाग अथवा भागांचा हिस्सा भौतिक प्रमाणपत्रांच्या रूपात जारी केला जात असे जेणेकरून की गुंतवणूकदाराला ते सुरक्षित ठेवण्याची आणि विक्रीनंतर खरेदीदाराकडे अग्रेषित करण्याची गरज होती. ही प्रक्रिया अत्यधिक वेळ घेणारी होती आणि ह्यामध्ये बनावट भागपत्रे आणि चुकीच्या हाताळणीची समस्या होती आणि त्यामुळेच

तंत्रज्ञानआधारित नवीन प्रणाली आणि भाग धारण व हस्तांतरणासाठी इलेक्ट्रॉनिक पद्धतीत समभाग आले आहेत.

समभाग धारण आणि हस्तांतरित करण्याच्या इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपाला प्रतिभूतींचे (securities) डिमटेरियलायझेशन (de-materialisation) म्हणतात. ही अशी प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे ठेवीदाराकडून भौतिक स्वरूपातील प्रमाणपत्रे घेतली जाऊन ती नष्ट केली जातात आणि त्याबदल्यात समतुल्य भागांची संख्या गुंतवणूकदाराच्या भागपेढी (depository account) खात्यात जमा केली जाते. भागपेढी ठेवीदारासाठी बँक म्हणून काम करते. ह्या भाग (shares), कर्जरोखे (Debentures), बंधपत्र (bonds),सरकारी प्रतिभूती (government securities) इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपामध्ये स्वीकारतात. अशा प्रकारे भागपेढ्या ठेवी गुंतवणूकदारांच्या प्रतिभूती स्वीकारून त्यांना सेवा प्रदान करतात.

भारतात दोन भागपेढ्या आहेत -१) नॅशनल सिक्युरिटीज डिपॉझिटरी लि.(एनएसडीएल) आणि २) सेंट्रल डिपॉझिटरी सर्व्हिस लि. (सीडीएसएल)

ह्या भागपेढ्या गुंतवणूकदारांना त्यांच्या सहभागीद्वारे त्यांच्या सेवा प्रदान करतात त्यांना भागपेढी सहभागी (Depository Participant-DP) म्हणतात.डीपी एक बँक, आर्थिक संस्था ,संरक्षक किंवा दलाल असू शकतो. ज्याप्रमाणे एखाद्या बँक सेवांचा लाभ घेण्यासाठी गुंतवणूकदार बँकेत खाते उघडतो त्याप्रमाणे भागपेढीचा लाभ घेण्यासाठी गुंतवणूकदार भागपेढी सहभागीसह भागपेढी खाते (depository account)उघडतो.

३.१.९ भागपेढीची कार्ये खालीलप्रमाणे आहेतः

१. **डिमटेरिअलायझेशन :** भागपेढीचे प्राथमिक कार्य म्हणजे बाजारामध्ये भौतिक स्वरूपातील प्रतिभूती कमीतकमी हाताळणे. सदरची क्रिया ही डिमटेरिअलायझेशनद्वारे साधली जाते.

२. **खाते हस्तांतरण:** भागपेढी ही खातेदाराच्या सर्व व्यवहाराच्या नोंदी ठेवते ज्यात व्यवहारांची पुर्तता आणि लाभार्थ्यांच्या खात्यात झालेल्या इतर व्यवहारांचा, हस्तांतरणांचा समावेश होतो.

३. **हस्तांतरण व नोंदणी:** हस्तांतरण म्हणजे जारीकर्त्याच्या मालकीहक्क नोंदीमध्ये झालेला कायदेशीर बदल होय. हस्तांतरण प्रभावित होण्यासाठी काही कायदेशीर पावले उचलली जातात जसे की, बदली, हस्तांतरण साधनाची अंमलबजावणी आणि मुद्रांक शुल्क पुर्तता इत्यादी.

४. **कॉर्पोरेट क्रिया:** भागपेढी दोन प्रकारे कॉर्पोरेट क्रिया हाताळू शकते. पहिल्या प्रकरणात, जारीकर्त्यास कॉर्पोरेट फायदे प्राप्त करण्यास पात्र असलेल्या व्यक्तींबद्दल ती केवळ माहिती प्रदान करते. अन्य बाबतीत, भागपेढी कॉर्पोरेट लाभाच्या वितरणाची जबाबदारी स्वतः घेते

५. **तारण व बोजा (Pledge and Hypothecation) :** भागपेढी कर्ज किंवा इतर उचल घेण्यासाठी प्रतिभूतींना तारण किंवा बोजा म्हणून ठेवण्यासाठी परवानगी देतात.

६. **वटणावळ प्रणालीतील दुवे (Linkages with clearing system):** भागपेढी हे रोखे बाजाराशी संलग्न असलेल्या वटणावळ प्रणालीतील दुवे आहेत जे विक्री किंवा खरेदी दलालांची दलाली निश्चित करण्याचे कार्य करतात.

३.२ भारतीय प्रतिभूती विनिमय मंडळ (सेबी)

देशातील उद्योगधंद्यांचा विकास हा त्या देशातील भांडवल बाजारावर अवलंबून आहे. तर भांडवल बाजारातील व्यवहारांची पारदर्शकता त्यावर ठेवल्या जाणाऱ्या नियंत्रणावर अवलंबून आहे. त्यासाठी १९८८ मध्ये भारतीय प्रतिभूती आणि विनिमय मंडळाची (सेबी) स्थापना करण्यात आली. या मंडळाला कायदेशीर अस्तित्व प्राप्त होण्यासाठी सेबी कायदा, १९९२ (SEBI ACT) पास करण्यात आला. या कायद्यातील तरतुदीनुसार सेबीच्या कामकाजाची नियमावली तयार करण्यात आली. या नियमावलीनुसार भांडवल बाजारातील व्यवहार सुरिळतपणे पार पाडणे, गुंतवणूकदारांच्या हिताचे संरक्षण करणे, प्रतिभूती, विनिमय व्यवहार, प्रतिभूतींची नोंदणी, डिपॉझिटरी, अमूर्तीकरण इ. नियम ठरवून दिलेले आहेत. त्यामुळे भांडवल बाजारातील व्यवहार सुरळीतपणे पार पाडण्यास मदत झालेली आहे. यापूर्वी गुंतवणूकदारांची मध्यस्थ दलालांकडुन मोठ्या प्रमाणावर फसवणूक केली जात असे. गुंतवणूकदारांच्या हिताचे संरक्षण केले जात नव्हते. त्यामुळे देशातील गुंतवणूक करणारा वर्ग भांडवल बाजाराकडे आकर्षिला जात नव्हता. परंतु सेबीची स्थापना झाल्यामुळे कंपन्यांच्या व्यवहारांवर नियंत्रण आले आहे. भागधारक व कर्जरोखेधारकांना चांगल्या कंपनीमध्ये गुंतवणूक करण्याची संधी उपलब्ध करुन देता आली. कंपनीतील आर्थिक व्यवहारांवर सेबी मार्फत नियंत्रण आल्यामुळे गुंतवणूकीला चालना मिळाली आहे. त्यामुळे भांडवल बाजारातील व्यवहार वाढण्यास मदत झालेली आहे. भांडवल बाजाराच्या विकासामध्ये ज्या अडचणी किंवा समस्या आहेत त्या दूर करण्याचे कार्य सेबीमार्फत केले जाते. त्यामुळे देशातील भांडवल बाजाराचा विकास करण्यासाठी सेबीचे महत्त्वाचे योगदान असल्याचे दिसून येते. म्हणून सेबी या संस्थेचा विकास करुन भांडवल बाजाराचा विकास करणे ही खरी गरज आहे. सेबीचे मुख्य कार्यालय मुंबई येथे आहे.

३.२.१ भारतीय प्रतिभूती विनिमय मंडळाची कार्ये (सेबीची कार्ये)

१) भांडवल बाजाराचा विकास घडवून आणणे :

भांडवल बाजारातील व्यवहारांवर नियंत्रण ठेऊन ते सुरिळतपणे पार पाडण्यासाठी सेबीची स्थापना करण्यात आलेली आहे. गुंतवणूकदारांना संरक्षण दिले तर ते भांडवल बाजारामध्ये मोठ्या प्रमाणावर गुंतवणूक करतील. देशातील वित्तपुरवठा करणाऱ्या संस्था मजबूत बनतील व त्याद्वारे उद्योगांना पुरेशा प्रमाणावर भांडवल पुरवठा केला जाईल. भांडवल बाजारातील व्यवहार नियंत्रित केल्यामुळे चांगल्या वातावरणाची निर्मिती होईल. दलालांना प्रशिक्षण देऊन भांडवल बाजारातील व्यवहारांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर वाढ करता येईल. अशा प्रकारे विविध उद्देश पार पाडून भांडवल बाजाराचा विकास करण्याचे कार्य सेबीने हाती घेतले आहे.

२) नियमावली तयार करणे व त्याची अंमलबजावणी तयार करणे :

भांडवल बाजारातील एकूण कामकाज कशा रितीने करणे आवश्यक आहे. याबाबत सेबीमार्फत नियमावली तयार करण्यात आलेली आहे. या नियमावलीची व्याप्ती गुंतवणूकदार, कंपन्या, म्युच्युअल फंड, दलाल व भांडवल बाजार इ. शी संबंधित आहे. त्यामुळे भांडवल बाजारातील अयोग्य व्यवहारांवर नियंत्रण आणले जाते व नियमाची काटेकोरपणे अंमलबजावणी केली जाते. त्यामुळे भांडवल बाजारातील व्यवहार सुलभतेने पार पाडण्यासाठी मदत झालेली आहे.

३) गुंतवणूकदारांना मार्गदर्शन करणे :

भांडवल बाजाराबाबत अनेक लोकांमध्ये शंका व गैरसमज आहेत त्यामुळे ते भांडवल बाजारामध्ये गुंतवणूक करण्यासाठी पुढे येत नाही. म्हणून सेबीमार्फत गुंतवणूकदारांना भांडवलबाजाराची माहिती दिली जाते. गुंतवणूकदारांना गुंतवणूकीबाबत जर काही शंका, अडचणी अगर तक्रारी असतील तर त्या दूर करण्याचा प्रयत्न सेबीमार्फत केला जातो. गुंतवणूकदारांना फायद्याच्या व सुरक्षित गुंतवणूका कोणत्या आहेत. याबाबत सल्ला दिला जातो. गुंतवणूकदारांची सेबीकडे काही माहिती मागविली असेल तर ती त्यांना उपलब्ध करुन दिली जाते.

४) गुंतवणूकदारांना प्रशिक्षण देणे :

गुंतवणूकदार वर्ग हा देशामध्ये सर्वत्र विखुरलेला आहे. ग्रामीण भागातील लोकांचे अज्ञान असल्यामुळे त्यांच्याकडून गुंतवणूकीला प्रोत्साहन दिले जात नाही. म्हणून गुंतवणूकदारांची अडचण लक्षात घेऊन त्यांना एकत्र करुन गुंतवणूकीबाबत प्रशिक्षण दिले जाते. यामध्ये त्यांना भांडवल बाजारातील गुंतवणूकीच्या विविध योजनांची माहिती दिली जाते. अशाप्रकारे प्रशिक्षण त्यांना मोफत उपलब्ध करुन दिले जाते.

५) समनिधीची नोंदणी करणे :

म्युच्युअल फंडांना समनिधी असे म्हणतात. उदा. युनिट ट्रस्ट ऑफ इंडिया, जीवन विमा निगम या संस्था समनिधीची कार्ये करतात. या संस्थांना भांडवल बाजारामध्ये निधी गोळा करण्याची परवानगी दिली जाते. त्यांची नोंदणी सेबीमार्फत केली जाते. नोंदणी करताना अशा फंडाना मार्गदर्शनाची आवश्यकता असते ते त्यांना उपलब्ध करुन देऊन अशा फंडाच्या कार्यावरनियंत्रण ठेवण्याचे काम सेबीमार्फत केले जाते. लहान बचतीद्वारे फायदा मिळवून देणे व धोका कमी करणे.

६) मर्चट बँकर्सच्या कामकाजावर नियंत्रण ठेवणे :

मर्चट बँकस हे भाग व कर्जरोख्यांची खरेदी विक्रीचे काम करतात. त्यामुळे भांडवल बाजारामध्ये मोठ्या प्रमाणावर भांडवलाची उलाढाल होते व हा पैसा उद्योगांना पुरविला जातो. मर्चट बँकर्सना दर सहा महिन्यांनी हिशेब सादर करण्याची सूचना करण्यात आलेली आहे व त्यांचे हे हिशेब तपासून पाहिले जातात. त्यांच्या व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवल्यामुळे भांडवल बाजारातील व्यवहारांवर नियंत्रण येते.

७) दलालांची नोंदणी करणे व त्याच्या कार्यावरनियंत्रण ठेवणे :

भागबाजारातील व्यवहारांमध्ये वाढ व्हावी यासाठी दलाल व उप-दलाल कार्ये करत असतात. त्यांना सेबीकडे नोंदणी करावी लागते. त्यांच्या कार्यावर सेबीमार्फत नियंत्रण ठेवले जाते. त्यामुळे दलालांकडून गुंतवणूकदारांची फसवणूक केली जात नाही. गैरव्यवहारांना आळा घालण्यात आला आहे. दलाल व उप-दलाल सेबीने ठरवून दिलेल्या नियमांचा अवलंब करुन आपले कार्य करतात.

८) कंपन्या व दुय्यम कंपन्यांच्या कार्याची नोंद घेणे व त्यावर नियंत्रण ठेवणे :

भागाबाजारामध्ये मोठया प्रमाणावर व्यवहार करण्यासाठी दोन कंपन्या एकत्र येतात व तिसऱ्या कंपनीची स्थापना करतात. या कंपनीच्या कामकाजावर नियंत्रण ठेवण्याचे काम सेबीला करावे लागते. या नवीन कंपनीकडून सर्व आर्थिक व्यवहार अचूक आणि पारदर्शक केले जातात किंवा नाही याची खात्री केली जाते. कारण नवीन कंपनीचे भाग व कर्जरोख्यांची विक्री करताना गुंतवणूकदारांची फसवणूक होण्याची शक्यता असते.

९) भागबाजारातील माहिती प्रसिद्ध करणे :

भागबाजारातील प्रतिभूतींच्या किंमतीमध्ये सतत चढउतार होत असतात. त्यामुळे जनतेची दिशाभूल होण्याची शक्यता असते. अशावेळी भागबाजाराचा अभ्यास करुन भाग बाजाराबाबतची अचूक माहिती जनतेला देण्यासाठी सेबी प्रयत्न करत असते. उदा. भागांच्या किंमतीबाबत वेळोवेळी माहिती प्रसिद्ध करणे. किंमतीमध्ये अचानकपणे चढउतार झाल्यास त्या बाबतची माहिती प्रसिद्ध केली जाते.

१०) भागबाजारातील व्यवहारांची तपासणी करणे :

भागबाजारातील व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी ते व्यवहार तपासून पाहण्याचे काम सेबीला करावे लागते. वेळच्या वेळी व्यवहार तपासून पाहिल्यामुळे व्यवहारातील चूका किंवा दोष समजतात व ते वेळीच दूर करणे सोईचे जाते. तसेच या व्यवहारांबाबत भागबाजाराला मार्गदर्शन केले जाते. त्यामुळे भागबाजारामध्ये व्यवहार अचूक व पारदर्शक होण्यास मदत झाली आहे.

११) केंद्र सरकारने सोपविलेली कार्ये करणे :

सेबीला केंद्र सरकारने जी कार्ये ठरवून दिलेली आहेत ती सर्व कार्ये करावी लागतात. आपल्या कामाचा अहवाल केंद्र सरकारकडे सादर करावा लागतो. कामातील दोष किंवा त्रुटी वेळेवर दूर कराव्या लागतात. केंद्र सरकारने मागविलेली माहिती वेळेवर उपलब्ध करुन द्यावी लागते. केंद्र सरकारच्या सूचनांचे पालन करावे लागते.

१२) गैरव्यवहारांना प्रतिबंध घालणे :

भागबाजारातील व्यवहारांची संख्या अधिक असल्यामुळे त्यापैकी काही व्यवहार बनावट होण्याची शक्यता असते. उदा. नक्कल केलेल्या सह्यांचा व्यवहारासाठी वापर करणे, भागांची चोरी करणे, अधिक रक्कमेची अपेक्षा करणे, व्यवहारांसाठी विलंब लावणे, चुकीच्या

नोंदी व हस्तांतरण करणे इ. अनेक प्रकारचे गैरव्यवहार केले जातात. परंतु सेबीमार्फत या गैरव्यवहारांना आळा घालता येतो. काही भागधारक मोठ्या प्रमाणावर भाग खरेदी करुन कंपनी ताब्यात घेण्याचा प्रयत्न करतात. स्वत: संचालक बनून कंपनीच्या निधीचा गैरफायदा घेतात. अशा बेकायदेशीर व्यवहारावर सेबी नियंत्रण ठेवण्याचा प्रयत्न करते.

१३) कंपन्याविषयी माहिती गोळा करणे :

ज्या कंपन्यांना भाग व कर्जरोख्यांची विक्री करावयाची आहे त्या कंपन्यांच्या आर्थिक व्यवहाराबाबतची सेबीमार्फत माहिती गोळा केली जाते व त्याबाबत खात्री केली जाते. शासकीय धोरणामध्ये बदल झाल्यामुळे गुंतवणूकीची काय स्थिती आहे. याचा अंदाज घेऊन त्याबाबत वस्तुस्थितीला अनुसरुन माहिती प्रसिद्ध केली जाते. त्यामुळे जनतेला कंपन्यांच्या पारदर्शक व्यवहारांची कल्पना येते. या माहितीच्या आधारे सेबी गुंतवणूकदारांना मार्गदर्शन करु शकते.

१४) कंपनीच्या एकत्रिकरणाचे नियमन करणे :

लहान कंपन्या एकत्र येऊन मोठ्या कंपनीची स्थापना करतात किंवा काही मोठ्या कंपन्या इतर कंपन्या विकत घेऊन नवीन कंपनीची स्थापना करतात. अशावेळी गुंतवणूकदारांचा नवीन कंपनीवर विश्वास बसण्याची आवश्यकता असते. जर सेबीने या कंपन्यांबाबतची माहिती गुंतवणूकदारांना दिली तर गुंतवणूकदार नवीन कंपनीमध्ये रक्कम गुंतवणूक करायला तयार होतात.

३.२.२ भारतीय प्रतिभूती विनिमय मंडळ आणि गुंतवणूकदारांचे हितरक्षण

आपल्या देशातील गुंतवणूकदार वर्ग हा संपूर्ण देशात विखुरलेला आहे. भाग खरेदी विक्रीची व्यवहार ते मध्यस्थ दलालांच्या मार्फत करतात. भागधारकांना भागबाजाराची परिपूर्ण माहिती नसल्यामुळे त्यांची फसवणूक होण्याची शक्यता असते. ग्रामीण भागातील, आर्थिकदृष्ट्या कमी उत्पन्न गटातील भागधारक लहान प्रमाणात भागांची खरेदी करतात. त्यांना या गुंतवणूकीपासून फारसा लाभ होत नाही व भागांची खरेदी विक्री केव्हा करावयाची याबाबतची माहिती त्यांना नीट समजत नाही. त्यामुळे त्यांना एकूण व्यवहारामध्ये फारसा आर्थिक लाभ होत नाही. परंतु अशा मोठ्या संख्येने असलेल्या भागधारकांचा कोठेतरी विचार होणे गरजेचे आहे. म्हणून सेबीने याबाबत लक्ष घातले आहे की, जेणेकरुन भागधारकांच्या शंका, गैरसमज, अडचणी व तक्रारी विचारात घेऊन त्या सोडविण्याचा प्रयत्न केला जातो. सेबीमार्फत भागधारकांना न्याय मिळवून दिला जातो व त्यांच्या हितसंबंधांचे रक्षण केले जाते.

१) भागधारकांना मार्गदर्शन करणे :

सेबी समनिधी, मर्चंट बँकर्स, भाग दलाल इ. च्या कार्यावरनियंत्रण ठेवतात. त्यामुळे त्यांच्या मार्फत पारदर्शक व्यवहार केले जातात. त्याचा फायदा गुंतवणूकदारांना होतो. सेबीमार्फत गुंतवणूकदारांना कंपन्यांच्या भाग विक्रीबाबतची माहिती प्रसारित केली जाते. मध्यस्थ दलालांच्या सर्व व्यवहारांवर सेबी नियंत्रण ठेवते त्यामुळे गुंतवणूकदारांच्या फसवणूकीला आळा बसला आहे. गुंतवणूकीबाबत गुंतवणूकदारांना योग्य मार्गदर्शन केले जाते.

२) गुंतवणूकदारांना वास्तव माहिती उपलब्ध करुन देणे :

ज्या कंपन्यांनी भागविक्रीसाठी भागबाजारामध्ये नोंदणी केलेली आहे. त्यांच्या व्यवहाराबाबतची माहिती जनतेला प्रसारित करण्याचे कार्य सेबी करत असते. त्यामुळे गुंतवणूकदारांना गुंतवणूकीबाबतचे सविस्तर ज्ञान उपलब्ध होते. अशा प्रकारची माहिती सेबीमार्फत उपलब्ध करुन ती गुंतवणूकदारांच्या अवलोकनासाठी ठेवली जाते. कंपन्या आणि गुंतवणूकदार यामध्ये मध्यस्थी व समन्वय घडवून आणण्याचे काम सेबी करते.

३) गुंतवणूकदारांच्या तक्रारी समजावून घेणे व त्या दूर करणे :

भाग व कर्जरोखे नोंदणी, हस्तांतरण, प्रमाणपत्र, व्याजाची रक्कम, मुद्दल रक्कम, निधीचा गैरवापर, लाभांशाची रक्कम वेळेवर न मिळणे, कंपनीच्या विसर्सनासमयी रक्कम वेळेवर न मिळवणे याबाबत गुंतवणूकदारांच्या तक्रारी असतात. या तक्रारी गोळा करुन कंपन्यांशी संपर्क साधून तक्रार निवारण केंद्र स्थापन केलेले आहे.

४) गुंतवणूकदारांना शिक्षण व प्रशिक्षण देणे :

गुंतवणूकदारांना भागबाजाराची माहिती व्हावी यासाठी त्यांना प्रसिद्धी माध्यमाद्वारे माहिती उपलब्ध करुन दिली जाते. उदा. वर्तमानपत्राद्वारे माहिती प्रसारित करणे भागबाजाराच्या माहिती प्रसिद्धीसाठी सेबीचे मार्केट रिव्ह्यू आणि सेबी न्यूज लेटर अशा प्रकारची दोन मासिक सुरु केलेली आहेत.

५) गुंतवणूकदारांचा सर्वे करणे :

सेबीमार्फत गुंतवणूकदार, गुंतवणूकीबाबत माहिती गोळा करुन गुंतवणूकीच्या संधी शोधून त्या गुंतवणूकदारांपर्यंत पोहचविण्याचा प्रयत्न केला जातो. अधिकाधिक आर्थिक लाभ मिळवून देणाऱ्या गुंतवणूकांबाबत माहिती दिली जाते.

३.२.३ भाग बाजार

भाग बाजाराला इंग्रजीमध्ये Stock Market असे म्हणतात. व्यवसायांच्या प्रतिभूतींची किंवा भाग व कर्जरोख्यांची ज्या ठिकाणी विक्री विनिमय केला जातो त्या ठिकाणाला भाग बाजार असे म्हणतात. इतर वस्तुंच्या बाजारपेठा स्थापन केल्या जातात त्याप्रमाणे भाग बाजारपेठेची स्थापना करण्यात आलेली आहे. तसेच सर्व व्यावसायिक किंवा कंपन्यांना आपल्या भाग व कर्जरोख्यांची विक्री करण्यासाठी एका विशिष्ट ठिकाणी येता येते. तसेच गुंतवणूकदारांना एकाच ठिकाणी एकत्र येऊन विविध कंपन्यांच्या आर्थिक व्यवहारांची माहिती समजावून घेऊन, विश्लेषण करुन, तुलनात्मक अभ्यास करुन कोणत्या व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करणे जास्त फायद्यांचे आहे अशा व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करता येते. तसेच गुंतवणूकारांना एखाद्या कंपनीचे भाग किंवा कर्जरोखे नको असतील तर ते कंपनीला परत करता येतात. काही लोक भाग व कर्जरोख्यांची खरेदी विक्री करण्याचे किंवा दलालीचे काम करतात. बाजारपेठेतील व्यवहार सुरिळतपणे पार पाडण्याचा प्रयत्न केला जातो. या बाजारामध्ये भाग घेणाऱ्या व्यवसायिकांना (कंपन्यांना) व गुंतवणूकदारांना या नियमांचे पालन करावे लागते.

३.२.४ व्याख्या :

१) १९५६ चा प्रतिभूती करार कायदा :

"भागबाजार ही व्यक्तिश्या नोंदवण्यात आलेली किंवा नोंदवण्यात न आलेली अशी एक संस्था आहे, की तिची स्थापना कंपनीच्या (संस्थांच्या) प्रतिभूतींची खरेदी विक्री करण्याच्या उद्देशाने व या व्यवहारांचे नियमन आणि नियंत्रण करण्यासाठी करण्यात आलेली आहे."

२) पाईल :

"भाग प्रतिभूतींच्या (भाग व कर्जरोखे) खरेदी विक्रीचे व्यवहार सुरळीतपणे पार पाडण्यासाठी खाजगी रितीने संघटित करण्यात आलेल्या बाजारपेठेला भाग बाजार असे म्हणतात."

३) हजबन्ड ॲन्ड डॉकरे :

"भाग बाजारामधये प्रतिभूतींचे जसे की, भाग कर्जरोखे आणि बॉण्डस्च्या खरेदी विक्रीचे व्यवहार होतात व त्यासाठी खरेदीदार, विक्रेते आणि प्रतिनिधी किंवा दलाल एकत्र येतात अशा ठिकाणाला भाग बाजार असे म्हणतात."

४) होस्टींग्ज :

"भाग बाजारामध्ये प्रतिभूतींचे जसे की, भाग कर्जरोखे आणि बॉण्ड्सच्या खरेदी विक्रीचे व्यवहार होतात व त्यासाठी खरेदीदार, विक्रेते आणि प्रतिनिधी किंवा दलाल एकत्र येतात अशा ठिकाणाला भाग बाजार असे म्हणतात."

३.२.५ भाग बाजाराची कार्ये

बाजारपेठ उपलब्ध देणे :

देशातील खाजगी, सरकारी व निमसरकारी संस्थांनी किंवा कंपन्यांना भाग व कर्जरोख्याची विक्री करण्यासाठी एक स्वतंत्र ठिकाण किंवा बाजारपेठ उपलब्ध करुन दिली जाते. अशी बाजारपेठ कायम स्वरूपी उपलब्ध करुन दिली जाते. ज्यांना या व्यवहारांमध्ये भाग घ्यावयाचा आहे त्यांना या बाजारपेठेमध्ये यावे लागते किंवा संपर्क ठेवावा लागतो.

२) प्रतिभूतींची नोंदणी करणे :

ज्या व्यवसायिकांना किंवा कंपन्यांना आपल्या प्रतिभूतींची विक्री करावयाची आहे. त्यांना प्रथम भागाबाजारामध्ये त्यांची नोंदणी करावी लागते. भाग बाजारातील नियमानुसार अशी नोंदणी केली जाते. भाग बाजारामार्फत संबंधित व्यवसायाच्या आर्थिक व्यवहारांची माहिती मिळवून त्याबाबतची खात्री केल्याशिवाय नोंदणी करता येत नाही. त्यानंतरच त्या कंपनीला भागबाजारामध्ये आपल्या प्रतिभूतींची विक्री करण्याची परवानगी दिली जाते. ही नोंदणी करण्यासाठी भागबाजार व्यवसायिकांना मदत करतात.

३) गुंतवणूकदारांना माहिती देणे :

ज्या कंपन्यांनी आपल्या प्रतिभूतींची भागाबाजारामध्ये नोंदणी केलेली आहे. त्यांची माहिती जनतेला दिली जाते. त्यामुळे ज्या गुंतवणूकदारांना विशिष्ट कंपनीचे भाग किंवा कर्जरोखे खरेदी करावयाचे आहेत. त्यांना भागबाजाराची संपर्क साधता येतो व भाग व कर्जरोखे खरेदी करणे सोईचे जाते.

४) नवीन व्यावसायिकांना मदत करणे :

नवीन व्यावसायिकांना भाग व कर्जरोख्यांची विक्री करुन भांडवल उभारणी कशी करावी याबाबत काहीही माहिती नसते. जनतेला सुद्धा या कंपनीविषयीची माहिती नसते. अशावेळी भागबाजार कंपनी व गुंतवणूकदार यामध्ये दुवा निर्माण करण्याचे कार्य करत असतात. नवीन कंपन्या भागबाजाराच्या मदतीने प्रतिभूतींची विक्री करुन भांडवल उभारणी करतात त्यांना या कामाचा भागबाजाराच्या सहाय्याने अनुभव प्राप्त होत असतो.

५) व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवणे :

भागबाजारामध्ये अनेक कंपन्यांचे भाग व कर्जरोखे विक्रीस ठेवलेले असतात तसेच असंख्य गुंतवणूकदार भाग व कर्जरोख्यांची खरेदी करतात या त्यांच्या सर्व व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवण्याचे व हे सर्व व्यवहार सुरिळतपणे पार पाडण्याचे काम भागाबाजारामार्फत केले. दलालांच्या व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवले जाते. त्यामुळे कंपनी आणि गुंतवणूकदार या दोघांच्याही हितसंबंधी जोपासना केली जाते.

६) कंपनीच्या व्यवहारावर नियंत्रण ठेवणे :

ज्या कंपन्या भागबाजारामध्ये प्रतिभूतींची विक्री करण्यासाठी नोंदणी करणार आहेत त्यांची अचूक माहिती व अचूक आर्थिक व्यवहार गुंतवणूकदारांना समजावेत यासाठी कंपनीच्या व्यवहारांची माहिती गोळा करुन ती गुंतवणूकदारांना देतात. त्यासाठी भागबाजाराला कंपनीच्या आर्थिक व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवावे लागते.

७) गुंतवणूकदारांना मार्गदर्शन व सल्ला देणे :

विविध कंपन्यांमध्ये गुंतवणूक करण्यासाठी गुंतवणूकदारांना आकर्षित करुन घ्यावे लागते. त्यासाठी त्यांना मार्गदर्शन करावे लागते व योग्य सल्ला देण्याची आवश्यकता असते. गुंतवणूकीबाबत त्यांच्या काही शंका, गैरसमज असतील तर ते दूर करावे लागतात. त्यांच्या काही तक्रारी असतील तर त्या निरसन कराव्या लागतात व गुंतवणूकदारांच्या हिताची जोपासना करावी लागते.

८) गुंतवणूकीला चालना देणे :

उद्योग व्यवसायांना भांडवल उभारणी करता यावी यासाठी गुंतवणूकदारांना प्रेरणा देण्याचे काम भांडवल बाजार करत असतो. अनेक गुंतवणूकदारांच्या सहाय्याने मोठ्या कंपन्यांना कोट्यावधी रूपयांचे भांडवल उभारणे शक्य होते. त्यामुळे देशातील गुंतवणूकीला चालना देण्याचे कार्य भाग बाजार करत असतात. गुंतवणूकदारांना चांगल्या कंपन्यांकडून अधिक

लाभांश, भागांना मागणी, दर्शनी मूल्यामध्ये वाढ अशा प्रकारचे लाभ दिसून आल्यास ते आपल्या गुंतवणूकीमध्ये वाढ करतात त्यामुळे व्यवसायांना मोठ्या प्रमाणावर भांडवल उपलब्ध होते.

९) औद्योगिक विकासाला चालना देणे :

देशातील विविध उपक्रमांची स्थापना, वृद्धी ही भांडवलाच्या उपलब्धतेवर अवलंबून आहे. ज्या उद्योगांना भाग बाजार भांडवल उभारणीसाठी उद्योजकांना मदत करत असतात. त्या क्षेत्रामध्ये उद्योग स्थापन करण्यासाठी अनेक उद्योजक पुढे येतात. त्यामुळे औद्योगिकरणाला चालना मिळते व उद्योगांचा विकास होतो. प्रत्येक नवीन व्यवसाय देशाच्या औद्योगिक विकासामध्ये मोलाची भर घालत असतात.

१०) देशाचा आर्थिक विकास करणे :

देशाच्या आर्थिक विकासामध्ये भाग बाजाराला विशेष स्थान आहे. भाग बाजारामुळे औद्योगिकीकरणाला वेग येतो. देशातील उत्पादनामध्ये वाढ होते. भांडवलाची निर्मिती करता येते. या भांडवलाचा उपयोग देशाच्या आर्थिक विकासासाठी करता येतो त्यामुळे देशाची अर्थव्यवस्था मजबूत बनते.

११) भांडवलाची निर्मिती करणे :

देशातील गुंतवणूकदारांच्या बचती कंपन्यांमध्ये गुंतविणे, त्यापासून उत्पादन करणे, त्याचा लाभ समाजाला देणे, व्यावसायिकांना नफा मिळवून देणे, नफ्याची पुर्नगुंतवणूक करुन व्यवसायाचा विकास साधणे. गुंतवणूकदारांना लाभांश व्याज रूपाने मोबदला देणे त्यांना गुंतवणूकीसाठी प्रोत्साहित करणे इ. बाबत भाग बाजारामार्फत भांडवलाची निर्मिती करण्याचे काम सातत्याने केले जाते.

१२) विदेशी कंपन्यांमध्ये भांडवल गुंतवणूक करणे :

विदेशातील ज्या कंपन्या आपल्या देशामध्ये स्थापन झालेल्या आहेत त्यामध्ये आपल्या देशातील गुंतवणूकदार गुंतवणूक करु शकतात. तसेच विदेशातील कंपन्यांमध्ये सुद्धा गुंतवणूक करता येते. जागतिक पातळीवर लंडन येथील बाजारपेठेमध्ये आपण कोणत्याही राष्ट्राच्या प्रतिभूतींची खरेदी विक्री करु शकतो.

१३) प्रतिभूतींचे मूल्यांकन करणे :

भागबाजारामार्फत प्रतिभूतींचे मूल्य सतत निर्देशित केले जाते. या मूल्याच्या आधारे गुंतवणूकदारांना प्रतिभूती बँकेत तारण ठेऊन कर्जाऊ रक्कम उपलब्ध करता येतात.

३.२.६ रोखे बाजारातील अंदाजक

अंदाजक (Speculators) रोखे बाजारातील प्रतिभूतींचे व्यापारी आहेत. ते नफा मिळविण्याच्या उद्देशाने प्रतिभूतींची खरेदी-विक्री करतात. ते गुंतवणूकदार नसतात. ते भविष्यात त्यांना नफ्याने विकता यावे या उद्देशाने प्रतिभूती खरेदी करतात. ते सहसा जास्त

कालावधीसाठी प्रतिभूती राखून ठेवत नाहीत. ते बाजारातील किंमतींच्या हालचालींशी अधिक संबंधित असतात.

प्रत्यक्षात,अंदाजक आणि गुंतवणूकदारमध्ये फारसा फरक नाही गुंतवणूकदार. प्रत्येक गुंतवणूकदार हाही काही प्रमाणात अंदाजाकच असतो जो प्रतिभूती भविष्यात अधिक किंमतीला विकण्याच्या आशेने खरेदी करत असतो . त्याचप्रमाणे, प्रत्येक अंदाजक हाही काही प्रमाणात गुंतवणूकदारच आहे कारण तो काही कालावधीसाठी प्रतिभूती अधिक किंमतीला विक्री होण्याच्या आशेने राखून ठेवतो अशा प्रकारे, दोघांमध्ये काही अंशी फरक आहे.

३.२.७ अंदाजकांचे प्रकार पुढील प्रमाणे

१. वळू (Bull): हा एक आशावादी अंदाजक आहे. तो तो ज्या प्रतिभूतींमध्ये व्यवहार करतो त्याच्या वाढीची अपेक्षा करतो. म्हणून तो भविष्यात जास्त किंमतीला विकण्याची आशा असलेल्या प्रतिभूती विकत घेतो आणि नफा मिळवतो. असे झाल्यास तो प्रतिभूती विकू शकतो. अशा प्रकारे त्याने वास्तविक प्रतिभूती हाताळणे आवश्यक नाही.

२. अस्वल (Bear): हा एक निराशावादी अंदाजक आहे जो विशिष्ट प्रकारच्या प्रतिभूतींच्या किंमतीत धारदार घसरणीची अपेक्षा करतो.आणि म्हणून तो भविष्यातील तारखेला विशिष्ट प्रतिभूतींच्या विक्री-करारामध्ये प्रवेश करतो आणि जर त्याच्या अपेक्षेप्रमाणे घसरण झाली तर त्याला किंमतीतील फरकाचा फायदा होतो.

३. बैल(Stag): हा वळू किंवा अस्वलाच्या तुलनेत तो गुंतवणूकदारांना सूचनावजा सल्ला देतो. तो फक्त त्या कंपन्यांच्या आयपीओसाठी अर्ज करतो ज्या लवकरात लवकर समभागांचे वाटप करून त्याना नफ्यावर विकण्याचे उद्दीष्ट बाळगतो.

४. लंगडा बदक (Lame Duck): जेव्हा अस्वल आपली वचनबद्धता ताबडतोब पूर्ण करू शकत नाही तेंव्हा त्याला लंगडा बदक म्हणून संबोधले जाते.

३.३ पतमापन / पतनिर्धारण

भागबाजारामध्ये अनेक गुंतवणूकदार भाग व कर्जरोखे खरेदी करत असतात. या गुंतवणूकदारांना व्यवहारांचे पुरेसे ज्ञान नसल्यामुळे दलालांकडून त्यांची फसवणूक केली जाते जसे की, ज्या भागांना किंवा कर्जरोख्यांना बाजारामध्ये मागणी नाही असे भाग किंवा कर्जरोखे खरेदी करण्याची त्यांना सक्ती केली जाते. बाजारामध्ये तेजी आहे असे भासवून भाग अधिक किंमतीला विक्री केली जाते. अशा कंपन्यांकडून त्यांना पुरेशा प्रमाणावर मोबदला दिला जात नाही. त्यामुळे गुंतवणूकदारांचे मोठ्या प्रमाणावर आर्थिक नुकसान होते. भाग बाजारातील व्यवहारामध्ये मोठ्या प्रमाणात वाढ झाल्यामुळे गैरव्यवहारांचे प्रमाण वाढत चालले आहे. गुंतवणूकदारांना संरक्षण दिले तरच भांडवल बाजारामध्ये पैशाचा ओघ येईल म्हणून पतश्रेणी ही संकल्पना अस्तित्वात आलेली आहे की ज्यामुळे व्यवसायांची आर्थिक कसोट्यांच्या आधारे छाणनी करुन त्यांच्या आर्थिक व्यवहारांना श्रेणी किंवा दर्जा दिला जातो. हाद र्जा पाहून गुंतवणूकदारांना त्या व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करावी किंवा करु नये याबाबतचा निर्णय घेता येतो.

३.३.१ अर्थ आणि व्याख्या :

पतमापन किंवा पतनिर्धारण ही संकल्पना व्यवसायाच्या आर्थिक व्यवहारांशी संबंधित आहे, की ज्यामुळे व्यवसायाची पतश्रेणी निश्चित केली जाते. ही पतश्रेणी जितकी उच्च दर्जाची आहे. तितकी त्या व्यवसायामध्ये केलेली गुंतवणूक सुरक्षित आहे असे समजले जाते.

१. “पतमापन म्हणजे विशिष्ट देयतेच्या बाबतीत ऋणकोच्या समक्षतेचे सद्य स्थितीतील मुल्यमापन होय.” उदा. एखादी कंपनी कर्जरोख्यांची विक्री करणार असेल तर कर्जरोख्यांवरील व्याज वेळच्यावेळी देणे आणि मुद्दलाची मुदती अखेर परतफेड करणे हे त्या व्यवसायाला कितपत शक्य आहे. त्यावरुन पतनिर्धारण दर्जा निश्चित केला जातो. कर्ज रोख्यांच्या बाबतीत हाद र्जा जितका उच्च आहे. तितकी त्या कर्जरोख्यातील गुंतवणूक अधिक सुरक्षित समजावी. परंतु हा पतमापन दर्जा त्या व्यवसायाच्या बाबतीत विशिष्ट कालावधीपुरता मऱ्यादित समजला पाहिजे.

२. “सुरक्षितता आणि लाभदायता या दोन घटकांच्या आधारे व्यावसायिक गुंतवणूकदारांना आपल्या आर्थिक पतव्यवहारांची हमी देत असते. अशा निर्धारित कसोट्यांच्या आधारे जी श्रेणी निश्चित केली जाते तिला पतमापन किंवा पतनिर्धारण श्रेणी असे म्हणतात.”

३.३.२ पतमापन निर्धारणाचे महत्त्व, आवश्यकता आणि फायदे

सर्वात प्रथम अमेरिकेमध्ये पतनिर्धारणास १८४० मध्ये सुरुवात झाली. आपल्या देशात १९८७ पासून पतनिर्धारण करण्यास सुरुवात झालेली आहे. १९९६ सालापासून सार्वजनिक व खाजगी क्षेत्रातील कंपन्यांनी पतनिर्धारणा केलेले आहे. भाग व कर्जरोख्यांची विक्री करण्याचे काम बँका करु लागल्या आहेत. त्यामुळे बँका सुद्धा आपले पतनिर्धारण करु लागल्या आहेत. पतनिर्धारण करणाऱ्या संस्था आणि गुंतवणूकदार यांना पुढीलप्रमाणे फायदे झालेले आहेत.

१) भांडवल उभारणी करणे सोईचे जाते :

ज्या कंपन्यांना किंवा व्यावसायिकांना भांडवल उभारणी करावयाची आहे. असे व्यावसायिक आपल्या व्यवसायाची पतछाणणी करुन पतश्रेणी प्राप्त करतात. ही पतश्रेणी जाहीर करुन व्यवसायांना गुंतवणूकदारांकडून मोठ्या प्रमाणावर भांडवल उभारणी करणे शक्य होते. ज्या व्यवसायांची पतश्रेणी उच्च दर्जाची आहे अशा व्यवसायांना मोठ्या प्रमाणावर आणि जलद गतीने भांडवलाची उभारणी करणे शक्य होते. भांडवल बाजारामध्ये अशा कंपन्यांचे लौकिकमूल्य अधिक असते.

२) गुंतवणूकदारांना गुंतवणूकीबाबत मार्गदर्शन लाभते :

ज्या गुंतवणूकदारांना व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करावयाची आहे. त्यांना विविध व्यवसायांची पतश्रेणी पाहून आपली गुंतवणूक सुरक्षित आणि लाभदायक आहे की नाही याबाबत खात्री करता येते. तसेच भागदलालांकडून किंवा तज्ज्ञांचा सल्ला घेता येतो व योग्य व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करणे सोईचे जाते. बँकांचे व्याजाचे दर कमी असल्यामुळे

गुंतवणूकदार खात्रीशीर व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करायला तयार असतात. अशावेळी त्यांना पतनिर्धारण मार्गदर्शक ठरते.

३) गैरव्यवहारांना आळा घातला जातो :

पतनिर्धारण करुन घेणाऱ्या कंपन्या आपल्या आर्थिक व्यवहारांची गुंतवणूकदारांना खात्री देत असतात. त्यामुळे पतनिर्धारण करणारे व्यावसायिक आणि गुंतवणूकदार यामध्ये मेळ घातला जातो. समन्वय साधला जातो की त्यामुळे भागबाजारातील गैरव्यवहारांवर नियंत्रण ठेवले जाते.

४) गुंतवणूकदारांचे हितसंबंध सुरक्षित राहतात :

गुंतवणूकदार व्यवसायांच्या पतनिर्धारणाची खात्री करुन गुंतवणूकीचा निर्णय घेत असतात. त्यामुळे त्यांची गुंतवणूक सुरक्षित राहते. त्यांना त्या गुंतवणूकीपासून जास्ती जास्त लाभ मिळतो व आपली रक्कम परत मिळण्याची खात्री असते. त्यामुळे गुंतवणूकदारांना कोणत्याही प्रकारे आर्थिक धोके सहन करावे लागत नाही.

५) व्यवसायाच्या नावलौकिकामध्ये भर पडते :

ज्या व्यवसायांनी उच्च पतश्रेणी प्राप्त केलेली आहे. अशा व्यवसायांना भांडवल बाजारामध्ये चांगली पत प्राप्त होते. त्याद्वारे व्यावसायिक मोठ्या प्रमाणावर भांडवल निर्मिती करु शकतात. ज्या व्यवसायांना मोठ्या प्रमाणावर भांडवलाची आवश्यकता आहे असे व्यावसायिक पुरेशा प्रमाणावर भांडवल उभारणी करु शकतात.

६) व्यावसायिकांना भांडवल उभारणीची खात्री मिळते :

पतनिर्धारण करणारे व्यवसाय आपल्या पतनिर्धारणाचा दर्जा जाहीर करतात त्यामुळे जनतेला पतनिर्धारणाची माहिती मिळते व असंख्य गुंतवणूकदार सदर व्यवसायामध्ये गुंतवणूक करण्यास तयार होतात. गुंतवणूकदारांना विनामोबदला अशा प्रकारची माहिती उपलब्ध होते. त्यामुळे त्यांच्याकडून गुंतवणूकीबाबत चांगले प्रोत्साहन लाभते.

७) कमी खर्चाद्वारे जलद गतीने भांडवल उभारणी करता येते :

व्यवसायांच्या पतदर्जाची माहिती जनतेला समजल्याबरोबर लोक चांगल्या कंपन्यामध्ये गुंतवणूक करायला तयार होतात. कंपन्यांना इतर प्रयत्न न करता, मोठ्या प्रमाणावर खर्च न करता कमी कालावधीमध्ये मोठ्या प्रमाणावर भांडवल उभारणी करता येते.

८) व्यवसायांची पारदर्शकता व कार्यक्षमता सुधारते :

मोठ्या प्रमाणावर भांडवल उभारणी करण्यासाठी व्यवसायांना आपल्या व्यवहारांची यथार्थ मांडणी करावी लागते की ज्या आर्थिक व्यवहारांवर जनतेचा विश्वास बसतो. सातत्याने पतश्रेणी मिळविताना व्यवसायांच्या कार्यक्षमतेमध्ये वाढ होत असते. व्यावसायिक उच्च पतश्रेणीसाठी सातत्याने परिश्रम करत असतात.

३.३.३ पतमापन उपलब्ध करुन देण्याऱ्या संस्था :

अ) भारतीय पतमापन आणि माहिती सेवा मऱ्यादित :

भारतामध्ये पतनिर्धारणास १९८७ पासून सुरुात झाली. त्यासाठी देशात पतमोजणी करणाऱ्या संस्था स्थापन करण्यात आल्या त्यामध्ये क्रिसील (CRISIL), ही पहिली संस्था होय. या संस्थेची स्थापना १९८८ साली झाली. या संस्थेचे मुख्य काऱ्यालय मुंबई येथे आहे. या संस्थेची स्थापना भारतीय औद्योगिक पत आणि गुंतवणूक महामंडळ (ICICI), जीवन विमा निगम (LIC), युनिट ट्रस्ट ऑफ इंडिया (UTI), सामान्य विमा निगम (GSLI), भारतीय स्टेट बँक ऑफ इंडिया आणि इतर वित्तीय संस्थांनी केलेली आहे. पतमापन करुन घेणाऱ्या व्यावसायिकांना पतश्रेणी उपलब्ध करुन देणे व गुंतवणूकदारांना योग्य मार्गदर्शन करणे या उद्देशाने क्रिसीलची स्थापना करण्यात आलेली आहे. व्यवसायांच्या आर्थिक व्यवहारांची वास्तव छाणणी करुन त्यांना प्रमाणपत्र दिले जाते. ही पतश्रेणी जाहीर करुन कंपन्या भांडवलाची उभारणी करु शकतात, क्रिसील खाजगी आणि सार्वजनिक क्षेत्रातील व्यावसायिकांना पतमापनाची सेवा उपलब्ध करुन देतात. पतमापनाबाबत शासन, बँका, वित्तपुरवठा संस्था, व्यावसायिक व गुंतवणूकदार यांना सल्ला देतात. या संस्थेमध्ये सल्ला देण्यासाठी तज्ज्ञांची नेमणूक केलेली असते.

क्रिसीलद्वारे केलेले पतमापन मुदत ठेवी, कर्जरोखे, अग्रहक्क भाग, व्यापारी पत्रे इ. साधनांपुरते मऱ्यादित आहे. क्रिसील कंपनीच्या इतर काऱ्याचे मूल्यमापन करत नाही. पतमापन हे ऐच्छिक आहे तसेच ते प्रसिद्ध करणे हे सुद्धा ऐच्छिक आहे. शक्यतो कंपन्या अनुकूल पतमापन प्रसिद्ध करतात. जर एखाद्या कंपनीचे पतश्रेणी प्रसिद्ध केली नसेल तर गुंतवणूकदारांने मागणी केल्यास क्रिसीलने पतश्रेणी उपलब्ध करुन द्यावी लागते. ज्या कंपन्यांना भागबाजारामार्फत भांडवल उभारणी करावयाची आहे अशा व्यवसायांना पतश्रेणी जाहीर करणे बंधनकारक आहे. तसेच १९९३ च्या नवीन कंपनी कायद्यानुसार जनतेकडून ठेवी स्वीकारणाऱ्या कंपन्यांना क्रिसील कडून पतमापन करुन घेऊन ते प्रसिद्ध करणे बंधनकारक केलेले आहे.

पतमापन पत्रातील घटक :

१. संचालक मंडळाच्या वार्षिक अहवाल

२. व्यवसायाचे स्वरूप

३. व्यवस्थापनातील महत्त्वाची पदे

४. भाग रचना

५. सामान्य भाग नोंदी

६. आर्थिक विवरण पत्रकांचे विश्लेषण आणि अथबोधन

७. महत्त्वाचे आर्थिक अनुपात

८. जमाखर्चाची पद्धत

९. ताळेबंदाची स्थिती

१०. यंत्ररचनेचे स्थान

११. कच्च्या मालाचा वापर

१२. स्पर्धकांविषयी माहिती

१३. कर्जपुरवठा करणाऱ्या संस्था

पतश्रेणीतील चिन्हे / प्रतीके (Credit Rating Symbols) :

अ) कर्जरोखे (Debenture) :

i. AAA : सर्वाधिक सुरक्षितता

ii. AA : उच्च पातळीची सुरक्षितता

iii. A : पुरेशा पातळीची सुरक्षितता

iv. BBB : माफक सुरक्षितता

v. BB : अपुरी सुरक्षितता

vi. B : अधिक धोका

vii. C : पुरेसा धोका

viii. D : थकित

ब) मुदत ठेवी (Fixed Deposit) :

i. FAAA : सर्वाधिक सुरक्षितता

ii. FAA : उच्च पातळीची सुरक्षितता

iii. FA : पुरेशा पातळीची सुरक्षितता

iv. FB : अपुरी सुरक्षितता

v. FC : उच्च धोका

vi. FD : थकित

गुंतवणूकदार गुंतवणूक करण्यापूर्वी वरील क्रमाने श्रेणी पाहतात व त्यानुसार अधिक सुरक्षितता व लाभदायकता विचारात घेऊन गुंतवणूक करण्याचा निर्णय घेतात. सुरक्षित पतश्रेणीला चांगला प्रतिसाद मिळतो. याउलट धोक्याच्या पतश्रेणीमध्ये गुंतवणूक केली जात नाही व अशा पतश्रेणी जाहीर केल्या जात नाहीत. अग्रहक्क भागांसाठी A अथवा B च्या अगोदर PF या सांकेतिक चिन्हाचा वापर करतात.

ब) भारतीय गुंतवणूक माहिती आणि पतमापन संस्था मऱ्यादित :

क्रिसील या पतमापन करणाऱ्या संस्थेनंतर ICRA (आय.सी.आर.ए.) या संस्थेची स्थापना १९९१ साली दिली येथे करण्यात आली. भारतीय औद्योगिक वित्तपुरवठा महामंडळ (IFCI) आणि इतर वित्तपुरवठा करणाऱ्या संस्थांनी एकत्र येऊन या पतमापन करणाऱ्या संस्थेची स्थापना केली आहे. दिल्ली येथील कार्यालयामार्फत देशातील आर्थिक

व्यवहाराबाबत व्यावसायिकांना पतश्रेणी उपलब्ध करुन देणे व गुंतवणूकदारांना योग्य गुंतवणकींबाबत सल्ला देणे, गुंतवणूकीच्या धोक्याची सूचना देणे या उद्देशाने या संस्थेची स्थापना करण्यात आलेली आहे. कंपन्यांच्या दीर्घमुदतीच्या देय साधनांचे पतमापन करुन देणे सक्तीचे केलेले आहे. त्यामध्ये अपरिवर्तनीय कर्जरोखे आणि १८ महिन्यानंतर परिवर्तनीय कर्जरोख्यांच्या समावेश करण्यात आलेला आहे.

ज्या कंपनीमध्ये गुंतवणूक करण्यासाठी धोका अधिक आहे. अशा कंपन्या आपली पतश्रेणी जाहीर करत नाहीत. परंतु गुंतवणूकदारांना हा धोका जाणून घेण्याचा अधिकार देण्यात आलेला आहे. ते स्वत: ICRA या संस्थेकडे जाऊन विविध कंपन्यातील धोक्याची पातळी समजावून घेतात व अधिक वास्तव असे मार्गदर्शन घेऊन गुंतवणूक करण्याचा निर्णय घेतात. कर्जरोख्यांच्या व्याजदरामध्ये सातत्याने चढउतार होतो. त्यासाठी ICRA या संस्थेची पतश्रेणी गुंतवणूकदारांच्या दृष्टिने महत्त्वाची ठरते. गुंतवणूकदारांची मुद्दल रक्कम आणि व्याजाची रक्कम परत केव्हा मिळते याबाबत त्यांना मार्गदर्शन केले जाते. गुंतवणूकदार कमी धोका स्विकारुन अधिक लाभ मिळण्याच्या संधीकडे लक्ष देतात.

ICRA ही पतमापन संस्था कर्जरोखे, बंधपत्र, अग्रहक्क भाग, मुदत ठेवी, व्यापारी पत्रे इ. बाबत पतश्रेणी देतात. क्रिसील प्रमाणे ICRA सुद्धा AAA, AA, A, BBB, BB, B, C & D अशा प्रकारच्या सुरक्षित कमी सुरक्षित व धोक्याचा मापनाची चिन्हे उपलब्ध करुन देतात. ही क्रिसील पतश्रेणी प्रदान करणारी महत्त्वाची संस्था असल्यामुळे या संस्थेच्या पतमापन कार्यावरकंपन्या आणि गुंतवणूकदारांचा विश्वास आहे.

क) पतछाणनी आणि संशोधन कंपनी मऱ्यादित :

CARE (केअर) या पतमापन करणाऱ्या संस्थेची स्थापना भारतीय औद्योगिक विकास बँक (IDBI) इतर बँका, वित्तपुरवठा संस्था, इ. नी एकत्र येऊन १९९३ साली केलेली आहे. या संस्थेची उद्दिष्ट्ये आणि कार्ये क्रिसील आणि ICRA या संस्थांच्या प्रमाणेच आहेत. खाजगी क्षेत्रातील पतमापन करण्यासाठी या संस्थेची स्थापना करण्यात आलेली आहे. पतमापन करणाऱ्या विविध संस्था, स्थापन झाल्यामुळे गुंतवणूकदारांना पतमापनाबाबत सल्ला देणे व कंपन्यांना पतमापन करुन घेणे याबाबत पऱ्याय उपलब्ध झालेला आहे.

ऐच्छिक तत्त्वावर भारतीय कंपन्यांना कर्ज देयकांचे मूल्यमापन करणे आणि व्याज व मुद्दल रक्कम परतफेड यातील धोक्याबाबत गुंतवणूकदारांना मार्गदर्शन करणे हा प्रमुख हेतू ही संस्था स्थापन करण्यापाठीमागे आहे. क्रिसील आणि ICRA या संस्था ज्याप्रमाणे पतमापन व गुंतवणूकीबाबत सल्ला देण्याचे काम करतात त्याचप्रमाणे केअर ही संस्था पतमापनाचे कार्य करत आहे. उलट या दोन्ही संस्थांपेक्षा केअर या संस्थेच्या कार्‍याची गती अधिक आहे. मुदत ठेवी, कर्जरोखे, अग्रहक्क भाग, व्यापारी पत्रे इ. चे पतमापन व पतश्रेणी प्रदान करण्याचे काम ही संस्था करते. सेबीच्या नियमानुसार सर्वच कंपन्यांना पतमापन करुन घेणे सक्तीचे करण्यात आलेले आहे. त्यामुळे केअरसारख्या संस्थेच्या कार्‍याची व्याप्ती वाढत चालली आहे.

३.४ सारांश

भारतीय वित्तीय बाजार ह्या घटकात आपण वित्तीय बाजार आराखडा ह्या बाबत माहित मिळवली. वित्तीय बाजाराचे विभाजन हे भांडवली बाजार तसेच नाणे बाजार ह्या घटकात विभागणी करण्यात आली आहे. पुढे इतर घटक जसेकी वित्तीय संस्था, साधने, वित्तीय सेवा, व्यावसायिक बँक, बिगरव्यवसायिक बँका असे विभाजन करण्यात आले आहे. उद्योजकांना त्यांच्या व्यवसायामध्ये वाढ करण्यासाठी भांडवलाची आवश्यकता असते. नवं गुंतवणूकदारकांस प्रतिभूती बाजार हे गुंतवणुकीस माध्यम उपलब्ध करून देत असते. जसे कि (आई पी ओ), सेबी गुंतवणूकदारकांच्या हिताच्या रक्षणार्थ निरनिराळ्या उपक्रमांद्वारे माहिती पुरवत असते. कोणत्याही / एखाद्या उद्योगात गुंतवणूक करण्यापुर्वी संबंधित उद्योगाची व्यावसायिक पार्श्वभूमी, नफा / तोटा क्षमता व इतर घटकांबाबत माहित असणे गरजेचे असते. पतमानांकन संस्था, निरनिराळया मापदंड / मानांकनद्वारे संबंधित उद्योगास गुणांकन देत असते. संबंधित गुणांकन प्रमाणपत्राद्वारे उद्योगसमुह वित्तीय संस्थांकडुन कर्जावी भांडवल उभारणी करू शकतात.

३.५ स्वाध्याय

प्र.१. खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे द्या.

१. भारतीय वित्तीय बाजारा बाबत माहिती लिहा.

२. (आई पी ओ) ची प्रक्रिया विशद करा.

३. सेबी ची कार्ये विशद करा.

४. पातमानांकनाचे महत्व विशद करा.

५. गुंतवणुकदारकांच्या रक्षणार्थ सेबीद्वारे घेण्यात आलेल्या निर्णयाबाबत माहिती द्या.

प्र.२. टीप लिहा

१. प्राथमिक बाजार

२. भारतीय पतमापन आणि माहिती सेवा मऱ्यादित

३. पतमापन निर्धारणाचे महत्त्व

४. अस्वल

५. अंदाजक

❖❖❖❖

४

वित्त क्षेत्रातील अलीकडील कल

घटक रचना

४.0 उद्दिष्टे

४.१ प्रस्तावना

४.२ परस्पर निधी

४.३ जिन्नस बाजार

४.४ सारांश

४.५ स्वाध्याय

४.0 उद्दिष्टे

- परस्पर निधी ही संकल्पना विद्यार्थ्यांना समजावून देणे.
- जिन्नस बाजार म्हणजे काय हे समजून घेणे
- व्युत्पन्न बाजार म्हणजे काय हे समजून घेणे
- बचत गटांची भूमिका समजून घेणे

४.१ प्रस्तावना

या प्रकरणामध्ये आपण परस्पर निधी अभ्यास करणार आहोत. तसेच परस्पर निधीची आणि प्रकाराबाबतची माहिती अभ्यासणार आहेत.

४.२ परस्पर निधी

समाजातील बचती औद्योगिक क्षेत्रात गुंतवणूक स्वरूपात उपलब्ध व्हाव्यात या हेतूने परस्पर निधीची स्थापना करण्यात आली आहे. जनतेच्या लहान प्रमाणातील बचती एकत्र केल्यास मोठी रक्कम उपलब्ध होते. स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतर औद्योगिक विकासासाठी मोठ्या प्रमाणात भांडवलाची गरज निर्माण झाली. वित्तपुरवठा संस्था आणि बँका यांच्या भांडवलाला मऱ्यादा आल्या म्हणून परस्पर निधी स्थापन करण्याची गरज निर्माण झाली.

आपल्या देशात १ फेब्रुवारी १९६४ रोजी युनिट ट्रस्ट हा पहिला परस्पर निधी सुरु झाला. भारतीय भांडवल बाजारातील हा सार्वजनिक क्षेत्रातील पहिला समनिधी आहे. गुंतवणूकीद्वारे कमी धोका व अधिक उत्पन्न मिळवून देण्यासाठी समनिधी उपयुक्त ठरतात. युनिट ट्रस्टने सुरुवातील ५ कोटी रु. भांडवल उभारणीचे उद्दिष्ट ठेवले होते. एका युनिटची किंमत रु. १०/- इतकी ठेवली होती. सर्वसामान्य माणसांना युनिट खरेदी करता यावेत हा

त्यापाठीमागचा हेतू होता. १९८७ पर्यंत युनिट ट्रस्टची मक्तेदारी होती. १८९३ मध्ये बँकिंग नियमावलीमध्ये बदल करुन बँकांना भाडेहक्क अर्थसहाय्य व्यवहार करण्याची परवानगी देण्यात आली. राष्ट्रीय बँकांनी समनिधी / परस्पर निधी व्यवहार करण्यास सुरुवात केली. उदा. भारतीय स्टेट बँक, कॅनरा बँक, पंजाब नॅशनल बँक, बँक ऑफ इंडिया, इ. त्यानंतर वित्तपुरवठा करणाऱ्या संस्था उदा. औद्योगिक वित्त महामंडळ, भारतीय औद्योगिक पत आणि गुंतवणूक महामंडळ, राज्य वित्तमहामंडळे, भारतीय औद्योगिक विकास बँक, आयुर्विमा महामंडळ इ. तसेच खाजगी कंपन्यांची सुद्धा परस्पर निधी उभारायला सुरुवात केली आहे. भाग, कर्जरोखे, सरकारी भाग व कर्जरोखे, राज्यकोष विपत्र इ. चा समावेश परस्पर निधीसाठी उपयोगात आणले जातात.

परस्पर निधी उभारणी करणाऱ्या संस्थांना सेबीची परवानगी घ्यावी लागते. कमी धोका स्विकारण्यासाठी लोक गुंतवणूक करतात. होणारा नफा गुंतवणूकदारांमध्ये विभागला जातो. त्यामुळे आता परस्पर निधी हा प्रकार लोकप्रिय झाला आहे.

१) "कमी धोका आणि उत्पन्नाची हमी देत लहान गुंतवणूकदारांना आकर्षित करणाऱ्या संस्थांना परस्पर निधी असे म्हणतात."

२) "कमी गुंतवणूक क्षमता असलेल्या गुंतवणूकदारांना गुंतवणूक करण्यासाठी सहभागी करुन घेणाऱ्या संस्था म्हणजे परस्पर निधी होय."

४.२.१ म्युच्युअल फंड / सार्वजनिक निधीचे फायदे

गुंतवणूकीसाठी सर्वोत्तम फंड निवडण्यासाठी सार्वजनिक निधीच्या फायद्यांविषयी आणि मर्यादांबद्दल गुंतवणूकदारास माहिती असणे आवश्यक आहे. सार्वजनिक निधीचे फायदे खालीलप्रमाणे:

१. जोखमीचे विविधीकरण: सार्वजनिक निधी व्यवस्थापक जमा निधी वेगवेगळ्या क्षेत्रात गुंतवतात आणि अशा प्रकारे गुंतवणूकीतील जोखीम कमी करतात किंवा त्याचे वर्गीकरण करतात.

२. व्यावसायिक व्यवस्थापन: प्रतिभूतींमध्ये गुंतवणूक करणे हे सोपे काम नाही कारण गुंतवणूकीचा निर्णय घेण्यापूर्वी ह्यात अनेक घटकांचा अभ्यास आणि विश्लेषण करणे आवश्यक आहे . याचा फायदा असा आहे की ह्याचे व्यवस्थापन तज्ञांद्वारे केले जाते जे गुंतवणूकीचे योग्य निर्णय घेतात.

३. साधेपणा: सार्वजनिक निधी विक्रेते आवश्यक ती उपलब्ध निधीची माहिती करतात जसे की जोखीम पातळी, गुंतवणूकीवर परतावा आणि किंमती यानुसार गुंतवणूकदार सार्वजनिक निधीचा योग्य प्रकार निवडू शकतो.

४. तरलता: तरलता म्हणजे मालमत्तेचे रोखीत रूपांतर करण्याची क्षमता होय. सार्वजनिक निधीतील गुंतवणूकीवर खूप सहज आणि त्वरित पैसे मिळू शकतात.

५. **किंमत:** गुंतलेल्या खर्चाचा विचार करता सार्वजनिक निधी हा गुंतवणूकीच्या सर्वोत्तम पर्यायांपैकी एक आहे. एक पोर्टफोलिओ व्यवस्थापन सेवा दर वर्षी एकूण गुंतवणूकीच्या २% ते ३% व्यवस्थापन शुल्क आकारू शकते. ते कदाचित गुंतवणूकदाराच्या नफ्यातील काही भागही घेऊ शकतात. सार्वजनिक निधी तुलनेने स्वस्त असतात आणि केवळ १% ते २% वजावट करतात. कर्ज सार्वजनिक निधी सामान्यत: अजूनही कमी वजावट करतात.

६. **कर कार्यक्षम:** सार्वजनिक निधी हे गुंतवणूकीच्या इतर प्रकारांपेक्षा तुलनेने अधिक कर-कार्यक्षम असतात. दीर्घकालीन भांडवली उत्पन्न कर हा इक्विटी सार्वजनिक निधीवर शून्य असतो. कर्ज निधी फंडामध्ये दीर्घकालीन भांडवली लाभ हा ३ वर्षांपेक्षा जास्त कालावधीसाठी आपण गुंतवणूक ठेवली असल्यास लागू होतो.

७. **अधिक पर्यायांची उपलब्धता:** सार्वजनिक निधीचे कालावधीवर आधारित आणि क्षेत्रनिहाय प्रकार वेगवेगळे असतात. गुंतवणूकदारांना विशिष्ट प्रकारच्या निधींमध्ये गुंतवणूक करण्याची गरज त्यांच्या गुंतवणूकीच्या ध्येयांवर अवलंबून असते.

८. **कमी गुंतवणुकीची आवश्यकता:** सार्वजनिक निधी अल्प मूल्यांसह जसे की रु. ५००/- किंवा रु.१०००/ - सह प्रारंभ करता येतात. जेणेकरून लहान गुंतवणूकदारदेखील सार्वजनिक निधीत गुंतवणूक करु शकतो.

९. **स्वयंचलित गुंतवणूक:** पद्धतशीर गुंतवणूक योजनेत (Systematic Investment Plan or SIP) गुंतवणूकदाराच्या खात्यातून सार्वजनिक निधीत परस्पर पैसे हस्तांतरित होतात त्यामुळे सार्वजनिक निधी हा गुंतवणूकीचा सोपा मार्ग आहे.

१०. **सुरक्षित आणि पारदर्शक:** सार्वजनिक निधीमध्ये गुंतवणूक खूप सुरक्षित आणि पारदर्शक आहे. सर्व सार्वजनिक निधी सेबीद्वारे नियंत्रित केले जातात आणि त्यांना आवश्यक ते प्रकटीकरण वेळोवेळी करणे आवश्यक आहे.

११. एसआयपी किंवा एकरकमी सार्वजनिक निधी लवचिकता प्रदान करून एसआयपी किंवा एकरकमी गुंतवणूक करण्याचा पर्याय तुम्हाला देतात.

४.२.२ म्युच्युअल फंड / सार्वजनिक निधीचे तोटे खालीलप्रमाणे आहेतः

१. **खर्चः** काही काही सार्वजनिक निधींची किंमत अधिक असते. सार्वजनिक निधी व्यवस्थापित करण्यासाठी काही निधी शुल्क आकारतात. जर कधी सार्वजनिक निधीचेमधून एखादा गुंतवणूकदारास निर्दिष्ट वेळेआधी बाहेर पडायचे असेल तर एक्झिट लोड म्हणून अतिरिक्त किंमत द्यावी लागते. अशा प्रकारे गुंतवणूकदाराला वेगवेगळ्या निधींचा खर्च वेगवेगळा असतो याची जाणीव असली पाहिजे.

२. **कमकुवतपणा:** आपल्या गुंतवणुकीवर विविधतेचा सरासरी परिणाम होतो. परंतु निधीतील विविधता गुंतवणूकदाराला कोणतेही मोठे नुकसान होण्यापासून, तसेच अचानक मोठ्या नफ्यापासून प्रतिबंधित करते.

३. **म्युच्युअल फंड व्यवस्थापित करण्यासाठी खर्च:** बाजार विश्लेषक आणि निधी व्यवस्थापकांचा पगार गुंतवणूकदारांकडून येतो. एकूण निधी व्यवस्थापन शुल्क हे म्युच्युअल फंड निवडताना विचारात घेतलेल्या पहिल्या प्रमाणकांपैकी एक आहे. उच्च व्यवस्थापन शुल्क फंडाच्या चांगल्या कामगिरीची हमी देत नाही.

४. **चढउतार / अस्थिर परतावा:** म्युच्युअल फंड निश्चित परताव्याची हमी देत नाहीत कारण तुम्ही तुमच्या म्युच्युअल फंडाच्या मूल्यातील घसारासहित कोणत्याही परिस्थितीसाठी नेहमी तयार राहावे. दुसऱ्या शब्दांत, म्युच्युअल फंडांमध्ये किमतीतील चढ-उतारांची विस्तृत श्रेणी असते. तज्ञांच्या समितीद्वारे फंडाचे व्यावसायिक व्यवस्थापन तुम्हाला तुमच्या फंडाच्या खराब कामगिरीपासून दूर ठेवत नाही.

५. **नियंत्रण अभाव:** सर्व प्रकारचे म्युच्युअल फंड, हे फंड व्यवस्थापकांद्वारे व्यवस्थापित केले जातात. बऱ्याच प्रकरणांमध्ये, फंड व्यवस्थापकाला विश्लेषकांच्या समितीचे समर्थन केले जाऊ शकते. परिणामी, गुंतवणूकदार म्हणून, तुमचे तुमच्या गुंतवणुकीवर कोणतेही नियंत्रण नसते. तुमच्या फंडाशी संबंधित सर्व प्रमुख निर्णय तुमचे फंड व्यवस्थापक घेतात. तथापि, तुम्ही काही महत्त्वाचे प्रमाणक जसे की प्रकटीकरण नियम, कॉर्पस आणि एकूण गुंतवणूक धोरणाचे परीक्षण त्यानंतर हे मालमत्ता व्यवस्थापन कंपनी द्वारे करू शकता.

६. **विविधीकरण:** म्युच्युअल फंडाच्या मुख्य फायद्यांपैकी एक म्हणून विविधीकरणाचा उल्लेख केला जातो. तथापि, अति-विविधीकरणाचा धोका नेहमीच असतो, ज्यामुळे निधीचा परिचालन खर्च वाढू शकतो, अधिक परिश्रम घेण्याची गरज असते आणि विविधीकरणाचे सापेक्ष फायदे कमी होतात.

७. **निधी मूल्यांकन:** अनेक गुंतवणूकदारांना वेगवेगळ्या फंडांच्या मूल्यांचे विस्तृत संशोधन आणि मूल्यमापन करणे कठीण होऊ शकते. म्युच्युअल फंडाचे निव्वळ मालमत्ता मूल्य (एनएव्ही) गुंतवणूकदारांना फंडाच्या पोर्टफोलिओचे मूल्य प्रदान करते. तथापि, गुंतवणूकदारांना विविध पॅरामीटर्सचा अभ्यास करावा लागतो जसे की शार्प रेशो आणि इतरांमधील मानक विचलन, एका फंडाची दुसऱ्या फंडाच्या तुलनेत कशी कामगिरी झाली आहे हे तपासण्यासाठी, जे काही प्रमाणात गुंतागुंतीचे असू शकते.

८. **मागील कामगिरी:** कंपन्यांनी दिलेले गुणांकन आणि जाहिराती या फंडाच्या मागील कामगिरीचे केवळ सूचक असतात. हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की फंडाची भूतकाळातील मजबूत कामगिरी ही भविष्यात अशाच कामगिरीची हमी नाही. गुंतवणूकदार या नात्याने, तुम्ही गुंतवणूक तत्वज्ञान, पारदर्शकता, नैतिकता, अनुपालन आणि फंड हाऊसच्या एकूण कार्यप्रदर्शनाचे बाजारातील वेगवेगळ्या टप्प्यांमध्ये ठराविक कालावधीत विश्लेषण केले पाहिजे. गुणांकन केवळ संदर्भ बिंदू म्हणून घेतले जाऊ शकते.

४.२.३ परस्पर निधीचे प्रकार

१) बंद निधी :

या प्रकारच्या निधीची मऱ्यादा ५ ते ७ वर्षे इतकी असते तर निधी गोळा करण्याचा कालावधी अल्प असतो. उदा. काही दिवस किंवा काही महिने. निधी गोळा करताना जाहिरात दिली जाते किंवा मध्यस्थ दलालांच्या सहाय्याने निधी गोळा केला जातो. मध्यस्थांना या कामाच्या मोबदल्यात कमिशन दिले जाते. गुंतवणूकदार सभासदांना दरवर्षी लाभांश किंवा व्याज स्वरूपात रक्कम दिली जाते. मुदत संपल्यावर मुद्दल रक्कम त्यांना परत केली जाते.

२) खुला निधी :

खुला निधीची उभारणी करण्याची परवानगी राष्ट्रीयकृत बँकांना देण्यात आलेली आहे. उदा. भारतीय स्टेट बँक, कॅनरा बँक, आयुर्विमा महामंडळ, युनिट ट्रस्ट ऑफ इंडिया, इ. स्टेट बँकेची 'मैग्रम' तर युनिट ट्रस्टची 'मास्टर गेन' हे निधी लोकप्रिय आहेत. या निधीची उभारणी करताना युनिट्सची विक्री वर्षभर सुरु असते. सभासद आपल्या मर्जीनुसार युनिट्स खरेदी विक्री करु शकतात. होणाऱ्या उत्पन्नाचा हिस्सा सभासदांना त्याच्या युनिट्सच्या प्रमाणात विभागला जातो. सभासदांना दरवर्षी उत्पन्नातील हिस्सा प्रमाणात दिला जातो. युनिट्सच्या किंमती वाजवी असल्यामुळे या युनिट्सला चांगली मागणी असते.

३) उत्पन्न निधी :

या निधीचा मुख्य उद्देश म्हणजे उत्पन्नामध्ये वाढ करणे होय. या निधीमध्ये गुंतवणूक केलेल्या सभासदांना स्थिर दराने उत्पन्न मिळते. उदा. बॉन्ड, कंपन्याचे कर्जरोखे इ. शासकीय बॉन्डची विक्री ५ ते १० वर्षे मुदतीसाठी केली जाते. शासन सभासदांना या बॉन्डवर दरवर्षी निश्चित कराने उत्पन्न देते. सभासदांना अधिक उत्पन्नाची संधी मिळते. त्यामुळे असे निधी अधिक लोकप्रिय झाले आहेत.

४) वृद्धी निधी :

या निधीचा उद्देश भांडवल वृद्धी हा असतो. या निधीद्वारे मध्यम आणि दीर्घ मुदतीचे भांडवल जमा केले जाते. गुंतवणूकदारांची संख्या वाढवून त्यांना अधिक संख्येने युनिट्स खरेदी करायला प्रोत्साहित केले जाते. त्याद्वारे या निधीचा भांडवल पुरवठा मोठ्या उद्योगांना केला जातो.

५) उत्पन्न व वृद्धी निधी :

या निधीचा उद्देश म्हणजे भांडवल वृद्धी आणि उत्पन्न वृद्धी करणे होय. भांडवल उभारणी किंवा भांडवल वृद्धी करण्यासाठी गुंतवणूकदारांना जास्त उत्पन्नाचे आकर्षण दाखवावे लागते. त्यामुळे युनिट्सची विक्री जलद गतीने होते. तसेच परस्पर निधी उभारण्याऱ्या संस्था मोठ्या प्रमाणात रक्कमा गोळा करतात.

६) इंडेक्स निधी :

हा निधी भागबाजारावर अवलंबून असतो. मुंबई भागबाजार किंवा राष्ट्रीय भाग बाजारातील भागांच्या किंमतीवर समनिधीचे मूल्य अवलंबून असते. भागबाजारातील किंमती वाढल्यास समनिधीचे मूल्य वाढते. त्यामुळे मोठ्या प्रमाणात भांडवल उभारणी आणि सभासदांना अधिक दराने उत्पन्न प्राप्ती होते. देशातील भागबाजार हा अर्थव्यवस्थेवर प्रभाव टाकणारा घटक आहे. त्यामुळे भागबाजाराचा परस्पर निधीवर परिणाम होतो.

७) समभाग निधी :

कंपन्या सहभाग विक्री करुन मोठ्या प्रमाणात भांडवल उभारणी करतात. सामान्य भागधारकांना ही गुंतवणूक अधिक फायदेशीर ठरते. कारण कंपन्या अग्रहक्क भागधारक आणि कर्जरोखे धारकांना विशिष्ट दराने व्याज देते व उरलेला नफा सभासदांना लाभांश स्वरूपात वाटला जातो. त्यामुळे सामान्य भागधारकांच्या उत्पन्नात वाढ होते. सामान्य भागांची मोठ्या प्रमाणात विक्री झाल्यामुळे कंपन्यांना मोठ्या प्रमाणात भांडवल उपलब्ध होते.

८) स्थिर व्याज निधी :

या निधीमध्ये गुंतवणूक करणाऱ्या गुंतवणूकदारांना स्थिर दराने व्याज दिले जाते. या गुंतवणूकीमध्ये धोक्याचे प्रमाण कमी असते. म्हणून सभासद या निधीमध्ये गुंतवणूक करायला तयार असतात. उदा. कर्जरोखे, सरकारी बॉन्डस्, राज्यकोषीय विपत्र इ. निधी जमा करणारी संस्था आणि गुंतवणूकदार या दोघांच्याही दृष्टिकोनातून हा निधी सुरक्षित व फायदेशीर असतो.

९) इतर निधी :

विकसित देशात विविध प्रकारचे निधी असतात. भांडवल बाजार, उद्योग, व्यवसाय इ. च्या विकासाच्या दृष्टिकोनातून असे निधी उपयोगाचे ठरतात. उदा. स्थावर मालमत्ता निधी, असा निधी दीर्घकालीन स्वरूपाचा असतो. या निधीद्वारे स्थिर स्वरूपाच्या मालमत्ता खरेदी करता येतात.

४.२.४ सार्वजनिक निधीच्या वाढीसाठी जबाबदार घटक

भारतात सार्वजनिक निधीच्या वाढीसाठी जबाबदार विविध घटक खालीलप्रमाणे दिले जाऊ शकतात :

१. **लोकसंख्या:** भारतात, तरुण आणि नोकरदार लोकांची लोकसंख्या जास्त दराने वाढत आहे.त्यामुळे दरडोई उत्पन्न, जास्त बचत आणि इक्विटीमध्ये बाजारात गुंतवणूक जास्त आहे.तसेच सार्वजनिक निधीच्या फायद्यांबद्दल शहरी आणि ग्रामीण भागात जागरूकता वाढत आहे.

२. **जागतिक बाजारपेठेतील चळवळ:** भारतातील वायदे बाजाराची कामगिरी जगातील इतर देशांपेक्षा बरीच चांगली आहे त्यामुळे सार्वजनिक निधीत जास्त गुंतवणूक झाली आहे.

३. **सेवा उद्योगाचे वाढते महत्त्व:** सेवा क्षेत्र आहे उत्पादन क्षेत्रापेक्षा वेगाने वाढत आहे. परिणामी, व्यावसायिक सेवा भारतात वाजवी किंमतीत उपलब्ध आहेत.

४. **महागाईचा परताव्यावरील परिणाम:** चलनवाढ सर्वसाधारणपणे देशाची किंमत पातळी दर्शवते आणि ती वाढतच आहे याचा परिणाम बँक ठेवी, भविष्य निर्वाह निधी , राष्ट्रीय बचत प्रमाणपत्र इ. सारख्या निश्चित उत्पन्नांच्या परताव्यावर होतो. परिणामी, पैशांच्या गुंतवणूकीचे पारंपारिक पर्याय कमी लोकप्रिय होत आहेत.

५. **इतर घटक:** भारतातील सार्वजनिक निधीच्या वाढीस इतर घटकही कारणीभूत आहेत जसे की - लोकांच्या वृत्तीतील बदल,अनेकविध सार्वजनिक वित्तीय संस्थांच्या सार्वजनिक निधींची उपलब्धता,जागतिकीकरणाचा परिणाम इ.

४.२.५ पद्धतशीर गुंतवणूक योजना (Systematic Invesment Plan-SIP) :

पद्धतशीर गुंतवणूक योजना (SIP) आणि सार्वजनिक निधी योजना या समान नाहीत. पद्धतशीर गुंतवणूक योजना गुंतवणूकदारास नियमितपणे सार्वजनिक निधीत गुंतवणूक करण्यास मदत करते. अशा प्रकारे एसआयपी किंवा पद्धतशीर गुंतवणूक योजना सार्वजनिक निधीत विशेषतः इक्विटी सार्वजनिक निधीत निश्चित रकमेची गुंतवणूक करण्यास मदत करतात. गुंतवणूकदार सार्वजनिक निधी योजनेत किमान रू. ५०० गुंतवू शकतो. तो मासिक, द्वि-मासिक किंवा त्याच्या सोयीनुसार एक निश्चित रक्कम गुंतवू शकतो सतर्क एसआयपीमध्ये बाजार घसरलेला असताना गुंतवणूकदार एसआयपीची रक्कम वाढवू शकतात. शाश्वत एसआयपीमध्ये गुंतवणूकदार कोणत्याही अंतिम तारखेशिवाय गुंतवणूक करणे सुरू ठेवू शकतात. कालांतराने ते या योजनेतून बाहेर पडू शकतात.

योजनेद्वारे सार्वजनिक निधीत गुंतवणूकीचे फायदे खालीलप्रमाणे आहेत-

१. गुंतवणूकदाराच्या खात्यातून गुंतवणूक निधी थेट सार्वजनिक निधीत वर्ग होत असल्याने ही एक अतिशय सोयीची आणि वेळ बचत करणारी योजना आहे.

२. बाजाराची परिस्थिती काहीही असली तरी गुंतवणूकदाराला खरेदीची सरासरी किंमत आणि जास्तीत जास्त उत्पन्न तेव्हा मिळते जेव्हा बाजार मंदीत असताना अधिक फायदा मिळतो तर बाजार तेजीत असताना कमी फायदा मिळतो. ही सरासरी, सार्वजनिक निधीची खरेदी किंमत स्थिर करतात.

३. अशा योजना लोकांना बचतीची सवय वाढविण्यास आणि त्यात नियमित गुंतवणूक करण्यास मदत करतात.

४. जर गुंतवणूकदार दीर्घ कालावधीसाठी गुंतवणूक करत असेल तर त्याचा परतावा चक्रवाढ पद्धतीने होतो. प्रदीर्घ कालावधीनंतर त्याच्याजवळ मोठ्या प्रमाणात पैसा जमा होऊन दीर्घकालीन आर्थिक लक्ष्य साध्य होते.

४.३ जिन्नस बाजार

जिन्नस बाजार हा असा बाजार आहे जो उत्पादित उत्पादन क्षेत्रापेक्षा निसर्गाधारित /प्राथमिक आर्थिक क्षेत्रावर भर देतो. प्राथमिक आर्थिक क्षेत्रात कृषीआधारित आर्थिकद्रुष्ट्या हलक्या वस्तूंचा समावेश आहे जसे की गहू, कॉफी, कोको, फळे, साखर इ. तर सोने, चांदी, तेल इत्यादी खनिजांचा आर्थिकद्रुष्ट्या जड वस्तूत समावेश होतो .

जगभरात आर्थिक व्यवहार आणि भौतिक व्यवहार होणारे असे ५० प्रमुख जिन्नस बाजार आहेत.आर्थिक व्यवहारांच्या तुलनेत प्रत्यक्ष जिन्नस व्यवहार बाजार अधिक लोकप्रिय होत आहेत. भविष्यातील करार हा जिन्नसांमध्ये गुंतवणूक करण्याचा सर्वात जुना प्रकार आहे.

सदरचे करार भौतिक जिन्नस बाजाराद्वारे सुरक्षित केले जातात ज्यात जागेवर किंमत, अग्रेषित (Forward), फ्यूचर्स,पर्याय (Options) इत्यादी पर्याय वापरून भौतिक आणि आर्थिक व्यवहार केले जातात.

४.३.१ जिन्नस बाजारात मध्ये दोन प्रकार आहेत

सामान्य बाजार आणि असामान्य /व्यस्त बाजार

सामान्य बाजारात भविष्यातील कराराच्या किंमती परिपक्वता कालावधीसह वाढत्या असतात. कमी परिपक्वता कालावधी सहकरारात सर्वात कमी किंमत असते आणि दीर्घ परिपक्वता कालावधी सहकरार उच्च किंमतीवर उद्धृत केला जातो.

असामान्य / व्यस्त बाजारात, भविष्यातील कराराची किंमत परिपक्वता कालावधीसह कमी होत जाते .ज्या सहकरारांना कमी परिपक्वता कालावधी असतो त्यांची किंमत जास्त असते तर दीर्घ परिपक्वता सहकरारांना कमी किंमत लाभते.

४.३.२ निर्मिती बाजार / व्युत्पन्न बाजार

भांडवल बाजारपेठेतील व्यवहारांपासून धोका निर्माण होतो. त्यामुळे मोठ्या प्रमाणात हानी होते. या धोक्यांपासून संरक्षण प्राप्त व्हावे यासाठी निर्मिती बाजाराची स्थापना करण्यात आली आहे. जागतिक पातळीवर कंपन्याचे एकत्रीकरण, कंपनीचा ताबा घेणे, कंपन्यांमध्ये मोठ्या प्रमाणात गुंतवणूका करणे, मालमत्ता खरेदी-विक्री इ. व्यवहार केले जातात. त्यासाठी पैशाची देवाणघेवाण होत असते. विदेशी विनिमय व्यवहार करताना या व्यवहारांना संरक्षण प्राप्त व्हावे यासाठी निर्मिती बाजार कार्य करत असतो. या व्यवहारामध्ये वस्तू करार, कर्जाऊ रक्कमांचे व्यवहार, भाग आणि कर्जरोखे इ. चा समावेश केला जातो.

४.३.३ व्युत्पन्न बाजार प्रकार / साधने

अ) वायदे करार (Forward Contracts) :

वायद्याचे व्यवहार म्हणजे मालमत्ता खरेदी किंवा विक्री केल्यानंतर पैशाचे व्यवहार भविष्यकाळात विशिष्ट तारखेला केले जातात. करारामध्ये मालमत्तेच्या किंमती ठरविलेल्या असतात. परंतु प्रत्यक्षात पैसे देण्याचे भविष्यकाळात ठरविले जाते. व्यवहाराची पूर्तता करारानुसार झालेली असते. परंतु पैशाचे व्यवहार पूर्ण करण्याचे भविष्यात निश्चित केले जाते. भविष्यात पैसे देणे हे खरेदीदारावर बंधनकारक असते. वायद्याचे व्यवहार भविष्यात केव्हा करायचे हे निश्चित केलेल्या तारखेला मालमत्ता आणि पैसे विनीमय केला जातो. उदा. अ या व्यापाराने ब या व्यापाऱ्याला ५० लाख रु. किंमतीची मशिनरी पाठविली. 'ब' ने 'अ' ला ५० लाख रु. त्याच्या बँक खात्यावर जमा केले आहेत. अशा प्रकारे हा वायद्याचा व्यवहार याठिकाणी पूर्ण झाला आहे.

ब) भविष्य करार (Forward Contracts) :

भविष्य करार हे वायदे करारांप्रमाणे असतात. या करारामध्ये मालमत्ता किंवा वस्तुच्या किंमती बाजारातील वर्तमान स्थितीच्या आधारे ठरलेल्या असतात. परंतु पैशाची पूर्तता ही भविष्यकाळात करावी लागते. या करारामध्ये खरेदीदार आणि विक्रेता यांच्या सोईनुसार बदल करता येतात. भविष्यकाळात वस्तुच्या किंवा भागांच्या किंमतीमध्ये मोठ्या प्रमाणात चढ उतार होत असतो त्यामुळे खरेदीदारांचे मोठ्या प्रमाणात नुकसान झाल्यास विक्रेत्याचा फायदा होतो. याउलट विक्रेत्याचा तोटा झाल्यास खरेदीदाराचा फायदा होतो. परंतु भविष्यकाळात किंमती किती आकाराव्यात हे मात्र अगोदर निश्चित केले जाते.

क) पऱ्याय करार (Option Contracts) :

विदेशी व्यापारामध्ये व्यवहार करताना वेगवेगळ्या प्रकारचे धोके निर्माण होतात. त्यापासून संरक्षण मिळविण्यासाठी विक्रेते वेगवेगळे पऱ्याय शोधून काढता येतात. या कराराच्या अनुषंगाने खरेदीदार आणि विक्रेता या दोघांना करारानुसार काही हक्क आणि जबाबदाऱ्या पार पाडाव्या लागतात. मालमत्तेची खरेदी किंवा विक्री ठरलेल्या तारखेला किंवा त्यापूर्वी करण्याचे बंधन खरेदीदारावर नसते. म्हणजे त्याच्यासमोर हा पऱ्याय उपलब्ध असतो. जेव्हा खरेदीदार संबंधित मालमत्तेची खरेदी किंवा विक्री करण्याचा पऱ्याय शोधतो तेव्हा विक्री करणाऱ्यावर संबंधित मालमत्ता ताब्यात घेणे किंवा देणे बंधनकारक असते. भविष्यात केल्या जाणाऱ्या करारांपासून होणारे नुकसान कमी करण्यासाठी पऱ्याय निवडले जातात. करारानुसार खरेदीदार आणि विक्रेता यांना हक्क बजावण्याचा पऱ्याय उपलब्ध असतो. एका पक्षाने आपल्याला सोईचा हक्क / स्विकारण्यास दुसऱ्या पक्षाला सदर पऱ्याय नाकारता येत नाही तर तो त्याच्यावर बंधनकारक असतो.

पऱ्याय कराराचे दोन प्रकार आहेत. पहिला प्रकार म्हणजे मागणी पऱ्याय (Call Option) होय, यामध्ये विशिष्ट वस्तू, मालमत्ता किंवा भाग विशिष्ट किंमतीला, विशिष्ट तारखेच्या अगोदर खरेदी करण्यास हक्क म्हणजे मागणी पऱ्याय होय. दुसरा पऱ्याय म्हणजे दिलेला पऱ्याय (Put Option) होय. या पऱ्यायाद्वारे गुंतवणूकदाराला त्याने धारण केलेली मालमत्ता ठरविलेल्या किंमतीला मुदतीपूर्वी विक्री करण्याचा हक्क प्राप्त होतो.

पऱ्याय करारामध्ये खरेदीदार आणि विक्रेता असे दोन पक्ष असतात-

खरेदीदार (Buyer) याला मागणी पयाऱ्यानुसार विशिष्ट मालमत्ता खरेदी करण्याचा हक्क प्राप्त होतो. मालमत्ता खरेदी करताना निवड हक्क हा पऱ्याय त्यांना उपयोगात आणता येतो.

विक्रेता (Seller) हा या करारातील दुसरा पक्ष होय. या पऱ्याय करारानुसार विक्रेत्याला विशिष्ट मालमत्ता खरेदीदाराला विक्री करण्याचा हक्क प्राप्त होतो. पऱ्याय करार करण्यासाठी विक्रेते अधिक पुढाकार घेतात. खरेदीदार निश्चित करुन व्यवहार पूर्ततेतून त्यांना अधिक फायदा प्राप्त करायचा असतो.

विक्रेत्याच्या पुढाकाराने अमेरिकन पऱ्याय आणि युरोपियन पऱ्याय असे दोन पऱ्याय वापरता येतात. कराराचे लिखाण आणि त्याची मुदतपुर्ती यामध्ये कधीही पऱ्याय वापरणे म्हणजे अमेरिकन पऱ्याय होय. तर पऱ्यायाचा वापर हा मुदतपूर्वीचा तारखेला केला जातो त्याला युरोपियन पऱ्याय असे म्हणतात.

४.३.४ व्युत्पन्न बाजाराध्ये खालील घटकांचा समावेश होतो:

१. हेजर्स: हे भाग बाजारात सावध व्यवहार करतात. ते व्युत्पन्न बाजारात भागबाजारातील जोखीम आणि किंमतीच्या चढउतारापासून गुंतवणूकीचा पोर्टफोलिओ सुरक्षित करण्यासाठी समाविष्ट होतात. हे व्युत्पन्न बाजारात उलट स्थितीत परिस्थितीत साध्य करू शकतात.अशा प्रकारे ते नुकसान होण्याचे धोके जे घेण्यास इतर तयार आहेत त्यांना हस्तांतरित करतात. हा लाभ मिळविण्यासाठी त्यांना जोखीम घेणाऱ्यास अधिकची किंमत अदा करावी लागते.

२. अंदाजक: ते व्युत्पन्न बाजारात जोखीम घेणारे आहेत. ते नफा मिळविण्यासाठी जोखीम घेण्यास तयार असतात.त्यांची किंमतींच्या चढउताराची अपेक्षा योग्य असल्यास ते प्रचंड नफा कमवतात.

३. मार्जिन व्यापारी: मार्जिन म्हणजे व्युत्पन्न बाजारामध्ये सामील होण्यासाठी भागदलालांकडे कमीत कमी रक्कम जमा करणे आवश्यक आहे. व्युत्पन्न बाजारात व्यापार करताना झालेल्या नुकसानीची भरपाई करण्यासाठी ह्या मार्जिनचा उपयोग होतो.

४. आर्बिट्रेजर्स : ते कमी जोखीम, कमी किंमतीच्या प्रतिभूतींमध्ये व्यवहार करतात आणि नफा कमतात. ते बाजारातील कमी किंमतीच्या प्रतिभूती खरेदी करतात आणि दुसऱ्या बाजारात जास्त किंमतीला विक्री करतात. हे तेंव्हा होते जेव्हा एकच प्रतिभूती भिन्न बाजारपेठात वेगवेगळ्या किंमतींवर विकली जाते.

५. ग्राहक : विदेशी विनिमय बाजारामध्ये सहभागी होणाऱ्या सर्व घटकांना ग्राहक असे म्हणतात. उदा. व्यक्ति, संस्था, मध्यस्थ इ. च्या सहाय्याने निर्मिती बाजरातील ग्राहक आंतरराष्ट्रीय बाजारामध्ये व्यवहार करतात. हे व्यवहार प्रत्यक्ष स्वरूपाचे असतात. तर बँकिंग, विमा वाहतूक इ. सेवांना अप्रत्यक्ष स्वरूपाचे व्यवहार असे म्हणतात. ग्राहक प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष स्वरूपाचे व्यवहार करतात.

६. **व्यापारी बँका :** विदेशी व्यापारामध्ये पैशाची देवाणघेवाण करण्याचे काम व्यापारी बँकामार्फत केले जाते. या बँका ग्राहकांना आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील व्यापारासाठी बँकिंग सुविधा पुरवितात. व्यापारी बँकांचे जाळे जगभर पसरले आहे. बँकामध्ये विदेशी विनिमय हा स्वतंत्र विभाग सुरु करण्यात आला आहे. व्यापारी बँका ई बँकिंग, ई कॉमर्स, ई विपणन अशा स्वरूपाचे व्यवहार ग्राहकांसाठी उपलब्ध करुन देतात. त्यामुळे आयात निऱ्यात व्यापारातील व्यवहार जलद गतीने पूर्ण करणे शक्य झाले आहे.

७. **मध्यवर्ती बँका :** आपल्या देशाची मध्यवर्ती बँक ही रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडिया ही आहे. ही बँक देशातील सर्व व्यापारी बँकांच्या कार्यावरनियंत्रण ठेवते. आंतरराष्ट्रीय पातळीवर सहभागी झालेल्या व्यापारांना (आयातदार आणि निऱ्यातदार) विनिमयाचे व्यवहार पूर्ण करण्यासाठी रिझर्व्ह बँकेची परवानगी घ्यावी लागते. रिझर्व्ह बँकेमार्फत विदेशी चलनाचे दर व त्यानुसार व्यवहार करता येतात. रिझर्व्ह बँकेमार्फत चलनाचे बहिस्थ मूल्य सांभाळावे लागते. विनिमयाचे दर व त्याचे व्यवस्थापन करणे इ. कार्ये मध्यवर्ती बँकेमार्फत केली जातात.

८. **मध्यस्थ दलाल :** विदेशी विनिमयाचे व्यवहार करण्यासाठी बँका व ग्राहक यातील दुवा किंवा प्रतिनिधी म्हणजेच मध्यस्थ दलाल होय. विदेशी व्यापारामध्ये आयातदार आणि निऱ्यातदार यांना विनिमय व्यवहारांची पूर्तता करण्यासाठी मध्यस्थ दलालांची गरज भासते. जागतिकीकरणासाठी विदेशी व्यापाराचे प्रमाण वाढल्यामुले या मध्यस्थांची आवश्यकता निर्मान झाली आहे. लंडन, न्यूयॉर्क, पॅरिस, भारत, अमेरिका इ. देशात विदेशी विनिमयांचे व्यवहार मध्यस्थांमार्फत चालतात.

९. **विदेशी भांडवल बाजार :** विदेशी भांडवल बाजाराचे देशी भांडवल बाजारांवर वर्चस्व असते. भारतीय भांडवल बाजारावर लंडन येथील भांडवल बाजाराचा परिणाम आढळून येतो. असे की अमेरिकन अर्थव्यवस्थेचा भारतीय अर्थव्यवस्थेवर परिणाम होत असतो. जागतिक भांडवल बाजार हा लंडन येथील भांडवल बाजारावर अवलंबून आहे. त्यामुळे इतर देशांना लंडन येथील भांडवल बाजाराच्या नियमांचे पालन करावे लागते. त्यानुसार विदेशी विनिमय व्यवहार करावे लागतात.

१0. **सट्टेबाज :** भांडवल बाजारातील तेजी मंदी ओळखून त्यानुसार जलद गतीने खरेदी व विक्री करणाऱ्या व्यक्ति किंवा संस्थांना सट्टेबाज असे म्हणतात. भागबाजारामध्ये सतत तेजी मंदी असते त्याचा फायदा हे सट्टेबाज घेतात. मंदीच्या काळात ते कमी किंमतीला खरेदी करुन तेजीच्या काळात अधिक किंमतीला विक्री करुन मोठ्या प्रमाणात फायदा मिळवितात. उदा. व्यक्ति, दलाल, भागविमेकरी, व्यापारी, बँका, संस्था, महामंडळे इ. सट्टेबाजीच्या व्यवहारांमध्ये सहभागी होतात. कारण या सर्वांना भागबाजारामध्ये भाग व कर्जरोखे खरेदी करण्याची परवानगी असते. ते परवाना धारण करुन भाग व कर्जरोखे (प्रतिभूती) खरेदी व विक्रीचे व्यवहार करतात.

४.३.५ स्टार्ट-अप व्हेंचर / स्टार्ट अप फायनान्सचे स्त्रोत

वित्तपुरवठा करण्यासाठी बँक कर्जाशिवाय भिन्न स्त्रोत वापरणे नेहमीच चांगले असते. नवीन स्टार्ट-अप व्यवसायासाठी खाली ठराविक वित्तपुरवठा स्त्रोत आहेत.

१. **वैयक्तिक गुंतवणूक :** नवीन व्यवसाय सुरू करताना गुंतवणूकीसाठी उद्योजकाची व्यवसायात स्वतःची बचत आणि / किंवा मालमत्ता संपार्श्विक सुरक्षा म्हणून असावी.

२. **पैशावर प्रेम करा :** हे असे पैसे आहेत जे उद्योजक जोडीदार, पालक, कुटुंब किंवा मित्रांकडून उधार घेतात. कर्ज घेतानात्यांनी सावधगिरी बाळगली पाहिजे. इतरांना व्यवसायातील बरोबरीचे भागीदार असणे आवडते.

३. **उपक्रम भांडवल :** प्रत्येक उद्योजक यावर अवलंबून राहू शकत नाही. कारण सामान्यत: उद्यम भांडवलदार खूप निवडक असतात तसेच ते तंत्रज्ञानआधारित व्यवसाय आणि उच्च वाढ क्षमता असणाऱ्या आस्थापना जसे की माहिती तंत्रज्ञान, संप्रेषण आणि जैव तंत्रज्ञान इत्यादींमध्ये ते गुंतवणूक करण्यास प्राधान्य देतात.अश्या व्यवसायात उद्यम भांडवलदारांनादेखील काही मालकीहक्क किंवा भागभांडवल देणे आवश्यक आहे.

४. **एंजल्स :** असे गुंतवणूकदार सामान्यत: श्रीमंत व्यक्ती किंवा सेवानिवृत्त कंपनीचे अधिकारी असतात. जे इतरांच्या मालकीच्या छोट्या कंपन्यांमध्ये थेट गुंतवणूक करतात. ते त्यांच्या परीने व्यवसायात कौशल्य, अनुभव आणि / किंवा व्यवस्थापकीय ज्ञान याद्वारे योगदान देतात .

५. **व्यवसायास ऊर्जा देणारे :** हे नवीन व्यवसायांसाठी विविध सेवा जसे की त्यांचे सामायिक परिसर देणे आणि प्रयोगशाळेचा वापर तसेच प्रशासकीय ,दळणवळण विषयक(logistics) आणि तांत्रिक संसाधने इत्यादी प्रदान करतात . सामान्यत: हे चरण दोन वर्षांपर्यंत चालते. या प्रक्रियेचा वापर करून अंतिम उत्पादन तयार झाल्यावर उद्योजक या प्रक्रियेतून बाहेर पडतात. अशा सेवा जैवतंत्रज्ञान, माहिती तंत्रज्ञान, मल्टीमीडिया किंवा औद्योगिक तंत्रज्ञान या क्षेत्रात उपलब्ध आहेत

६. **विविध शासकीय अनुदान :** सरकारी संस्था विविध अनुदानाच्या रूपात उद्यम भांडवल पुरवतात. उद्योजकास अनुदानाचा लाभ घेण्यासाठी दीर्घ आणि गुंतागुंतीच्या प्रक्रियेमधून जावे लागते. त्याला प्रकल्प अहवालामधून प्रकल्पाचे/उद्योगाचे वर्णन, प्रकल्पाचे महत्त्व, खर्चाची संरचना, संसाधने उपलब्धी, गुंतवणूकीवरील अंदाजित परतावा इ.गोष्टी सविस्तर द्याव्या लागतात.

७. **बँक कर्जे:** बँक कर्ज हे लहान आणि मध्यम आकाराच्या व्यवसायासाठी उद्यम भांडवल पुरवठा करण्याचे प्रमुख स्त्रोत आहेत. उद्योजकाला त्याच्या विशिष्ट गरजापूर्ती करण्यासाठी बँक निवडणे आवश्यक आहे. त्याला बँकेकडून कर्ज मिळण्यासाठी तपशीलवार प्रकल्प अहवाल आणि हमी यासारख्या विविध आवश्यकता पूर्ण कराव्या लागतात.

४.३.६ सूक्ष्म वित्त

लघुउद्योग उभारणी व विकासासाठी अल्प प्रमाणात वित्त सहाय्याची आवश्यकता असते. उद्योजकांना स्थिर स्वरूपाच्या मालमत्ता खरेदी करणे व खेळत्या भांडवलाच्या गरजा भागविणे हा हेतू या वित्तसहाय्याचा असतो. सर्वच उद्योजकांना स्वत:च्या भांडवला आधारे व्यवसाय सुरु करणे शक्य नसते. म्हणून त्यांना लघु उद्योगांना वित्तसहाय्य करणाऱ्या संस्थांची मदत घ्यावी लागते. ग्रामीण भागामध्ये लहान उद्योग सुरु करण्याची सोय आहे. परंतु भांडवला अभावी हे उद्योजक पुढे येत नाहीत. म्हणून सूक्ष्म वित्त सहाय्य करण्यासाठी प्रयत्न होणे आवश्यक आहेत.

४.३.७ सूक्ष्म वित्ताची महत्त्व :

१) ग्रामीण भागातील लोकांना सूक्ष्म वित्त उपलब्ध करुन देणे :

ग्रामीण भागामध्ये बँका, पतसंस्था, वित्तसहाय्य संस्था उपलब्ध असल्या तरी गरीब लोकांकडे दुर्लक्ष्य केले जाते. त्यांना लागणारे अतिअल्प प्रमाणात वित्तसहाय्य उपलब्ध होत नाही. त्यामुळे असे लोक वित्तसहाय्यापासून वंचित राहतात. अशा गरजू लोकांना सूक्ष्म वित्तसहाय्य उपलब्ध करुन देता येते. त्यामुळे त्यांच्या अतिअल्प प्रमाणातील आर्थिक गरजा पूर्ण करता येतात.

२) सावकारी पाशातून गरीब जनतेची सुटका होते :

ग्रामीण भागातील लोक सावकारांकडून कर्ज घेतात. परंतु सावकारी कर्जावरील व्याजाचे दर अधिक असतात. त्यामुळे येथील गरीब लोकांची आर्थिक पिळवणूक होते. सावकार अशा लोकांची फसवणूक करतात. आता अशा लोकांना ग्रामीण भागात सूक्ष्म वित्त उपलब्ध होऊ लागले आहे. त्याचा फायदा ग्रामीण भागातील शेतकर्यांना अधिक प्रमाणात होत आहे. त्यामुळे येथील जनतेची सावकारी पाशातून सुटका होत आहे ही बाब समाधानाची आहे.

३) ग्रामीण भागातील लोकांना बचतीची सवय लागते :

ग्रामीण भागातील लोक लहान लहान व्यवसायांसाठी अल्प प्रमाणात कर्ज घेतात. व्यवसायाद्वारे त्यांना नफा मिळतो. नफ्याची रक्कम, व्यवसायाच्या व्यवहारांद्वारे मिळणारी रक्कम ते बँकेत जमा करतात. त्यामुळे त्यांना बँकेच्या व्यवहाराची सवय लागते. बचतीची सवय लागते. बँकेमध्ये त्यांची पत निर्माण होते त्या आधारे त्यांना अधिक प्रमाणात कर्ज उपलब्ध होतात.

४) ग्रामीण भागातील कारागिरांच्या कौशल्यास वाव मिळतो :

ग्रामीण भागामध्ये हस्त कारागिर आहेत. त्यांना सूक्ष्म वित्त उपलब्ध झाल्यामुळे ते लहान प्रमाणावर व्यवसाय सुरु करतात. त्यांना त्यांच्या कामासाठी लागणारी छोट्या प्रमाणातील यंत्रसामग्री खरेदी करता येते. व्यवसायाचे प्रशिक्षण घेता येते. व्यवसायात नाविण्यता निर्माण करता येते. काही कारागिर एकत्र येऊन एखाद्या संस्थेची स्थापना करतात. उदा. महिला बचत गटातील लोक एकत्र येऊन एखादा व्यवसाय करतात. एकत्रितपणे काम केल्यामुळे

एखादा व्यवसाय विकसित करणे त्यांना शक्य होते. त्यांच्यामध्ये नेतृत्व गुण विकसित होतात. त्यांच्यातील कौशल्यामध्ये वाढ होते.

५) ग्रामीण भागातील लोकांना स्वयंरेजगाराची संधी उपलब्ध होते :

ग्रामीण भागामध्ये विविध प्रकारचे व्यवसाय करता येण्यासारखे आहेत, परंतु वित्त पुरवठ्या अभावी येथील उद्योजक पुढे यायला तयार नाही. परंतु सूक्ष्म वित्त सहाय्य उपलब्ध झाल्यामुळे लघुद्योग, कुटिरद्योग, शेती, शेतीपूरक व्यवसाय, कारागिरी, उत्पादन, विक्री, विक्री सेवा, औद्योगिक इ. क्षेत्रामध्ये विविध प्रकारचे लहान व्यवसाय करायला लोक पुढे येत आहेत. त्यामुळे तेथील लोकांना स्वत:चे व्यवसाय किंवा स्वयंरोजगार सुरु करणे शक्य झाले आहे.

६) ग्रामीण भागातील लोकांना रोजगार उपलब्ध होतात :

सूक्ष्म वित्त उपलब्ध झाल्यामुळे ग्रामीण भागात व्यवसाय वृद्धी होते, व्यवसायांचा विकास होतो, स्वयंरोजगार वाढतात त्यामुळे तेथील लोकांना रोजगार प्राप्त होतात. शेतीपूरक व्यवसाय, कारागिरी, फळप्रक्रिया, कुकुटपालन, दुग्ध व्यवसाय, रेशीम किड्यांची पैदास, अळंबी, कोळंबी, मासेमारी, सेवा, वाहतूक, दळणवळण, प्रवास, पर्यटन, हॉटेल, अन्न प्रक्रिया वितरण, शिक्षण, प्रशिक्षण, करमणूक, पतसंस्था, बँका, विमा, जाहिरात, विपणन इ. क्षेत्रात येथील लोकांना रोजगाराच्या संधी उपलब्ध होत आहेत. त्यामुळे ग्रामीण भागातील बेकारीचे प्रमाण कमी व्हायला मदत होत आहे. ग्रामीण भागातील सुशिक्षित बेकार तरुणांना शहरामध्ये स्थलांतर करण्याऐवजी ग्रामीण भागातच स्वयंरोजगार व रोजगार उपलब्ध होतात.

७) ग्रामीण भागातील औद्योगिकरणाला चालना मिळते :

ग्रामीण भागामध्ये व मागासलेल्या भागात लहान प्रमाणात व्यवसाय सुरु करता येतात. त्यांचा विकास झाल्यावर या व्यवसायांचे मोठ्या व्यवसायांमध्ये रूपांतर होते. त्यामुळे ग्रामीण भागाचा विकास होतो. ग्रामीण भागात उद्योगांना चालना मिळते. त्यामुळे प्रादेशिक औद्योगिक विकास साधला जातो. त्याद्वारे ग्रामीण भागाचा विकास करणे शक्य होते. ग्रामीण भागाचा विकास ग्रामीण औद्योगिकरणावर अवलंबून आहे तर ग्रामीण औद्योगिकरण हे सूक्ष्म वित्त सहाय्यावर अवलंबून आहे.

८) ग्रामीण भागातील लोकांच्या राहणीमानात सुधारणा होते :

सूक्ष्म वित्त सहाय्यामुळे ग्रामीण भागात वेगवेगळ्या प्रकारचे लहान लहान व्यवसाय सुरु करता येतात. तसेच येथील अनेक लोकांना रोजगाराची संधी प्राप्त होते. त्यामुळे येथील जनतेच्या दरडोई उत्पन्नामध्ये वाढ होते. येथील लोक गृहपयोगी वस्तू, वाहने, दागिने, कपडे, दैनंदिन गरजेच्या वस्तू, सौंदर्य प्रसाधने, शैक्षणिक साहित्य, आरोग्यविषयक सेवा, करमणूक इ. ची खरेदी करतात. त्यामुळे येथील लोकांचे राहणीमान सुधारत आहे ही समाधानाची बाब आहे. चांगले शिक्षण, चांगला आहार आणि चांगले आरोग्य याद्वारे येथील लोकांचे राहणीमान सुधारले आहे.

९) महिलांचे आर्थिक व मानसिक सक्षमीकरण करता येते :

सूक्ष्म वित्त सहाय्याद्वारे संपूर्ण देशात महिलांनी स्वयंसहाय्यता बचत गट स्थापन केले आहेत. त्या निमित्ताने महिला घराबाहेर पडून एकत्र यायला लागल्या आहेत. विचार करायला लागल्या आहेत. त्यामुळे महिला मानसिक दृष्ट्या सक्षम बनल्या आहेत. लहान लहान व्यवसायाद्वारे त्यांनी तयार केलेल्या वस्तुंची विक्री करुन आलेला पैसा ते बँकेत ठेवतात. बचत गटामार्फत होणारा लाभ महिला परस्परांमध्ये वाटून घेतात. ही रक्कम सुद्धा त्या बँक खात्यावर जमा करतात. त्यामुळे त्यांना स्वयंरोजगार, रोजगार प्राप्त झाले आहेत. त्यांचे आर्थिक सक्षमीकरण झाले आहे. महिला बचत गट ही एक सामुहिक चळवळ आहे. ती एक शक्ती आहे. त्यामुले आज महिलांचा विविध उपक्रमातील सहभाग वाढीस लागला आहे ही समाधानाची बाब आहे.

१०) देशाची अर्थव्यवस्था मजबूत बनण्यास मदत होते :

ग्रामीण भागात ७०% लोक राहतात त्यामुळे देशाची अर्थव्यवस्था ग्रामीण भागावर अवलंबून आहे. ग्रामीण भागात लहान-लहान व्यवसायांची स्थापना, स्वयंरोजगाराची वाढ, रोजगाराच्या संधी, दरडोई उत्पन्नामध्ये वाढ, राष्ट्रीय उत्पन्नामध्ये वाढ, ग्रामीण औद्योगिकरणाला चालना, प्रादेशिक विकास, ग्रामीण भागातील उत्पादनाला शहरी, प्रादेशिक, राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील बाजारपेठांमध्ये विक्री करण्याची संधी इ. मुळे अर्थव्यवस्था मजबूत होण्यास मदत होते. ग्रामीण अर्थव्यवस्था हा देशाच्या अर्थव्यवस्थेचा कणा आहे.

११) ग्रामीण भागातील लोकांचे सामाजिक कल्याण करता येते :

ग्रामीण भागात ज्या ठिकाणी लहान-लहान उद्योग व व्यवसाय सुरु केले जातात त्या ठिकाणी व्यवसायांना लागणाऱ्या प्राथमिक सुविधा उपलब्ध करुन दिल्या जातात. उदा. रस्ते, वाहतुकीची साधने, दळणवळण, वीज, पाणीपुरवठा, बँका, विमा, पोस्ट, बाजारपेठ समित्या, शिक्षण, आरोग्य, संरक्षण, प्रशिक्षण इ. यामुळे ग्रामीण भागातील जनतेला कल्याणकारी योजनांचा लाभ घेता येऊ लागला आहे.

४.३.८ बचत गटांची भूमिका

भारतात बचत गट सामान्यत: ग्रामीण भागात कार्यरत आहेत. ते इतर देशांमध्ये देखील विशेषत: दक्षिण आशिया आणि दक्षिण पूर्व आशियामध्ये आढळतात. यात सामान्यत: १०-२० स्वयंरोजगार करणाऱ्या ग्रामीण महिला असतात. गटाच्या सदस्यांना नियमितपणे सामान्य निधीमध्ये थोड्या प्रमाणात आर्थिक योगदान देण्यासाठी प्रोत्साहित केले जाते. काही महिन्यांनंतर मोठी रक्कम जमा झाली की बचतगट सदस्यांना त्यांच्या काही कामांसाठी कर्ज देणे सुरू करतो. भारतात अनेक बचत गट लघु कर्ज वितरणासाठी बँकांशी जोडलेले आहेत. लघु कर्ज म्हणजे गरीब ग्रामीण स्त्रियांना त्यांच्या पत गरजा त्वरित पूर्ण करण्यासाठी दिलेले कर्ज होय. केंद्र आणि राज्य सरकार राष्ट्रीय कृषी व ग्रामीण विकास बँके सह महिला सबलीकरण साध्य करण्यासाठी बचत गटांना प्रोत्साहन देत आहेत. भारतातील बचत गटांची भूमिका खालील मुद्द्यांच्या आधारे दिली जाऊ शकते

१. ग्रामीण भागातील औपचारिक बँकिंग प्रणालीच्या सुविधांपासून वंचित लोकांना लहान कर्ज देण्यास ते मदत करतात.

२. ग्रामीण भागातील गरीब महिलांच्या सक्षमीकरणासाठी ते मदत करतात.

३. ते ग्रामीण महिलांमध्ये स्वयंरोजगारांना प्रोत्साहित करतात.

४. यामार्फत गरीब महिलांना मुख्य प्रवाहातील आर्थिक क्रियांमध्ये भाग घेण्यासाठी व्यासपीठ उपलब्ध आहे

५. ते सामान्यत: महिला विकास आणि कल्याणकरी विषयांप्रती आणि बालकांच्या आरोग्याशी संबंधित कार्यक्रम विशेषतः मुलांच्या शिक्षणाविषयी जागरूकता निर्माण करतात.

अशा प्रकारे ते भारतात शाश्वत आर्थिक विकास साध्य करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात मदत करतात.

४.४ सारांश

परस्पर किंवा समनिधीबाबत आपणांस असे विश्लेषण करता येईल की, भांडवल बाजाराला पर्याय म्हणून परस्पर निधी उपलब्ध झाले आहेत की, ज्याद्वारे लहान युनिटस्ची विक्री करुन मोठ्या प्रमाणात भांडवल उभारणी करुन त्याचा पुरवठा उद्योगांना केला आहे. त्यामुळे परस्पर निधींची संख्या वाढत आहे. ग्रामीण भागातही परस्पर निधी लोकप्रिय झाले आहेत.

विदेशी विनिमयाचे व्यवहार करताना निर्मिती बाजाराची सोय करण्यात आली आहे. त्यामध्ये वायदे करार, भविष्य पर्याय करार केले जातात. भविष्यात किंमत बदलापासून होणारा धोका कमी करण्यासाठी वायदे करार आणि भविष्य करार केले जातात. विनिमय व्यवहार करताना खरेदीदार आणि विक्रेते यांना पर्याय उपलब्ध आहेत. जागतिकिकरणामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील व्यवहारांचे प्रमाण वाढले आहे. त्यामुळे निर्मिती बाजाराची गरज व महत्त्व वाढत आहेत.

सूक्ष्म वित्त सहाय्याची गरज ग्रामीण भागामध्ये लघु स्वरुपाच्या व्यवसायांना आहे. व्यक्तिगत पातळीवर व्यक्तिंना अल्प प्रमाणात भांडवल उपलब्ध झाले तर ते स्वत:च्या पायावर उभे राहू शकतात. याच धर्तीवर आपल्या देशात महिला स्वयंसहाय्यता बचत गटाची स्थापना झाली आहे. ग्रामीण व मागासलेल्या भागाचा विकास करणे, महिलांचे मानसिक आर्थिक सक्षमीकरण इ. बाबी सूक्ष्म वित्त सहाय्यावर अवलंबून आहेत.

४.५ स्वाध्याय

प्र.१ खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे द्या.

१. परस्पर निधी बाबत माहित लिहा

२. निर्मिती बाजार व्यवहाराची माहिती विशद करा.

३. जिन्नस बाजाराचे प्रकार सांगा.

४. वायदे करार स्पष्ट करा.

५. स्टार्ट-अप व्हेंचर स्पष्ट करा.

प्र.२. टीप लिहा

१. वैयक्तिक गुंतवणूक

२. सूक्ष्म वित्त

३. बचत गट

४. व्यापारी बँका

५. आर्बिट्रेजर्स

❖❖❖❖