

व्यवस्थापन आणि अन्य काही

डॉ. शरद ल. जोशी

व्यवस्थापन
आणि
आर्थिक-सामाजिक
विषयांवरील
मूलगामी लेखांचा संग्रह,
प्रश्नोत्तर स्वरूपात.

व्यवस्थापन आणि अन्य काही

डॉ. शरद ल. जोशी

व्यवस्थापन आणि आर्थिक-सामाजिक विषयांवरील
मूलगामी लेखांचा संग्रह, प्रश्नोत्तर स्वरूपात.

© डॉ. शरद ल. जोशी
दूरभाष : ९८२२८७६१९५
sharadjoshi@gmail.com

पुस्तक, स्मार्टफोन/
संगणकामार्फत मुक्तपणे प्रसृत
करण्यासाठी परवानगी आहे.

पेजसेटिंग आणि मुद्रण :
श्री. दिलीपकुमार कुलकर्णी,
दूरभाष - 9850986189,
advertodmk@yahoo.com

स्मार्टफोन सुसंगत ॲप
Adobe Acrobat Reader

लेखकाचे मनोगत

व्यवस्थापन शास्त्र हा माझ्या आवडीचा आणि अभ्यासाचा विषय आहे. गेली सुमारे पाच दशके मी ह्या क्षेत्रात कार्यरत आहे. इंडियन इन्स्टिट्यूट ऑफ मॅनेजमेन्ट अहमदाबाद येथे, संस्थेच्या सुरुवातीच्या काळात, त्यावेळी नुकताच सुरू झालेला एम्. बी. ए. हा अभ्यासक्रम पूर्ण करता आला. त्यावेळचे निम्मे कोर्स मटेरिअल आणि थोडे प्राध्यापक, व्यवस्थापन क्षेत्राचे ज्ञानपीठ अमेरिकेतील हार्वर्ड विद्यापीठ, येथील होते. त्यामुळे ह्या क्षेत्रातील दिग्गजांचा लहान वयातच परिचय झाला. त्यावेळी सुप्रसिद्ध वैज्ञानिक, भारताच्या अंतराळ कार्यक्रमाचे जनक विक्रम साराभाई आय. आय. एम. चे अध्यक्ष आणि मार्गदर्शक होते. माझ्या मते, १९५० ते १९८० ही तीन दशके सर्व क्षेत्रात सृजनशील कामाचा कालखंड होता. व्यवस्थापन, अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र यातील उल्लेखनीय काम आणि संगणकासह कितीतरी शास्त्रीय शोध ह्या तीस वर्षात घडून आले. १९६९ मध्ये माणूस चंद्रावर उतरण्यापासून, कला क्षेत्रातील कितीतरी संस्मरणीय काम- उच्च दर्जाचे चित्रपट संगीत, हॉलिवुडचे कित्येक अविस्मरणीय चित्रपट, थोर शास्त्रीय गायक आणि वादक, ह्याच काळातील. त्या काळात जगण्याची आणि शिकत राहण्याची संधी मिळाली याबद्दल मी स्वतःला भाग्यवान समजतो.

गेल्या अनेक वर्षात वाचलेली असंख्य पुस्तके, लेख आणि शोधनिबंध यांचा प्रभाव ह्या लेखांवर आहे. पुस्तक लिहायचे असे ठरवल्यानंतर तपशीलातील चुका टळाव्या म्हणून आणखी कितीतरी स्रोत पाहावे लागले. त्यामुळे ह्या साऱ्या लिखाणाचे श्रेय मी घेऊ इच्छित नाही. गूगल अस्तित्वात नसते तर यातील कितीतरी मजकूर लिहिता आला असता का याबद्दल शंका आहे. पुस्तकाचे सर्व लेखन मी गूगल फॉन्ट वापरून केले. ती गूगलने निर्माण केलेली आणखी एक सुविधा. खरे आभार मानायचे तर, निःस्वार्थपणे अतर्क्य विषयांवर सॉफ्टवेअर आणि माहिती अपलोड करणाऱ्या असंख्य गूगल कॉन्ट्रिब्यूटर्सचे मानायला हवेत.

पुस्तकासाठी, त्याचे काही फायदे लक्षात आल्यामुळे, मी प्रश्नोत्तराचा 'फॉर्म' निवडला आहे. पुस्तकात ६० च्या वर विषय हाताळले आहेत. त्यातील मला महत्त्वाच्या किंवा वेगळ्या वाटणाऱ्या भागावरच लिहिण्याचे स्वातंत्र्य प्रश्नोत्तराच्या फॉर्ममुळे आपोआप प्राप्त झाले. अन्यथा प्रत्येक विषयाच्या सगळ्या बाजू मांडणारा लांबलचक लेख लिहावा लागला असता. माझ्या मते ते नव्याने करण्याची गरज नव्हती. तसे लेख आणि पुस्तके आधीच लिहिली गेली आहेत, इंटरनेट तर आहेच. दुसरा फायदा म्हणजे लेखाची लांबी मर्यादित ठेवता आली. बहुतेक प्रश्नोत्तरे दोनअडीच पानातच आटोपती घेतली आहेत. मला जे सांगायचे ते सांगून झाले की उत्तर थांबवले आहे.

जवळपास निम्मे प्रश्न आणि उत्तरे व्यवस्थापन आणि त्याच्याशी संलग्न अर्थशास्त्र यांच्याशी संबंधित आहेत. पण मुळात व्यवस्थापन ही आंतर शाखीय विद्याप्रणाली आहे. व्यवस्थापन आणि अर्थशास्त्र यांच्या व्यतिरिक्त सामाजिक प्रश्न, मानववंशशास्त्र, इतिहास, संगणक विज्ञान इतकेच नव्हे तर तत्त्वज्ञान यांच्याशीही व्यवस्थापनाचा संबंध पोचतो. ह्या बाकीच्या सर्व क्षेत्रातील अभ्यासकांनी व्यवस्थापन शास्त्रामध्ये मोलाची भर घातलेली आहे. त्यामुळे काही प्रश्नोत्तरे अन्य विषयांवरही आहेत. काही प्रश्न, उदाहरणार्थ इस्लाम, हा सर्वांच्याच कुतूहलाचा विषय आहे, तसा माझ्याही आहे. एक प्रश्न आणि उत्तर त्याच्यावरही आहे. प्रश्न क्रमांक ३२ ते ३६, हे पाच प्रश्न भारतीय संस्कृतीमधील 'कागद' ह्या संपर्कमाध्यमाचा अभाव आणि त्यामुळे निर्माण झालेल्या समस्यांसंबंधी आहेत. मी त्यांच्याकडे खास लक्ष वेधू इच्छितो. रूढ कल्पनांना नवे आयाम देणारे हे विचार आहेत.

मुळात प्रश्न मी निवडले आहेत आणि उत्तरेही माझी स्वतःची आहेत.त्यांच्यावर मतभेद होऊ शकतात हे उघड आहे. इतक्या वर्षांच्या अनुभवानंतर, कोणत्याही जटील प्रश्नाचे शेवटचे उत्तर क्वचितच असते हे मी जाणतो. त्यामुळे कूटप्रश्नाचे एक उत्तर म्हणून त्यांच्याकडे पाहावे. अर्थात माझ्या दृष्टीने, आतापुरते, ते बरोबर उत्तर आहे. त्याबद्दलची माझी बांधिलकी स्वीकारूनच मी हे पुस्तक लिहिले आहे. प्रश्नोत्तरांचा परिणाम म्हणून संस्था निर्मिती आणि व्यवस्थापन ह्या विषयांबद्दल वाचकांची जिज्ञासा वाढेल अशी आशा आहे.

डॉ. शरद ल. जोशी

sharadjoshi@gmail.com

लेखकाचा परिचय

व्यवस्थापन आणि अन्य काही, ह्या पुस्तकाचे लेखक डॉ. शरद ल. जोशी हे ज्येष्ठ व्यवस्थापन तज्ज्ञ आहेत. ते इंडियन इन्स्टिट्यूट ऑफ मॅनेजमेन्ट, अहमदाबाद ह्या प्रसिद्ध व्यवस्थापन संस्थेचे एम्. बी. ए. आणि कॉस्ट अकॉउंटंट आहेत. पुणे विद्यापीठाच्या व्यवस्थापन शाखेचे अधिष्ठाता, व्यवस्थापन विभागाचे विभागप्रमुख आणि अन्य व्यवस्थापन संस्थांचे संचालक, आणि नामवंत प्राध्यापक म्हणून त्यांना दीर्घकाळ अध्यापन आणि संशोधन याचा अनुभव आहे. पुणे विद्यापीठासह एकंदर पाच विद्यापीठांचे ते पी. एच. डी. मार्गदर्शक असून त्यांच्या मार्गदर्शनाखाली १८ विद्यार्थ्यांना पी. एच. डी. ही पदवी प्राप्त झाली आहे. व्यवस्थापन ह्या विषयावर दोन पुस्तके, शोधनिबंध आणि असंख्य लेख, असे विपुल लेखन त्यांनी केले आहे. व्यवस्थापन ह्या विषयावर अनेक चर्चासत्रात भाषणे केली आहेत. अर्थव्यवस्थापन आणि व्यवस्थापकीय माहिती प्रणाली हे त्यांच्या खास अभ्यासाचे विषय आहेत.

शिक्षणक्षेत्रात येण्यापूर्वी २५ वर्षांपेक्षा अधिक काळ ते व्यवस्थापन आणि संगणक सल्लागार म्हणून कार्यरत होते. प्रकल्प व्यवस्थापन आणि सॉफ्टवेअर निर्मिती यासाठी ५०० पेक्षा अधिक उद्योगांना त्यांच्या मार्गदर्शनाचा लाभ झाला आहे. औद्योगिक संस्था व व्यवस्थापन संस्था यांच्या संचालक मंडळाचे सदस्य आणि पुणे स्टॉक एक्स्चेंजचे अध्यक्ष म्हणून त्यांनी दीर्घकाळ काम केले आहे. कॉम्प्युटर सोसायटी ऑफ इंडिया, पुणे शाखेचे ते अध्यक्ष होते. सामाजिक संस्थेतर्फे 'मॅनेजमेंट गुरू' म्हणून त्यांना गौरवण्यात आले आहे.

सौ. वृषालीस -

व्यवस्थापन आणि अन्य काही - अनुक्रमणिका -

१. जागतिकीकरणानंतर नफा हे उद्दिष्ट असणाऱ्या खासगी औद्योगिक संस्था केंद्रस्थानी आल्या आहेत. त्यांनी अवास्तव नफेखोरी करू नये यासाठी काय करावे? /१२
२. गेल्या २५-३० देशातील उत्पादनांचा दर्जा सुधारला. त्यावेळी नसलेल्या अनेक वस्तू आणि सेवा नव्याने उपलब्ध झाल्या, आणि सहज मिळू लागल्या. हे कसे घडले? /१५
३. गुणवत्ता हा विषय, वस्तू आणि सेवा यांचा दर्जा, प्रक्रियांचे नियंत्रण, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर या विषयांपुरता मर्यादित आहे की गुणवत्तेचे व्यापक तत्त्वज्ञान आहे? /१७
४. व्यापाराच्या क्षेत्रात गुजराती मारवाडी आघाडीवर असतात ते कशामुळे? /२०
५. खुल्या अर्थव्यवस्थेमध्ये सर्वाधिक महत्वाचे कार्यक्षेत्र कोणते? /२३
६. मार्केटिंग करणाऱ्यांनी त्यांच्या अनुभवातून अनेक मार्गदर्शक तत्त्वे विकसित केली असतील. काही निवडक सुभाषिते? /२५
७. भारताचा ब्रँड (ब्रँड इंडिया) ही काय संकल्पना आहे? तिचा उपयोग काय? /२९
८. ब्रँडच्या नावाखाली अधिक किंमत लावणे हे खासगी क्षेत्राची नित्याची प्रथा आहे. ब्रँडची गरजच काय? /३२
९. ऑनलाइन मार्केटिंग आणि पारंपारिक मार्केटिंग यांच्यामध्ये काय फरक आहे? स्टिकी मार्केटिंग म्हणजे काय? /३५
१०. चीफ एक्झिक्युटिव्ह ऑफिसर, ही कोणत्याही औद्योगिक संस्थेतील सर्वात महत्त्वाची व्यक्ती असते. काही सीईओ वर्षाला एक कोटीपेक्षा अधिक पगार घेतात. ते नेमके काय करतात? /३८
११. तत्त्वतः प्रत्येक यशस्वी लघु उद्योग काही वर्षांनी मध्यम आकाराचा आणि नंतर मोठा, उद्योग व्हायला हवा. तसे घडत नाही. तो यशस्वी, पण लघु उद्योगच राहतो. असे का घडते? /४१
१२. मोठ्या कंपनी खरोखर कोण चालवतात? मालक की व्यवस्थापक? /४४

१३. एकीकडे मोठ्या औद्योगिक संस्था बंद पडत असताना वारकरी पंथासारख्या संघटना शतकानुशतके चालू असलेल्या दिसतात. त्यांचे स्पष्टीकरण कोणत्या व्यवस्थापन तत्वांच्या आधाराने करणार? /४७
१४. ऑफिसमधील इतर कर्मचारी आणि ज्येष्ठ व्यवस्थापक यांना दिल्या जाणाऱ्या मोबदल्यात इतका फरक का? सी. ई. ओ. पदावरील व्यक्तींना कोर्टीची पॅकेजेस का दिली जातात? /५०
१५. संघटित गुन्हेगारी हा नेमका काय प्रकार आहे? /५२
१६. आंतरराष्ट्रीय मार्केटिंगमधील मॅकडिस्नेफिकेशन ही काय संकल्पना आहे? /५५
१७. उत्तम अर्थव्यवस्थापन कशाला म्हणावे? /५८
१८. खूप मोठ्या आकाराची किंवा बहुराष्ट्रीय कंपनी आणि मध्यम आकाराची कंपनी यांच्या व्यवस्थापनात मूलभूत फरक काय असतो? त्यासाठी व्यवस्थापन नियंत्रण प्रणालीचा उपयोग होतो का? /६१
१९. अलिकडच्या व्यवस्थापनात रिस्क मॅनेजमेंट कसे सांभाळले जाते? /६४
२०. संस्था दीर्घकाळ टिकवून धरायची तर काय महत्वाचे? /६७
२१. माहिती क्रांतीमुळे मूलभूत बदल कोणते घडले? /७०
२२. पर्यटनासाठी महाराष्ट्रात आणि भारतात शेकडो उत्तमोत्तम ठिकाणे असताना पर्यटन उद्योग मोजक्या निवडक ठिकाणांभोवती केंद्रित झालेला दिसतो. बाकीची दुर्लक्षित का राहतात? /७३
२३. कोणत्याही कामासाठी प्रोफेशनल दृष्टिकोन असायला हवा असे विधान वारंवार केले जाते. प्रोफेशनल असणे - किंवा नसणे म्हणजे नेमके काय? /७५
२४. शारीरिक आरोग्याबरोबर मानसिक आरोग्यही महत्वाचे असते. संघटनांचे प्रमुखपद भूषवणाऱ्या व्यक्तीकडे तेही असायला नको काय? /७८
२५. एखादा अशक्यप्राय प्रकल्प मर्यादित वेळात पूर्ण करायचा असेल तर त्यासाठी कोणते व्यवस्थापन तंत्र वापरतात? /८०
२६. उद्योजक आणि उद्योजकता यांच्याबद्दल खूप बोलले जाते. उद्योजक हे खरोखर किती महत्वाचे? /८३
२७. व्यवसायातील नीतीमत्ता, बिझनेस एथिक्स ह्या विषयावर खूप चर्चा चालते. ही फक्त चर्चा की ते व्यवहारातही उतरते? /८८

२८. चुकीचे निर्णय का घेतले जातात? /९२
२९. नेता, नेतृत्वगुण ह्या संकल्पनांना खूप महत्त्व दिले जाते. नेत्यांमध्ये असे काय गुण असतात की जे इतर व्यक्तींमध्ये नसतात? /९४
३०. आय. क्यू. (इंटेलिजन्स कोशंट) पाठोपाठ ई.क्यू. (इमोशनल कोशंट) आणि हा शब्दप्रयोग कानावर पडू लागला आहे. त्यात काही तथ्य आहे? /९७
३१. बाकीच्या तंत्रज्ञानात नसले तरी कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअर च्या क्षेत्रात भारतीय तंत्रज्ञांनी बऱ्यापैकी यश संपादन केले आहे. हे कसे घडले? /१००
३२. इतर देशांप्रमाणे भारताचा इतिहास उपलब्ध का नाही? त्यासंबंधीची कागदपत्रे का सापडत नाहीत? /१०३
३३. भारतातील असाक्षरता, विज्ञान-तंत्रज्ञानाचा अपुरा प्रसार यांच्याशी माहिती तंत्रज्ञानाच्या अभावाचा संबंध आहे? /१०७
३४. जगात इतरत्र नसलेली जातिव्यवस्था भारतात निर्माण झाली आणि टिकली. जातिव्यवस्था आणि माहिती तंत्रज्ञान यांचा काय संबंध आहे? /११२
३५. प्रशासकीय यंत्रणेच्या कार्यक्षमतेमध्ये माहिती प्रणालीची भूमिका काय असते? कागदाच्या उपलब्धतेचा आणि अभावाचा त्यावर काय परिणाम झाला? /११६
३६. संपर्क माध्यमाच्या अभावामुळे भारतात विकसित झालेली कोणती वेगळी वैशिष्ट्ये सांगता येतील? /११८
३७. औद्योगिक क्रांती १७ व्या शतकाच्या शेवटी झाली. त्याआधी काही हजार वर्षे शेती हेच उपजीविकेचे मुख्य साधन होते. उद्योगांची उपयुक्तता समजून घेण्यास इतकी शतके का लागली? /१२२
३८. १९९१ साली उदारीकरण, खासगीकरण आणि जागतिकीकरण यांचे युग आले. हे स्वातंत्र्यानंतर लगेच केले असते तर देश कुठल्याकुठे गेला असता. बरोबर? /१२५
३९. विकास हे भारताच्या नव्हे तर जगातील सर्व अर्थव्यवस्थांचे सर्वमान्य उद्दिष्ट आहे. राष्ट्रांच्या विकासदराचा सर्वसामान्य नागरिकांच्या आर्थिक प्रगतीवर काय परिणाम होतो? /१२८
४०. जागतिकीकरण भारतावर लादले गेले का? त्यामुळे फायदा झाला की तोटा? /१३०

४१. उदारीकरण, खासगीकरण आणि जागतिकीकरण ह्या नंतरच्याजगात घडून आलेले सर्वाधिक महत्त्वाचे बदल कोणते? /१३३
४२. ऑटोमेशन आणि संगणकीकरण यांच्या रेट्यामुळे नोकऱ्यांची संख्या कमी होताना दिसते आहे. दुसरीकडे लोकसंख्या तर वाढत आहे. इतक्या हातांना काम कसे पुरवायचे? /१३६
४३. भांडवलशाहीमध्ये गरीब अधिक गरीब, श्रीमंत अधिक श्रीमंत होतात हे खरे आहे का? /१३९
४४. दरडोई उत्पन्नामध्ये कोणताही लहानसा देश आपल्यापुढे असतो. परदेशवारी केलीतर तेथील सार्वजनिक सेवासुविधा आपल्या मानाने कित्येक पटीने चांगल्या असल्याचे जाणवते. आपण तसे कधी होणार? /१४२
४५. पूर्वापार, काटकसर करावी, अनावश्यक खर्च टाळावा अशी शिकवण दिली जाते. दुसरीकडे, ग्राहकांनी खर्च केला नाहीतर मंदी येईल, विकासदर खाली येईल असेही सांगितले जाते. खरे काय? /१४५
४६. भारतातील प्रांताप्रांतात, एका प्रांतातील प्रदेशात सुद्धा लोकांमध्ये खूप फरक असल्याचे जाणवते. तो कशामुळे? इतकी विविधता असलेल्या भारतात बाहेरून आलेले कोण आणि इथले कोण? /१४७
४७. उच्च शिक्षण दिवसेदिवस अधोगतीलाच जाताना दिसते आहे. त्याची नेमकी व्यथा काय आहे? /१४९
४८. दुसरे महायुद्ध संपल्याला आता सत्तर वर्षे होऊन गेली. ते शेवटचे मोठे युद्ध. जगातील युद्धखोरी कमी कशी झाली? /१५२
४९. १९५० आणि १९६० दशकात झाले तसे चित्रपटसंगीत आता का होत नाही? /१५४
५०. उद्योजक - क्वचित फिल्मस्टार, क्रीडापटू - यांच्या कोट्यवधी रुपयांच्या संपत्तीचे आकडे प्रसिद्ध होतात. संपत्तीचा मोठा हिस्सा मूठभर लोकांच्या ताब्यात ठेवून वाया घालवणे योग्य आहे का? /१५७
५१. जगामध्ये इतके देश आणि भूभाग आहेत. फक्त भारत आणि चीन यांचीच लोकसंख्या इतकी जास्त का? /१५९
५२. शेजारी देश असून चीन आणि भारत यांच्यामध्ये इतका फरक का? चीन भारतापेक्षा पुढारलेला कसा? /१६२

५३. पाकिस्तान ही आपली कायमची डोकेदुखी आहे. पाकिस्तानबरोबर शांतता प्रस्थापित झाली तर आपला विकास आताच्यापेक्षा कितीतरी वेगाने होईल असे वाटत नाही का? /१६७
५४. ब्रिटिश साम्राज्याचा उदय आणि अस्त यासंबंधी काय सांगता येईल? भारतापुरते बोलायचे तर ब्रिटिश राजवट ही जुलूमी सत्ता होती हे कितपत खरे आहे? /१६९
५५. कुटुंबनियोजनासाठी इतके प्रयत्न, इतका प्रचार करूनही लोकसंख्या आटोक्यात का येत नाही? /१७३
५६. शंभरदीडशे वर्षापूर्वीचा भारत आणि आजचा भारत यांच्यातील मुख्य फरक दर्शवणारे प्रातिनिधिक उदाहरण? /१७६
५७. आपल्या दुरवस्थेचे सर्वात महत्त्वाचे कारण म्हणजे राजकारण आणि राजकारणी. ते कसे सुधारणार? /१७९
५८. सद्यस्थितीत साम्यवादाचे महत्त्व किती? /१८२
५९. इस्लामला तोंड कसे द्यावे? /१८६
६०. कोणत्याही युद्धात, युद्धभूमी सोडून पळून जाऊ नये म्हणून सैनिकांना प्रेरित कसे करतात? /१९०
६१. व्यावसायिक नीतीमत्तेची सुरुवात वैयक्तिक नीतीमत्तेपासून होते असे म्हटले जाते. याबाबतीत काय सांगता येईल? /१९३
६२. अति गरिबीप्रमाणे अति श्रीमंतीच्या समस्या असू शकतात का? /१९७
६३. राहणीमान वाढावे म्हणून विकासाचा वृद्धीदर वाढवण्याची खटपट चाललेली दिसते. मात्र त्यासाठी कठोर परिश्रम करण्याची वृत्ती अभावानेच जाणवते. ह्या दोन्हीचा मेळ कसा घालायचा? /१९९

१. जागतिकीकरणानंतर नफा हे उद्दिष्ट असणाऱ्या खासगी औद्योगिक संस्था केंद्रस्थानी आल्या आहेत. त्यांनी अवास्तव नफेखोरी करू नये यासाठी काय करावे ?

नफा मिळवण्यासाठी चालवल्या जाणाऱ्या, फॉर दी प्रॉफिट, खासगी औद्योगिक संस्था ह्या अर्थकारणाच्या केंद्रस्थानी आहेत हे खरेच आहे. भारतातील कोट्यवधी तरुणांना रोजगार पुरवण्याचे काम त्याच करणार आहेत. (सरकार नाही).

समाजवादी विचारसरणीचा (म्हणजे डाव्या विचारांचा) वरचष्मा असलेल्या आपल्या समाजात बिझनेस, बिझनेसमन, नफा यांच्याबद्दल खूप गैरसमज आहेत. नफ्यामध्ये व्यवसाय चालवणे हे आपल्याला वाटते तितके सोपे नाही. ज्यांनी हौस म्हणून कोणतातरी व्यवसाय करून पाहिला असेल त्यांनी तो बहुदा नुकसान सोसून किंवा जेमतेम फायदा मिळवून बंद केला असेल. केळ्याची गाडी चालवण्याचा साधा व्यवसाय सुद्धा सोपा नसतो. त्यातही धंद्याचे बारकावे असतात (केळी, कोठून काय भावाने घ्यायची, त्यांचा दर्जा कसा ओळखायचा, काय भावाने विकायची, कोणत्या भागात माल खपतो - कोठे खपत नाही, कोणत्या वेळात जास्त खपतो, कोठे जास्त-कोठे कमी थांबायचे, इत्यादी). त्याशिवाय, स्पर्धा असते, नाशवंत माल वाया जाण्याचा धोका असतो. आपल्या मर्यादित शारीरिक क्षमतेला पेलणाऱ्या १०-१५ किलोमीटर भ्रमंतीमध्ये पुरेशी विक्री करण्याचे आव्हान असते. उधारी सुद्धा असते. एखाद्या व्यक्तीने नवी केळ्याची गाडी सुरू केली तर ती नफ्यामध्ये येईपर्यंत दोन तीन महिने सहज निघून जातील.

बिझनेस केळ्याच्या गाडीचा असो की मोबाईल फोनचा नवा ब्रँड बाजारात आणण्यासारखा मोठा असो, त्यामधील धोके तेच असतात. धंद्याचा बारीक तपशील समजून घेऊन आत्मसात करावा लागतो, आधी बस्तान बसवलेल्या स्पर्धकांना तोंड द्यावे लागते - त्यांच्या किमतीत माल विकावा लागतो, ग्राहक शोधावा लागतो, उधारी वसूल करावी लागते. जमा झालेल्या पैशातून कर्मचाऱ्यांचे पगार करायचे असतात, विकत घेतलेल्या मालाची बिले द्यायची असतात, बँकेचे हप्ते भरायचे असतात आणि इतर अनेक खर्च करायचे असतात. खर्च करायला पैसे उरले नाहीत, की देणी थकतात आणि व्यवसाय बंद पडतो. आपल्या शहरात कितीतरी दुकाने डोळ्यादेखत बंद होताना आपण पाहतो. कोणत्याही महानगराच्या परिसरातील जुन्या औद्योगिक वसाहतीला भेट द्या. बंद पडलेले अनेक कारखाने तुम्हाला दिसतील. व्यवसाय नफ्यामध्ये चालवणे इतके अवघड आहे, की व्यापारी समाजात, ते कसे करावे याचे धडे लहान वयापासून गिरवले जातात, तेव्हा कोठे

त्यांचा निभाव लागतो.

व्यवसाय नफ्यामध्ये चालतो ह्याचाच अर्थ तो चालवणाऱ्या व्यक्तींनी किंवा संस्थांनी वर उल्लेखलेले सर्व टप्पे यशस्वीपणे ओलांडले आहेत. ते कष्टाळू आहेत, कार्यक्षम आहेत, व्यवहारी आहेत आणि सर्वात महत्त्वाचे, त्यांच्यामध्ये व्यवसाय चालू ठेवण्याची जिद्द, ईर्ष्या आहे. आवश्यक त्या वस्तू आणि सेवा आपल्याला मिळत राहाव्या अशी इच्छा असेल, तर अशा असंख्य लहान मोठ्या व्यावसायिकांची समाजाला गरज आहे. त्यांचे योगदान कृतज्ञतापूर्वक स्वीकारून आपण पुढे गेले पाहिजे.

हे लोक नफ्याच्या नावाखाली नफेखोरी करत नाहीत यासाठी त्यांच्यावर नियंत्रण ठेवायचीही जरूरी असते. पण ते काम सरकारचे थोडे आणि बाजारपेठेचे जास्त आहे. नफेखोरी लक्षात आली तर आपण ग्राहक गमावून बसू अशी टांगती तलवार कायम उद्योगांच्या डोक्यावर असली पाहिजे. मात्र रास्त नफा किती असावा यासंबंधी आपल्या कल्पना अवास्तव असण्याची शक्यता आहे. बहुतेक लोकांना तो उत्पादन खर्चावर ५ ते १० टक्के असावा असे वाटते. इतक्या कमी नफ्यामध्ये भागत नाही. चांगल्या कंपन्यांचे नफ्याचे प्रमाण एकूण खर्चाच्या २० ते ३० टक्के असते. बहुराष्ट्रीय औषधी कंपन्या भरपूर नफा कमावतात असा समज आहे. पण संशोधनखर्च, रॉयल्टी, वितरण खर्च, जाहिरात, कमिशन, विक्री प्रतिनिधींचा पगार, इत्यादी अनेक खर्च वजा केल्यावर त्यांचे नफ्याचे प्रमाण २० ते ३० टक्के असते. सिपला ह्या सुप्रसिद्ध फार्मा कंपनीने २०१७ मध्ये एकंदर खर्चाच्या २३ टक्के नफा मिळवला.

मोठ्या कंपनीचा ब्रेक-ईव्हन-पॉइंट (म्हणजे तोटा होऊ नये म्हणून आवश्यक असणाऱ्या किमान विक्रीचा आकडा) मोठा असतो. तेवढी विक्री व्हावी म्हणून मार्केटिंगवर खूप खर्च करावा लागतो. उत्पादक ते किरकोळ विक्रेता यामध्ये डिस्ट्रिब्यूटर, सब-डिस्ट्रिब्यूटर, डीलर असे व्यापाराचे दोन-तीन स्तर निर्माण करून ग्राहकापर्यंत पोचावे लागते. प्रत्येक स्तरावर कमिशन द्यावे लागते, आणि ते अगदी कमी नसते. त्यामुळे उत्पादकाची किंमत आणि किरकोळ किंमत यात खूप तफावत पडते. महत्त्वाचे म्हणजे सर्वांच्या कमिशनची बेरीज करून ग्राहकाला परवडणारी किंमत काय हे पण स्पर्धा आणि बाजारपेठ ठरवते. कोणत्या एका उत्पादकाची किंमत अवास्तव वाटली तर ग्राहक दुसरीकडे जातो.

डाव्या/समाजवादी चळवळीतील बहुतेक विचारवंत पेशाने प्राध्यापक आहेत. त्यांनी थिअरीच्या बरोबरीने स्वतः बिझनेस करून पाहिला किंवा व्यापारी संस्थेत व्यवस्थापकाचे काम केले तर त्यांचे बरेच गैरसमज दूर होतील.

इन्फोसिसचे नारायण मूर्ती सुरुवातीला साम्यवादी विचारसरणीचे होते. आता इन्फोसिस चालवल्यानंतर ते सहृदय भांडवलशहा, बेनेव्होलंट कॅपिटलिस्ट झाले आहेत. (अर्थात सर्व कॅपिटलिस्ट सहृदय असतात असे नाही. तसे असणे त्यांचा वैयक्तिक प्रश्न आहे. त्यांच्याकडे व्यावहारिक शहाणपण मात्र हवे).

२. गेल्या २५-३० देशातील उत्पादनांचा दर्जा सुधारला. त्यावेळी नसलेल्या अनेक वस्तू आणि सेवा नव्याने उपलब्ध झाल्या, आणि सहज मिळू लागल्या. हे कसे घडले ?

१९८० नंतर आधी जपानमध्ये आणि नंतर टप्प्याटप्प्याने अमेरिका, युरोप आणि उर्वरित जग येथे क्वालिटी मूव्हमेंट या नावाने एक चळवळ उभी राहिली. कारखान्यातील उत्पादने आणि सेवा, यांचा दर्जा सर्वोत्तम-वर्ल्ड क्लास करायचा असे ह्या चळवळीचे ध्येय होते. टोटल क्वालिटी मॅनेजमेंट, सिक्स सिग्मा, कायझेन, लीन मॅन्युफॅक्चरिंग, झीरो डिफेक्ट अशी अनेक तंत्रे आणि संज्ञा ह्या चळवळीने दिली, कमीअधिक प्रमाणात जगभर त्यांचा वापर होत आहे. ह्या तंत्रांच्या बरोबरीने इलेक्ट्रॉनिक तंत्रज्ञानावर आधारित स्वयंचलित उत्पादन पद्धती, रोबोटिक्स विकसित झाले. सेवा क्षेत्रात संगणकामुळे कार्यपद्धती आमूलाग्र बदलली. आपण जे पाहतो ती गेल्या २५ वर्षातील परिश्रमाची फलनिष्पत्ती आहे. आणि प्रगतीचा हा टप्पा अद्याप संपलेला नाही, तो चालू राहणार आहे.

उत्पादन पद्धतीमध्ये अंतर्भूत असलेल्या प्रक्रियांचा तपशीलात जाऊन अभ्यास, त्यात येऊ शकणाऱ्या बारीक सारीक अडचणींचे निराकरण आणि कार्यपद्धतीचे प्रमाणीकरण हा आधुनिक कार्यपद्धतीचा गाभा आहे. स्थूलमानाने ह्या पद्धतीला प्रोसेस कंट्रोल असे म्हणतात. वर्ल्ड क्लास पोटेटो चिप्स, बटाट्याचे वेफर्स बनवण्यासाठी युरोपमधील एका कारखान्यात काय परिश्रम घेतले जातात ते खालील उदाहरणावरून स्पष्ट होईल.

पोटेटो चिप्सची क्वालिटी नियंत्रित करण्याचे काम बटाटे शेतात असल्यापासून सुरू होते. बटाट्याच्या १०० पेक्षा जास्त जाती आहेत. हवामान लक्षात घेता त्यातील २४ युरोपात तग धरू शकतात. त्यापैकी फक्त १० पोटेटो चिप्ससाठी उपयोगी पडतात. कोणत्या जातीची लागवड करायची ते जमिनीचा पोत आणि हवामान यावरून ठरते, आणि ते शेतागणिक बदलते. बटाटे शेतात असताना त्यावर डोळ्यात तेल घालून लक्ष ठेवावे लागते. तापमान शून्याच्या खाली गेले तर बटाट्याच्या पिकाला गरम पाणी द्यावे लागते. अन्यथा बटाट्यामध्ये ग्लुकोजची निर्मिती होते आणि त्यामुळे पोटेटो चिप्सवर काळे डाग पडतात. वेळेवर गरम पाणी देता यावे म्हणून शेतकऱ्यांना हवामान बदलाची पूर्वसूचना दिली जाते. बटाट्यावर रोग पडला तर साहजिकच त्यावर जंतुनाशकाची फवारणी करावी लागते. त्यामुळे पीक बचावते पण असे बटाटे चिप बनवण्यासाठी उपयोगी पडत नाहीत, त्यांचा अन्यत्र वापर केला जातो. रोग पडू न देण्याचाच आटोकाट प्रयत्न असतो. तयार बटाटे शेतातून कधी काढायचे ते महत्वाचे असते. अट्टेचाळीस तासापेक्षा जास्त

उशीर झाला तर बटाट्याची साल जाड होते. त्यापेक्षा जास्त उशीर झाला तर चिप्समध्ये अपेक्षित सोनेरी रंगछटा निर्माण होत नाही.

चिप्सच्या कारखान्यात बटाट्याचे काप करण्याचे काम इलेक्ट्रॉनिक यंत्रामार्फत होते. प्रत्येक चिपच्या जाडीमध्ये थोडासुद्धा फरक चालत नाही. चिप फ्राय करण्याची प्रक्रिया बरोबर १८७ डिग्री तापमानामध्ये काही मायक्रोसेकंद चालते. शाकाहारी लोकांची मागणी लक्षात घेऊन, फ्राय करण्यासाठी वनस्पती तेलांचे मिश्रण वापरले जाते. त्याचा फॉर्म्युला पेटंटेट आहे. चिप तयार झाल्यावर त्यावर राहून गेलेले जादा तेल गरम हवेच्या झोताने काढून टाकले जाते. यंत्राच्या सहाय्याने प्रत्येक चिप, सिलिंडरच्या आकाराच्या नळकांड्यात, सुटीसुटी, एकावर एक पॅक केली जाते.

वर्ल्ड क्लास चिप बनविणाऱ्या कारखान्याच्या व्यवस्थापकाच्या म्हणण्यानुसार हे सर्व अचूकपणे जमेपर्यंत इतकी वर्षे जातात की तोपर्यंत तुमचे केस काळ्याचे पांढरे झालेले असतात!

निष्कर्ष असा की, वर्ल्ड क्लास क्वालिटी, प्रक्रियेतील नेमकेपणा आणि कोणत्याही लहानलहान गोष्टीकडे दुर्लक्ष न करण्याच्या वृत्तीमधून निर्माण होते. 'गॉड इज इन डीटेल्स' असा एक समर्पक इंग्रजी वाकप्रचार आहे.पोटेटो चिप्ससारख्या त्या मानाने किरकोळ पदार्थांच्या बाबतीत इतकी काळजी घ्यावी लागत असेल तर विमानाचे सुटे भाग बनवण्यासारख्या महत्त्वाच्या कारखान्यात किती बारीक तपशीलाचा विचार करावा लागत असेल आणि दर्जा टिकवून धरण्यासाठी किती अचूक प्रक्रिया राबवल्या जात असतील, याची कल्पना करता येईल. सातत्याने प्रयोग करून कार्यपद्धतीमध्ये सुधारणा, कामगारांना प्रशिक्षण, संशोधन ह्यातून नव्या प्रक्रिया स्थिरावतात. त्या राबवण्यासाठी संगणक आणि रोबोटिक्स यांचा वापर केला जातो. यू ट्यूबवर होंडा, टोयोटा, बी. एम. डब्ल्यू. ह्या मोटारी बनवणाऱ्या कारखान्यांच्या चित्रफिती आहेत त्या अवश्य पाहाव्या. अनेक ठिकाणी यंत्रे काम करीत असतात, कामगार दिसतच नाहीत. ह्या सर्वांचा एकत्रित परिणाम म्हणून वस्तूंचे उत्पादन मुबलक झाले आणि किमती ग्राहकांच्या आवाक्यामध्ये राहिल्या. (कमी किमतीचे एक उदाहरण पुरेसे आहे. क्रोसिन, ब्रुफेन अशा वेदनाशामक औषधाची गोळी दोन रुपयापेक्षा कमी किमतीला मिळते, आणि वेदनेपासून हमखास मुक्तता देते. इतक्या कमी किमतीत दुसरे कोणते औषध मिळते?)

३. गुणवत्ता हा विषय, वस्तू आणि सेवा यांचा दर्जा, प्रक्रियांचे नियंत्रण, आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर या विषयांपुरता मर्यादित आहे की गुणवत्तेचे व्यापक तत्त्वज्ञान आहे ?

गुणवत्तेचा शोध ही मानवी समाजात चिरंतन चालणारी प्रक्रिया आहे. सर्वाधिक महत्त्वाची म्हणजे आयुष्याची गुणवत्ता. मानवी समाजाची जी काही भौतिक प्रगती झाली ती निकृष्ट वस्तूपेक्षा अधिक दर्जेदार वस्तू शोधून काढून किंवा निर्माण करून झाली आहे. ह्या प्रेरणेपायीच कधीकाळी गुहेमध्ये राहणारा मानवप्राणी अग्नी आणि चाक ह्या मूलभूत वस्तूंपासून सुरुवात करून रॉकेट आणि संगणकापर्यंत पोचला आहे. सायटिअस, अल्टिअस, फॉरटिअस, अधिक वेगाने, अधिक उंच, अधिक शक्तीने हे ऑलिम्पिक स्पर्धेचे घोषवाक्य मानवी प्रवृत्ती अधोरेखित करते. (माणूस म्हणून आपण स्वतःचे कौतुक करावे तितके थोडे आहे. जनुकीय दृष्ट्या माणसाबरोबर ९६ टक्के जुळणारा गोरिला होता तेथेच आहे!).

भौतिक पातळीवर अधिक चांगले आयुष्य जगता यावे ही गुणवत्तेच्या शोधामागील प्रमुख प्रेरणा असते यात वाद नाही. पण त्याच्याही पलीकडे जाऊन निखळ गुणवत्तेसाठी गुणवत्ता, एक्सलन्स फॉर द सेक ऑफ एक्सलन्स अशी प्रेरणाही मानवी समाजात आहे. उत्तम शल्य विशारद, अधिक सफाईने, अधिक बिनचूक शस्त्रक्रिया करण्याचा ध्यास बाळगतो, क्वचित शस्त्रक्रियेचे नवे तंत्र शोधून काढतो. आधीच यशस्वी असलेला आर्किटेक्ट अजून चांगली इमारत बांधतो. ज्येष्ठ संगीत कलाकार यशस्वी झाला म्हणून रियाझ थांबवत नाही ; आपले गायन-वादन अधिक श्रवणीय व्हावे यासाठी प्रयत्नशील असतो. गुणवत्ता, परिपूर्णता यांचा ध्यास फक्त ज्येष्ठ, नामवंत व्यक्तींमध्ये असतो असे नाही. लहान गावातही गैरेजमध्ये काम करणारा उत्तम मेकॅनिक किंवा सुबक गणेशमूर्ती बनवणारा कलाकार असतो. कोणत्यातरी छंदाच्या मागे लागून अचाट कामगिरी करणाऱ्या सामान्य माणसांच्या चित्रफिती सोशल मीडियावर प्रसृत होतात. त्या सर्वांना आपल्या कौशल्याचा अभिमान असतो आणि ते आणखी वाढवावे असा त्यांचा प्रयत्न असतो. या सर्वांच्यामागे आर्थिक प्रेरणा नक्कीच नसते. माणसे कशामुळे प्रेरित होतात हे विशद करणारी मॅस्लोची थिअरी आहे. त्यातील सर्वात वरच्या पातळीवरील प्रेरणा आत्मशोध ही आहे. गुणवत्ता वाढवत नेण्याचा ध्यास घेतलेली माणसे आपल्या कामातून आत्मशोध घेत असतात. ती जवळजवळ अध्यात्मिक प्रेरणा आहे. जोनाथन लिव्हिंग्स्टन सीगल नावाच्या एका प्रसिद्ध पुस्तकाचा नायक या नावाचा सीगल पक्षी आहे. त्याने बाकीच्या सीगल पक्षांपेक्षा उंच आणि अधिक सफाईदार उडण्याचा ध्यास घेतलेला असतो. तसे करता करता तो शेवटी

आत्मपदाला पोचतो.

गुणवत्तेची आवड असणाऱ्या प्रत्येकाला आत्मशोधाची आस असते असे म्हणणे धाडसाचे आहे. पण तरीही ते मनापासून, कधी निरपेक्षपणे तर कधी किरकोळ मोबदल्यात, उत्तम काम करत असतात हे खरे आहे. अनेक सामाजिक कार्यकर्ते या प्रकारे आपल्या अंगीकृत कामाला वाहून घेतात आणि स्पृहणीय कामगिरी बजावतात. मदर तेरेसा आणि बाबा आमटे पारितोषिकासाठी काम करत नाहीत. इतर काही पुरेपूर मोबदला घेतात, आणि उत्तम कामही करतात. कोटीमध्ये मोबदला घेणारा सिनेनट किंवा क्रीडापटू, काम करताना ते पैशासाठी नव्हे तर कामाविषयीच्या, परिपूर्णतेच्या बांधिलकीमुळे करतो. मॅस्तोच्या थिअरीमध्ये अत्युच्च पातळीवरील आत्मशोध ह्या प्रेरणेच्या खालोखाल सेल्फ-एस्टीम, आत्मप्रतिष्ठा ही भावना आहे. स्वतःला बरे वाटते म्हणून, काही प्रमाणात इतरांची वाहवा मिळावी म्हणून उत्तम कामगिरी केली जाते. (इतरांची वाहवा मिळाल्यावरही स्वतःला बरे वाटतेच).

एकीकडे 'चलता है' सदरात बसणारे काम करून पाट्या टाकणारे लोक असतात आणि दुसरीकडे 'आय विल डू माय बेस्ट' असे म्हणून शक्य तितके चांगले काम करणारेही असतात. दोन्ही गटांची जी काही टक्केवारी आहे ती प्रत्येक समाजात असते. आपण अमक्यातमक्या प्रांतातील किंवा देशातील लोक कामचुकार आहेत असे सामान्य विधान करतो तेव्हा तेथेही आत्मगौरवासाठी काम करणारे थोडे लोक असणार हे विसरता कामा नये. आदिवासी प्रदेशात, अशिक्षित लोकातही आपले काम चोख करणारे लोक भेटतील. किंबहुना या बाबतीत अशिक्षित-सुशिक्षित असा फरक करण्याचे काही कारण नाही. कामाविषयीची बांधिलकी आतून येते. एकीकडे आपल्या कामात वाकबगार असलेले इलेक्ट्रिशियन आणि प्लंबर भेटतात तर दुसरीकडे टाळाटाळ करणारे पी.एच. डी. पदवीधारक प्राध्यापक असतील.

'चलता है' प्रकारचे लोक खूप असतात ही खरी अडचण आहे. क्वालिटिच्या क्षेत्रात. 'क्वालिटि इज फ्री' असे एक वचन आहे. दर्जेदार काम करण्यासाठी जादा खर्च करावा लागत नाही. वाईट काम करण्यासाठी जितके श्रम पडतात तितक्याच (कधी कधी त्यापेक्षा कमी) श्रमात चांगले काम करता येते, पण तसे घडत नाही. दुरुस्ती करताना, रस्त्याचा उतार नीट बनवला जात नाही. मग पाणी साचते, डांबर निघून येते आणि खड्डा पडतो. कॉम्प्युटर प्रोग्रॅमने प्रोग्रॅमचे टेस्टिंग करताना चाल-ढकल केली तर एखादी शक्यता तपासायची राहते आणि नेमकी ती निर्माण झाली तर गंभीर चुका होतात. अशा निष्काळजी लोकांचे रूपांतर

दर्जाबद्दल आतून बांधिलकी असणाऱ्या लोकांमध्ये कसे करायचे हा कळीचा प्रश्न आहे. क्वालिटी व्यवस्थापनाच्या क्षेत्रात अधिक चांगल्या प्रोसेसेस, अधिक चांगले प्रशिक्षण, अधिक चांगले पर्यवेक्षण, हा त्यावरचा उपाय असतो. हे उपाय तर हवेतच पण अधिक संख्येने कामाबद्दल निष्ठा असलेले कर्मचारी हा दर्जा सुधारण्याचा अधिक चांगला उपाय आहे. मनापासून नाही तर निदान मिळालेल्या मोबदल्याचे मोल द्यावे ह्या वृत्तीने त्यांनी गुणवत्तेकडे लक्ष पुरवायला हवे. (ह्याला प्रोफेशनल दृष्टीकोन म्हणतात. पाश्चिमात्य देशात तेवढा तरी दिसतोच).

४. व्यापाराच्या क्षेत्रात गुजराती मारवाडी आघाडीवर असतात ते कशामुळे ?

‘गुजराती मारवाडी’ हा खास करून महाराष्ट्रात रूढ असलेला शब्दप्रयोग आहे. ज्या व्यापारी समाजाला उद्देशून हा शब्दप्रयोग केला जातो ते भारताच्या पारंपारिक वर्ण व्यवस्थेतील वैश्य वर्णाचे प्रतिनिधित्व करतात- ब्राह्मण, क्षत्रिय, वैश्य आणि शूद्र यांच्यापैकी तिसरा वर्ण. देशातील अनेक प्रांतात बनिया, अग्रवाल, माहेश्वरी, शेष्टी, चेष्टीयार, कोमटी, आर्यवैश्य, लिंगायत, खत्री, भाटिया, जैन ह्या जातिधर्माचे वैश्यवर्णीय लोक व्यापारामध्ये आहेत. नुसतेच ‘आहेत’ असे नाही तर भक्कम पाय रोवून उभे आहेत. भारतातील व्यापार-औद्योगिक क्षेत्रापैकी किमान दोनतृतीयांश, वैश्य जमातींच्या हाती आहे. इतकेच नव्हे तर पूर्व आफ्रिका, सिंगापूर, मलेशिया, हाँगकाँग, बेल्जियम (हिन्यांचा व्यापार), अमेरिका(मोटेलस) अशा अन्य देशातील व्यापारातही ते आघाडीवर आहेत. लक्ष्मी मित्तल (अग्रवाल), श्रीचंद हिंदुजा (सिंधी खत्री) अशा काही भारतीय उद्योगपतींची नावे जगातील धनाढ्य व्यक्तींमध्ये घेतली जातात.

इतरांच्या मानाने वैश्य जमातींचे व्यापारामधील यश नजरेत भरणारे असल्यामुळे त्याची कारणे शोधण्याचा प्रयत्न करायला हवा. जाति व्यवस्थेतील श्रम विभागणीनुसार व्यापार म्हणजे ट्रेडिंग हा व्यवसाय त्यांच्या वाट्याला आला. इतर जातींप्रमाणेच, आपल्या व्यवसायाने वैश्य जमातींची जीवनशैली घडवली आहे. अनेक पिढ्यांच्या अनुभवातून व्यापारासाठी अनुरूप अशा चालीरीती विकसित झाल्या. हे कसे घडले ह्याचे आकलन होण्यासाठी व्यापाराचे ‘बिझनेस मॉडेल’ समजून घेणे आवश्यक आहे.

व्यापार शक्य व्हावा म्हणून जे काही विकायचे त्याचा आधी संग्रह करावा लागतो. किंबहुना व्यापारी नफ्याचे महत्त्वाचे कारण त्या वस्तूचे संग्रहमूल्य हेच असते. हवी असलेली वस्तू ग्राहकाकडे नाही आणि व्यापाऱ्याकडे आहे ह्या कारणामुळे त्या वस्तूला अधिमूल्य, प्रीमियम प्राप्त होते. वस्तू उपलब्ध करून दिल्याच्या सेवेसाठी दिला जाणारा तो मोबदला आहे, त्यामुळे मूलतः त्यावर आक्षेप असण्याचे कारण नाही.

संग्रह करण्यासाठी व्यापाऱ्याला आधी स्वतःचे पैसे गुंतवून वस्तू विकत घ्याव्या लागतात. त्यासाठी भांडवल लागते. ज्याच्याकडे भांडवल अधिक, तो अधिक वस्तू ग्राहकांसाठी उपलब्ध करून व्यवसायाचा विस्तार करू शकतो. वस्तू विकल्या गेल्या नाहीत किंवा नुकसानीत विकाव्या लागल्या तर ते सहन करण्याची त्याची क्षमता अधिक असते. भांडवल उभे करणे, ते टिकवून ठेवणे आणि वाढवत

नेणे ह्या व्यापाराच्या मूलभूत गरजा आहेत. केवळ खरेदी विक्रीवर अवलंबून असलेला व्यापार कालांतराने उत्पादन क्षेत्रामध्ये उत्क्रांत झाला; त्या वेळी यंत्रसामग्रीसाठीची भांडवलाची गरज वाढून कोर्टींच्या घरात गेली. व्यापार ह्या व्यवसायातील 'भांडवल' ह्या गोष्टीची अनन्यसाधारण गरज लक्षात घेऊन व्यापार उद्योग क्षेत्राला 'भांडवलशाही' असे नाव पडले आहे. डाव्या विचारवंतांनी भांडवलशाहीला शोषणाचे प्रतीक ठरवून त्या शब्दाची नकारात्मक प्रतिमा निर्माण केली आहे. कार्ल मार्क्सच्या सुप्रसिद्ध ग्रंथाचे नाव 'भांडवल' असेच आहे. वस्तुतः भांडवलाच्या आधारे चालणारे व्यवसाय इतका त्याचा सरळ अर्थ आहे. (वर्ण व्यवस्थेतील, बाकी कोणत्याही जातीजमातींसाठी भांडवलाची खास निकड भासत नाही. ब्राह्मणांसाठी ज्ञानाधिष्ठित कौशल्ये, क्षत्रियांसाठी धाडसीपणा, शस्त्रे लागतात. शेतीचा कणा मानल्या गेलेल्या बलुतेदारी व्यवस्थेतील कारागीरांकडे थोडीफार अवजारे असली की पुरेसे होते).

वैश्य व्यावसायिकांच्या अनेक पारंपारिक सवयी 'भांडवल निर्मिती' ह्या संकल्पनेभोवती फिरतात. ते वैयक्तिक जीवनात टोकाची काटकसर करतात कारण वाचलेल्या प्रत्येक रुपयातून भांडवलाची वाढ होते. त्यांच्यावर शोषण केल्याचा आरोप केला जातो; गंमत म्हणजे अतिकंजुषपणा करून ते स्वतःचेही शोषण करत असतात. सर्वात किफायतशीर दरात खरेदी करण्याची कला, आणि अन्य बाबतीत असलेली आर्थिक शिस्त ते लहानपणापासून शिकतात - जातिव्यवस्थेमध्ये जात हे विस्तारित कुटुंबच असते त्यामुळे भोवताली 'रोल मॉडेल्स'ची कमतरता नसते. चक्रवाढ व्याजाने पुरेसा परतावा मिळत असल्याशिवाय ते नवी गुंतवणूक करत नाहीत. गुंतवणूक करताना दहा वेळा विचार करतात, फॅडला बळी पडत नाहीत. मोठमोठी कर्जे घेऊन जोखीम पत्करत नाहीत. अतिरिक्त पैसे रिकामे ठेवत नाहीत, ते व्यवसायवृद्धीसाठी वापरतात किंवा सातत्याने जमीन किंवा सोने अशा कमी धोक्याच्या गोष्टीत गुंतवून भावी उत्पन्नाची, म्हणजे भांडवलवाढीची सोय करतात. काटेकोर आणि अद्ययावत हिशेब ठेवून पैसे बुडू देत नाहीत. वास्तविक ह्या सर्व सवयी वैश्यच काय तर अन्य कोणत्याही जातीच्या उद्योजकासाठी आवश्यक आहेत. फरक इतका की तशा वातावरणात वाढल्यामुळे वैश्य जातींमधील व्यक्तींसाठी ती आपोआप घडणारी गोष्ट आहे. जातिव्यवस्थेचा पीळ इतका घट्ट असतो की व्यावसायिक कितीही मोठा झाला तरी मूळ सवयी सुटत नाहीत. धीरूभाई अंबानी झाले तरी ते काटकसर करतातच. खर्चावरील नियंत्रण ही त्यांची जमेची बाजू ठरते. वैश्यवर्णीय सोडून इतरांना खरे तर मोठ्या रकमा कशा हाताळायच्या ह्याची सवय नसते. कर्ज काढून अडचणीत येण्याऐवजी काटकसर करून आपले भांडवल स्वतः उभारावे, चैनबाजी किंवा घाईगर्दीने होऊ शकणारे

निर्णय टाळून, आर्थिक बेशिस्तीला आवर घालावा हे त्यांना शिकून घ्यावे लागते. (काही शिकतातही. वैश्य नसलेले यशस्वी व्यापार करूच शकत नाहीत असे नाही, पण व्यापाराची मूलभूत तत्त्वे त्यांनाही सांभाळावी लागतात).

इतर भारतीयांप्रमाणे अलिकडच्या पिढ्यातील उद्योजक उच्च विद्याविभूषित झाले आहेत. मुकेश अंबानी स्टॅनफर्ड विद्यापीठाचे, राहुल बजाज हार्वर्ड बिझनेस स्कूलचे, कुमारमंगलम बिर्ला लंडन बिझनेस स्कूलचे पदवीधर आहेत. आदित्य बिर्ला अमेरिकेतील एम. आय. टी. ह्या सुप्रसिद्ध अभियांत्रिकी विद्यापीठात शिकलेले होते. अंगात भिनलेला व्यापारी दृष्टिकोन आणि आधुनिक शिक्षण यांचा समन्वय करून ह्या उद्योजकांनी आपले व्यवसाय आंतरराष्ट्रीय पातळीवर पोचवले. आधुनिक अर्थव्यवस्थापन, आंतरराष्ट्रीय मार्केटिंग यांची तंत्रे त्यांनी आत्मसात केली आहेत. जागतिकीकरणानंतर व्यापार क्षेत्राचे महत्त्व झपाट्याने वाढले. त्याचा फायदा घेऊन आपल्या उद्योगांचा जगभर विस्तार करण्याची महत्त्वाकांक्षा आणि आत्मविश्वास त्यांच्यामध्ये आहे. जागतिक स्पर्धेला टक्कर देण्याची क्षमता त्यांच्यामध्ये निर्माण झाली आहे. जागतिकीकरणानंतर बहुराष्ट्रीय कंपन्या भारतात यायला सुरुवात झाली. त्यांची भीती वाटते का, असा प्रश्न विचारल्यावर आदित्य बिर्ला म्हणाले होते - मला भीती वाटायचे काय कारण आहे? त्यांनाच माझी भीती वाटायला पाहिजे.

इतर भारतीयांच्या मानाने वैश्यवर्णीय उद्योजकांची कार्यसंस्कृती इतकी वेगळी आहे की ती बहुतेकांच्या डोक्यावरून जाते. सामान्य माणसाच्या दृष्टीने मिळालेले सगळे पैसे आपण खर्च करू शकत असतो. व्यापाराच्या बाबतीत तसे नसते, मिळालेल्या पैशातील थोडा भाग सोडून बाकीचे व्यवसायात फिरत राहतात, हे समजून घेणे त्याला अवघड जाते. पेट्रोल पंपावरील कर्मचाऱ्यांच्या हातात नोटांच्या थप्या दिसतात; त्यातील ४ ते ५ टक्के कमिशन सोडून बाकी सर्व पेट्रोल पुरवणाऱ्या कंपनीला द्यायचे असतात. बहुतेक लोक निर्धन, आणि व्यापाऱ्यांकडे भरपूर पैसे असे वाटून दुरावा, गैरसमज निर्माण होतात. एकच फरक सांगता येईल. अचानक पाच कोटी रुपयाची लॉटरी लागली तर काय कराल असा प्रश्न विचारला तर बहुतेक भारतीय, ते पैसे बँकेत ठेवून, आयुष्यभर त्याच्या व्याजावर आराम करीन असे सांगतील. मुकेश अंबानी यांची २०१७ मधील संपत्ती ३६ बिलियन, म्हणजे ३६ वर नऊ शून्ये, अमेरिकन डॉलर इतकी आहे. (ती कमीजास्त होते पण तरीही तो आकडा खूप मोठा असतो). त्यातील बहुतेक सर्व पैसे उद्योगातच गुंतलेले आहेत. इतकेच नाही तर बिझनेस करण्याची आणि वाढवण्याची त्यांची इच्छा अजूनही जागृत आहे. व्याजावर जगावे असा विचारही त्यांच्या मनाला शिवत नाही!

५. खुल्या अर्थव्यवस्थेमध्ये सर्वाधिक महत्वाचे कार्यक्षेत्र कोणते ?

सर्वाधिक महत्वाचे, निःसंशयपणे मार्केटिंग.

उत्पादक आणि ग्राहक हे खुल्या अर्थव्यवस्थेमधील प्रमुख घटक आहेत. पण ते समान पातळीवर नाहीत. एकापेक्षा जास्त उत्पादकांनी सादर केलेल्या वस्तू आणि सेवांमधील कोणतीही एक निवडण्याचे स्वातंत्र्य ग्राहकाला असते. या प्रक्रियेत ग्राहकाची बांधिलकी मर्यादित आहे. तो पत्करत असलेली आर्थिक जोखीम तेवढ्या एका व्यवहारापुरती आहे. उत्पादकाचे तसे नाही. त्याला तीच वस्तू किंवा सेवा इतर अनेकांना विकायची आहे. त्याच्या संघटनेमध्ये काम करणाऱ्या अनेकांचा चरितार्थ अशा विविध विक्री व्यवहारांवर अवलंबून आहे. त्या वस्तू किंवा सेवेमध्ये त्याने लाखो रुपयाची गुंतवणूक केली आहे. त्यामुळे उत्पादकाला प्रत्येक व्यवहार गांभीर्याने घ्यावा लागतो. एखादा किंवा थोडे व्यवहार फसले तर बिघडत नाही पण तसे वारंवार घडून चालत नाही. असे होऊ नये म्हणून मार्केटिंगकडे खूपलक्ष द्यावे लागते. उत्पादकाचा व्यवसाय टिकून राहतो आणि वाढतो तो मार्केटिंगच्या सहाय्याने.

मार्केटिंग म्हणजे सेलिंग नव्हे. सेलिंग हा मार्केटिंगचा एक भाग आहे. असे म्हणतात की मार्केटिंग जर यशस्वीपणे केले तर सेलिंगची गरज पडत नाही. जाहिरात, ग्राहकांची एकमेकांना शिफारस, लोकप्रिय कार्यक्रमांचे प्रायोजन, उत्पादित माल जागोजागी उपलब्ध असणे, फेसबुक व्हाट्स अप सारख्या सामाजिक माध्यमांचा उपयोग, इत्यादी मार्गांनी ग्राहकाची मनोभूमिका अप्रत्यक्ष रीत्या तयार करता आली तर फारसे 'हार्ड' सेलिंग न करता विक्री करता येते. आपल्या घरी सेल्समन आला तर बहुतेक वेळा आपण त्याला वाटेला लावतो. सेलिंगच्या सहाय्याने मार्केटिंग करणे ही कष्टप्रद प्रक्रिया आहे. त्यामुळे सेलिंगवर कमी भर आणि मार्केटिंगच्या इतर अंगांवर जास्त असे संघटनांचे धोरण असते.

मार्केटिंगचा अवकाश खूपच मोठा आहे. तो समजून घ्यायला आपल्याला बाजारपेठी अर्थव्यवस्थेच्या उगमाकडे जायला हवे. औद्योगिक क्रांतीनंतर मोठ्या प्रमाणात उत्पादनाचे तंत्र विकसित झाले. त्या काळात कामगारांना तुटपुंजा पगार आणि भरपूर नफा उद्योजकाच्या खिशात, म्हणजे कामगारांचे जास्तीत जास्त शोषण अशी कार्यपद्धती होती. शोषणाचा अतिरेक झाला की भांडवलशाही अर्थव्यवस्था कोलमडून पडेल आणि कामगारांची सत्ता स्थापन होईल अशी साम्यवादाचा जनक कार्ल मार्क्स याची धारणा होती. पण चतुर उद्योजकांनी तसे होऊ दिले नाही. आपले कामगार आपल्या आणि आपल्यासारख्या इतर उत्पादनांचे ग्राहकही आहेत आणि शोषण करण्या ऐवजी अधिक पगार देऊन

त्यांची क्रयशक्ती वाढवली तर त्यांचा आणि आपलाही फायदा होईल असा सुज्ञ विचार त्यांनी केला. त्यामुळे अमेरिकेसारख्या अग्रगण्य औद्योगिक अर्थव्यवस्थेत साम्यवाद रुजला नाही, उलट वस्तूंची आवड असलेला, मटेरिअलिस्टिक, मध्यम वर्ग तयार झाला.

थोडक्यात, मार्केटिंगसाठी फक्त वस्तू विकत घेण्याची इच्छा निर्माण करून चालत नाही तर ती विकत घेण्यासाठी क्रयशक्तीसुद्धा लागते. ग्राहकाच्या खिशात पैसे टाकायचे आणि वस्तू, सेवा विकत घेण्याचे प्रलोभन निर्माण करून ते काढून घ्यायचे हा आजच्या मार्केटिंगचा मंत्र आहे. नीड, वाँट आणि डिझायर अशा तीन शब्दात ग्राहकाच्या गरजांची क्रमवारी केली जाते. जी वस्तू घ्यायलाच हवी ती नीड. थोडे अधिक पैसे असते तर घ्यायला आवडले असते ती वाँट आणि आयुष्यात कधीतरी घेण्याचे स्वप्न आहे ती डिझायर. मार्केटिंग करणारे ह्या तीनही प्रकारच्या गरजांना खतपाणी घालत राहतात, त्यातून कधी न कधी विक्रीचा व्यवहार घडून येईल अशी आशा बाळगतात.

ग्राहकांनी वस्तू विकत घेत राहावे म्हणून चंगळवादी, आरामदायी जीवनशैलीची आवड हे मार्केटिंगसाठी पोषक वातावरण आहे. सर्वांनी काटकसर केली तर वस्तू खपणार नाहीत. दूरदर्शन सारख्या दृश्य माध्यमातून दाखवल्या जाणाऱ्या देखाव्यांमधून उच्चवर्गीय जीवनशैली कशी असते ते दाखवले जाते. नीड, वाँट आणि डिझायर ह्या चढत्या गरजा निर्माण करण्याचे काम त्यामधून होते.

मार्केटिंग हे कसे हुशारीने, सूक्ष्म पातळीवर केले जाते ह्याचे हे एक उदाहरण आहे. आणखी दोन उदाहरणातून आजच्या मार्केटिंगची कार्यपद्धती लक्षात येईल.

काही वर्षांपूर्वी भारतातील मोठ्या शहरात रिटेल मॉल काढण्याची लाट आली होती. बऱ्याच उद्योजकांनी मोठी गुंतवणूक करून मॉल काढले (त्यातील बरेच अयशस्वी झाले). पण मुळात ही लाट आली कोठून? त्यामागे आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील चतुर मार्केटिंग होते. भारतातील रिटेल मॉलमध्ये गुंतवणूक किंवा त्यांच्याबरोबर तांत्रिक-व्यापारी सहकार्य करण्याची इच्छा असणाऱ्या परदेशी कंपन्यांनी भारतातील रिटेल उद्योगाला कसे उज्वल भविष्य आहे ते सांगणारा अहवाल बनवून घेतला. ते बनवण्याचे काम जिच्या नावाचा दबदबा आहे अशा एका नामवंत कन्सल्टन्सी फर्मला दिले. हा अहवाल भारताच्या व्यापार मंत्रालयापर्यंत पोहोचेल अशी व्यवस्था केली. शिवाय तो प्रसार माध्यमातून 'लीक' केला. भरपूर प्रसिध्दीनंतर देशातील बांधकाम, रिअल इस्टेट, उद्योगाने त्यात लक्ष घातले. काही अनुभवी, काही लाटेला बळी पडणाऱ्या उद्योजकांनी

मॉल चालू केले. मार्केटिंग यशस्वी झाले.

आणखी एक उदाहरण. खुल्या अर्थव्यवस्थेची घोषणा झाल्यानंतर काही वर्षांत अनेक नवीन कार कंपन्यांनी भारतीय बाजारपेठेत शिरकाव करून आपल्या गाड्या विकायला सुरुवात केली. त्यांच्यासाठी सर्वात मोठा ग्राहक समूह म्हणजे त्या वेळी ज्यांच्याकडे फिआट (किंवा अम्बॅसडर) मोटारी होत्या असे लोक. त्यांना आपल्या जुन्या गाड्या विकून नव्या ब्रॅन्डच्या गाड्या घेण्यासाठी उद्युक्त करायचे होते. शिवाय ह्या स्थिरावलेल्या ब्रॅन्ड्सची स्पर्धा मोडून काढायची होती. त्यावेळी फिआट ही गाडी आता जुनी(जुनाट) झाली, तरुण लोक फिआट वापरत नाहीत, ती पेन्शनर लोकांची गाडी आहे असा सूर लावलेला प्रचार केला गेला. आणि फिआटची मागणी वर्षदोन वर्षांतच कोसळली. लोकांनी व्यवस्थित चालणाऱ्या गाड्या स्क्रॅपच्या किमतीत विकल्या आणि नव्या गाड्या विकत घेतल्या.

एकीकडे मार्केटिंग हे आव्हानात्मक, बौद्धिक क्षमतेची कसोटी पाहणारे असते. काय केले असताना विक्री व्यवहार घडेल याचा विचार सातत्याने, २४ तास सुद्धा करावा लागतो. दुसरीकडे मार्केटिंगमध्ये नकोसा वाटणारा भागही खूप आहे. पुनरावृत्त होणारा यांत्रिकपणा आहे. त्यातील सेलिंग हा भाग शारीरिक आणि मानसिक दृष्ट्या कष्टप्रद आहे. नकार पचवणे आणि प्रत्यक्ष-अप्रत्यक्ष अपमान सहन करावा लागणे हा कोणत्याही विक्रेत्याच्या दैनंदिन जीवनाचा भाग असतो. ग्राहकाकडून, त्याने विकत घेतलेल्या वस्तूचे पैसे वसूल करणे हे कामही नकोसे वाटणारे असते. तशाच आणि पर्यायी वस्तू आणि सेवा बाजारात आणणाऱ्या स्पर्धकांचा दबाव असतो. त्याला तोंड देऊन यशस्वी होणे, दिलेले लक्ष्य गाठणे तणावपूर्ण असते.

पण विचार केला तर असे लक्षात येईल की सर्व्हायव्हल ऑफ द फिटेस्ट ह्या जगण्याच्या मूलमंत्राचा मार्केटिंग हा उघड आविष्कार आहे. मार्केटिंग करणाऱ्यांना नावे ठेवणे सोपे आहे, पण खुल्या अर्थव्यवस्थेत फक्त व्यापारी संस्था नाही तर शाळाकॉलेजे, रुग्णालये, धर्मादाय संस्था, देवालये, राजकारणी, कलाकार - कोणालाही अल्पस्वल्प प्रमाणात मार्केटिंग केल्याशिवाय तरणोपाय नाही. हा टिकून राहण्याच्या संघर्षाचा भाग आहे. ('मी अजिबात मार्केटिंग करत नाही' असे म्हणत राहणे हे सुद्धा मार्केटिंगच आहे. ज्यांना मार्केटिंग करावे लागत नाही ते त्यांच्यातर्फे संघटनेतील दुसरे कोणीतरी करत असतात.)

मार्केटिंग अवघड आहे, नकोसे वाटणारे आहे पण अत्यावश्यक आहे (आणि अशक्यप्राय नाही). त्यामुळेच ते खुल्या अर्थव्यवस्थेच्या युगातील चिरंतन करिअर आहे.

६. मार्केटिंग करणाऱ्यांनी त्यांच्या अनुभवातून अनेक मार्गदर्शकतत्त्वे विकसित केली असतील. काही निवडक सुभाषिते ?

मार्केटिंग हा 'विभाग' नाही. तो तुमचा संपूर्ण बिझनेस आहे. कंपनीतील प्रत्येक माणूस करत असलेले प्रत्येक काम ग्राहक मिळवणे आणि राखणे यासाठीच असते. सर्वांना त्याची जाणीव करून द्या.

तुमची ग्राहकसेवा समाधानकारक नाही असेच कायम समजत राहा. त्यात नुकसान काही नाही. कदाचित सेवेचा दर्जा सुधारण्यासाठी त्याचा फायदा होईल.

घोडचुका, त्यांच्यावर सखोल चिंतन केले तर, मोठ्या संधीची कवाडे उघडून देऊ शकतात.

ग्राहकसेवा हा तुमचा व्यवसाय नाही, ग्राहकसंबंध निर्माण करणे हा खरा व्यवसाय.

ग्राहकाचे समाधान करण्यापूर्वी, त्याच्यामधील माणसाचे समाधान करा.

वस्तू किंवा सेवा विकत घेण्याचा निर्णय लांबणीवर टाकण्याच्या तयारीत असलेला ग्राहक हा तुमचा पहिला स्पर्धक आहे. स्पर्धक दूर कोठे नाही, तुमच्या समोर बसलेला आहे.

मार्केटिंग स्ट्रॅटेजी बनवण्यावर फार वेळ खर्च करू नका. चुका दुरुस्त करत शिकत राहणे ही अधिक चांगली स्ट्रॅटेजी.

फक्त एक योजना बनवू नका. अनेक बनवा.

अधिक विचार करू नका. वेगळा विचार करा.

सरस वस्तू आणि सरस सेवा विकली जातेच असे नाही. ज्याची तळमळ अधिक तो जिंकतो.

जे करायचे ते लगेच करा. अपयशी व्यावसायिकांची यादी, जे कृती न करता विचार करत बसले, त्यांच्या नावांनी भरलेली आहे.

वाट पाहत राहणे हा सद्गुण नाही. सतत काहीतरी करत राहा.

तुम्ही समोरच्या माणसापेक्षा स्मार्ट आहात असे भासवू नका. भोळसटपणाचा आव आणा.

आकडेवारीवर फार विश्वास ठेवू नका. ती बरोबर असतेच असे नाही.

'सर्वोत्तम' मिळवण्याच्या मागे लागू नका. 'उत्तम' पदरात पाडून घ्या.

अपयश चांगलेच. यश मिळवायचे तर अपयश पचवा, त्यापासून शिकून पुढे जा.

‘तज्ज्ञां’ च्या मताला फार किंमत देऊ नका. ती उत्तरे नसतात, माहितीवर आधारलेली मते असतात.

निव्वळ कॉमनसेन्स च्या आधाराने तुम्ही एका टप्प्यापर्यंत पोचू शकता. त्यापलीकडे जाण्यासाठी अन्तःप्रेरणा लागते.

सकारात्मक विचारात ताकद असते. स्वतःवरचा विश्वास डळमळीत होऊ देऊ नका.

अतिपरिचयात् अवज्ञा नाही. अतिपरिचयात् बिझनेस. संपर्क वर्तुळ वाढवत राहा.

जे सर्वात आधुनिक त्याचा पाठपुरावा करा.

प्रथमदर्शनी होणारे मत आणि निरोप घेताना होणारे मत, दोन्ही महत्त्वाची. दोन्हीवर लक्ष द्या.

तुमच्यावर भिस्त ठेवणे कमी धोक्याचे आहे असे दुसऱ्यांना वाटले पाहिजे.

जास्त लोकांचे लक्ष वेधून घ्यायचे असेल तर तुम्ही कमी गोष्टींवर लक्ष केंद्रित करा. स्पेशलायझेशन करा.

एक चांगला विचार मांडा, आणखी काही तुमच्या नावाला जोडले जातील.

सौदा पटवायचा असेल तर अशी ऑफर द्या की तुमच्या स्पर्धकांना त्या पाठोपाठ यावे लागेल. नंतर एक पाऊल मागे हटा आणि सौदा पूर्ण करा.

कमी किंमतीवर व्यवसाय करणे हा सापळा आहे. त्यात अडकू नका.

ब्रँडचे नाव निवडताना काळजी घ्या. ब्रँडची वैशिष्ट्ये नावातून व्यक्त झाली पाहिजेत.

सचोटी हा तुमच्या ब्रँडचा प्राण आहे. त्याच्याशी तडजोड नको.

ब्रँड घडवण्यासाठी लाखो रुपयांची नव्हे तर कल्पकतेची गरज असते.

तुम्हाला लोकांसमोर यायचे असेल तर जाहिरात करा. फुकट प्रसिद्धीला मर्यादा आहेत.

जाहिरातीमध्ये अगदी मोजक्या गोष्टींवर भर द्या.

ग्राहकाशी संवाद साधताना त्याच्याबद्दल बोला, तुमच्याबद्दल नको.

तुमच्या ग्राहकसंबंधाचा विचार करताना त्यातील उणीवा शोधा, नंतर त्या दूर करा.

ज्या अपेक्षा पूर्ण करणे अवघड आहे त्या निर्माणच करू नका.

इतरांचे कितीही आभार मानले तरी कमीच आहेत. सतत आभार मानत राहा.

कामाचा वेग वाढवा. नंतर आणखी वाढवा.

वायदा 'पी. एम.' चा करा. पूर्ती 'ए. एम.' ला करा.

ऑफिसच्या बाहेर पडा. कोठेही जा. संधी तुमच्याकडे चालून आली पाहिजे. तुम्हाला तिच्यामागे धावायला लागता कामा नये.

गुदमरून टाकणाऱ्या अतिरेकी स्पर्धेला तोंड देण्यासाठी चांगला सल्ला - अशा स्पर्धेमध्ये टिकून राहणे ट्रॅफिक जॅममधून वाहन काढण्यासारखे आहे. फुटाफुटाने पुढे जात राहा. तुमचा स्पर्धक कोण आहे याच्याकडे लक्ष देऊ नका. पटापट आणि स्मार्टपणे, ट्रॅफिकमधल्या गॅप शोधत त्यात आपले वाहन सरकवत पुढे जा. तत्परता दाखवा पण छोटामोठा अपघात होईल अशी घाई करू नका. प्रगती होते आहे हे पाहणे महत्त्वाचे.

७. भारताचा ब्रँड (ब्रँड इंडिया) ही काय संकल्पना आहे? तिचा उपयोग काय ?

जागतिकीकरणानंतर वस्तूंचे मार्केटिंग करतात तसे देशाचे मार्केटिंग करावे लागते. मार्केटिंगच्या सहाय्याने देशाची प्रतिमा आपल्याला हवी तशी साकारता आली तर बरेच फायदे होतात. देशातील परकीय गुंतवणूक वाढते, त्यांच्या आधाराने वेगळ्या प्रकारचे आणि मोठ्या आकाराचे प्रकल्प हाती घेता येतात. आपली परकीय चलनाची परिस्थिती मजबूत राहते. भारतीय उद्योजकांना निर्यात करणे सोपे जाते - अधिक चांगले ग्राहक, अधिक चांगल्या किंमती मिळतात. अधिक पर्यटक देशामध्ये येतात; त्यांच्यामार्फत परदेशी चलन प्राप्त होते, स्थानिक अर्थव्यवस्थेला उभारी मिळते.

देशाचे मार्केटिंग का करावे लागते ते समजून घायला हवे. कोणत्याही देशाचे नागरिक आपल्या आपल्या देशाला जवळून ओळखतात तसे इतर देशांचे रहिवासी ओळखत नाहीत. इजिप्त, ऑस्ट्रेलिया, स्लोव्हेनिया, लाटव्हिया, नॉर्वे ह्या देशांबद्दलचे आपले मत काय आहे, असे येथील लोकांना विचारले तर धक्कादायक उत्तरे मिळतील. काही देशांची नावेही आपण ऐकलेली नसतील. इजिप्त हा पिरॅमिडचा देश, ऑस्ट्रेलिया हा क्रिकेट खेळणारा किंवा कांगारूंचा देश असे बहुसंख्य लोक सांगतील. यातील कोणत्याही देशात गेले तर ते इतरांसारखेच एकविसाव्या शतकातील आधुनिक देश आहेत असे दिसेल.

भारताबाहेरील, विशेषतः दूरच्या देशातील नागरिकांची भारताबद्दलची प्रतिमा अशीच अर्धवट किंवा पूर्ण चुकीची असू शकते. भारताला साधूंचा आणि सापांचा देश म्हटले तर आपल्याला कसे वाटेल? ज्या माणसाला असे वाटते तो भारतीय उद्योजकाकडून यंत्रांचे सुटे भाग, किंवा मोटारी घ्यायला कसा तयार होईल? त्यामुळे योजनाबद्ध प्रयत्न करून देशाची आपल्याला हवी तशी प्रतिमा घडवण्याचे काम आपल्याला करावे लागते. खरे तर, जगातील प्रत्येक माणसाचे भारताबद्दलचे मत बदलण्यात आपल्याला रस असण्याचे कारण नाही. पण औद्योगिक, सांस्कृतिक, राजकीय निर्णय घेणाऱ्या ज्या व्यक्ती आहेत त्यांच्यापर्यंत तरी आपला मार्केटिंगचा संदेश पोचला पाहिजे.

भारताची प्रतिमा हा आधीच गोंधळात टाकणारा विषय आहे. भारताबद्दल तुम्ही जे बरोबर विधान कराल त्याच्या विरुद्ध असलेले विधानही तितकेच खरे असते असे म्हटले जाते. भारत हा गरिबांचा देश आहे हे विधान खरे आहे आणि श्रीमंतांचा देश आहे हे पण खरे आहे. भारत अध्यात्मिक प्रवृत्तीचा देश आहे हे खरे आहे आणि भौतिक सुखांच्या मागे लागलेला देश आहे हे पण खरे आहे. भारत अशांत आहे हे खरे आहे आणि शांत आहे हे सुद्धा खरे आहे. गलिच्छ देश आहे हे

खरे आहे आणि सुंदर देश आहे हे पण खरे आहे. हुशार लोकांचा देश आहे हे खरे आहे आणि अडाणी लोकांचा देश आहे हे सुद्धा खरे आहे.

एका भारतामध्ये दोन वेगवेगळे भारत दडलेले आहेत. एक भारत, गेल्या ३-४ दशकात उदयाला आलेला, महासत्ता होण्याची स्वप्ने पाहणारा देश आहे. डॉलरमधील राष्ट्रीय उत्पन्नाचे परिमाण लावले तर तो अमेरिका, चीन, जपान, जर्मनी आणि इंग्लंड यांच्यानंतर जगातील सहाव्या क्रमांकाची अर्थव्यवस्था आहे, आणि क्रयशक्तीनुसार राष्ट्रीय उत्पन्न पहिले तर चीन आणि अमेरिकेपाठोपाठ तिसऱ्या क्रमांकावर आहे. तो महत्त्वाकांक्षी, प्रचंड उद्योजकीय आणि व्यवस्थापकीय ऊर्जा असलेला, संपत्ती वाढवण्याची इच्छा बाळगणारा, तंत्रज्ञानविषयक व्यापारी आर्थिक आणि मार्केटिंग क्षमता असलेला, स्पर्धेला न घाबरणारा देश आहे. जगातील सर्वोत्तम औद्योगिक संस्थांबरोबर हातमिळवणी करून आपली उद्दिष्टे साध्य करण्याची त्याची तयारी आहे. नवी कौशल्ये शिकण्याची आणि शिकवण्याची त्याच्यामध्ये क्षमता आहे. इकॉनॉमिक टाइम्स सारख्या बिझनेस पेपरच्या पहिल्या पानावर भारतातील उद्योजकांनी जागतिक स्तरावर केलेले व्यवहार, विकत घेतलेल्या परदेशी कंपन्या, निर्यातीचे वाढते आकडे यांच्या बातम्या दिसतील. समाधानकारक नफा मिळवणाऱ्या, बहुराष्ट्रीय व्याप असलेल्या, भारतीय कंपन्यांचे ताळेबंद पाहता येतील. माहिती तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात भारतीय कंपन्यांचा वरचष्मा असल्याचे लक्षात येईल. गूगल, मायक्रोसॉफ्ट, पेप्सी, हार्वर्ड बिझनेस स्कूल येथील अत्युच्च पदे भूषवण्याची क्षमता असलेले भारतीय दिसतील.

दुसरा भारत मागासलेला, गरीब आणि उदास आहे, आणि दुर्दैवाने पहिल्या भारतापेक्षा कितीतरी पटींनी मोठा आहे. ह्या दोन भारतांमधील अंतर कमी करण्याची जबाबदारी आपली आहे, पण तो आपला अंतर्गत प्रश्न आहे. मार्केटिंगसाठी भारताचा ब्रँड बनवताना आपण गरीब भारतावर भर देऊन उपयोग नाही. 'गरीब भारत' ही १९६० मधील भारताची ब्रँड इमेज होती आणि आपण ती अमेरिकेकडून मदत मिळवण्यासाठी वापरत असू. आता आपल्याला मदत नको आहे, बिझनेस हवा आहे. त्यासाठी पहिल्या भारतावर भर द्यायला पाहिजे. तो भारतही दुसऱ्या भारताइतकाच खरा आहे त्यामुळे मार्केटिंग करताना अप्रामाणिकचा आरोप आपल्यावर येऊ शकत नाही. मार्केटिंग करताना कोणत्या मुद्द्यांवर भर द्यायचा हे अखेर मार्केटिंग करणाराच ठरवत असतो.

भारताच्या ब्रँडसाठी टॅलेंट (हुशारी), टेक्नॉलॉजी (तंत्रज्ञान), ट्रेड (व्यापारकौशल्य), ट्रिझम (पर्यटन) आणि ट्रेंडिशन (परंपरा) अशा इंग्रजी 'टी' ने सुरू होणाऱ्या पाच क्षमतांवर भर देण्याचे सरकारने ठरवले आहे. यातील पहिल्या

तीन, वर उल्लेखलेल्या आधुनिक भारताच्या अखत्यारीतील आहेत तर पुढच्या दोन आपल्या समृद्ध संस्कृतीचा वारसा आहे. हा दृष्टिकोन वेगळा ह्या कारणासाठी आहे की इन्फ्रेडिबल इंडिया, अतुलनीय भारत ह्या प्रामुख्याने भारताच्या सांस्कृतिक परंपरेवर भर देणाऱ्या भूमिकेला दुय्यम स्थान देऊन आजच्या जगाला आवश्यक असलेली कौशल्ये असलेला, आधुनिक देश अशी प्रतिमा निर्माण करण्याचा त्यात प्रयत्न आहे. इंग्रजी भाषेचे उत्तम ज्ञान, व्यापारातील कौशल्य आणि गुंतागुंतीचे वैज्ञानिक ज्ञान जाणून घेण्याची क्षमता यांच्यामुळे जगभर विस्तारणाऱ्या सेवा क्षेत्रासाठी भारताचा ब्रँड फलदायी ठरू शकतो. भारतीय संगणकतज्ज्ञांनी आपली क्षमता आधीच सिद्ध केली आहे. वैद्यकीय सेवा हे क्षेत्रसुद्धा आपल्या फायद्याचे ठरणार आहे - युरोप अमेरिकेतील वैद्यकीय सेवा न परवडणाऱ्या अनेक रुग्णासाठी भारत हा उत्तम पर्याय आहे.

ब्रँड कसा सादर करायचा हे ठरले म्हणजे मार्केटिंग झाले असे नाही, ते फक्त नियोजन आहे. सरकारी आणि खासगी ह्या दोन्ही स्तरांवर अनेक लहानमोठ्या कृतींमधून आपली भूमिका आपल्या संभाव्य ग्राहकांपर्यंत पोचवायची, त्यांची आपल्याला अनुकूल अशी मनोभूमिका तयार करायची, आणि प्रत्यक्ष 'विक्री' घडवून आणायची ही कामे बाकी आहेत.

८. ब्रँडच्या नावाखाली अधिक किंमत लावणे हे खासगी क्षेत्राची नित्याची प्रथा आहे. ब्रँडची गरजच काय ?

ब्रँडशिवाय वस्तू विकणाऱ्याची परिस्थिती अवघड होते. ब्रँड नसतील तर त्या प्रकारच्या सर्व वस्तू समान आहेत असे समजले जाईल. सर्व वस्तू समान असतील तर आपली वस्तू विकण्याचा एकमेव मार्ग विकणाऱ्याकडे राहतो - तो म्हणजे किंमत. ज्याची किंमत कमी त्याचा माल खपणार. अशा वेळी दुसऱ्यापेक्षा कमी किंमत लावून विकण्याची भीषण स्पर्धा विक्रेत्यांमध्ये सुरू होते. त्यात ग्राहकाचा फायदा होतो पण कमीत कमी किंमतीत माल विकणारे विक्रेते सोडून बाकीच्यांना गाशा गुंडाळावा लागतो - मुक्त अर्थव्यवस्थेमध्ये ते नैसर्गिक समजले जाते. किंबहुना मुक्त अर्थव्यवस्थेचे सारभूत असणारे 'सर्व्हायव्हल ऑफ दि फिटेट' हे तत्त्व कमीत कमी किंमतीत माल विकणारा टिकून राहावा आणि इतरांना थारा राहू नये ह्या संकल्पनेवर आधारलेले आहे.

ग्राहकाच्या दृष्टीने असली, तरी वस्तू विकणाऱ्याच्या दृष्टीने ही परिस्थिती फार चांगली नाही; कारण त्यात खर्च वसूल होईल इतकी किंमत मिळण्याची अजिबात शाश्वती नाही. नुकसान सोसून का होईना, चालू किंमतीत माल विकणे एवढी एकच गोष्ट तो करू शकतो. नुकसान सोसून किंवा नाममात्र नफा घेऊन माल विकावा लागला तर त्याची परिस्थिती बिकट होते. ही अतिशयोक्ती नाही. जेव्हा भाव पडतात तेव्हा टोमॅटो किंवा कांदे पिकवणाऱ्या शेतकऱ्याची परिस्थिती बरोबर अशीच होत असते. स्पर्धात्मक किंमतीत व्यवसाय करणारा कोणताही छोटा व्यावसायिक याच परिस्थितीला रोज तोंड देत असतो. विक्रेता मोठा असेल तर किमान किंमतीत माल विकून सोसाव्या लागणाऱ्या नुकसानीचा धोका कमी असतो असे नाही, उलट जास्तच असतो. त्याचा कारखाना असतो, ऑफिस असते, त्यात काम करणाऱ्या लोकांचा पगार, गुंतवलेल्या पैशावरील व्याज आणि आणि औद्योगिक संस्था चालवण्याचे इतर अनेक खर्च त्याला भागवायचे असतात. व्यवसाय बंद पडला तर त्याचे सर्वांवर होणारे दुष्परिणाम खूपच गंभीर असतात.

ब्रँड हा, निव्वळ किमान किंमत ह्या निकषावर चालणाऱ्या गळेकापू - म्हणजे कटथोट स्पर्धेत टिकून राहण्याचा मार्ग आहे. वस्तूचा किंवा सेवेचा ब्रँड तयार झाला की ती वस्तू, त्याच प्रकारच्या इतर वस्तूपेक्षा तत्त्वतः वेगळी होते. कोलगेट आणि पेप्सोडेंट किंवा लक्स आणि निरमा हे, ते वापरणाऱ्या ग्राहकांच्या दृष्टीने हुबेहूब सारखे राहत नाहीत. त्यामुळे एकमेकांशी किंमतीवर स्पर्धा करण्याचे बंधन निघून जाते. आता उत्पादक त्याला योग्य वाटेल ती किंमत ग्राहकाला लावू शकतो, आणि नफ्यामध्ये व्यवहार करू शकतो.

उत्पादक हा काही संतमहात्मा नाही. आपली बरीचशी इतरांसारखी असणारी वस्तू या ना त्या बाबतीत वेगळी आहे हे ग्राहकाला पटवून देण्यात त्याला यश आले की तो अधिक नफा मिळवण्याची संधी सोडत नाही. अर्थात हे एका मर्यादित चालते. ग्राहक गमवायचा नसेल तर वस्तूच्या तथाकथित वेगळेपणासाठी ग्राहकाला मोजावी लागणारी किंमत खूप जास्त आहे असे ग्राहकाला वाटत नाही याची काळजी घ्यावी लागते.

वस्तूचे किंवा सेवेचे वेगळेपण स्पष्टपणे अधोरेखित करणे हे ब्रँडचे काम आहे. त्यासाठी ब्रँडला नावच द्यायला पाहिजे असे नाही. दुकानाचे नाव, व्यक्तीचे नाव हे सुद्धा ब्रँडचे काम करतात. पुण्यातील चितळे बंधू, वैशाली हे ब्रँड आहेत. अमिताभ बच्चन हा ब्रँड आहे. बनारसी शालू ह्या वस्त्रातील बनारस हे शहराचे नाव ब्रँडचे काम करते. विशिष्ट प्रकारच्या शल्यक्रिया उत्तम प्रकारे करणाऱ्या डॉक्टरांच्या नावाचाही ब्रँड होतो.

व्यवसायात नफा निर्माण करणारी, टिकवून धरणारी आणि वाढवणारी, 'ब्रँड' ही मार्केटिंगमधील अनन्यसाधारण संकल्पना झाली असल्यास नवल नाही. ब्रँड निर्माण कसे करावे आणि ते कसे फुल(ग)वावे यावर मार्केटिंगमध्ये हजारो पानांचा मजकूर लिहिला गेला असेल. बहुतेक मार्केटिंग तज्ज्ञांचे मुख्य काम ब्रँडची निर्मिती आणि संवर्धन हे असते. कंपनीच्या मालमत्तेचे मूल्यांकन केले जाते तेव्हा तिने निर्माण केलेल्या विविध ब्रँडच्या मूल्याचे स्वतंत्रपणे मापन केले जाते. कोकाकोला ह्या जगातील पहिल्या क्रमांकाच्या ब्रँडचे मूल्य २०१७ मध्ये ७८०० कोटी डॉलर इतके होते.

वस्तू आणि सेवा यांचे ब्रँड तयार करून त्यांच्या किंमती अवास्तव पातळीवर नेण्यासाठी मार्केटिंग व्यावसायिकांवर टीका केली जाते. अगदी लक्स आणि निरमा साबणा पासून सुरुवात करून मर्सिडीस कार, ब्रँडेड शर्ट आणि रोलेक्स घड्याळापर्यंत, साध्या वस्तू आणि ब्रँडेड वस्तू यांच्या किंमतीमधला फरक नजरेत भरण्याइतका असतो - रोलेक्स घड्याळ घेणे एखादा दागिना घेण्यासारखे असते. पण महागड्या ब्रँडेड वस्तू विकत घेण्याची ग्राहकावर सक्ती थोडीच असते? ग्राहक त्या स्वखुशीने घेतात. याचा अर्थ ब्रँडेड वस्तू ग्राहकाची कोणतीतरी सुम इच्छा पूर्ण करत असतात. उदाहरणार्थ प्रेझेंट देताना, ती वस्तू महाग असणे ही त्या वस्तूची जमेची बाजू ठरते. मर्सिडीस कार खूप महाग असते म्हणून तर ती प्रतिष्ठेचे प्रतीक म्हणून वापरली जाते. टाटा कंपनीने स्वस्त किंमतीची नॅनो मोटार बाजारामध्ये आणली पण तिला अपेक्षित यश मिळाले नाही. विश्लेषकांच्या मते स्वस्त असणे हा नॅनोचा अवगुण ठरला - भारतात मोटार असणे हे प्रतिष्ठेचे प्रतीक आहे. दारात स्वस्त मोटार असली तर ते उद्दिष्ट पूर्णपणे साध्य होत नाही. मर्सिडीस

कार आणि रोलेक्स घड्याळ घेणारा माणूस त्यांच्या आधाराने 'यशस्वी माणूस' असा स्वतःचाही ब्रँड निर्माण करत असतो! गमतीची गोष्ट म्हणजे ज्यांच्याकडे पैसे कमी आहेत ते ब्रँडेड वस्तू जास्त घेतात. दागिने घालून मिरवल्यामुळे स्त्रिया जो उद्देश साध्य करू इच्छितात तोच महागड्या ब्रँडेड वस्तूमुळे साध्य होत असतो. त्यामुळे कोणते ब्रँड असावेत आणि त्यांच्या किंमती काय असाव्या हे ठरवण्याचे काम मार्केटवर आणि ते घेणाऱ्या लोकांवर सोडलेले बरे.

ब्रँडिंग हा मुक्त बाजारपेठी अर्थव्यवस्थेचा अपरिहार्य भाग आहे. त्यामुळे खासगी क्षेत्रातील लोक स्वतःच्या फायद्यासाठी ती संकल्पना राबवतात हे लक्षात आले तरी ते खुल्या दिलाने स्वीकारावे. ब्रँडेड वस्तू न घेण्याचे किंवा निवडकपणे घेण्याचे स्वातंत्र्यही ह्या व्यवस्थेत आहेच. त्याचा हुशारीने वापर करून ब्रँडेड वस्तूंच्या आक्रमणापासून स्वतःचा बचाव करावा - एखादा माणूस भोळेपणाने ब्रँडच्या प्रचाराला बळी पडला तर दोष त्याचाही आहे.

९. ऑनलाइन मार्केटिंग आणि पारंपारिक मार्केटिंग यांच्यामध्ये काय फरक आहे? स्टिकी मार्केटिंग म्हणजे काय?

पारंपारिक मार्केटिंगमध्ये अलीकडच्या काळात सर्वात महत्वाचा बदल टेलिव्हिजन ह्या जाहिरातीच्या माध्यमामुळे घडून आला. वर्तमानपत्रांकडून टेलिव्हिजनकडे जाताना जाहिरातीमधील मजकुराचे महत्त्व कमी झाले आणि दृश्यमान प्रतिमांचे वाढले. पण एका बाबतीत मार्केटिंगचा मूलभूत दृष्टिकोन बदलला नाही. आपली वस्तू किंवा सेवा यांच्याबद्दलचा संदेश लोकांपर्यंत पोचवण्यासाठी तो जास्तीत जास्त वेळा आणि जास्तीत जास्त मोठ्याने ओरडून सांगत राहायचा ही पद्धत तशीच राहिली. ऐकणाऱ्या असंख्य लोकांना त्यात रस नसला तरी वारंवार पुनरावृत्ती केल्यामुळे त्यातील काही, आणि ज्यांना रस आहे असे काही, आपले ग्राहक बनतील किंवा आधीच असले तर टिकून राहतील ही पारंपारिक मार्केटिंगची भूमिका. सर्वत्र बिया फेकत राहायच्या, त्यातील थोड्या तरी उगवतील अशी आशा करायची.

मार्केटिंग तज्ञांच्या मते ऑनलाइन मार्केटिंगच्या युगात ग्राहक बदलला आहे. त्याला ओरडून सांगितलेला संदेश ऐकण्यात रस नाही. उलट त्याला वेळी अवेळी जाहिरातीचा भडिमार करणाऱ्या लोकांचा तिटकारा आहे. त्याच प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा - ती टूथ पेस्ट असो की बँकिंग सेवा - यांचा दर्जा जवळ जवळ समान होत चालला आहे त्यामुळे ब्रँडचे महत्त्वही कमी होत आहे. ग्राहकाला वस्तू आणि सेवा हव्या आहेत, पण त्यासाठी लांबवर जाऊन, रांगेत उभे राहण्यासाठी त्याला वेळ नाही. खरेदीचा निर्णय घेतला की लवकरात लवकर त्याच्यापर्यंत वस्तू पोचली तर त्याला हवी आहे. तो या ना त्या स्क्रीनच्या स्वरूपात कायम ऑनलाइन असतो; त्यामुळे '२४/७' अशी त्याची वस्तू विकत घेण्याची पद्धत आहे.

पारंपारिक मार्केटिंगमध्ये, बाजारपेठेची विभागणी वस्तू कोण घेतो - शहरी, ग्रामीण, श्रीमंत, गरीब, विद्यार्थी, नोकरदार, ज्येष्ठ नागरिक - याप्रमाणे होत असे. आता त्यांच्यामधील फरक कमी होत चालला आहे. कोणती वस्तू कोण विकत घेईल हे सांगणे अवघड होत आहे. महागडा मोबाइल फोन फक्त श्रीमंत माणूसच घेईल असे नाही. किंवा चॉकलेट फक्त मुलेच घेतील असे नाही. श्रीमंत माणूस महागड्या हॉटेलमध्येच जाईल असे नाही, घाई असेल तर जवळच्या हॉटेलमधून फास्ट फूड मागतील. वस्तू कोण घेतो यापेक्षा केव्हा घेतली जाते याला महत्त्व आले आहे, खरेदीसंबंधीचे निर्णय तडकाफडकी, त्यावेळी काय सोयीचे यानुसार घेतले जातात.

अशा परिस्थितीत विक्री घडवून आणायची तर त्यांमागील सूत्र असे की

जेव्हा निर्णय घेतला जातो त्याक्षणी आपण एक (किंवा एकमेव)पर्याय म्हणून तेथे हजर पाहिजे.

लोक दीर्घकाळ स्क्रीनवर असल्यामुळे संकेतस्थळ, वेबसाइट हे मार्केटिंगचे महत्त्वाचे माध्यम झाले तर नवल नाही. त्यासाठी अनेक ठिकाणी निरनिराळ्या संदर्भात आपल्या वेबसाइटच्या लिंक सोडून ठेवणे परिणामकारक ठरते. खरेदीसंबंधीचा निर्णय ग्राहक घेत असतो त्यावेळी आपल्या साइटची लिंक शेजारी असावी. साइटच्या लिंकचा प्रसार व्हावा म्हणून बऱ्याच अन्य संस्थांबरोबर सामंजस्य करार करावे.

वेबसाइटवरील मजकुरात भावनात्मक आवाहन असावे. ग्राहकाला मदत करण्याची कळकळ व्यक्त व्हावी.

सोशल मीडियाचे महत्त्व आहेच, पण त्यातही कंपनीने आपल्या सोशल मीडियाच्या पानावर हेतुपूर्वक वस्तू किंवा सेवा यांचा प्रचार केला तर ते त्या पानाला भेट देणाऱ्या व्यक्तीला आवडत नाही. आजच्या मार्केटिंगमध्ये वर्ड ऑफ माउथ, कोणाच्या तरी शिफारसीला महत्त्व आले आहे. लोक मार्केटिंग करणाऱ्या कंपनीपेक्षा आपल्या मित्रमैत्रिणींचे ऐकतात. ही भूमिका वेबसाइटने किंवा सोशल मीडियाच्या पानातर्फे बजावली जावी असा मार्केटिंगचा प्रयत्न असतो. भेट देणाऱ्याला उपयुक्त वाटेल अशी माहिती, टिप्स, सल्ला साइटवर असावा. ग्राहकसंपर्क एकतर्फी नसावा, ब्लॉग किंवा कॉमेंटच्या रूपाने ग्राहकालाही व्यक्त होऊ देण्याची संधी द्यावी. तांत्रिक स्वरूपाच्या वस्तू किंवा सेवांसाठी एकमेकांना मदत करू शकणाऱ्या ग्राहकांची कम्युनिटी तयार करण्यात काही कंपन्यांना यश आले आहे. जास्त वेळ साईटवर घालवण्यासाठी ग्राहकाला उद्युक्त करता आले तर तो आणि मार्केटर यांच्यामध्ये जवळीक निर्माण होण्याची शक्यता असते.

साइटला भेट म्हणजे कस्टमर एंगेजमेंट. ऑनलाइन मार्केटिंगमध्ये 'रिटर्न ऑन इन्व्हेस्टमेंट' ऐवजी 'रिटर्न ऑन एंगेजमेंट' ह्या संकल्पनेला महत्त्व आले आहे. आपल्या साइटला लोकांनी स्वतः होऊन, वारंवार भेट द्यावी हा प्रयत्न असला पाहिजे. अशा प्रकारची मनोवृत्ती असलेले, म्हणजे कंपनीला चिकटून राहणारे ग्राहक तयार करणे म्हणजे 'स्टिकी मार्केटिंग'. असे ग्राहक तयार करायचे आणि त्यांच्या शिफारसीतून नवे नवे ग्राहक आकर्षित करून घ्यायचे अशी ही कार्यपद्धती आहे. स्टिकी मार्केटिंग मध्ये रिव्हर्स फनेल - उलटे नरसाळे नावाची संकल्पना आहे. पारंपारिक मार्केटिंगमध्ये नरसाळ्याच्या सुलट्या बाजूकडून खूप भावी ग्राहक प्रवेश करतात पण नरसाळ्याच्या निमुळत्या आकारामुळे खाली जाईपर्यंत ते कमी कमी होतात आणि अगदी थोडे खालच्या नळीतून बाहेर पडतात. रिव्हर्स फनेलमध्ये सुरुवातीला अगदी थोडे ग्राहक उलट्या, नळीच्या बाजूने प्रवेश करतात,

पण त्यांनी एकमेकांना केलेल्या शिफारसींमुळे ग्राहकांची संख्या वाढत जाते आणि खूप जास्त ग्राहक नरसाळ्याच्यारुंद बाजूकडून बाहेर पडतात.

स्टिकी मार्केटिंग आले, याचा अर्थ जुने - म्हणजे सुलट्या नरसाळ्याची कार्यपद्धती वापरणारे मार्केटिंग पूर्ण गेले असे होत नाही. तेही झपाट्याने प्रगत होत आहे. आधुनिक तंत्रज्ञान वापरून, टेलिव्हिजन आणि ऑनलाइन ह्या दोन्ही क्षेत्रात आपल्याला हव्या असलेल्या नेमक्या ग्राहकांपर्यंत पोचण्याचा प्रयत्न केला जातो. ठराविक भौगोलिक भागात राहणाऱ्या, ठराविक भाषा बोलणाऱ्या किंवा आवडीनिवडी असणाऱ्या प्रेक्षकांसाठी सॅटेलाइट द्वारा फक्त त्याच प्रकारच्या जाहिराती टी. व्ही. वर प्रक्षेपित करण्याचे तंत्रज्ञान विकसित करण्यात आले आहे. संगणकीय सॉफ्टवेअर वापरून कार्यक्रमातील जाहिरातीसाठी असलेल्या वेळेत त्या आपोआप प्रसृत होतात. टेलिव्हिजनचे कोणते प्रेक्षक नेमके कोणते कार्यक्रम पाहतात, कार्यक्रमाचा टीआरपी- टेलिव्हिजन रेटिंग पॉइंट, किती हे मोजण्याच्या यांत्रिक पद्धती उपलब्ध आहेत. निवडकसेट टॉप बॉक्सना उपकरण जोडून प्रेक्षक नेमके कोणते कार्यक्रम पाहतात ते अभ्यासता येते. संगणक आणि मोबाइल उपकरणांच्या बाबतीत तर जाहिराती प्रसृत करण्याचे तंत्र क्रांतिकारक म्हणता येईल इतके सुधारले आहे. जाहिरातींचा भडिमार चालू असतो आणि त्या टाळता टाळता आपण थकून जातो. संगणक आणि मोबाइल वापरणाऱ्या व्यक्तींची प्रत्येक क्लिक आणि मोबाइलच्या प्रत्येक बटणाची हालचाल यांचा अभ्यास करून ते वापरणाऱ्या व्यक्तीच्या आवडीनिवडी, स्वभाव यांचा अंदाज बांधता येईल आणि त्यांना अनुरूप असे मार्केटिंग करता येईल अशी मार्केटिंग तज्ञांना खात्री वाटते. खरे तर ह्या कालखंडात माणसांचा खासगीपणा कसा जपायचा याची काळजी निर्माण झाली आहे.

ह्या जुन्या-नव्या मार्केटिंगच्या आक्रमणाविषयी सर्वसामान्य माणसाची भूमिका काय असावी? एक, मार्केटिंग कितीही प्रभावीपणे केले तरी मार्केटर वस्तू विकत घेण्याची सक्ती करू शकत नाही. त्यासाठी आपले तारतम्य वापरण्याचे स्वातंत्र्य सर्वांना आहे. दोन, मार्केटिंगचा मारा सहन करण्याच्या बदल्यात टेलिव्हिजन आणि जगभरातील असंख्य संकेतस्थळे यांच्या माध्यमातून, ज्याचे मोल करता येणार नाही इतका दृक्श्राव्य आणि अन्य मजकूर सर्वसामान्य माणसाला विनामूल्य मिळत असतो, तो फायदा मान्य करावा. तीन, सध्यातरी मुक्त अर्थव्यवस्था एवढी एकच व्यवस्था जगातील बहुतेक देशांनी स्वीकारलेली आहे. ह्या व्यवस्थेचा अपरिहार्य भाग असलेले मार्केटिंग स्वीकारण्याशिवाय मार्ग नाही.

१०. चीफ एक्झिक्युटिव्ह ऑफिसर, ही कोणत्याही औद्योगिक संस्थेतील सर्वात महत्त्वाची व्यक्ती असते. काही सीईओ वर्षाला एक कोटीपेक्षा अधिक पगार घेतात. ते नेमके काय करतात ?

मोठ्या औद्योगिक संस्थात हजारो कर्मचारी काम करतात. २०१६ मध्ये स्टेट बँकेत २.२० लाख, टाटा मोटर्समध्ये ६० हजार, बँक ऑफ इंडिया मध्ये ४५ हजार तर आदित्य बिल्दा समूहात १.२५ लाख कर्मचारी होते. ह्या संस्थांचा कामाचा पसारा देशभर आणि परदेशातही आहे. प्रत्येक संस्था म्हणजे अधिकार आणि जबाबदारी, ऑथॉरिटी आणि रिस्पॉन्सिबिलिटी यांची एक उतरंड असते. वरपासून खालपर्यंत, अधिकारी आणि अन्य कर्मचारी, यांच्यात अधिकार आणि जबाबदारी यांचे वाटप केलेले असते. काही कामे - आणि ती सर्वाधिक महत्त्वाची असतात - एक व्यक्ती आणि तिला मदत करणारा एक छोटा गट यांच्यावर सोपवली तर अधिक चांगल्या प्रकारे होतात. ती व्यक्ती म्हणजे सीईओ. तो फक्त औद्योगिक संस्थात असतो असे नाही. देशाचे पंतप्रधान, अध्यक्षीय राज्यपद्धतीत, अध्यक्ष हे सीईओच असतात. भारतात पंतप्रधानांचे कार्यालय (पीएमओ) हा त्यांना मदत करणारा गट आहे. तसा औद्योगिक संस्थातही असतो. ज्या जबाबदाऱ्या सीईओ पदावरील व्यक्तीलाच सांभाळाव्या लागतात त्यातील काही खालीलप्रमाणे.

(१) संघटनेची भविष्यकालीन दिशा, कार्यसंस्कृती यांची निश्चिती करणे - भविष्यवेध घेऊन, म्हणजे १५ ते २० वर्षांनी संस्थेचे एकंदर स्वरूप काय असावे, म्हणजे संस्थेची 'व्हिजन' काय असावी हे कोणाला तरी ठरवावे लागते. (संस्थेच्या दृष्टीने १५-२० वर्षे हा काळ फार मोठा नाही). संस्थेच्या दीर्घकालीन हिताच्या दृष्टीने कोणती दिशा योग्य हे ठरवण्याचे काम सीईओचे असते. संस्थेच्या कार्यसंस्कृतीला आकार देण्याचे कामही सीईओचे असते. एखादी मरगळलेली संस्था अचानक झपाट्याने काम करू लागली तर त्यामागे सीईओचा हात आहे हे निश्चितपणे समजावे.

(२) मोठ्या औद्योगिक संस्थेत अनेक भौगोलिक विभाग असतात. संस्थेची उत्पादने आणि सेवा यात विविधता असते. प्रत्येक विभाग, वस्तू किंवा सेवा यांच्या समस्या आणि त्यांना उपलब्ध असलेल्या संधी वेगवेगळ्या असतात. त्यांचा विचार करून, त्यांनी कशावर भर देणे योग्य यासंबंधी मार्गदर्शन करण्याचे काम सीईओचे असते. सीईओ त्यांच्यापेक्षा वरच्या स्तरावर असल्यामुळे त्याला विहंगावलोकन करण्याची संधी मिळते.

(३) औद्योगिक संस्थेला जनमानसात आपली काय प्रतिमा आहे ह्याचे भान ठेवावे लागते. प्रतिमा बिघडली तर ग्राहक, गुंतवणूकदार, भागधारक, कर्मचारी,

सरकारी अधिकारी वगैरे संबंधित व्यक्ती आणि गट यांचा विश्वास उडतो आणि ते पाहिजे तेव्हा संस्थेला साथ देत नाहीत.प्रतिमा घडवण्याचे काम आणि टिकवून धरण्याचे काम सीईओला करावे लागते. त्यासाठी संस्थेमध्ये जनसंपर्क विभाग असतो. पण सर्वोच्च जनसंपर्काधिकारी सीईओच असतो.

(४) औद्योगिक संस्था तिला लागणारा कच्चा माल आणि सेवा बाजारातून घेते. बँका आणि सर्वसामान्य गुंतवणूकदार यांच्याकडून अर्थसहाय्य घेते. ह्यासाठी संस्था देत असलेली किंमत(पैशाच्या बाबतीत व्याजदर) अवास्तव नाही ह्याची खात्री करण्याचे कामही सीईओचे असते. प्रत्यक्षात त्या वस्तू आणि सेवा विकत घेण्याचे काम संस्थेतील विविध स्तरावरील कर्मचारी करतात पण खर्च नियंत्रित ठेवण्यासाठी योग्य ते वातावरण सीईओ आपल्या वर्तणुकीतून आणि शब्दातून निर्माण करत असतो.

(५) सीईओ हा संस्थेचा प्रमुख, म्हणजे टॉप बॉस असतो. त्याचा बॉस कोण? - तर संचालक मंडळ. सीईओची नेमणूक संचालक मंडळ करते. तो, त्यांच्या वतीने संस्थेचे दैनंदिन प्रशासन सांभाळतो. संस्था, तिच्या विविध शाखा आणि त्यांचे विभाग यांचे प्रशासन व्यवस्थित, विहित नियमांनुसार, शिस्तशीर चालते हे सीईओला पाहायचे असते. सुरक्षेचे नियम पाळताना हेळसांड झाली आणि मोठ्या आगीत संस्थेचे नुकसान झाले तर ती जबाबदारी सीईओची नाही पण सुरक्षेचे नियम बनवून घेणे, ते संबंधितांपर्यंत पोचतात हे पाहणे, त्यांचे पालन प्रत्यक्षात होते का याचे वेळोवेळी ऑडिट करण्याची सिस्टीम बनवून घेणे, ऑडिटरने दाखवलेल्या त्रुटी दूर करून घेणे ही जबाबदारी सीईओची. यालाच सुशासन म्हणतात.

(६) बदलत्या बाह्य परिस्थितीकडे लक्ष ठेवून, संस्थेसाठी अडचणीच्या ठरू शकतील अशा घटना वेळीच हेरणे आणि त्या टाळण्याचा प्रयत्न करणे हे सुद्धा सीईओचे काम आहे. नवीन स्पर्धक निर्माण होत असतो. सरकारी धोरणे बदलण्याची शक्यता असते. परदेशातील महत्त्वाचा ग्राहक गमावण्याची शक्यता असते. काही अडचणी, सीईओने स्वतः लक्ष घालून सोडवायच्या असतात. नव्या संधींचा शोध घेणे हे अडचणींवर मात करण्याइतकेच महत्त्वाचे असते. त्यासंबंधीची चर्चा, वाटाघाटी यात सीईओचा प्रत्यक्ष सहभाग असतो.

(७) संस्थेतील वरिष्ठ अधिकाऱ्यांच्या कामाचे मूल्यमापन आणि त्यातील उत्तम कामगिरी बजावणाऱ्या व्यक्तींना सन्मानित करणे, ज्यांची कामगिरी समाधानकारक नाही त्यांना समज देणे, जरूर तर त्यांना बदलण्याचा कटु निर्णय घेणे ही सुद्धा सीईओची जबाबदारी आहे.

(८) संस्थेचे यश आणि वाढ, कार्यकुशल आणि जबाबदारी घेण्याची तयारी असलेल्या माणसांवर अवलंबून असते. अशा माणसांना संस्थेकडे आकर्षित करणे, आहेत ती उत्तम माणसे टिकवून ठेवणे, त्यांना सर्वोत्तम कामगिरीसाठी प्रेरित करणे हे काम सीईओचेच आहे. संस्थेची कार्यप्रेरणा (मोराल) बहुतांशी सीईओवर अवलंबून असते.

(९) संस्थेची सामायिक साधनसामग्री, भौगोलिक विभाग आणि कार्यकारी विभाग यांना गरजेप्रमाणे उपलब्ध करून देणे, त्यासंबंधी वाद असले तर मिटवणे ही सीईओची जबाबदारी आहे.

(१०) कोणतीही चांगली संस्था ही सातत्याने नवे ज्ञान आणि नवी कौशल्ये आत्मसात करित असते. बांधकाम उद्योगात कार्यरत असलेली एखादी संस्था उड्डाणपूल बांधण्याचे कंत्राट मिळवते आणि त्या क्षेत्रात सातत्याने काम करून त्या क्षेत्रातले प्रावीण्य मिळवते. नवे ज्ञान, नवे कौशल्य मिळवत राहणे, ते निवडक व्यक्तींच्या नव्हे तर, संस्थेच्या कार्यकौशल्याचा भाग होतो हे पाहणे हे सीईओचे काम आहे.

हजारो कर्मचारी काम करता असलेल्या संस्थात प्रमुखपदावर असलेल्या एका माणसामुळे काय फरक पडणार असे वाटते. पण तो एक माणूस नसतो तर टीम असते आणि त्याने काय करायचे यासंबंधी स्पष्टता असते. प्रत्येक सीईओ त्याच्याकडून असलेल्या अपेक्षा पूर्ण करू शकतो असे नाही, पण सीईओ हा प्रस्थापित औद्योगिक व्यवस्थापनाचा भाग आहे आणि बहुतेक वेळा तो आपले काम व्यवस्थितपणे करत असतो.

११. तत्त्वतः प्रत्येक यशस्वी लघु उद्योग काही वर्षांनी मध्यम आकाराचा आणि नंतर मोठा, उद्योग व्हायला हवा. तसे घडत नाही. तो यशस्वी, पण लघु उद्योगच राहतो. असे का घडते ?

फार थोडे लघुउद्योग मोठ्या उद्योगापर्यंतचा पल्ला गाठू शकतात हे खरे आहे. आपल्या शेजारचा किराणा मालाचा दुकानदार हे एक उदाहरण. वर्षानुवर्षे चांगल्या प्रकारे दुकान चालवूनही त्याची एकाची दोन दुकाने होत नाहीत.

आकारामधील वाढ साध्य करण्यासाठी, म्हणजे अपस्केलिंगसाठी पाच गोष्टी आवश्यक असतात. धीरूभाई अंबानी यांनी वयाच्या सव्वीसाव्या वर्षी लहानशा कापडाच्या व्यापारापासून सुरुवात केलेल्या उद्योगाने देशातील सर्वात मोठ्या रिलायन्स इंडस्ट्रीज पर्यंत मजल मारली ती हे पाचही गुण असल्यामुळे. कोणते हे पाच गुण ?

(१) काहीतरी मोठे करण्याची दुर्दम्य इच्छा - सगळ्याच उद्योजकांना मोठे व्हायचे नसते. आपल्या गरजेइतके पैसे मिळाले तरी बहुतेक लोक खूप असतात. बऱ्याच लोकांना, तुम्हाला खूप मोठ्या रकमेची लॉटरी लागली तर काय कराल असे विचारले तर बहुतेक सगळे, ते पैसे बँकेत ठेवून त्याच्या व्याजावर उरलेले आयुष्य मजेत काढू असे सांगतील. ते पैसे भांडवल म्हणून वापरू आणि काही वर्षात ते दुप्पट करू असे सांगणारा कोणी आढळणार नाही. सुदैवाने उद्योजक इतके अल्पसंतुष्ट नसतात, नाहीतर आर्थिक विकास होणारच नाही. त्यातीलकाही उद्योजकांमध्ये खूप मोठा उद्योग निर्माण करण्याची व्हिजन, द्रष्टेपण असते. त्यांना, पाच वर्षात आपली उलाढाल दहापट करायची असते, आणि कसे करणार, ह्याचा ढोबळ आराखडा त्यांच्या डोक्यात असतो. तेच वाढतात. प्रत्येकाने मोठे व्हायलाच हवे अशी सक्ती नाही, पण ते मोठे का होत नाहीत याचे, 'तशी व्हिजन नसणे' हे कारण आहे.

(२) अधिक चांगली विपणनक्षमता - मोठ्या उद्योगासाठी मोठे, वेगळे आणि अधिक संख्येचे ग्राहक लागतात. ते मिळवण्यासाठी अधिक परिणामकारक मार्केटिंग करावे लागते. मोठा उद्योजक चोवीस तास आपली 'व्हिजन' लोकांना पटवून देण्याच्या प्रयत्नात असतो. त्यासाठी मिळणारी एकही संधी तो वाया घालवत नाही. वैयक्तिक आणि सांघिक अशा दोन्ही स्तरांवर, सर्व दिशांनी, सातत्याने प्रयत्न केल्यामुळे आपल्या नव्या उपक्रमांना पाहिजे तसा प्रतिसाद मिळवण्यात तो यशस्वी होतो. मोठे उद्योगपती भिडस्त नसतात. खूप (थोडा जास्तच) आत्मविश्वास, सकारात्मक दृष्टीकोन हे त्यांचे वैशिष्ट्य असते. आपला उत्साह समोरच्या माणसापर्यंत पोचवण्यात ते बहुधा यशस्वी होतात. उद्योग मोठा

होतो तशी स्पर्धा वाढते आणि ती 'मैत्रीपूर्ण' राहत नाही, घातक बनते. त्यांना जशास तसे पद्धतीने तोंड देण्याचा कणखरपणाही मोठ्या होणाऱ्या उद्योजकांमध्ये असावा लागतो; अतिसंवेदनाक्षम माणूस उद्योजक बनू शकत नाही.

(३) कार्यपद्धतीचे प्रमाणीकरण करण्याचे कौशल्य - डॉक्टर, वकील, कलाकार हे कितीही ज्येष्ठत्वाला पोचले तरी त्यांचे काम एका व्यक्तीपुरते मर्यादित राहते. सर्जन कितीही ज्येष्ठ झाला तरी स्वतःच शल्यक्रिया करतो. कारण प्रत्येक शल्यक्रिया वेगळी असते, ती प्रमाणीकृत, स्टॅन्डर्डाइज्ड नसते. व्यापार उद्योगातील कामे इतकी वेगवेगळी नसतात. त्यात पुनरावृत्ती असते. यशस्वी मोठा उद्योग त्यात चालणाऱ्या प्रत्येक कामाचा (त्यांची संख्या तशी मर्यादित असते) अभ्यास करतो आणि त्याची प्रमाणीकृत कार्यपद्धती (प्रोसेस) तयार करतो. प्रोसेस बनवता आली, की ते काम करू शकणारी शेकडो माणसे प्रशिक्षित करता येतात आणि त्यांच्या सहाय्याने व्यवसायाचा विस्तार करता येतो. उदाहरणादाखल, बँकेत चालणारी विविध कामे इतकी प्रमाणीकृत झाली आहेत की ती करू शकणारी माणसे सहज मिळवता येतात, आणि त्यामुळे बँकांच्या हव्या तितक्या शाखा काढता येतात. काही कामे इतकी प्रमाणीकृत होतात की ती यंत्रावर - संगणकावर सोपवता येतात. कामाचे प्रमाणीकरण करण्याचे कौशल्य वापरून प्राइस वॉटर हाउस सारख्या अमेरिकन चार्टर्ड अकॉउंटिंग फर्म सुद्धा बहुराष्ट्रीय कंपनी झाल्या आहेत. लघु राहणाऱ्या उद्योगांना प्रोसेस बनवता येत नाही किंवा हेतुपूर्वक, बनवायची नसते.

(४) हव्या असलेल्या माणसांना उद्योगाकडे आकर्षित करून घेण्याची क्षमता - व्यवसाय वाढवण्यासाठी थोडीतरी वरिष्ठ पातळीवरील, गुणवान माणसे लागतात. व्यवसाय त्यांच्यामुळे वाढतो. मोठ्या उद्योजकाकडे माणसे हेरण्याचे आणि त्यांना संस्थेत येण्यासाठी उद्युक्त करण्याचे कौशल्य असते. सुरुवातीच्या काळात संस्थेचे नाव नसते, त्यामुळे स्वतः होऊन चांगली माणसे संस्थेकडे आकर्षित होत नाहीत. त्यासाठी उद्योजकाला आपल्या व्यक्तिमत्त्वाची ताकद वापरावी लागते. पेप्सी टू अॅपल नावाच्या पुस्तकात पेप्सीमधील वरिष्ठ अधिकारी जॉन स्कली ह्याने त्यावेळी नवीन असलेल्या अॅपल मध्ये सामील होण्याचा निर्णय का घेतला हे लिहिले आहे. स्कली लिहितो, स्टीव्ह जॉब्सच्या एकाच प्रश्नामुळे मी अॅपलमध्ये येण्याचा निर्णय घेतला. जॉब्स म्हणाला 'तुला पेप्सीमध्ये राहून आयुष्यभर गोड पाणी विकायचे आहे की अॅपलमध्ये येऊन जग बदलायचे आहे?'. मी एक दिवस विचार केला आणि होकार कळवला.

(५) नियंत्रण कौशल्य, सुशासन - उद्योग मोठा झाला आणि वाढता व्यवसाय नियंत्रित करण्याची यंत्रणा नसेल तर झालेली वाढ टिकून राहत नाही,

उलट अडचणी निर्माण करते. परिणामकारक नियंत्रण तीन गोष्टींवर अवलंबून असते. एक, औद्योगिक संस्थेच्या विविध कामांची जबाबदारी ज्यांच्यावर आहे, त्यांना त्यांच्याकडून नेमके काय अपेक्षित आहे हे वारंवार, स्पष्टपणे सांगावे लागते. दोन, प्रत्यक्षात जे काही घडत असते त्यासंबंधी अचूक माहिती, त्वरेने वरिष्ठांपर्यंत पोचते याची खात्री करावी लागते. हे शक्य व्हावे म्हणून व्यापक संगणकीकरण हा मोठ्या औद्योगिक संस्थांचा अनिवार्य भाग झाला आहे. त्यापूर्वी, हवी ती माहिती वरिष्ठ व्यवस्थापकांपर्यंत पोचवण्यासाठी, लेखी अहवाल आणि टेलिफोन यांचा वापर केला जात असे. तीन, ज्या व्यवस्थापकांनी अपेक्षित कामगिरी पूर्ण केली त्यांना समाधानकारक मोबदला आणि ज्यांचे नाही, त्यांना सौम्य समज हे कामसुद्धा नियमितपणे करावे लागते. ह्या कार्यपद्धतीला सुशासन असे म्हणतात.

ह्या सर्व क्षमता ज्या उद्योजकांकडे आहेत त्यांची संख्या फार नसते. त्यामुळे मोजकेच लघुउद्योग खूप मोठे होतात. अर्थात त्याबाबतीत परिपूर्ण असण्याची गरज नाही. सर्व नाही पण काही क्षमता असणारे उद्योजकही बऱ्यापैकी वाढ करण्यात यशस्वी होतात.

१२. मोठ्या कंपनी खरोखर कोण चालवतात ? मालक की व्यवस्थापक ?

दैनंदिन व्यवस्थापन अर्थातच व्यवस्थापक चालवतात. पण 'मालक' नावाच्या घटकाचीही गरज आहेच. कौटुंबिक मालकी असलेल्या संस्थेत कुटुंबातील सदस्य, तर इन्फोसिस सारख्या प्रवर्तक/उद्योजकांनी चालू केलेल्या संस्थेत त्या व्यक्ती मालकाची भूमिका बजावतात. लार्सन टुब्रो, एच. डी. एफ. सी. बँक, हिंदुस्थान युनिलिव्हर यासारख्या संस्था व्यावसायिक व्यवस्थापक चालवतात. तेथेभागधारकांनी निवडलेले संचालक मंडळ मालकाचे काम करते. नफा मिळवणे हे कोणत्याही औद्योगिक संस्थेचे प्रमुख उद्दिष्ट, हे प्राथमिक तत्त्व आहे. पण त्याची गरज व्यवस्थापकांना कमी आणि मालकांसाठी जास्त आहे.

नफ्याचा सर्वाधिक फायदा संस्था चालू करणाऱ्या कुटुंबाचे सदस्य आणि प्रवर्तक उद्योजकांचा होतो. संस्था नफ्यात चालत असली की तिच्या समभागांची शेअरबाजारातील किंमत वाढत जाते; कुटुंबाकडे/ उद्योजकांकडे असणारे समभाग अर्थातच त्यांच्या मूळ किमतीला घेतलेले असतात, बाजारातील किंमत वाढत गेली की त्यांच्या गुंतवणुकीचे मूल्य मोठ्या प्रमाणात वाढते. संस्था मिळवत असलेल्या नफ्यामुळे गंगाजळीही वाढते. त्यातून वेळोवेळी भागधारकांना बोनस शेअर दिले जातात, त्याबरोबर समभागांची संख्या वाढत जाते. (उदाहरणार्थ, एकास एक बोनस शेअर दिला तर समभाग दुप्पट होतात). वाढलेले समभाग आणि वाढलेले बाजारभाव याचा संयुक्त परिणाम म्हणून कुटुंबातील सदस्य आणि मूळ प्रवर्तक गडगंज श्रीमंत होतात. उदाहरण म्हणून इन्फोसिस ह्या ख्यातनाम कंपनीची आकडेवारी पाहण्यासारखी आहे. इन्फोसिसची स्थापना १९८१ साली पुण्यामध्ये झाली. १९९२ साली तिचे पब्लिक लिमिटेड कंपनीमध्ये रूपांतर झाले. त्यावेळी

इन्फोसिस लिमिटेड - बोनस शेअरचा इतिहास			
बोनसची तारीख	बोनसचे प्रमाण	बोनसपूर्वीचे समभाग	बोनसनंतरचे समभाग
३०.६.१९९४	१:१	३	६
१८.६.१९९७	१:१	६	१२
२५.१.१९९९	१:१	१२	२४
१३.४.२००४	३:१	२४	३२ (२४+८)
१४.४.२००६	१:१	३२	६४
१०.१०.२०१४	१:१	६४	१२८
२४.४.२०१५	१:१	१२८	२५६

ज्याच्याकडे फक्त ३ शेअर होते (३ हा आकडा आकडेमोड करताना अपूर्णाक यायला नको म्हणून निवडला आहे), त्याचे २०१५ सालापर्यंत २५६ शेअर होतात. मागील पानावरील कोष्टक पाहा.

हा मजकूर लिहिताना इन्फोसिसच्या ५ रुपये दर्शनी किंमत असलेल्या समभागाचा बाजारभाव ११८५ रुपये होता. मूळच्या ३ समभागांचे २५६, आणि प्रत्येकाचा भाव ११८५ रुपये, ह्या हिशेबाने मुळात ३ समभागांसाठी १५ रुपये गुंतवणाऱ्या व्यक्तीच्या समभागांची किंमत जवळजवळ तीन लाख रुपये, २० हजार पट होते. त्याने १०,००० रुपये गुंतवले असतील तर आजची किंमत २० कोटी रुपये झाली असेल! इन्फोसिसमध्ये काम करणारे काही ड्रायव्हर सुद्धा कोट्याधीश झाले आहेत असे म्हटले जाते. समभागांची संख्या वाढली असल्यामुळे त्यावर मिळणारा लाभांशही खूप असतो. बजाज ऑटो ही अशीच बजाज कुटुंबीयांनी उभारलेली मोठी कंपनी आहे. २०१७ मध्ये ह्या कंपनीत बजाज कुटुंबियांचे ४९.३ टक्के समभाग होते. त्याचे २०१८ मधील बाजारमूल्य ४४,५०० कोटी रुपये आहे. त्यांच्या मालकीच्या समभागांवर त्यांना २०१७ मध्ये ७८५ कोटी लाभांश मिळाला! (एवढ्या पैशाचे ते काय करतात? तर नवे उद्योग काढतात, व्यवसायाचा देशपरदेशात विस्तार करतात. मध्यमवर्गीय माणसाप्रमाणे भरपूर पैसे मिळाल्यावर उरलेले आयुष्य व्याजावर मजेत काढावे अशी वृत्ती असती तर ते येथपर्यंत पोचलेच नसते.)

कंपनीच्या प्रवर्तकांची श्रीमंती कंपनीच्या पैशावर नव्हे तर समभागांचे बाजारमूल्य वाढल्यामुळे असते. त्याचा कंपनीला काही तोटा होत नाही.

सारांश, कंपनी नफ्यात चालत असली तर समभागाचा बाजारभाव चढा राहतो. लाभांशाचे प्रमाणही जास्त असते. त्याचा फायदा मालक/ प्रवर्तक यांना तर होतोच पण थोडे समभाग धारण करणाऱ्या सामान्य भागधारकालाही होतो. इन्फोसिसच्या बाबतीत वर उल्लेखलेला १०००० रुपये गुंतवणारा भागधारक छोटा आहे पण त्याचाही फायदा होतो.

नफ्याचे महत्त्व अनन्यसाधारण असल्यामुळे मालकी गटाची असो की सामूहिक, कंपनी प्रत्यक्ष चालवणारे व्यवस्थापक नफा मिळवणे ह्या उद्दिष्टाचा पाठपुरावा करतात; ह्याची खात्री करावी लागते. ते आपोआप घडत नाही. व्यवस्थापक कितीही उच्च पातळीवरील असले तरी ते पगारी नोकर असतात. कंपनीचा नफा वाढला तर त्यांना प्रत्यक्ष फायदा काही नसतो. त्यांना नफ्यापेक्षा स्वतःला मिळणारा पगार आणि इतर फायदे यात अधिक रस असतो. ह्याला 'एजन्सी प्रॉब्लेम' असे म्हणतात. म्हणजे कंपनीचे व्यवस्थापन करण्यासाठी नेमलेले 'एजंट' मालकाच्या नव्हे, तर स्वतःच्या हिताची जपणूक करण्याची समस्या. ही

समस्या खरीखुरी आहे. कंपनीचा आकार वाढला, देशपरदेशात शाखा निघाल्या तर व्यवस्थापकांचा पगार आणखी वाढतो. परदेशात वाऱ्या करायला मिळतात, पण कंपनीचा फायदा होतोच असे नाही. एजन्सी प्रॉब्लेममुळे कंपनीचे नुकसान होत नाही हे पाहण्याची जबाबदारी संचालक मंडळातर्फे राबवल्या जाणाऱ्या कॉर्पोरेट गव्हर्नन्स, सुशासन यंत्रणेची असते. ऑडिटर हा त्या यंत्रणेतील महत्त्वाचा दुवा आहे. व्यवस्थापक आपले काम चोख करतात की नाही याचा अहवाल तो संचालक मंडळाला देतो; इतकेच नाही तर संचालक मंडळ त्यांच्यावर सोपवलेली जबाबदारी दक्षतेने पार पाडते की नाही याची माहिती सर्वसामान्य भागधारकांना देतो.

व्यवस्थापकांवर सोपवलेले काम नीट होते की नाही यासाठी यंत्रणा अस्तित्वात असणे आवश्यक आहे, हे खरे असले तरी मुज्ग व्यवस्थापक आपले काम कार्यक्षमतेने करतच असतात. कंपनीसाठी उत्तम नफा मिळवला तर आपलाही प्रत्यक्ष नाही तर अप्रत्यक्ष फायदा आहे हे ते जाणतात. व्यवस्थापकांची निष्ठा वाढावी म्हणून त्यांनी भागधारकही व्हावे यासाठी खास योजना राबवल्या जातात.

कोणत्याही औद्योगिक संस्थेचे प्रमुख उद्दिष्ट नफा मिळवणे हे असले तरी नफा मिळवणे ही सोपी गोष्ट नाही. मालकांचे लक्ष, कार्यक्षम व्यवस्थापन, दर्जेदार वस्तू/ सेवा, उत्साही कर्मचारी, उत्तम विपणन (आणि नशिबाची साथ) ह्या साऱ्या गोष्टी जुळून आल्याशिवाय दीर्घकाळ नफ्यामध्ये चालणारी मोठी औद्योगिक संस्था उभी राहू शकत नाही. त्यासाठी मालक किंवा व्यवस्थापक नाही तर मालक आणि व्यवस्थापन हा योग्य दृष्टिकोन आहे.

१३. एकीकडे मोठ्या औद्योगिक संस्था बंद पडत असताना वारकरी पंथासारख्या संघटना शतकानुशतके शतके चालू असलेल्या दिसतात. त्यांचे स्पष्टीकरण कोणत्या व्यवस्थापन तत्वांच्या आधाराने करणार ?

संघटना तीन प्रकारच्या असतात, कोअर्सिव्ह - सक्तीवर आधारित, रेम्युनरेटिव्ह - मोबदल्यावर आधारित आणि नॉर्मेटिव्ह - स्वेच्छेवर आधारित अशी त्यांची नावे आहेत. अलिकडे मानवी हक्कांसंबंधी जागरूकता वाढल्यामुळे सक्तीने काम करून घेणाऱ्या संघटना दिसणार नाहीत; तुरुंगातील सक्त मजुरीवरील कैद्यांकडून काम करून घेण्याची जबाबदारी ज्यांच्यावर आहे त्यांना - अनिच्छेने - कोअर्सिव्ह संघटनेची कार्यपद्धती राबवावी लागते, तो एक अपवाद. मोबदला देऊन काम करून घेणारी सर्वसाधारण संघटना (उदा. कोणतेही सरकारी खाते किंवा औद्योगिक संस्था) हे रेम्युनरेटिव्ह संस्थेचे उदाहरण. व्यवस्थापनाची बहुतेक सर्व तत्त्वे ह्या प्रकारच्या संघटनांसाठी विकसित झाली आहेत. तिसरी, नॉर्मेटिव्ह संस्था म्हणजे स्वयंसेवकांच्या आधाराने चालणारी संस्था. लोक स्वेच्छेने ह्या प्रकारच्या संस्थेत सामील झालेले असतात. वारकरी पंथ ही ह्या प्रकारची, नॉर्मेटिव्ह संस्था आहे. पण तेवढी एकच नव्हे तर अनेक सेवाभावी, आणि विशिष्ट उद्दिष्टाचा पाठपुरावा करणाऱ्या संस्था, ह्या गटामध्ये मोडतात. राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ, रोटरी क्लब, राजकीय पक्ष उदा. साम्यवादी पक्ष, धार्मिक संघटना - आर्ट ऑफ लिव्हिंग, हरेकृष्ण संप्रदाय, कॅथॉलिक चर्च (आयसिस आणि लष्करे तोयबासुद्धा), ह्या सर्व नॉर्मेटिव्ह संस्था आहेत. इतकेच नव्हे तर गिरिभ्रमण मंडळ, वर्ल्ड वाइल्डलाइफ फंड, ऑल इंडिया चेंस फेडरेशन, असंख्य क्लब, मंडळे, असोसिएशन ह्या सुद्धा नॉर्मेटिव्ह संस्था आहेत.

नफा हा उद्देश नसला आणि थोडे प्रशासकीय कर्मचारी वगळता बाकी सर्व स्वेच्छेने आलेले सभासद असले तरी नॉर्मेटिव्ह संस्था नकळत व्यवस्थापनाच्या नियमांप्रमाणेच काम करतात. कोणत्याही संघटनेमध्ये असते तशी अधिकार आणि जबाबदारी यांची उतरंड नॉर्मेटिव्ह संघटनांमध्येही असते. कामाची विभागणी, डिव्हिजन ऑफ वर्क, असते. त्यातील प्रत्येक भाग कार्यक्षमतेने पार पडावा म्हणून सुनिश्चित कार्यपद्धती, प्रोसेस असते. शिस्त आणि कार्यक्षमते संबंधीच्या अपेक्षा कामाच्या स्वरूपाप्रमाणे बदलतात. राजकीय संस्थात त्या कडक असतात, तर सामाजिक आणि धार्मिक संस्थात सौम्य असतात. बरोबर काम केल्याबद्दल बक्षीस, निदान प्रशंसा आणि चूक केल्याबद्दल शिक्षा, किंवा दोषारोप हे दोन्ही असते. संघभावना असते. किंबहुना समर्पणाच्या टोकापर्यंत पोचलेली, पराकोटीची संघभावना ही काही नॉर्मेटिव्ह संस्थांसाठी महत्त्वाची जमेची बाजू ठरते. जी संघभावना निर्माण करण्यासाठी औद्योगिक संस्थाना झगडावे लागते, ती

वन्यजीव संरक्षण संस्था, स्त्री समता मंच, अल्कोहोलिक अॅनॉनिमस (आणि लष्करे तोयबा) अशा नॉर्मेटिव्ह संस्थांना आपोआप मिळते.

वारकरी पंथातही अतूट संघभावना आहे. पंढरीची वारी म्हणजे पालखीसोहळा ह्या वारकरी पंथाच्या सर्वाधिक महत्त्वाच्या वार्षिक कार्यक्रमाचा अभ्यास केला तर प्लॅनिंग (नियोजन), ऑर्गनायझिंग (संघटन), स्टार्फिंग (व्यवस्थापन करणाऱ्या माणसांची नेमणूक), डायरेक्टिंग (मार्गदर्शन) आणि कंट्रोलिंग (नियंत्रण) ह्या व्यवस्थापकीय कामाच्या पाचही बाजू व्यवस्थितपणे सांभाळल्याचे दिसेल. (अलिकडे हौस म्हणून, किंवा अन्य कारणांनी वारी करणाऱ्यांची संख्या प्रचंड प्रमाणात वाढल्यामुळे काही अडचणी निर्माण झाल्या आहेत). २१ दिवसात पंढरपूरला पोचणाऱ्या पालखीचे देहू ते पंढरपूर आणि आळंदी ते पंढरपूर असे दोन स्वतंत्र मार्ग आहेत. दिंडी हा पालखीचा प्राथमिक घटक असतो. प्रत्येक मार्गावर अंदाजे २०० दिंड्या असतात. प्रत्येक दिंडीचे मिरवणुकीतील स्थान पक्के असते. दिंडी आपल्या साधनसामग्रीच्या गरजांच्या बाबतीत स्वयंपूर्ण असते. सर्व मुक्काम, मुक्कामाच्या जागी करायचे रिंगणासारखे उपक्रम, इतकेच नाही तर कोठे कोणता अभंग म्हणायचा हे सुद्धा ठरलेले असते. दिंडीतील प्रमुख व्यक्ती ठरलेल्या असतात. काही प्रश्न उपस्थित झाले तर त्यांचे मार्गदर्शन मिळते. वारकऱ्याची श्रद्धा आणि रुळलेली कार्यपद्धती यांच्यामुळे पंढरीची वारी ७००-८०० वर्षे व्यवस्थितपणे चालू आहे.

नॉर्मेटिव्ह संस्थांचा आधुनिक अवतार म्हणजे सध्याची मोठी सेवाभावी संघटना. एन.जी. ओ. (नॉन गव्हर्नमेंट ऑर्गनायझेशन) ह्या नावाने त्या ओळखल्या जातात. लोकांकडून देणग्या मिळवण्यासाठी, हेल्पएज इंडिया, क्राय, स्मार्टल फाउंडेशन यासारख्या हल्लीच्या संघटना, आपल्या सेवांचे जोरदार मार्केटिंग करतात. लोकांना देणग्या देण्यासाठी प्रवृत्त करून अधिक निधी उभा करायचा आणि अधिक गरजूंना मदत करायची असे त्यांचे धोरण असते. ह्या संस्था पगारी व्यवस्थापक चालवतात. रोटरी इंटरनॅशनलचे व्यवस्थापन तर बहुराष्ट्रीय कंपनीच्या दर्जाचे आहे, बहुतेक सर्व व्यवहारांचे संगणकीकरण झालेले आहे. आजच्या सेवाभावी संघटना रेम्युनरेटिव्ह आणि नॉर्मेटिव्ह दृष्टिकोनाचा संगम मानायला पाहिजे.

सर्व नॉर्मेटिव्ह संस्थांनी कार्यक्षमता हे उद्दिष्ट ठेवूनच काम करायला पाहिजे असे नाही. किंबहुना उद्दिष्ट काय यासंबंधी स्पष्टता असणे हे उत्तम व्यवस्थापनाचे लक्षण आहे. ओव्हर-मॅनेजिंग हा मॅनेजिंग न करण्यापेक्षा मोठा दुर्गुण आहे. कार्यक्षमतेच्या हव्यासापायी माणसे दुखावली जातात आणि संस्था मोडतात. पालखीची प्रथा शतकानुशतके टिकली याचे कारण किमान शिस्तपालनाबरोबर,

भजन-कीर्तनासारखे अध्यात्मिक कार्यक्रम आणि मुख्य म्हणजे वर्षातून एकदा भेटणाऱ्या मित्रमंडळींचा सहवास यावर जास्त भर दिला जातो. वारकऱ्यांना वारीचा आनंद लुट्टू दिला जातो!

१४. ऑफिसमधील इतर कर्मचारी आणि ज्येष्ठ व्यवस्थापक यांना दिल्या जाणाऱ्या मोबदल्यात इतका फरक का? सी. ई. ओ. पदावरील व्यक्तींना कोटींची पॅकेजेस का दिली जातात ?

औद्योगिक संघटनांमधील कोणत्याही कामामध्ये डिफाइन्ड आणि लेस-डिफाइन्ड, सुस्पष्ट आणि संदिग्ध, असे दोन भाग असतात. निश्चित सूचनांच्या चौकटीत बसवता येतो तो सुस्पष्ट भाग आणि ज्यासाठी निश्चित सूचना बनवता येत नाहीत, लोकांना अनुभव, सारासार विचार, जजमेंट वापरावे लागते तो संदिग्धभाग. (संपूर्ण काम सुस्पष्ट, नियमबद्ध असेल तर ते संगणकावरच सोपवले जाते).

संघटनेतील वरिष्ठ ते कनिष्ठ अशी पदांची जी उतरंड असते ती जशी वरवर सरकते तशी कामातील स्पष्टता कमी होते आणि संदिग्धता, व्हेगनेस वाढत जातो. उदाहरणार्थ, विक्रेत्याच्या बाबतीत दैनंदिन कामात काय करायचे हे बऱ्यापैकी स्पष्ट असते पण विक्री व्यवस्थापकाच्या बाबतीत ते तसे नसते. बाजारातील परिस्थितीचे मूल्यमापन करणे, स्पर्धाकांच्या हालचालींचा अभ्यास करणे, कोणत्या क्षेत्रात विक्री वाढवता येईल ह्याचे नियोजन करणे, विक्रेत्यांच्या कामाचे सुसूत्रीकरण करणे अशी विविध कामे त्याला करावी लागतात. हे कसे करायचे याचे नियम नाहीत, पूर्वानुभव आणि व्यवस्थापन कौशल्य याच्या आधाराने ते केले जाते. काम अवघड, त्यामुळे ते करण्याची क्षमता ज्यांच्याकडे आहे अशा माणसांची उपलब्धता कमी कमी होते आणि कामाचा मोबदलाही वाढत जातो.

ऑफिसमधील शिपायाचे काम सर्वात जास्त वेळ डिफाइन्ड. त्यामुळे ते करू शकणाऱ्या माणसांची संख्या भरपूर आणि त्याचा मोबदला इतरांच्या मानाने कमी. विरुद्ध टोकाला, संस्थाप्रमुखाचा मोबदला सर्वाधिक असतो. पगार, घर, गाडी, नोकरचाकर इत्यादी स्वरूपातील त्यांना मिळणारे फायदे इतर कर्मचाऱ्यापेक्षा खूप जास्त असतात. आणि हे, नफा मिळवणे हे ज्यांचे उद्दिष्ट नाही अशा संस्थातसुद्धा आढळते. त्याची कारणे आहेत.

संघटनेच्या उतरंडीमध्ये सर्वोच्च पदावर असल्यामुळे सर्वात कमी नियमबद्धता आणि सर्वाधिक संदिग्धता असलेले पद त्यांचे असते. त्यांना घ्याव्या लागणाऱ्या अनेक निर्णयांना आधीचा दाखला नसतो. तो त्यांनाच निर्माण करावा लागतो.

त्यांचे काम २४ तासांचे असते. इतरांप्रमाणे अमुक काम माझे नाही किंवा आता माझी सुट्टीची वेळ आहे अशी सबब त्यांना सांगता येत नाही.

बाजारपेठी अर्थव्यवस्थेच्या काळात भोवतालची परिस्थिती अनिश्चित

आणि स्पर्धात्मक झाली आहे. सर्वांचेच काम पूर्वीपेक्षा गुंतागुंतीचे आणि आव्हानात्मक झाले आहे. पण त्यातील कोणीही व्यक्तीने केलेल्या मोठ्या चुकांची नैतिक जबाबदारी प्रमुख पदावरील व्यक्तीला स्वीकारावी लागते. त्याबरोबर धाडसी पावले उचलून संस्थेची प्रगतीही साधायची असते. नोकरी गमावण्याचा किंवा मानहानी सहन करण्याचा सर्वाधिक धोका त्यांना असतो. संस्थेत तुम्ही जितके वरवर जाता तितके गेटच्या अधिक जवळ जाता असे एक वचन आहे.

प्रमुख पदावरील व्यक्ती हा संस्थेचा चेहरा असतो. सरकारी खाती, प्रसारमाध्यमे, कामगार संघटना, देशी परदेशी पाहुणे, प्रसिद्ध व्यक्ती, मोठे ग्राहक, मोठे पुरवठादार, स्पर्धक वगैरे सर्वांना यशस्वीपणे तोंड देऊन आपली उद्दिष्टे साध्य करायची जबाबदारी त्यांची असते, तशी अपेक्षाही असते.

ह्या पदावरील व्यक्तीची नेमणूक संचालक मंडळ करते. थोडा अधिक मोबदला घेऊन वरील सर्व जबाबदारी (विशेषतः चुकांची जबाबदारी) स्वीकारणारा एक माणूस त्यांना हवा असतो. त्यातही मोठ्या औद्योगिक संघटनातील मोबदल्याचे प्रमाण लक्षात येण्याइतके जास्त असते. (वर्षाला एक कोटीपेक्षा जास्त पगार असलेले कितीतरी सी. ई. ओ. भारतामध्ये आहेत). मोठ्या औद्योगिक संघटनांच्या देशपरदेशात पसरलेल्या कामाची व्याप्ती इतकीमोठी असते की ती समर्थपणे पेलू शकेल असा माणूस खरोखरच कार्यकुशल असावा लागतो, त्याने चुकीचे निर्णय घेतले तर सगळी कंपनी गोत्यात येऊ शकते. पाहिजे तसा टॅलेंटेड माणूस शोधण्यासाठी काही वेळा कंपन्या जगभर शोध घेतात. साहजिकच अशा माणसाला द्यावा लागणारा मोबदलाही जास्त असतो. ती त्याची मार्केट व्हॅल्यू असते. उत्तम क्रीडापटू, उत्तम वकील, उत्तम सर्जन यांच्याप्रमाणे तो आपल्या क्षेत्रातील 'स्टार' असतो.

१५. संघटित गुन्हेगारी हा नेमका काय प्रकार आहे ?

गुन्हेगारी जगाच्या सुरुवातीपासून आहे. (माणसे गुन्हेगारीकडे का वळतात ह्याचा अभ्यास करणारी क्रिमिनॉलॉजी नावाची ज्ञानशाखा समाजशास्त्रात आहे). मात्र ती 'संघटित' कशी आणि केव्हा झाली हा प्रश्न पडू शकतो.

गुन्हेगारी 'संघटित' होते आणि संघटना म्हणून टिकून राहते कारण तो संघटित 'बिझनेस' असतो. अंमली पदार्थांच्या व्यापाराच्या क्षेत्रात तो एखाद्या बहुराष्ट्रीय कंपनीसारखा चालतो. संघटित गुन्हेगारी संस्था, वैध व्यापारी संस्थेप्रमाणे, कोणत्यातरी वस्तू आणि सेवा यांची मागणी पूर्ण करण्यासाठी निर्माण झालेली असते. त्या वस्तू किंवा सेवा यांच्यामधील व्यापारावर, अनेक कारणांनी, मुख्यतः समाजविघातक असल्यामुळे, कायद्याने बंदी असते. पण त्यांच्यासाठी मागणी नसते असे नाही. (किंबहुना खूप मागणी असते म्हणून तर प्रतिबंध घालणारा कायदा करायची वेळ येते).

संघटित गुन्हेगारीच्या क्षेत्रात ज्या प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा यांचा व्यापार चालतो त्यांची यादी पहिली तर आपण चक्रावून (आणि संतापून)जातो. भरमसाठ व्याजदराने कर्जे देणे, सुपारी घेऊन हत्या, सट्टा आणि बेकायदेशीर जुगार, पुस्तके/चित्रपटांच्या सीडी/पेटेटेड प्रक्रिया यांची नक्कल, किडनॅपिंग, वेश्याव्यवसाय, सोने/किमती वस्तू यांचे स्मगलिंग, अंमली द्रव्यांचा व्यापार, पेट्रोल चोरी, पुरातन वस्तूंचे स्मगलिंग, मानवी अवयवांचे स्मगलिंग, शस्त्रास्त्रांचा व्यापार, खोटी कागदपत्रे बनवणे, काळ्या पैशाचे सफेदीकरण, खोटी कागदपत्रे बनवून इन्शुरअन्स कंपनीची फसवणूक, प्रदूषित द्रव्ये/आण्विक कचरा यांची विल्हेवाट लावणे, आण्विक तंत्रज्ञान आणि पदार्थ यांचे स्मगलिंग, खोटे पासपोर्ट बनवणे, बेकायदेशीर देशांतरण, स्वस्त दरात बेकायदेशीर कामगारांचा पुरवठा, नष्टप्राय होत आलेले प्राणी आणि (हस्तिदंतासारख्या) बंदी असलेल्या प्राणिजन्म वस्तूंचा व्यापार, बेकायदेशीर जुगारी अड्डे (कसिनो) चालवणे, शेअरबाजारात इनसायडर ट्रेडिंग, कचरा संकलन आणि बांधकाम क्षेत्रातील कामात एकछत्री अंमल प्रस्थापित करणे, राजकारणातील लाचलुचपत, धमकी देऊन पैसे उकळणे वगैरे वगैरे.

ही यादी पहिली की एक गोष्ट लक्षात येईल की यातील प्रत्येक प्रकारचे कृत्य करण्यासाठी गुप्तता, निवडक माहितगार लोकांचा सहभाग आणि प्रशासकीय यंत्रणेमधील कोणाचे तरी सहकार्य आवश्यक आहे. कोणतेही काम सोपे नाही, आणि म्हणून त्यात भरपूर नफा आहे. (बेकायदेशीर देशांतरणासाठी लोक साऱ्या आयुष्याची पुंजी पणाला लावतात). संघटित गुन्हेगारी टिकून राहण्याचे कारण त्यात सहभागी होणाऱ्यांना कायदेशीर व्यापाराच्या मानाने खूप अधिक पैसे मिळतात. जगातील अनेक भागात रोजगार उपलब्ध नाही. तेथील लोक सहजपणे

संघटित गुन्हेगारीमध्ये सामील होतात. कोलंबिया, अफगाणिस्तान अशा काही देशांच्या अर्थव्यवस्था अंमली द्रव्यांच्या व्यापारावर अवलंबून आहेत. तो बंद झाला तर त्यांच्यासमोर इतर पर्याय नाहीत.

अवैध असल्यामुळे गुन्हेगारी संस्थेतर्फे चालणाऱ्या व्यवहारांना कायद्याचे संरक्षण नसते. बिलाची वसुली झाली नाही तर न्यायालयात धाव घेता येत नाही. लिखित नोंदी, कायदेशीर दस्तऐवज यांचा अभाव असतो. व्यवहार सुरळीत चालू राहावे म्हणून हे लोक पर्यायी यंत्रणा उभारतात, आणि येनेकेन प्रकारे (अर्थात अवैध मार्गाने), ती चालू राहिल अशी दक्षता घेतात. गुन्हेगारी आधुनिक तंत्रज्ञान वापरतात - आता तर सायबर गुन्हेगारीच्या क्षेत्रात संघटित गुन्हेगारीचा शिरकाव होतो आहे.

ह्या प्रकारच्या गुन्हेगारीला संघटित असे नाव आहे कारण त्यात सामील होणारे, अपरिहार्यपणे संघटनेच्या मूलतत्वांचे पालन करतात. हेन्री फायोलने लष्करी यंत्रणेचा अभ्यास करून व्यवस्थापनाची १४ तत्त्वे सांगितली आहेत. त्यातील बहुतेक, गुन्हेगारी संघटना पण वापरतात! संघटनेला लागते तसे एक निश्चित उद्दिष्ट त्यांच्यापुढे तयार असते - भरपूर नफा मिळवावा हे उद्दिष्ट. संघटनेमध्ये असते तशी अधिकार आणि जबाबदारी यांची उतरंड ह्या संघटनेमध्येही असते. कामाची विभागणी, डिव्हिजन ऑफ वर्क, असते. त्यातील प्रत्येक भाग कार्यक्षमतेने पार पडावा म्हणून सुनिश्चित कार्यपद्धती, प्रोसेस असते. शिस्त आणि कार्यक्षमतेसंबंधीच्या अपेक्षा थोड्या अधिक कडक असतात. बरोबर काम केल्याबद्दल बक्षीस आणि चूक केल्याबद्दल शिक्षा, हे दोन्ही असते. संघभावना असते. दुर्दैवाने ही तत्त्वे ज्यासाठी वापरली जातात ती कामे, वेश्याव्यवसाय, भ्रमसाठ व्याजाने कर्जे देणे आणि ती निर्दयपणे वसूल करणे, अशी समाजविघातक असतात. हिंदी आणि विदेशी चित्रपटांनी संघटित गुन्हेगारीचे गौरवीकरण केले आहे. डॉन, माफिया हे शब्द त्यांच्यामुळे सर्वांना माहिती झाले. वास्तवात कौतुक करावे असे त्यात काही नाही.

संघटित गुन्हेगारीचा बीमोड करणे ही सरकारची जबाबदारी आहे. पण भारतातील नाही तर जगातील, अमेरिकेसह इतर सरकारे सुद्धा तसे करण्यात फार यशस्वी ठरलेली नाहीत. किंबहुना भ्रष्ट सरकारी अधिकारीच संघटित गुन्हेगारीला खतपाणी घालत असतात. संघटित गुन्हेगार आपली कामे हुशारीने, पुरावे मागे न ठेवता करत असतात. कायदेशीर पद्धतीने गुन्हेगारी सिद्ध करून त्यांना तुरुंगात पाठवणे अवघड होते. दहशतीमुळे त्यांच्याविरुद्ध साक्षीपुरावे गोळा करणे शक्य होत नाही. संघटित गुन्हेगारी टिकून आहे कारण समाजातील प्रतिष्ठित लोक, राजकारणी, उद्योजक, कधीकधी सरकारी यंत्रणेवरील विश्वास उडालेला सामान्य

माणूस हे त्यांचे आश्रयदाते असतात. अंमली पदार्थांचे व्यसनाधीन लोक समाजाच्या सर्व स्तरात असतात. जमिनीच्या व्यवहारातील अडचणी 'सोडवण्या' साठी त्यांची मदत घेतली जाते. अंडरवर्ल्ड मधील दादा जनतेमध्ये लोकप्रिय असतात. अनेक सराईत गुन्हेगार प्रमुख राजकीय पक्षाचे उमेदवार म्हणून निवडून आलेले आहेत.

काही प्रमाणात प्रतिष्ठितांचाही सहभाग असला, तरी सर्वसामान्यपणे गुन्हेगारीमध्ये भाग घेणारे लोक गरिबीमुळे, रोजगाराच्या संधींचा अभाव असल्यामुळे त्या दिशेला वळतात हे सर्वश्रुत आहे. इतक्या मोठ्या प्रमाणात संघटित गुन्हेगारी आहे आणि तिला लोकाश्रय आहे ही चिंतेची बाब आहे. गुन्हेगारीतील सर्वाधिक महत्त्वाचा, अंमली पदार्थांचा, म्हणजे ड्रग्सचा व्यापार. सारे जग ड्रग्सच्या विळख्यात आहे. भारतातील सर्वाधिक संघटित गुन्हेगारी सध्या पंजाबमध्ये, कॅनडामध्ये स्थायिक झालेल्या शीख माफियातर्फे चालते. त्यांचाही भर अंमली पदार्थांच्या व्यापारावर आहे.

गुन्हेगारी हे संघटित गुन्हेगारीचे मूळ आहे आणि ते नष्ट होणे अशक्य आहे. सरकारी यंत्रणेच्या सहाय्याने संघटित गुन्हेगारीवर कायम दबाव ठेवणे इतकेच आपण करू शकतो.

१६. आंतरराष्ट्रीय मार्केटिंगमधील मॅकडिस्नेफिकेशन ही काय संकल्पना आहे ?

मार्केटिंग हे नेहमीच ग्राहकाच्या सुप्त भावभावना, आकांक्षा यांना आवाहन करून वस्तू आणि सेवा विकत घेण्यासाठी ग्राहकाला प्रवृत्त करत असते. गेल्या दोन तीन दशकात जगातील अग्रगण्य मार्केटिंग कंपन्यांनी त्याचे जवळजवळ परिपूर्ण असे तंत्र बनवले आहे. हे घडते कसे ते मॅकडिस्नेफिकेशन ह्या संकल्पनेतून समजते.

वस्तू आणि ग्राहकसेवा यांचा प्रमाणीकृत, पॅकबंद अनुभव ग्राहकापर्यंत कमालीच्या तत्परतेने पोचवायचा ही ह्या दृष्टिकोनाचा पहिला भाग असतो. अमेरिकाभर हे काम प्रभावीपणे करणारी एक कंपनी म्हणजे मॅकडोनाल्ड, म्हणून त्या प्रक्रियेला मॅकडोनाल्डायझेशन असे म्हणतात. मॅकडोनाल्डच्या जगभरातील हजारो उपाहारगृहात त्याच चवीचे, तितक्याच वजनमापाचे पदार्थ मिळतात. पदार्थांची संख्या हेतुपुरस्सर मर्यादित ठेवली जाते. प्रमाणीकृत पदार्थ माफक किमतीत आणि अप्रमाणित त्या मानाने महाग असे धोरण ठेवून ग्राहकांच्या खाण्याच्या सवयींमध्ये सारखेपणा आणला जातो. पदार्थ बनवण्याची प्रक्रिया सर्वत्र समान असते. किंबहुना कार्यतत्परता, मोजमापातील अचूकपणा आणि समानता, आपल्याला काय मिळणार याबद्दल ग्राहकाला मिळत असणारी हमी आणि कार्यप्रक्रियेवर कडक नियंत्रण ही मॅकडोनाल्डायझेशनची ४ वैशिष्ट्ये मानली जातात. ती वापरून अधिकाधिक वस्तू आणि सेवा प्रमाणित करायच्या आणि हळूहळू ते लोण जगभर पोचवायचे म्हणजे सर्व जगाचे मॅकडोनाल्डायझेशन. जगभर समान सवयी असलेली एक छापाची माणसे तयार केली की त्या प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा यांची कायमची मागणी निर्माण होईल, आणि त्या विकणाऱ्या कंपनीच्या व्यवसाय विस्ताराला काही मर्यादाच राहणार नाहीत असे असे हे सूत्र आहे.

मॅकडोनाल्डप्रमाणेच ग्राहकाच्या भावनात्मक अनुभवाचे प्रमाणीकरण करायचे हा वैश्विक मार्केटिंगचा दुसरा भाग. डिस्नेलँड ह्या थीम पार्कच्या माध्यमातून उच्च कोटीचा करमणुकीचा अनुभव सातत्याने देणारी अमेरिकन कंपनी म्हणजे डिस्ने. त्यामुळे प्रमाणीकृत अनुभव निर्माण करून त्याची मोठी बाजारपेठ बनवायची ह्याला डिस्नेआयझेशन म्हणतात. एकदा बाजारपेठ विस्तारली की त्यातून उपभोग्य वस्तू आणि सेवा यांचा आपोआप खप होतो. ह्या संकल्पनेप्रमाणे वाढदिवस, लग्नसमारंभ, जन्म, मृत्यू हे सर्व अनुभव प्रमाणित करायचे आणि सुविहितपणे लोकांपर्यंत पोचवायचे. उदाहरणार्थ, जगात वाढदिवस कोठेही साजरा झाला तरी केक कापला गेला पाहिजे, हॅपी बर्थडे टू अमुकतमुक असे गायले गेले

पाहिजे, मुलांचे वाढदिवस असतील तर ठराविक सजावट आणि गेम्स असायला पाहिजेत इत्यादी. वैयक्तिक जीवनातील कोणतेही अनुभव म्हणजे बालपण, टीनेज, वृद्धत्व हे सर्व प्रमाणित करून टाकायचे. अनुभवाचे प्रमाणीकरण करण्याचे तंत्र लक्षात आले की एन्जॉय करण्यासारखे जे अनुभव असतात त्यांची व्याप्ती वाढवायची. एन्जॉय करण्यासारखे जे आहे ते सोडायचे नाही. म्हणून गणपती उत्सव - किंवा सगळेच उत्सव - धूमधडाक्यात साजरे करायचे, मात्र हळूहळू ते साजरे करण्याच्या पद्धतीत सारखेपणा आणायचा. हे सारे काल्पनिक नाही, आपण हळूहळू तसेच वागायला शिकतो आहोत. बहुतेकांचे ब्रेनवॉशिंग आधीच झालेले आहे.

निसर्ग अनुभवायच्या पद्धतींचे असेच प्रमाणीकरण करायचे. जगातील सर्व माणसे प्रवासाला जाण्याची जगातील किंवा त्या त्या देशातील निवडक ठिकाणे असतील आणि लोक फक्त तेथेच जाऊन त्या ठिकाणी जे करणे अपेक्षित आहे तेवढेच इमानेइतबारे करतील. असे केले म्हणजे निसर्गाचेही मार्केटिंग करता येते. जितके अधिक प्रमाणीकरण तितका अधिक बिझनेस असे तत्त्व आहे.

मॅकडोनाल्डायझेशन आणि डिस्नेआयझेशन हे दोन शब्द एकत्र करून मॅकडिस्नेफिकेशन, हा शब्द तयार केला आहे. जगाचे मॅकडिस्नेफिकेशन हे आधुनिक मार्केटिंगचे उद्दिष्ट आहे.

मॅकडिस्नेफिकेशनच्या तंत्रातून मागणी निर्माण होते, पण तेवढे पुरेसे नाही. लोकांनी प्रत्यक्ष दुकानात जाऊन त्या वस्तू विकत घेतल्या पाहिजेत. त्यासाठीही अत्यंत प्रभावी यंत्रणा निर्माण करण्यात आली आहे. एका अमेरिकन लेखकाच्या मते शॉपिंग मॉल आणि भरपूर वस्तू मावू शकतील इतकी मोठी असणारी मोटारीची डिकी (हा खास भारतीय शब्द आहे. ब्रिटिश इंग्रजीमध्ये त्याला कार बूट तर अमेरिकेत कार ट्रॅक अशीनावे आहेत) ही आधुनिक मार्केटिंगची प्रातिनिधिक प्रतीके आहेत. मॉलमध्ये या, आणि डिकी भरभरून वस्तू घरी घेऊन जा असे ग्राहकांना आवाहन आहे. शॉपिंग मॉलमुळे वस्तूंची खरेदी हे काम नाही तर एन्जॉय करण्याचे साधन झाले आहे. लोक स्वखुशीने, खास काही कारण नसताना, खर्च करायला, म्हणजे 'शॉपिंग'ला जातात. शॉपिंग मॉल चालवणारे हुशार मार्केटर युक्तीप्रयुक्तीने खरेदीला पोषक असे वातावरण निर्माण करतात. शॉपिंग मॉलमध्ये बेकरी असेल तर ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी बेकरीतील पदार्थांच्या गंधाचा खास निर्माण केलेला स्प्रे मारला जातो, तो भोवताली पसरेल अशी व्यवस्था केली जाते. डेअरी विभागात गाईचे हंबरणे रेकॉर्ड केलेली टेप सतत वाजवून वातावरण निर्मिती केली जाते. पारदर्शक काच असलेल्या शॉपिंग विंडो हे खरेदीचे आकर्षण निर्माण करण्याचे अजून एक साधन आहे. ज्यांना लगेच खरेदी करायची नाही

त्यांना निदान 'विंडो शॉपिंग' करू दिले जाते. ऐशाराम, आश्चर्य, स्वप्नरंजन, कुतूहल, लालसा, अस्वस्थता अशा अनेक भावना निर्माण करणे हे शॉपिंग मॉल आणि 'विंडो शॉपिंग' यांचे काम आहे. फ्रेंच भाषेत विंडो शॉपिंगला जो समानार्थी शब्द आहे त्याचा शब्दशः अर्थ 'विंडो लिफ्टिंग - विंडो चाटणे' असा आहे!

वस्तू आणि सेवा यांच्याशिवाय जणू काही आपले चालणारच नाही इतके तीव्र आकर्षण त्यांच्याबद्दल निर्माण करायचे ही मार्केटिंग यशस्वी झाल्याची खूण. चंगळवाद ही सर्वाधिक महत्त्वाची विचारधारा बनवायची हे जागतिक स्तरावर मार्केटिंग करणाऱ्यांचे उद्दिष्ट आहे. जिथे जिथे सेक्सचा संबंध येतो तेथे लोक खर्चाच्या बाबतीत मागेपुढे पाहत नाहीत. त्यामुळे जमेल तेथे सेक्स आणायचे. अगदी कोकाकोलाच्या बाटलीचा आकार स्त्रीच्या शरीरासारखा आहे असा सूक्ष्म संदेश पोचवायचा. सेक्सची जाणीव जितक्या लवकर होईल तितके सौंदर्य प्रसाधने, कपडे, भेटवस्तू अशा वस्तूंचा खप वाढणार. त्यासाठी सहासात वर्षांच्या मुलींना हावभावासह लावणीनृत्यात भाग घेण्यासाठी उत्तेजन द्यायचे.

कळतनकळत मॅकडिस्नेफिकेशनच्या रेट्याला आपणही बळी पडत आहोत असे लक्षात येईल. त्याला तोंड कसे द्यायचे? मार्केटिंग करणारा आपल्यासमोर प्रलोभन निर्माण करत असतो, सक्ती करू शकत नाही. त्यामुळे आपले डोके ठिकाणावर ठेवणे महत्त्वाचे. आपल्याला जे हवे आणि जसे वागायचे त्याबद्दल ठाम राहायचे. शक्य तर खरेदी करणाऱ्यांच्या गर्दीमुळे जी काही उलाढाल वाढते त्यातून आपला फायदा करून घ्यायचा!

१७. उत्तम अर्थव्यवस्थापन कशाला म्हणावे ?

उत्तम अर्थव्यवस्थापनाची सुरुवात कार्यक्षम आर्थिक प्रशासनापासून होते. संस्थेतील हिशेब अचूक आणि अद्ययावत पाहिजेत. अनवधनानाने किंवा हेतुपुरस्सर होऊ शकणाऱ्या चुका टाळण्यासाठी असलेली नियंत्रण व्यवस्था (कन्ट्रोल सिस्टीम) आपले काम नीटपणे करत असावी. संस्थेला विविध सेवा पुरवणाऱ्या सेवासंस्थांबरोबर केलेले करार - उदाहरणार्थ यंत्रे किंवा वाहने यांचा विमा - यांचेवेळेवर नूतनीकरण झालेले असावे. प्राप्तिकर आणि संस्थेला लागू असलेले अन्य वित्तीय कर यांच्या कलमांचे चोख पालन झालेले असावे. संस्थेच्या हिशेबांचे ऑडिट वेळेवर आणि समाधानकारक पद्धतीने व्हावे इत्यादी. हेच जमत नसेल तर वरच्या स्तरावरील अर्थव्यवस्थापन अंमलात आणणे अवघडच आहे.

अर्थव्यवस्थापनाचे उद्दिष्ट, संस्थेचे बाजारमूल्य अधिकतम पातळीवर नेणे हे असते. लिमिटेड कंपनीच्या समभागाची शेअर बाजारातील किंमत जास्तीत जास्त पातळीवर गेली की हे उद्दिष्ट साध्य होते. उदाहरणार्थ टाटा कन्सल्टन्सी सर्व्हिसेस ह्या संगणक क्षेत्रातील अग्रगण्य कंपनीच्या १ रुपया दर्शनी मूल्य असलेल्या समभागाची, हा मजकूर लिहिला तेव्हाची बाजारातील किंमत १८४० रुपये होती! बाजारमूल्याला इतके महत्त्व का? समभागधारक हे कंपनीचे मालक असतात. मालकाच्या दृष्टीने आपल्या गुंतवणुकीला जास्तीत जास्त मूल्य मिळावे अशी अपेक्षा असणे हे योग्यच आहे. संस्था लिमिटेड कंपनी नसेल तर, तिचे विक्रयमूल्य अधिकतम व्हावे अशी अपेक्षा असते. म्हणजे ती कंपनी विकायला गेले तर तिच्याकडे असणाऱ्या, विश्वासाहता, ग्राहकसमूह, उत्पादने, गुणवान कर्मचारी, मालमत्ता इत्यादी फायदेशीर बाबींचा विचार करून भरपूर किंमत मिळायला पाहिजे.

समभागाची शेअरबाजारातील किंमत अधिकतम असणे हे निव्वळ अर्थव्यवस्थापन नव्हे तर एकंदर व्यवस्थापनावर अवलंबून असते हे खरेच आहे. पण त्यातील अर्थव्यवस्थापनाच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या असलेल्या गोष्टी खालीलप्रमाणे.

नफा मिळवणे हे महत्त्वाचे आहेच पण तितके पुरेसे नाही. निर्माण केलेला नफ्याची किफायतशीर पुनर्गुंतवणूक केली नाही तर मिळालेले पैसे बँकेत पडून राहतात. त्यावर मिळणारे व्याज किरकोळ असते; त्यामुळे व्यवसाय वाढू शकत नाही. गुंतवणूक केली पण त्यापूर्वी नीट विचार केला नाही तर आहेत ते पैसे गमावण्याची वेळ येते, काही वेळा नुकसान इतके जास्त होते की चालू व्यवसाय अडचणीत येतो. व्यवसायवृद्धीचे नवेनवे पर्याय शोधत राहणे, त्यातील प्रत्येक

पर्यायाचा गणिती आकडे मांडून अभ्यास करणे आणि योग्य तो पर्याय निवडणे गरजेचे असते. खालील चार पर्याय पहा.

१. नामवंत कंपन्यांचे ५ लाख रुपयांचे शेअर विकत घेणे आणि १० वर्षांनंतर १२ लाख रुपयांना विकणे.
२. शहरापासून दूरच्या ठिकाणी १० लाख रुपयांची जमीन विकत घेणे आणि २० वर्षांनंतर ७० लाख रुपयांना विकणे.
३. एक कोटी रुपयांचा फ्लॅट विकत घेणे, त्यापासून महिना ३० हजार रुपये भाड्याचे उत्पन्न मिळवणे आणि १० वर्षांनंतर तो फ्लॅट २ कोटी रुपयांना विकणे.
४. स्वतःचे ३० लाख रुपये, आणि बँकेचे १२ टक्के दरसाल व्याजाने २० लाख रुपये कर्ज, असे ५० लाख रुपये गुंतवून नवा व्यवसाय चालू करणे. कर्ज पाच वर्षांत, दरसाल ४ लाख रुपये हप्ता देऊन फेडणे. व्यवसायातून दरसाल ८ लाख रुपये नफा अपेक्षित आहे, त्यातून व्याज आणि हप्ता फेडला जाईल. १० वर्षांनंतर हा व्यवसाय १ कोटी रुपयाला विकला जाणे अपेक्षित आहे.

हा चारही पर्यायात कमी अधिक रक्कम गुंतवली जात आहे आणि गुंतवणुकीची मुदत कमीजास्त आहे. तरीही मूलतः चक्रवाढ व्याजाची पद्धत वापरून प्रत्येक पर्यायामधून किती टक्के परतावा मिळतो ते गणिताने काढता येते. ते आकडे, (१) ९.१५ टक्के (२) १०.२२ टक्के (३) ९.९० टक्के आणि (४) १७.२३ टक्के असे येतात. खरेतर गणित न करता निव्वळ अनमान धक्क्याने कोणत्या गुंतवणुकीतून किती टक्के परतावा मिळतो याचे अचूक मोजमाप करता येणे अशक्य आहे. अर्थव्यवस्थापकाचे काम वास्तव आकडेवारीच्या सहाय्याने गुंतवणुकीच्या पर्यायांचे मूल्यमापन करणे हे असते. व्यवसाय नुकसानीत चालत असला तर जशी काळजी घ्यावी लागते तशी खूप यशस्वी झाल्यावरही घ्यावी लागते. यशस्वी झाल्यामुळे निर्माण झालेल्या फाजील आत्मविश्वासामुळे दुःसाहस केले जाण्याचा धोका असतो.

अलिकडील अर्थव्यवस्थापनात रिस्क मॅनेजमेंटला खूप महत्त्व आले आहे. नीट चालू असलेला व्यवसाय अनपेक्षित समस्या निर्माण झाल्यामुळे अडचणीत आल्याची अनेक उदाहरणे सभोवती दिसतात. वर्षानुवर्षे व्यवसायाशी बांधले गेलेला सर्वात मोठा ग्राहक ऑर्डर कॅन्सल करतो. कारखान्यात अपघात होतो आणि अपघातग्रस्त कर्मचाऱ्यांना लाखो रुपये नुकसानभरपाई द्यावी लागते. नवे तंत्रज्ञान उदयाला आल्यामुळे चालू व्यवसायाची मागणी कमी होते. आयात करणाऱ्या देशातील युद्ध किंवा अशांतता यामुळे निर्यातीच्या ऑर्डर्स रद्द होतात. अर्थव्यवस्थापनाचा एक महत्त्वाचा भाग भोवताली घडणाऱ्या बदलांमुळे कोणत्या

आर्थिक अडचणी निर्माण होऊ शकतात याचा अंदाज घेणे आणि त्यासाठी तरतूद करणे हा असतो. फार थोडे व्यावसायिक त्याचा विचार करताना दिसतात.

अर्थव्यवस्थापकाचे आणखी एक काम दैनंदिन व्यवहार आणि व्यवसायवृद्धी यासाठी पैशाची सोय करणे. त्यासाठी तीन गोष्टींकडे खास लक्ष द्यावे लागते. एक, उधारीने विकलेल्या मालाच्या बिलांची वसुली. विक्री करणे सोपे आहे पण वसुलीसाठी खास प्रयत्न करावे लागतात. दुसरे, संस्थेला गरज असेल तेव्हा पैसे देऊ शकणाऱ्या अन्य संस्था आणि व्यक्ती यांच्याबरोबर उत्तम संबंध निर्माण करणे. अल्प काळासाठी असणारी पैशाची गरज भागवण्यासाठी बँका आणि मनी मार्केटमधील डीलर्स यांची मदत होते. ठरल्याप्रमाणे परतफेड करणे हा कायमस्वरूपी उपयुक्त संबंध निर्माण करण्याचा पाया असतो. तीन, व्यवसायाची व्याप्ती आताच्या अनेकपट वाढवायची आहे असे गृहीत धरून त्यासाठी पद्धतशीर नियोजन करणे. व्यक्तीप्रमाणे संस्थेच्याही बाबतीत मोठ्या रकमा उभ्या करणे हे काम कधीच सोपे नसते.

संस्था लहान असो की मोठी, खर्चावर नियंत्रण ठेवावेच लागते. काटकसर हा प्रत्येक कर्मचाऱ्याच्या वैचारिकतेचा भाग झाला तरच ते शक्य होते. त्यासाठी प्रसंगी कटुता पत्करून सर्वांना शिस्त लावणे हे अर्थव्यवस्थापकाचे काम असते. संस्थेतील काही खाती, कर्मचारी, शाखा, उपकंपन्या हे काळाबरोबर अनावश्यक झालेले असतात. बराचसा वायफळ खर्च होण्याचे कारण हे अनावश्यक झालेले घटक असतात. कंपनी फार मोठी झाली तर तिचे 'संस्थान' होते; म्हणजे व्यवस्थापनाचे कर्मचाऱ्यांवर असलेले नियंत्रण ढिले होते. अशा वेळी कंपनीच्या खर्चाचे नियंत्रण करणाऱ्याची वृत्ती बळावते. निष्कारण परदेश दौरे, महागडे इंटेरिअर, नियमांचा गैरवापर अशा अनिष्ट प्रथा डोके वर काढतात. त्यांना योग्य वेळी कात्री लावणे, कठोर निर्णय घेऊन अनावश्यक व्यक्ती, विभाग यांना रजा देणे हा खर्चावर नियंत्रण आणण्याचा प्रभावी मार्ग असतो.

उत्पादन, विपणन, सर्वसामान्य व्यवस्थापन अशा अन्य विभागांप्रमाणे गुणवान आणि कार्यप्रवण माणसे हा चांगल्या अर्थव्यवस्थापनाचा कणा असतो. अशा माणसांची टीम उभारता आली तर अर्थव्यवस्थापनाचे निम्मे काम झालेले असते.

१८. खूप मोठ्या आकाराची किंवा बहुराष्ट्रीय कंपनी आणि मध्यम आकाराची कंपनी यांच्या व्यवस्थापनात मूलभूत फरक काय असतो? त्यासाठी व्यवस्थापन नियंत्रण प्रणालीचा उपयोग होतो का ?

मध्यम आकाराच्या कंपनीत, बहुदा कंपनीचा मालक किंवा ती चालू करणारा उद्योजक हाच प्रमुख कार्यकारी अधिकारी म्हणजे सी.ई.ओ. असतो. कंपनीचे दैनंदिन व्यवस्थापन करण्यासाठी कार्यक्षम आणि विश्वासार्ह अधिकाऱ्यांची एक टीम तयार केली की पुरेसे होते. त्यांच्यावर कामे सोपवणे; वारंवार, शक्यतर रोज, त्यांच्याकडून चालू घटनांची माहिती घेत राहणे आणि जरूर तेथे मार्गदर्शन, इतके केले तरी पुरते. आता संगणकाच्या सहाय्याने माहितीवर नियंत्रण ठेवणे सोपे झाले आहे. संगणक एकमेकाशी जोडता येतील असे सॉफ्टवेअर असले की दैनंदिन स्वरूपाची माहिती अद्ययावत ठेवता येते, त्याचा व्यवस्थापन करण्यासाठी फायदा होतो.

खूप मोठ्या कंपनीसाठी -ज्याला मेगॅ कॉर्पोरेशन म्हणतात- ही कार्यपद्धती वापरता येत नाही. ह्या कंपनीची ऑफिसे आणि कारखाने देशभर, देशाबाहेर सुद्धा असतात. ते सांभाळणारे अनेक ज्येष्ठ व्यवस्थापक असतात. अशा कंपनीचे देशात कोठेतरी कॉर्पोरेट ऑफिस असते. तेथे कंपनीचे मार्केटिंग मॅनेजर, फायनान्स मॅनेजर यासारखे विभागप्रमुख (सध्याच्या पद्धतीत व्हाइस प्रेसिडेंट मार्केटिंग, व्हाइस प्रेसिडेंट फायनान्स इ.) किंवा कंपनीची काही उत्पादने आणि सेवा यांच्या गटाचे संपूर्ण व्यवस्थापन पाहणारे गट-व्यवस्थापक, बसतात. सर्व ऑफिसे जोडणारी उत्तम संगणकीय यंत्रणा उपलब्ध असते. व्यवहारांची आणि भौगोलिक व्याप्ती लक्षात घेता सी.ई.ओ. पदावरील व्यक्तीला अन्य व्यवस्थापकांशी वारंवार संपर्क ठेवता येत नाही. शिवाय सी.ई.ओ. पदाच्या वेगळ्या जबाबदाऱ्या सांभाळताना ते शक्यही नसते.

अशा कंपनीचे नियंत्रण करण्यासाठी संपूर्ण संघटना व्यापणारी व्यवस्थापन नियंत्रण प्रणाली, मॅनेजमेंट कंट्रोल सिस्टीम, वापरली जाते. व्यवस्थापन नियंत्रण प्रणालीचे स्वरूप खालीलप्रमाणे असते.

सुरुवात, संघटनेची पुढील वर्षांची रणनीती तयार करण्यापासून होते. पुढील वर्षी कोणत्या उत्पादनांची विक्री, अधिक प्रमाणात वाढवावी, भारताच्या पूर्व, पश्चिम, उत्तर आणि दक्षिण ह्यापैकी कोणत्या भौगोलिक विभागात वाढ करण्याची संधी आहे, संगणकीकरणासंबंधी धोरण काय असणार, उत्पादन वाढवण्यासाठी काय पावले उचलणार अशा धोरणात्मक मुद्यांची निश्चिती केली जाते. ह्यातील प्रत्येक धोरणात्मक निर्णयावर आधारित, स्पष्ट, शक्यतो संख्यात्मक, उद्दिष्टे तयार केली जातात. - उदाहरणार्थ, दक्षिण भारतातील विक्रीवाढ २० टक्के असावी,

कर्नाटक २५ टक्के, तामिळनाडू २० टक्के, तेलंगणा २० टक्के, आंध्र प्रदेश १५ टक्के आणि केरळ १० टक्के. संख्यात्मक उद्दिष्टे पक्की करण्याचे कारण कोणतीही संदिग्धता राहू नये, हे असते.

ज्या व्यवस्थापन नियंत्रण प्रणालीमधून ही उद्दिष्टे प्रत्यक्ष राबवली जातात त्या यंत्रणेचे पाच भाग असतात. (मूळची इंग्रजी नावे कायम ठेवली आहेत).

१. इन्फ्रास्ट्रक्चर - संघटनेच्या उद्दिष्टांची विभागणी करून, विशिष्ट विभाग, उपविभाग यांनी नेमके काय करणे अपेक्षित आहे हे सांगितले जाते. ज्या उपविभागावर काही ना काही जबाबदारी आहे त्याला जबाबदारी केंद्र - रिस्पॉन्सिबिलिटी सेंटर असे नाव आहे. संघटनेमध्ये अशी शेकडो 'केंद्रे' असतात. बँकेत, पश्चिम विभाग, त्याअंतर्गत पुणे जिल्हा, त्यामध्ये टिळक रोड शाखा अशी एका अंतर्गत एक जबाबदारी केंद्रे असू शकतात. प्रत्येकासाठी वेगळी उद्दिष्टे असतात. प्रत्येक जबाबदारी केंद्राने आपले उद्दिष्ट पूर्ण केले तर संघटनेचे उद्दिष्ट आपोआप पूर्ण होते. कामगिरी मोजली जाण्याचे निकष पक्के केले जातात. उदाहरणार्थ, ग्राहकसेवा सुधारारी हे उद्दिष्ट असेल तर सुधारणा झाली हे मोजण्याचा निकष काय ते सांगावे लागते, निकषात संदिग्धता असेल तर काम होण्याऐवजी वाद निर्माण होतात. काम पूर्ण करण्यासाठी लागणाऱ्या साधनांची कमतरता असेल तर त्यांची पूर्ती केली जाते.

२. शेअर्ड व्हॅल्यूज - संघटनेची रणनीती आणि उद्दिष्टे याबद्दल एकमत असावे म्हणून मीटिंग घेऊन व्यवस्थापनाचा दृष्टिकोन, जे प्रत्यक्ष अंमलबजावणी करणार त्यांच्यापर्यंत पोचवला जातो. स्पॅर्ला तोंड देऊन विक्री वाढवणे हे उद्दिष्ट असेल तर ते पूर्ण करण्यासाठी कोणती कार्यपद्धती वापरावी यासंबंधी वरिष्ठ पातळीवर ठरवलेली रणनीती समजावून दिली जाते. विचारांची वारंवार देवाण घेवाण हा नियंत्रण प्रणालीमधील महत्त्वाचा भाग असतो.

३. प्रिन्सिपल प्रोसेसेस - निर्णय घेता यावे आणि त्यासाठी लागणारी माहिती मिळावी, खर्चावर नियंत्रण राहावे या साठी अंदाजपत्रकानुसार खर्च, कॉस्ट अकॉउंटिंग, विशिष्ट नमुन्यातील रिपोर्ट, अपेक्षित आणि प्रत्यक्ष कामगिरी यांच्यामधील फरकाचे विश्लेषण करण्याच्या पद्धती ह्या कार्यपद्धती वापरल्या जातात. धोरणात्मक प्रथा, तपशीलवार कार्यपद्धती, मार्गदर्शक तत्त्वे आणि नियम (पॉलिसीज, प्रोसीजर्स, गाईडलाइन्स आणि रूल्स) हे सर्व नियंत्रण प्रणालीचा भाग असतात. संस्था जितकी मोठी तितकी अशा प्रकारच्या निर्धारित कार्यपद्धतीचे प्राबल्य अधिक असते.

४. रिवॉर्ड अँड पेनल्टी सिस्टिम्स - उद्दिष्टे पूर्ण करणाऱ्या व्यक्ती आणि गट याना

बक्षिसी आणि करू न शकणाऱ्यांना बक्षिसे नाकारणे हे केले जाते. बक्षिसी; प्रशंसा, व्यक्तिगत पगारवाढ, जादा इन्क्रिमेंट, बढती, कंपनीच्या खर्चाने सहल अशा निरनिराळ्या स्वरूपात असू शकते. संपूर्ण टीमला ग्रुप बोनस देण्याची पद्धतही आहे. यासंबंधीच्या प्रथा किंवा नियम आधीच सांगितले जातात.

५. कोऑर्डिनेशन अँड इंटिग्रेशन - उद्दिष्टांची पूर्ती करण्याची प्रक्रिया वर्षभर चालते. ह्या काळात होत असलेल्या कामाचे सुसूत्रीकरण करता यावे यासाठी समिती, तातडीचे निर्णय घेण्याचे अधिकार असलेली स्टँडिंग कमिटी यांचे गठन केले जाते. वेळापत्रकानुसार मीटिंग्हा घेतल्या जातात. संगणकाचा व्यापक उपयोग करून एकमेकांमधील संपर्क व्यवस्था तत्पर राहिल अशी खात्री केली जाते. संघटनेअंतर्गत चालणारे सततचे ऑडिट आणि वर्षअखेर बाहेरील चार्टर्ड अकॉउंटिंग फर्मकडून करून घेतलेले ऑडिट यांच्या सहाय्याने कार्यपद्धतीतील चुका शोधून त्या सुधारल्या जातात.

सुप्रशासित कंपनीमध्ये ह्या सर्व प्रथा आणि नियम यांच्याकडे गांभीर्याने पहिले जाते. उद्दिष्टे पूर्ण करण्यासाठी खूप दबाव असतो. त्यामुळे ठरल्याप्रमाणे, निदान त्याच्या जवळपास, कामे होतात.

अर्थात निव्वळ व्यवस्थापन नियंत्रण प्रणाली चांगली आहे म्हणून औद्योगिक संस्था उत्तम कामगिरी करतात असे नाही. काम करण्याचे निरोगी (म्हणजे राजकारण-मुक्त, कार्यप्रवण) वातावरण आणि उत्साही, दक्ष कर्मचारी हा सुप्रशासनाचा कणा असतो. एरवी सुस्त भासणाऱ्या सरकारी संघटना संकट प्रसंगी स्पृहणीय कामगिरी बजावतात, ते ह्या दोन घटकांमुळे.

व्यावसायिक व्यवस्थापन कसे चालते याचा अंदाज यावा म्हणून हे तपशीलाने लिहिले आहे. सुविहित कार्य पद्धती असेल तर संस्थेचा आकार ही अडचण राहत नाही. आपल्या शेजारचा छोटा किराणा दुकानदार दुकान चांगले चालवतो पण त्याला एकाचे दुसरे दुकान करण्याची भीती वाटते. या उलट स्टेट बँक ऑफ इंडिया उत्तम नियंत्रण प्रणालीच्या सहाय्याने देश परदेशात मिळून १३००० शाखा सहजपणे चालवते - आणखी नव्या शाखा उघडायलाही त्यांची ना नसते!

१९. अलिकडच्या व्यवस्थापनात रिस्क मॅनेजमेंट कसे सांभाळले जाते ?

जागतिकीकरणानंतर जगातील कोणत्याही भागात घडणाऱ्या घटनांचा व्यवसायावर प्रतिकूल परिणाम होऊ शकतो. जगाच्या एका भागात फुलपाखराने पंख फडफडवले तर त्यामुळे, - परस्परावर अवलंबून असलेल्या घटनांच्या साखळीतून - दूरवरच्या देशात वादळ होऊ शकते असे (अतिशयोक्तीने) म्हटले जाते. हे लक्षात घेऊन व्यवसायामध्ये भावी काळात कोणते धोके निर्माण होऊ शकतात आणि त्याला तोंड कसे द्यावे याकडे लक्ष देणे अपरिहार्य बनले आहे. अर्थव्यवस्थापनांतर्गत रिस्क मॅनेजमेंट हा स्वतंत्र अभ्यासविषय आहे. आंतरराष्ट्रीय पातळीवर त्यासाठी प्रमाणपत्र परीक्षा घेतल्या जातात. ज्या व्यावसायिक धोक्यांचे व्यवस्थापन करावे लागते त्यांची ही यादी पाहा.

१. उधारी/ कर्जाऊ रकमा वसूल न होण्याचा धोका - उधारी वसूल न होणे ही व्यवसायात वारंवार घडणारी बाब आहे. बँक बुडल्यावर ठेवीदारांची जी अवस्था होते तीच मोठी कंपनी बुडल्यावर पुरवठादारांची होते. करारामधील संदिग्ध कलमांमुळे सरकारकडून येणे असलेली रक्कम अडकून पडते, कंत्राटदार अडचणीत येतात.

२. बाजारपेठेतील किमती कमी होण्याचा धोका- औद्योगिक उत्पादनांच्या किमती कमी होत गेल्या तर उत्पादनविभाग बंद करावे लागतात. बाजारात वर्षानुवर्षे स्थिरावलेली उत्पादने बंद करावी लागली तर उत्पन्नत घट होऊन कंपनी अडचणीत येते. (शेतकऱ्याला याचा फटका अनेकदा बसतो. भाव मातीमोल झाला म्हणून शेतकरी आपली उत्पादने रस्त्यावर ओतून देतात).

३. गुंतवलेल्या रकमांवर मिळणारा व्याजदर घटण्याचा धोका - वित्तीय क्षेत्रांतील कंपन्यांचे कोट्यवधी रुपये व्याज मिळणाऱ्या रोख्यांमध्ये गुंतवले जातात. व्याजदर कमी झाले तर त्यांच्या उत्पन्नात घट होते.

४. परकी चलनाचा रुपयातील दर कमी किंवा जास्त होण्याचा धोका - निर्यात करणाऱ्याला दर कमी होण्याचा, आयात करणाऱ्यांना दर वाढण्याचा फटका बसतो.

५. शेअरच्या किमती कमी होण्याचा धोका - शेअरबाजारात गुंतवणूक असेल तर सर्वसामान्य गुंतवणूकदार आणि वित्तसंस्था ह्या दोन्हींवर किमती कमी झाल्याचा परिणाम होतो.

६. कच्च्या मालाच्या किमती वाढण्याचा धोका - विशेषतः पेट्रोल, रबर, रसायने इत्यादी आयात केल्या जाणाऱ्या वस्तूंच्या बाबतीत तसे घडू शकते.

देशांतर्गत कच्चा माल जेथून येतो तेथील स्थानिक परिस्थितीमुळे पुरवठा थांबतो आणि किमती वाढतात.

७. रोख रक्कम संपण्याचा धोका - रोख रक्कमेची आवक घटली तर अत्यावश्यक खर्च करायलाही पैसे उरत नाहीत, कंपनी दिवाळखोर ठरते. गंभीर परिस्थिती उद्भवते.

८. दैनंदिन व्यवहारातील धोके -गंभीर तांत्रिक चुका, कर्मचाऱ्यांनी केलेली अफरातफर, उत्पादनात चूक झाल्यामुळे द्यावी लागलेली नुकसान भरपाई यापायी कंपनी अडचणीत येतात. (पूर्ण होत आलेला उड्डाणपूल कोसळला तर बांधकाम करणाऱ्याचे मोठे नुकसान होते).

९. कायद्याचे पालन करण्यात चूक झाल्यामुळे निर्माण झालेले धोके - नदीत सोडल्या जाणाऱ्या सांडपाण्यात दूषित द्रव्यांचे प्रमाण जास्त निघाले म्हणून कारखाना दीर्घ काळ बंद पडतो. आयकरासंबंधीच्या वादग्रस्त खटल्याचा निकाल विरुद्ध जातो, अनेक वर्षांच्या कराची फेरआकारणी होते आणि कोट्यवधी रुपयाचा दंड बसतो.

१०. कंपनीचे नाव खराब झाल्यामुळे होणाऱ्या परिणामांचा धोका- नाव खराब झाले म्हणून मिळत आलेली मोठी ऑर्डर रद्द होते. शेअरचे भाव खाली जातात. अनेक वर्षांच्या मेहनतीने निर्माण केलेल्या ग्राहकांच्या विश्वासाला तडा जातो.

११. तंत्रज्ञानातील चूक - कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअर किंवा गुंतागुंतीच्या तंत्रज्ञानावर आधारलेला प्रकल्प पूर्ण करताना चुका होतात आणि मोठे नुकसान किंवा नुकसान भरपाई सोसावी लागते.

१२. आंतरराष्ट्रीय व्यवहारातील धोके - परदेशातील नवे कायदे किंवा राजकीय उलथापालथ यामुळे व्यवहार बंद पडतात. क्वचित परदेशातील कंपनी बंद करून परत जावे लागते.

१३. स्पर्धकांकडून निर्माण होणारे धोके - परदेशी (उदाहरणार्थ चीनी) उत्पादनांची स्पर्धा किंवा स्पर्धकाने प्रचलित कार्यपद्धती बदलून टाकणारी प्रणाली बाजारात आणल्यामुळे पीछेहाट होते. अन - ब्रँडेड स्वस्त उत्पादने बाजारात येतात आणि मूळच्या ब्रँडची मागणी घटते.

१४. उत्पादन विषयक, किंवा संपूर्ण उत्पादन क्षेत्र कालबाह्य होण्याचे धोके - मोबाइल फोनवर फोटोग्राफी सुरू झाल्यावर कोडॅक ही फोटोची फिल्म बनवणारी नामवंत कंपनी बंद पडते. स्मार्ट फोन आल्यावर नोकिया ही अग्रगण्य

कंपनी अडचणीत येते. भारतात पॉवरलूम क्षेत्राचा विस्तार झाल्यावर पारंपारिक कापड गिरण्या बंद पडल्या.

१५. रणनीती चुकल्यामुळे निर्माण होणारे धोके - नॅनो ह्या मोटारीचे 'स्वस्त' मोटार म्हणून सादरीकरण केल्यामुळे प्रतिष्ठेचे लक्षण म्हणून मोटार विकत घेणाऱ्यांनी तिच्याकडे पाठ फिरवली. मोटार अपेक्षित प्रमाणात विकली गेली नाही. अनेक खाद्यान्ने किंवा शीतपेये अनुकूल प्रतिसाद न मिळाल्यामुळे बाजारातून काढून घ्यावी लागतात.

हे सर्व धोके सर्वांच्या बाबतीत असतात असे नाही पण जे असतात त्यांच्याकडे गांभीर्याने पाहावे लागते. रिस्क मॅनेजरचे काम संभाव्य धोक्यांकडे लक्ष पुरवणे आणि त्यांना तोंड देणे हे असते. त्यातील काही विम्याचे संरक्षण घेऊन पूर्णपणे किंवा अंशतः टाळता येतात. काहींच्या बाबतीत, परिस्थितीकडे सतत लक्ष पुरवून संरक्षक उपाययोजना करता येते. कंपनीची आर्थिक परिस्थिती मजबूत असेल तर मोठे नुकसान सोसूनही कंपनी चालू राहते. (पण सदासर्वकाळ तसे घडते असेही नाही. एकेकाळी अमेरिकेच्या औद्योगिक सामर्थ्याचे प्रतीक मानल्या जाणाऱ्या जनरल मोटर्स, आणि क्रायस्लर ह्या दोन मोठ्या कंपन्या जपानी मोटारींच्या स्पर्धेमुळे बंद पडल्या, सरकारच्या मदतीमुळे आता त्या पुन्हा आपल्या पायावर उभ्या राहिल्या आहेत). अलीकडे प्रत्येक लिमिटेड कंपनीच्या वार्षिक अहवालात व्यवसायातील संभाव्य धोके कोणते आणि त्यांना तोंड देण्यासाठी कंपनी काय पावले उचलते आहे, ते भागधारकांना सांगणे लागते. तो कंपनीच्या सुशासनाचा भाग मानला जातो.

२०. संस्था दीर्घकाळ टिकवून धरायची तर काय महत्त्वाचे ?

संस्था, ऑर्गनायझेशन हा जणू काही एक प्रकारचा सजीव प्राणी म्हणजे ऑर्गॅनिझम असतो. जगण्यासाठी सजीव प्राण्यांना जे नियम लागू पडतात तेच संस्थेसाठीही महत्त्वाचे ठरतात.

व्यक्तींच्या मनाने संस्थांचे आयुष्य कमी असते - संशोधनाप्रमाणे संस्थांचे सरासरी आयुष्य फक्त साडेबारा वर्षे असते. त्यानंतर त्या बंद पडतात किंवा विकल्या जातात. ही सरासरी असल्याने काही यापेक्षा कमी आणि काही थोड्या जास्त, २०-२५ वर्षांपर्यंत टिकून राहतात. आपल्या शहरातील सर्वाधिक व्यापारी उलाढाल चालणाऱ्या रस्त्यावरील किती दुकाने बंद होतात आणि त्यांच्या जागी किती नवी येतात याचा आढावा घेतला तर ह्या निरीक्षणामधील सत्य लक्षात येईल. व्यक्तीने चालू केलेले अनेक व्यवसाय त्या व्यक्तीच्या उमेदीच्या काळातील २५-३० वर्षांपलीकडे टिकून राहतील अशी खात्री नसते. तीसचाळीस वर्षांपूर्वी प्रसिद्ध असलेले मफतलालसारखे अनेक औद्योगिक समूह आणि डालडासारखे ब्रँड आता २०१८ मध्ये अस्तित्वात नाहीत.

बहुतेक संस्था निसर्गातील प्राणी ज्या कारणामुळे मृत्युमुखी पडतात त्याच कारणामुळे नष्ट होतात - उपासमार आणि नैसर्गिक शत्रू ही प्राण्यांचा अंत घडवून आणणारी प्रमुख कारणे असतात. औद्योगिक संस्थांच्या बाबतीत सातत्याने अपुरा नफा होणे म्हणजे उपासमार, तर व्यवसायातील स्पर्धक हे नैसर्गिक शत्रू असतात. मध्येच येणारी तीव्र टंचाईची परिस्थिती, नैसर्गिक संकटे, अपघात, वेडे साहस अशी अनेक कारणे प्राणी आणि संस्था ह्या दोन्हीच्या अंतासाठी कारणीभूत ठरतात. विचार केला तर अशी अनेक साम्यस्थळे सापडतील.

असे असले तरी दीर्घकाळ टिकून राहणाऱ्या संघटना सुद्धा असतात. बहुतेक प्रमुख धर्म शोकडो वर्षे टिकून आहेत. वारकरी संप्रदाय ज्ञानेश्वर महाराजांच्या काळापासून आणि पालखी, १६८५ पासून चालत आली आहे. (सर्वच धर्म आणि पंथ टिकतात असे नाही. काही त्यांच्या संस्थापकांच्या आयुष्यभरापुरते मर्यादित राहतात). अशा प्रकारच्या कोणत्यातरी तत्त्वज्ञान किंवा तत्त्वांशी बांधिलकी मानणाऱ्या संघटनांना नॉर्मेटिव्ह संघटना म्हणतात. त्या संघटनांचे सभासद आपल्या कामाशी किंवा तत्त्वांशी इतके एकनिष्ठ असतात की कर्मचाऱ्यांना प्रेरित कसे करायचे हा इतर संस्थाचालकांना कायम भेडसावणारा प्रश्न त्यांच्या बाबतीत अप्रस्तुत ठरतो. नॉर्मेटिव्ह संघटनांव्यतिरिक्त काही औद्योगिक संघटना सुद्धा दोनशे वर्षांपेक्षा जास्त काळ टिकलेल्या आहेत. त्याका टिकून राहिल्या यासंबंधी अभ्यास झालेला आहे. दीर्घकाळ टिकणारी संस्था कशी निर्माण करावी याची तत्त्वे त्यावरून समजतात.

दीर्घकाळ टिकणाऱ्या संस्था भोवताली घडून येत असणाऱ्या बदलांसंबंधी अधिक सावध असतात. त्या बदलची माहिती इतरांच्या मनाने लवकर त्यांच्यापर्यंत पोचेल अशी यंत्रणा त्यांनी निर्माण केलेली असते. त्यांना बदलत्या परिस्थितीचा फायदा घेता येतो, निदान त्यापासून होणारे नुकसान टाळले जाते.

दीर्घकाळ टिकणाऱ्या संस्थांचे अर्थव्यवस्थापन मजबूत असते. ते अवास्तव कर्जे घेत नाहीत. त्यांच्याकडे शिलकी पैसे असतात. त्यांच्या सहाय्याने कठीण परिस्थितीमध्ये तरून जाता येते आणि अनुकूल परिस्थितीचा फायदा घेता येतो - उदाहरणार्थ, विकाऊ असलेली आजारी कंपनी ताब्यात घेऊन व्यवसायाचा विस्तार करता येतो.

दीर्घकाळ टिकणाऱ्या संस्थांना आपल्या शक्तिस्थानांची जाणीव असते. त्यातून निर्माण होणाऱ्या आत्मविश्वासामुळे ते चाकोरीबाहेरील निर्णय ठामपणाने घेऊ शकतात.

दीर्घकाळ टिकणाऱ्या संस्था नव्या कल्पना स्वीकारण्याच्या बाबतीत, नवे प्रयोग करून पाहण्याच्या बाबतीत इतरांच्या पुढे असतात. सध्याच्या कामापेक्षा वेगळे काही करायची त्यांची तयारी असते. परिस्थिती बदलली तर त्यापैकी कोणतातरी प्रयोग कंपनीला तारून नेतो. अशा संस्थांचा इतिहास पाहिला तर वीस पंचवीस वर्षांपूर्वी त्या जे काही करत होत्या त्यापेक्षा आज काहीतरी वेगळेच करताना आढळतील.

दीर्घकाळ टिकणाऱ्या संस्था आधी केलेली गुंतवणूक वाया गेली म्हणून दुःख करत बसत नाहीत. जे झाले ते स्वीकारून ते नवीन उद्योग उभारायच्या मागे लागतात. त्यासाठी ते मालमत्तेपेक्षा माणसांना महत्त्व देतात. गुणवान माणसे टिकवून ठेवली तर अडचणीतून मार्ग काढणे सोपे असते याची त्यांना जाणीव असते. (जे तत्त्व घरात तेच व्यवसायात. वस्तू परत मिळवता येतात. दुरावलेली माणसे परत आणता येत नाहीत).

सर्वाधिक महत्त्वाचे. दीर्घकाळ टिकणाऱ्या संस्था कंपनीमधील थोड्या लोकांचा फायदा जपण्यापलिकडे - मग ते वरिष्ठ व्यवस्थापक असोत की मालक, गुंतवणूकदार असोत - समाजाचा एक घटक म्हणून आपल्या उद्योगाकडे पाहतात. कोणत्याही जबाबदार नागरिकाप्रमाणे आपले सामाजिक कर्तव्य पार पाडण्याचा त्यांचा प्रयत्न असतो. समाजाला वस्तू आणि सेवा पुरवणे आणि रोजगाराच्या संधी उपलब्ध करून देणे यांच्याद्वारे त्या समाजाचा अपरिहार्य भाग बनतात आणि त्यामुळे टिकून राहतात. (कोणतीही नामवंत शाळा किंवा महाविद्यालय हे एक उदाहरण पाहता येईल. वस्तुतः त्या खासगी संस्था आहेत पण त्यांना सामाजिक

संस्थेचे स्वरूप प्राप्त झाले आहे). एकतर्फी नफ्याचा विचार करणाऱ्या संस्था पंधरावीस वर्षात अंतर्गत तणावातून मोडकळीला येतात - तणावपूर्ण जीवनशैलीमुळे रक्तदाब आणि हृदयविकार ओढवून घेणाऱ्या माणसांबरोबर त्यांची तुलना करता येईल.

संस्था बंद पडल्या तर त्यांच्या मालक-संचालकांबरोबर इतरांचेही नुकसान होत असते. अनेकांच्या नोकऱ्या जातात. गुंतवणूकदारांचे, पुरवठादारांचे, बँकांचे पैसे बुडतात. ग्राहकांना अन्य पर्याय शोधावे लागतात. अधिकाधिक संस्था दीर्घकाळ टिकून राहिल्या तर ते त्यांच्या आणि समाजाच्याही हिताचे आहे.

२१. माहिती क्रांतीमुळे मूलभूत बदल कोणते घडले ?

संगणकाच्या वापराची सुरुवात अमेरिकेत १९५० च्या सुमारास आणि भारतात १९७० च्या सुमारास झाली. १९९० नंतर वैयक्तिक वापराचे संगणक, आणखी दहा वर्षांनी मोबाइल फोन आणि २०१५ नंतर स्मार्टफोन, यांचा वापर सार्वत्रिक झाला. गेल्या २५ वर्षांत देशाची आणि नागरिकांची जी काही आर्थिक प्रगती घडून आली त्यात संगणक आणि दूरसंपर्क (टेलीकॉम) ह्या दोन तंत्रज्ञानांच्या वापराचा महत्त्वाचा वाटा आहे. १९९०च्या सुमाराला भारतात उदारीकरणाचे धोरण राबवले गेले. सर्वसामान्यपणे, आर्थिक प्रगतीचे श्रेय ह्या धोरणात्मक बदलाला देण्याची प्रथा आहे. वस्तुस्थिती अशी की संगणक नसते तर उदारीकरणाचा फारसा उपयोग झाला नसता.

आर्थिक प्रगतीसाठी फक्त वैचारिक बदल पुरेसा नसतो. वस्तू आणि सेवा यांचे प्रत्यक्ष उत्पादन वाढावे लागते. संगणकाच्या(आणि नंतर इंटरनेटच्या) वापरामुळे सेवा क्षेत्रातील जवळजवळ प्रत्येक व्यवसाय आमूलाग्र बदलला. बँकिंग, करमणूक, पर्यटन, सॉफ्टवेअर निर्मिती, गुंतवणूक क्षेत्रात काही पटींनी वाढ झाली. मोबाइल फोन हा अस्तित्वात नसलेला व्यवसाय उदयाला आला. बँकेतून पैसे काढण्यासाठी एटीएम, संगणकीकृत रेल्वे आरक्षण आणि व्यक्तीगणिक मोबाइल फोन ही संगणकामुळे घडून आलेल्या बदलांची तीन प्रातिनिधिक उदाहरणे आहेत. खरे तर सेवा क्षेत्रातील प्रत्येकच व्यवसाय बदलला किंवा नव्याने निर्माण झाला. बी पी ओ, कॉल सेंटर आणि सॉफ्टवेअर ह्या क्षेत्रात इतकी वाढ झाली की त्यामुळे बंगलोर, हैद्राबाद, पुणे ह्या शहरांचा चेहरामोहरा बदलून गेला. ह्या क्षेत्रात निर्माण झालेल्या चांगल्या पगाराच्या नोकऱ्यांमुळे निर्माण झालेल्या क्रयशक्तीमुळे बांधकाम, वाहने, इलेक्ट्रॉनिक उपकरणे इत्यादी इतर व्यवसायही वाढले. संगणकाच्या वापरामुळे फक्त सेवा क्षेत्राचा फायदा झाला असे नाही. संगणक प्रणालीच्या वापरामुळे कारखान्यांची उत्पादकताही प्रचंड प्रमाणात वाढली. ऑटोमेशन हा सध्याच्या उत्पादनव्यवस्थेचा मूलमंत्र आहे - जे संगणकामुळे शक्य झाले आहे.

संगणकामुळे घडून येत असलेले बदल म्हणजे तथाकथित माहिती क्रांती अजून संपलेली नाही. ऑनलाइन शॉपिंग, ऊबर आणि ओला यांच्याप्रमाणे मोबाइल ॲपच्या सहाय्याने चालणारी टॅक्सी सेवा, एअर बी-एन-बी ही हॉटेल सेवा ह्या अलीकडेच निर्माण झालेल्या सेवा आहेत आणि प्रत्येकीत मोठ्या प्रमाणात वाढण्याची क्षमता आहे. संगणक आणि दूरसंपर्क तंत्रज्ञानाचा आधार घेऊन नव्यानव्या सेवा येत राहणार आणि त्यातून रोजगार आणि आर्थिक उलाढाल वाढत राहणार असे मानायला जागा आहे. शिक्षण, आरोग्यसेवा, करमणूक, ऑनलाईन

ट्रेडिंग ह्या क्षेत्रात महत्त्वाचे बदल अपेक्षित आहेत. त्यासाठी आवश्यक ते प्रशिक्षण घेऊन रोजगारासाठी त्यांचा फायदा करून घेण्याची क्षमता तरुण पिढीमध्ये निश्चितपणे आहे. किंबहुना २०१७ मध्ये ज्यांचे वय पस्तिशीच्या आत आहे त्या सर्वांचे भावी करिअर संगणकाभोवती फिरते असे म्हटले तर ते अतिशयोक्त होणार नाही.

संगणकामुळे फक्त भारत बदलला असे नाही तर सारे जगच बदलले. १८व्या शतकात औद्योगिक क्रांती झाल्यापासून औद्योगिक कारखानदारी हे नोकऱ्या पुरवणारे सर्वाधिक महत्त्वाचे कार्यक्षेत्र होते. संगणकामुळे सर्वत्र सेवाक्षेत्र इतके वाढले की ते नंबर १ चे रोजगार निर्माण करणारे कार्यक्षेत्र बनले आहे. १९९० नंतरच्या जगाला 'उद्योगोत्तर जग' असे म्हटले जाते. सर्वात जास्त परिणाम अमेरिकेवर झाला. एकेकाळी मोटारी आणि यंत्रसामग्रीपासून सौंदर्यप्रसाधनांपर्यंत प्रत्येक वस्तू प्रचंड प्रमाणात उत्पादन करणाऱ्या अमेरिकेतील कारखानदारी जवळजवळ लुप्त झाली आहे; ७५ टक्के नोकऱ्या सेवा क्षेत्रात आणि त्यातील ७० टक्के संगणक क्षेत्रात आहेत. ब्रँड अमेरिकन पण प्रत्यक्ष उत्पादन जगात अन्यत्र अशी परिस्थिती असते.

मात्र भावी काळात संगणक क्षेत्राशिवाय इतरत्र नोकऱ्या नसतील हे खरे नाही. डॉक्टर, आर्किटेक्ट, वकील, कामगार, शेतकरी, सुतार, प्लंबर, खेळाडू, कलावंत हे सारे असणारच आहेत. त्यातील काही आपल्या कामासाठी संगणक वापरतील, काहींना त्याचीही गरज भासणार नाही. चीन ही सध्याची अग्रगण्य अर्थव्यवस्था आहे. चीनचा भर सर्व जगाला लागणाऱ्या विविध वस्तूंच्या उत्पादनावर आहे, संगणक सेवांवर नाही. अन्नधान्याची गरज गेल्या ५००० वर्षांप्रमाणे भावी काळातही असणारच आहे. ज्यांना संगणक क्षेत्रामध्ये रुची नाही, त्यांना आपल्या आवडीचा अन्य व्यवसाय निवडण्याचे स्वातंत्र्य भावी काळातही अबाधित राहणार आहे. संगणकाची अवास्तव भीती बाळगण्याचे कारण नाही.

संगणकीय उपकरणांचा सर्वाधिक उपयोग सर्वसामान्य माणसाला सज्जान करण्यासाठी आहे. विविध प्रकारच्या सामाजिक माध्यमांमुळे व्यक्तींमधील परस्पर संपर्कात खूप वाढ झाली आहे. अनेक प्रकारची माहिती लोकांपर्यंत सहजपणे पोचत असल्यामुळे सर्वसामान्य नागरिक अधिक माहितगार झाला आहे. बरोबर माहितीप्रमाणे चुकीची माहिती - डिसइन्फर्मेशन - सुद्धा तितक्याच कार्यक्षमतेने पोचवता येते, आणि सामाजिक माध्यमाचा दुरुपयोग करता येतो हे खरे आहे पण तो माध्यमांचा दोष नाही, मानवी प्रवृत्तींचा आहे.

रिकामा वेळ कसा घालवावा ही मानवी समाजाची निरंतर समस्या आहे. संगणकीय उपकरणांमुळे वेळ घालवण्याचे शांततामय आणि प्रभावी साधन

माणसांना उपलब्ध झाले आहे. लोकांना तासंतास गुंतवून ठेवण्याची क्षमता ह्या माध्यमामध्ये आहे, इतकेच नाही तर मुलांना आणि क्वचित मोठ्यांना - त्यापासून दूर ठेवण्यासाठी खास प्रयत्न करावे लागतात. एक प्रकारे लोक हे त्यामध्ये गुंतलेले आहेत हे चांगलेच आहे. स्मार्टफोन नसता तर त्यापायी खर्ची पडलेल्या मनुष्य दिवसांपैकी काही समाजविघातक कामासाठी वापरले गेले असते. फेसबुक आणि व्हॉट्सअप यांचा वापर वाढल्यानंतर माणसांतील भांडणतंटे कमी झाले असे मानायला जागा आहे. शांततेचे नोबेल पारितोषिक संगणकाला द्यायला पाहिजे!

२२. पर्यटनासाठी महाराष्ट्रात आणि भारतात शेकडो उत्तमोत्तम ठिकाणे असताना पर्यटन उद्योग मोजक्या निवडक ठिकाणांभोवती केंद्रित झालेला दिसतो. बाकीची दुर्लक्षित का राहतात ?

पर्यटनासाठी योग्य अशा अनेक ठिकाणांबद्दल वर्तमानपत्रे आणि नियत कालिकांमध्ये लेख येतात. थोडी वाट वाकडी करून ती अवश्य पाहावीत. पण पर्यटन हा 'उद्योग' ही असल्यामुळे अशा ठिकाणी जाण्यासाठी आधुनिक सुविधा - चांगले रस्ते, खाण्याची आणि राहण्याची सोय, वीज-पाणी यासारख्या आवश्यक सेवा, पर्यटकांसाठी सुरक्षित वातावरण इत्यादी - निर्माण झाल्याशिवाय ती ठिकाणे पर्यटन उद्योगाच्या नकाशावर येत नाहीत. दुसरीकडे, त्या ठिकाणी जाऊ इच्छिणारे पुरेसे पर्यटक असल्याशिवाय या सर्व सुविधा निर्माण करणे परवडत नाही. राहण्याच्या सोयीसाठी नवे हॉटेल बांधायचे म्हटले तर ते नफ्यामध्ये चालण्यासाठी सरासरी ६० टक्क्यांच्या जवळपास ऑक्युपन्सी लागते. कधीतरी जाणाऱ्या थोड्या पर्यटकांमुळे ती मिळत नाही. परिणामी भारतातीलच नव्हे तर जगभरचा पर्यटन व्यवसाय निरनिराळ्या देशातील मोजक्या स्थळांपुरता सीमित होतो. इतकेच नव्हे, तर त्या ठिकाणी जाऊन नेमके काय पाहायचे किंवा काय करायचे हे सुद्धा ठरून जाते - त्यासाठी हवे ते 'इन्फ्रास्ट्रक्चर' तयार झालेले असते. ती ठिकाणे आणि त्या ठिकाणी करायच्या गोष्टी यावर टिकमार्क करणे असे पर्यटनाचे स्वरूप बनते. हॉलंडमध्ये गेले तर ट्युलिप गार्डन, जयपूरला गेले तर हवामहल, केरळमध्ये गेले तर बॅकवॉटर्स हे सारे पर्यटनाच्या यादीत असते. ती यादी पूर्ण करणे म्हणजे पर्यटन असे होते. इंग्रजीत त्यासाठी 'बीन देअर, डन दॅट' असा शब्दप्रयोग केला जातो. त्यामुळे पर्यटन हा प्रमाणीकृत, साचेबंद अनुभव होतो. महाबळेश्वरसारख्या निसर्गरम्य ठिकाणांना बाजारी स्वरूप येते. पण ते स्वीकारणे भाग आहे. प्रमाणीकृत झाल्यामुळे एकाहून अधिक कंपन्या स्पर्धात्मक किमतीत पर्यटन सेवा उपलब्ध करून देतात. अधिक नागरिकांना त्यांचा लाभ घेता येतो.

विचार केला तर असे लक्षात येईल की पर्यटनच नव्हे तर अन्य क्षेत्रातही 'प्रमाणीकरण' ही परवडणाऱ्या किमतीत वस्तू किंवा सेवा उपलब्ध करून देण्याची गुरुकिल्ली बनू पाहत आहे. जगातील असंख्य देशात पोषाखाच्या बाबतीत कमालीची विविधता आहे. मात्र उत्तरोत्तर, जगात सर्वत्र शर्ट-पॅट हा 'प्रमाणित' पोशाख बनत चालला आहे - अलिकडे महिला सुद्धा त्याचा अंगिकार करत आहेत. परिणामी जगभरातील कारखान्यातून मोठ्या प्रमाणावर उत्पादित होऊन सर्वांना सहज परवडेल इतक्या कमी किमतीत हा पोशाख मिळू शकतो. अर्थात त्याची सक्ती नाही. ज्यांना हवे त्यांच्यासाठी अन्य पर्याय आहेत पण त्यासाठी अधिक किंमत मोजण्याची तयारी हवी.

अमेरिका हा देश अन्य क्षेत्रांप्रमाणे प्रमाणीकरणाच्या बाबतीतही आघाडीवर आहे. उदाहरणादाखल, अमेरिकन घरातील खिडक्यांची मोजमापे एकसारखी असतात. घर बदलले तर जुन्या घरातील पडदे नव्या घरात जसेच्या तसे बसतात. बाहेर खाण्यासाठी मॅकडोनाल्ड, सबवे, डॅकिन डोनट अशी अमेरिकाभर पसरलेली साखळी दुकाने आहेत. तेथे सर्वत्र तेच, त्याच चवीचे - म्हणजे प्रमाणीकृत पदार्थ माफक किमतीत मिळतात. अनेक लोक घरी स्वैपाक करायचा त्रास घेत नाहीत. ह्या दुकानांच्या आधारे ते आपली गरज भागवतात. सकाळच्या नाशत्यासाठी अनेक लोक केलॉग कंपनीच्या तयार सीरील्स/ फ्लेक्सचा वापर करतात. त्यासाठी विविधतापूर्ण चवीच्या भोजनाचा आस्वाद घेण्याच्या इच्छेला मुरड घालावी लागते पण सोय आणि परवडणारी किंमत हे फायदे अधिक महत्त्वाचे ठरतात.

प्रमाणीकरणाच्या रेट्यापासून आपणही मुक्त नाही. प्रमाणीकरणाच्या ओघात भारताची सुप्रसिद्ध विविधता लोप पावताना दिसते. आपले लोकप्रिय संगीत, पॉपम्यूझिक, पाश्चिमात्य वळणाचे बनत चालले आहे. हिंदी आणि इंग्रजी ह्या दोन भाषांनी प्रादेशिक भाषांवर आक्रमण केले आहे. भारतातील प्रांतोप्रांतीचे लोकसंगीत, भाषा, पोशाख, पाककृती यांची पीछेहाट होत आहे. त्या जतन करण्यासाठी खास प्रयत्न करावे लागतात. तरीही २५ वर्षांनंतर त्यातील किती टिकतील हे शंकास्पदच आहे.

अर्थात प्रमाणीकरण हे अर्थव्यवहारांच्या सोयीसाठी आहे. खासगी पातळीवर विविधता राहणारच आहे. इंटरनेटमुळे समान आवड असणारे असंख्य गट, कम्युनिटीज तयार होत आहेत आणि टिकत आहेत. पण परवडणाऱ्या वस्तू आणि सेवा हव्या असतील तर त्या प्रमाणीकृत स्वरूपातच उपलब्ध होतील ही वस्तुस्थिती स्वीकारली पाहिजे. पॅकबंद पर्यटन हे त्याचे एक उदाहरण आहे इतकेच.

२३. कोणत्याही कामासाठी प्रोफेशनल दृष्टिकोन असायला हवा असे विधान वारंवार केले जाते. प्रोफेशनल असणे – किंवा नसणे म्हणजे नेमके काय ?

उत्तम डॉक्टर असलेल्या व्यक्तीकडे प्रोफेशनल म्हणून पाहा. त्याच्यामध्ये काही विशेष गुण आहेत असे आढळून येईल. त्यात व्यावसायिक कौशल्याबरोबर, रुग्णाशी वागण्या-बोलण्यातील ऋजुता, आपल्या व्यवसायाशी बांधिलकी, आर्थिक व्यवहारातील प्रामाणिकपणा वगैरे अन्य वैशिष्ट्येही आढळतील. पण डॉक्टरच नव्हे तर घरी काम करणाऱ्या प्लंबर किंवा सुताराकडूनही काही वेळा आपल्या कामाबद्दल आस्था, व्यवसाय कौशल्य, ग्राहकाला मदत करण्याची वृत्ती यासारखे गुण अनुभवायला मिळतात.

प्रोफेशनलिझम ह्या विषयावर सुब्रतो बागची ह्यांनी एक स्वतंत्र पुस्तकच लिहिले आहे. त्यातील महत्वाचे मुद्दे प्रोफेशनल दृष्टिकोन ही संकल्पना स्पष्ट करतात.

प्रोफेशनल असण्याची दोन प्रमुख लक्षणे आहेत. एक, प्रोफेशनल असलेल्या व्यक्तीवर कोणी सुपरव्हिजन करण्याची गरज नसते. त्याची जबाबदारी तो ओळखतो. दोन, आपण करत असलेल्या कामाची गुणवत्ता ठरवण्याचे आणि राखण्याचे काम तो स्वतःच करत असतो. त्यासाठी कोणी प्रमाणपत्र देण्याची गरज नसते. (किंबहुना उत्तम प्रोफेशनल्सच्या कार्यशैलीचा अभ्यास करून प्रमाणीकरणाचे निकष ठरवले जातात).

प्रोफेशनल व्यक्तीकडे खालील दहा गुण वैशिष्ट्येअसायला हवीत.

१. पैशाच्या आणि बोलण्या वागण्याच्या व्यवहारातील प्रामाणिकपणा.
२. कामाबद्दलची बांधिलकी आणि कामाची संपूर्ण जबाबदारी (झालेल्या चुकांसहित) स्वीकारण्याची वृत्ती.
३. काम पूर्ण करण्याची अंतिम मुदत, डेडलाइन ठरवून त्यानुसार योजनाबद्ध रीत्या काम करत राहणे.
४. आपल्या व्यवसायासंबंधी अद्ययावत ज्ञान आणि कौशल्य असणे (ज्ञान आणि कौशल्य ह्या दोन्ही वेगळ्या गोष्टी आहेत. ज्ञान म्हणजे माहिती असणे, कौशल्य म्हणजे प्रत्यक्ष करता येणे).
५. आपले कौशल्य सुधारण्यासाठी सातत्याने शिकत राहण्याची वृत्ती.
६. कामाचा तपशील आणि प्रगती यासंबंधी आवश्यक माहिती आपल्या क्लायंटला पुरवत राहणे.

७. कामाचे नियोजन आणि कामातील नियमितपणा (नेमक्या वेळी कामासाठी हजर असणे).
८. सकारात्मक दृष्टिकोन, सहजपणे उपलब्ध असणे (उदाहरणार्थ फोन न टाळणे किंवा मिस्ट कॉलला स्वतः होऊन उत्तर देणे).
९. दर्जेदार काम, चुका न करणे किंवा महत्त्वाच्या गोष्टी न विसरणे.
१०. आपल्या वागणुकीमुळे आणि कौशल्यामुळे, कनिष्ठ व्यक्तींसाठी रोल मॉडेल बनणे (वरिष्ठ डॉक्टरांच्या बाबतीत ते बऱ्याचदा घडते).

आता प्रोफेशनल नसण्याची दहा लक्षणे पहा. ती प्रोफेशनलिझम ही कल्पना अधिक चांगल्या प्रकारे स्पष्ट करतात.

१. दिलेली वेळ किंवा डेडलाइन न पाळणे.
२. वेळ/ डेडलाइन पाळली जाणार नसेल तर त्याबद्दल पूर्वसूचना न देणे.
३. स्वीकारत असलेल्या कामात हितसंबंध गुंतलेले असतील (उदाहरणार्थ जवळच्या नात्यातील व्यक्तीकडे कामाचा काही भाग सोपवायचा असेल) तर ते उघड न करणे.
४. कामातून मिळत असलेल्या माहितीची गोपनीयता न राखणे.
५. आपली पत्नी किंवा मित्र यांच्याबरोबर, ढिलेपणाने, गोपनीय माहितीची चर्चा करणे.
६. उचलेगिरी करणे (दुसऱ्याच्या कल्पना किंवा लिखित/ छापील मजकूर स्वतःच्या नावावर खपवणे)
७. झालेल्या चुकांची जबाबदारी अन्य (विशेषतः कनिष्ठ) व्यक्तींवर ढकलणे.
८. आपली शैक्षणिक पात्रता किंवा अनुभव फुगवून सांगणे.
९. नोकरी करत असलेल्या व्यक्तीने फारसा विचार न करता सतत नोकऱ्या बदलणे.
१०. कामासाठी अपेक्षित असलेला वेष आणि पेहराव यांची बंधने न पाळणे (उदाहरणार्थ दाढीचे खुंट वाढवून किंवा अनौपचारिक कपडे घालून कामावर जाणे).

प्रोफेशनल वागणूक असणाऱ्या थोड्या व्यक्तीपेक्षा तसे नसलेली असंख्य माणसे आपल्याला वारंवार भेटतात. त्यामुळे वरील विधानांची सत्यता अजमावून पाहणे

अवघड जाऊ नये. उलटअनेक यशस्वी व्यक्ती यशाचे शिखर गाठल्यावर सुद्धा प्रोफेशनल वागणुकीचे नियम पाळतात. अमिताभ बच्चनचे उदाहरणे त्यासाठी दिले जाते. याउलट अनेक प्रतिभावंत, टॅलेंटेड व्यक्ती अपेक्षित यश मिळवू शकत नाहीत. कळत नकळत ते प्रोफेशनलिझम मध्ये कमी पडतात.

२४. शारीरिक आरोग्याबरोबर मानसिक आरोग्यही महत्त्वाचे असते. संघटनांचे प्रमुखपद भूषवणाऱ्या व्यक्तीकडे तेही असायला नको काय ?

फक्त शारीरिक आणि मानसिक नव्हे तर आरोग्याचे इतरही - एकंदर ६ - पैलू आहेत. आणि संघटना जितकी महत्त्वाची तितकी त्यातील सर्वाधिक जबाबदारी पेलणाऱ्या व्यक्तीकडे ते सारेच असायला हवेत. खालील यादी पाहा.

शारीरिक - शारीरिक तंदुरुस्ती अलिकडे अधिकाधिक महत्त्वाची होत चालली आहे. वरिष्ठपदावर काम करण्याचा कामाचा आठवडा ८० ते ९० तासाचा असतो. जेमतेम झोप आणि बाकी सर्व वेळ काम अशी परिस्थिती असते. खूप प्रवास करावा लागतो. अलिकडे आंतरराष्ट्रीय प्रवासाचे प्रमाण वाढले आहे. जगात निरनिराळ्या देशात कामाच्या वेळा वेगळ्या असतात. त्यांच्याशी, तेथील हवामानाशी जुळवून घ्यावे लागते. (जेट लॅंगची चैन परवडत नाही). नाजुक प्रकृतीच्या माणसांचे ते काम नाही. अनुभव असा, की अपेक्षित शारीरिक तंदुरुस्ती ज्यांच्याकडे नाही ते व्यवस्थापक कार्यक्षम असले तरी साधारण ४५-५० ह्या वयात मागे पडत जातात. (सुरुवात, कोणती तरी महत्त्वाची संधी, प्रकृती ठीक नसल्यामुळे नाकारण्यापासून होते). काही, हृदयरोग, अतिरक्त दाब अशा दुखण्यांना बळी पडतात. उच्चपदाची महत्त्वाकांक्षा असेल तर प्रकृती निसर्गतःच उत्तम हवी आणि प्रयत्नपूर्वक तंदुरुस्तीकडे लक्षही पुरवायला हवे.

भावनिक - भावनिक तंदुरुस्तीचे सर्वात महत्त्वाचे लक्षण म्हणजे प्रतिकूल परिस्थिती, पराजय, जीवनात अनपेक्षितपणे सहन करावे लागणारे धक्के, संताप आणणाऱ्या घटना ह्यामुळे प्रक्षोभित न होता सर्वांना शांतपणे सामोरे जाण्याची वृत्ती. याचीच दुसरी बाजू म्हणजे अनुकूल परिस्थितीमध्ये सुद्धा अति उत्तेजित न होणे. बुद्धीचा समतोल कायम राहिला की भावनेच्या भारात, घाईमध्ये केल्या जाणाऱ्या कृती टळतात. थंडपणे, विचारपूर्वक प्रतिकूल परिस्थितीतून बाहेर पडण्याचा मार्ग शोधता येतो.

बौद्धिक - बौद्धिक तंदुरुस्ती म्हणजे बुद्धीची तीक्ष्णता, उत्तम ग्रहणशक्ती. समोर आलेली माहिती त्वरित समजून घेण्याची, नेमके प्रश्न विचारून, प्रश्नाच्या मुळाशी पोचण्याची क्षमता. चौकसपणा कायम ठेवून नव्यानव्या तंत्रांशी, कार्यपद्धतींशी जमवून घेण्याची तयारी. प्रश्न सोडवण्यासाठी नव्या कल्पना, नवा दृष्टिकोन सुचवता येण्याचे नैपुण्य.

सामाजिक - सामाजिक बुद्धिमत्ता म्हणजे विविध प्रकारच्या माणसांशी यथोचित संबंध प्रस्थापित करण्याची, ते उभयपक्षी लाभदायक ठरतील अशा पद्धतीने टिकवून धरता येण्याची क्षमता. नेटवर्किंग हा घटक उत्तरोत्तर महत्त्वाचा

होत चालला आहे. सामाजिक संबंधांच्या जोडीने व्यक्ती म्हणून आणखी एक क्षमता असावी लागते. त्याला व्यक्तिमत्त्वाची ताकद, स्ट्रेंथ ऑफ कॅरॅक्टर म्हणता येईल. समोरील व्यक्ती आणि व्यक्तिमत्त्वांमध्ये विश्वास निर्माण होईल अशी वर्तणूक असायला हवी.

व्यावसायिक - व्यावसायिक बुद्धिमत्ता म्हणजे निरनिराळ्या प्रसंगातून जाताना, कामाच्या जागी, आणि समाजात वावरताना त्यावेळी आपली जी काही भूमिका असेल ती समर्थपणे पार पाडता येणे (उदाहरणार्थ, वाटाघाटी करताना व्यवहार कुशल असायला हवे, भाषण करताना आपले मुद्दे समर्थपणे पटवून देता यायला हवे इत्यादी). व्यावसायिकतेचा आणखी एक भाग म्हणजे आपण स्वतः, आपली संस्था यशस्वी व्हावी, दोन्हीची निश्चित दिशेने प्रगती व्हावी अशी इच्छा आणि तसे प्रयत्न.

अध्यात्मिक - अलिकडे इतर प्रकारच्या बुद्धिमत्तेच्या बरोबरीने अध्यात्मिक - स्फिरिच्युअल - जाणीव असण्याची गरजही स्वीकारली जाऊ लागली आहे. अध्यात्मिक बुद्धिमत्ता म्हणजे व्यक्ती आणि संस्था म्हणून भोवतालच्या जगात आपले जे स्थान आहे त्याची यथार्थ जाणीव. अफाट विश्वाच्या पसाऱ्यातील आपण एक छोटासा भाग आहोत, आपल्यावाचून जगाचे काही अडणार नाही हे लक्षात ठेवणे. त्यातून अन्य व्यक्ती आणि घटना यांच्याकडे पाहण्याचा अलिप्त दृष्टिकोन, वेगळ्या प्रकारचे शहाणपण प्राप्त होतो.

याचा अर्थ 'आरोग्य' ही संकल्पना आपण मानतो त्यापेक्षा खूप व्यापक आहे. हे सर्व प्रकारचे आरोग्य जिच्या ठायी आहे अशी व्यक्ती असू शकते का? शंभर टक्के नसले तरी बऱ्याच प्रमाणात असायला हवे. निदान ते जोपासण्याचा प्रयत्न तरी नक्कीच करायला हवा.

२५. एखादा अशक्यप्राय प्रकल्प मर्यादित वेळात पूर्ण करायचा असेल तर त्यासाठी कोणते व्यवस्थापन तंत्र वापरतात ?

अशा प्रकारची कामे करण्याची वेळ लष्करी मोहिमांच्या संदर्भात वारंवार येते. अवघड काम करू शकणारा एक असामान्य गट तयार करायचा आणि त्यांच्यावर भिस्त ठेवून काम पूर्ण करायचे अशी ती पद्धत आहे. (त्यावर निर्माण झालेले काही इंग्रजी आणि हिंदी चित्रपटही आहेत). दुसऱ्या महायुद्धाच्या शेवटी, जर्मनी अणुबॉम्ब बनवण्याच्या तयारीत होता. तसे झाले असते, तर तो युद्ध जिंकणार हे नक्कीच होते. जर्मनीच्या आधी अणुबॉम्ब बनवायचा ह्या ईर्ष्येने, नोबेल पारितोषिक मिळवू शकतील अशा दर्जाच्या अमेरिकन आणि ब्रिटिश शास्त्रज्ञांचा एक गट निर्माण केला गेला. त्यांनी अहोरात्र काम करून अणुबॉम्ब बनवला. ते ज्या प्रकल्पाच्या अंतर्गत काम करत होते त्याला मॅनहॅटन प्रोजेक्ट असे नाव आहे. असामान्य गट कशासाठी आवश्यक असतो त्याचे हे उदाहरण आहे. अशा प्रकल्पातून पराकोटीचा व्यवस्थापकीय एक्सलन्स म्हणजे काय याची जाणीव होते, त्यामुळे व्यवस्थापन शास्त्राच्या अभ्यासकांसाठी तो कुतूहलाचा विषय झाला आहे. वॉरन बेनिस ह्या लेखकाने त्यावर 'ऑर्गनायझिंग जीनिअस' नावाचे पुस्तक लिहिले आहे.

अशा प्रकल्पांचा अभ्यास करून असामान्य गट कसे निर्माण करावे या संबंधीची तत्त्वे गठित करण्यात आलेली आहेत

१. असामान्य गटांची सुरुवात असामान्य माणसे निवडण्यापासून होते. असामान्य याचा अर्थ, प्रज्ञावान, मूलभूत विचार करण्याची क्षमता असलेले, प्रयत्न न सोडणारे, चौकस असा आहे. अशी माणसे बाहेरून शोधून आणावी लागतात किंवा आहे त्यातून निवडून काढावी लागतात. अशी माणसे स्वतंत्र वृत्तीची, एकारलेली असण्याची शक्यता जास्त असते. त्यांचा गट बनवून त्यांना परस्परांबरोबर काम करायला लावणे हे खरे अवघड काम.
२. असामान्य गटांचे नेतृत्व करण्यासाठी कुशल आणि कणखर नेता लागतो. अतिहुशार लोकांवर नियंत्रण ठेवणे सोपे काम नाही.
३. नेता आणि अनुयायी एकमेकाना घडवतात. जसा काळ जातो तसा नेत्याचे नेतृत्वगुण आणि सभासदांचे कर्तृत्व हे दोन्ही बहरत जातात.
४. असामान्य गटांचा नेता, हवी ती क्षमता कोणामध्ये आहे आणि त्या व्यक्तीला काम करण्यासाठी प्रेरित कसे करायचे या कामात वाकबगार असतो. मुख्य म्हणजे हाताखालचे लोक आपल्यापेक्षा गुणवान असले तर

त्याला न्यूनगंड वाटत नाही. ते तसे असणार हे गृहीत धरलेले असते.

५. असामान्य गटांचे सभासद गुणवंत असले तरी चांगले सहकारीसुद्धा असतात. इतरांना सहकार्य आणि मदत करण्याची त्यांची तयारी असते. मीटिंगमध्ये स्पष्टपणे बोलणारे सभासद असू शकतात पण ते हवे असतात. एरवी विक्षिप्त, एकांडे असलेले लोक गटाबरोबर काम करताना परिपक्व बनतात - किंवा ते आतून तसे असतात.
६. असामान्य गटांवर सोपवलेली कामगिरी म्हणजे जणू काही ईश्वरी इच्छा आहे असे ते मानतात. ते करत असतात ते काम नाही तर ध्येयपूर्ती असते. (शिवाजीमहाराजांच्या संदर्भातील 'हे राज्य व्हावे हे तो श्रींची इच्छा' हे वाक्य तसेच आहे.).
७. असामान्य गट स्वतंत्रपणे काम करतो, पण बाकीच्या संघटनेशी संपर्क ठेवून असतो. तो स्वतःला संघटनेपासून वेगळा समजत नाही.
८. प्रत्येक असामान्य गटासाठी एखादा खराखोटा शत्रू लागतो. त्या शत्रूचा पाडाव करणे हे त्यांचे उद्दिष्ट असते. (शत्रू अंतर्गत असला तरी चालतो. उदाहरणार्थ, तुम्ही अमुक वेळेच्या आत काम करू शकणार नाही असे म्हणणारी व्यक्ती शत्रूची भूमिका बजावते).
९. असामान्य गट आपण लढतीमधील जिंकण्याची अपेक्षा नसणारा प्रतिस्पर्धी आहेत असे समजतात. तसे समजणाऱ्यांना खोटे पाडणे हे त्यांचे काम असते.
१०. असामान्य गटांचे सभासद डोळ्यांना झापडे लावून काम करतात. आपल्या उद्दिष्टाशिवाय दुसऱ्या कोणत्याही गोष्टीकडे ते लक्ष देत नाहीत.
११. असामान्य गट आशावादी असतात. वस्तुनिष्ठ नसतात. याचा अर्थ, सर्वसामान्य माणूस ज्या अडचणी दिसल्यावर कामाला हातच लावणार नाही, त्या आयत्या वेळी या ना त्या प्रकारे सुटतील असे त्यांना वाटत असते. (मार्क ट्वेनचे एक वचन त्यांना लागू पडते - 'ते काम पूर्ण करतात कारण ते अशक्य आहे हे त्यांना कोणी सांगितलेले नसते').
१२. असामान्य गटांमध्ये कामाची विभागणी करताना योग्य माणसाकडे योग्य काम दिलेले असते. हे जमवून आणण्याची जबाबदारी नेत्याची असते.
१३. असामान्य गटांचा नेता मायक्रो मॅनेजमेंट करत नाही - म्हणजे बारीक सारीक बाबतीत लक्ष देत नाही. एकदा गट सभासदांवर काम सोपवले की त्यांना आपली कार्यपद्धती निवडण्याचे स्वातंत्र्य असते.

१४. असामान्य गट सोपवलेली कामगिरी पूर्ण करतातच.
१५. असामान्य गटांवर सोपवलेले काम पूर्ण होणे हेच त्यांचे पारितोषिक असते. अन्य कोणत्या प्रलोभनाची गरज नसते.

क्वचित 'लगान', 'चक दे इंडिया' अशा चित्रपटातून असामान्य टीम कशी निर्माण केली जाते ते दाखवले जाते. त्यातून व्यवस्थापनासाठी कोणते धडे मिळतात याच्यावर लेख आणि चित्रफिती तयार झालेल्या आहेत. वरील तत्त्वांपैकी काही ह्या चित्रपटातील टीमसच्या बाबतीत लागू पडतात, असे लक्षात येईल. मात्र त्या असामान्य व्यक्तींच्या टीमस नाहीत. सर्वसामान्य व्यक्तींकडून असामान्य काम कसे करून घ्यावे याची ती उदाहरणे आहेत.

ही तत्त्वे इतकी सुंदर, आदर्शवादी आहेत की तसे काम करणारा एक गट भेटला तरी आपण स्वतःला भाग्यवान समजू. १९७१ च्या युद्धात आपण पाकिस्तानचा निर्णायक पराभव करून बांगला देश स्वतंत्र केला. युद्धाची तयारी ४-५ महिने चालली. त्याकाळात ज्या असंख्य गुप्त मोहिमा राबवल्या गेल्या त्यांचा तपशील आता प्रसिद्ध होत आहे. त्या पूर्ण करणारे गट हे असामान्य गट होते; वरील सर्व तत्त्वे त्यांनी अंमलात आणली आहेत.

औद्योगिक प्रकल्प राबवताना सर्व पंधरा नाही तरी त्यातील अर्धीमुर्धी तत्त्वे प्रत्यक्षात उतरवता आली तरी आदर्श संघटना निर्माण होऊ शकतात. पैशाऐवजी मूल्ये किंवा ध्येयवाद यांनी झपाटलेल्या संघटना तयार झाल्या की त्या वैचारिक बांधिलकी असलेल्या नॉर्मेटिव्ह संघटना बनतात आणि असामान्य कामेही सहजपणे पार पाडतात!

२६. उद्योजक आणि उद्योजकता यांच्याबद्दल खूप बोलले जाते. उद्योजक हे खरोखर किती महत्त्वाचे ?

यशस्वी, किंवा अति यशस्वी (सुपर सक्सेसफुल) उद्योजक हे व्यापार आणि औद्योगिक क्षेत्रासाठी नायक आणि महानायक असतात. त्यांच्या यशस्वितेबद्दल व्यापक कुतूहल असते. जागतिक स्तरावर हेन्री फोर्ड, स्टीव्ह जॉब्स आणि इतर अनेकांची चरित्रे, आत्मचरित्रे लिहिली गेली आहेत, त्यांच्यावर चित्रपट निघाले आहेत. मध्यम स्तरावरील २० यशस्वी उद्योजकांवर रश्मी बन्सल यांनी 'कनेक्टिंग दी डॉट्स' नावाचे एक छान पुस्तक लिहिले आहे. उदाहरणार्थ, प्रेम गणपती ह्या उद्योजकाने निष्कांचन अवस्थेत मुंबईत येऊन आणि धाब्यावर भांडी घासण्यापासून सुरुवात करून, डोसा प्लाझा नावाची २६ हॉटेलांची साखळी निर्माण केली आहे. त्यातील अनेक मुंबईबाहेर, एक तर फ्रँचँइज स्वरूपात न्यूझीलंडमध्ये आहे. उद्योजक हा सर्वसामान्य माणसापेक्षा वेगळी मानसिकता असणारी व्यक्ती आहे असे उद्योजकतेविषयी लिहिलेल्या पुस्तकातून ध्वनित केले जाते. त्यांनी वर्णिलेल्या उद्योजकांच्या गुणवैशिष्ट्यांचे एक प्रातिनिधिक उदाहरण खालील यादीमध्ये आहे.

१. उद्योजक हा समस्यांवर उत्तरे शोधणारा माणूस असतो. तो अडचणी सांगत नाही तर त्या सोडवण्याचा प्रयत्न करतो.
२. उद्योजक कल्पक असतो. समस्या सोडवण्यासाठी चाकोरी बाहेरील उत्तरे शोधून काढण्याची क्षमता त्याच्यामध्ये असते.त्यासाठी आवश्यक ती साधन-सामग्री गोळा करण्याचे कौशल्यही त्याच्याकडे असते.
३. उद्योजकामध्ये भरपूर (टोकाचा) आत्मविश्वास असतो.
४. उद्योजकामध्ये, यशस्वी होईपर्यंत वाट पाहण्यासाठी आवश्यक, ती चिकाटी असते.
५. उद्योजक चांगल्या अर्थाने संधिसाधू, संधीचा फायदा घेणारा माणूस असतो.
६. उद्योजक हा एक प्रकारचा झपाटलेला माणूस असतो. आपला उद्योग आणि त्याची वाढ हाच त्याच्या जगण्याचा प्रधान हेतू असतो.
७. उद्योजक जोखमी निर्णय घेतो, पण जोखमी म्हणजे जुगारी नव्हे. संभाव्य फायद्या तोट्याचे गणित मांडून ते निर्णय घेतलेले असतात.
८. उद्योजकाकडे कोणत्या ना कोणत्या प्रकारचे वेगळे, व्यवस्थापकीय किंवा तंत्रज्ञान विषयक, ज्ञान असते.
९. उद्योजक हा, महाभारतातील फक्त पोपटाच्या डाव्या डोळ्याकडे लक्ष

देणाऱ्या अर्जुनाप्रमाणे, लक्ष्यकेंद्री (फोकस्ड) असतो. तो आपले ध्यान विचलित होऊ देत नाही.

१०. उद्योजकाकडे उत्तम संपर्क कौशल्य असते. तो आपली बाजू इतरांना पटवून देण्यात कुशल असतो.
११. उद्योजक हा काम पूर्ण करण्याच्या किंवा करून घेण्याच्या बाबतीत अधीर, उतावळा असतो. त्याला विलंब सहन होत नाही.
१२. उद्योजक हा खंबीर नेताही असतो. त्याच्या बरोबर काम करणाऱ्या व्यक्तींना योग्य मार्गदर्शन करण्याची क्षमता त्याच्यामध्ये असते.

उद्योजकांना इतके महत्त्व मिळण्याचे कारण आहे. कलेच्या क्षेत्रात नवनिर्मिती करणाऱ्या, सृजनशील कलाकारांचे जे स्थान आहे तेच औद्योगिक क्षेत्रात उद्योजकाचे आहे. औद्योगिक क्षेत्राचा केंद्रबिंदू असलेल्या औद्योगिक संस्थांचा तो निर्माता असतो. अपलचा संस्थापक स्टीव्ह जॉब्स स्वतःला, कला आणि तंत्रज्ञान यांच्या रेषा एकमेकांना जेथे छेद देतात त्या बिंदूवर उभा असलेला माणूस म्हणवत असे.

वर उल्लेखलेली तत्त्वे ही चुकीची नाहीत. मात्र उद्योजकाचा तो आदर्श आकृतिबंध आहे. असा आदर्श आकृतिबंध डॉक्टर, शिक्षक अशा कोणत्याही व्यावसायिकाचा बनवता येईल. मात्र जसे सर्व डॉक्टर आदर्श डॉक्टर नसतात, त्या प्रमाणेवरील सारे गुण, सर्व किंवा बहुसंख्य उद्योजकांमध्ये असतात असे नाही. यशस्वी म्हणून ज्यांचा गौरव केलेला असतो त्यांच्याच आयुष्यात अयशस्वितेची उदाहरणेही असतात. काही तर त्यांच्याबद्दल गौरवपर लिहिले गेल्यानंतर उत्तरायुष्यात अडचणीत सापडतात. त्यांच्याकडे असलेले तथाकथित गुण त्यांच्या कामी येत नाहीत. धीरूभाई अंबानीसारखे काही, संशयास्पद व्यवहारांमुळे वादग्रस्त ठरतात. एक गट म्हणून औद्योगिक संस्थांकडे पहिले तर असे लक्षात येते की निरनिराळ्या आकडेवारीनुसार बंद पडणारे नवे उद्योग ५० ते ७० टक्के असतात; इतके टक्के उद्योजक अयशस्वी ठरतात. सर्व शेतकरी आणि कारागीर, ते कोणाची नोकरी करत नसल्यामुळे तत्त्वतः 'उद्योजक' असतात. त्यांचीही संख्या उद्योजकांमध्ये मिळवली तर यशस्वितेचे प्रमाण शतांशात येईल. उद्योगातील अनिश्चिततेला घाबरून मराठी माणूस त्यापासून दूर राहणे पसंत करतो असे मानले जाते.

असे आहे तर आपण उद्योजकतेची इतकी भलावण का करतो? पाच कारणे आहेत

१. खासगी म्हणजे मुक्त अर्थव्यवस्था लहानमोठ्या असंख्य उद्योगांची बनलेली असते. उद्योजक हा खासगी अर्थव्यवस्थेचा मूलभूत घटक, बिल्डिंग ब्लॉक असतो; साहजिकच अर्थव्यवस्थेतील त्याचे महत्त्व अनन्यसाधारण असते.
२. टक्केवारीप्रमाणे जितके नवीन उद्योग यशस्वी ठरतात ते कितीही कमी असले तरी आताच्या उद्योगांच्या संख्येमध्ये ती नक्त वाढ असते. जे टिकतात त्यातील थोडे तरी मोठे, क्वचित खूप मोठे होतात. कोणीही उद्योजकतेकडे वळायला तयार नसेल तर हे थोडे तरी कोठून येणार? वाढत्या लोकसंख्येला नोकऱ्या तेच पुरवणार असतात.
३. अमेरिकेतील आकडेवारीनुसार किमान ५ वर्षे टिकणारे उद्योग ५० टक्के असतात आणि १० वर्षे टिकणारे ३० टक्के असतात. याचा अर्थ गरजेपेक्षा दुप्पट किंवा तिप्पट उद्योजकांनी उद्योग चालू केले तर निम्मे किंवा एकतृतीयांश टिकणार असतात. मुळात त्यांची संख्या जास्त असावी म्हणून उद्योजकतेचा पुरस्कार करणे योग्यच आहे.
४. 'यशस्वी उद्योग' हे मिथक नाही. उद्योग अपयशी ठरण्याची शक्यता असली तरी तो जुगार नसतो. यश-अपयश हे नशिबावर ठरत नाही. उद्योजकांनी केलेल्या चुकांमुळे ते अपयशी ठरतात. आयुष्यात योग्य वेळी योग्य प्रकारचा उद्योग चालू केला तर तो टिकून राहतो. गेल्या ५० वर्षांत अनेक यशस्वी छोटे उद्योग निर्माण झाले आहेत.
५. खूप श्रीमंत होण्याची महत्त्वाकांक्षा असेल तर उद्योजक होणे हाच पर्याय आहे. यशस्वी उद्योजकाच्या कमाईला मर्यादा नाही. श्रीमंतीबरोबर येणारे प्रतिष्ठा, मानसन्मान हे पाठोपाठ चालून येतात. कोणाची ताबेदारी न पत्करता स्वतंत्रपणे हवे तसे जगता येते. आपल्याबरोबर इतरांचाही फायदा करून देता येतो.

उद्योजकतेला उत्तेजन देताना एक पथ्य अवश्य पाळले पाहिजे. नवा उद्योग चालू करण्याचे ज्ञान आणि त्यासाठी हवी ती परिपक्वता असल्याशिवाय निव्वळ उत्साहाच्या भरात तो चालू करू देऊ नये. एम. बी. ए. आणि अभियांत्रिकीच्या विद्यार्थ्यांना नोकरीच्या मागे लागू नका, उद्योग चालू करा असा दिला जाणारा सल्ला बरोबर नाही. ही मुले जेमतेम २२-२३ वर्षांची असतात. उद्योगाचे नियोजन करणे, त्यासाठी हवे ते तंत्रकौशल्य आत्मसात करणे, अर्थव्यवस्थापन करू शकणे, ग्राहक मिळवणे ह्या गोष्टी अगदी थोडे अपवाद वगळता त्यांना करता येणे अवघड आहे. उद्योजक होऊ इच्छिणाऱ्या प्रत्येक व्यक्तीला खालील १० प्रश्नांची उत्तरे देता आली पाहिजेत. (ती देता यावी म्हणून उद्योग सुरू करण्यापूर्वी निदान ५ वर्षांचा अनुभव

असणे खूप उपयुक्त ठरते).

१. ग्राहकांनी तुमच्याकडे का यावे? तुमचा उद्योग त्यांच्या नेमक्या कोणत्या गरजा पूर्ण करणार किंवा कोणत्या अडचणी सोडवणार?
२. तुमच्या उद्योगातील महत्त्वाची ३-४ माणसे कोण? त्यांची पार्श्वभूमी, पूर्वानुभव काय आहे?
३. तुम्ही नेमकी कोणती उत्पादने/ सेवा देणार आहात? त्यात इतरांपेक्षा वेगळे काय आहे?
४. तुमची उत्पादने/ सेवा ह्यांची एकंदर बाजारपेठ किती मोठी आहे?
५. तुमची आताचे आणि भावी स्पर्धक कोण?
६. तुमचे बिझनेस मॉडेल, म्हणजे तुमचा उद्योग दीर्घकाळ नफ्यामध्ये का चालू शकेल याची कारणमीमांसा, सांगा.
७. तुम्ही जी उत्पादने/ सेवा देऊ करणार त्या आता नेमक्या कोणत्या टप्प्यावर आहेत? त्या पूर्णावस्थेत आणण्याचे वेळापत्रक आणि त्यामागील नियोजन काय?
८. तुमची उत्पादने/ सेवा ग्राहकांपर्यंत पोचवण्यासाठी तुम्ही कोणती वितरण प्रणाली वापरणार?
९. तुमच्या उद्योगाचे, वस्तुनिष्ठ गृहीतांवर आधारलेले, पुढील ५ वर्षांचे प्रक्षेपित (प्रोजेक्टेड) अंदाजपत्रक सादर करा.
१०. तुमची आताची आर्थिक गरज नेमकी किती? त्यातील जो भाग कर्जरूपी आहे, त्याचे व्याज आणि हप्ता वेळेवर देता येईल याचे नियोजन कसे केले आहे?

काही वेळा आपण उद्योजकतेचे इतके उदात्तीकरण करतो की नोकरी करणाऱ्या माणसाला तो काहीतरी चुकीचे करतो आहे असे वाटायला लागते. खरे तर उद्योजकाचे गुण असणाऱ्या कर्मचाऱ्यांची मोठ्या औद्योगिक संस्थांना खूप गरज असते. कंपनीचा विस्तार करायचा असेल तर जोखीम पत्करून नव्यानव्या योजना राबवाव्या लागतात - नव्या भौगोलिक क्षेत्रात पदार्पण करावे लागते, नवी उत्पादने किंवा सेवा बाजारात आणाव्या लागतात, कार्यप्रक्रिया बदलाव्या लागतात. मुळात हे सुचणे आणि नंतर ते अंमलात आणणे हे उद्योजकीय काम आहे. त्या प्रकारचे गुण अंगी असणारे कर्मचारी कंपनीच्या अंतर्गत काम करणारे उद्योजकच असतात. त्यांच्यासाठी एन्टरप्रनर ह्या शब्दाच्या जवळ जाणारा इंटरप्रनर

हा शब्द वापरला जातो. जोखीम पत्करणारा उद्योजक आर्थिक नुकसान होण्याचा धोका पत्करतो; जोखीम पत्करणारा कर्मचारी स्वतःच्या करिअरमध्ये पीछेहाट होण्याचा किंवा नोकरी गमावण्याचा धोका पत्करतो; यश आले तर बढती मिळणे, पगारात आणि अधिकारात भरघोस वाढ होणे असे फायदे मिळतात. त्यामुळे उद्योजकीय महत्त्वाकांक्षा बाळगणाऱ्या व्यक्तींनी नोकरी पत्करून कंपनीच्या अंतर्गत उद्योजक होण्याचा प्रयत्न केला तरी चालते.

हे सारे लक्षात घेऊन ज्यांना उद्योजक व्हायचे असेल त्यांनी खालील रणनीती वापरणे श्रेयस्कर आहे.

१. ज्यांना संघटनांमध्ये काम करणे निश्चितपणे आवडत नाही, मुख्य म्हणजे बॉस ही कल्पनाच पटत (सहन होत) नाही त्यांनी लवकर, सुमारे ३ ते ५ वर्षांचा अनुभव घेऊन स्वतःचा उद्योग उभारावा. तो एकट्याने चालू करण्यापेक्षा १ ते २ समविचारी आणि एकमेकांना पूरक गुण असलेले सहकारी बरोबर असणे अधिक चांगले. इन्फोसिस ही कंपनी नारायण मूर्ती, नंदन निलेकणी, एस. डी. शिबूलाल वगैरे सात लोकांनी चालू केली होती. ॲपलमध्ये स्टीव्ह जॉब्स आणि स्टीव्ह वॉझनॉक हे दोन मुख्य प्रवर्तक होते, जॉब्स मार्केटिंग आणि दैनंदिन व्यवहार बघायचा तर वॉझनॉक तंत्रज्ञ होता. मायक्रोसॉफ्ट ही कंपनी बिल गेट्स आणि पॉल ॲलन अशा दोघांनी चालू केली.

२. ज्यांची संघटनांबरोबर काम करायला हरकत नसते त्यांनी खुशाल मोठ्या संघटनेमध्ये सामील होऊन मनापासून काम करावे आणि आपली आणि कंपनीची प्रगती साधावी. आपण होऊन जबाबदाऱ्या अंगावर घ्याव्या. नोकरीच्या १०-२० वर्षात जितके शिकता येईल तितके शिकावे. मुख्यतः ओळखी वाढवाव्या. (संघटनेमध्ये काम करता येणे हे सुद्धा एक वेगळे कौशल्य आहे. शाळा-कॉलेजच्या वयात संघटनांच्या कामात सहभागी होऊन ते कौशल्य जाणीवपूर्वक विकसित करावे. त्याचा उत्तरायुष्यात खूप फायदा होतो). योग्य वेळी, २-३ वर्षे पूर्व तयारी करून, स्वतःचा उद्योग उभारावा. ४० ते ४५ हे वय त्यादृष्टीने आदर्श असते. तोपर्यंत थोडेफार भांडवलही जमा झालेले असते, आणि कंपनी मधील कटकटीतून मुक्त होऊन आपली वेगळी वाट शोधावी अशी मानसिकताही तयार झालेली असते.

२७. व्यवसायातील नीतीमत्ता, बिझनेस एथिक्स ह्या विषयावर खूप चर्चा चालते. ही फक्त चर्चा की ते व्यवहारातही उतरते ?

व्यापार उद्योगात एथिक्स पाळले जावे ही अपेक्षा बाळगण्यात काहीच चुकीचे नाही. खरे तर अनौपचारिक पातळीवर ते पाळले जातेही - सर्व व्यवहारात अप्रामाणिकपणा असता तर व्यापार उद्योगात कार्यरत असलेल्या व्यक्ती आणि संस्था यांचा जास्तीत जास्त वेळ आपण फसत नाही याची खात्री करण्यात गेला असता आणि स्थानिक, राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय अशा सर्व स्तरावरील व्यवहार ठप्प होऊन गेले असते. तसे होत नाही. भारतातील पारंपारिक व्यापारात अनेक व्यवहार फक्त शब्दावर, म्हणजे विश्वासावर होत असत; अजूनही होतात. फक्त मिशीचा केस, म्हणजे आपली प्रतिष्ठा, तारण ठेवून कर्ज घेतल्याची गोष्ट सांगितली जाते.

सामाजिक नीतीतत्त्वे व्यवहारांसाठी आवश्यक म्हणून अनुभवातून निर्माण झाली आहेत. आपण ती पाळली नाही तर समोरची व्यक्तीही पाळणार नाही आणि त्यामुळे आपल्याला अडचणी येतील, त्या टाळण्यासाठी, खोटे बोलू नये, चोरी करू नये, दिलेला शब्द पाळावा अशा रूढी; ज्येष्ठांचा आदर करावा, अतिथीचा पाहुणचार करावा, दुसऱ्याच्या पत्नीचा लोभ धरू नये, अन्न एकमेकांबरोबर वाटून घ्यावे अशा प्रथा निर्माण झाल्या. मॅनर्स आणि एटिकेट समाज व्यवहारात वंगणाची भूमिका बजावतात असे म्हटले जाते, त्या पाळल्यामुळे परस्पर व्यवहार सुकर होतात. वरील कितीतरी रूढी/ प्रथा जगभरातील बहुतेक समाजगटात स्वतंत्रपणे निर्माण झाल्या असल्या तरी त्या समान आहेत. व्यापार-उद्योग हा सामाजिक व्यवहाराचाच भाग आहे त्यामुळे व्यापारामध्येही त्या पाळल्या जातात हे आश्चर्य नाही. (उलट व्यापार म्हणजे निव्वळ अप्रामाणिकपणा असे मानले जाते हे आश्चर्य आहे!).

पण व्यावसायिक नीतीमत्ता हा विषय ह्यापेक्षा अधिक व्यापक आहे.

व्यावसायिक नीतीमत्तेचे तीन स्तर आहेत. पहिला स्तर, वर उल्लेखलेला, व्यावहारिक पातळीवरचा. परंपरेतून आलेल्या प्रथा पाळायच्या ही झाली पहिल्या स्तरावरील नीतीमत्ता. ती असायला हवी याबद्दल कोणाचेही दुमत असण्याचे कारण नाही. कर्जाऊ घेतलेले पैसे ठरल्या वेळी परत करावे, सौदा ठरला की तो एकतर्फी मोडू नये, नमुना म्हणून जो माल दाखवला तोच प्रत्यक्षात पुरवावा अशा प्रकारचे नियम पाळायला हवेत हे उघड आहे. तेही पाळले नाहीत तर ती पहिल्या स्तरावरील अनैतिकता ठरते आणि ती अनुचित मानली जाते.

नीतीमत्तेचा दुसरा आणि तिसरा स्तर ज्या प्रथा आणि रूढी पारंपारिक नाहीत पण जगभर व्यापारउद्योगासाठी नैतिक म्हणून रूढ झाल्या आहेत त्यांचे पालन

करण्यासंबंधी आहे. उदाहरणार्थ लाच देऊ नये किंवा घेऊ नये, ज्या देशात/ प्रांतात उद्योग चालतो तेथील कायद्यांचे पालन करावे, जे कर कायद्याप्रमाणे भरावे लागतात ते प्रामाणिकपणे भरावे, जी उत्पादने ग्राहकाला विकली जातात त्यांचा दर्जा कायम एकसारखा असावा, वेगळी जात, धर्म, लिंग या कारणांसाठी कर्मचाऱ्यांमध्ये भेदभाव करू नये, जी माहिती भागधारकांना दिली जाईल ती खरी असावी, उत्पादन प्रक्रियेतून कोणत्याही प्रकारचे प्रदूषण निर्माण होत नाही याची खबरदारी घ्यावी इत्यादी. मोठ्या औद्योगिक कंपन्या त्यांचे कर्मचारी आणि संचालक यांच्याकडून नेमके काय अपेक्षित आहे ते स्पष्ट करण्यासाठी त्या लिखित स्वरूपात प्रसृत करतात. उदाहरणार्थ, खरेदी विभागातील अधिकाऱ्यांनी पुरवठादारांकडून कोणत्या भेटवस्तू स्वीकाराव्या आणि स्वीकारू नये हे स्पष्ट केले जाते. (अनेक कंपन्या, ते नियम पाळल्यामुळे कंपनीचे नुकसान झाले तर त्यासंबंधी कर्मचाऱ्यांना जाब विचारला जाणार नाही हे सुद्धा सांगतात). ज्या प्रमाणे औद्योगिक कंपन्यांसाठी अशा लिखित सूचना असतात, तशा चार्टर्ड अकौंटंट, डॉक्टर, वकील अशा व्यावसायिकांसाठी आहेत. त्यांना प्रोफेशनल कोड ऑफ काँडक्ट असे म्हणतात.

प्राथमिक स्तरावरील नीतीमत्ता आणि वरील प्रगत प्रथा यात फरक असा की त्या अलिकडच्या काळातील असल्यामुळे त्यांना सार्वत्रिक मान्यता आहे असे म्हणता येणार नाही. अनेक छोटे व्यावसायिक आणि व्यापारी ह्यांना त्या अस्तित्वात आहेत हे सुद्धा माहिती नसेल. त्यामुळे त्यांचे पालन करण्याची मानसिकता अद्याप तयार झालेली नाही. दुसरे, त्या कोणत्या मर्यादित आणि कोणत्या पद्धतीने पाळल्या हे बऱ्याचदा संदिग्ध असते, तो निर्णय संबंधितांवर सोडला जातो.

दुसऱ्या स्तरावरील नीतीमत्तेला लॉ अँड ऑर्डर, कायदा पालनाचा स्तर म्हणता येईल. ज्यासंबंधी सुस्पष्ट कायदे आणि नियम आहेत त्यांचे पालन केले जावे ही अपेक्षा असते. उदाहरणार्थ, वाहतुकीचा नियम मोडला तर त्यासाठी होणारा दंड भरायचा, पोलिसाला लाच देऊन तो टाळायचा नाही. इन्कमटॅक्स, वस्तू आणि सेवा कर नियमाप्रमाणे भरायचे (पण कर वाचवण्यासाठी कायद्यातील संदिग्धतेचा फायदा मिळत असेल तर तो घ्यायचा). कर्मचाऱ्यांना कायद्याप्रमाणे किमान वेतन द्यायचे इत्यादी. त्यावरील तिसरा स्तर हा अधिक तरल आहे. नियमाच्याही पलिकडे जाऊन जे 'सत्य' आहे त्याप्रमाणे वर्तन करायचे. क्रिकेटचे उदाहरण द्यायचे झाले तर, आपण बाद झालो नसलो तरी पंचाने बाद असा निकाल दिला तर तक्रार न करता मैदान सोडायचे ही दुसऱ्या स्तरावरील नीतीमत्ता, पण आपण बाद आहोत हे स्वतःला पटले तर पंचाने बाद ठरवले नसले तरी मैदान

सोडायचे ही तिसऱ्या स्तरावरील नीतीमत्ता. नियमाप्रमाणे ७ तारखेपर्यंत पगार करावे असे ठरले असेल तर ७ तारखेलाच पगार द्यावे ही दुसऱ्या स्तरावरील नीतीमत्ता पण १ तारखेला पगार देणे उचित आहे असे वाटले तर तसे करायचे, किमान वेतनापेक्षा अधिक वेतन देणे योग्य आहे असे वाटले तर द्यायचे, ही तिसऱ्या स्तरावरील नीतीमत्ता.

व्यवसायातील नीतिमत्ता याविषयी सध्या जे विचारमंथन चालू आहे ते, अधिकाधिक लोकांना पहिल्या स्तराच्या वर, निदान दुसऱ्या, आणि शक्य तर तिसऱ्या स्तरापर्यंत घेऊन जाण्यासंबंधी आहे. पण वैयक्तिक पातळीवर तलाठ्याला लाच देण्यापासून कॉर्पोरेट पातळीवर सत्ताधारी व्यक्तीच्या स्विस अकॉउंटमध्ये भरणा करण्यापर्यंत, सोयीपुरती नीतीमत्ता हीच मानसिकता वारंवार अनुभवायला मिळते. २०१५ मध्ये फोक्सवॅगन ह्या प्रसिद्ध जर्मन कंपनीने अमेरिकेतील पर्यावरण विषयक चाचणीमधून आपली वाहने मंजूर व्हावी यासाठी फक्त चाचणीच्या वेळी, गाडी मधून उत्सर्जित होणाऱ्या दूषित वायूचे प्रमाण कमी दिसेल अशी यांत्रिक तरतूद केली. हा खोटेपणा उघडकीला आला आणि त्यासाठी फोक्सवॅगनला लक्षावधी डॉलरचा दंड भरावा लागला. याचा अर्थ नीतिमत्तेच्या पहिल्या स्तरावर घोटालेगारेच बहुसंख्य लोक आहेत, दुसऱ्या आणि तिसऱ्या स्तरावरील नीतीमत्ता पाळण्यासंबंधीची बांधिलकी अद्याप निर्माण झाली नाही. भारतातील फक्त १ टक्का लोक इन्कमटॅक्स भरतात, हे एक उदाहरण पुरेसे बोलके आहे.

व्यापार उद्योगातील नीतिमत्ता आणि व्यक्तिगत जीवनातील नीतिमत्ता यात मूलभूत फरक नसतो. दोन्हीकडे तीच माणसे निर्णय घेत असतात. मात्र औद्योगिक संघटना आकाराने खूप मोठी असल्यामुळे नीतिबाह्य वर्तणुकीमुळे तिने केलेले नुकसान खूप जास्त असते. व्यक्तीने घरातील कचरा रस्त्यावर टाकणे आणि रसायने बनवणाऱ्या कंपनीने कारखान्यातील सांडपाणी नदीत सोडणे ह्या कृती एकाच प्रकारच्या असल्या तरी औद्योगिक संघटनेकडे असलेली साधने आणि जाण लक्षात घेता त्यांचे कृत्य अ-वैध आणि अ-नैतिक असे दोन्ही ठरते. ज्या मानसिकतेमधून औद्योगिक संघटनेतील ज्येष्ठ व्यवस्थापक असे निर्णय घेतात ती बदलायला लावणे हा व्यावसायिक नीतिमत्ता ह्या विषयाचे पहिले उद्दिष्ट आहे.

व्यावसायिक नीतिमत्तेसंबंधी निर्णय घेताना दुसऱ्या किंवा तिसऱ्या स्तरावरील नीतिमत्ता पाळताना जी किंमत मोजावी लागते त्याचा खास विचार करावा लागतो. ज्या वेळी नियम मोडण्यासाठी सबळ (वाटेल) असे कारण असते त्यावेळी नैतिक निर्णय घेणे सोपे नसते. 'साध्य' गाठण्यासाठी साधने बाजूला ठेवायची का ह्या प्रश्नाचे उत्तर शोधायचे असते. एखादी मोठी ऑर्डर कंपनी चालू ठेवण्यासाठी आवश्यक आहे. ती मिळाली नाही तर कंपनी बंद पडण्याची शक्यता

आहे. अशा वेळी लाच देऊन ती ऑर्डर मिळवावी की सोडून द्यावी हे नैतिक यक्ष प्रश्नाचे एक उदाहरण. लाच देऊन ऑर्डर मिळवावी हे सोपे उत्तर वाटते, आणि बहुतेक लोक तेच करतात. पण ती वर उल्लेखलेली पहिल्या स्तरावरची, सोयीपुरती नीतीमत्ता झाली. लाच द्यायची नाही हे पक्के ठरवले तर विचार करण्याची पद्धतच बदलते. एका ऑर्डरवर कंपनीचे भवितव्य अवलंबून असावे, अशी परिस्थिती येऊनच न देणे, आली तर लाच न देता कंपनीच्या कामकाजात मूलभूत सुधारणा घडवून आणून पर्यायी मार्ग शोधून काढणे, कर्मचाऱ्यांना विश्वासात घेऊन काही काळ अडचणी सोसायला तयार करणे हे उत्तर येते. प्रत्यक्षात हा दुसरा मार्ग अनुसरणाऱ्या कंपन्या कमी असतील, पण अधिकाधिक उच्चपदस्थ व्यक्तीना त्या दिशेने विचार करण्यास प्रवृत्त करणे हे व्यावसायिक नीतिमत्ता ह्या विषयाचे दुसरे महत्त्वाचे उद्दिष्ट आहे.

नीतीमत्तेसंबंधीच्या वाढत्या जागरूकतेचा परिणाम म्हणून प्रगत देशात व्यावसायिक नीतीमत्तेचे मानदंड उंचावत आहेत. काही सुधारणा नक्कीच घडून आल्या आहेत. हल्ली बहुतेक मोठ्या कंपनीत व्यावसायिक नीतीमत्ता समिती असते. निर्णय घेताना निर्माण होणाऱ्या नैतिक समस्यांवर तोडगा काढण्याचे काम ही समिती करते. संघटनेमध्ये घडत असलेल्या नीतिबाह्य गोष्टी कोणाच्या लक्षात आल्या तर सरळ नीतिमत्ता समितीकडे तक्रार नोंदवण्याची त्यांना मोकळीक दिली जाते. ह्या प्रथेला 'व्हिसल ब्लोईंग' असे नाव आहे. आपल्या कंपनीमध्ये घडत असलेल्या गैरप्रकारांबद्दल निर्भीडपणे वरिष्ठांकडे तक्रार करणाऱ्या तीन व्यक्तींची(तीनही स्त्रिया) २००२ साली, टाइम ह्या सुप्रसिद्ध नियतकालिकाने पर्सन ऑफ द इअर म्हणून निवड केली होती.

२८. चुकीचे निर्णय का घेतले जातात ?

निर्णय चुकीचा ठरला याचा अर्थ उपलब्ध पर्यायांपैकी आपण जो निवडला तो योग्य पर्याय नव्हता. अन्य पर्याय - किंवा त्यांचा संयोग अधिक उपयोगाचा होता. असे घडले की स्थूलमानाने, जजमेंट चुकले असे म्हटले जाते. पण जजमेंट का चुकते? आठ कारणे आहेत.

१. प्रथम दर्शनी होणाऱ्या मताला सर्वाधिक महत्त्व - उपलब्ध पर्यायांमधून आपण मनातल्या मनात त्यापैकी २ किंवा ३ पर्यायांची संक्षिप्त यादी तयार करतो. तसे करताना आपण प्रत्येक पर्यायाबद्दल मत बनवतो. आणि ते अगदी थोड्या अवधीमध्ये, वरवरचा अभ्यास करून बनवलेले असते. आपण त्यापूर्वी अनुभवलेल्या प्रत्येक महत्त्वाच्या गोष्टीची - मग ते व्यक्ती, चित्रपट, पुस्तक, सॉफ्टवेअर, शहर काहीही असो - आपल्या मनात बरीवाईट प्रतिमा तयार झालेली असते. समोरचा पर्याय आणि आपल्या मनातले त्याच्यासारखे काहीतरी याची आपण तुलना करतो आणि त्यापेक्षा चांगले किंवा वाईट असे त्याचे मूल्यांकन करून टाकतो. हे आपले प्रथमदर्शनी झालेले मत. ते क्वचितच बदलते. ही कार्यपद्धती अशास्त्रीय आहे; त्यात सहज चूक होऊ शकते.

२. जे चालू आहे त्यात फार बदल नको - व्यवस्थापकीय निर्णय बऱ्याच वेळा जे चालू आहे त्याला धक्का लावायचा नाही ह्या तत्त्वावर आधारलेले असतात. जे आहे ते रुळलेले असते. त्यात काम करणारे माणसे ठरलेली असतात. वेळापत्रक बसलेले असते. नवीन काही करायचे म्हणजे हे सारे बदलायचे, नवीन अडचणी ओढवून घ्यायच्या. त्यामुळे आताच्या कार्यपद्धतीत कमीत कमी बदल करावा लागेल असा पर्याय स्वीकारला जातो. तो योग्य असतोच असे नाही.

३. ज्यावर आधीच खर्च झाला तो वसूल व्हायला हवा - आपण नवा प्रकल्प किंवा अपेक्षित विस्तार डोळ्यापुढे ठेवून काही खर्च केलेले असतात. ऑफिस घेतलेले असते किंवा माणसे नेमलेली असतात. हा खर्च वाया घालवणे मनाला पटत नाही - वास्तविक नंतर कराव्या लागणाऱ्या एकूण खर्चाच्या मानाने तो नगण्य असतो. तरीही केलेला खर्च कारणी लागेल असा पर्याय निवडला जातो.

४. जे आधी ठरवले त्याला अनुकूल तेवढेच पुरावे विचारात घेणे - समोर दिसणाऱ्या एखाद्या पर्यायाच्या बाजूने आपले सकारात्मक मत झाले असेल तर त्या पर्यायाला पोषक असतील त्याच माहितीकडे आपण जास्त लक्ष पुरवतो. माहितीचे वस्तुनिष्ठ परीक्षण करत नाही. इतर पर्यायांना पूरक असलेल्या माहितीकडे दुर्लक्ष करतो.

५. प्रश्नाकडे पाहण्याचा चुकीचा दृष्टिकोन - आपण घेत असलेला निर्णय कोणतीतरी समस्या सोडवण्यासाठी असतो. पण आपण ज्याला 'समस्या' समजतो ती खरी समस्या नसतेच. आपण मार्केटिंगची परिणामकारकता सुधारण्याचा प्रयत्न करत असतो पण प्रश्न दर्जा सुधारण्याचा असतो. प्रश्नच नीट समजला नाही तर उत्तर चुकणारच.

६. आंधळा आत्मविश्वास - आपल्या आजवरच्या कामगिरीवरून काही कामातील आपल्या क्षमतेबद्दल आपल्याला खात्री वाटत असते. त्याच्या आधाराने पुरेशी, पूर्वतयारी न करता आपण नव्या क्षेत्रात पदार्पण करू इच्छितो. त्यापायी चुका होतात, ग्राहकाचा विश्वास गमावण्याची वेळ येते.

७. अति सावध पवित्रा - काही कामे खूप वेगाने पूर्ण करायची असतात. त्यासाठी काही निर्णय त्वरित, जागेवर घ्यावे लागतात. खूप विचार करून, सल्लामसलत करून निर्णय घ्यायला वेळ नसतो. अशा वेळी केलेली चालढकल अंगाशी येते. हातातील संधी निसटते.

८. जे नुकतेच समजले त्यावर भरवसा - जी माहिती नुकतीच उपलब्ध झाली ती मनात ताजी असते. तिला वाजवीपेक्षा अधिक महत्त्व दिले जाते. उदाहरणार्थ, प्रकल्प पूर्ण करण्यासाठी कोणत्यातरी स्वतंत्र कंपनीबरोबर करार करायचा असतो. त्यांच्या बदल वर्तमानपत्रामध्ये नुकत्याच छापून आलेल्या मजकुरावरून आपण त्यांच्याबद्दल अनुकूल किंवा प्रतिकूल मत बनवतो. त्यांच्या आजपर्यंतच्या कामगिरीचा आढावा घेणे विसरून जातो.

निर्णय चुकण्यासाठी वरीलपैकी एक कारणसुद्धा पुरते! इतक्या प्रकारच्या चुका होऊ शकतात हे लक्षात घेऊन, निर्णय घेताना आणि तो राबवताना अधिक खबरदारी घ्यायला हवी.

२९. नेता, नेतृत्वगुण ह्या संकल्पनांना खूप महत्त्व दिले जाते. नेत्यांमध्ये असे काय गुण असतात की जे इतर व्यक्तींमध्ये नसतात ?

नेत्याची गरज ही मनुष्यप्राण्याला उत्क्रांतीमधून मिळालेला वारसा आहे. कळपाने जगणाऱ्या काही अन्य प्राण्यांमध्येही - उदाहरणार्थ माकडांमध्ये - टोळीप्रमुख असतो. निसर्गात सर्व प्राण्यांचे कळप किंवा टोळ्या नसतात. आणि कळपाने जगणाऱ्या सर्वांमध्ये नेता असतोच असे नाही. पण जेथे जबाबदाऱ्या वाटून घेऊन एखादे काम करायचे असते तेव्हा जबाबदाऱ्यांचे सुसूत्रीकरण हे अजून एक काम आपोआप तयार होते, आणि त्यासाठी नेत्याची गरज लागते. निसर्गामध्ये जीवनसंघर्ष आणखी कठीण असतो. त्यामुळे सर्वात बलिष्ठ प्राणी नेता बनतो. तो कळपातील माद्यांवरही हुकमत गाजवतो. सर्वात बलिष्ठ नराची जनुके अधिक प्रमाणात पुढच्या पिढीकडे जातात. गटाचे सामर्थ्य टिकून राहण्यासाठी त्याचा फायदा होत असावा.

माणूस हा प्राणिसृष्टीतील आपल्या सर्वात जवळच्या पूर्वजांप्रमाणे, कळपाने जगणारा प्राणी आहे. माणसांचे सुरुवातीचे गट जवळजवळ निसर्गातील अन्य प्राण्यांप्रमाणेच जगत असावेत. त्यामुळे सर्वात बलिष्ठ व्यक्ती नेता बनणे हे स्वाभाविक होते. अजूनही खेळ किंवा युद्ध अशा ज्या कामासाठी शारीरिक क्षमतेची गरज अधिक असते तेथे शारीरिक तंदुरुस्तीला प्राधान्य दिले जाते. मात्र आपण आदिमानवाला कराव्या लागणाऱ्या कामांच्या मानाने कितीतरी अधिक गुंतागुंत असलेली सामूहिक कामे पार पाडतो. त्यामुळे शारीरिक क्षमता नव्हे तर बौद्धिक, भावनिक, नैतिक अशा अनेक क्षमतांचा विचार करून आपले नेते निवडले जातात. त्यात काही वैशिष्ट्यपूर्ण प्रथा लक्षात येतील. प्रत्यक्ष युद्धात भाग घेणारे सेनाधिकारी तरुण असतात पण जेथे अधिक अनुभव आणि शांतपणे निर्णय घेण्याची गरज आहे असे वरिष्ठ पातळीवरील निर्णय घेणारे लष्करी अधिकारी साठीच्या वयाचे असले तरी चालते.

निसर्गातील नेता निवडण्याची प्रक्रिया शारीरिक क्षमतेवर आधारलेली असल्यामुळे वस्तुनिष्ठ असते - शारीरिक झुंजीत जो जिंकतो तो नेता होतो. त्यामानाने, कोणत्या प्रकारचा नेता हवा आहे आणि तो कसा निवडला जावा ह्या दोन्ही बाबतीत आपण निर्माण केलेल्या सिस्टिम्स संदिग्ध आहेत. त्यामुळे कितीतरी वेळा नेतेपदावर नेमली गेलेली व्यक्ती हा सर्वोत्तम पर्याय नसतो. (ज्येष्ठता हा अनेकदा नेतेपदावर नेमणूक होण्याचा निकष असतो). पण खरे तर त्यामुळे फारसे बिघडत नाही. नेतृत्व हे संघटनेसाठी आवश्यक असलेले एक पद आहे; त्या पदावरील व्यक्तीची काही निश्चित कामे आहेत - कामांचे अग्रक्रम ठरवणे, मार्गदर्शन करणे, अनुयायांना कार्यप्रेरित करणे, कामावर नियंत्रण ठेवणे

इत्यादी. अनुभव असा की थोडाफार अनुभव आणि सरासरीपेक्षा थोडी अधिक क्षमता असलेल्या बऱ्याच व्यक्ती ही कामे करू शकतात. त्या पदाचा अधिकार आणि कार्यक्षम सहाय्यक यांच्या आधारे त्यांना काम करता येते. शतकानुशतके, जगात बहुतेक ठिकाणी राजाचा मोठा मुलगा त्याच्या पाठोपाठ राज्यपदावर येत आला आहे. तो त्या पदासाठी लायक असलेला, राज्यातील सर्वांत सक्षम माणूस आहे असे मानणे अवघड आहे. पण तरीही, अपवाद वगळता, राज्यव्यवस्था व्यवस्थेच्या पातळीवर, अखंडितपणे चालू राहिली आहे.

नेतृत्व करण्याची मानसिकता हा नेता बनण्यासाठी आवश्यक असलेला महत्त्वाचा घटक असतो. त्यामागील प्रेरणा सत्ता, कीर्ती, पैसे यापैकी एक किंवा त्यांचे कमीजास्त प्रमाणातील मिश्रण असते. सर्वांमध्ये नेता बनण्याची इच्छा असतेच असे नाही. काही जणांना जबाबदारी पार पाडण्याचा आत्मविश्वास नसतो, काही जणांना सत्ता, कीर्ती, पैसे यांचे आकर्षण नसते. नेत्याची गरज भासण्याचे एक कारण, बहुसंख्य लोक नेता बनण्याऐवजी अनुयायी होणे पसंत करतात.

सर्वसामान्यपणे आपले नेतृत्व फार उंची गाठत नाही हे खरे असले तरी अधूनमधून गुणवत्ता आणि नेमणूक करण्याची सिस्टीम यांचातील समन्वयाने असामान्य नेते निर्माण होतात. ते राजकीय, औद्योगिक, शैक्षणिक, सामाजिक अशा कोणत्याही क्षेत्रात असू शकतात. त्यांच्या कार्यपद्धतीचा अभ्यास करून आदर्श नेता कसा असावा यासंबंधी असंख्य पुस्तके लिहिली गेली आहेत. त्यातील काही उल्लेखनीय मुद्दे.

नेता हा आपल्या काळाचे अपत्य असतो. छत्रपती शिवाजी महाराज किंवा महात्मा गांधी, प्रत्यक्षात आले त्याच्या २५-३० वर्षे आधी किंवा नंतर, आपली कामगिरी बजावू शकले नसते. लोकप्रिय राजकीय नेता आणि अनुयायी यांची वेव्हलेंगथ जुळलेली असते, आणि तोही काळाचा परिणाम असतो. असंख्य अनुयायांच्या अपेक्षांतील सर्वाधिक समान भाग, नेत्याच्या विचारात प्रतिबिंबित झालेला असतो आणि नेत्याचे विचार स्वीकारण्यासाठी आवश्यक ती पार्श्वभूमी सामाजिक परिस्थितीने निर्माण केलेली असते. त्यांच्या काळापुरते नेता आणि अनुयायी एकमेकांना बरोबर अनुरूप असतात. बाळासाहेब ठाकरे किंवा हिटलर यांचे नेतृत्व स्वीकारले गेले कारण त्यांच्या काळातील जनतेच्या व्यथांवर त्यांनी नेमके बोट ठेवले.

दृष्टेपणा हा उत्तम नेत्याचा गुणविशेष असतो. समोर काहीच नसताना एखाद्या विराट प्रकल्पाची प्रतिमा, तो उभारताना येणाऱ्या अडचणींसह, मनात उभी करणे आणि अनेक वर्षे कमालीचा चिवटपणा आणि आत्मविश्वास यांच्या सहाय्याने तो पुरा करणे ही थक्क करणारी गोष्ट आहे. जे. आर. डी. टाटा, जी. डी. बिर्ला,

धीरूभाई अंबानी ह्या उद्योजकांनी उभारलेले अनेक उद्योग, विक्रम साराभाई ह्यांनी निर्माण केलेली भारतीय अंतराळ संशोधन संस्था, पद्मश्री विठ्ठलराव विखे पाटील यांनी प्रवरानगरच्या परिसरात सुरू केलेला पहिला सहकारी साखर कारखाना ही द्रष्टेपणाची काही उदाहरणे.

नेत्यांच्या दर्जाचे चार स्तर असतात. सर्वात खालच्या स्तरावरील नेत्याला अनुयायी भितात. दहशत आणि शिक्षेची भीती यांच्या सहाय्याने तो काम करून घेतो. त्याच्या वरच्या स्तरावरील नेत्याबद्दल लोकांना प्रेम, आपुलकी वाटते. लोकांना मदत करणे हा त्याच्या नेतृत्वगुणाचा महत्त्वाचा भाग असतो. त्याच्या वरच्या स्तरावरील नेत्याबद्दल अनुयायांना आदर वाटतो. त्यांची क्षमता किंवा व्यक्तिमत्त्वातील गुण यामुळे तो निर्माण झालेला असतो. सर्वोच्च स्तरावरील नेता आणि अनुयायी यांच्यात इतकी एकतानता निर्माण होते की त्यांना नेत्याच्या प्रत्यक्ष मार्गदर्शनाची गरज उरत नाही, नेत्याला अपेक्षित असलेले काम ते स्वतः होऊन करतात. छत्रपती शिवाजी महाराजांच्या बाबतीत असे घडत असे.

नेत्यांचा अनुयायांवर असलेला प्रभाव चार विभिन्न कारणांमुळे असू शकतो. काही नेत्यांचे व्यक्तिमत्त्व अत्यंत प्रभावशाली असते. पूर्वयुष्यातील घटनांमुळे त्यांच्या भोवती वलय तयार झालेले असते. व्यक्तिमत्त्वाचा करिष्मा हे त्यांच्या नेतृत्वगुणांचे वैशिष्ट्य असते. दुसऱ्या प्रकारचे नेते वागण्या बोलण्यातील तारतम्य, व्यवहारचातुर्य, उत्तम राजकीय अनुमान यामुळे नेतेपदाला पोचतात. शरद पवार हे एक उदाहरण. तिसऱ्या प्रकारचे नेते आदर्शवाद किंवा वेगळा राजकीय विचार यांच्यामुळे प्रसिद्धीला पोचतात. त्यांचे अनुयायी विचारांनी प्रभावित झाल्यामुळे त्यांचे नेतृत्व स्वीकारतात. चौथ्या प्रकारचे नेते आपल्या कामात विलक्षण तरबेज असतात, त्यांच्या आधाराने ते आपल्या अनुयायांना सहज मार्गदर्शन करू शकतात. अर्थात हे गट स्थूलमानाने बनवले आहेत. बहुतेक प्रभावी नेत्यामध्ये यातील दोनतीन गुणविशेषांचा समन्वय झालेला असतो.

३०. आय. क्यू. (इंटेलिजन्स कोशंट) पाठोपाठ ई.क्यू. (इमोशनल कोशंट) आणि हा शब्दप्रयोग कानावर पडू लागला आहे. त्यात काही तथ्य आहे ?

इंटेलिजन्स कोशंट, म्हणजे बुद्ध्यांक मोजण्याच्या खूपशा विश्वासाह पद्धती मानसशास्त्रज्ञांनी विकसित केल्या आहेत. तर्कशुद्ध विचार करण्याची क्षमता, विचार नेमकेपणाने व्यक्त करण्याची क्षमता, विचार करण्याचा वेग आणि स्मरणशक्ती ह्या क्षमता बुद्ध्यांकामध्ये मोजल्या जातात. ज्या प्रकारच्या कामांसाठी त्यांची गरज असते - उदा. संगणक अभियांत्रिकी - त्यासाठी उच्च बुद्ध्यांक असलेल्या व्यक्ती निवडल्या जातात.

सर्वच कामांसाठी उच्च बुद्ध्यांकाची गरज नसते, अनेक कामांसाठी फक्त उत्तम कॉमनसेन्स असला तरी पुरेसे होते. पण बहुतेक व्यक्तींमध्ये अन्य कोणतीतरी क्षमतासुद्धा असते. बुद्धिमत्तेव्यतिरिक्त इतर क्षमतांसंबंधीची जाणीव वाढीस लागावी म्हणून भावनिक बुद्धिमत्ता, कलाविषयक बुद्धिमत्ता, अध्यात्मिक बुद्धिमत्ता, सर्जनशीलता विषयक बुद्धिमत्ता अवकाश विषयक बुद्धिमत्ता (स्पेशिअल इंटेलिजन्स - जो चांगल्या आर्किटेक्टकडे असतो) असे शब्द वापरात आले. पण बुद्ध्यांकाचे मापन करण्यात जो नेमकेपणा आहे तो बाकीच्या क्षमतांमध्ये नाही. भावनिक बुद्धिमत्तेव्यतिरिक्त इतरांच्या बाबतीत बुद्धिमत्ता हा शब्द न वापरता फक्त क्षमता इतकाच शब्दप्रयोग करणे सयुक्तिक ठरेल.

भावनिक बुद्धिमत्ता मोजण्याच्या फार शास्त्रशुद्ध नसल्या तरी स्थूल चाचण्या उपलब्ध आहेत. भावनांवर नियंत्रण ही सर्व लोकांसाठी उपयुक्त असलेली क्षमता असल्यामुळे भावनिक बुद्धिमत्ता ही संकल्पना समजून घेण्याची गरज आहे.

भावनिक बुद्धिमत्ता म्हणजे स्वतःला प्रेरित करण्याची क्षमता, नैराश्य आले तरी त्यावर मात करून प्रयत्न चालू ठेवण्याची वृत्ती. क्षणिक भावनावेगावर नियंत्रण ठेवता येणे. आपले उद्दिष्ट साध्य होण्यासाठी वाट पाहता येण्याची तयारी. स्वतःचे मूड्स आणि व्यथा यांचा आपल्या विचारांवर परिणाम होऊ न देणे. इतरांबद्दल सहवेदना वाटणे आणि कायम आशावादी असणे. भावनिक बुद्धिमत्तेचे पाच पैलू म्हणजे आत्मभान, आत्मनियंत्रण, स्वयंप्रेरणा, सहवेदना आणि सामाजिक क्षमता. डॅनिएल गोलमनच्या मूळ संज्ञा - सेल्फ अवेअरनेस, सेल्फ रेग्युलेशन, सेल्फ मोटिव्हेशन, एम्पथी आणि सोशल स्किल्स.

आत्मभान म्हणजे भावनांशी संबंधित असणाऱ्या कोणत्याही प्रसंगाच्या वेळी आपल्याला जे काही जाणवत आहे त्यामागे नेमक्या कोणत्या भावना आहेत ते त्वरित लक्षात येणे - तसे झाले तर त्या भावनेवर नियंत्रण आणण्याची प्रक्रियाही

तत्क्षणी चालू होते. काही महत्वाच्या भावनिक प्रतिक्रिया निसर्गातून आल्या आहेत. राग, भीती, कामवासना, वात्सल्य ह्या भावना माणसांसह सर्व प्राण्यांमध्ये समान आहेत. कुत्रा किंवा मांजर यांनाही राग येतो, भीती वाटते. त्या भावना निर्माण झाल्या की क्षणार्धात ठराविक हार्मोन्सचा शरीरात स्राव होतो. त्या भावनांशी सुसंगत अशी शारीरिक प्रतिक्रिया घडावी यासाठी ते आवश्यक असते. शारीरिक पातळीवर ते जाणवते. उदाहरणार्थ, आपल्याला राग येतो आहे हे लक्षात येते. किंवा आपण आता जे काही बोलणार आहोत ते मत्सरापोटी आहे हे, बोलण्याआधी समजते. हे लक्षात येण्याइतकी संवेदनाक्षमता असणे म्हणजे आत्मभान. ते सवयीने विकसित करता येते.

आत्मनियंत्रण हे आत्मभानापाठोपाठ येते. भावनांच्या आहारी जाऊन कृती केल्यामुळे आपले नुकसान होईल असे वाटले तर त्यापासून दूर राहता येते, किंवा योग्य त्या पर्यायी कृतीसाठी तयारी सुरू करता येते. भावनांवर आधारित योग्य तो निर्णय, योग्य प्रमाणात, योग्य वेळी घेता येणे हे भावनांवरील नियंत्रण. ह्या दृष्टिकोनाचा एक भाग म्हणजे आपली उद्दिष्टे पूर्ण होण्यासाठी वाट पाहण्याची तयारी असणे, घाई करण्याची गरज न भासणे.

स्वयंप्रेरणा याचा अर्थ, अपयश किंवा नैराश्य स्वीकारावे लागल्यावर दीर्घकाळ त्याच्या दडपणाखाली न राहता त्यातून बाहेर पडण्यासाठी चंग बांधणे, आणि तो प्रत्यक्षात उतरवणे. समोर येणाऱ्या प्रत्येक अडचणीला या प्रकारे तोंड देण्यासाठी, कायमस्वरूपी सकारात्मक दृष्टिकोन असावा लागतो. स्वयंप्रेरित व्यक्तीला बाहेरून कोणी उत्तेजन देण्याची गरज नसते.

सहवेदना, एम्पथी, म्हणजे दुसऱ्या व्यक्तीच्या भावना, आपण त्याच्या जागी आहोत अशी कल्पना करून, समजून घेण्याची क्षमता. तसे करता आले तर भोवतालच्या घटना किंवा व्यक्तींची वागणूक यांचा अर्थ लगेच ध्यानात येतो, त्यावर योग्य ती उपाययोजना करता येते. ज्यांना स्वतःच्या भावना समजतात त्यांना इतरांच्या भावना समजणे अवघड जात नाही. उदाहरणार्थ आपल्याप्रमाणे समोरच्या व्यक्तीलाही राग येऊ शकतो हे लक्षात आले की त्या व्यक्तीशी किंवा गटाला समजून घेता येते, त्यांच्याशी संपर्क प्रस्थापित करता येतो.

सामाजिक क्षमता याचा अर्थ परस्परसंबंध सांभाळण्यातील कौशल्य. लोकांशी संवाद साधताना जे काही सांगायचे त्याच्या बरोबरीने भावनिक पातळीवरही संपर्क प्रस्थापित करता येण्याची कुवत. उत्तम भावनिक बुद्धिमत्ता असलेल्या व्यक्तींना दुसऱ्या व्यक्तीची वेव्ह लेंगथ सहजपणे पकडता येते. विशेषतः टीम घडवताना, चर्चा/ वाटाघाटी करून प्रश्न सोडवताना ह्या कौशल्याचा खास उपयोग होतो.

हा सर्व तपशील महत्वाचा आहे याबद्दल दुमत होणार नाही. विशेषतः नेतृत्वपदावरील व्यक्तीसाठी भावनिक बुद्धिमत्ता ही जमेची बाजू ठरते. इतर प्रकारच्या बुद्धिमत्ता काही प्रमाणात उपजत असतात, भावनिक बुद्धिमत्ता आयुष्यातील अनुभव आणि प्रयत्न यांच्या सहाय्याने विकसित करता येते. याच कारणासाठी वयाने ज्येष्ठ, स्थिर बुद्धीच्या, विचारी नेत्याची निवड राजकीय नेतृत्वासाठी करायला हवी - युद्ध पुकारण्यासारखे काही राजकीय निर्णय इतके महत्वाचे असतात की त्यासाठी अनुभवातून आणि शहाणपणातून आलेली परिपक्वता आवश्यक असते.

भावनिक बुद्धिमत्ता विकसित करणे हे फक्त व्यावहारिक फायद्यासाठी नाही. घरातील व्यक्तींचे, उदाहरणार्थ पतिपत्नी किंवा कुटुंबातील व्यक्ती, यांच्यामधील संबंध उत्तम असणे हे सुद्धा त्यांच्या भावनिक परिपक्वतेवर अवलंबून असते. जेव्हा संबंध बिघडतात तेव्हा आत्मभान, आत्मनियंत्रण, स्वयंप्रेरणा, सहवेदना आणि सामाजिक क्षमता ह्या पाच घटकांपैकी कोणतातरी पाळला जात नसतो. विकोपाला गेलेल्या कौटुंबिक भांडणात एकमेकांबद्दलची सहभावना, एम्पथी हरवलेली असते. किंवा संबंध टिकवून ठेवण्यासाठी आवश्यक ते संकेत पाळले गेलेले नसतात.

३१. बाकीच्या तंत्रज्ञानात नसले तरी कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअर च्या क्षेत्रात भारतीय तंत्रज्ञांनी बऱ्यापैकी यश संपादन केले आहे. हे कसे घडले ?

भारतात संशोधनाची आणि विद्याभ्यासाची दीर्घ परंपरा आहे. गणित, भाषा, व्याकरण आणि वैद्यक ह्या विषयांचा अभ्यास शतकानुशतके चालत आलेला आहे. इंग्रजी राजवटीनंतर पदार्थविज्ञान, रसायनशास्त्र, जीवशास्त्र, भूगर्भशास्त्र, पाश्चिमात्य वैद्यक वगैरे विज्ञाने, आणि इंग्रजी हे विषयही अभ्यासले गेले. पदार्थविज्ञानातील तीन, रसायनशास्त्रातील एक आणि अर्थशास्त्रातील एक अशी पाच नोबेल पारितोषिकेही भारतीयांच्या नावावर आहेत. मात्र भारतीय बुद्धिमंत शक्यतो सैद्धांतिक क्षेत्रात काम करणे पसंत करतात. पाश्चिमात्य देशात स्वतःचे हात काळे करून घेऊन यंत्रे, रसायने यांच्याबरोबर काम करून प्रयोग करत राहण्याची जी वृत्ती आहे ती भारतात नाही. मेकॅनिकल इंजिनिअर होऊन कारखान्यात उत्पादन व्यवस्थापकपदावर काम करणारा माणूस घरातील यांत्रिक उपकरण बिघडले तर उघडून बघत नाही. बहुधा याच कारणामुळे तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात भारतीयांचे योगदान मर्यादित आहे. ज्याप्रमाणे कागद, बंदुकीची दारू, होकायंत्र, चीनी माती असे शोध चीनी लोकांच्या नावावर आहेत तसे भारतीयांच्या बाबतीत नाही. भारतात जे काही तंत्रज्ञान दिसते ते बुद्धिमंतानी नव्हे तर विणकर, वास्तुशिल्पी, लोहार अशा कसबी कारागीरांनी निर्माण केले आहे.

हे फक्त भारतीयांच्या बाबतीतच आहे असे नाही. २०१६ पर्यंत दिल्या गेलेल्या नोबेल पारितोषिकांपैकी २२ टक्के, जगाच्या लोकसंख्येच्या पाव टक्क्याहून कमी असलेल्या ज्यू लोकांनी पटकावली आहेत. बहुतेक पारितोषिकविजेते आईनस्टाईनसारखे उच्चकोटीचे सैद्धांतिक आहेत. थॉमस एडिसन, मार्कोनी, अलेक्झांडर ग्रॅहॅम बेल, लुई पाश्चर यासारख्या संशोधकांच्या यादीत ज्यू लोकांची नावे दिसणार नाहीत. ते थिअरीमध्ये पक्के असतात, प्रॅक्टिकलमध्ये नव्हे. भारतीय बुद्धिमंतांच्या बाबतीत तेच म्हणता येईल. (लक्षणीय गोष्ट म्हणजे भारताप्रमाणे इस्राइल सुद्धा संगणक क्षेत्रात आघाडीवर आहे).

विसाव्या शतकाच्या शेवटी भारतीयांच्या सुदैवाने असे एक कार्यक्षेत्र निर्माण झाले की ज्यात सैद्धांतिक बुद्धिमत्ता असणाऱ्या व्यक्तींसाठी भरपूर वाव आहे आणि त्यासाठी उत्तम मोबदलाही मिळतो. ते म्हणजे कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअर.

कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअरचे क्षेत्र सैद्धांतिक बुद्धिमंतांसाठी आदर्श कार्यक्षेत्र आहे. कॉम्प्यूटर प्रोग्रॅमिंगमधल्या समस्या गणित सोडवल्याप्रमाणे सोडवायच्या असतात. कॉम्प्यूटरवर काम करताना प्रत्येक व्यक्ती आपले काम स्वतंत्रपणे, आपल्या पद्धतीने, आपल्या वेळात करू शकते. कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअर व्यतिरिक्त इतर कामात किमान दोनतीन लोकांची टीम असते, त्यांनी परस्परंशी जमवून घेऊन

काम करायचे असते. कॉम्प्यूटरवर काम करताना फक्त यंत्राशी जमवून घ्यायचे असते. यंत्राला भावभावना नसतात. माणूसघाणा आणि विक्षिप्त माणूस सुद्धा उच्चकोटीचा सॉफ्टवेअर विकसक होऊ शकतो. कॉम्प्यूटरच्या क्षेत्रात अशा लोकांना 'नर्ड' असे नाव आहे.

१९८०-९० च्या दशकात भारतातील आय. आय. टी. आणि काही अन्य अभियांत्रिकी संस्थांमधून उत्तीर्ण झालेल्या हुशार (पण स्वतःचे हात काळे करून घेण्याची सवय नसणाऱ्या) विद्यार्थ्यांना माहिती तंत्रज्ञान हे कार्यक्षेत्र गवसले. त्यांच्या कार्यपद्धतीशी सुसंगत असल्यामुळे (इतरांना अवघड वाटणारे) हे शास्त्र त्यांनी पटापट शिकून घेतले आणि अंगभूत गुणांच्या सहाय्याने त्यात आपले स्थान निर्माण केले.

योग्य वेळी योग्य ठिकाणी हजर असणे हाच मोठा गुण असतो. १९९० नंतर जगभरातील संगणक व्यवसाय प्रचंड वेगाने विस्तारला. १९८० च्या आतबाहेर स्थापन झालेल्या टाटा कन्सल्टन्सी सर्व्हिसेस, इन्फोसिस, विप्रो आणि आणखी बऱ्याच कंपन्यांना तोपर्यंत पुरेसा कार्यानुभव प्राप्त झाला होता. त्या योग्य वेळी हजर होत्या. काम मिळण्याच्या आणि आकर्षक मोबदला देणाऱ्या सर्वाधिक संधी भारताबाहेर, विशेषतः अमेरिकेत होत्या. त्यामुळे भारतीय संगणक कंपन्या अमेरिकेत दाखल झाल्या. गेल्या काही वर्षात कोट्यवधी डॉलरचे परदेशी चलन भारतीय संगणक कंपन्यांनी मिळवून दिले आहे. इतकी वर्षे अमेरिकेत काम केल्यामुळे मिळालेला अनुभव आणि कमावलेली विश्वासार्हता यांच्या आधारे आता त्या अमेरिकेतच नाही तर जगातील सर्व महत्त्वाच्या देशात कार्यरत आहेत.

खरे तर भारत सोडून जगातील इतर देशात कॉम्प्यूटर सॉफ्टवेअरच्या क्षेत्रात काम करू शकतील अशी माणसे नाहीत हे खरे नाही. प्रत्येक देशात संगणकाचा उपयोग होतो आणि ते चालवण्याचे काम स्थानिक माणसेच करतात. आजही जगातील सर्वोत्कृष्ट संगणकतज्ज्ञ अमेरिकन आणि युरोपियन आहेत. पण सॉफ्टवेअर हे क्षेत्र असे आहे की त्यासाठी शब्दशः हजारो माणसांची गरज लागते. कामाचे स्वरूप असे असते की त्यासाठी मानवी बुद्धीवर अवलंबून राहावे लागते, त्याचे ऑटोमेशन करता येत नाही. मायक्रोसॉफ्ट ह्या प्रसिद्ध कंपनीच्या एका रेडमंड कॅंपसमध्ये सुमारे ४०,००० कर्मचारी आहेत. इतक्या मोठ्या प्रमाणात, हवी ती किमान गुणवत्ता असलेली, इंग्रजी जाणणारी माणसे उपलब्ध करून देण्याची क्षमता भारताशिवाय इतर कोणत्याही देशात नाही.

भारतातील संगणक अभियंते काम करू शकतात हे लक्षात आल्यावर ते जेथून आले तेथे गेले तर आपले काम अजून स्वस्तात होईल ह्या अपेक्षेने अनेक

परदेशी कंपन्यांनी भारतातील निवडक शहरात आपली ऑफिसे काढली. बंगलोर, हैदराबाद, पुणे, चेन्नई, मुंबई, गुरगाव (म्हणजे दिल्ली) ही शहरे देशातील माहिती तंत्रज्ञान उद्योगाची केंद्रे बनली आहेत. त्यातून आलेल्या भरभराटीपायी ह्या शहरांचा चेहरामोहराच बदलून गेला आहे.

माहिती तंत्रज्ञानात भारताने मिळवलेल्या दैदिप्यमान यशामुळे ज्यांना विज्ञान, गणित आणि बऱ्यापैकी इंग्रजी येते अशा विद्यार्थ्यांना प्रचंड लाभ झाला. सर्व जगाची आतापर्यंत पुरी न झालेली माहिती तंत्रज्ञानाची गरज अमर्याद आहे त्यामुळे भारतातील हुशार तरुणांना अजून बरीच वर्षे कामाची ददात भासणार नाही असे दिसते.

३२. इतर देशांप्रमाणे भारताचा इतिहास उपलब्ध का नाही? त्यासंबंधीची कागदपत्रे का सापडत नाहीत ?

ह्या प्रश्नाचे उत्तर माहितीतंत्रज्ञानाशी निगडित आहे. इतिहास- इतकेच नव्हे तर कोणताही मजकूर - ही मूलतः 'माहिती' आहे. माहिती साठवून ठेवण्याचे दोन मार्ग आहेत. एक, माणसाचा मेंदू, म्हणजे ती लक्षात ठेवणे. पण ह्या प्रकारे माहितीचे जतन करण्याला मर्यादा आहेत आणि अशी माहिती नाशवंतही आहे. व्यक्तीबरोबर माहितीही नष्ट होऊ शकते. खात्रीचा मार्ग म्हणजे कोणते तरी दुय्यम साधन, उदाहरणार्थ, कागद. भारताचा इतिहास उपलब्ध नाही कारण ऐतिहासिक घटना घडल्या तेव्हा त्या लिहून ठेवण्यासाठी त्या काळात भारतामध्ये कागद नव्हता.

संगणकपूर्व काळात माहितीची देवाणघेवाण करण्याचे कागद हे इतके महत्वाचे साधन होते की कागदाचा जवळजवळ संपूर्ण अभाव ह्या परिस्थितीची आपण कल्पना करू शकत नाही. आज संगणकाचा वापर होत असला तरी कागदावाचून आपले वैयक्तिक आणि औपचारिक, काम होऊ शकणार नाही ही वस्तुस्थिती आहे. मात्र भारतामध्ये अगदी १९०० सालापर्यंत अगदी मर्यादित प्रमाणात कागद उपलब्ध होता. इस्लामी राजवट सुरू होण्यापूर्वी जवळजवळ नव्हताच. भारत सोडून उर्वरित जगात मात्र कागदाचा वापर गेल्या ३००० वर्षांपासून आहे. कागदाच्या वापरामध्ये जगातील इतर देशात दोन महत्वाचे टप्पे मानले जातात. दोन्हीमध्ये आपण नव्हतो; का, तेही पाहण्यासारखे आहे.

कागद ३००० वर्षांपूर्वी इजिप्तमध्ये पॅपिरस ह्या नावाने निर्माण झाला. पॅपिरस हा कागद, लव्हाळ्यासारख्या, पण त्यापेक्षा उंच आणि जाड गवतापासून तयार होत असे. ह्या गवताच्या बांबूप्रमाणे, पण पातळ पट्ट्या काढता येतात. प्रत्येक पट्टीला माया ठेवून ह्या पट्ट्या एकमेकांना चिकटवल्या की लिहिण्यासाठी उपयुक्त असा पृष्ठभाग तयार होतो. हा पॅपिरस. इंग्रजीमधील पेपर हा शब्द पॅपिरसवरूनच आला आहे. पॅपिरसला पर्याय म्हणून प्राण्यांचे कातडे कमावून तयार केलेल्या पण जाडीला पातळ अशा पार्चमेंट नावाच्या कागदसदृश पदार्थाचा उपयोग मध्यपूर्वेमध्ये सुरू झाला. जुन्या ग्रीस मधील पर्माॅन नावाचे शहर पार्चमेंट उत्पादनाचे मोठे केंद्र होते. याचा अर्थ मध्यपूर्वेत या प्रकारचा 'कागद' मुबलक प्रमाणात उपलब्ध होता. बायबल आणि कुराण लिहिण्यासाठी आणि त्यांच्या हस्तलिखित प्रती बनविण्यासाठी पार्चमेंटचाच वापर केला गेला आहे. त्यानंतरही पार्चमेंटचा उपयोग १६ व्या शतकापर्यंत सर्रास होत असे.

तांत्रिक दृष्ट्या पॅपिरस आणि पार्चमेंट यांना कागद मानले जात नाही. तंतुमय पदार्थांच्या लगद्यापासून (त्यात कापडाच्या चिंध्या, लाकूड, रद्दी कागद वगैरेंचा

समावेश होतो) कागद बनविण्याची प्रक्रिया इसवी सन १०५ मध्ये चिनी लोकांनी विकसित केली. आजही आधुनिक पेपर मिलमधील कागद बनविण्याची प्रक्रिया मूलतः तशीच आहे. चीनमधून जपान, कोरिआ इ. अति पूर्वेच्या देशांमध्ये कागदाचा प्रसार झाला. कागद बनविण्याचे तंत्रज्ञान चीनमधील गोबी वाळवंटातून जाणाऱ्या पुरातन सिल्क रूट मार्गे मध्य आशिया - आताचे उझबेकिस्तान, येथील समरकंद येथे पोहोचले. (मोगल साम्राज्याचा संस्थापक बाबर समरकंदचाच). यथावकाश मध्यपूर्व आणि युरोपमध्ये ह्या तंत्रज्ञानाचा वापर सुरू झाला. चीनमध्ये तर कागदाचा वापर इतक्या प्रमाणात होता की, अगदी आठव्या शतकातही प्रशासकीय अधिकारी निवडण्यासाठी आताच्या यू. पी. एस. सी. / एम्. पी. एस. सी. च्या धर्तीवर विद्यार्थ्यांच्या लेखी परीक्षा घेतल्या जात असत.

या पैकी कागदाचे कोणतेही प्रकार किंवा कागद बनविण्याचे तंत्रज्ञान भारतीय उपखंडापर्यंत पोहोचल्याचे दिसत नाही. सर्वसाधारणपणे, मध्ये हिमालय असल्यामुळे चीन आणि भारत यांच्यामधील संपर्क मर्यादित राहिला - भारतातून चीनमध्ये गेलेला बौद्धधर्म हा अपवाद. निरनिराळ्या उत्खननात कागद सापडल्याची नोंद नाही. देशातील पुरातत्व संग्रहालयात कागद दिसत नाही (भूर्जपत्र आणि तालपत्रावरील पोथ्या क्वचित दिसतात). संस्कृतमध्ये कागदाला प्रतिशब्द नाही. मराठीतील कागद हा शब्द कागज़ ह्या फारसी शब्दावरून आला आहे.

भारतामध्ये कागद बनविण्याची कला अरब आणि तुर्की राज्यकर्त्यांमार्फत १३ व्या शतकात पोहोचली. १३-१४ व्या शतकात सियालकोट (पंजाब), जाफराबाद (उत्तर प्रदेश), मुर्शिदाबाद (बंगाल), अहमदाबाद (गुजरात), दौलताबाद (महाराष्ट्र), म्हैसूर (कर्नाटक) ही कागद बनविण्याचे कारखाने असलेली काही ठिकाणे. पंजाब, उत्तर प्रदेश आणि गुजरात ही कागद उत्पादनाची प्रमुख केंद्रे होती. उत्तर प्रदेशातील जाफराबाद ह्या गावाला कागदी शहर असे नाव होते. संपूर्ण देशात कागद निर्मितीची १५ ते २० केंद्रे असावीत आणि ती प्रामुख्याने मुस्लिम राजवट असलेल्या राज्यांमध्ये होती. महाराष्ट्रात जुन्नर येथे १६ व्या शतकात हातकागद बनविण्याचा कारखाना होता अशी नोंद आहे. रहमान नावाच्या लेखकाने भारतातील कागदाची अहमदाबादी, हैदराबादी, काश्मिरी, कानपुरी, औरंगाबादी अशी भौगोलिक स्थानांप्रमाणे वर्गवारी केली आहे आहे. बराचसा कागद सरकारी कामासाठी वापरला जाई; पण कागदाचा खासगी उपयोगही होत असावा. १७ व्या शतकात रामदासस्वामींच्या दासबोध्यात 'दिसामाजी काहीतरी ते लिहावे' किंवा उत्तम अक्षराची लक्षणे ह्या स्वरूपात लेखनक्रियेचे उल्लेख येतात. पण चीन किंवा मध्यपूर्वेप्रमाणे सर्वसामान्य माणसाच्या आयुष्यावर परिणाम

करण्याइतकी कागदाच्या वापराची व्याप्ती निश्चितच नव्हती. भारताचा विस्तार आणि त्या काळातील दळणवळणाच्या साधनांची कमतरता लक्षात घेता कागद बनविणाऱ्या १५-२० लघु उद्योगांमुळे काय फरक पडणार ?

आपली जातिव्यवस्था व्यवसायानुरूप निर्माण झाली आहे. सर्वत्र कागद बनवला गेला असता तर सुतार, लोहार, कुंभार, चर्मकार यांच्या प्रमाणे कागद बनविण्याचे कौशल्य ज्यांच्याकडे आहे अशा लोकांची वेगळी जात निर्माण झाली असती. तसे घडलेले नाही. (पण घडले असते तर कागद गावोगावी बनवला आणि वापरला गेला असता. कारागीरांच्या प्रयोगातून उत्पादन प्रक्रियेमध्ये सुधारणा घडून आल्या असत्या. कागदाच्या वापरामुळे वैचारिक देवाणघेवाण प्रचंड प्रमाणात वाढली असती आणि आपला इतिहासच बदलून गेला असता).

लेखनक्रियेसाठी आवश्यक असणारी लिपी भारतामध्ये इसवीसन पूर्व काळापासून अस्तित्वात आहे. सम्राट अशोकाचे शिलालेख (इ.स.पू. २६९) ब्राह्मी लिपीमध्ये लिहिलेले आहेत. ब्राह्मी आणि देवनागरी यात साम्य आहे. आपण जी देवनागरी वापरतो ती दहाव्या शतकापर्यंत विकसित झाली. लिपी नव्हे, तर कशावर लिहायचे हा प्रश्न होता. कागदाला पर्याय म्हणून प्राचीन भारतात भूर्जपत्र (किंवा भोजपत्र) वापरले जात असे. भूर्जपत्र हे हिमालयामध्ये, आणि त्या प्रकारच्या हवामानात जगात इतरत्र वाढणाऱ्या झाडाची साल असते. इंग्रजीमध्ये ह्या झाडाला बर्च तर भूर्जपत्राला बर्च बार्क पेपर असे नाव आहे. भूर्जपत्राबरोबर तालपत्र (किंवा ताडपत्र) हे सुद्धा लिहिण्याचे माध्यम म्हणून वापरले जात असे. ताडाच्या पानांच्या वाळवलेल्या पट्ट्या लिहिण्याचा पृष्ठभाग म्हणून वापरल्या जात. जे काही प्राचीन वाङ्मय भारतामध्ये जतन केले गेले ते भूर्जपत्र आणि तालपत्र यांच्या सहाय्याने. मात्र भूर्ज हा खूप उंचीवर वाढणारा वृक्ष असल्यामुळे तो भारतामध्ये सर्वत्र आढळत नाही. उपलब्धता मर्यादित असल्यामुळे त्याने कागदाची भूमिका बजावलेली दिसत नाही. तालपत्रावर लिहिलेल्या पोथ्या मंदिरे आणि मठ येथे सापडल्या आहेत. परंतु तालपत्राच्याही बाबतीत मर्यादित उपलब्धता आणि लहान आकार यांच्यामुळे त्याचा दैनंदिन व्यवहारात व्यापक उपयोग झाल्याचे दिसत नाही. त्या काळात जगात इतरत्र जनावराच्या कातड्यापासून बनविलेल्या पार्चमेंट ह्या पदार्थाचा कागद म्हणून उपयोग केला जात असे. त्यासाठी कातड्यावरील जैविक अंश अवशेष रसायनांच्या सहाय्याने स्वच्छ करून कातडे कमावण्याची गरज असे. भारतातील मुख्य धार्मिक परंपरा अहिंसेचा पुरस्कार करणारी असल्यामुळे पार्चमेंटचे उत्पादन आणि वापर ह्या दोन्ही गोष्टीं भारतामध्ये अवघडच होत्या.

कशावर लिहायचे हा प्रश्न आपल्या पूर्वजांना समाधानकारकरीत्या सोडवता

आला नाही. कागद नसल्यामुळे सेकंडरी मेमरी नाही, सर्व भर प्रायमरी मेमरी म्हणजे जे काही लक्षात आहे त्याच्यावर. चिट्ठीचपाटी, वही पुस्तक, लेखी करारपत्र, रोजनिशी, हिशेबाच्या नोंदी यातील काहीही नाही. इ.स. ११०० पूर्वी संपूर्ण भारतात आणि इंग्रजी अमलापूर्वी - साधारणपणे इ.स. १८०० पूर्वी काही मोजके लोक वगळता, सर्व भारतात ही परिस्थिती होती.

अर्थातच भारताचा इतिहास लेखी स्वरूपात उपलब्ध नाही यात आश्चर्य नाही. ही फार मोठी उणीव आहे हे मात्र खरे.

३३. भारतातील असाक्षरता, विज्ञान-तंत्रज्ञानाचा अपुरा प्रसार यांच्याशी माहिती तंत्रज्ञानाच्या अभावाचा संबंध आहे ?

निश्चितच आहे. गेल्या काही वर्षांत मोबाइल फोन आणि दूरदर्शन यांच्या वापरामुळे भारतीय माणसाचे सामान्य ज्ञान निश्चितपणे वाढले आहे. जेव्हा परिस्थिती याच्या उलट होती - म्हणजे सामान्य माणसापर्यंत पोचण्यासाठी तंत्रज्ञान उपलब्ध नव्हते, मुख्य म्हणजे कागद वापरला जात नव्हता तेव्हा त्याचे प्रतिकूल परिणाम झाले असणार हे उघड आहे.

प्रथम कागदाच्या अभावाविषयी. आता-आतापर्यंत म्हणजे १९७०च्या दशकानंतर औद्योगीकरणाला वेग येईपर्यंत कागदाची उपलब्धता मर्यादित होती. खेडी आणि लहान गावे येथे छापील मजकूर बघायलाही मिळत नसे. वाणसामानाला गुंडाळलेला रद्दीचा कागद वाचून वाचनाची आवड असलेल्यांना आपली हौस भागवावी लागत असे. संपूर्ण गावात, चारदोन घरातील गाथा-ज्ञानेश्वरी सोडली तर पुस्तक सापडत नसे. ग्रंथालये फक्त शहरांमध्ये असत. ही परिस्थिती, इंग्रजी अमलाच्या १०० वर्षांनंतर, आधुनिकतेचा स्पर्श झाल्यावर! त्यापूर्वीची कागदाची आणि छापील मजकुराची स्थिती काय असेल त्याची आपण कल्पना करू शकतो! कागद हे संपर्क माध्यम नसल्याचे सर्वच परिणाम अभ्यासण्यासारखे आहेत.

पहिला परिणाम, असाक्षरता - साक्षरतेचे प्रमाण संपूर्ण देशात अत्यल्प असावे. भारताची पहिली सर्वकष जनगणना १९०१ साली झाली. त्यानुसार देशातील साक्षरतेचे प्रमाण ५ टक्के होते - म्हणजे ९५ टक्के जनता निरक्षर होती. स्त्रियांमधील साक्षरतेचे प्रमाण ०.६ टक्के होते. ९९.४ टक्के स्त्रिया निरक्षर होत्या. त्यापूर्वी ५०० वर्षांपूर्वी हे प्रमाण आणखी कमी, नगण्य असले पाहिजे. किंबहुना वाचन-लेखनावर ज्यांचा चरितार्थ अवलंबून आहे असे थोडे लोक सोडता कोणालाही लिहिता वाचता येत नसावे. किंवा कामापुरते लिहिता-वाचता आले तरी कागद नसल्यामुळे ते नित्य सरावाचे नसावे. मोगल सम्राट अकबर हा निरक्षर होता असे म्हणतात आणि त्यात आश्चर्य नाही.

अर्थात लिहिता वाचता येत नसले तर माणूस कुचकामी ठरतो असे नाही. चौकस बुद्धी, व्यवहार ज्ञान (कॉमन सेन्स), धोरणीपणा हे गुणही कमी महत्त्वाचे नाहीत. अकबर निरक्षर असला तरी कुशल आणि जाणता प्रशासक होता. लिहिण्या-वाचण्या वाचून कोठे अडत असेल तर तंत्रज्ञानाच्या प्रसारामध्ये. विज्ञान-तंत्रज्ञान निव्वळ कॉमन सेन्सने आत्मसात करता येत नाही. त्यातील संकल्पना पुन्हा पुन्हा अभ्यासाव्या लागतात. संदर्भ शोधावे लागतात. शिकण्यासाठी ग्राफिक्स म्हणजे आकृत्या आणि चित्रे यांचा आधार घ्यावा लागतो. साक्षरता आणि पुस्तके नसली

तर विज्ञान आणि तंत्रज्ञान यांचा प्रसार होणे अवघड असते. सर्वसामान्य भारतीयांमधील वैज्ञानिक दृष्टिकोनाचा अभाव हे पुस्तकांचा प्रसार न झाल्यामुळे आणि परिणामी वाचन संस्कृतीच्या अभावामुळे घडलेले आहे असे मानायला जागा आहे. आजही, २१ व्या शतकाच्या सुरुवातीला, अवैज्ञानिक विचारांचा पगडा असलेल्या लोकांची संख्या प्रचंड प्रमाणात आहे. पुण्यामधील मेडिकल डॉक्टर असणाऱ्या एका व्यक्तीने २०१० साली वर्तमानपत्रात लिहिलेले एक पत्र खाली उद्धृत करित आहे.

शीर्षक- ही पूर्वजांची खूण

अगदी प्राचीन काळी हिंदुस्थानातून आर्य लोक अमेरिकेत जाऊन स्थायिक झाले होते. अगदी प्रथम बलि हा दैत्य राजा व त्याचे सहाय्यक अमेरिकेत गेले. त्याचा काळ ज्योतिर्गणिताने इ.स.पू. सतरा सहस्र वर्षे ठरतो. दैत्य हे आर्यच होते. त्यांच्याबरोबर नाग, सर्प इ. लोकही गेले. मय हा स्थापत्य विशारद होता. त्याने तेथे बरीच शिल्पे उभी केली. मय संस्कृती तेथे आजही आहे, पण लोक चुकीने त्याला 'माया' म्हणतात. रामायणात वाल्मिकी मुनींनी नोंदवून ठेवले आहे की सुग्रीवाने जे वानर सीता शोधार्थ पाठवले त्यांना 'तीन शाखांच्या ताल वृक्षाच्या पर्वतापर्यंतच जा' असा आदेश दिला होता. हा तीन शाखांचा सुवर्ण तालवृक्ष आजही पेरू देशाच्या एका भागावर उभा आहे. तो ८२० फूट उंच आहे व ३२.५ फुटांच्या तीन शाखा त्यास आहेत. तो तालवृक्ष पूर्व दिशेची सीमा दाखविणारी खूण म्हणून उभा केलेला आहे. सुग्रीवाने म्हटलेले आहे की आमच्या पूर्वजांनी ती खूण उभी केलेली आहे. हा ठोस(?) पुरावा दाखवतो की हिंदू लोक प्राचीन काळी अमेरिकेत ये-जा करित असत.

वरीलपैकी कोणत्याही विधानाला वस्तुनिष्ठ आधार नाही. सुतावरून स्वर्ग गाठण्याचा हा प्रकार वाटतो. सर्वसामान्य माणसाची विचार करण्याची पद्धत कशी आहे याची झलक त्यावरून मिळते. (आजही, वरील पत्रातील मजकूर खरा आहे अशी तरफदारी करणारे खूप भेटतील).

दुसरा परिणाम. भारताचा इतिहास लिखित स्वरूपात उपलब्ध नाही. आपला लिखित इतिहास चालू होतो तो मौर्य काळापासून. आपला ज्ञात इतिहास त्यापूर्वी १००० वर्षे मागे जातो असे मानले जाते. त्याला वैदिक काळ असे म्हणतात. (मानणारे तर कितीही, वरील पत्राप्रमाणे १७००० वर्षे मागे जायलाही तयार असतात). पण ह्या सर्व तर्काला पुरावा काय? ह्या १००० वर्षात नेमके काय घडले? आपण सांगू शकत नाही. कारण लिहिलेले काही सापडत नाही. लिहिणार तरी कसे? पुरेसे लेखन साहित्य नव्हते - बहुधा त्यामुळेच, लेखनाची पद्धतही नव्हती. वर उल्लेखल्याप्रमाणे माध्यम असल्याशिवाय लेखनाची परंपरा निर्माण होत

नाही. याउलट चीनमधील इसवी सन २०० मधील दरबारी कामकाजाचा वृत्तांत - मिनिट्स ऑफ दि मीटिंग - उपलब्ध आहे!

इ.स.पू. ३०० पासून जो इतिहास निर्माण झाला तो कसा? कारण भारतावर आक्रमण करणाऱ्या ग्रीकांनी तो लिहून ठेवला आहे. इसवीसन पूर्व २९८ मध्ये मौर्य सम्राट चंद्रगुप्ताच्या दरबारात असलेल्या मेगॅस्थेनिस ह्या ग्रीक वकिलाने लिहिलेल्या इंडिका नावाच्या ग्रंथातून तत्कालीन समाजाची माहिती मिळते. त्यांच्याकडे कागद होता. भारताचा त्यापुढील इतिहासही आपल्याला परकीय इतिहासकार किंवा प्रवासी यांच्या लिखाणातून शोधवा लागतो. ७ व्या शतकातील चीनी प्रवासी ह्यु एन संग किंवा १८ व्या शतकातील मोगल इतिहासकार खाफीखान यांनी लिहिलेल्या ग्रंथातून आपल्याला आपला इतिहास समजतो. आपल्या ग्रंथातून नाही. असे ग्रंथ अस्तित्वातच नाहीत. इ.स.पू. ३०० पूर्वीचा खात्रीलायक इतिहास उपलब्ध नाही. त्यामुळे रामायण-महाभारत ऐतिहासिक की पौराणिक ह्या प्रश्नाला निर्णायक उत्तर देता येत नाही.

तिसरा परिणाम. आपल्या संस्कृतीमध्ये गुरूला अनन्यसाधारण महत्त्व आहे. इतर संस्कृतींमध्ये शिक्षक ह्या अर्थाने गुरूला आदराचे, मानाचे स्थान आहे पण आपल्याकडे 'आचार्यदेवो भव' ह्या उक्तीने गुरूला देवत्वच दिलेले आहे. कारण ज्ञान लिहून ठेवलेले नसले तर ते ज्याच्याकडे आहे त्या व्यक्तीकडून ते तोंडी (मौखिक) स्वरूपात जाणून घेण्याशिवाय मार्ग नाही. त्याने ज्ञान-दान केले नाही तर ज्ञान मिळणारच नाही. गुरूची सर्वाधिक गरज संगीत शिक्षणाच्या बाबतीत. संगीत गुरूने दिले तरच शिकता येणार. गुरूजींच्या लहरीपणाचे किस्से ख्यातनाम संगीतकार सांगतात. 'ग्रंथ हे आपले गुरू होत' हे सुभाषित अलिकडचे आहे. प्राचीन भारतात कागदाच्या अभावी ग्रंथ, म्हणजे लिखित पुस्तके जवळजवळ नव्हती. जे ज्ञान वस्तुतः ग्रंथांमध्ये असायला हवे, ते आपल्याला गुरूने दिले तरच मिळत असे. म्हणून गुरुब्रह्मा गुरुर्विष्णु गुरुर्देवो महेश्वरः. (आता ग्रंथ मुबलक प्रमाणात उपलब्ध असल्यामुळे आणि मुख्य म्हणजे इन्टरनेटवर हवी ती माहिती दृक-श्राव्य स्वरूपात मिळत असल्यामुळे प्रत्यक्ष शिकवणाऱ्या गुरूची गरज उरली नाही. स्वतःचे स्वतः शिकणे, सेल्फ लर्निंग हे खूप सोपे झाले आहे).

चौथा परिणाम. मौखिक परंपरेतून सर्व ज्ञान जतन केले गेले असे नाही. खूप महत्त्वाचे होते ते टिकले. बरेचसे नष्टही झाले असणार. यजुर्वेद हा चार वेदांपैकी दुसरा वेद आहे. त्याचे शुक्ल यजुर्वेद आणि कृष्ण यजुर्वेद असे दोन भाग पडतात. शुक्ल यजुर्वेदाच्या १६ आवृत्या आणि कृष्ण यजुर्वेदाच्या ८६ आवृत्या होत्या असा उल्लेख सापडतो. मात्र प्रत्यक्षात शुक्ल यजुर्वेदाच्या माध्यंदिन आणि कण्व अशा दोनच आवृत्या मिळाल्या आहेत तर कृष्ण यजुर्वेदाच्या फक्त ४ आवृत्या

मिळाल्या.

पाचवा परिणाम. आपले जे काही प्राचीन ग्रंथ उपलब्ध आहेत ते पद्य स्वरूपात. त्यांची भाषा संस्कृत असो की मराठी. वेद, उपनिषदे, भगवद्गीता, गाथा, ज्ञानेश्वरी, दासबोध, गुरुचरित्र, लीळाचरित्र, मारुतिस्तोत्र, व्यंकटेशस्तोत्र, योगसूत्र-सर्व काही पद्यात आहे. भास्कराचार्यांचा लीलावती हा गणितावरचा ग्रंथही श्लोकात आहे. या उलट बायबल किंवा कुराण मात्र गद्य स्वरूपात आहे. ज्यू लोकांचा धर्मग्रंथ मानला जाणारा जुना करार (ओल्ड टेस्टामेन्ट) तर इसवीसन पूर्व काळातील आहे, आणि तोही गद्यात आहे. का असे? कारण बायबल आणि कुराण मध्यपूर्वेत लिहिले गेले, तेथे पार्चमेन्टच्या स्वरूपात कागद होता, आपल्याकडे नव्हता. कागद नसताना आपल्या ग्रंथातील ज्ञान टिकवून धरायचे तर पाठांतराशिवाय मार्ग नाही. पाठ करायचे तर पद्य महत्वाचे. पद्य गेय असते. पाठ करायला सोपे जाते. गीतेचा अध्याय गद्यात असेल तर तो पाठ कसा करणार ?

पाठ करणे शक्य व्हावे, सोपे जावे, म्हणून श्लोकांची संख्या कमीतकमी ठेवण्याचा आणि प्रत्येक श्लोक जास्तीत जास्त अर्थगर्भ, सूत्रमय करण्याचा उद्देश दिसतो. पण असे करताना श्लोक कळायला अवघड होतो. अभिप्रेत असलेला अर्थ सर्वसामान्य श्रोत्यापर्यंत सहजपणे पोहोचवता येत नाही. मूळ ग्रंथांचा अर्थ समजावून सांगण्यासाठी कितीतरी भाष्ये त्यानंतर निर्माण झाली आणि अजूनही होत आहेत. मुळातच हे ग्रंथ गद्यात असते तर त्यांची तितकी गरज पडली नसती. आपण दैनंदिन संभाषण पद्यात करीत नाही. अतिप्राचीन ग्रंथ लिखित स्वरूपात नसल्यामुळे त्यांना श्रुतिस्मृती म्हणतात. ज्यांच्याकडे त्या ग्रंथांचे ज्ञान आहे त्यांनी गुरूकडून ऐकून, पुन्हापुन्हा उजळणी करून, ते स्मरणात ठेवायचे आणि जसेच्या तसे पुढच्या पिढीकडे पोहोचवायचे. कितीतरी परिश्रम आणि काळ यासाठी खर्ची पडला असेल. अजूनही ही परंपरा जागृत ठेवणाऱ्या पाठशाला अस्तित्वात आहेत. (मौखिक माध्यम वापरले गेल्यामुळे श्लोकांच्या आरोह-अवरोहालाही महत्त्व प्राप्त झाले; काही प्रकारच्या श्लोकांना मंत्राचे स्वरूप आले). गाथा-ज्ञानेश्वरी-दासबोधाच्या काळात कमी प्रमाणात पण कागद उपलब्ध होता त्यामुळे त्यांच्या निवडक हस्तलिखित प्रती टिकून राहिल्या. पण सर्वसामान्य वारकऱ्यांनी पाठ करूनच गाथा-ज्ञानेश्वरी हे ग्रंथ टिकवून ठेवले आहेत. (जाता जाता, ज्यांच्याकडे खूप माहिती आहे त्याला इंग्रजीत वेल-रेड म्हणतात तर संस्कृतात बहु-श्रुत म्हणतात - ज्याने खूप ऐकले आहे असा. खूप वाचणे अपेक्षितच नाही).

लिखित स्वरूपात जर कोणता धर्मग्रंथ अस्तित्वात असेल तर तो शीख धर्माचा ग्रंथसाहेब. शीख धर्म खूप अलिकडचा आहे आणि त्या काळात पंजाब कागद उत्पादनाचे केंद्रही होते. त्यामुळे अगदी सहजपणे शिखांचे शेवटचे गुरू

गोविंदसिंग (१६६६-१७०८) यांनी 'यापुढे ग्रंथसाहेब हाच गुरू असेल' असा आदेश दिला. पूर्वीच्या काळात कागद असता तर कदाचित सर्वच धर्म आणि पंथांना तसे करता आले असते. अलिकडच्या काळातील ज्येष्ठ अध्यात्मिक गुरू जे. कृष्णमूर्ती, योगी अरविंद, ओशो या सर्वांचे ग्रंथ गद्यातच आहेत.

लिहिण्याचे माध्यम उपलब्ध नसल्यामुळे खूप थोडे प्राचीन वाङ्मय गद्य स्वरूपात आहे. काही संस्कृत नाटके, बाणभट्टाची कादंबरी, कथासरित्सागर हा ग्रंथ असे अपवाद आहेत; जे भूर्जपत्र आणि तालपत्र यांचा वापर दर्शवतात. परंतु सर्वसामान्यपणे त्या काळात कविता जमत नसेल तर साहित्य निर्माण करणेच अवघड असले पाहिजे. अनेक उत्तम विचार आणि ललित वाङ्मय त्यांच्या लेखकांना पद्यात व्यक्त करणे जमले नाही म्हणून आपल्यापर्यंत पोचले नसणार.

भारता बाहेरील जगात कागद उपलब्ध होता त्यामुळे कसे लिहावे ही अडचण त्यांना नव्हती. चीन मध्ये २५०० वर्षांची गद्य लेखनाची परंपरा आहे. त्यात लघुकथा, कादंबऱ्या, नाटके, प्रवासवर्णने यांचा समावेश आहे. मोगल साम्राज्याचा संस्थापक बाबर हा कवी आणि लेखकही होता. त्याने बाबरनामा या नावाने ४५० पानांची आत्मचरित्रवजा रोजनिशी लिहिली आहे. आपल्या पूर्वजांच्या बाबतीत असे कोणतेही वाङ्मय उपलब्ध नाही.

३४. जगात इतरत्र नसलेली जातिव्यवस्था भारतात निर्माण झाली आणि टिकली. जातिव्यवस्था आणि माहिती तंत्रज्ञान यांचा काय संबंध आहे ?

जातिव्यवस्था इतकी वर्षे - शतके - कशी टिकून राहिली याचे गूढ अनेकांना उकलत नाही. त्याचे उत्तर समाजशास्त्रात शोधण्याचा प्रयत्न केला जातो. उच्चवर्णीयांनी स्वतःच्या फायद्यासाठी जातिव्यवस्था निर्माण केली आणि टिकवली असा एक समज आहे पण हे उत्तर फारसे समाधानकारक नाही. मूठभर उच्चवर्णीयात, एखादी व्यवस्था शतकानुशतके सक्तीने टिकवून धरण्याची क्षमता होती हे पटत नाही, ती सर्वसंमत असेल तरच टिकते. ह्या प्रश्नाचे उत्तर व्यवस्थापन शास्त्रात सापडेल. माहिती तंत्रज्ञानाचे संस्था निर्मितीवर आणि समाजावर कसे परिणाम होतात याचे जातिव्यवस्था हे उत्तम उदाहरण आहे. कसे ते पाहा.

जातिव्यवस्था व्यवसायाच्या आधाराने निर्माण झाली. प्रत्येक जातीकडे त्या काळातील अर्थव्यवस्थेला आवश्यक असे कोणतेतरी कौशल्य होते, आणि ते चरितार्थ चालवण्यासाठी आवश्यक होते. व्यवसायातील कौशल्य हे आपल्याला वाटते तितके सोपे नसते. प्रत्येक व्यवसायाचे अनेक बारकावे असतात. ते अनुभवातून आणि स्वप्रयत्नातून शिकायचे असतात. सुतार, कुंभार, लोहार, शिंपी, सोनार, तांबट वगैरे विविध व्यावसायिक हे विशिष्ट सेवा पुरविणारे कसबी कारागीर, क्राफ्ट्समेन होते आणि आपापले कसब त्यांनी अनेक वर्षांच्या अनुभवातून विकसित केले होते. (लक्षणीय बाब - इलेक्ट्रिशियन आणि प्लंबर ह्या आधुनिक व्यावसायिकांची जात बनली नाही. पूर्वी नक्कीच झाली असती). प्रश्न असा की हे कारागीर आपले कसब नव्या पिढीपर्यंत कसे पोचवायचे ?

भारताव्यतिरिक्त जगातील इतर लोकांनी हा प्रश्न कसा सोडवला हे पहिले तर कागद (म्हणजे संपर्क माध्यम) असणाऱ्या आणि नसणाऱ्या समाजातील फरक लक्षात येईल.

इजिप्त आणि बॅबिलॉन - आताच्या इराक - मध्ये इ.स.पू. २००० च्या सुमारास कसबी कारागीरांचा पुरवठा अव्याहत चालू राहावा यासाठी प्रशिक्षण दिले जात असे. बॅबिलॉनमधील हम्मुराबी ह्या इतिहासप्रसिद्ध राजाने, अनुभवी कारागीरांनी प्रशिक्षणार्थी उमेदवारांना शिकवलेच पाहिजे असा नियम केला होता. रोममध्ये निरनिराळ्या क्षेत्रातील कारागीर आपापले मंडळ स्थापनकरून मंडळातर्फे प्रशिक्षणाचे कार्यक्रम चालवीत असत. ह्या मंडळांना 'गिल्ड' असे नाव होते. गिल्डमार्फत प्रशिक्षण देण्याची प्रथा त्यांनंतर युरोपमध्ये कायम राहिली. गिल्डचे सभासद शिकवण्याबरोबर, शिक्षणाच्या दर्जाचे नियंत्रणही करीत असत. काही अनिष्ट प्रथाही होत्या. आपल्या व्यवसायात बाहेरचे लोक येऊ नयेत, यासाठी

गिल्डचे सभासद प्रयत्नशील असत. इंग्लंडमध्ये, गिल्डच्या सभासदांनी फक्त आपल्या जवळच्या व्यक्तींना शिकवू नये; इतर प्रशिक्षणार्थींना शिकण्याची संधी द्यावी म्हणून १५६३ मध्ये कायदा करावा लागला.

भारतासारख्या खंडप्राय देशात, दळणवळणाची साधने तुटपुंजी असल्यामुळे विखुरलेल्या, शासनव्यवस्था कमजोर असलेल्या किंवा अस्तित्वातच नसलेल्या, लाखो गावांमध्ये अशा कोणत्याही योजना राबवणे अशक्य होते. रोम आणि बॅबिलॉनचा उल्लेख वर आहे पण ही शहरे होती, भारतासारखा मोठा देश नव्हे. लहान गावातील कारागीरांचा अनुभव आणि कौशल्य पुढच्या पिढीपर्यंत पोचविण्याचा एकच मार्ग होता. त्या कारागीरांनी आपल्या मुलांना आणि आपल्या समुदायातील इतरांना शिकवणे. शिकवण्यासाठी प्रत्यक्षानुभव म्हणजे ऑन-द-जॉब ट्रेनिंग आणि वैयक्तिक प्रशिक्षण ह्या पद्धती होत्या. अगदी लहान वयापासून (जन्मापासून) त्या कामाशी ओळख असल्यामुळे कौशल्य आत्मसात करणे अवघड जात नव्हते. वर उल्लेखलेल्या गिल्ड सारखाच हा प्रकार होता.

भारतातील गिल्ड - म्हणजे व्यवसाय प्रशिक्षण, आपली मुले आणि जवळचे नातेवाईक यांच्यापुरते मर्यादित राहिल्यामुळे गिल्डला जातीचे स्वरूप आले. जितके व्यवसाय तितक्या जाती हे सूत्र असले पाहिजे. १९७१ साली आंध्र प्रदेशातील ७३२ वस्तीच्या गावामध्ये २४ जाती होत्या असा उल्लेख आहे. याचा अर्थ त्या गावात २४ व्यवसाय होते. जातीबाहेरील कोणत्याही व्यक्तीला त्या व्यवसायाचे ज्ञान मिळवणे अशक्यप्राय होते. कागद नसल्यामुळे लिखित स्वरूपात कोणतेही ज्ञान उपलब्ध नव्हते. त्या कारागीरांनी स्वतः होऊन दिले तरच! तसे होऊ नये म्हणून बंधने होती. रोटी-बेटी व्यवहार फक्त जातीमध्येच होत असत. जातीबाहेर विवाह हा बहिष्कृतीला पात्र असा गंभीर गुन्हा होता (खाप पंचायती मार्फत एकविसाव्या शतकातही तो पाळला जातो). बेटी व्यवहार जातीमध्ये असण्याचे दोन व्यावसायिक फायदे. मुलगी जातीमध्येच दिली म्हणजे व्यवसायामधील ज्ञान बाहेर जाणे टळते हा एक. आलेली मुलगी जातीमधील असली तर जातीच्या व्यवसायातील खाचाखोचा माहिती असल्यामुळे ती घरामध्ये सामावून जाणे, तिने जरूर तर व्यवसायात सहभाग घेणे, हा दुसरा. रोटी व्यवहार म्हणजे ऊठबस जातीमध्ये असण्याचेही दोन फायदे. व्यवसायासंबंधी माहिती बाहेर जाऊ नये हा एक. व्यावसायिक ज्ञान एकमेकांना देताघेता यावे, जातीमध्ये एकोपा राहावा हा दुसरा. जात हे जणू काही विस्तारित कुटुंब असे पण जातीबाहेरील व्यक्तींशी परक्यासारखे, फक्त व्यावसायिक पातळीवरील संबंध असत. जातीशी संबंधित कोणताही नियम मोडला जाऊ नये याची खबरदारी घेण्यासाठी जात-पंचायत असे. टोकाची शिक्षा म्हणजे बहिष्कृती. जातीबाहेर सामाजिक संपर्क

नसल्यामुळे जातीमधून बहिष्कृती ही अत्यंत कठोर शिक्षा होती. जात हे चरितार्थाचे साधन असल्यामुळे प्रत्येक व्यावसायिकाने आपली जात प्राणपणाने जपली असली पाहिजे. ज्यांच्याकडील कसब प्रासंगिक स्वरूपाचे असे त्यांना कसबाच्या आधारे एका गावात स्थिर राहून पोट भरणे शक्य होत नसे; ते भटक्याचे जीवन जगत, पण भटक्या जमातीमध्येही जाती होत्याच. जातिव्यवस्थेमुळे सर्वाधिक नुकसान ज्या दलित समाजाचे झाले, त्यांच्यातही जाती आहेत आणि त्यांनीही इतरांप्रमाणे रोटी-बेटीनिषेधासारखे निर्बंध पाळून आपापल्या जातींची जपणूक केली आहे. जातीचे सामाजिक स्थान हा मुद्दा लक्षणीय नव्हता. जातीच्या व्यवसायामुळे रोजगार मिळत होता हे महत्त्वाचे. कार्ल मार्क्सने म्हटल्याप्रमाणे आर्थिक हितसंबंधांपुढे (म्हणजे पोटापुढे) बाकी सर्व गौण ठरतात.

समाज इतका बंदिस्त असण्याचे प्रमुख कारण कागदाचा म्हणजे संपर्क यंत्रणेचा अभाव. स्वतःचा व्यवसाय हातातून गेला तर नवीन कोणतेही कौशल्य बाहेरून आत्मसात करता येण्याची सुतराम शक्यता नव्हती. कसे शिकणार? साक्षरता नव्हती, पुस्तके नव्हती, प्रशिक्षण संस्था नव्हत्या, शिक्षक नव्हते. जातीचा हक्काचा व्यवसाय गेला तर गाव सोडून जाणे (देशोधडीला लागणे) किंवा भीक मागणे असे दोनच पर्याय होते. एका अंदाजानुसार देशातील सुमारे २ टक्के लोक भीक मागतात, आणि तो अंशतः जातिव्यवस्थेचा परिपाक आहे. जातीचा व्यवसाय जे टिकवून धरत त्यांचे आयुष्यही फार सुखाचे होते असे नाही. उच्चवर्णीय असले तरी ते आर्थिक दृष्ट्या गरीबच असत. कोणत्यातरी जातीत जन्म झाल्यामुळे जो व्यवसाय वाट्याला आला तो, आवडो किंवा न आवडो, त्यात संधी असो वा नसो, अखेरपर्यंत करत राहण्याशिवाय गत्यंतर नसे. कारण तेवढ्या एकाच व्यवसायाचे ज्ञान प्रत्येक व्यक्तीकडे असे. एका व्यवसायातून दुसऱ्या व्यवसायात स्थलांतर, मोबिलिटी ही अशक्यप्राय गोष्ट होती. आता, वैयक्तिक आवड, अंगभूत गुण, भविष्यकालीन संधी यांचा विचार करून व्यवसाय म्हणजे करिअर निवडावे असा आपण आग्रह धरतो. त्या काळात हे असंभव होते. (मोटार मेकॅनिक हा व्यवसाय सध्या देशातील अनेकांना रोजगार पुरवतो. औद्योगिक प्रशिक्षण संस्थेत शिकून किंवा कोणत्याही गैरेज मध्ये अनुभव घेऊन त्या व्यवसायात पदार्पण करता येते. त्या काळात असे काही शक्य नव्हते. तेव्हा मोटार मेकॅनिक ही जात झाली असती. इतकेच नव्हे तर त्यात मोटार मेकॅनिक आणि स्कूटर मेकॅनिक अशा दोन रोटी-बेटी-बंद पोटजाती झाल्या असत्या).

या उलट कागदाचा वापर आणि त्यामुळे सर्व प्रकारच्या माहितीची सहज देवाणघेवाण करू शकणारे परदेशातील समाज अधिक खुले होते. विविध प्रकारच्या कारागीरांचा तुटवडा पडू नये म्हणून त्यांनी निर्माण केलेली प्रशिक्षण

यंत्रणा पुरेशी कार्यक्षम होती; त्यांना व्यवसायाशी जोडल्या गेलेल्या जातींची गरज नव्हती. जातींच्या तुकड्यांमध्ये विभागले गेले नसल्यामुळे फक्त आपल्या जातीपुरता (किंवा पोटजातीपुरता) नव्हे, तर संपूर्ण समाजाचा विचार करण्याची क्षमता त्यांच्यामध्ये निर्माण झाली होती. आपल्याकडे वेळेवर कागदाचा वापर सुरू झाला असता तर आपणही जातींच्या चक्रव्यूहातून बाहेर पडलो असतो. प्रथम कागद उत्पादन करणाऱ्यांची वेगळी जात झाली असती पण त्या एका जातीने हळूहळू जातिव्यवस्थाच निकालात काढली असती!

३५. प्रशासकीय यंत्रणेच्या कार्यक्षमतेमध्ये माहिती प्रणालीची भूमिका काय असते? कागदाच्या उपलब्धतेचा आणि अभावाचा त्यावर काय परिणाम झाला ?

माहिती प्रणालीचा आणि शासन संस्थेच्या कार्यक्षमतेचा निकटचा संबंध असतो. मानवी शरीराशी तुलना करायची तर माहितीप्रणाली ही शासनयंत्रणेची 'नर्व्हस सिस्टिम' असते. संस्था मोठी होत जाते ती माहिती प्रणालीच्या आधारे. राष्ट्रीयीकृत बँक किंवा इन्कम टॅक्ससारखे सरकारी खाते यासारख्या देशव्यापी संघटना अनेक स्तरांवर काम करतात. उदाहरणादाखल स्टेट बँक ह्या राष्ट्रीयीकृत बँकेची २०१८ मध्ये देशभरात १४ मंडल कार्यालये, ५७ प्रांतीय कार्यालये आणि १५००० च्या वर शाखा होत्या. त्यांच्यावर नियंत्रण ठेवण्यासाठी शाखेकडून प्रांतीय कार्यालयाकडे, प्रांतीय कार्यालयाकडून मंडल कार्यालयाकडे, आणि मंडल कार्यालयाकडून मुख्य कार्यालयाकडे रिपोर्ट मागवले जातात आणि तशाच पद्धतीने उलट्या दिशेने सूचना पाठविल्या जातात. हे रिपोर्ट आणि सूचना बँकेच्या नियंत्रण यंत्रणेचा महत्वाचा, अपरिहार्य भाग आहेत. खालून वर आणि वरून खाली अशा दोन्ही दिशांनी माहिती पाठविण्यासाठी आता संगणक आणि इंटरनेट यांचा उपयोग केला जातो. पण संगणकपूर्व काळात बँका आणि तशा सर्वच मोठ्या संघटनात ते काम कागदावरील लेखी रिपोर्टच्या सहाय्याने होत असे.

प्रशासन सुरळीत राखण्यासाठी शासनयंत्रणा माहिती प्रणालीचा वापर करते. इतर बऱ्याच गोष्टींप्रमाणे हा आपल्याला ब्रिटिशांकडून मिळालेला वारसा आहे. त्या साम्राज्यावर सूर्य मावळत नसे आपण इतिहासाच्या पुस्तकात वाचलेले आहे. उत्तम प्रशासन हा साम्राज्याचा कणा होता. त्यांच्या प्रशासन यंत्रणेचे अनेक पैलू होते, त्यापैकी कार्यक्षम माहिती प्रणाली हा एक होता. विश्वासार्ह दस्तऐवज निर्माण करणे, त्यांच्या नोंदी करणे, कागदपत्रे गहाळ होऊ नयेत, वेळेवर सापडावी याची खबरदारी घेणे, काटेकोर हिशेब ठेवणे, त्यांची तपासणी करणे हा सर्व शासनयंत्रणेचा भाग होता. संदेशवहन सुरळीत, सहज साध्य व्हावे म्हणून त्यांनी टपालयंत्रणेचे जाळे उभारले, नंतरच्या काळात बिनतारी यंत्रणाही उभारली.

कागदाअभावी हे सर्व नसताना शासनयंत्रणा चालविणे हे प्राचीन-मध्ययुगीन राज्यकर्त्यांना अवघड गेले असणार हे उघड आहे. लष्करी बळाच्या सहाय्याने साम्राज्य निर्माण करता आले तरी प्रशासकीय क्षमतेच्या अभावी ते टिकवता येत नाही. मराठी साम्राज्याच्या बाबतीत तसे घडलेले आहे.

प्रशासन लोकाभिमुख राहावे यासाठी जमीन महसुलाची न्याय्य आकारणी हा अत्यावश्यक घटक आहे. भारत हा कृषिप्रधान देश असल्यामुळे जमीन महसूल हे नेहमीच राज्यकर्त्यांचे उत्पन्नाचे प्रमुख साधन राहिले आहे. न्याय्य महसूल

आकारणीसाठी कार्यक्षम यंत्रणा उभारावी लागते. ब्रिटिशांनी देशभरात जमिनीची मोजणी करून जमिनीचे दस्तऐवज निर्माण केले (७/१२ चा उतारा हे एक उदाहरण). ते टिकून राहावे म्हणून गावपातळीवर तलाठी आणि कुलकर्णी ह्या कर्मचाऱ्यांची नेमणूक केली. शेतसाऱ्याचे हिशेब ठेवले; ज्यांनी तो भरला त्यांना रीतसर पावत्या दिल्या. ब्रिटिशांच्या आधी मोगल राज्यकर्त्यांनीही तसा प्रयत्न केला होता. अकबराच्या दरबारातील नवरत्नांपैकी एक, राजा तोरडमल याने महसुलाची यंत्रणा निर्माण केली होती; गज, बिघा ही परिमाणे त्यांच्या काळातील आहेत. परंतु हे वगळता ब्रिटिशपूर्व काळातील कोणत्याही राज्यकर्त्यांनी असे काही केल्याचा पुरावा नाही. त्या काळातील कार्यपद्धती आणि उपलब्ध तंत्रज्ञान पाहता हे अशक्यप्राय होते. परिणामी महसुलाची वसुली हा शतकानुशतके, विविध प्रकारच्या सरंजामदारांमार्फत शेतकऱ्यांचे शोषण करण्याचा मार्ग बनला आहे.

३६. संपर्क माध्यमाच्या अभावामुळे भारतात विकसित झालेली कोणती वेगळी वैशिष्ट्ये सांगता येतील ?

इंग्रजीमध्ये स्फोट होणे या अर्थाने 'एक्स्प्लोड' हा जो शब्द आहे त्याच्या विरुद्ध अर्थाचा 'इम्प्लोड' असाही शब्द आहे. अंतर्गत स्फोट असा इम्प्लोडचा अर्थ सांगता येईल. कागदाच्या अभावी भारतीय संस्कृती इम्प्लोड झाली असे म्हणता येईल. उदाहरणादाखल खालील वैशिष्ट्ये पाहा.

कागदाचा अभाव आणि भारताची सुप्रसिद्ध विविधता यांचा अत्यंत निकटचा संबंध आहे. सरकारी आकडेवारीनुसार भारतात २२ अधिकृत भाषा आणि १६५२ बोलीभाषा आहेत. खानपानाच्या सवयी, रीतिरिवाज, वेशभूषा, देवदैवते, धर्म किंवा पंथ यापैकी कशातही साधर्म्य नसलेले असंख्य जनसमूह आहेत. भारतदेश हा सांस्कृतिक क्षेत्रातील प्रचंड ज्ञान (संगीत, नृत्य, पाककला, धर्मपरंपरा) यांचा खजिना आहे. आपापल्या परंपरा आणि चालीरीती यांचा अभिमान, बाळगणारे, त्या विशुद्ध स्वरूपात जपण्याचा आग्रह धरणारे जनसमूह शतकानुशतके आपले स्वतंत्र अस्तित्व टिकवून आहेत. या सर्व विविधतेतून एकता व्यक्त करणारे भारतीयत्वाचे सूत्र अर्थातच आहे. भारतीय म्हणून आपल्याला ते जाणवते पण भारताबाहेरील कोणत्याही व्यक्तीला ते समजून घेणे अवघड जाते.

ही विविधता टिकली कशी? आपल्याकडे, वेगळी भाषा, रीतिरिवाज, परंपरा यासारख्या कारणामुळे एखादा गट तयार झाला की इतरांशी प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष संपर्क नसल्यामुळे तो जसाच्या तसा, इन-टॅक्ट टिकून राहत असे. कागद नसल्यामुळे पत्रव्यवहार किंवा पुस्तके यांच्या द्वारे एकमेकांशी संपर्क निर्माण होण्याची, एकमेकांबद्दल माहिती मिळण्याची शक्यता बंद होती. जातीचा व्यवसाय टिकवून धरण्याची निकड असल्यामुळे जाती-जातींमध्ये संबंध नव्हते, रोटी-बेटी व्यवहार जातीपुरते मर्यादित असत. दळणवळणाची साधने अपुरी असल्यामुळे प्रत्यक्ष संपर्क तितकाच अवघड होता. प्रवासाची साधने मर्यादित होती. नद्या आणि ओढे यांच्यावर पूल नव्हते. बहुतेक ठिकाणी पायी चालत जावे लागे, तेही सुरक्षित नव्हते. चोर-लुटारू, हिंस्त्र श्वापदे यांची भीती असे. बहुतेक व्यक्तींचा संचार पाचदहा मैलांपलिकडे नसे. विवाह सुद्धा शक्यतो पंचक्रोशीमध्येच होत असत. प्रत्यक्ष संपर्क साधण्यामधील अडचणी, अधिक कोणत्याही अप्रत्यक्ष संपर्क साधनाचा अभाव ह्यांचा एकत्रित परिणाम म्हणजे असंख्य गटांमध्ये बंदिस्त झालेला समाज. बोलीभाषा, रीतिरिवाज, पोशाख, खानपान, धार्मिक श्रद्धा ह्या सर्वांमध्ये जी विविधता दिसते त्याचे मूळ ह्या बंदिस्तपणामध्ये आहे. (काही अंशी गटाचे अस्तित्व टिकून राहावे म्हणून आपला वेगळेपणा प्रयत्नपूर्वक जपलेला दिसतो).

कागद नव्हता तर अप्रत्यक्ष संपर्कासाठी कोणते माध्यम होते? (परस्परांशी संभाषण हे नव्हे. ते प्रत्यक्ष माध्यम झाले). कागद मिळाला नाही तर काही ना काही पर्याय शोधण्याचा प्रयत्न राहणारच. आपल्या पूर्वजांनी त्यासाठी शिल्पांचा आधार घेतलेला दिसतो. विशेषतः धार्मिक ज्ञान प्रसृत करण्यासाठी भारतात खूप मोठ्या प्रमाणात शिल्पांचा उपयोग झालेला आहे. देशभरातील अनेक मंदिरांच्या भिंतींवर पौराणिक कथांमधील प्रसंग कोरलेले दिसतील. त्यांचा उद्देश प्रामुख्याने तोच आहे. दृश्य माध्यमाचा यापेक्षा परिणामकारक उपयोग क्वचितच आढळेल. बऱ्याच ठिकाणी असलेल्या शृंगारिक शिल्पकृतींमागील कारण अनेकांना उलगाडत नाही. करमणुकीची इतर साधने नसल्यामुळे सेक्स हे महत्वाचे साधन होते हे तर आहेच. त्याशिवाय सेक्स एज्युकेशन, लैंगिक शिक्षण हा उद्देशही आहे. बालमृत्यूचे प्रमाण खूप असल्यामुळे अधिक अपत्यांना जन्म ही त्या काळाची गरज होती. अष्टपुत्रा सौभाग्यवती भव हा आशीर्वाद, किंवा लिंगपूजा - उदा. शिवलिंगाची पूजा - क्वचित योनिपूजा, ह्या देशभर रूढ असलेल्या प्रथा तेच दर्शवतात. चेन्नई जवळील एका मंदिरात स्त्रीच्या उदरातून बाळाचा जन्म होण्याची क्रिया शिल्पामध्ये कोरलेली आहे. लोकशिक्षण हा उद्देश आहे. काही ठिकाणी लिखित मजकूरही आहे. सम्राट अशोकाने ब्राह्मी लिपीचा वापर करून, बौद्ध धर्माचा प्रसार करण्यासाठी अनेक शिलालेख उभारले.

हिंदू मंदिरांप्रमाणे गुजरात आणि राजस्थान ह्या जैन धर्माचा पगडा असलेल्या दोन प्रांतात सुंदर जैन मंदिरे आहेत. दृश्यमाध्यम निवडताना चित्रकलेपेक्षा शिल्पकलेला प्राधान्य दिलेले दिसते. अजिंठा येथे गौतम बुद्धाच्या जीवनातील प्रसंगावर आधारलेली चित्रे आढळतात. पण समकालीन व्यक्ती किंवा प्रसंग यासंबंधीची चित्रे उपलब्ध नाहीत. (राजा रविवर्मा यांनी काढलेली चित्रे ब्रिटिश काळातील आहेत). चित्रांपेक्षा शिल्प जास्त काळ टिकते. त्रिमिती परिमाण (३D) असल्या नेते अधिक परिणामकारक असते. त्यामुळे शिल्पांना प्राधान्य दिले असावे. (शिल्प ह्या माध्यमाच्या मर्यादाही आहेत. शिल्प बनवणे ही खर्चिक आणि दीर्घकाळ - काही वर्षे - चालणारी कृती आहे, आणि त्यासाठी खास कौशल्याची गरज असते).

कागद नसल्याने श्रुती आणि स्मृती यांना खूप महत्त्व होते. परिणामी स्मरणशक्तीचा प्रभावी उपयोग ही भारतीय संस्कृतीची गरज आणि शक्तिस्थानही होते. वेद-उपनिषदे आणि इतर अनेक संस्कृत ग्रंथ, आधी निर्माण करणे आणि फक्त पाठांतर करून टिकवून धरणे हा चमत्कारच म्हणावा लागेल. शून्याचा वापर खूप लवकर लक्षात आल्यामुळे भारतीयांचे अंकगणितही खूप प्रगत होते. वैदिक गणित ह्या नावाने ओळखल्या जाणाऱ्या विविध पद्धतींवरून भारतीयांचे

अंकगणितावरील प्रभुत्व लक्षात येईल. (www.vedicmathsindia.org) नावाच्या संकेतस्थळावर त्यासंबंधी उपयुक्त माहिती आहे. यू-ट्यूबवर चित्रफीतही आहे). ज्योतिर्विद्या आणि फलज्योतिष ह्या दोन्हीमध्ये आपले पूर्वज खूप प्रगत होते. आकडेमोडीसाठी मर्यादित साधने उपलब्ध असताना चांद्रवर्ष आणि सौरवर्ष ह्या दोन्हीची अचूक कालगणना करणे, अधिक महिन्याची योजना करून त्यांचामधील फरक भरून काढणे हे सर्व विस्मयकारक आहे. (इस्लामिक म्हणजे अरब चांद्रवर्षात अधिक महिना नाही; त्यामुळे त्यांचे सण दरसाल एकाच महिन्यात येत नाहीत). आकडेमोड आणि नोंदी ठेवण्याची गरज व्यापारातही लागते. भारतातील व्यापारी तोंडी हिशेब आणि व्यवसाय विषयक माहिती लक्षात ठेवणे यात कमालीचे वाकबगार आहेत. दुकानातील असंख्य वस्तूंचे भाव तोंडपाठ असणारे अनेक व्यापारी आहेत. तोंडी हिशेब करून फोनवर बोलता बोलता सौदा पक्का करण्याचे त्यांचे कौशल्य पाहून परदेशातील व्यापारी आश्चर्यचकित होतात. व्यापारातील प्रथा कागदावर नोंदी करण्यातील अडचण लक्षात घेऊन निर्माण झाल्या आहेत. लेखी नोंद नसल्यामुळे भारतातील व्यापारात (आणि इतर क्षेत्रातही) दिलेल्या शब्दाला खूप महत्त्व असते.

कागदावरील मजकूर सातत्याने लोकांपर्यंत पोहोचत राहिल्यामुळे जगातील इतर संस्कृती काळाप्रमाणे बदलत गेल्या. सुधारल्या की नाही हा वादाचा मुद्दा आहे पण बदलल्या हे निश्चित. मात्र भारतीय उपखंडातील संस्कृतीमध्ये विशेष बदल झाले नाहीत. ही संस्कृती दोनअडीच हजार वर्षे तशीच टिकून राहिली. आजचा ग्रीक माणूस आणि सॅक्रेटिसच्या काळातील ग्रीक, किंवा आजचा इजिप्तचा नागरिक आणि पिरॅमिडच्या काळातील इजिप्तमधील माणूस यांच्यामध्ये काही साम्य आढळणार नाही. पण भारतात आज सुद्धा प्राचीन परंपरा, चालीरीती आणि विचार जपणारे लोक सापडतील. नागर संस्कृतीपासून दूर असलेले आदिवासी तर त्यापूर्वीच्या पद्धतीने जीवन जगताना आढळतील. मानववंश शास्त्रज्ञांच्या मते ते कदाचित तीस हजार वर्षापूर्वी आफ्रिकेमधून भारतात आलेले आहेत. भारत हा असा देश आहे की जेथे अनेक शतके एकमेकांबरोबर राहतात, व्हेअर सेंचरीज कोएक्झिस्ट, असे म्हटले जाते.

कागदावर अवलंबून असणाऱ्या अनेक क्षमतांचा अभाव लक्षात घेऊनही भारत हा त्यावेळी कागद असणाऱ्या देशांपेक्षा, तत्त्वज्ञान, वैद्यकीय ज्ञान, कला, वाङ्मय, युध्द कौशल्य, कारागीरांचे कसब, व्यापारी कौशल्य इत्यादी कोणत्याच बाबतीत कमी नव्हता. भारत ही त्या काळातील आर्थिक महासत्ता होती. येथील उत्पादित वस्तू, विशेषतः सुती आणि रेशमी वस्त्रे आणि मसाल्याचे पदार्थ निर्यात होत असत. भारतात प्राचीन काळापासून सोन्याचा संचय आहे, येथे सोन्याचा धूर निघत असे,

असे म्हटले जाई. पण ते सोने भारतातील सोन्याच्या खाणींमधून निर्माण झालेले नाही. भारतात सोन्याच्या खाणी नव्हत्या. हे सोने भारताने परदेशी व्यापारातून कमावलेले आहे. परदेशी आक्रमक येथील सुबत्तेमुळे भारताकडे आकर्षित होत असत. आर्थिक क्षेत्रातील यश आपोआप मिळत नसते. त्यासाठी व्यवसायातील कौशल्य, शिस्त, बांधिलकी यांची गरज असते. भारतीय व्यावसायिकांमध्ये ती असली पाहिजे. त्याचे श्रेय, जन्मापासून जोडला गेलेला व्यवसाय निष्ठेने करणाऱ्या लोकांना आहे. जगात अक्वल, वर्ल्ड क्लास, तलम कापड निर्माण करणारा विणकर हे एक उदाहरण पुरेसे आहे.

आकाशवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेट हे सर्व नसताना एकमेकांशी संपर्क ठेवण्यासाठी जगभरातले लोक वापरत असलेले माध्यम म्हणजे कागद. कागदावरील हस्तलिखित आणि छापील मजकूर, पत्रव्यवहार आणि पुस्तके, यांच्या सहाय्याने माणसे एकमेकांच्या अप्रत्यक्ष संपर्कात राहिली, एकमेकांना प्रभावित करित राहिली. पाश्चिमात्य देशात वर्तमानपत्रसुद्धा १७ व्या शतकापासून अस्तित्वात आहे. त्यातून सातत्याने घडून आलेली विचारांची देवाणघेवाण त्यांच्या चालीरीती, भाषा, सांस्कृतिक कार्यक्रम यांच्यामध्ये समानता निर्माण करण्यास कारणीभूत ठरली. भारतापेक्षा आकाराने सहापटीने मोठ्या रशियामध्ये रशियन आणि भारतापेक्षा अधिक लोकसंख्या असलेल्या चीनमध्ये, आपल्या २२ भाषांच्या तुलनेने, मँडारिन चिनी अशी एकच अधिकृत भाषा आहे.

संपर्क साधने वाढल्यानंतर फक्त तीन ते चार दशके इतक्या अल्प काळात, मुद्रण माध्यमे, दूरदर्शन आणि सोशल मीडिया यांनी भारतीय समाज किती बदलून टाकला ते पाहण्यासारखे आहे. (कागदाच्या म्हणजे संपर्क माध्यमाच्या अभावामुळे जुना भारतीय समाज बंदिस्त राहिला ह्या सिद्धांताला त्यामुळे बळकटी मिळते). हिंदी ही महाराष्ट्रापर्यंतच्या उत्तर भारताची आणि बऱ्याच प्रमाणात दक्षिण भारताची सुद्धा संपर्क भाषा झाली आहे, इतकेच नव्हे तर मराठी भाषेवर हिंदीचा प्रभाव वाढत चालल्याची काही लोकांना धास्ती वाटते. देशभरातील घरांची लिव्हिंगरूम एकसारखी दिसते. सलवार-खमीज हा देशभरच्या स्त्रियांचा आणि पॅट-शर्ट हा पुरुषांचा (स्त्री-पुरुषांचा?) समान पोशाख होत आहे. मसाला डोसा ही भारताची अधिकृत राष्ट्रीय पाककृती बनली आहे. गणेशोत्सव महाराष्ट्राबाहेर अनेक प्रांतात साजरा होतो. ह्या सर्व गोष्टी एकाच प्रांतातील नाहीत पण सर्वांनी त्या स्वेच्छेने स्वीकारल्या. बहुधा अजून एका पिढीतच निरनिराळ्या भारतीयांमध्ये विशेष फरक राहणार नाही.

३७. औद्योगिक क्रांती १७ व्या शतकाच्या शेवटी झाली. त्या आधी काही हजार वर्षे शेती हेच उपजीविकेचे मुख्य साधन होते. उद्योगांची उपयुक्तता समजून घेण्यास इतकी शतके का लागली ?

औद्योगिक क्रांतीपूर्वी उद्योग नव्हतेच असे नाही. वस्त्रोद्योग जगभर होता. शेतीसाठी आणि युद्धांसाठी शस्त्रास्त्रे बनवली जात होती. घरे आणि प्रचंड आकाराच्या वास्तू उभारल्या जात होत्या. नद्या आणि - समुद्रपर्यटनासाठी सुद्धा - नौका बनवल्या जात होत्या. पण मोठ्या प्रमाणात रोजगार निर्माण करून मानवी जीवनावर प्रभाव टाकण्याची क्षमता औद्योगिक क्षेत्रात आलेली नव्हती. आज सर्वाधिक महत्त्वाचा असलेला वाहन उद्योग जवळजवळ अस्तित्वात नव्हता. या सर्वांचे मुख्य कारण यंत्रांच्या सहाय्याने उत्पादन करण्यासाठी आवश्यक असलेला उर्जेचा स्रोत उपलब्ध नव्हता. कृषिक्षेत्रासाठी माणसांचे आणि पशूंचे श्रम पुरेसे असतात. यंत्रे चालवण्यासाठी ते पुरत नाहीत. सध्या वापरात असलेल्या रेल्वेचे डिझेल इंजिन अंदाजे ६००० अश्वशक्तीचे असते तर बोइंग ७४७ ह्या विमानासाठी ४६००० अश्वशक्तीचे इंजिन लागते. (आपल्या पुराणांप्रमाणे सूर्याचा रथ अरुण नावाचा त्याचा सारथी चालवतो. त्याला सात घोडे जोडलेले असतात. म्हणजे तो ७ अश्वशक्तीचा असतो!).

उर्जेचा स्रोत उपलब्ध झाल्याशिवाय व्यावहारिक पातळीवर औद्योगिक क्रांती शक्य नव्हती. १७ व्या शतकापर्यंत माणूस आणि पशूंचे श्रम यांच्याव्यतिरिक्त उर्जेचे स्रोत म्हणजे झाडांचे लाकूड आणि काही प्रमाणात कोळसा. पण मोठ्या प्रमाणात लाकूडतोड किंवा खाणींमध्ये खोलवर असलेल्या कोळशाचे उत्खनन करण्यासाठी ही यंत्रांचीच गरज होती आणि ऊर्जेशिवाय तीही चालवता आली नसती. जेवढी झाली त्यापेक्षा जास्त प्रगती होणार नाही, रस्ता संपला, - एंड ऑफ दी रोड- अशी त्यावेळची मानसिकता होती.

जसजशी ऊर्जा उपलब्ध होत गेली तशी औद्योगिक क्षेत्र कसे विस्तारत गेले ते पाहण्यासारखे आहे.

ऊर्जेचा पहिला स्रोत म्हणजे वाफ. वाफेवर चालणारा पंप १७१२ मध्ये निर्माण झाला. त्याचा उपयोग कोळशाच्या खाणीसाठी होता. त्यावेळी कोळशाच्या खाणींमध्ये फार खोल उत्खनन करता येत नसे कारण पृष्ठभागाखाली असल्यामुळे त्या पाण्याने भरून जात. वाफेच्या पंपाच्या सहाय्याने पाण्याचा उपसा करता येणे शक्य झाले; परिणामी कोळशाचे उत्पादन वाढण्यास सुरुवात झाली. पण खरा फरक घडून आला तो जेम्स वॉटने १७८० च्या सुमारास विकसित केलेल्या स्टीम इंजिनमुळे - म्हणजे जेमतेम २४० वर्षांपूर्वी. कोळशावर चालणाऱ्या वाफेच्या इंजिनामुळे यंत्रयुग अवतरले असे म्हणायला हरकत नाही. त्याच्या सहाय्याने

कापडाच्या गिरण्या सुरू झाल्या, रेल्वे आली, जहाजांचा आकार आणि वेग अनेक पटींनी वाढला.

विजेचा शोध आधीच लागला होता. पण दैनंदिन वापरासाठी विजेचा उपयोग होण्यासाठी १८८० साल उजाडले. विजेच्या निर्मितीसाठी सुद्धा सुरुवात वाफेच्या इंजिनापासूनच झाली; काही प्रमाणात जलविद्युत निर्मितीही अस्तित्वात होती. विजेच्या सहाय्याने अमेरिकेतील कारखानदारी वाढत गेली, आणि ती थोड्याच वर्षात युरोप आणि जपानपर्यंत पोचली. भारतात आधी कोलकाता आणि पाठोपाठ मुंबई येथे १९०० सालाच्या सुमारास वीज पोचली. वीज हा ऊर्जेचा स्रोत निसर्गात उपलब्ध नसतो, वीज निर्माण करावी लागते. विजेला सर्वाधिक प्राधान्य मिळण्याचे कारण धातूच्या तारा वापरून कितीही लांब अंतरावर, बिनखर्चात, विजेचे वहन करता येते. जलविद्युत, डिझेल आणि आता अणुशक्तीवर निर्माण होणारी वीज वापरात असली तरी जगातील विद्युतनिर्मितीचा सर्वात महत्त्वाचा वाटा औष्णिक विजेचा आहे. याचा अर्थ त्यासाठी वापरला जाणारा कोळसा हा आजही ऊर्जेचा अत्यंत महत्त्वाचा स्रोत आहे. जगाची विजेची भूक सतत वाढत आहे. संगणकांसाठी प्रचंड प्रमाणात वीज लागते. आणि संगणकीकरणाचा वाढता व्याप पहिला तर त्यासाठी विजेची गरज आणि उत्पादन किती प्रमाणात वाढत राहणार याची कल्पना करता येईल.

उर्जेच्या क्षेत्रात क्रांती घडून आली ती पेट्रोलिअम हा नवा स्रोत सापडल्यामुळे. तेलाची पहिली विहीर इंग्लंडमध्ये १८५० मध्ये खोदण्यात आली असली तरी तेलाचे उत्पादन आणि वापर वाढत गेले १८८० नंतर. त्यानंतर साऱ्या जगातील वाहन उद्योग पेट्रोलिअमच्या आधाराने वाढला. १९०३ साली राइट बंधूंनी विमानाचा शोध लावला. आज विमान हे दूरच्या प्रवासासाठी प्रमुख वाहन बनू पाहत आहे. पेट्रोलिअमशिवाय विमानोड्डाण शक्यच झाले नसते. (तरीही पौराणिक काळात भारतात विमाने होती असे मानणारे लोक आहेत. ते त्यासाठी ऊर्जेचा स्रोत कोणता होता ते सांगत नाहीत). संपूर्ण विसाव्या शतकात नागरी आणि लष्करी उपयोगाची असंख्य आणि एकाहून एक अजस्र वाहने निर्माण झाली, अजूनही होत आहेत आणि ती सारी पेट्रोलिअमवर अवलंबून आहेत. अंतराळ प्रवासासाठी इंधनाचा स्रोत पेट्रोलिअम हाच आहे. ऊर्जेबरोबर प्लास्टिक हा नवीन पदार्थ पेट्रोलिअम निर्मितीच्या प्रक्रियेतून निर्माण झाला. आणि त्यानेही जग बदलून टाकले.

हे सारे आपल्याला नवीन आहे असे नाही. पण आदिमानवाच्या काळापासून १८८० सालापर्यंतची हजारो वर्षे आणि पुढची फक्त १४० वर्षे - खरे तर दुसऱ्या महायुद्धानंतरची ७०-८० वर्षे - यात ऊर्जेची उपलब्धता आणि वापर यांच्यामुळे

जग किती बदलले ते पाहिले तर स्तिमित व्हायला होते. ऊर्जेचा वापर अतिरेकी होतो आहे का, त्यामुळे निर्माण होत असलेल्या प्रदूषणासारख्या प्रश्नांना तोंड कसे द्यायचे, सौरऊर्जा आणि पवनऊर्जा यासारख्या अपारंपारिक ऊर्जास्रोतांचा कसा उपयोग करून घायचा, कोळसा आणि पेट्रोलिअम यांचे साठे संपुष्टात आले तर काय करायचे हे जटील प्रश्न आहेत आणि जगभरातील शास्त्रज्ञ त्यांची उत्तरे शोधण्यामध्ये गर्क आहेत.

दुसरीकडे वीज नाही म्हणून केरोसीनचे दिवे वापरणारी गावे आजसुद्धा भारतात आहेत. २०१७ सालच्या एका सर्वेक्षणानुसार २४ कोटी भारतीयांना जीवनाश्यक कामांसाठी वीज उपलब्ध नाही. असंख्य भारतीयांसाठी लाकूड आणि शेण्या हा इंधनाचा स्रोत आहे. शेतीसाठी गेल्या हजारो वर्षांप्रमाणे पशूंचाच वापर केला जातो. ऊर्जेची उपलब्धता आणि ऊर्जा वापरातील असमानता हे माणसा-माणसांमधील विषमतेचे महत्त्वाचे कारण आहे. भारतातील सर्वांना आपण ऊर्जा उपलब्ध करून देऊ शकलो तर आपल्या प्रगतीचा मार्ग ते स्वतः शोधून काढू शकतील असे मानायला जागा आहे.

३८. १९९१ साली उदारीकरण, खासगीकरण आणि जागतिकीकरण यांचे युग आले. हे स्वातंत्र्यानंतर लगेच केले असते तर देश कुठल्याकुठे गेला असता. बरोबर ?

एकतर खासगीकरणासाठी आवश्यक ते इन्फ्रास्ट्रक्चर तेव्हा उपलब्ध नव्हते. दुसरे त्या काळातील राजकीय आणि सामाजिक परिस्थिती पाहता, वेळेआधी आलेले खासगीकरण रुजले नसते.

१९५० ते १९७१ पर्यंतची आर्थिक परिस्थिती १९९१ च्या मानाने खूपवेगळी होती. नुकत्याच स्वतंत्र झालेल्या देशात अनेक पायाभूत गोष्टींचा अभाव होता. उत्पादन क्षेत्र प्राथमिक अडचणी सोडवण्यात गुंतलेले होते. पुरेशी वीज नव्हती, पोलाद अॅल्युमिनिअम तांबे रसायने यासारखा मूलभूत कच्चा माल नव्हता, तो आयात करण्यासाठी लागणारे परदेशी चलन नव्हते, तंत्रज्ञान नव्हते तंत्रज्ञही नव्हते, कच्चा माल कारखान्यांपर्यंत आणि तयार माल ग्राहकांपर्यंत पोचवण्यासाठी वाहतूक आणि दळणवळणयंत्रणा अपुरी होती. इतर कच्च्या मालाची टंचाई असल्यामुळे शेतमालावर प्रक्रिया करणारे उत्पादकच जास्त होते - कापड उद्योग हा देशातील प्रमुख उद्योग होता; बंगालमध्ये ज्यूट म्हणजे तागाच्या गिरण्या होत्या. मोठे उद्योग चालवण्यासाठी लागणारे भाग भांडवल आणि पतपुरवठा दोन्हीची टंचाई होती. वस्तू विकत घेण्याइतकी क्रयशक्ती असलेले ग्राहक फार नव्हते. उद्योजकांना मोठे उद्योग चालवण्याचा अनुभव आणि आत्मविश्वास नव्हता. छोटे आणि मध्यम आकाराचे उद्योगच अधिक प्रमाणात होते.

सरकारने पुढाकार घेऊन जे उद्योग चालू केले त्यांची नावे पाहिली तर पब्लिक सेक्टर का आवश्यक होता ते लक्षात येईल. (प्रत्येक कंपनी कोणतीतरी उणीव भरून काढण्यासाठी निर्माण केली गेली आहे) - स्टील ऑर्थॉरिटीज ऑफ इंडिया, भारत अॅल्युमिनिअम, हिंदुस्तान कॉपर, हेवी मशीन टूल्स, भारत हेवी इलेक्ट्रिकल्स, ऑईल अँड नॅचरल गॅस कमिशन, कोल इंडिया, इंडिअन एअरलाइन्स इत्यादी. त्याशिवाय तंत्रज्ञ निर्माण करण्यासाठी इंजिनीअरिंग कॉलेजे आणि आय. आय. टी., संशोधनासाठी राष्ट्रीय प्रयोगशाळा, वित्त पुरवठ्यासाठी इन्डस्ट्रिअल डेव्हलपमेंट बँक ऑफ इंडिया सारख्या वित्तसंस्था, हे सर्व सुरू करण्याचे कामही सरकारलाच करावे लागले. अर्थव्यवस्थेत सर्वाधिक हिस्सा कृषिक्षेत्राचा होता आणि अनेक कारणांमुळे त्याची उत्पादकता कमी होती. रेशनवर दिला जाणारा गहू अमेरिकेकडून आयात करावा लागत होता. कृषी क्रांती हा सरकारचा अग्रक्रम होता. (ती घडूनही आली). संरक्षणावर जास्त खर्च करावा लागत होता - पाकिस्तानबरोबर दोन (१९४७ आणि १९६५) आणि चीनबरोबर एक (१९६२), अशी तीन युद्धे होऊन गेली होती.

अशा परिस्थितीत खासगीकरणाचा काय उपयोग होणार होता ? खासगी क्षेत्र तितके सक्षम नव्हते.

राजकीय परिस्थितीही खुली अर्थव्यवस्था, खासगीकरण यांना अनुकूल नव्हती. स्वातंत्र्यानंतर लगेच म्हणजे १९५० आणि १९६० च्या दशकात, जवळजवळ १९७५ सालापर्यंत, जगभर समाजवाद आणि साम्यवाद यांची चलती होती. रशिया आणि चीन ह्या दोन बलाढ्य देशात साम्यवादी राजवटी होत्या. त्यांनी घडवून आणलेल्या विविध यशस्वी प्रयोगांचा जगभर बोलबाला होता. किंबहुना जगातील कितीतरी लोकांना सर्व जग आज ना उद्या साम्यवादी होणार याची खात्री वाटत असे. (केव्हा इतकाच प्रश्न होता). भारतातही साम्यवादी पक्ष मजबूत अवस्थेत होता, आणि उत्तरोत्तर अधिक आक्रमक बनत होता. बंगाल आणि केरळ येथे साम्यवादी राजवटी होत्या. कलकत्यामधील भिंतींवर 'च्यारमान माओ आमार च्यारमान' - (चिनी कम्युनिस्ट पक्षाचे) चेअरमन माओ त्से तुंग हे आमचे नेते, अशा घोषणा लिहिल्या जात होत्या. हिंसेच्या मार्गाने भारतातील सत्ता ताब्यात घेण्याचे उद्दिष्ट बाळगणारी नक्षलवादी चळवळ त्याच काळात उदयाला आली. 'राजकीय सत्ता बंदुकीच्या नळीमधून प्राप्त होते' हे माओ त्से तुंगचे वचन त्यांचे मार्गदर्शक तत्त्व होते, आताही आहे.

अशा वातावरणात खासगीकरणाचा पुरस्कार करणारा पक्ष भारतात सत्तेवर येईल आणि १९९१ साली राबवली गेलेली धोरणे १९६१ मध्ये राबविलेले अशी कल्पनाही करता येत नव्हती. काँग्रेस हा भारतातील सर्वात ताकदवान राजकीय पक्ष. त्याच्या पंडित नेहरू आणि इंदिरा गांधी ह्या नेत्यांना समाजवादी भूमिका घेण्याशिवाय पर्याय नव्हता. अन्यथा त्यांना सत्ता गमवावी लागली असती. स्वतंत्र पक्ष नावाचा खासगीकरणाचा पुरस्कार करणारा राजकीय पक्ष तेव्हा अस्तित्वात होता. लोकसभेमध्ये त्यांचे दोन खासदार निवडून येणेही अवघड होते.

स्वतंत्र भारताने स्वावलंबन, स्वयंपूर्णता ह्या संकल्पनांवर भर देण्याऐवजी सरळ अमेरिकेच्या गटात सामील होण्याचा निर्णय घेतला असता तर खासगीकरण शक्य झाले असते का ? हा जर -तर चा प्रश्न आहे. पण ज्यांनी उघडपणे अमेरिकेची वाट चोखाळली त्यांचे काय झाले ते पाहायला हरकत नाही. पाकिस्तानने तसे केले. नेलकटर पासून मोटारीपर्यंतच्या सर्व वस्तू तेथे अमेरिकेहून येत असत. काही काळ पाकिस्तानची अर्थव्यवस्था भारताच्या पुढे होती. १९७१ च्या युद्धात बांगलादेश गमावल्यानंतर सांस्कृतिक दृष्ट्या एकसंध, आणि आटोपशीर आकाराचा, सहज चालवता येण्यासारखा देश त्यांच्याकडे होता. झटपट निर्णय घेण्यासाठी दीर्घकाळ हुकूमशाही राजवट अस्तित्वात होती. तत्त्वतः भारताची नव्हे तर पाकिस्तानची अर्थव्यवस्था कुठल्या कुठे जायला हवी होती. तसे घडलेले नाही. मूलभूत क्षमता

विकसित न झाल्यामुळे, मिळालेल्या उत्तम आरंभाचा पाकिस्तानला फायदा करून घेता आला नाही. आणखी एक उदाहरण इराणचे. शहा महम्मद रझा पहलवी हे राजेपदावर असताना इराण हा अमेरिकेचा अत्यंत जवळचा मित्र होता. अमेरिकेच्या आधारावर इराणची प्रचंड भरभराट झाली होती. पण १९७९ साली झालेल्या इस्लामी क्रांतीनंतर चित्र पालटले. आर्थिक प्रगतीच्या पाठोपाठ आलेली सामाजिक विषमता आणि अमेरिकन संस्कृतीच्या प्रभावामुळे इस्लामी जीवनपद्धतीचा होणारा अधिक्षेप ही क्रांती घडून येण्यामागील मुख्य कारणे होती. भारतात अमेरिकी वळणाची अर्थव्यवस्था स्वातंत्र्यानंतर लगेच आली असती तर गरीब श्रीमंतांमधील वाढती दरी आणि त्या काळातील समाजवादी-साम्यवादी विचारसरणीचा प्रभाव यांच्या रेठ्याखाली ती दहावीस वर्षात संपुष्टात आली असती असे मानायला जागा आहे.

१९९१ सालापर्यंत जागतिक परिस्थिती आमूलाग्र बदलली. रशिया आणि त्याच्या प्रभावाखाली असलेल्या पूर्व युरोपातील देशातील साम्यवादी राजवटी अक्षरशः रातोरात पत्त्याच्या बंगल्याप्रमाणे कोसळल्या. माओ त्से तुंगच्या मृत्यूनंतर नेतेपद सांभाळणाऱ्या दंग शाओ पिंग यांनी साम्यवादाचा तोंडावळा कायम ठेवून खासगीकरणाची वाट धरली. भारतातील समाजवादी नेत्यांचा प्रभाव ओसरत चालला. १९९१ मध्ये पंतप्रधान नरसिंह राव आणि अर्थमंत्री मनमोहन सिंग यांना, भारताची ढासळलेली, दिवाळखोरीच्या उंबरठ्यावर उभी असलेली अर्थव्यवस्था सावरण्यासाठी, आंतरराष्ट्रीय वित्तसंस्थांच्या दडपणाखाली, खासगीकरणाचा निर्णय घ्यावा लागला. त्याचे देशभर स्वागत झाले! (तोपर्यंत खासगी क्षेत्रही मिळालेल्या संधीचा फायदा घेण्याइतके मजबूत झालेले होते).

थोडक्यात, इतिहासातील गोष्टी घडायच्या तेव्हाच घडतात. त्या वेळेआधी लादता येत नाहीत. सर्वाधिक महत्वाची भूमिका बाह्य परिस्थिती बजावत असते.

३१. विकास हे भारताच्या नव्हे तर जगातील सर्व अर्थव्यवस्थांचे सर्वमान्य उद्दिष्ट आहे. राष्ट्रांच्या विकास दराचा सर्वसामान्य नागरिकांच्या आर्थिक प्रगतीवर काय परिणाम होतो ?

नागरिकांचा आर्थिक विकास राष्ट्रांच्या आर्थिक विकासाशी निगडीत असतो. विकासदर १० टक्के असेल तर चक्रवाढीच्या गणिताने ७ वर्षात राष्ट्रांचे उत्पन्न दुप्पट होते (१.१०^७ = १.९५), आणि १४ वर्षात जवळजवळ चौपट होते. राष्ट्रीय उत्पन्न देशभर समप्रमाणात विभागले गेले तर महिन्याला १०००० रुपये कमावणारे गरीब कुटुंब १४ वर्षात, अंदाजे ४०,००० रुपये कमावू लागते. म्हणजे दारिद्र्यातून मुक्त होते. याच हिशेबाने आधी ४०००० रुपये कमावणारे मध्यमवर्गीय कुटुंब महिना १६०००० रुपये कमावू लागते, म्हणजे स्वतःची गाडी-बंगला परवडू शकणारे उच्च मध्यमवर्गीय कुटुंब होते. चीनमध्ये जवळपास असे घडले आहे.

दीर्घकाळ दहा टक्के विकासदर दुर्मिळ असतो. अनेक अनुकूल घटना एकत्र आल्यामुळे चीनमध्ये ते शक्य झाले. पण विकासदर दहा टक्के नाही, पण सातत्याने ६-७ टक्क्यांच्या जवळपास राहिला तरी प्रगती घडून येते, उत्पन्न चौपट होण्यासाठी १४ वर्षांऐवजी २०-२५ वर्षे, म्हणजे एक पिढी लागते. विकासदर ६ टक्के असेल तर उत्पन्न दुप्पट होण्यासाठी १२ वर्षे लागतात आणि चौपट होण्यासाठी २४ वर्षे. पण तेही फार वाईट नाही. भारतात तसे घडले आहे. १९८०च्या सुमाराला कनिष्ठ मध्यमवर्गीय असलेली कुटुंबे २०१७ पर्यंत स्वतःचे घर, वाहन असलेली सुस्थित कुटुंबे झाली आहेत, तर त्यावेळी मध्यमवर्गीय असलेली कुटुंबे उच्च मध्यमवर्गीय झाली आहेत. इतकी वर्षे परिस्थितीला दूषणे दिली तरी हे कसे घडले ते त्यांना उलगडणार नाही, पण त्यामागे साधे चक्रवाढीचे गणित आहे.

राष्ट्रीय उत्पन्नाचे समान वाटप हे वर मांडलेल्या आकडेमोडीमागील गृहीत आहे. प्रत्यक्षात तसे घडते असे नाही. विकासदर वाढत असताना निर्माण झालेल्या संधींचा काही जणांना जास्त लाभ मिळतो आणि ते लवकर श्रीमंत होतात. चीन तत्त्वतः साम्यवादी देश आहे पण गरीब आणि श्रीमंत यांच्या मधील दरी तेथे वाढत चालली आहे. पण आपल्या उत्पन्नाची मुकेश अंबानीच्या उत्पन्नाशी तुलना करण्यापेक्षा आपली स्वतःची प्रगती झाली की नाही हे पाहणे श्रेयस्कर असते. खरे तर २५ वर्षात भारतातील सर्वांची परिस्थिती सुधारली आहे.

२०१६ मधील आकडेवारीनुसार भारतातील एकूण देशांतर्गत उत्पादनात सेवा क्षेत्राचा वाटा ५५ टक्के, औद्योगिक क्षेत्राचा २५ टक्के आणि शेती क्षेत्राचा १५ टक्के होता. लोकसंख्येप्रमाणे भारत आजही शेतीप्रधान देश असला तरी आर्थिक दृष्ट्या नाही. गेल्या २५ वर्षात ज्या कुटुंबांचा विकास झाला तो प्रामुख्याने सेवा क्षेत्रामुळे झाला - माहिती तंत्रज्ञान, शिक्षण, आरोग्यसेवा, टेलीकॉम, बँकिंग,

किरकोळ व्यापार ही नोकऱ्या पुरवणारी सर्वाधिक महत्त्वाची कार्यक्षेत्रे राहिली आहेत. दुहेरी उत्पन्न मिळवणारे कुटुंब, म्हणजे अर्थार्जन करणारी स्त्री हे आधुनिक भारतीय समाजाचे प्रातिनिधिक रूप आहे. (जगात इतरत्रही तसेच आहे). कनिष्ठ ते उच्च मध्यमवर्गापर्यंत सर्वत्र, आपापल्या परीने, डबल इन्कम फॅमिली हे आर्थिक प्रगतीचे इंजिन बनले आहे. पूर्णवेळ गृहिणींचे प्रमाण कमी होत आहे. धार्मिक किंवा सामाजिक कारणांमुळे जेथे स्त्रियांना घराबाहेर पडू दिले जात नाही त्या कुटुंबांचा विकास मंद गतीने होणार आहे. (मुस्लिम समाजाने बदलायला हवे). आर्थिक प्रगतीचे हे प्रतिमान, मॉडेल मुळात शहरी आहे, पण निमशहरी आणि ग्रामीण भागातील कुटुंबांच्या आर्थिक विकासाची दिशा दुसरी कोणतीही असू शकत नाही. सेवाक्षेत्र तेथेही विस्तारत आहे. राजकारणी मंडळीनी शेतकऱ्यांच्या विपन्नावस्थेचे भांडवल करण्यापेक्षा ज्यांची शेती किफायतशीर नाही त्यांना सेवा क्षेत्रात पदार्पण करण्यासाठी मदत करावी.

४०. जागतिकीकरण भारतावर लादले गेले का? त्यामुळे फायदा झाला की तोटा?

गेल्या चार दशकातील खालील घटना पाहिल्या तर जागतिकीकरणाची अपरिहार्यता लक्षात येईल.

(१) विमानप्रवास सुलभ आणि स्वस्त झाल्यामुळे परदेशात जाणेयेणे वाढले. देशविदेशातील माणसांना प्रत्यक्ष भेटीतून एकमेकांच्या क्षमता समजून घेणे शक्य झाले आणि आंतरराष्ट्रीय व्यापार अनेक पार्टींनी वाढला.

(२) प्रमाणित आकाराचे कंटेनर, प्रचंड क्षमता असलेली आणि अधिक वेगवान जहाजे, चांगले रस्ते, कार्यक्षम पृष्ठभागीय वाहतूक यांच्यामुळे जगातील कोणत्याही देशातील ग्राहकापर्यंत माल पोचवणे अवघड राहिले नाही.

(३) स्वयंचलित यंत्रे, मुख्यतः रोबोटिक्स यांच्या वापरामुळे उत्पादन अनेक पार्टींनी वाढले. किमती सहज परवडतील इतक्या खाली आल्या. मालाचा खप मोठ्या प्रमाणात वाढला.

(४) प्रमाणित प्रक्रिया, प्रमाणित कच्चा माल आणि स्वयंचलित यंत्रे यांच्यामुळे जगात कोठेही उत्पादन केले तरी उत्पादनांचा दर्जा टिकवून धरणे शक्य झाले. क्वालिटीच्या क्षेत्रात एक प्रकारची क्रांतीच झाली. त्यामुळे कोणत्याही देशातून सुटे भाग किंवा उत्पादने प्राप्त करणे सोपे झाले. शर्टाचा ब्रँड अमेरिकन पण प्रत्यक्ष उत्पादन मॉरिशसमध्ये हे सहजशक्य झाले.

(५) इंटरनेट आणि संगणकीकरण यांच्या संयुक्त वापरामुळे परस्पर संपर्क सोपा झाला, प्रशासकीय काम उरकणे सुलभ झाले.

(६) सार्क, युरोपिअन युनियन, आशिआन वगैरे प्रादेशिक सहकार्य करणाऱ्या देशांचे संघ निर्माण झाले. आपापल्या क्षेत्रात कमी दराने कर आकारणी, निर्बंधरहित प्रवास यामुळे व्यापाराच्या संधी वाढल्या.

(७) आंतरराष्ट्रीय वित्त व्यवस्थेचे मोठ्या प्रमाणावर आधुनिकीकरण झाले. इंटरनेटच्या वापरामुळे आर्थिक व्यवहार सुलभ आणि पारदर्शी झाले. शेअर्स, परकीय चलन, सामग्री (कमॉडिटीज) यांच्यामधील व्यवहार आंतरराष्ट्रीय स्तरावर, ऑनलाईन करणे शक्य झाले.

(८) परकीय गुंतवणूक सोपी झाल्यामुळे नव्या प्रकल्पांसाठी जगातील कोठूनही भांडवल मिळवणे शक्य झाले. कोट्यवधी डॉलरचे प्रकल्प जगभर निर्माण झाले, आणि होत आहेत.

(९) परदेशप्रवास सुलभ झाल्यामुळे परदेशात नोकरी करू इच्छिणाऱ्या लोकांची संख्याही वाढली. उद्योगसंस्थांना हवे असलेले कुशल कर्मचारी उपलब्ध झाले.

(१०) सेवा क्षेत्रातील सर्वकष संगणकीकरणामुळे बँकिंग, इन्शुरन्स, माहिती तंत्रज्ञान, करमणूक, प्रवासी सेवा, कॉलसेंटर, प्रशिक्षण असे अनेक व्यवसाय आपोआप आंतरराष्ट्रीय पातळीवर गेले. काम पुरवणारी संस्था एका देशात आणि कर्मचारी जगात कोठेही ही कार्यपद्धती नित्याची झाली. सर्व जग ही एक वर्कस्पेस झाली.

ह्या सर्व घडामोडी पाहिल्या की त्यातून जागतिकीकरण नाही तर दुसरे काय घडणार? देशादेशातील सामंजस्य इतके वाढले आहे की वसुधैव कुटुंबकम् ही संकल्पना आधीच अस्तित्वात आलेली आहे. घड्याळाचे काटे उलटे फिरवून पुन्हा देशादेशापुरती संरक्षित अर्थव्यवस्था आता शक्य नाही. आहे त्या परिस्थितीशी जमवून घेणे एवढाच पर्याय आहे.

जागतिकीकरण ही नवी संरचना असल्यामुळे, काही प्रमाणात जुना डाव मोडून नवा डाव मांडल्यासारखी परिस्थिती होती. त्यातून काही नवे चॅंपियन निर्माण झाले. सर्वात मोठा चॅंपियन म्हणजे चीन. १९८० च्या सुमाराला जागतिकीकरणाची सुरुवात होत होती तेव्हा चीन आर्थिक सुधारणांच्या उंबरठ्यावर उभा होता. जागतिकीकरणातून निर्माण झालेल्या संधींचा फायदा घेऊन चीन साऱ्या जगाचा कारखानदार बनला. स्पर्धेमध्ये सर्वांना मागे टाकून चीन जगातील दुसऱ्या क्रमांकाची अर्थव्यवस्था बनला आहे.

सुरुवातीच्या काळात जागतिकीकरण हा अमेरिकन जीवनशैली सर्व जगावर लादून त्यापाठोपाठ अमेरिकन वस्तू आणि सेवा खपवायचा डाव आहे अशी सर्वांना, विशेषतः भारतासारख्या विकसनशील देशांना शंका होती. जागतिकीकरण म्हणजे नवा वसाहतवाद, मागच्या दाराने येऊन पुन्हा एकदा पाश्चिमात्यांकडून भारताची लूट अशी भीती व्यक्त केली जात असे. तसे हेतू असेलही. पण जागतिकीकरणानंतरच्या काही वर्षात ग्लोबलायझेशनच्या पाठोपाठ ग्लोकलायझेशन ही नवी संकल्पना आली. म्हणजे ग्लोबल आणि लोकल, जागतिक आणि स्थानिक यांचा संगम. माल खपवण्यासाठी का होईना, अमेरिकन वस्तू आणि सेवा यांचे सौम्य भारतीयीकरण झाले. त्यामुळे जागतिकीकरणाविषयीचा विरोध काही प्रमाणात कमी झाला. त्यानंतर आधी कॉल सेंटर आणि नंतर माहिती तंत्रज्ञान उद्योगाने जागतिकीकरणाच्या लाटेवर स्वर होऊन नेत्रदीपक यश मिळवले. भारतीय माहिती तंत्रज्ञान उद्योग हा जागतिकीकरणातील एक 'स्टार' ठरला आहे. ह्या उद्योगाने देशपरदेशात अनेक

तरुणांना नोकऱ्या दिल्या. काही तर चक्क श्रीमंत झाले. गेल्या दहा वर्षांत, माहिती तंत्रज्ञान क्षेत्रातील उद्योजकांच्या पावलावर पाऊल टाकून भारतीय कारखानदार, हळूहळू पण निश्चितपणे जागतिक बाजारपेठेत आपले बस्तान बसवत आहेत. अनेक लघुउद्योजकांनी सुद्धा निर्यातीच्याक्षेत्रात पदार्पण केले आहे. मोठ्या भारतीय कंपन्यांचे परदेशात कारखाने आहेत. एके काळी स्वप्नवत वाटणारी भारतीय बहुराष्ट्रीय कंपनी ही कल्पना प्रत्यक्षात उतरली आहे. मानवसंपत्ती हे जागतिकीकरणाच्या संदर्भात भारताचे शक्तिस्थान ठरत आहे. भारतीय उद्योजक आत्मविश्वासाने परदेशात उद्योग उभारत आहेत तर भारतीय तंत्रज्ञ आणि व्यवस्थापक जगातील विविध देशात जबाबदाऱ्या सांभाळत आहेत. भारतीयांचे इंग्रजीचे ज्ञान त्यांच्यासाठी खूप फायद्याचे ठरत आहे.

जागतिकीकरणामुळे भारताचा फायदा झाला असे आतापर्यंतच्या कामगिरीवरून दिसते. प्रगतीपथावर असलेली अर्थव्यवस्था अशी भारताची प्रतिमा निर्माण झाली आहे.

आश्चर्याची गोष्ट म्हणजे ज्या अमेरिकेने जागतिकीकरणासाठी पुढाकार घेतला तेथेच जागतिकीकरणाला विरोध होत आहे. २०१६ च्या अध्यक्षीय निवडणुकीत 'अमेरिकनांसाठी अमेरिका' अशी भूमिका घेणारे डोनाल्ड ट्रम्प यशस्वी झाले. अमेरिकेपुरता स्वदेशीचा आग्रह धरणारे लोकही आहेत. खरे सांगायचे तर महाग असली तरी देशाभिमानाच्या भावनेतून ती वस्तू विकत घेणारे लोक आता फारसे उरले नाहीत.

जागतिकीकरणाने तथाकथित प्रगतीची जी दिशा दाखवली ती सर्व जगासाठी व्यवहार्य आहे का, त्यातून निर्माण होणाऱ्या विषमता, जीवनावश्यक संसाधनांची कमतरता, जलप्रदूषण, वायुप्रदूषण अशा अनेक समस्यांना तोंड कसे द्यायचे हा वेगळा प्रश्न आहे. बुद्धिचातुर्य, शहाणपण आणि तंत्रज्ञान यांच्या समन्वयाने त्या सोडवल्या जातील अशी आशा करू या.

४१. उदारीकरण, खासगीकरण आणि जागतिकीकरण ह्या नंतरच्या जगात घडून आलेले सर्वाधिक महत्त्वाचे बदल कोणते ?

हे तीनही बदल खरोखरच जागतिक परिमाण असलेले आहेत. भारतात त्याची सुरुवात १९९० नंतर झाली. पण बदलाचे वारे १९८० पासूनच वाहण्यास सुरुवात झाली होती. तोपर्यंत साम्यवादी आणि समाजवादी विचारसरणीचा सर्व जगावर लक्षणीय प्रभाव होता. चीन आणि रशिया ह्या दोन मोठ्या देशात साम्यवादी राजवटी अयशस्वी ठरल्यामुळे एकामागून एक जगातील बहुतेक देशांनी टप्प्याटप्प्याने 'लिबरलायझेशन, प्रायव्हेटायझेशन, ग्लोबलायझेशन (त्या काळातले सर्वमान्य संक्षिप्त रूप एल-पी-जी) ह्या मंत्राचा स्वीकार केला. गेल्या २५ वर्षात त्यामुळे निर्माण झालेले तीन प्रमुख प्रवाह दिसतात.

लोकशाही राजवटी- माणसे शेती करायला लागून एका जागी स्थिरावल्यानंतर मालमत्तेच्या हक्कांचे रक्षण करण्यासाठी सत्ता राबवू शकणाऱ्या राजवटीची गरज निर्माण झाली. तेव्हापासून आजपर्यंत राजेशाही, हुकूमशाही आणि लोकशाही अशा तीन प्रकारच्या हुकूमशाही राजवटी अस्तित्वात आहेत. इतिहासकाळापासून एकोणिसाव्या शतकापर्यंत राजेशाहीहा सर्वमान्य राज्यप्रकार होता (भारत, चीन, जपान, मध्यपूर्व, युरोप- सर्वत्र राजे होते). विसाव्या शतकात लष्करी ताकद किंवा राजकीय तत्त्वज्ञानाच्या आधारे सत्ता काबीज करणारे व्यक्ती आणि गट निर्माण झाले; त्यानंतर ह्या दुसऱ्या प्रकारच्या हुकूमशाही राजवटी बऱ्याच देशांमध्ये होत्या. आफ्रिकेतील कित्येक देशात आजही आहेत. त्यांच्या ऐवजी मतदानाच्या माध्यमातून सरकार निवडणारी लोकशाही येणे हे मोठेच परिवर्तन आहे. लोकशाहीचा सर्वात मोठा फायदा, शांततामय मार्गाने सत्ताबदल घडवून आणण्याची ह्या राज्य प्रकारातील सोय हा आहे. सत्तेची आकांक्षा बाळगणाऱ्या ताकदवान समूहांना सनदशीर मार्गाने सत्ता प्राप्त करण्याचा मार्ग लोकशाहीमुळे उपलब्ध होतो. जग जवळ येऊन विचारांचे अभिसरण वाढल्यामुळे माणसांना, आंतरराष्ट्रीय दडपणाखाली, लोकशाही हा अधिक सुसंस्कृत पर्याय स्वीकारणे भाग पडत आहे. चीनसारख्या लोकशाही नसलेल्या देशांतही लोकशाहीची मागणी जोर धरत आहे. तांत्रिक लोकशाही, आणि नागरिकांचा खराखुरा सहभाग असलेली परिपक्व लोकशाही यात फरक आहे. अनेक देशातील लोकशाही अद्याप परिपक्वतेच्या अवस्थेपासून दूर आहे. पण या ना त्या स्वरूपात लोकशाही अस्तित्वात असणे जागतिक शांततेसाठी आणि जागतिकीकरणाच्या यशस्वितेसाठी स्वागतार्ह आहे हे नक्की. (पूर्वीपासून - आणि आजही - युद्धाचा धोका हुकूमशाहा आणि हुकूमशाही प्रवृत्तीच्या लोकांकडून जास्त असतो).

आर्थिक विकासावर भर - जगातील सर्व देशांचे सर्वाधिक महत्त्वाचे उद्दिष्ट

आर्थिक विकासाचा दर टिकवून धरणे आणि नागरिकांचे दरडोई उत्पन्न वाढवणे यावर केंद्रित झाले आहे. सर्व देशांची एकमेकांबरोबर होणारी तुलना आता एकंदर राष्ट्रीय उत्पन्न, दरडोई उत्पन्न आणि वार्षिक विकास दर ह्या निकषांवर होते. अन्य उद्दिष्टे मागे पडली आहेत. हिटलर, माओ त्से तुंग, अयातुल्ला खोमेनी यांच्या काळात आर्थिक विकासापेक्षा अन्य अग्रक्रम असू शकत होते. हिटलरला जर्मन लोकांचे वंशश्रेष्ठत्व जगभर प्रस्थापित करायचे होते. माओ त्से तुंगला समतेवर आधारलेली साम्यवादी राजवट चीनमध्ये स्थापन करण्यात अधिक रस होता. अयातुल्ला खोमेनीला शरियामधील तत्त्वांप्रमाणे आचरण करणारी इस्लामी राजवट इराणमध्ये आणायची होती. त्यापूर्वीच्या काळात साम्राज्य प्रस्थापित करणे, वसाहती निर्माण करणे यासारखी उद्दिष्टे महत्त्वाची मानली जात असत. आर्थिक लाभाचे उद्दिष्ट असले तरी त्याला दुय्यम स्थान असे. जागतिकीकरणानंतर हे सर्व बदलले आहे. बाकीची उद्दिष्टे बाजूला ठेवून आर्थिक विकास हे एकमेव उद्दिष्ट सर्व जगाने स्वीकारणे, हा क्रांतिकारक बदल आहे. युद्ध नव्हे तर व्यापार, हा १९८० नंतरच्या जगाचा कानमंत्र आहे. दुसऱ्या महायुद्धापूर्वीच्या २०० वर्षांत युरोपियन देशांनी एकमेकात अनेक भीषण युद्धे केली. पण इंग्लंड आणि फ्रान्स, किंवा जर्मनी आणि फ्रान्स ह्या देशांमध्ये युद्ध होऊ शकेल अशी आता कल्पनाही करता येणार नाही. सारे जग ही वस्तू आणि सेवा ह्यांची एक विराट बाजारपेठ बनली आहे. भारतातील आणि अन्य विकसनशील देशातील निवडणुका आता विकासाच्या मुद्द्यावर लढल्या जातात.

धार्मिकतेचे पुनरुज्जीवन - साम्यवादाचा वरचष्मा असलेल्या काळात 'धर्म' ह्या शतकानुशतके माणसाला महत्त्वाच्या वाटणाऱ्या संकल्पनेचे जवळजवळ उच्चाटन झाले होते. कार्ल मार्क्सचा, धर्म ही (कष्टकऱ्यांना क्रांतीपासून दूर ठेवणारी) अफूची गोळी आहे हा विचार निम्म्या (म्हणजे साम्यवादी) जगाने स्वीकारला होता. मात्र १९९० नंतर सर्व जगात धार्मिकतेचे प्रमाण वाढताना दिसत आहे. चीनमध्ये सुमारे ५ कोटी (४ टक्के) ख्रिस्ती आहेत असा अंदाज आहे आणि हे सर्व १९९० नंतर ख्रिस्ती झालेले आहेत. रशियामध्ये पारंपारिक रशियन ऑर्थोडॉक्स चर्चचा प्रभाव खूपच वाढला आहे. इस्लामच्या नावाने जगभर चालू असलेले धर्मकारण सर्वश्रुत आहे. भारतातही धर्माचा पगडा वाढताना दिसत आहे. युरोप आणि अमेरिकेतील सुशिक्षित नागरिक पौर्वात्य अध्यात्मिक विचारात रस घेताना दिसतात. ते योगविद्या तर शिकतातच पण हिंदू-बौद्ध-जैन परंपरेतील 'आत्मज्ञान' ही संकल्पना समजून घेणारे, ती स्थिती प्राप्त व्हावी यासाठी प्रयत्न करणारे लोकही आहेत. ह्या नवधार्मिकतेचे तीन पैलू दिसतात. एकीकडे, मॅस्लोने सांगितलेल्या सुप्रसिद्ध ५ कार्यप्रेरणांपैकी सर्वात वरच्या, 'स्वतःचा शोध घेणे', ह्या हेतूने प्रेरित झालेले, प्रगत देशातील संपन्न नागरिक आहेत. दुसरीकडे धर्माने निर्माण केलेल्या

आभासी जगात रमणारे, पूजाअर्चा, प्रार्थना इत्यादी धार्मिक उपचारात रस घेणारे लोक आहेत (जे बहुसंख्य आहेत आणि सर्व धर्मात आहेत), तर तिसरीकडे धर्माच्या नावाखाली लोकांना भडकवून सत्ता काबीज करण्याची आकांक्षा बाळगणारे आहेत - इस्लामी मूलतत्त्ववादी ह्या गटात मोडतात.

अर्थात हे २०१८ साली दिसून येणारे विचारप्रवाह आहेत. १९५ देश असलेल्या जगात अनेक प्रकारचे प्रयोग चालू असतात आणि त्यातील यशापयशाचे पडसाद एकमेकांवर उमटतात. मात्र यापुढील काळात कोणत्याही एका देशातील संस्कृती बाकीच्या जगापेक्षा फार वेगळी राहणे अवघड आहे.

४२. ऑटोमेशन आणि संगणकीकरण यांच्या रेठ्यामुळे नोकऱ्यांची संख्या कमी होताना दिसते आहे. दुसरीकडे लोकसंख्या तर वाढत आहे. इतक्या हातांना काम कसे पुरवायचे ?

वरवर पाहता विविध क्षेत्रात गुंतवणूक वाढते पण त्या प्रमाणात नोकऱ्या वाढत नाहीत असे चित्र दिसते. भविष्यवेधी विचारवंत, यंत्र विरुद्ध मानव (किंवा यंत्रमानव विरुद्ध नैसर्गिक मानव) अशा संघर्षाला मानवजातीला तोंड द्यावे लागणार, असे भाकित करतात. इस्राएली विचारवंत युवाल हरारी यांचे 'होमो ड्यूस' म्हणजे 'देवसदृश माणूस' हे पुस्तक अशा वैचारिकतेचे एक उदाहरण. युवाल हरारींच्या मते कृत्रिम बुद्धिमत्ता आणि प्रगत संगणक यांचा वापर करून आता अतर्क्य भासणाऱ्या गोष्टी करण्याची बौद्धिक कुवत असणाऱ्या माणसांचा एक समूह - जणू काही जमात - निर्माण होईल आणि ती माणसे जगावर अधिराज्य गाजवतील. हा गट आणि इतर सामान्य माणसे यांच्यामध्ये न सांधता येणारी दरी असेल. ह्या 'इतर सामान्य' माणसांच्या भौतिक गरजा भागवल्या जातील पण त्यांना काम नसेल. खाणेपिणे आणि उरलेला वेळ टाइमपास इतकीच त्यांच्याकडून अपेक्षा असेल.

युवाल हरारी म्हणतात तसा समाज कधी अस्तित्वात येईल हे सांगणे अवघड आहे. ऑटोमेशन आणि संगणकीकरण यांच्यामुळे कामाचे स्वरूप बदलते हे निर्विवाद आहे, पण त्यांच्यापायी नोकऱ्या एकतर्फी कमी होतात असे नाही. क्रांतिकारक नवे तंत्रज्ञान आले की काही लोकांना त्याचे प्रतिकूल परिणाम सोसावे लागतात. पण कालांतराने इतर लोक, विशेषतः तरुण पिढी त्या बदलांकडे आपत्ती नाही तर संधी म्हणून पाहते. नोकऱ्या कमी होत नाहीत तर वाढतात. हातमाग जाऊन यंत्रमाग आले, घोड्याचा टांगा आणि बैलगाडीच्या ऐवजी बसगाडी आली, त्यावेळी सुरुवातीला रोजगार कमी झाले पण काही वर्षे लोटल्यावर नवीन क्षेत्रांत अनेक पटींनी वाढले. १९७५-८० च्या सुमाराला संगणक आले, तेव्हा त्याच्या विरुद्ध आंदोलने झाली पण त्यानंतर ३० वर्षांनी जगभर, संगणक क्षेत्रातच चांगल्या आणि विपुल नोकऱ्या निर्माण झाल्या आहेत आणि त्या भारतीय तरुणांना मिळत आहेत.

गेल्या शंभर वर्षांत ऑटोमेशनमुळे कामाचे स्वरूप बदलले, त्याचे तीन टप्पे सांगितले जातात. एकोणिसाव्या शतकात सुरू झालेल्या पहिल्या टप्प्यात ज्यासाठी खूप शारीरिक मेहेनत करावी लागे ते काम यंत्रांनी ताब्यात घेतले - उदाहरणार्थ बांधकामाच्या साइटवर क्रेन, लिफ्ट आणि क्रशर आले, ही यंत्रे करतात, ती सर्व कामे आधी शारीरिक श्रमांच्या सहाय्याने करावी लागत होती. दुसऱ्या टप्प्यात, विसाव्या शतकाच्या शेवटी संगणक आले आणि त्यांनी

आकडेमोडी सारखी बौद्धिक श्रमाची कामे करायला सुरुवात केली. आता एकविसाव्या शतकातील तिसऱ्या टप्प्यात अधिक प्रगत संगणक माहितीचे अचूक विश्लेषण करून माणसांना आकलन होत नाहीत असे निष्कर्ष काढू शकत आहेत. निर्णय घेण्याचे माणसाचे काम संगणक करत आहेत. प्रत्येक टप्प्यावर आधी ती कामे करणारी कोणीतरी माणसे यंत्रे आणि संगणक यांच्यामुळे अनावश्यक ठरली. असे असूनही स्थूलमानाने यांत्रिकीकरण आणि संगणकीकरण यांच्यामुळे आर्थिक प्रगती झाली - आणि रोजगारही वाढले. त्याचे कारण आहे.

यंत्र उपलब्ध झाले की त्याचा वापर कोठे करता येईल या विचाराला चालना मिळते आणि आपली कल्पकता वापरून आधी माहिती नसलेल्या अनेक क्षेत्रात त्याचा शिरकाव होतो. इलेक्ट्रिक मोटारीचा शोध १८३२ मध्ये इंग्लंडमध्ये लागला. त्यावेळी कोणकोणती यंत्रे इलेक्ट्रिक मोटारीच्या सहाय्याने चालवता येतील याची कल्पना मूळ संशोधकाला असणे शक्य नाही, पण कालांतराने हा शोध क्रेन, लिफ्ट आणि क्रशर सारख्या असंख्य यंत्रांना ऊर्जा पुरवण्यासाठी कारणीभूत ठरला. त्या विविध यंत्रांमुळे किती रोजगार निर्माण झाले त्याची मोजदाद करता येणार नाही. बसगाडी आली आणि त्यामुळे टांगा आणि बैलगाडी गेली; पण बसगाडीमुळे तेवढेच घडले नाही. तिच्यामुळे निर्माण झालेल्या सार्वजनिक वाहतूक सेवेचे दूरगामी परिणाम झाले. गावे जोडली गेली. व्यापक आर्थिक विकास झाला. अनेक क्षेत्रात रोजगार वाढला. संगणकाच्या बाबतीतही तसेच घडत आहे. कल्पना करता येणार नाही अशा नव्या संधी संगणकामुळे निर्माण झाल्या आहेत. उदाहरणार्थ, प्रत्येक सेकंदाला हजारो फोन मोबाइलवरून केले जातात. प्रत्येक फोनची नोंद आणि बिलिंग त्याक्षणी ऑनलाइन होत असते. ते फक्त संगणकाच्या सहाय्यानेच करता येणे शक्य आहे. संगणक नसतील तर मोबाइल सेवा देताच येणार नाही. मोबाइल फोनच्या क्षेत्रात ज्या शेकडो नोकऱ्या निर्माण झाल्या आहेत त्याचे श्रेय अंशतः संगणकाला जाते. संगणकाच्या सहाय्याने बँकेच्या सर्व शाखा एकमेकांना जोडल्या गेल्या म्हणून बँकेच्या एटीएम मधून पैसे काढता येतात. संगणक निर्माण झाला तेव्हा भावी काळात एटीएमसाठी त्याचा उपयोग होणार आहे असे माहित नव्हते; पण कोणीतरी कल्पक माणसाने ते शोधून काढले. एटीएममुळे व्यवहार सोपे झाले आणि रोजगारही निर्माण झाले - प्रत्येक एटीएममागे एक किंवा दोन सुरक्षा कर्मचारी तरी लागतातच!

हा अनुभव लक्षात घेऊन प्रगत किंवा अतिप्रगत तंत्रज्ञानामुळे माणसांची गरजच उरणार नाही ही भीती बाळगण्याचे कारण नाही. त्या तंत्रज्ञानाची अनेक नवी ॲप्लिकेशन्स, उपयोग शोधून काढले जातील आणि त्या क्षेत्रात रोजगार निर्माण होईल. ते काम शिकण्याची आणि करण्याची क्षमता माणसांमध्ये असतेच -

भारतामधील शेकडो संगणक येथील माणसेच चालवतात. ती कामे करण्याची तयारी मात्र हवी. उदाहरणार्थ, नजीकच्या भविष्यकाळात ज्येष्ठ नागरिक हा मोठा ग्राहकवर्ग निर्माण होत आहे. त्यांना विविध प्रकारच्या सेवांची गरज भासेल; कदाचित एकटेपणा घालवण्यासाठी त्यांना वेळ देणे इतकीच त्यांची गरज असेल. ती देण्याची तयारी असेल तर रोजगार उपलब्ध आहे. (खरे तर न झालेली कामे जगात आणि भारतात इतकी आहेत की काम ही समस्याच नाही, त्यासाठी देऊ केला जाणारा मोबदला आणि काम करू इच्छिणाऱ्या व्यक्तीच्या अपेक्षा, जुळत नाहीत ही अडचण आहे. एकीकडे शेकडो कामे केली न जाता पडून राहतात आणि दुसरीकडे माणसे काम नाही म्हणून रिकामी राहतात).

भावी काळातील रोजगारासंबंधी, दुर्लक्ष करू नये असे एक तत्त्व असे की, यापुढे कायमस्वरूपी नोकरी मिळण्याची शक्यता कमी आहे. नोकरी देणारी संस्थाच दीर्घकाळ टिकून राहिल अशी खात्री नाही. झेरॉक्स, कोडॅक अशा नामवंत कंपन्या सुद्धा बंद पडतात तर लहान कंपन्यांची काय कथा? अर्थार्जनाची ३५-४० वर्षे, ५ ते ७ वर्षांची ६-७ करिअर्स ही बहुतेकांच्या बाबतीत वस्तुस्थिती असणार आहे. त्या काळात उत्पन्नाचा आणि मानमरातबाचा आलेख चढताच राहिल अशीही खात्री नाही. जगात सर्वत्र असेच घडणार आहे. तेव्हा कुरकुर न करता, समतोल बुद्धीने ते स्वीकारणे आणि त्यातून मार्ग काढत राहणे शहाणपणाचे आहे - सरकार किंवा खासगी कंपन्या यांच्यावर टीका करून काही साध्य होणार नाही. ते जे काही करतात ते मुद्दाम करत नाहीत, व्यक्तीप्रमाणे संस्थांनाही परिस्थितीशी जमवून घ्यावे लागते.

ज्यांना नोकरीच नाही किंवा नोकरी मिळू शकणार नाही असे कौशल्य ज्यांच्याकडे नाही अशा कोट्यवधी लोकांचे काय? त्यांच्या प्राथमिक गरजा भागतील इतका बेकारी भत्ता देणे हे शक्य आहे पण त्यांच्यासाठी काम निर्माण करणारी कोणतीही यंत्रणा अस्तित्वात नाही. ते निर्माण केलेच तरी कोणतेही काम करण्याची त्यांची तयारी असेल असे नाही. आज उत्तर नाही अशी ही समस्या आहे.

४३. भांडवलशाहीमध्ये गरीब अधिक गरीब, श्रीमंत अधिक श्रीमंत होतात हे खरे आहे का ?

गरीब अधिक गरीब श्रीमंत अधिक श्रीमंत होतात हा साम्यवादी विचारसरणीचा पाया आहे. अलीकडे थॉमस पिकेटी ह्या फ्रेंच अर्थशास्त्रज्ञाने हा सिद्धांत नव्याने मांडला आहे. पिकेटीच्या ग्रंथाचे नाव 'कॅपिटल इन दी ट्रेंटीफर्स्ट सेंचरी' असे आहे. कार्ल मार्क्सच्या सुप्रसिद्ध ग्रंथाचे नाव 'कॅपिटल' असे होते. त्यामुळे पिकेटीच्या ग्रंथाला कॅपिटल २.० असे म्हणण्यात येते.

जानेवारी २०१७ मध्ये ऑक्सफॉर्म्ने केलेल्या अभ्यासानुसार भारतातील १ टक्का लोकांकडे देशातील ५८ टक्के संपत्ती आहे. हाच आकडा २०१४ मध्ये ४९ टक्के होता. भारतातल्या डॉलर बिलियनेरची संख्या फक्त गेल्या २ वर्षांत ५० टक्क्यांनी वाढली - जी २०१४ मध्ये ५६ होती ती ८४ झाली. त्यांच्याकडे मिळून २४८ कोटी बिलियन डॉलर म्हणजे जवळजवळ १६.१२ लाख कोटी म्हणजे देशातील संपूर्ण संपत्तीच्या ८ टक्के संपत्ती आहे. देशातील ५७ लोकांकडे तळातील ७० टक्के जनतेएवढी संपत्ती आहे अशी माहिती फोर्ब्सच्या अंकात दिली आहे. इतर देशातील आकडेही असेच आहेत. अमेरिकेतील वरच्या १ टक्का लोकांकडे २० टक्के संपत्ती आहे; त्यातील एक-दशांश टक्के लोकांकडे १० टक्के आहे.

हे सर्व आकडे पाहून धास्ती वाटणे साहजिक आहे. मात्र त्याचे अधिक खोलात जाऊन विश्लेषण करायला हवे. श्रीमंत अधिक श्रीमंत झाले हे खरे असले तरी गरीब अधिक गरीब झालेले दिसत नाहीत. राहण्यासाठी ज्या सेवासुविधा लागतात त्या गरीब, कनिष्ठ मध्यमवर्गीय, उच्च मध्यमवर्गीय, थोडे श्रीमंत, खूप श्रीमंत ह्या सर्वांकडेच २०-२५ वर्षांपूर्वीशी तुलना केली तरी कितीतरी अधिक प्रमाणात असल्याचे आढळून येईल. हे सर्वजण पूर्वीपेक्षा चांगल्या घरात राहतात, दोन चाकी आणि चारचाकी स्वयंचलित वाहने, जी पूर्वी दुर्मिळ असत, ती सर्रास अनेकांकडे असतात. स्वस्तातला का होईना, मोबाइल फोन सगळ्यांकडे असतो. ते अधिक चांगल्या प्रकारे प्रवास करतात. महागाई वाढल्याची तक्रार कायम चालू असली तरी लोक उपाशी नसतात. गरीब घरातील मुलेही इंग्रजी माध्यमाच्या शाळेत जातात. (२५ वर्षांपूर्वी प्रत्येकाकडे कपड्याचे २-४ जोड असायचे. प्यायचे पाणी लांबून आणावे लागे. शिक्षणासाठी गाव सोडून शहराकडे जावे लागे. तेथे हालात दिवस काढावे लागत. शौचालयासाठी रांगा लावाव्या लागत, तीही गलिच्छ असत. सायकलसुद्धा दुर्मिळ होती. चालत जावे लागे. साखर परवडत नाही म्हणून गूळ वापरावा लागे. इत्यादी. आठवणीला ताण दिला तर अनेक क्लेशदायक गोष्टी/घटना आठवतील).

परिस्थिती का सुधारली ते समजून घ्यायला हवे. श्रीमंत अधिक श्रीमंत झाले

असे ऐकले की ते गरिबांचे काढून घेऊन श्रीमंत झाले असा विचार पटकन आपल्या मनात येतो. ह्याला 'झीरो-सम' व्यवहार असे म्हणतात. अ गटाची संपत्ती वाढली की ब गटाची बरोबर तितकीच कमी व्हायला पाहिजे. अ गटाची अधिक वाढ आणि ब गटाची तितकीच उणे वाढ. अधिक-उणेचा छेद जाऊन नक्त वाढ शून्य. पण वाढ होण्याची अजून एक शक्यता आपण विचारात घेत नाही. वस्तू आणि सेवा यांचे एकंदर उत्पादनच वाढले तर ? तर अ गटाबरोबर ब गटाच्या वाट्यालाही काहीतरी येणारच. तसे घडले आहे. सर्वच उत्पादन गेल्या २०-२५ वर्षांत अनेक पर्तींनी वाढले.(अगदी शेतीचेही वाढले). त्यामुळे २५ वर्षांपूर्वी गरीब असलेले आता तितके गरीब राहिले नाहीत.

श्रीमंत अधिक श्रीमंत झाले हे सुद्धा खरे आहे. पण त्यामुळे आपल्याला काय फरक पडतो? मुकेश अंबानी २७ मजली घरात राहतो आणि त्याच्याकडे १०० मोटारींचा ताफा आहे, हे आपल्याकडे नसेल पण त्याची आपल्याला गरजही नाही. एरवी तो जे काय खातोपितो ते आपल्यापेक्षा अति वेगळे नसते. (काही फरक तर असणार पण तो अधिक श्रीमंत असल्यामुळे ते साहजिकच आहे). लक्षणीय गोष्ट अशी की ५० वर्षांपूर्वी मात्र त्यात खूप फरक असे. आताच्या ज्या 'चैनीच्या' वस्तू मानल्या जातात - उदाहरणार्थ मोटार - ती त्यावेळी मात्र फक्त श्रीमंतांकडे असे. ग्वाल्हेर येथे शिंदे राजघराण्याचा राजवाडा पाहण्यासाठी खुला आहे. त्यांची जी बेडरूम आहे, तशी आज बहुतेकांची असते. त्यावेळी कदाचित गरीब आणि श्रीमंत यांच्यामधील दरी आकडेवारीप्रमाणे इतकी मोठी नसेल पण राहणीतील फरक मात्र लक्षणीय होता.

आपल्याला फारच मत्सर वाटत असेल तर श्रीमंतांच्या श्रीमंतीचे थोडे विश्लेषण करू. इतके पैसे असल्यावर ते थोडीफार चैन तर करणारच. पण संपत्तीचा बराचसा भाग कागदावरच असतो असे लक्षात येईल. कागदावर हजारो कोटी रुपयाची मालमत्ता दिसली तरी सहारा उद्योगसमूहाचे सुब्रतो राॅय, किंगफिशरचे विजय मल्लूया किंवा डीएसके उद्योगसमूहाचे डी. एस. कुलकर्णी यांना त्यामानाने किरकोळ रकमा - डीएसकेना तर ६० कोटी रुपये - कोर्टात जमा करणे मुश्किल होते आणि तुरुंगात जायची वेळ येते. संपत्ती संबंधीची बहुतेक गणिते संपत्तीच्या कथित बाजारमूल्यावर अवलंबून असतात. मुकेश अंबानीच्या संपत्तीची नक्त किंमत २०१७ मध्ये ४१ बिलियन डॉलर म्हणजे (१ डॉलर म्हणजे ६५ रुपये धरून) २,६६,५०० कोटी रुपये आहे. ही बहुतांश त्याच्या मालकीच्या शेअर्सचा त्या दिवशीचा बाजारभाव धरून काढलेली असते. हे सगळे शेअर्स तो विकायला निघाला तर बाजारच कोसळेल. जमिनी आणि इमारतीसुद्धा विकायला वेळ लागतो. बऱ्याचशा विकल्याच जात नाहीत. खूप, कोटींमध्ये पैसे मिळाले तर त्या रकमा इतरत्र - म्हणजे दुसऱ्या उद्योगात - गुंतवल्या जातात. (इतकी मोठी रक्कम

बँकेत ठेवून काय फायदा?). खरेतर उद्योगपतींच्या दृष्टीने सुद्धा त्यांच्या संपत्तीच्या भल्या मोठ्या रकमा हा निव्वळ आकड्याचा खेळ असतो.

गेल्या ५० वर्षात युद्धे कमी झाल्यामुळे व उत्पादकता आणि व्यापार वाढल्यामुळे जगातील सगळ्याच गरिबांची परिस्थिती सुधारली आहे. २०१८ मधील टाइम या प्रसिद्ध साप्ताहिकातील आकडेवारीनुसार प्रत्येक दिवशी जगातील १३८००० लोक टोकाच्या गरीबीतून मुक्त होत असतात. फक्त प्रगती होत राहते, कोणाचेच नुकसान होत नाही, असे आहे का? तसे नाही. मुदत ठेवींवरील व्याजाचे दर कमी झाले तर व्याजावर जगणाऱ्या निवृत्त नागरिकांचे नुकसान होते आणि स्वस्तात कर्ज मिळाल्यामुळे उद्योजकांचा फायदा होतो. कमीजास्त असणारच. पण त्याची काळजी सरकारने नाही तर ज्याची त्याने घेणे अपेक्षित आहे – उदाहरणार्थ, व्याजदर कमी झाले तर, बचतीचा काही हिस्सा म्युचुअल फंडात गुंतवावा. साऱ्या श्रीमंतांची संपत्ती सातत्याने वाढतच असते असे नाही. अंबानी समूहाचे विभाजन झाल्यावर मुकेश अंबानी गटाचे २०१७ मध्ये तरी ठीक चाललेले दिसते पण अनिल अंबानी गटाचे नाही. पोर्तुगाल, स्पेन असे अखखे देशच अडचणीत आहेत. काही श्रीमंत, मध्यमवर्गीय थोडे गरीब होतात आणि काही आणखी श्रीमंत होतात. पण हा सर्वसामान्य चक्रनेमिक्रम आहे. मुकेश अंबानी, लक्ष्मी मित्तलपेक्षा जादा श्रीमंत झाला याने सामान्य माणसाला काही फरक पडत नाही.

मुकेश अंबानीची संपत्ती विकून सर्व देशाच्या अमुकतमुक गरजा – उदाहरणार्थ आरोग्यसेवा भागवता येतील अशी मजेशीर विधाने कधीकधी ऐकायला मिळतात. मजेशीर एवढ्यासाठी की जणूकाही ही सारी रोख रक्कम कोठेतरी दडवून ठेवलेली आहे अशी समजूत त्यामागे असते. ही सर्व संपत्ती एकतर वाढलेल्या बाजारभावाच्या हिशोबाने काढलेली काल्पनिक रक्कम असते. जी काही खरीखुरी आहे, ती या ना त्या बँकेत जमा असते आणि बँका अशा निरनिराळ्या खातेदारांकडून जमा झालेल्या ठेवींमधूनच इतरांना कर्जे देतात, सरकारी रोख्यात गुंतवतात, रिझर्व बँकेत ठेवतात. म्हणजे ती रक्कम वापरात असतेच.

त्यामुळे पिकेटीने मांडलेला सिद्धांत अर्थशास्त्रज्ञ फार गांभीर्याने घेत नाहीत. हिंसक क्रांती करून श्रीमंतांचे काढून गरिबांना देण्याचा साम्यवादी प्रयोग जवळजवळ संपूर्ण विसावे शतकभर झाला आणि तो फसलेला आहे. तसे करण्याची कोणतीही न्याय्य यंत्रणा बनवता येत नाही. खरी समस्या आहे ज्यांना प्रचलित व्यवस्थेत काम देता येत नाही अशा भारतातील (आणि जगातील अन्य देशातील सुद्धा) कोट्यवधी, दारिद्र्यरेषेखाली असलेल्या गरीब लोकांची. त्यात निराधार ज्येष्ठ नागरिक आहेत, ग्रामीण बेरोजगार आहेत, शारीरिक दृष्ट्या दुर्बल असलेले आहेत, आदिवासी आहेत. त्यांचा प्रश्न कसा सोडवायचा हा सध्या उत्तर नसलेला जटील प्रश्न आहे.

४४. दरडोई उत्पन्नमध्ये कोणताही लहानसा देश आपल्यापुढे असतो. परदेश वारी केली तर तेथील सार्वजनिक सेवासुविधा आपल्या मानाने कित्येक पटीने चांगल्या असल्याचे जाणवते. आपण तसे कधी होणार ?

उत्पन्नाच्या तुलनेत खूप देश आपल्या पुढे आहेत हे खरे आहे. डॉलरमधील दरडोई उत्पन्नाप्रमाणे २२८ देशांच्या यादीत भारत १५९ वा आहे. पाकिस्तान, बांगलादेश, नेपाळ, आफ्रिकेतील देश हेच काय ते आपल्या खाली आहेत. क्रयशक्तीप्रमाणे (म्हणजे परचेसिंग पॉवर पॅरिटीप्रमाणे) क्रम लावला तर, माणशी ६५०० डॉलर उत्पन्न असलेला भारत १२३ वा आहे. क्रम सुधारतो पण तरीही फार वर जात नाही.

आपल्या पुढे असलेले बहुतेक देश इतके छोटे आहेत की त्यांची लोकसंख्या आपल्या एका शहराइतकी, फार तर लहान प्रांताइतकी आहे. संयुक्त अरब अमिराती ९३ लाख, सिंगापूर ५५ लाख, मॉरिशस १३ लाख, चिली १.८१ कोटी, उरुगे ३५ लाख ही काही उदाहरणे. मुंबई आणि दिल्ली ही आपली दोन शहरेच प्रत्येकी २ कोटीपेक्षा मोठी आहेत. त्यामुळे ह्या देशांबरोबर सरळ तुलना करणे योग्य होणार नाही, पण निव्वळ त्यांची लोकसंख्या कमी असल्यामुळे समस्या आपोआप सुटल्या असे होत नाही. त्यांनाही आपल्या नागरिकांचे जीवनमान उंचावण्यासाठी धडपड करावी लागली असणार. हे देश कशाच्या आधारावर श्रीमंत झाले ते पाहायला हरकत नाही.

उरुगे हा दक्षिण अमेरिकेतला शेतीप्रधान देश आहे. त्याचे दरडोई उत्पन्न, भारताच्या साडेतीन पट, २१५०० डॉलर आहे. हा देश सोयाबीन, सेल्युलोज (कागद आणि रेयॉन बनवण्यासाठी लागणारा वनस्पतीजन्य कच्चा माल), तांदूळ, गहू, लाकूड, दुग्धजन्य पदार्थ आणि लोकर यांची निर्यात करतो. ब्राझील, अर्जेंटिना आणि चीन हे त्याचे प्रमुख ग्राहक आहेत.

त्रिनिदाद आणि टोबॅगो हा भारतीय वंशाच्या लोकांचे प्राबल्य असलेला, वेस्ट इंडीज समूहातील देशांपैकी एक आहे. लोकसंख्या १४ लाख आणि दरडोई उत्पन्न ३१००० डॉलर, भारताच्या पाचपट आहे. त्रिनिदाद मधील पेट्रोल हे त्यांच्या श्रीमंतीचे मुख्य कारण. पेट्रोल आणि पेट्रोलजन्य पदार्थांबरोबर पेये(?), धान्ये, साखर, कोको, कॉफी आणि फुले यांची निर्यात केली जाते.

मलेशियाचे दरडोई उत्पन्न २७००० डॉलर, भारताच्या चौपट आहे. इलेक्ट्रॉनिक सर्किट्स आणि सेमीकंडक्टर उपकरणे, पेट्रोलियम गॅस, रबर आणि पाम ऑइल ह्या वस्तूंची निर्यात हे मलेशियाच्या उत्पन्नाचे मुख्य साधन. लोकसंख्या ३ कोटी आहे.

लाटविया हा पूर्व युरोपातील छोटा देश आहे. लोकसंख्या २० लाख, दरडोई उत्पन्न २६००० डॉलर, भारताच्या चौपट आहे. लाटविया अन्नधान्य, लाकूड, धातू, यंत्रसामग्री आणि वस्त्रे यांची निर्यात करतो. रशिया, जर्मनी, पोलंड इत्यादी भोवतालचे देश हे प्रमुख ग्राहक आहेत.

आणखी उदाहरणे देता येतील पण इतकी पुरेशी आहेत. आपण जे काही उत्पादन करू शकतो, त्याचे प्रमाण आणि दर्जा वाढवणे - म्हणजे उत्पादकता वाढवणे आणि देशांतर्गत किंवा देशाबाहेर व्यापार करून उत्पन्न मिळवणे हा मार्ग वरील सर्व लोकांनी अंगिकारलेला दिसतो. लहान असले तरी ते स्वयंपूर्ण आहेत.

समाजात, स्वतःच्या कर्तृत्वाशिवाय, श्रीमंत असण्याची इतरही कारणे असतात. काही माणसे पिढीजाद श्रीमंत असतात. सुदैवाने, अनपेक्षितपणे धनलाभ झालेले लोकही असतात. राष्ट्रांच्या बाबतीतसुद्धा ते संभवते.

आपल्या पुढे असलेले युरोप-अमेरिकेतील देश, जेथे दीडशे वर्षांपूर्वी औद्योगीकरणाला सुरुवात झाली, असे विकसित, पिढीजाद श्रीमंत देश आहेत. इतक्या वर्षांमध्ये त्यांनी उत्तम इन्फ्रास्ट्रक्चर विकसित केले आहे. नागरिक सुज्ञ आहेत. अद्ययावत तंत्रज्ञानाच्या सहाय्याने दर्जेदार वस्तू-सेवा याची निर्मिती करण्याची क्षमता त्यांच्याकडे आहे. त्यांचे दरडोई उत्पन्न खूप जास्त आहे. युरोपमधील देशांबरोबर आणखी एक मोठा गट ज्यांना पेट्रोलची 'लॉटरी' लागली असे जगभरातील नायजेरिया, लिबिया, व्हेनेझुएला, सौदी अरेबिया असे देश आहेत. पेट्रोलमधून मिळणाऱ्या उत्पन्नामुळे त्यांचे दरडोई उत्पन्न जास्त आहे. मध्यपूर्वेतील अनेक देश इस्लामी मूलतत्त्ववाद्यांच्या कारवायांनी त्रस्त आहेत, पण पेट्रोलमुळे श्रीमंत आहेत. सुदैवाने धनलाभ झालेल्या देशाचे एक नमुनेदार उदाहरण म्हणजे प्रशांत महासागरातील ऑस्ट्रेलियाच्या उत्तरेला असलेले नाउरु नावाचे बेट आहे. त्याचे क्षेत्रफळ २१ किलोमीटर आहे, आणि तेथे फक्त दहा हजार लोक राहतात. हा जगातील तिसऱ्या क्रमांकाचा लहान देश आहे. १९६१ साली ह्या बेटावर फॉस्फेट नावाचे खत सापडले. ते खणून विकता विकता नाउरु हा १९६० आणि १९७० च्या दशकात दरडोई उत्पन्नाप्रमाणे जगातील सर्वात श्रीमंत देश झाला होता. आता फॉस्फेट संपले आहे. आणि हा छोटा देश जवळजवळ ऑस्ट्रेलियाची वसाहत म्हणून अस्तित्वात आहे. पण आजही त्याचे दरडोई उत्पन्न भारताच्या पावणेदोन पट आहे.

हे सर्व घटक लक्षात घेऊन, इतरांपेक्षा स्वतःशी स्पर्धा करून जमेल तितका विकास साधणे आणि जास्तीत जास्त लोकांची दारिद्र्यातून मुक्तता करणे हे अधिक शहाणपणाचे आहे. विकसित देश आता ज्या टप्प्यावर आहेत त्यासाठी त्यांना शंभर-दोनशे वर्षे लागली आहेत. दहावीस वर्षात तेथपर्यंत पोचणे अशक्यप्राय

आहे. चीनने गेल्या २५ वर्षांत प्रचंड प्रगती करून गरुडझेप घेतली. पण दरडोई क्रयशक्तीप्रमाणे क्रम लावला तर चीन ७८ व्या क्रमांकावर आहे. याचा अर्थ चीनमध्ये अजूनही गरिबी आहे. तशी भारतातही आहे. ती जादूच्या कांडीने रातोरात नष्ट होणार नाही. त्यासंबंधी फार खंत करू नये. शरमण्याची तर नक्कीच गरज नाही. प्रगती होत आहे, हे पाहावे.

आपल्याकडील सार्वजनिक सेवासुविधा, स्वच्छता हे सुद्धा अंशतः, आपण त्यासाठी किती खर्च करू शकतो याच्याशी निगडित असते. परदेशात ज्या प्रकारची चकाचक स्वच्छता दिसते ती फुकट येत नाही. त्या त्या शहराची प्रशासकीय यंत्रणा - सिटी कौन्सिल - त्यावर भरपूर खर्च करत असते. खर्चाचा मोठा हिस्सा नागरिकच उचलतात. त्यांच्या पगारातून दरमहा ठराविक (५ टक्क्यांपर्यंत) रक्कम नागरी सेवासुविधा आणि सार्वजनिक वाहतूकव्यवस्था यासाठी कापली जाते. भरपूर आर्थिक तरतूद, अधिक लोकशिक्षण, अधिक कडक अंमलबजावणी, अधिक भ्रष्टाचारमुक्त लोकप्रतिनिधी यातून आपल्या सार्वजनिक सेवा सुधारू शकतात. (जे आता तरी अवघडच दिसते!).

एक साधे निरीक्षण. देशातील जनतेच्या सवयी बदलणे - जे रस्त्यावरील स्वच्छतेसाठी आवश्यक आहे - हा 'सॉफ्ट इन्फ्रास्ट्रक्चर' चा भाग असतो. १०० टक्के साक्षरता ही त्यासाठी पूर्वअट मानायला हरकत नाही. सर्व पुढारलेल्या देशात ती असते. चीनमध्ये ती ९६ टक्के तर शेजारच्या श्रीलंकेत ९३ टक्के आहे. भारताची ७४ टक्के साक्षरता १०० टक्क्यांपर्यंत पोचवणे हे पहिले उद्दिष्ट असायला पाहिजे.

४५. पूर्वापार, काटकसर करावी, अनावश्यक खर्च टाळावा अशी शिकवण दिली जाते. दुसरीकडे, ग्राहकांनी खर्च केला नाही तर मंदी येईल, विकासदर खाली येईल असेही सांगितले जाते. खरे काय ?

अर्थशास्त्राच्या दृष्टीने बचत करणे आणि खर्च करणे ह्या एकाच नाण्याच्या दोन बाजू आहेत. खर्च करणारी व्यक्ती किंवा संस्था एकतर त्यांच्याकडे शिल्लक असलेल्या (म्हणजे त्यांनी मिळवून बचत केलेल्या) पैशातून तो खर्च करत असते किंवा त्यांनी कर्ज घेतलेल्या रकमेतून तो खर्च करत असते - कर्ज घेतलेली रकम बँकेतून असो की व्यक्तिगत कर्जातून, ते पैसे कोणाच्या तरी बचतीमधून निर्माण झालेले असतात. थोडक्यात स्वतः किंवा अन्य कोणीतरी, बचत केल्याशिवाय खर्च करता येत नाही.

बचत करणारी व्यक्ती फक्त बचत करत राहते आणि अजिबात खर्च करत नाही असे गृहीत धरले तर बचत करत असलेल्या रकमेतून त्यांचे बँकेतील बचत खाते वाढत (फुगत?) राहते. बँक ह्या रकमेतून कोणालातरी कर्ज देते आणि कर्ज घेणारी व्यक्ती किंवा संस्था ती रकम खर्च करते - उदाहरणार्थ एखादी व्यक्ती कर्ज घेऊन मोटार घेते किंवा उद्योजक त्याच्या व्यवसायासाठी लागणारे यंत्र विकत घेतो. बँकेकडे कर्ज घेण्यासाठी पात्र कर्जदार आलाच नाही तर? अशा वेळी ती रकम बँकेत पडून राहते असे नाही. बँक ती सरकारी कर्जरोख्यात गुंतवते. आणि सरकार रोख्यातून प्राप्त झालेली रकम रस्ते बांधणे किंवा ग्रामीण क्षेत्रात वीजपुरवठा करणे अशा कोणत्यातरी कामी खर्च करते.

सर्वसामान्यपणे बचत करणारी व्यक्ती कितीही कंजूस असली तरी कधीना कधी ती रकम, जमीन घेणे, सोने घेणे, शेअर्स घेणे अशा गुंतवणुकीसाठी तरी वापरतेच. म्हणजे शेवटी खर्च करते. बचत करणारे वाढले आणि बँका आणि सरकारी रोखे यात खूप रकम पडून आहे असे झाले तर? तर व्याजाचे दर खाली येतात. त्यामुळे खर्च करण्याची इच्छा असलेले लोक कमी दराचा फायदा घेतात आणि घर किंवा अन्य कोणतीतरी मालमत्ता विकत घेऊन टाकतात. खरे तर खर्च करणारे लोक आणि बचत करणारे लोक असे दोन हवाबंद कप्पे नसतात. आयुष्यभर बचत करणारा माणूस मुलीच्या लग्नासाठी, किंवा आपल्या परदेशवारीसाठी भरपूर खर्च करतो. कर्ज काढून खर्च करणाऱ्या माणसाला बचत करून ते कर्ज फेडावे लागते. फिटले नाही तर आधीच्या बचतीमधून निर्माण केलेली मालमत्ता विकून ते फेडावे लागते.

हे सर्व लक्षात घेता, वास्तविक 'खर्च करा' किंवा 'बचत करा' असा कोणताही एकतर्फी सल्ला देण्याची गरज नाही. लोक वेळोवेळी दोन्ही करत असतात. बचत करणे महत्त्वाचे तसे योग्य वेळी - मुलांच्या शिक्षणासाठी, घर

घेण्यासाठी किंवा जीवनातील आनंद उपभोगण्यासाठी सुद्धा- खर्च करणे महत्त्वाचे. अमेरिकेचे उदाहरण समोर ठेवून चंगळवाद ही आदर्श विचारसरणी असा समज असणारे लोक आहेत. पण सगळे जग तसे नाही. जर्मनी हा आर्थिक दृष्ट्या सर्वाधिक आघाडीवरील देश आहे - जर्मनीची परदेशी व्यापारातील शिल्लक गंगाजळी चीनपेक्षाही जास्त आहे. पण जर्मन लोक अमेरिकनांसारखे चंगळवादी नाहीत. ते खूप बचत करतात.

तेही अर्थव्यवस्थेच्या पातळीवर झटपट परिणाम हवे असले तर खर्च करावा असा सल्ला दिला जातो आणि त्याची काही कारणे आहेत. ज्यांनी लोक खर्च करतील अशा अपेक्षेने गुंतवणूक केली आहे त्यांच्या दृष्टीने बचतीपेक्षा खर्चाला महत्त्व असते. दिवाळीच्या वेळी लोकांनी खर्चाच्या बाबतीत हात आखडता घेतला तर ज्यांनी दुकानात माल भरून ठेवला आहे त्यांची पंचाईत होते. ते, बचत नाही तर खर्च करा असा सल्ला देणार हे उघड आहे. त्याचप्रमाणे खर्च करून लोकांच्या हातात पैसे देणे हे राजकारणी माणसांना अनुकूल वातावरण निर्माण करण्यासाठी हवे असते. तेही (जनतेचा पैसा) खर्च करण्याच्या बाजूचे असले तर नवल नाही. लोकांनी खर्च केला नाही तर गायक, चित्रकार, शिल्पकार असे कलाकार अडचणीत येतात. पूर्वी याच कारणासाठी ते राजाश्रयावर अवलंबून असत. असे काही अपवाद लक्षात घेऊन बचत की खर्च यासंबंधीचे तारतम्य पाळावे लागते. पण निवड करायचीच तर उपलब्ध सामग्री काटकसरीने वापरा, उधळपट्टी टाळा, कर्ज घेऊ नका ही परंपरेतून चालत आलेली विचारसरणी नक्कीच अधिक टिकाऊ स्वरूपाची आहे.

४६. भारतातील प्रांताप्रांतात, एका प्रांतातील प्रदेशात सुद्धा लोकांमध्ये खूप फरक असल्याचे जाणवते. तो कशामुळे? इतकी विविधता असलेल्या भारतात बाहेरून आलेले कोण आणि इथले कोण ?

भारत जमिनीच्या मार्गाने जगाच्या खूप मोठ्या भूभागाशी, मुख्य म्हणजे मानवजातीचे उगमस्थान असलेल्या आफ्रिकेशी जोडला गेला आहे. येथे पोचलेला पहिला मानवसमूह आफ्रिकेमधून आला. पूर्व आफ्रिकेतून उत्तरेकडे जाऊन इजिप्त, त्यानंतर मध्यपूर्व आशिया, इराण, अफगाणिस्तान आणि भारत असा जमिनीवरील मार्ग आहे. हजारो वर्षांपूर्वी स्थलांतर करणाऱ्या आपल्या पूर्वजांना ही वाट माहिती होती असे नाही. पण धोका पत्करून, चुकतमाकत, साहसाने, माणसाला मिळालेले बुद्धीचे वरदान वापरून ते येथपर्यंत पोचले. एका अंदाजानुसार पूर्व आफ्रिकेतून फक्त दहा हजार लोक बाहेर पडले. त्यापैकी एक गट सुमारे ५०००० वर्षांपूर्वी भारतात पोचला. इतक्या वर्षांनंतर, इतर माणसांशी संबंध आल्यामुळे, त्याच्यापैकी थोड्याच व्यक्ती मूळ स्वरूपात उरल्या असतील. पण डी. एन. ए. नमुन्यांचा अभ्यास करून आफ्रिकेतील मूळ गटाशी (त्याला हॅपलोग्रुप सी.टी. / एम१६८ असे म्हणतात) जुळणारा डी. एन. ए. असलेल्या व्यक्ती दक्षिण भारतात मिळाल्याचा उल्लेख स्पेन्सर वेल्सने केला आहे. ह्या मानवसमूहाचे वंशशास्त्रीय नाव ऑस्ट्रिक असे आहे. अशाच डी. एन. ए. च्या अभ्यासावरून अंदाजानुसार बेटांवरील जडवा आदिवासी २६००० वर्षांपूर्वी तेथे पोचले असा अंदाज आहे. जडवा आदिवासी अजूनही आधुनिकतेपासून लांब राहून त्यांचे पारंपारिक जीवन जगतात. अंदाजानुसार जाणाऱ्या पर्यटकांना क्वचित जडवा लोकांचे दर्शन होते. (त्यांची वस्ती असलेल्या क्षेत्रात जाण्यास पर्यटकांना बंदी आहे). हजारो वर्षांपूर्वीचे आपले पूर्वज कसे दिसत होते त्याची कल्पना जडवा आदिवासींवरून येते. ऑस्ट्रिक ह्या पहिल्या मानवसमूहानंतर, येथे आलेली दुसरी लाट ६००० वर्षांपूर्वी म्हणजे इ.स.पू. ४००० च्या सुमारास मध्यपूर्वेकडून आली. सिंधू संस्कृतीशी साम्य असणारे हे दक्षिण भारतातील द्रविड भाषा बोलणारे लोक. तिसरी लाट ४००० वर्षांपूर्वी, इ.स.पू. २००० च्या सुमारास आली. हे आपल्याला माहित असलेले इंडो-आर्यन लोक. यातील दुसऱ्या स्थलांतराला समांतर, इ.स.पू. ४००० मध्ये ईशान्य भारतात चीनच्या बाजूने इंडोतिबेटन लोक आले. त्यानंतरही लहान प्रमाणात स्थलांतरे झाली. इ.स. १००० नंतर भारतावर इस्लामी आक्रमणे झाली. बहुतेक आक्रमक मध्य आशिया आणि अफगाणिस्तानमधून आले. ते नंतर परत गेले नाहीत; येथील समाजात मिसळून गेले.

भारतात आलेल्या प्रत्येक गटाने येथील मिश्र संस्कृतीला योगदान दिले आहे. सर्वप्रथम आलेल्या ऑस्ट्रिक लोकांनी भाषा ही संकल्पना आणली. इ.स.पू.

४००० मध्ये आलेल्या द्रविड लोकांनी शेती आणि पशुपालन आणले. ईशान्य भारतातील इंडोतिबेटन आपल्याबरोबर भात हे पीक आणि म्हैस हा प्राणी घेऊन आले. आर्यांनी घोडा हा प्राणी, हिंदूंची धर्मभाषा संस्कृत, आणि लोह हा धातू आणला.

भारतात कृष्णवर्ण हा गौरवर्णापेक्षा जास्त प्रमाणात आढळतो ही वस्तुस्थिती मान्य करायला हरकत नाही. शतकांच्या वाटचालीत, भारतातील उष्ण हवामानासाठी त्वचेमध्ये अधिक प्रमाणात मेलानिन असलेला कृष्णवर्ण फायद्याचा ठरला असण्याची शक्यता आहे. बांगलादेश, बंगाल, श्रीलंका, ओरिसा, तामिळनाडू अशा उष्ण आणि दमट प्रदेशात कृष्णवर्णीयांचे प्रमाण अजून जास्त आहे. द्रविड संस्कृती आर्य संस्कृतीपेक्षा पुरातन आहे हे सर्वसामान्यपणे मान्य केले जाते. ६००० वर्षांपूर्वी येथे पोचलेले लोक कृष्णवर्णी असावे. इसवी सनाच्या सुरुवातीला, भारताची लोकसंख्या सुमारे ७ कोटी होती. इंडो-आर्यन येथे पोचेपर्यंत, इ.स.पू. २००० मध्ये, देशात १ ते १.५ कोटी लोक राहत असावेत असा अंदाज गणिताने काढता येतो.

भारतामध्ये चार वेळा मोठी स्थलांतरे झाली, दर वेळी वेगळ्या प्रकारचे लोक आले. भारतात पोचलेला शेवटचा मोठा मानवसमूह येऊन ४००० वर्षे झाली. इतक्या वर्षात लोकसंख्या अनेक पटींनी वाढली. लोक देशभर पसरले, आणि त्यांच्यात वर्णसंकर होऊन निरनिराळ्या रंगछटा आणि चेहरेपट्टी असलेले भारतीय तयार झाले. त्यामुळे भारतात इतर क्षेत्रातील विविधतेबरोबर प्रचंड वांशिक विविधताही आहे. पंजाब आणि काश्मीरमध्ये मध्य आशिया आणि युरोपियन लोकांशी साधर्म्य असलेले लोक दिसतील. ईशान्य भारतात चीनी लोकांसारखे दिसणारे मंगोलियन वंशाचे लोक आहेत. आदिवासी लोकातील काही आफ्रिकेतील निग्रोवंशीय लोकांशी साम्य असणारेही आहेत. अरब लोकांसारखे सेमिटिक वंशीय दिसणारे लोक आहेत. मुख्य म्हणजे वंशांची सरमिसळ जास्त आहे. भारताव्यतिरिक्त इतकी वांशिक विविधता फक्त अमेरिकेतच आहे. अशा परिस्थितीत मूळचा कोण आणि बाहेरचा कोण हे ठरवणे अवघड आहे. खूप मागे गेले तर सगळेच बाहेरचे ठरतात. खूप म्हणजे १००-२०० पिढ्या नव्हे. दहा पिढ्या मागे गेले तरी सगळे स्थलांतरित असल्याचे दिसेल.

४७. उच्च शिक्षण दिवसेदिवस अधोगतीलाच जाताना दिसते आहे. त्याची नेमकी व्यथा काय आहे ?

उच्च शिक्षणाचा दर्जा हा निश्चितच चिंतेचा विषय आहे. गेल्या वीस वर्षांत विद्यापीठे आणि शिक्षणसंस्था यांची संख्या अनेक पटींनी वाढली आहे. पण जगातील अग्रगण्य विद्यापीठात भारतीय विद्यापीठांचा समावेश नाही; ती दर्जेदार मानली जात नाहीत. अभियांत्रिकी आणि एम बी ए ह्या नोकरीसाठी सर्वात उपयुक्त मानल्या जाणाऱ्या अभ्यासक्रमांची पदवी धारण करणाऱ्यांपैकी ८० टक्के नोकरीयोग्य नसतात असा विविध पाहण्यांचा निष्कर्ष आहे. मध्यंतरी पोस्टमनच्या नोकरीसाठी पी. एच. डी. आणि एम. बी. ए. झालेल्या विद्यार्थ्यांनी अर्ज केल्याची घटना घडली होती. शिक्षणाचा दर्जा खालावत असला तरी शिक्षणसंस्था भरभराटीत आहेत. नव्या संस्था आणि विद्यापीठे सातत्याने निघत असतात. विद्यार्थी शैक्षणिक कर्ज काढून प्रवेश मिळवण्यासाठी धडपड करतात - पण प्रवेश घेतल्यानंतर वर्गात मात्र येत नाहीत. २५ ते ३० टक्के उपस्थिती, ती सुद्धा आलटून पालटून, असणे नित्याचे आहे. मुलांचा बहुतेक वेळ अभ्यासाव्यतिरिक्त इतर उपक्रमात जातो. एखादा विषय त्यांना खरोखर शिकायचा असेल तर ते जादा खर्च करून कोचिंग क्लासला जातात. नोकरीची शक्यता असलेल्या निवडक ज्ञानशाखांसाठी मुबलक विद्यार्थी असले तरी अनेक अभ्यासविषयांसाठी, विशेषतः मूलभूत संशोधनासाठी विद्यार्थी नाहीत. तेथील प्राध्यापकांना काम काय पुरवायचे असा प्रश्न पडतो. किंबहुना संशोधनाच्या क्षेत्रात विशेष योगदान नसल्यामुळेच आपल्या विद्यापीठांना जागतिक क्रमवारीत स्थान मिळत नाही. भारतीय पदवीधरांचा सर्वसाधारण दर्जा समाधानकारक नसला तरी आपले हुशार विद्यार्थी परदेशात सर्वांच्या पुढे असतात, त्यांची कामगिरी इतकी चांगली असते की भारतीय शिक्षणपद्धतीबद्दल तेथील लोकांना आदर वाटतो.

ह्या उलटमुलट घटनाक्रमाचा अर्थ लावणे अवघड होऊन बसते.

वस्तुस्थिती अशी की गेल्या पिढीतील शिक्षणव्यवस्था आणि आजची, या दोन्हीमध्ये प्रचंड फरक आहे. संदर्भ बदलले आहेत. पूर्वी शिक्षण हे विद्यार्थ्यांच्या सर्वांगीण विकासाचे प्रमुख साधन मानले जाई. आता शिक्षणक्षेत्र हे माहिती तंत्रज्ञान, टेलिकॉम, बँकिंग यांच्याप्रमाणे सेवाक्षेत्राचा महत्त्वाचा हिस्सा बनला आहे. त्यात कोट्यवधी रुपयांची गुंतवणूक झाली आहे, आणि हजारो लोकांना रोजगार मिळतो आहे. ह्या बदललेल्या व्यवस्थेकडे जुन्या चष्म्यातून पहिले तर फसगत होईल आणि निराशाही वाट्याला येईल.

ज्ञानसंवर्धन आणि ज्ञानदान ही शिक्षणसंस्थांची मूलभूत उद्दिष्टे बदलली नसली तरी शिक्षणसंस्थांमध्ये प्रवेश घेणारे सर्वच विद्यार्थी ज्ञान प्राप्त करण्यासाठी

येतात आणि त्यांना ज्ञानग्रहण करायला लावणे हे शिक्षणव्यवस्थेचे कर्तव्य आहे ही दोन्ही गृहीते वैध नाहीत. आजचे बहुसंख्य विद्यार्थी, विशेषतः अभियांत्रिकी आणि व्यवस्थापन ह्या आघाडीच्या अभ्यासशाखातील विद्यार्थी, ज्ञान नव्हे तर नोकरी मिळवण्यासाठी संस्थांमध्ये प्रवेश घेतात. सर्वच विद्यार्थ्यांना आय. आय. टी. / आय. आय. एम. प्रमाणे लाखोंची पॅकेजेस मिळत नाहीत; पण जेथून बऱ्यापैकी नोकऱ्या मिळतात अशा संस्थाही खूप आहेत. काही अंशी हा देशाची अर्थव्यवस्था सुधारल्याचा तर काही अंशी कंपन्यांची निवडप्रक्रिया बदलल्याचा परिणाम आहे. ज्या शिक्षणसंस्थेचे प्लेसमेंट चांगले तेथे विद्यार्थी गर्दी करतात. अग्रगण्य, सर्वाधिक शुल्क आकारणारे कोचिंग क्लास उत्तम संस्थांच्या प्रवेश परीक्षेसाठी तयारी करून घेणाऱ्यांचे असतात. एकदा हव्या त्या संस्थेत प्रवेश मिळाला की, नोकरी मिळवण्यासाठी आवश्यक तेवढेच, माफक ज्ञान बहुतेक विद्यार्थ्यांना हवे असते - आय. आय. टी. / आय. आय. एम. मधील परिस्थिती सुद्धा वेगळी नाही. काही विद्यार्थी अमुक एका पदवीमुळे सामाजिक प्रतिष्ठा वाढते म्हणून त्या पदवीच्या मागे असतात. काही लग्न जमण्यासाठी फायदा होतो म्हणून, काही हुंडा वाढवून मिळतो म्हणून शिक्षण घेतात. काही जणांना तारुण्याची ३-४ वर्षे समवयस्क मित्रमैत्रीणींच्या सान्निध्यात 'एन्जॉय' करायची असतात. शिक्षण मिळवणे हा एक हेतू असला तरी तो अग्रक्रम राहिला नाही.

सर्वात महत्वाचे म्हणजे आपली जी काही उद्दिष्टे असतील ती साध्य व्हावी म्हणून त्यांनी भरपूर (लाखो रुपये) फी देऊन प्रवेश घेतलेला असतो. ते शिक्षणसंस्थेचे ग्राहक असतात. विद्यार्थी ही शिक्षणसंस्थांचा प्रॉडक्ट की कस्टमर, ह्या विषयावर चर्चा होते. तो दोन्ही आहे. पण भरपूर फी घेऊन शिक्षण देणाऱ्या विनाअनुदानित संस्थांच्या बाबतीत तो कस्टमर, ग्राहक जास्त आहे. संस्थांचे अस्तित्व त्यांच्यावर अवलंबून आहे. पूर्वीच्या, नाममात्र फीमध्ये शिक्षण देणाऱ्या अनुदानित शिक्षणसंस्थांप्रमाणे, शिस्तीच्या बाबतीत कडक धोरण स्वीकारणे आता सोपे नाही. साहजिकच आताच्या शिक्षणसंस्थांत, शिक्षणाला किती महत्त्व द्यावे हा निर्णय अप्रत्यक्षपणे विद्यार्थ्यांवर सोडला जातो. दर्जेदार शिक्षण ही विद्यार्थ्यांची म्हणजे 'ग्राहका'ची गरज नाही हे लक्षात आल्यामुळे शिकणे-शिकवणे, परीक्षा, मूल्यमापन ही सारी शिक्षणप्रक्रिया टप्प्याटप्प्याने खालावत औपचारिकतेच्या पातळीवर येऊन ठेपली आहे. चिंतेची बाब, म्हणजे किमान अभ्यास - कमाल मौजमजा ही कार्यसंस्कृती शिक्षणाच्या सर्व स्तरांवर, शाळांपर्यंत पसरत आहे. भारतातील एकही शिक्षणसंस्था जागतिक क्रमवारीत नाही हे आश्चर्य नाही.

ह्या बदललेल्या परिस्थितीला नेमके कसे तोंड द्यायचे हे समजत नसल्यामुळे शिक्षणसंस्था आणि शिक्षणतज्ञ गोंधळून गेले आहेत. विद्यार्थ्यांच्या शिक्षणापासून

असलेल्या अपेक्षा आमूलाग्र बदलल्या आहेत हे कट्ट सत्य स्वीकारणे त्यांना जड जाते. आजच्या शिक्षणसंस्थात प्रवेश आणि प्लेसमेंट यांचे नियोजन करणारे विभाग आणि व्यक्ती अधिक महत्त्वाच्या असतात. जागा भरल्या नाहीत तर शिक्षण संस्थांचे अर्थकारण बिघडते आणि चांगल्या प्लेसमेंट नसल्या तर विद्यार्थी संस्थेकडे आकृष्ट होत नाहीत. प्रवेश आणि प्लेसमेंट ही दोन्ही मूलतः मार्केटिंगशी संबंधित कामे आहेत. मार्केटिंगचे महत्त्व वाढल्याने शिक्षकांचे, प्राध्यापकाचे स्थान दुय्यम झाले आहे. अगदी ज्ञानार्थी असलेल्या थोड्या विद्यार्थ्यांना सुद्धा शिक्षकाची गरज भासते असे नाही. इंटरनेटवर हवे ते ज्ञान उपलब्ध असते.

भारतातील काही मोजकी विद्यापीठे, संशोधनसंस्था आणि शिक्षणसंस्था अजूनही आपला आब राखून आहेत. पण सर्वसामान्यपणे, 'गुरुर्देवो नमः' या उक्तीने गौरवलेल्या गुरूचे स्थान डळमळीत झाले आहे. नव्या व्यवस्थेत गुरूची नेमकी भूमिका (आणि अवस्था) काय हा शिक्षणक्षेत्रातील सर्वात महत्त्वाचा अनुत्तरित प्रश्न आहे.

४८. दुसरे महायुद्ध संपल्याला आता सत्तर वर्षे होऊन गेली. ते शेवटचे मोठे युद्ध. जगातील युद्धखोरी कमी कशी झाली ?

सर्वांना भीती वाटत असलेले तिसरे महायुद्ध झाले नाही हे खरे. युद्धे पूर्ण थांबली हे खरे नाही. जगात कोठे न कोठे युद्ध चालू नाही असे जगाच्या इतिहासात आजपर्यंत एक वर्षही गेलेले नाही, आजही नाही. मात्र पूर्वीच्या मानाने युद्धखोरीचे प्रमाण कमी झाले आहे असे मानायला जागा आहे.

औद्योगीकरणामुळे जगातील सर्वच देशातील तरुणांना रोजगाराच्या नवीन संधी उपलब्ध झाल्या. आज बऱ्याच देशात पूर्वीच्या मानाने शांतता नांदते याचे ते कारण आहे. तोपर्यंत रोजगार ही जगभरातील समस्या होती. इतर काही रोजगार नसेल तर लोक सैन्यात जात असत. सैन्य आले की युद्धखोरी आलीच. सैनिक रिकामे बसून अस्वस्थ होतात. ते स्वतःच्या नागरिकांवरच उलटण्याचा धोका असतो. त्यामुळे त्यांना काम पुरवावे लागते. (पाकिस्तान आणि काही प्रमाणात चीन हे शत्रू सीमेवर नसते तर चौदा लाख संख्या असलेल्या, जगातील तिसऱ्या क्रमांकाच्या सुसज्ज भारतीय सैन्याला काम काय पुरवायचे हा आपल्यासमोर प्रश्न उभा राहिला असता).

मोठे आणि प्रशिक्षित सैन्य असल्यामुळे १९५० सालापर्यंत विशेषतः युरोपातील देशात वारंवार युद्धे घडून आल्याचे दिसले. त्यात दोन तर महायुद्धे होती. युरोपमधील शहाणेसुरते, पुढारलेले लोक निष्कारण एकमेकांशी युद्ध करून इतका विनाश का सहन करीत हा प्रश्न सर्वांना पडत आला आहे. १८१२ सालच्या नेपोलियनच्या रशियाविरुद्धच्या युद्धात ४ लाख फ्रेंच आणि २ लाख रशियन असे ६ लाख सैनिक मरण पावले. १८६० ते १८६४ मधील अमेरिकेतील उत्तर विरुद्ध दक्षिण ह्या यादवी युद्धात ६ लाख अमेरिकनांचा मृत्यू झाला. १९१४ ते १९१८ ह्या काळात घडून आलेल्या पहिल्या महायुद्धात २ कोटी सैनिक मारले गेले. १९३९ ते १९४५ मध्ये लढल्या गेलेल्या दुसऱ्या महायुद्धात मरण पावलेल्या सैनिक आणि नागरी व्यक्तींची संख्या निरनिराळ्या अंदाजांनुसार ५ कोटी ते ८ कोटी इतकी होती. १९४० साली जगाची लोकसंख्या २४० कोटी होती; त्यापैकी २ ते ३ टक्के लोक दुसऱ्या महायुद्धात मरण पावले. भारतातील परिस्थितीही फार वेगळी नव्हती. एकामागून एक राजवटी आपल्या राज्याचा विस्तार करण्यासाठी सतत युद्धे करीत असत. एक मोहीम संपता संपता पुढच्या मोहिमेची तयारी सुरू होत असे. मराठी इतिहासातील सर्वात भीषण मानल्या गेलेल्या पानिपतच्या लढाईत सत्तर हजार ते एक लाख सैनिकांचा मृत्यू झाला असा अंदाज आहे. इतर काही कामधंदा (म्हणजे रोजगार) नसल्यामुळे आणि युद्धात शत्रूचा पराभव केल्यावर मिळणाऱ्या लुटीच्या आकर्षणाने, मानवसमुदाय युद्धे करीत असावा. दर साल विजयादशमीला मराठा

सैनिक सीमोल्लंघन करून सोने 'लुटण्या'साठी बाहेर पडत. उत्तर भारतातील काही प्रांतात लुटारू अशी मराठी लोकांची ओळख आहे. युद्ध हा नेहमीच संपत्ती मिळवण्याचा - म्हणजे दुसऱ्याची संपत्ती बळकावण्याचा एक महत्वाचा मार्ग राहिला आहे. (खरे तर युद्ध ही संघटित दरोडेखोरीच आहे). एकोणिसाव्या शतकात युद्धखोरीची सवय लागलेल्या पाश्चिमात्य देशांनी जगभर वसाहती स्थापन करून भरपूर लूट मिळवली. त्यात इंग्लंडचा वाटा सर्वाधिक होत्या पण फ्रान्स, पोर्तुगाल, स्पेन, जर्मनी, हॉलंड ह्या देशांच्या सुद्धा वसाहती होत्या.

१९४५ सालापासून २०१८ पर्यंत इतक्या तीव्रतेची युद्धे झाली नाहीत पण युद्धे बंद झाली आहेत असे नाही. सध्याच्या युद्धांच्या बाबतीतही जेथे रोजगाराची साधने कमी तेथे असंतोष आणि युद्धखोरी जास्त असे आढळून येईल. जेथे रोजगार नसतो तेथील तरुण आधी गुंडगिरी आणि गुन्हेगारीकडे वळतात आणि धार्मिक, राजकीय, वैचारिक असे कोणतेतरी नेतृत्व प्राप्त झाले तर युद्धात सामील होतात. (युद्धामधून मिळणारा फायदा हा गुन्हेगारीतून मिळणाऱ्या फायद्यापेक्षा कितीतरी जास्त असतो, आणि युद्धाला एक प्रकारची लेजिटिमसी, अधिमान्यता असते). याच कारणामुळे पाकिस्तान, अफगाणिस्तान, मध्यपूर्वेतील काही देश, आफ्रिकाखंडातील देश हे युद्धांमध्ये गुंतलेले आहेत.

युद्धात भाग घेणाऱ्या जास्तीत जास्त सैनिकांचा वयोगट १८ ते २५ असा असतो. त्या वयात शारीरिक क्षमता सर्वाधिक असते आणि कदाचित त्यामुळेच, युद्धाची, हिंसाचाराची खुमखुमीही जास्त असते.

ही पार्श्वभूमी पाहता तरुण व्यक्तींना कोणत्यातरी समाजमान्य कामात अडकवून ठेवण्याची किती तीव्र गरज आहे हे लक्षात येईल. किंबहुना ही गरज आता पूर्वीपेक्षा जास्त आहे. देशाची लोकसंख्या खूप वाढल्यामुळे तरुण व्यक्तींची संख्याही वाढली आहे. जगात सर्वाधिक संख्येने तरुण व्यक्तींची संख्या असलेला देश असे भारताच्या बाबतीत म्हटले जाते. शहरीकरण वाढल्यामुळे भारतातील बहुसंख्य तरुण, देशातील मोजक्या म्हणजे सुमारे १०० शहरांमध्ये एकत्र आले आहेत. त्यांना समाधानकारक शिक्षण आणि रोजगार देता आला नाही तर आपल्याकडेही युद्धे नाही पण हिंसाचार वाढायला वेळ लागणार नाही.

४९. १९५० आणि १९६० दशकात झाले तसे चित्रपटसंगीत आता का होत नाही ?

कला तसेच इतर सर्जनशील काम करणाऱ्या लोकांची विशिष्ट कार्यसंस्कृती असते. ती, प्रत्यक्ष अप्रत्यक्षपणे एकमेकांशी स्पर्धा आणि एकमेकांशी सहकार्य यांच्यातून निर्माण होते. सध्या अमेरिकेतील सिलिकॉन व्हॅली हे जागतिक संगणकउद्योगाचा केंद्रबिंदू बनले आहे कारण बहुतेक नामवंत कंपन्या तेथे आहेत आणि त्यात काम करणारे (भारतासह) विविध देशातून आलेले गुणवान सॉफ्टवेअर अभियंते एकमेकांचे अनुकरण करत आपल्या कामाचा स्तर उंचावण्याचा प्रयत्न करत असतात. त्यांना काम करणे शक्य व्हावे यासाठी आवश्यक ती संपूर्ण ईकोसिस्टीम तेथे निर्माण झाली आहे. त्यांना पुरेसा पगार देणाऱ्या कंपन्या आहेत, त्यांनी बनवलेले सॉफ्टवेअर वापरणारे, जगभर पसरलेले ग्राहक आहेत. संगणक क्षेत्रातील अद्यावत संकल्पना तेथे वारंवार उदयाला येत असतात. ह्या सर्व घटकांमुळे सिलिकॉन व्हॅलीचा वरचष्मा कायम राहिला आहे. हिंदी चित्रपट संगीताच्या १९५० ते १९७५ ह्या सुवर्णकाळात, उत्तम संगीत निर्माण होईल अशी ईकोसिस्टीम निर्माण झाली होती. अनेक दिग्गज संगीतकार एकाच वेळी एकमेकांशी स्पर्धा करत उत्तम संगीत निर्माण करत होते. संगीतकार आणि गायक ह्यांना अभिजात संगीताची जाण होती. ते उचलून धरणारे निर्माते आणि श्रोते होते. दूरदर्शन नसल्यामुळे रेडिओवरील गाणी हे करमणुकीचे लोकप्रिय आणि सर्वांना परवडणारे साधन होते. संगीत लोकांपर्यंत पोचवण्यासाठी विविध भारती ही उत्तम प्रकारे चालवली जाणारी वाहिनी होती. २०१८ मध्ये कलाकार, निर्माते, श्रोते, श्रवणमाध्यमे अशा कोणत्याच दृष्टीने प्रकारे त्या काळात होती तशी अनुकूल परिस्थिती नाही, लोकांच्या गरजा आणि आवडीनिवडी बदलल्या आहेत. साहजिकच त्या दर्जाचे काम आता होत नाही.

साहित्य आणि कला क्षेत्रात हे प्रथमच घडलेले नाही. कालिदास, भवभूती, भास यांनी लिहिली तसे संस्कृत काव्य आणि नाटके त्यानंतर १५०० वर्षात का लिहिली गेली नाहीत ? ज्ञानेश्वरी किंवा गाथा यांच्या दर्जाचे लिखाण नंतर का झाले नाही ? शेक्सपिअर पुन्हा का झाला नाही ? याचे कारण, छत्रपती शिवाजी, महात्मा गांधी अशा आदरणीय ऐतिहासिक व्यक्तींप्रमाणे अद्वितीय प्रतिभावंत हे आपल्या काळाचे अपत्य असतात. ते पुन्हा निर्माण होण्यासाठी तो काळ बारीक सारीक तपशीलासह पुन्हा निर्माण व्हायला हवा – जे अशक्य असते. इतर घडामोडींप्रमाणे सर्जनशीलतेसाठी नेमकी अनुकूल परिस्थिती आवश्यक असते. जेव्हा ह्या वाड्मयाची निर्मिती झाली तेव्हा ती असली पाहिजे. संत ज्ञानेश्वरांप्रमाणे त्यांचे समकालीनही काव्यरचना करत होते; त्या काळातील ती परंपरा होती. इतकेच

नाही तर संत ज्ञानेश्वर निरूपण करत असताना त्यांच्यासमोर त्यात रस असणारे खूप जाणकार श्रोते असले पाहिजेत, अन्यथा त्यांना ते सांगावेसे वाटले नसते.

अन्य कारणेही आहेत. इतर क्षेत्रांप्रमाणे कलेच्याही क्षेत्रात कामाचा दर्जा आणि कामाचे स्वरूप कशासाठी मागणी आहे यावर अवलंबून असते. १९९० नंतर आर्थिक प्रगतीने वेग घेतला आणि त्याबरोबर विविध क्षेत्रातील कलावंतांना पूर्वी नसलेल्या अनेक नव्या संधी उपलब्ध झाल्या. उदाहरणार्थ, थोडेफार संगीत-संयोजन येत असणाऱ्यांना जाहिरातीच्या जिंगल्स, टेलिव्हिजन सिरीअलचे पार्श्वसंगीत, वाद्यवृन्दांचे कार्यक्रम, स्वतंत्र अल्बम बनवणे अशी कामे मिळू लागली.. ह्या सर्व प्रकारचे संगीत फार टिकाऊ नसते. संगीताचा दर्जाही उच्च असायची गरज नसते पण मर्यादित काळामध्ये त्याला मागणी असते आणि तिचा फायदा घेऊन झटपट पैसे मिळवणे हे त्या व्यवसायाचे बिझनेस मॉडेल असते. त्यातून कलाकारांनाही पैसे मिळत असतात. आपला पहिला चित्रपट तामीळमधील रोजा यासाठी जे मानधन मिळाले तितके जाहिरातीच्या चार जिंगल्स करून मिळाले असते असे प्रसिद्ध संगीतकार ए. आर. रहमान एकदा म्हणाला होता. त्यातल्या त्यात ज्यांच्याकडे अधिक गुणवत्ता आहे अशा निवडक कलाकारांना जादा किंमत - प्रीमियम, मिळण्याच्या संधी निर्माण होतात. त्याचा फायदा इतर कोणत्याही माणसाप्रमाणे कलाकारही घेणार हे उघड आहे.

याउलट ज्याला ललित कलांचा सुवर्णकाळ म्हणता येईल त्या १९५० ते १९७५ ह्या २५ वर्षात कलाकारांना उपलब्ध असलेल्या संधी मर्यादित होत्या. एक उदाहरण पुरेसे बोलके आहे. भारतरत्न पंडित रविशंकर हे थोर सतारवादक, चरितार्थासाठी आकाशवाणीवर नोकरी करत असत. आकाशवाणीमधील पगार फार नसणार पण त्यांच्यासाठी कायमस्वरूपी उत्पन्नाचा स्रोत म्हणून तो आवश्यक होता. पैसे मिळवण्याच्या संधी कमी - नगण्य असल्यामुळे त्यांच्यामागे धावण्यात कलाकारांचा वेळ जात नसे. आहे ती परिस्थिती स्वीकारून कलानंदासाठी भरपूर वेळ देणे त्यांना शक्य होत असे. भारतातील नव्हे तर मोझार्टसारख्या पाश्चिमात्य कलाकारांच्या अजरामर कलाकृती अशा वातावरणात निर्माण झाल्या आहेत. हे फक्त संगीतापुरतेच नाही. थोर नाट्यकृती, साहित्यकृती, शिल्पकृती, चित्रकृती त्या काळात आणि त्या वातावरणात तयार झाल्या आहेत.

१९९० नंतरचा, झटपट पैसे मिळवण्याच्या मुबलक संधी उपलब्ध असलेला काळ वरील प्रकारचे, एखाद्या कामाला वाहून घेऊन उत्तम सर्जनशील काम करण्यासाठी अनुकूल नाही. झटपट पैसे मिळवण्यात वेळ आणि ऊर्जा खर्ची पडल्यामुळे कलेला वाहून घेऊन त्यात परिपूर्णता मिळवणे कलाकारांना शक्य होत नाही. कलेच्या सुवर्णकाळातील कलावंतांनी केले तसे दिवसातील १२ तास

रियाज, आणि अशी आयुष्यातील बारापंधरा वर्षे हे त्यांना 'परवडत' नाही. बरेच संगीतकार तर इंटरनेटचा उपयोग करून तर पारंपारिक भारतीय संगीत, शास्त्रीय संगीत आणि पाश्चिमात्य, पौर्वात्य, अरबी, आफ्रिकन असे जे काही मिळेल त्यातून उचलेगिरी करून काम उरकायच्या मागे असतात. आजच्या श्रोत्यांना मन लावून ऐकण्यासाठी नव्हे तर त्याच्या तालावर नाचण्यासाठी संगीत हवे असते. 'सावळा ग रंग तुझा' ह्या एका गीतासाठी संगीतकार सुधीर फडके आणि गायिका माणिक वर्मा एक महिना मेहेनत घेत होते. आज १-२ महिन्यात एका संपूर्ण चित्रपटाचे संगीत तयार होते, आणि नंतर तितका काळच टिकते!

५०. उद्योजक - क्वचित फिल्म स्टार, क्रीडापटू - यांच्या कोट्यवधी रुपयांच्या संपत्तीचे आकडे प्रसिद्ध होतात. संपत्तीचा मोठा हिस्सा मूठभर लोकांच्या ताब्यात ठेवून वाया घालवणे योग्य आहे का ?

उद्योजकांच्या संपत्तीचे जे आकडे प्रसिद्ध होतात त्यातील सर्वात मोठा भाग ते ज्या कंपन्यांचे प्रवर्तक आणि प्रमुख भागधारक आहेत त्या कंपन्यातील त्यांच्या मालकीच्या समभागांची शेअर बाजारात जी किंमत होते, त्या आकड्याचा असतो. (कंपन्या अतियशस्वी झाल्यामुळे मूळची छोटी गुंतवणूक कित्येक पर्तींनी वाढलेली असते). आणखी एक मोठा हिस्सा त्यांनी विविध कंपन्यात केलेल्या गुंतवणुकीच्या बाजारमूल्याचा असतो. घरे, जमिनी, फ्लॅट यातील गुंतवणूकही असते. फिल्म स्टार, क्रीडापटू यांच्या मानाने उद्योजकांची श्रीमंती खूपच जास्त असते. उदाहरणादाखल, पुण्यामधील बजाज ऑटो लिमिटेड ह्या सुप्रसिद्ध कंपनीमध्ये बजाज कुटुंबियांचे ४९ टक्के शेअर आहेत. २०१८ च्या सुरुवातीला त्याचे बाजारमूल्य चव्वेचाळीस हजार कोटी रुपये होते. (आणि बजाज कुटुंबियांचे बजाज ऑटो व्यतिरिक्त आणखीही कितीतरी कंपन्यामध्ये मालकीहक्क आहेत).

आकडे मोठे दिसले तरी मालमत्तेमधील बहुतांश रक्कम कागदावरची असते. राहत्या घराची बाजारातील किंमत कितीही वाढलेली असली तरी आपण ते विकू शकत नाही, त्याचप्रमाणे आपल्या मालकीच्या कंपन्या ते सहजी विकू शकत नाहीत. पण ही संपत्ती खरीखुरी अस्तित्वात नसते असे नाही. संपूर्ण कंपनी नाही, तरी त्याचा अल्पसा भाग ते विकू शकतात आणि तोही कोट्यवधी रुपये किमतीचा असतो.

कोणताही माणूस भरपूर पैसे मिळाले तर जे काही करायचे स्वप्न बाळगते ते, भारतातील आणि जगातील अतिश्रीमंत प्रत्यक्ष करतात. भव्य बंगले, महागड्या मोटारींचा ताफा, वैयक्तिक मालकीची जेट विमाने यांच्यावर त्यांच्या संपत्तीचा काही हिस्सा खर्च होतो. अमेरिकेतील अतिश्रीमंत समुद्रसफरीसाठी छोटी जहाजे (याट) घेतात. काही, जगप्रसिद्ध चित्रे किंवा पुरातन वस्तूंचा संग्रह करतात. काही, संपूर्ण बेट विकत घेऊन तेथे घर बांधतात. विवाहसमारंभ किंवा वाढदिवस यासाठी भरपूर खर्च करतात. अतिश्रीमंतांची, पूर्वीच्या राजे आणि संस्थानिकांप्रमाणे, आपापसात स्पर्धा असते. ज्याप्रमाणे दारी हत्ती झुलणे हे पूर्वी राजाच्या ऐश्वर्याचे प्रतीक मानले जाई, त्याप्रमाणे अतिश्रीमंतांना आजची प्रतीके मिरवावी लागतात - त्यामुळे नारायण मूर्ती किंवा वॉरन बफे सारखे काही अपवाद वगळले, तर साधेपणाने राहणारे अतिश्रीमंत थोडे सापडतील. तसे करणे त्यांच्या वर्तुळात समाजमान्य नसते. मात्र दानधर्म करणे अपेक्षित असते. टाटा कंपन्यांचे आणि कुटुंबाचे ट्रस्ट, बिल्गा समूह आणि इतरही बहुतेक अतिश्रीमंत मोठ्या प्रमाणात

दानधर्म करतात. मायक्रोसॉफ्टच्या बिल गेट्सने तर गेली काही वर्षे दानधर्माला वाहून घेतले आहे.

अर्थात दानधर्म वगळता बाकीची श्रीमंती वाया जाते असे नाही. अतिश्रीमंतांनी केलेली चैन त्यांच्या संपत्तीचा छोटा हिस्सा असतो. (चैन करून करून किती करणार?). उरलेली संपत्ती कोठे दडवून ठेवलेली नसते. ती त्यांच्या व्यवसायात, पर्यायाने बँकेत जमा असते. आणि बँकेतील इतर जमा रकमांप्रमाणे अर्थव्यवस्थेमध्ये वापरली जाते. बँकेने दिलेली गृहकर्जे, औद्योगिक कर्जे आणि सरकारी रोख्यांमधील गुंतवणूक त्या पैशातूनच होते, म्हणजे ती संपत्ती सर्व लोकच वापरत असतात. त्या दृष्टीने पाहता संपत्तीची मालकी कोणाची हा तांत्रिक मुद्दा ठरतो. संपत्ती निर्माण होणे, ती अर्थव्यवस्थेच्या मुख्य प्रवाहात सामील होणे, आणि अर्थव्यवस्थेत वापरली जाणे हे अधिक महत्त्वाचे असते.

अतिश्रीमंतांचा हेवा वाटणे साहजिक आहे. पण त्यांनी समाजाला जे दिले त्याचाही विचार करायला हवा. उदाहरणादाखल, वर उल्लेखलेल्या बजाज ऑटो लिमिटेड ह्या कंपनीने निर्माण केलेल्या स्कूटर्स आणि मोटरसायकल्स भारतातील कोट्यवधी लोकांनी वापरल्या. त्यांच्या आयुष्यातील अनेक महत्त्वाच्या घटना त्या वाहनांशी निगडित आहेत. फक्त बजाज कुटुंबीय नाही तर रस्त्यावरील मेकॅनिकपासून कारखान्यातील कामगार, अधिकारीवर्ग, शोरूमचे मालक आणि कामगार, स्पेअर पार्ट विकणारे दुकानदार, आर. टी. ओ. मध्ये घोंटाळणारे एजंट अशा लक्षावधी लोकांचा रोजगार बजाजच्या वाहनांनी निर्माण केला. २०१७ पर्यंतच्या तीन दशकात परदेशी वाहनांच्या स्पर्धेला तोंड देऊन बजाज ऑटो समर्थपणे उभी आहे. शून्यापासून सुरुवात करून स्वप्रयत्नातून अतिश्रीमंत झालेले उद्योजक इतरांसाठी निःसंशयपणे प्रेरणास्थान असतात. त्यांचा हेवा करण्याबरोबर कौतुकही केले पाहिजे.

५१. जगामध्ये इतके देश आणि भूभाग आहेत. फक्त भारत आणि चीन यांचीच लोकसंख्या इतकी जास्त का ?

आता नाही तर शतकानुशतके भारतीय उपखंड (आता मुख्यतः भारत, पाकिस्तान, बांगलादेश) आणि आणि चीन ह्या भूप्रदेशात जगातील एकंदर लोकसंख्येच्या अंदाजे ४० ते ५० टक्के लोक राहत आलेले आहेत. २०१६ च्या मध्याला जगाची लोकसंख्या ७५० कोटी होती, त्यात चीन १३८ कोटी, तर भारतीय उपखंड १६५ कोटी (भारत १३० कोटी, पाकिस्तान १९ कोटी, बांगलादेश १६ कोटी) अशा २९३ कोटी लोकांचा समावेश होतो, म्हणजे ३९ टक्के. खरे तर, ह्या दोन भूभागांचा जागतिक लोकसंख्येतील वाटा कमी झाला आहे. इसवी सनाच्या सुरुवातीला, २००० वर्षांपूर्वी, जगाची लोकसंख्या दोन निरनिराळ्या अंदाजांनुसार २३ ते ३० कोटी होती. त्यातील भारत आणि चीनचा वाटा प्रत्येकी ८ ते १० कोटी होता.

१८८१ साली भारताची पहिली जनगणना झाली. त्यानुसार आताचा पाकिस्तान आणि बांगलादेश धरून, भारताची लोकसंख्या २५ कोटी होती. (स्वातंत्र्यानंतरच्या पहिल्या, १९५१च्या जनगणनेनुसार ती ३६ कोटी होती). १९०० साली सर्व जगाची लोकसंख्या १६५ कोटी होती; आता तेवढे लोक फक्त भारतीय उपखंडात आहेत.

भारत आणि चीन सोडून उर्वरित जग खूप मोठे असले तरी जगातील भूक्षेत्रापैकी कितीतरी भाग राहण्याच्या दृष्टीने निरुपयोगी आहे. सैबेरिया, अंटार्क्टिका, ग्रीनलँड, अलास्का, सहारा वाळवंट, कॅनडाचा बराचसा भाग, अरबस्तान, अ‍ॅमेझॉनचे अरण्य आणि मध्य आफ्रिकेमधील अरण्ये येथे राहता येत नाही. मंगोलिया, उत्तर मेक्सिको, मध्य ऑस्ट्रेलिया, मध्य आशिया या भागात पुरेसे पिण्याचे पाणी उपलब्ध नाही. त्यामुळे जगातील लाखो किलोमीटर भूक्षेत्रात शतकानुशतके मानवी वस्ती नाही – किंवा अगदी तुरळक प्रमाणात आहे.

जगात मानवी वस्तीसाठी सर्वात अनुकूल भूभाग म्हणजे उत्तर गोलार्धात कर्कवृत्त (२३.५ अंश उत्तर) आणि दक्षिण गोलार्धात मकरवृत्त (२३.५ अंश दक्षिण) यांच्या आसपासचा (साधारण ३२ अंश उत्तर आणि ३२ अंश दक्षिण) यांच्या मधला प्रदेश, कारण ह्या प्रदेशातील हवामान माणसांना सहजपणे जगण्यासाठी योग्य असते. टोकाची थंडी किंवा उन्हाळा नसतो. आता जगाच्या नकाशाकडे पहा. असे लक्षात येईल की ३२ उत्तर ते ३२ दक्षिण ह्या टापूमध्ये मानवी वसाहतींसाठी उपयुक्त असे प्रदेश थोडे आहेत. उत्तर गोलार्धात भारत, चीन, तसेच अमेरिकेचा दक्षिणेकडील भाग आणि मेक्सिको येथे मानवी वस्ती आहे. (मेक्सिको सिटी ह्या १९ अंश उत्तर, म्हणजे मुंबईतक्या, अक्षांशावरील शहरात

२.१२ कोटी लोक राहतात). पण बराचसा भाग अरबस्तान, सहारा वाळवंट, अटलांटिक महासागर आणि प्रशांत महासागरातून जातो. तेथे वस्ती नाही, किंवा तुरळक प्रमाणात आहे. दक्षिण गोलार्धातून जाणाऱ्या मकरवृत्ताचा अधिकांश भाग निरनिराळे महासागर, आफ्रिकेतील कलहारी, ऑस्ट्रेलियातील ग्रेट व्हिक्टोरिया आणि दक्षिण अमेरिकेतील अटाकामा ह्या वाळवंटांमधून जातो. सारांश, एवढ्या मोठ्या जगात, वर उल्लेखल्याप्रमाणे अगदी थोडा भाग राहण्यायोग्य आहे. तो व्यापणाऱ्या भारत आणि चीन ह्या दोन देशात लोकवस्ती केंद्रित झाली आहे.

जगातील एकूण भूक्षेत्र १४८९ लाख चौरस किलोमीटर आहे. त्यातील चीनचे ९४ लाख चौ. किलोमीटर आहे आणि भारताचे ३० लाख चौ. किलोमीटर आहे. चीनच्या ९४ लाख चौ. किलोमीटर पैकी पूर्वेकडील एक तृतीयांश क्षेत्रच राहण्यायोग्य आहे. बाकीच्या भागात वाळवंट आणि हिमालय आहे. त्यामुळे चीन क्षेत्रफळाने भारताच्या तिप्पट असला तरी त्यातील राहण्यासाठी उपयुक्त भाग भारताएवढाच आहे. भारत आणि चीनचा राहण्यायोग्य भाग यांची बेरीज ६० लाख चौ. किलोमीटर, जगातील एकंदर क्षेत्राच्या ४ टक्के होते.

मानवी वस्तीच्या दृष्टीने ८ ते ३७ अक्षांशांमध्ये वसलेले भारतीय उपखंड आदर्श आहे. चीनचे अक्षांश २० उत्तर ते ५३ उत्तर असे आहेत. त्यातील ४० अंशाच्या उत्तरेकडील भाग विरळ वस्तीचा आहे. पण चीनच्या दक्षिणेकडील आणि पूर्वेकडील भागात अत्यंत दाट वस्ती आहे. चीनमधील दहा प्रमुख शहरांची २०१५ मधील वस्ती आणि अक्षांश यांच्या खालील तक्त्यावरून हवामान आणि लोकसंख्या यांचा संबंध लक्षात येईल.

शहराचे नाव	लोकवस्ती	अक्षांश	शहराचे नाव	लोकवस्ती	अक्षांश
शांघाय	२.२३ कोटी	३१.२२	डॉन्गुआन	८० लाख	२३.०२
बेजिंग	१.१७ कोटी	३९.९१	चाँगकिंग	७५ लाख	२९.५६
तींजिन	१.१० कोटी	३९.९१	चेंगडू	७४ लाख	३०.६६
गुआंगझू	१.१० कोटी	२३.११	नानजिंग	७१ लाख	३२.०६
शेनझेन	१.०३ कोटी	२२.५४	नानचाँग	७१ लाख	३०.८३
वुहान	९८ लाख	३०.५८			

चीनचे औद्योगीकरण भारतापेक्षा जास्त झालेले आहे, त्यामुळे शहरांमधील वस्ती जास्त आहे. बरीचशी वस्ती २२ ते ३२ अक्षांश ह्या पट्ट्यामध्ये असल्याचे आढळून येईल. बेजिंग आणि तींजिन हे दोन अपवाद आहेत, पण तेही अति उत्तरेकडे नाहीत. भारतातील सर्वाधिक दाट वस्तीचा भागही मध्य प्रदेशातील भोपाळवरून जाणाऱ्या कर्कवृत्ताच्या उत्तरेकडील उत्तर प्रदेश आणि बिहार ह्या प्रांतात आहे. (कर्कवृत्त भारतातील अहमदाबाद, भोपाळ, रांची, बंगाल, त्रिपुरा आणि मिझोरम येथून जाते).

आता वातानुकूलन तंत्रज्ञानाच्या सहाय्याने हवामान नियंत्रित करता येत असल्यामुळे युरोप, अमेरिका आणि अन्यत्र वस्ती करून राहणे शक्य झाले आहे. त्यामुळे भारतीय उपखंड आणि चीन यांचा वाटा ४० टक्क्याइतका कमी झाला आहे, पूर्वी तो यापेक्षाही जास्त असला पाहिजे.

हवामानाप्रमाणे अन्न आणि पाणी यांची उपलब्धता लोकसंख्येची वाढ होण्यासाठी कारणीभूत असते. पूर्वापार मानवी संस्कृतीची सुरुवात सिंधू, नाईल, तैग्रिस, युफ्रेटिस अशा नद्यांच्या आसपास, झालेली दिसून येईल. जगातील इतर देशातही नद्या हा लोकजीवनाचा प्रमुख आधार आहे. बहुतेक मोठी शहरे नद्यांच्या काठावर वसलेली आहेत. वर उल्लेखलेल्या कर्कवृत्त आणि मकरवृत्ताच्या पट्ट्यात जेथे पाणी आहे आणि जेथे शेती करण्यायोग्य जमीन आहे तेथेच वस्ती झालेली आहे. पृथ्वीवरील अनेक भागात - आफ्रिकेतील सहारा आणि कलहारी, ऑस्ट्रेलियातील ग्रेट व्हिक्टोरिया, चीनमधील गोबी अशी वाळवंटे आहेत त्याचा अर्थ, पाऊस पडत नाही त्यामुळे शेती करणे शक्य नाही. सैबेरिया, अंटार्क्टिका, ग्रीनलंड, अलास्का, कॅनडाचा बराचसा भाग येथे पाणी आहे पण शेतीसाठी योग्य जमीन आणि हवामान नाही. येथे राहणारे तुरळक लोक त्या त्या हवामानात जगू शकणाऱ्या उंट, शेळ्यांमध्या, रेनडियर अशा पशूंच्या आधाराने राहतात. ते शेती करत नाहीत.

त्या दृष्टीने पहिले तर भारत आणि चीन ह्या दोन्ही देशात पाणी आणि शेतीयोग्य जमीन यांची पुरेशी उपलब्धता आहे. चीनमधील हुआंगहे आणि यांगत्से ह्या दोन नद्यांच्या खोऱ्यांमध्ये सर्वाधिक दाट वस्ती आहे. भारतातील आणि पाकिस्तान-बांगलादेशातील लोक सिंधू, गंगा, यमुना, ब्रह्मपुत्रा, नर्मदा, कृष्णा, कावेरी, गोदावरी इत्यादी नद्यांवर अवलंबून आहेत. त्या व्यतिरिक्त भारतात देशभर लहानमोठ्या नद्या आहेत. सर्वसाधारणपणे नियमित पडणारा पाऊस आणि नद्या, शेतीयोग्य जमीन ही भारत आणि चीन यांच्या अधिक लोकसंख्येची कारणे आहेत.

५२. शेजारी देश असून चीन आणि भारत यांच्यामध्ये इतका फरक का ? चीन भारतापेक्षा पुढारलेला कसा ?

चीन आणि भारत यांच्यात साम्यस्थळेही आहेत. दोन्ही देशांची लोकसंख्या अवाढव्य, १०० कोटीच्या वर आहे . (भारत, पाकिस्तान आणि बांगलादेश येथील लोकसंख्येची बेरीज केली तर ती चीनपेक्षा जास्त आहे). शतकानुशतके जगातील ४० टक्के लोक ह्या दोन देशात राहत आहेत. चीन आकाराने भारताच्या तिप्पट असला तरी अनुकूल हवामान आणि पाणीपुरवठ्याची उपलब्धता पाहता तेथील राहण्याजोगा भूभाग भारतापेक्षा थोडाच जास्त आहे. (उरलेला भाग वाळवंटी किंवा हिमालयी असल्यामुळे ओसाड आहे). दोन्ही देश प्राचीन किंवा अतिप्राचीन आहेत. इसवी सन पूर्व २००० ते इसवी सन पूर्व १०००० पर्यंतचे अवशेष दोन्हीकडे सापडतात. दोन्ही देशांकडे हजारो वर्षांचा सांस्कृतिक वारसा आहे, आणि त्याचा प्रभाव भोवतालच्या लहान देशांवर पडला आहे. दोन्ही देशांनी स्वतः होऊन इतर शेजारी देशांवर आक्रमण केलेले नाही. (१९६२ साली भारताला 'धडा' शिकवण्यासाठी चीनने केलेले एक महिन्याचे युद्ध हा अपवाद. पण युद्धात जिंकलेला प्रदेश चीनने लगेच सोडून दिला).

असे असले तरी चीन अनेक बाबतीत भारतापेक्षा वेगळा आहे. एकमेकांचे शेजारी आणि इतके वेगळे असलेले देश शोधून सापडणार नाहीत. त्याची दोन मुख्य कारणे आहेत.

एक, चीन भौगोलिक कारणामुळे, बाकीच्या जगापासून दुरावलेला आहे. चीनचा दाट लोकवस्तीचा पूर्व भाग आणि त्या काळातील सांस्कृतिक केंद्र मानला जाणारा भारत, मध्यपूर्व व दक्षिण युरोप हा भूप्रदेश यात खूप अंतर आहे. चीनच्या उत्तर-पश्चिमेला असलेल्या गोबी वाळवंटातून मध्यपूर्वेकडे जाणाऱ्या रस्त्याला सिल्क रूट असे म्हणतात. ह्या मार्गाने इ.स. पू. २०० पासून चीनमधील रेशमी वस्त्रांचा, आणि इतरही वस्तूंचा व्यापार चालत असे. चीनची राजधानी बीजिंग ते सिल्क रूटवरील अफगाणिस्तानच्या उत्तरेकडील समरकंद हे अंतर खूप जास्त, ६००० किलोमीटर आहे, रस्ताही खडतर आहे. चीनच्या पूर्वेला समुद्र आहे, आणि दक्षिणेला हिमालयाची दुर्गम पर्वतरांग आहे. याउलट भारत कायमच सरळ मार्गाने अफगाणिस्तान, इराण, तुर्कस्तान, युरोप ह्या देशांशी जोडलेला आहे. त्याचे फायदे आणि तोटे आपल्याला सहन करावे लागले आहेत. (त्या देशांशी व्यापार करून कमावलेली सुबत्ता हा फायदा आणि कायम आक्रमणांची भीती हा तोटा). याउलट बाकीच्या जगापासून वेगळा पडल्यामुळे इतर देशांच्या कोणत्याही गोष्टींचा प्रभाव चीनवर पडलेला नाही. चीनची भाषा, खाण्यापिण्याच्या सवयी, धार्मिक संप्रदाय सर्व काही स्वतंत्र आहेत. चीनी लोक वांशिक दृष्ट्याही

पाश्चिमात्यांपेक्षा वेगळे आहेत. चीनबद्दल अज्ञान, आणि त्यातून निर्माण झालेले कुतूहल आणि भीती या भावना जगभर आहेत.

चीन भारतापेक्षा पुढारलेला असण्याची बरीच कारणे आहेत.

तंत्रज्ञान आणि प्रशासनयंत्रणा यांच्या बाबतीत चीन पहिल्यापासून आघाडीवर आहे. औद्योगिक क्रांतीनंतर युरोप चीनच्या पुढे गेला. पण त्यापूर्वीची चीनची विज्ञान-तंत्रज्ञान क्षेत्रातील झेप निश्चितच कौतुकास्पद होती. कागद, बंदुकीची दारू, जुळणी करता येणारा छपाईचा टाईप, जहाजातील यंत्रसामग्री, होकायंत्र, वर्षातून दोन पिके घेता येतील अशी भाताची जात, शेतीला पाणीपुरवठा करण्यासाठी कालव्यांचे जाळे हे सर्व शोध चीनमध्ये लागलेले होते. ऊर्जेचा स्रोत म्हणून कोळशाचा उपयोग चीनी लोकांना माहिती होता. बाराव्या शतकात चीनमध्ये जवळजवळ आधुनिक अर्थव्यवस्था अस्तित्वात होती. कागदावर छापलेल्या चलनी नोटा, अर्थव्यवस्थेला उभारी देण्यासाठी सरकारी गुंतवणूक, संपर्कयंत्रणा हे सर्व होते. अर्थव्यवस्थेचा वाढीचा दर लोकसंख्येच्या वाढीच्या दरापेक्षा जास्त होता. इसवी सन पूर्व पाचव्या शतकापासून शेतीमध्ये लोखंडी अवजारे वापरली जात. विहिरीमधून पाणी काढण्यासाठी रहाटगाडग्याचा उपयोग इ.स.पू. सहाव्या शतकापासून केला जात असे. नदीचा प्रवाह वळवण्यासाठी पिनयिन नावाची यंत्रणा चीनी अभियंत्यानी विकसित केली होती. त्यापैकी एक, २००० वर्षांपेक्षा जास्त काळ अजूनही कार्यरत आहे.

भारत लहान गटांनी बनलेला विकेंद्रित समाज आहे. याउलट एवढ्या मोठ्या चीनमध्ये सलग बावीसशे वर्षे निरनिराळ्या घराण्यांची केंद्रीय राजवट आहे. भारतात २२ मुख्य आणि १६५२ बोलीभाषा आहेत. चीनमध्ये मँडारिन चीनी ही एकच अधिकृत भाषा आहे. प्रशासन चालवण्यासाठी आपल्या आय. ए. एस. सारखी नोकरशाही चीनमध्ये इसवी सन पूर्व काळापासून आहे. त्यात नेमणूक करण्यासाठी प्रवेशपरीक्षा घेऊन समाजातील गुणवंत विद्यार्थ्यांची निवड केली जात असे. त्या काळात जगभर रूढ असलेल्या एकतंत्री राजवटींच्या तुलनेने ही व्यवस्था फारच आधुनिक मानावी लागेल. शतकानुशतके कागदाचा वापर चालू असल्यामुळे चीनची प्रशासन यंत्रणा सुस्थितीत आहे. दरबारी कामकाजाच्या नोंदी - मिनिट्स ऑफ दी मीटिंग - ठेवण्याची पद्धत दुसऱ्या शतकापासून आहे. ऐतिहासिक व्यक्तींची आणि प्रसंगांची चित्रे उपलब्ध आहेत. (जी आपल्याकडे नाहीत. चंद्रगुप्त मौर्य कसा दिसत असे ते आपल्याला माहिती नाही, पण चीनमध्ये, इ.स.पू. ५५० मधील कॉन्फ्यूशिस आणि त्याच्या समकालीनांची चित्रे उपलब्ध आहेत. इतिहासाची असंख्य पुस्तके आहेत).

चीनमध्ये चतुर्वर्ण होते. शी(बुद्धिजीवी, सनदी अधिकारी), नाँग(शेतकरी), गाँग(कारागीर) आणि शँग(व्यापारी) अशी त्यांची नावे होती. मात्र, व्यवहारात वर्णांमधील सीमारेषा फार कडक नव्हत्या - आपल्याप्रमाणे रोटीबेटी व्यवहार वर्ज्य नव्हता. कारागीर स्वतःचे मंडळ (गिल्ड) निर्माण करून शिकाऊ उमेदवारांना प्रशिक्षण देत. त्यामुळे आपल्याला डोकेदुखी ठरणाऱ्या, व्यवसायावर आधारलेल्या जातिव्यवस्थेची चीनला गरज पडली नाही. आणखी एक लक्षणीय बाब म्हणजे चीनमध्ये क्षत्रिय वर्ण नाही. (त्यामुळे विसाव्या शतकात आधी इंग्रजी आणि नंतर जपानी आक्रमकांशी लढताना चीनचा सहज पराभव झाला).

१९४९ मध्ये रक्तंजित क्रांती होऊन चीनमध्ये साम्यवादी राजवट आली. साम्यवाद इहवादी म्हणजे नास्तिक असल्यामुळे, त्याचवेळी चीनमधून धर्म हद्दपार झाला. क्रांतीनंतर तीन पिढ्या लोटल्या आहेत. त्यामुळे धर्मविरहित समाज ही संकल्पना चीनमध्ये रुळली आहे. त्याचे इतर काही तोटे असू शकतील. पण धार्मिक संघर्षांना तोंड देतादेता आपली जी तारांबळ उडते ती चीनमध्ये नाही.

भाषा, चालीरीती, खानपानाच्या सवयी, वांशिकता, राज्ययंत्रणा अशा बाबतीत सारखेपणा असल्यामुळे भारताच्या तुलनेने चीन खूपच एकसंध आहे. वर उल्लेखलेल्या प्रागतिक सामाजिक आणि व्यावसायिक परंपरांचा चीनला आजही फायदा होत असतो. कोणताही बदल घडवून आणण्यासाठी जो काही संदेश जनतेपर्यंत पोचवायचा तो पोचवणे चीनमध्ये सोपे आहे. १९७९ सालापासून, लोकसंख्या नियंत्रित करण्यासाठी चीनमध्ये 'एक कुटुंब-एक मूल' हे धोरण राबवले गेले आणि चीनमधील जन्मदर खरोखरच खाली आला. सध्या चीनचा जन्मदर हजारी १२ आहे तर आपला २० आहे. (ह्या धोरणाचे गैरफायदे एका पिढीनंतर जाणवायला लागले. त्यामुळे २०१५ पासून चीन टप्प्याटप्प्याने, हे धोरण बदलण्याच्या मागे आहे).

भौगोलिक, सामाजिक कारणांमुळे भारतातील राजकीय परिस्थिती अशांत आहे. पाकिस्तान आणि काश्मीर ह्या दोन कायमच्या कटकटी आहेत. शिवाय नक्षलवाद, इस्लामी मूलतत्त्ववाद, फुटीरतावाद अशा हिंसक चळवळींशी लढावे लागते. बरीच साधनसामग्री आणि प्रशासकीय क्षमता त्यासाठी खर्ची पडते. चीनच्या बाबतीत अशा कोणत्याही कायम स्वरूपी अडचणी नाहीत. काही विरोधी चळवळी आहेत (इस्लामी मूलतत्त्ववाद सुद्धा आहे) पण त्यांचा प्रभाव लक्षणीय नाही. देशाची संपूर्ण ताकद विकासासाठी वापरता येते.

चीनमध्ये लोकशाही नाही; साम्यवादी पक्षाची एकाधिकारशाही आहे. भारताप्रमाणे व्यक्तिस्वातंत्र्य, भाषणस्वातंत्र्य नसल्यामुळे सरकारी धोरणांना विरोध करणाऱ्यांची थेट तुरुंगात रवानगी होते. याही कारणामुळे कोणतेही वेगळे धोरण

राबवणे चीनमध्ये सोपे आहे. नवीन रस्ते बांधण्यासाठी, किंवा कारखाने उभारण्यासाठी जमीन ताब्यात घेताना आपल्याकडे इतका विरोध होतो की त्या योजनाच सोडून द्याव्या लागतात. चीनमध्ये तो प्रश्न नसतो. सरकारने एखादी गोष्ट ठरवली की झटपट कार्यान्वित होते. एकाधिकारशाही वापरून चीनने जे साध्य केले आहे ते पाहून काही लोकांचा लोकशाहीवरील विश्वास डळमळीत झाला आहे! (साम्यवादी एकाधिकारशाहीला चीनमध्ये मिळालेले यश हा अपवाद मानावा लागेल - कदाचित चीनच्या ऐतिहासिक परंपरांचा त्यामध्ये वाटा असेल. इतर अनेक ठिकाणी साम्यवाद अपयशी ठरला आहे).

१९९० ते २०१५ ह्या पंचवीस वर्षात चीनने नेत्रदीपक प्रगती केली. देशातील निम्म्याहून जास्त, सुमारे ७० कोटी लोक दारिद्र्यामधून मुक्त झाले आहेत. आज चीनी अर्थव्यवस्था अमेरिकेच्या खालोखाल जगातील दुसऱ्या क्रमांकाची मानली जाते - याचा अर्थ ती युरोपमधील सर्व प्रगत देश आणि जपान यांच्या पुढे गेली आहे. चीनची निर्यात आयातीच्या मानाने इतकी जास्त आहे की चीनकडे कोट्यावधी डॉलरची शिल्लक पडून असते. ती वापरून चीन अमेरिकेत मालमत्ता आणि कंपन्या विकत घेतो, किंवा नव्या योजनांमध्ये पैसे गुंतवतो. २०१७ मध्ये, युरोपमध्ये निर्यात करण्याचा अजून एक मार्ग म्हणून, चीनने आपला पूर्व किनारा ते लंडन असे १२००० किलोमीटर अंतर कापणारी रेल्वे सुरू केली आहे.

वेगाने औद्योगिक प्रगती झाल्यामुळे निर्माण झालेल्या समस्या चीनसमोर आहेतच. जलप्रदूषणामुळे हुआंगहे ह्या चीनमधील प्रमुख नदीचे जागोजागी गटार झाले आहे. बीजिंग ह्या राजधानीच्या शहरात प्रदूषित हवेमुळे श्वास घेता येत नाही म्हणून सुट्टी जाहीर करावी लागते. समता हे सूत्र असलेली साम्यवादी राजवट असूनही चीनमधील श्रीमंत आणि गरीब यांच्यामधील दरी वाढत चालली आहे. एकाधिकारशाहीला कंटाळलेले लोक, विशेषतः तरुण पिढी बंड करून उठण्याची भीती निर्माण झाली आहे.

ज्या पंचवीस वर्षांच्या काळात (१९९०-२०१५) चीनी अर्थव्यवस्थेची भरभराट झाली त्या काळात भारतीय अर्थव्यवस्थाही वाढली. भारताचे दरडोई उत्पन्न ह्या काळात साडेतीन पटीने वाढले. पण चीनची प्रगती आपल्यापेक्षा वेगाने झाली. तुलना करायची तर चीनची अर्थव्यवस्था, डॉलरच्या हिशेबात भारताच्या जवळजवळ साडेचार पट मोठी आहे याचा अर्थ सर्वसामान्य चीनी माणूस भारतीय माणसापेक्षा चार पट श्रीमंत आहे.

पण गेल्या पंचवीस वर्षात पडलेला हा फरक क्षणभर बाजूला ठेवला तर पाच हजार वर्षांचा इतिहास असणाऱ्या ह्या दोन मोठ्या देशातील लोकांच्या वागणुकीमध्ये, मानसिकतेमध्ये सारखेपणा आहे. चीनमध्ये शतकानुशतके एकत्र

कुटुंबपद्धती अस्तित्वात आहे. घरामध्ये ज्येष्ठांना मान दिला जातो. पण दुसरीकडे ज्येष्ठ नागरिकांची वाढती संख्या हा काळजीचा विषय होऊ पाहत आहे. चीनी मध्यमवर्ग आपल्या मध्यमवर्गीयांप्रमाणे मुलांनी भरपूर अभ्यास करावा, चांगले मार्क मिळवावे आणि डॉक्टर-इंजिनियर व्हावे, परदेशात जाऊन शिकावे म्हणून प्रयत्नशील असतो. मुलीही मुलांइतक्याच शिकतात आणि करिअर करण्याचा प्रयत्न करतात. तरुण पिढी अमेरिकन जीवनपद्धतीच्या मागे धावताना दिसते. मुलामुलींचे लग्नाचे वय ३० च्या पुढे चालले आहे, लिव्ह-इन रिलेशनशिप आणि घटस्फोट या दोन्हीचे प्रमाण वाढत आहे, आणि मुलांच्या आईवडिलांपासून चीनच्या अध्यक्षांपर्यंत सर्वांसाठी हे चिंतेचे विषय आहेत.

५३. पाकिस्तान ही आपली कायमची डोकेदुखी आहे. पाकिस्तानबरोबर शांतता प्रस्थापित झाली तर आपला विकास आताच्या पेक्षा कितीतरी वेगाने होईल असे वाटत नाही का ?

पाकिस्तानमधील वस्तुस्थिती पाहता असे काही घडणे शक्य कोटीतले वाटत नाही. पाकिस्तानकडे सुमारे ६ लाख खडे सैन्य आहे. भारताच्या मानाने ते निम्म्याहून कमी असले तरी दोन देशांची लोकसंख्या आणि क्षेत्रफळ यातील फरक लक्षात घेता ते खूपच जास्त आहे. आपल्याप्रमाणेच ते ब्रिटिशांच्या तालमीत तयार झालेले व्यावसायिक सैन्य आहे. इतक्या खड्या सैन्याला काम पुरवण्यासाठी आणि पाकिस्तानी व्यवस्थेमधील आपले स्थान, हितसंबंध अबाधित ठेवण्यासाठी भारताबरोबर कायम युद्धजन्य परिस्थिती राहणे ही त्या सैन्याची गरज आहे. भारताबरोबर शांतता प्रस्थापित होणे त्यांना परवडणारे नाही.

युद्धापेक्षा शांतता केव्हाही चांगलीच पण भारत पाकिस्तानमधील तणातणी कायम राहणार हे गृहीत धरले तर पाकिस्तानसारखा शत्रू शेजारी असल्यामुळे आपले काय फायदे झाले आहेत ते बघायला हरकत नाही.

एक, आपल्या १४ लाख सैन्याला युद्धसज्ज आणि आधुनिक ठेवण्यासाठी पाकिस्तानपासून असलेला धोका हा कायमस्वरूपी महत्वाचा घटक राहिलेला आहे. तो नसता तर आपली सेनादले सुस्तावण्याची भीती होती. त्यांना काम काय पुरवायचे हा प्रश्नही निर्माण झाला असता. पाकिस्तान आहे म्हणून लष्कर, निमलष्करी दले आणि राखीव सेना असे सुमारे ४८ लाख लोक आणि त्यांच्याशी अप्रत्यक्षपणे निगडीत असलेले आणखी काही लाख मुलकी नागरिक इतक्या लोकांना रोजगार, आणि तोही प्रामुख्याने ग्रामीण भागात निर्माण झाला आहे - आपले बहुतेक सैनिक मुळात शेतकऱ्यांची मुले आहेत. पाकिस्तानबरोबर शांतता प्रस्थापित झाली तर लाखो लोक बेकार होतील. त्यांना पर्यायी काम पुरवताना आपल्या नाकी नऊ येतील. मराठेशाहीच्या अस्तानंतर महाराष्ट्रात, पुण्यात, असे घडल्याची नोंद आहे.

दोन, इतके मोठे सैन्य कोणत्याही एका प्रांतामधून किंवा जाती / धर्मसमूहामधून उभे करणे अशक्य आहे. त्यामुळे आपले सैन्यदल भारताइतकेच सर्वसमावेशक, कॉस्मॉपॉलिटन झाले आहे. ते सर्व देशाचे प्रतिनिधित्व करते. देशाच्या इतर क्षेत्रातील परिस्थिती नेहमीच समाधानकारक असते असे नाही पण अंतर्गत सुरक्षा आणि सीमांचे संरक्षण याबाबतीत तक्रार करायला जागा नाही.

तीन, भारतासारखा जाती, धर्म, भाषा, चालीरीती, वांशिक भिन्नता अशा विविध घटकांमुळे विखुरलेल्या असंख्य समूहांना एकत्र बांधून ठेवण्याचे काम

राष्ट्रीयतेच्या भावनेने केले आहे असे आपण मानतो. ही भावना निर्माण करण्याचे ज्या घटकांनी निर्माण केले त्यात देशाला बाह्य घटकांपासून धोका आहे आणि त्याला तोंड देण्यासाठी आपण एक राहिले पाहिजे ह्या भीतीने केले आहे. पाकिस्तान आणि काही प्रमाणात चीन ह्या दोन बलवान शत्रूंची भीती असल्यामुळे संघभावना निर्माण करणे सोपे झाले. स्वातंत्र्यापूर्वी तेच काम सत्ताधारी ब्रिटिश ह्या समान शत्रूने केले होते.

चार, पाकिस्तान हा आपला अधिकृत, मान्यताप्राप्त शत्रू म्हणून उभा राहिल्यामुळे प्रत्येक क्षेत्रात पाकिस्तानला मागे टाकणे असे उद्दिष्ट आपोआप तयार झाले. पाकिस्तान हे तुलना करण्याचे परिमाण म्हणजे बेंचमार्क झाला. प्रगतीसाठी काहीना काही उद्दिष्ट लागते. ते पुरवण्याचे काम पाकिस्तानने केले. क्रिकेट असो, हॉकी असो, चित्रपटांचा दर्जा असो, आर्थिक प्रगती असो, धार्मिक सहिष्णुता असो, लोकशाही असो, स्त्रियांना संधी देणे असो - प्रत्येक क्षेत्रात पाकिस्तानच्या पुढे असणे हे आपल्याला समाधान देते. क्रीडा क्षेत्रात इतर कोणाकडून पराभव झाला तरी चालते पण पाकिस्तानकडून पराभव आपल्याला सहन होत नाही (त्यांचेही तसेच आहे. क्रिकेटमधील मोठ्या पराभवानंतर एकदोन पाकिस्तानी तरी आत्महत्या करतात).

पाच, हिंदू म्हणजे काय, भारतीयता म्हणजे काय ह्या संकल्पना विकसित करण्यासाठी आपल्याला पाकिस्तानचा नकारात्मक उपयोग झाला. एका वचनानुसार फाळणीनंतर मुसलमानांना पाकिस्तान मिळाला आणि भारतीयांना (हिंदूंना नव्हे) भारत मिळाला. ज्यांना स्वतःची ओळख 'मुसलमान' अशी हवी होती ते पाकिस्तानात गेले. ज्यांची इतर असंख्य जाती-धर्म-वंश समूहांबरोबर गुण्यागोविंदाने राहण्याची तयारी होती ते भारतात राहिले. पाकिस्तानात तसे नसल्यामुळे, धार्मिक आणि वांशिक सहिष्णुता हे 'भारतीय'तेचे महत्त्वाचे लक्षण म्हणून विकसित करता आले. भारतीयत्वाप्रमाणे हिंदू आयडेंटिटी निर्माण करण्यासाठी, हिंदूंना संघटित करण्यासाठी आक्रमक इस्लाम आणि पाकिस्तान यांचा अप्रत्यक्ष फायदा झालेला आहे. हिंदू म्हणजे काय याची सर्वसंमत व्याख्या अजून करता आलेली नाही. (कायद्यातही नाही). स्वा. सावरकरांसहित अनेकांनी व्याख्या सुचवल्या पण त्या सर्वमान्य नाहीत. पण शंभरसव्वाशे वर्षांपूर्वी मुस्लिम राजकारण सुरु झाले आणि त्याचा परिणाम म्हणून हिंदुत्व, हिंदुसंघटन वगैरे संकल्पनांनी मूळ धरले. त्याचे काही फायदेही झाले आहेत.

'निंदकाचे घर असावे शेजारी' हे पाकिस्तानच्या बाबतीत १०० टक्के खरे आहे !

५४. ब्रिटिश साम्राज्याचा उदय आणि अस्त यासंबंधी काय सांगता येईल? भारतापुरते बोलायचे तर ब्रिटिश राजवट ही जुलूमी सत्ता होती हे कितपत खरे आहे?

ब्रिटिश साम्राज्य हे जगाच्या इतिहासातील सर्वात मोठे साम्राज्य होते हे आपल्याला माहिती आहे. १९१३ च्या सुमारास, जो साम्राज्याचा परमोच्च बिंदू समजला जातो, त्यावेळी जगातील एकंदर लोकसंख्येच्या २३ टक्के लोक ब्रिटिश साम्राज्याच्या अधिपत्याखाली होते, आणि जगाच्या क्षेत्रफळापैकी २४ टक्के साम्राज्याचा भाग होता. १८१५ ते १९१४ अशी जवळजवळ १०० वर्षे ब्रिटन ही एकमेव जागतिक महासत्ता होती. आज जे अमेरिकेचे महत्त्व आहे ते त्यावेळी ब्रिटनचे होते.

ब्रिटन, पोर्तुगाल, फ्रान्स, स्पेन आणि हॉलंड (म्हणजे डच) ह्या देशांमध्ये जगाचे स्वामित्व मिळवण्याची आणि स्वतःच्या फायद्यासाठी साम्राज्यविस्तार करण्याची स्पर्धा इ.स. १४९७ पासून (४०० वर्षे) चालू होती. त्यात पोर्तुगाल, हॉलंड आणि स्पेन आधीच मागे पडले आणि १८१५ मध्ये नेपोलिननचा पराभव झाल्यावर फ्रान्सही स्पर्धेत राहिला नाही. ह्या ४०० वर्षात ब्रिटनसह सर्वच देशांनी थोडेफार जुलूम केले असणार - जे बहुतेक जेते करतात. (मराठ्यांची कीर्ती उत्तर भारतात लुटारू अशीच आहे). त्यामुळे एकतर्फी चांगले किंवा वाईट असे त्यांचे मूल्यमापन करणे अयोग्य ठरेल. अलिकडे सुप्रसिद्ध लेखक शशी थरूर यांनी 'ॲन ईरा ऑफ डार्कनेस : दी ब्रिटिश एम्पायर इन इंडिया' या नावाचे पुस्तक लिहून ब्रिटिश साम्राज्याची काळी बाजू प्रकटनि मांडली आहे. त्यांचा मुख्य आक्षेप ब्रिटिशांनी भारताची लूट केली हा आहे. ब्रिटिश येण्यापूर्वी भारताचा जागतिक बाजारपेठेतील वाटा २३ टक्के होता, तो, ते गेले तेव्हा ३ टक्क्यावर आला हा शशी थरूर यांचा मुद्दा आहे. भारताचा वाटा २३ टक्के होता तेव्हा औद्योगिक क्रांती झाली नव्हती हे आपण विसरतो. औद्योगिक क्रांतीनंतर इतक्या नव्या आणि दर्जेदार वस्तू बाजारात आल्या की भारतातील हस्तकलेच्या, कमी उत्पादकतेच्या वस्तूंची गरज उरलेली नव्हती. रेफ्रिजरेटर असल्यावर खाद्यपदार्थ टिकवून धरण्यासाठी - ज्यासाठी वास्को द गामा भारतात आला - ते मसाल्याचे पदार्थ कोण वापरणार? - ज्यांना शंका असेल त्यांनी घडी करून काड्यापेटीत मावणारे ढाक्याचे तलम कापड आणि मसाल्याचे पदार्थ आज निर्यात करून जागतिक बाजारपेठ काबीज करून दाखवावी!

ब्रिटिश साम्राज्यामुळे भारतामध्ये जे बदल घडून आले ते सर्वश्रुत आहेत. भाषा, संस्कृती, शिक्षणपद्धती, प्रशासन, कायदे, लष्करयंत्रणा, खेळ आणि इतर अनेक गोष्टी - सर्वांवर जाणवण्याइतका त्यांचा प्रभाव आहे. 'लूट' याबद्दल

बोलायचे तर ब्रिटिश साम्राज्य हे हिंदुस्तान युनिलिव्हर किंवा नेसले अशा बहुराष्ट्रीय कंपनीसारखे होते. बहुराष्ट्रीय कंपनी ठरवून लूट करत नाहीत. त्यांना दीर्घकाळ बिझनेस करायचा असतो. ते जो नफा मिळवतात त्याला लूट म्हणता येईल पण त्याबरोबर त्या स्थानिक साधनसामग्री वापरतात. नोकऱ्या निर्माण करतात. गुंतवणूकदारांना परतावा देतात. ब्रिटिश कंपन्यांना संपूर्ण भारत ही हक्काची बाजारपेठ वापरायला मिळाली त्यामुळे त्यांनी भरपूर नफा कमावला असणार याबद्दल वाद नाही. पण बहुराष्ट्रीय कंपन्यांना नफ्याइतकाच रस 'साम्राज्य'वृद्धीमध्ये असतो. जितके 'साम्राज्य' मोठे तितके कंपनीमधील अधिकाऱ्यांना मिळणारा पगार, भत्ते आणि मानमरातब अधिक. इंग्लंडमधून साम्राज्याचे प्रतिनिधी म्हणून अधिकारी जेथे जेथे गेले (ते हाँगकाँग असो, हिंदुस्तान की वेस्ट इंडीज) त्यांनी चैन करण्यामध्ये काही कसर ठेवली नाही!

मुळात कोणताही देश - त्यातल्या त्यात भारतासारखा विशाल देश चालवणे- म्हणजे कायदा सुव्यवस्था राखणे, प्रजेच्या किमान गरजा भागवणे, दैनंदिन प्रशासन व्यवस्था उभारणे ह्या इतक्या अशक्यप्राय अवघड गोष्टी आहेत की ते करणारे लोक त्याचा मोबदला घेणारच. (आजचे राजकारणीही घेतात). त्यासाठी फार खंत करू नये. इतिहासाच्या एका टप्प्यावर ब्रिटिश साम्राज्य घडून गेले. त्याचे फायदेतोटे दोन्ही झाले. ते नसते तर अमुकतमुक झाले असते ह्या कल्पनाविलासाला विशेष अर्थ नाही. निदान एका बाबतीत ब्रिटिशांना श्रेय द्यायला पाहिजे. त्यांनी आधीच्या मुसलमान राज्यकर्त्यांप्रमाणे धर्मवेडापायी जुलूम केले नाहीत. ख्रिस्ती मिशनरी जरूर आले पण आजही देशातील ख्रिस्ती लोकसंख्या दोनअडीच टक्क्यांइतकीच आहे. त्यातील केरळमधील सीरियन ख्रिश्चन इंग्रज येण्याच्या आधीपासूनच तेथे आहेत आणि गोव्यामधले, पोर्तुगीज लोकांनी धर्मांतरित केले आहेत.

(जाताजाता - १८५० ते १९४७ ह्या जेमतेम १०० वर्षांत ब्रिटीशांनी प्रचंड बांधकामे केली, देशभर रेल्वे बांधली. पोस्ट ऑफिसे स्थापन केली. रस्ते बनवले. पूल, धरणे आणि अनेक इमारती बांधल्या. मुंबईच्या आकाराचे शहर शून्यापासून उभे केले. इतकी झपाट्याने कामे झाली कशी ह्यासंबंधी त्या काळात पी. डब्ल्यू. डी. खात्यात काम करणाऱ्या एका वृद्ध गृहस्थांनी उद्धोधक माहिती सांगितली. त्यांच्या मते असे होण्याची तीन कारणे. एक, कंत्राटदारांची बिले ताबडतोब देणे. दोन, जवळजवळ शून्य लाचखोरी आणि तीन, उत्तम नियोजन आणि कामाच्या दर्जावर प्रभावी सुपरव्हिजन. लक्षणीय बाब म्हणजे हे फक्त भारतात नाही तर त्यांचे राज्य असणाऱ्या जगातील सर्व देशात केले).

आता महत्त्वाचा प्रश्न. हे इतके मोठे, व्यवस्थितपणे चाललेले साम्राज्य

दुसऱ्या महायुद्धानंतर १०-१५ वर्षातच कसे कोसळले? भारतात निदान प्रबळ स्वातंत्र्यचळवळ होती आणि ती दडपून टाकणे अवघड होत चालले होते. पण इतर देशांचे काय? तेथे महात्मा गांधीसारखा कोणी प्रभावी नेता नव्हता. साम्राज्याचा विलय होण्याची तीन कारणे आहेत.

एक, ब्रिटिश साम्राज्याचे लष्करी सामर्थ्य संपले. ब्रिटिश साम्राज्याचा परमोच्च बिंदू १९१३ हे वर्ष समजले जाते - १९१४ मध्ये पहिले महायुद्ध सुरू झाले आणि शांततेचा कालखंड संपुष्टात आला. पहिल्या महायुद्धाच्या काळात युद्धासाठी विमानदलाचा उपयोग सुरू झाला. राइट बंधूंनी विमानाचा शोधच १९०३ मध्ये लावला होता त्यामुळे युद्धाच्या सुरुवातीच्या काळातील विमाने प्राथमिक अवस्थेत होती. पण १९१८ मध्ये महायुद्ध संपेपर्यंत विमाने खूपच प्रगत झाली होती आणि लढाऊ विमानांचे तंत्रज्ञान त्यानंतर अधिकच सुधारत गेले. १९३९-४५ ह्या दुसऱ्या महायुद्धात जर्मनी, जपान, इंग्लंड, अमेरिका ह्या सर्वांनी हवाई युद्धाचा कहर केला. आताच्या युद्धात सर्वात महत्त्वाची भूमिका विमानदलाची आणि बरोबरीने पायदळाची असते. नौदलाचे महत्त्व खूपच कमी झाले आहे. ब्रिटन जेव्हा क्रमांक एकची महासत्ता होती तेव्हा नौदल ही त्यांची सर्वाधिक महत्त्वाची शक्ती होती. 'ब्रिटानिया रूल्स दी वेव्हज' असे म्हटले जाई. नौदलाचे महत्त्व संपल्यावर ब्रिटिश साम्राज्याची लष्करी ताकदच संपली.

दोन, ब्रिटिश साम्राज्याची आर्थिक परिस्थिती दुसऱ्या महायुद्धानंतर संपूर्णपणे ढासळली. पहिल्या महायुद्धापूर्वी जगातील सर्वात श्रीमंत देश अशी ख्याती असलेल्या ब्रिटनला दुसऱ्या महायुद्धानंतर अमेरिकेचे ४० बिलियन डॉलर इतके कर्ज होते. त्यामुळे ब्रिटनची पतही खालावली होती. महायुद्धानंतर झालेल्या निवडणुकीत डाव्या म्हणता येईल अशा मजूर पक्षाचा विजय झाला होता. युद्धात होरपळलेल्या नागरिकांसाठी अनेक सवलती देऊन कल्याणकारी राजवट आणण्याचे त्यांचे धोरण होते. जगभर पसरलेले ब्रिटिश साम्राज्य चालवण्यासाठी त्यांच्याकडे पैसाच नव्हता. त्यामुळे टप्प्याटप्प्याने साम्राज्याचे विघटन करण्याशिवाय त्यांना इलाज नव्हता.

तीन, दुसऱ्या महायुद्धानंतर जगात सर्वत्र 'वसाहतवाद' ही संकल्पना कालबाह्य होत चालली होती. जगाचे नेतृत्व आता अमेरिकेकडे गेले होते आणि अमेरिका वसाहतवादाला अनुकूल नव्हती. (अर्थात अमेरिकेचीही फिलिपीन्स ही एक वसाहत होती. १९४६ मध्ये अमेरिकेने फिलिपीन्सला स्वातंत्र्य दिले). सर्व वसाहतींमध्ये विरोध वाढत चालल्यामुळे तो मोडून काढून आपला अंमल चालू ठेवण्यासाठी लागणारे सैन्य ब्रिटनकडे नव्हते. मोठे पायदळ उभारण्यासाठी मनुष्यबळ लागते, ते त्यांच्याकडे नव्हते. ब्रिटन हा लहान देश आहे. रॉयल एअर

फोर्स आणि रॉयल नेव्ही यांच्याप्रमाणे रॉयल आर्मी नव्हती. किंबहुना दुसऱ्या महायुद्धातही ब्रिटनला (अखंड) हिंदुस्तान, ऑस्ट्रेलिया, न्यूझीलंड ह्या वसाहतींमधील सैन्याचा मोठ्या प्रमाणावर आधार घ्यावा लागला होता.

साम्राज्याच्या विलयाची ही कारणे असतील तर १८५७ च्या स्वातंत्र्ययुद्धापासून १५ ऑगस्ट १९४७ पर्यंत भारतात चाललेल्या स्वातंत्र्यचळवळीचा, अनेकांनी केलेल्या असीम त्यागाचा काहीच वाटा नव्हता असे मानायचे का? ते अर्थातच चुकीचे ठरेल. १९४७ पर्यंत देशामध्ये इतकी जागृती झाली होती की इंग्रजांना राज्यकारभार चालवणे अवघड होत चालले होते. विशेषतः ज्या भारतीय सैन्याच्या आधाराने इंग्रजी सत्ता चालली होती त्या सैन्यावर विश्वास ठेवणे कठीण झाले होते. पण तत्कालीन जागतिक परिस्थितीच्या रेट्यामुळे भारताचे स्वातंत्र्य सुकर झाले हे मान्य करायला हवे.

५५. कुटुंबनियोजनासाठी इतके प्रयत्न, इतका प्रचार करूनही लोकसंख्या आटोक्यात का येत नाही ?

जगण्यासाठी अनुकूल परिस्थिती असल्यामुळे भारतीय उपखंडातील लोकसंख्या नेहमीच जास्त होती हे मान्य केले तरी १९५१ मध्ये फक्त ३६ कोटी असलेली भारताची लोकसंख्या वाढून २०१७ च्या अखेरीस, १३४ कोटी झाली. स्वातंत्र्यानंतर अनेक दशके कुटुंबनियोजनाचा सातत्याने पुरस्कार करूनही लोकसंख्या आटोक्यात येत नाही, त्यामुळे काळजी वाटणे साहजिक आहे. मात्र आपल्याला वाटते त्याप्रमाणे याचा दोष निव्वळ गरीब/ अशिक्षित जनता, धार्मिक कारणासाठी कुटुंबनियोजनाला विरोध करणारे काही गट ह्यांच्यावर नाही. कुटुंबनियोजनाचा प्रसार देशभर सर्व स्तरातील जनतेमध्ये झाला आहे आणि होतो आहे. जन्मदर खूप खाली आला आहे. (तो अजूनही कमी व्हायला वाव आहे. आताच्या हजारी २० टक्क्यांच्या तुलनेने तो १२ ते १३ टक्के असायला हवा). पण जगातील इतर अनेक देशांप्रमाणे भारतातील लोकसंख्या वाढीचे एक महत्वाचे कारण आरोग्य सुधारल्यामुळे अकाली मृत्यू होण्याचे प्रमाण खूप कमी झाले आणि देशाचे सरासरी आयुर्मान वाढले हे आहे. ही आकडेवारी पाहा.

दशक	जन्मदर प्रतिहजारी(अ)	मृत्युदर प्रतिहजारी(ब)	वृद्धीदर प्रतिहजारी(अ-ब)
१९०१ - १९१०	४९.२	४२.६	६.६
१९११ - १९२०	४८.१	४७.२	०.९
१९२१ - १९३०	४६.३	३६.३	१०
१९३१ - १९४०	४५.२	३१.२	१४
१९४१ - १९५०	३९.९	२७.४	१२.५
१९५१ - १९६०	४१.७	२२.८	१८.९
१९६१ - १९७०	४१.२	१९.०	२२.२
१९७१ - १९८०	३७.२	१५.०	२२.२
१९८१ - १९९०	३२.५	१५.०	१७.५
१९९१ - २०००	२५.८	८.०	१७.८
२००१ - २०१०	२१.०	७.४८	१३.४९
२०१४	१९.९	७.३५	१२.५४

वरील आकडेवारीवरून गेल्या शतकात नेमके काय घडले ते लक्षात येईल. गेल्या ११० वर्षात जन्मदर दरहजारी ४९.२ वरून १९.९ पर्यंत, खूप खाली आला. तरीही लोकसंख्या वाढली कारण मृत्युदर त्याहीपेक्षा वेगाने, ४२.६ वरून ७.३५ पर्यंत कमी झाला.

विसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात अनेक नव्या उपचारपद्धती आणि औषधे यांचा उगम झाला. सर्वात महत्वाच्या पेनिसिलीनचा शोध १९३० मध्ये लागला. १९५० पासून भारतात त्याचा वापर सुरू झाला. वेगवेगळ्या शस्त्रक्रिया आणि प्रतिजैविके यांच्या सहाय्याने प्राणघातक समजल्या जाणाऱ्या रोगांचे उच्चाटन झाले. त्यांचा परिणाम मृत्युदराचे आकडे झपाट्याने खाली आणण्यासाठी झाला आहे. १९५०मध्ये सरासरी ४० असलेली आयुर्मर्यादा वाढून २०१६ मध्ये ६८ पर्यंत पोहोचली आहे.

निसर्गामध्ये कोणत्याही प्रजातीच्या संख्येचे नियंत्रण प्रामुख्याने जास्त मृत्युदराच्या सहाय्याने केले जाते. किंबहुना मृत्युदर इतका जास्त असतो की जन्मदरावर कोणतेही बंधन नसूनही बहुतेक प्रजाती जेमतेम टिकून आहेत; काही तर नष्टप्राय होण्याच्या मार्गावर आहेत. निसर्गातील कोणताही प्राणी क्वचितच त्याच्या सर्वाधिक आयुर्मानाइतका जगतो. तेथपर्यंत पोचण्याआधी तो उपासमारीने मरतो किंवा कोणाचेतरी भक्ष्य बनतो. वाढत्या वयाबरोबर शरीर दुर्बल झाल्यामुळे अन्न मिळवण्याची क्षमता कमी होणे आणि त्यामुळे उपासमार होणे ही निसर्गामध्ये नित्य घडणारी घटना आहे. दुर्बल झालेला प्राणी लवकरात लवकर कोणाच्या तरी भक्ष्यस्थानी पडतो. (आपण असंख्य पक्षी नेहमी पाहतो. मोठ्या शहरांमध्ये हजारांच्या संख्येने कबुतरे दिसतात पण मृत कबुतरांचा किंवा अन्य मृत पक्षांचा खच पडलेला आहे असे दृश्य दिसत नाही. नैसर्गिक मृत्यू होण्यापूर्वीच किंवा होताहोताच ते पक्षी कोणाच्या तरी पोटात गेलेले असतात. उडण्याची ताकद मंद झालेला पक्षी जिवंत राहण्याची शक्यता कमी असते. उडता येत नाही म्हणून अन्न मिळत नाही आणि अन्न न मिळाल्यामुळे उडण्यासाठी ऊर्जा मिळत नाही असे दुष्टचक्र मागे लागते.). मानवप्राणी हा निसर्गाचाच भाग असल्यामुळे माणसांची परिस्थितीही यापेक्षा वेगळी नव्हती. जन्मदरावर कृत्रिम नियंत्रण नसूनही शतकानुशतके लोकसंख्या अगदी मंदगतीने वाढत होती. हिंस्र प्राण्यांच्या भक्ष्यस्थानी पडण्याच्या शक्यतेवर माणसांनी मात केली असली तरी रोगराई आणि जंतुसंसर्ग यापासून भक्कम संरक्षण नव्हते. विसाव्या शतकात वर उल्लेखल्याप्रमाणे अनेक नवीन उपचारांचा शोध लागला, माणसे त्यांच्या कमाल आयुर्मर्यादेच्या जवळ पोहोचण्याची शक्यता निर्माण झाली आणि

लोकसंख्या झपाट्याने वाढत गेली.

भविष्यकाळात लोकसंख्येचा प्रश्न अतिशय गंभीर स्वरूप धारण करणार असे दिसते आहे; आणि त्याचे सर्वाधिक भीषण परिणाम आफ्रिकेतील देश, बांगलादेश-पाकिस्तान-भारत आणि त्याखालोखाल चीन यांना भोगावे लागणार आहेत. मृत्युदर घटून आयुर्मर्यादा वाढत आहे हे ह्या समस्येचे मूळ आहे. जन्मदर नियंत्रित करणे काही अंशी आपल्या नियंत्रणाखाली असू शकते पण मृत्युदर वाढवणे शक्य नसते. एका अंदाजानुसार २०५० मध्ये जपान आणि जर्मनी ह्या दोन प्रगत देशात निम्म्याहून जास्त लोक ५० पेक्षा जास्त वयाचे असतील, चीनसुद्धा त्याच्या जवळपास पोचणार आहे. पण लोकसंख्येची समस्या ज्येष्ठ नागरिकांपुरती मर्यादित नाही. मुले, तरुण, मध्यमवयीन, ज्येष्ठ, सर्वांचीच संख्या वाढत आहे. साधनसामग्रीची कमतरता सर्वांनाच जाणवणार आहे. वाढत्या संख्येला आर्थिक, सामाजिक, आरोग्यविषयक सुविधा कशा द्यायच्या ही खरेतर ही वैश्विक समस्या आहे आणि त्यावर समाधानकारक उत्तर नाही.

५६. शंभर दीडशे वर्षापूर्वीचा भारत आणि आजचा भारत यांच्यातील मुख्य फरक दर्शवणारे प्रातिनिधिक उदाहरण ?

निस्संशयपणे विजेचे दिवे. आणि हा फरक फक्त भारतात नाही तर जगभर पडला आहे. विजेचे दिवे आल्यामुळे रात्रीचा दिवस झाला. जशी दिव्यांची प्रकाश देण्याची क्षमता सुधारत गेली, तसा दिवस आणि रात्र यांच्यातील फरक कमी कमी होत गेला. याचा अर्थ दिवसाचे २४ तास कामासाठी उपलब्ध झाले. सर्वांना त्याची गरज नसते हे खरे असले तरी बहुतेक मोठे कारखाने आणि ऑफिसे तीन पाळ्या काम करून सर्व २४ तासांचा फायदा करून घेऊ लागले. जगातील उत्पादकता वाढण्याचे, वस्तूंची किंमत कमी होण्याचे, रात्रीचा दिवस झाला हे सुद्धा महत्त्वाचे कारण आहे. (कारखान्यात उत्पादित होणाऱ्या वस्तूंची किंमत कमी झाली आहे हे मान्य करायला हवे. ब्रँडच्या नादी लागले नाही, तर २०१७ मध्ये बॉलपेन २ रुपयाला मिळते आणि शर्ट १०० रुपयाच्या आतबाहेर मिळू शकतो). वैयक्तिक जीवनात, सर्व २४ तास उपलब्ध असल्यामुळे वेळेचे नियोजन कसे करावे हा निर्णय प्रत्येक व्यक्तीच्या हाती आला. काही माणसे 'निशाचर' बनली. लवकर उठून कामाला लागणारे ते 'लार्क' - चंडोल आणि रात्र जागवणारे ते 'आउल' - घुबड असा शब्दप्रयोग इंग्रजीत केला जातो. आउल लार्कच्या दुप्पट असतात असा अंदाज आहे.

रात्रीचा दिवस झाल्यामुळे कारखान्यातील उत्पादकताच नव्हे तर, रात्री घडणाऱ्या, करमणुकीच्या कार्यक्रमांसह, सर्व घटनांमुळे अर्थव्यवस्थेमधील उलाढाल अनेक पटींनी वाढली आहे. प्रवास ह्या एकाच कार्यक्षेत्राचे उदाहरण देता येईल. अंधार असलेल्या काळात सूर्यास्त झाला की आहे त्या ठिकाणी मुक्काम करणे क्रमप्राप्त असे. आता रस्त्यावरून, आगगाडीने, विमानाने रात्रीचा प्रवास करणे सोपे झाले आहे. मालवाहतूक तर हमखास रात्री केली जाते.

ज्यांनी विजेचे दिवे नसल्याची परिस्थिती अनुभवली नाही (शहरात दिवे जातात तेव्हा त्याची झलक अनुभवायला मिळते) त्यांना विजेच्या दिव्यांनी काय फरक पडला ते समजणार नाही. विजेचे दिवे नसलेली ठिकाणे आजही आहेत तेथे जाऊन पाहावे. तेथील लोक केरोसीन (म्हणजे रॉकेल) चे दिवे वापरतात. केरोसीनचा शोध १८५० च्या सुमारास लागला. केरोसीनचा वापर सुरू होईपर्यंत शतकानुशतके लोक तेलाचे दिवे वापरत आले आहेत. तेलाची (केरोसीनचीही) उपलब्धता मर्यादित असल्यामुळे मोजके दिवे हे घरोघरचे वास्तव असे. किमान गरजेपुरता प्रकाश आणि आणि बाकी सर्वत्र अंधार अशी परिस्थिती सूर्यास्तानंतर निर्माण होत असे. चांदण्याचा थोडाफार प्रकाश वगळता सर्वत्र, विशेषतः घराच्या आत, मिट्ट काळोख असे. थोड्याफार गप्पागोष्टी आणि लवकर झोपून जाणे

याशिवाय पर्याय नव्हता. विशेषतः तेल विकत घेणे न परवडणाऱ्या घरात अंधाराचे साम्राज्य असे. 'निशाचर' असणे सोपे नव्हते. (रात्री जंगलात मुक्काम करावा लागला तर, भर समुद्रात, वाळवंटात, मिट्ट काळोख म्हणजे काय ते अनुभवायला मिळते. आकाशात ढग असले तर चांदण्यांचा प्रकाशही नसतो. दिशादर्शनाची आधुनिक साधने नसताना त्या काळातील लोकांनी मार्गक्रमण कसे केले असेल असा प्रश्न पडतो).

शतकानुशतके हीच परिस्थिती असल्यामुळे आपली जीवनशैली उजेडाच्या वेळाचा जास्तीत जास्त फायदा करून घेण्याच्या दृष्टीने निर्माण झाली आहे. 'लवकर निजे, लवकर उठे तथा ज्ञान संपत्ती आरोग्य भेटे' हे वचन, तमसो मा ज्योतिर्गमय यासारखी सुभाषिते, संध्याकाळी लवकर जेवण्याची पद्धत, तिन्हीसांज होण्यापूर्वी घरी परतण्याची निकड ह्या प्रथा त्यातून निर्माण झाल्या आहेत.

कोणत्याही कारणासाठी अंधारामध्ये बाहेर पडावे लागले तर ते सुरक्षित नसे. विशेषतः पाऊसपाण्यात बाहेर जायची पाळी आली तर ते फारच धोक्याचे असे. खाचखळगे, विंचूकाटा, जंगली श्वापदे यांचे भय असे. आपल्या संस्कृतीमध्ये साप ह्या प्राण्याला असाधारण महत्त्व दिलेले दिसेल. लोककथा, कहाण्या, इच्छाधारी नागिणीचे चित्रपट यांच्या रूपाने नाग ह्या सर्वात विषारी सापाचे मिथक निर्माण झाले आहे. आपण नागपंचमी तर साजरी करतोच पण अनेक मंदिरात सर्पप्रतिमाही आहेत. अंधारात बाहेर पडावे लागले तर सर्पदंश होण्याच्या भीतीमधून हे निर्माण झाले आहे. बाहेरच काय, घरात, गोठ्यात, येऊन बसलेला साप अंधारात दंश करण्याची शक्यता नेहमीच असे, आणि त्यापासून काहीही संरक्षण नसे. सर्पपूजन ही अगतिकतेमधून निर्माण झालेली रूढी आहे. तुला नमस्कार करतो पण चावू नकोस, ही भावना आहे. गमतीची गोष्ट म्हणजे आता विजेचे दिवे आल्यामुळे सर्वत्र भरपूर उजेड आला आणि सापाची भीती जवळपास संपली. आता सापाला निष्कारण मारू नका असे प्रबोधन करण्याची वेळ आली आहे.

उजेड आल्यावर साप संपले तशी भुतेही संपली. अंधारात बाहेर पडावे लागणाऱ्या व्यक्तींना भुतांचा भास होत असे आणि त्यातून, मूळच्या घटनेला मीठमसाला लावून भुताच्या रंजक गोष्टी तयार होत असत. भारतातच नव्हे तर त्या जगभर आहेत. मात्र त्या सर्व दिवे नसलेल्या, अंधाराच्या कालखंडातील आहेत. गेल्या तीसचाळीस वर्षात भुताची नवीन गोष्ट ऐकलेली नाही. विशेषतः झगझगीत प्रकाश असलेल्या मोठ्या शहरात भुते दिसल्याचे ऐकवात नाही.

अधिकाधिक प्रखर विजेच्या दिव्यांमुळे रात्रीचा दिवस झाला हे खरे असले तरी आपण विजेची अकारण उधळपट्टी करत नाही हे पाहणे काळाची गरज आहे.

वाढत्या संगणकीकरणामुळे जगातील विजेची गरज सातत्याने वाढत आहे आणि कोळसा व पेट्रोलियम हे वीजनिर्मितीसाठी वापरले जाणारे प्रमुख उर्जास्रोत संपत चालले आहेत याचे भान ठेवायला हवे.

५७. आपल्या दुरवस्थेचे सर्वात महत्त्वाचे कारण म्हणजे राजकारण आणि राजकारणी. ते कसे सुधारणार ?

समाजाची सातत्याने दुरवस्था होत आहे हा बऱ्याच अंशी राजकीय प्रचाराचा भाग असतो. राजकारणातील मार्केटिंग हे प्रामुख्याने नकारात्मक मार्केटिंग असते. आपल्या पक्षाने चांगले काय केले यापेक्षा विरोधी पक्षाने वाईट काय केले यावर भर द्यायचा असतो. ते अधिक फायद्याचे ठरते हे राजकारणातील अनुभवसिद्ध तत्त्व आहे. परिणामी दोन्ही बाजूंनी खऱ्याखोऱ्या नकारात्मक बातम्यांचा अव्याहत ओघ चालू असतो. संपर्कमाध्यमे म्हणजे मीडिया त्यात स्वखुशीने सामील होतात. कारण त्यांच्या वाचकांना आणि श्रोत्यांना ते रोचक वाटते. टेलिव्हिजन वाहिन्यांचा टीआरपी वाढतो, पेपरवाल्यांचा खप वाढतो. दोन्ही बाजूचे तथाकथित तज्ज्ञ, विचारवंत, प्राध्यापक यांना चर्चेसाठी, लिहिण्यासाठी विषय मिळतात, प्रसिद्धी मिळते. परिस्थिती सातत्याने खालावत आहे असे चित्र निर्माण होते, ते त्यामुळे.

आपण बाकीच्या लोकांनी केलेले मार्केटिंग ज्याप्रमाणे फार गांभीर्याने घेत नाही त्याप्रमाणे हे सुद्धा घेऊ नये. राजकारण हा जीवनव्यवहारांचा एक हिस्सा आहे. त्याला त्याच्या स्थानावर ठेवावे. इतके एक पथ्य पाळले की राजकारणाकडे अलिप्तपणे पाहता येते, बराच मनस्तापही टळतो. समाजात घडून येणारे बदल जगात अनेक स्तरांवर, एकाच वेळी चालू असणाऱ्या असंख्य घटनांचा परिणाम असतो, त्यांचे स्वतःचे गतिचक्र, डायनॅमिक्स असते. कोणतीही एक व्यक्ती किंवा पक्ष, त्यांनी कोणतीही आश्वासने दिली तरी रातोरात बदल घडवून आणू शकत नाही हे लक्षात घ्यावे.

राजकारण आणि त्याचा भाग असलेली निवडणूक प्रक्रिया हा सत्ताबदल घडवून आणण्याचा शांततामय मार्ग आहे. पूर्वीच्या काळात सत्ता कोणाला मिळणार ह्याचा निर्णय तलवारीच्या बळावर, रणांगणात होत असे. जेथे निवडणुका नसतात तेथे सत्ताबदलासाठी हिंसक क्रांती, यादवी युद्ध, बंडखोरी हेच पर्याय उरतात. आता आपण सुसंस्कृत झालो आहोत. रणांगणाची जागा निवडणुकांनी घेतली आहे. पण मूलतः ते युद्धच आहे. ज्यांनी कोणतीही लहानसहान निवडणूक लढवली असेल त्यांना निवडणूक जिंकणे सोपे नसते हे जाणवले असेल. युद्धात सारे काही क्षम्य असते, ह्या वचनानुसार निवडणुका जिंकण्यासाठी साम (प्रचारातून पटवून देणे), दाम (पैशाचे प्रलोभन दाखवणे), दंड (धाक दाखवून, सक्ती करून मत द्यायला भाग पडणे) आणि भेद (भांडणे लावून, फोडाफोडी करून मते मिळवणे) हे सर्व मार्ग वापरले जातात. राजकारण शतकानुशतके तसेच असते. आर्य चाणक्याने सुद्धा विरोधकांचा काटा काढण्यासाठी कपटनीती वापरली होती.

आपण ह्या सर्वांबद्दल अतिसंवेदनशील राहू नये.

प्रचलित राजकारणातील स्वार्थीपणा, सत्तास्पर्धा, भ्रष्टाचार हे सर्व लक्षात घेऊनही राजकारणी का गरजेचे आहेत याची चार कारणे आहेत.

एक, लोकशाही व्यवस्थेत शहराच्या, प्रांताच्या किंवा देशाच्या हिताचे निर्णय घेण्याची जबाबदारी आणि अधिकार लोकप्रतिनिधी, आणि त्यांचे नेते यांच्याकडे असते. मुख्यमंत्री किंवा पंतप्रधान हे जे करू शकतात ते स्पर्धा परीक्षातून निवड झालेले हुशार सनदी अधिकारी करू शकत नाहीत. प्रश्न फक्त निर्णय घेण्याचा नसतो. कधी तो जनतेला पटवून द्यावा लागतो. कधी स्वतःचा अधिकार वापरून तो सक्तीने अंमलात आणावा लागतो. कधी युक्तीने, होणारा विरोध मोडून काढावा लागतो. इतिहासकाळापासून सत्ता काबीज करणे, राबवणे हे वेगळे कौशल्य आहे. राजकारण हा ते अंगी असणाऱ्या लोकांचा प्रांत आहे. लोकशाही नसते तेथे एखादा हुकूमशहा किंवा राजा सत्ता गाजवतो. लोकशाहीमध्ये आपण सत्ता राबवू शकणाऱ्या लोकांना निवडून देतो.

दोन, देशातील आर्थिक विषमता आणि गरिबी यांच्यामुळे लोकांना इतक्या प्रकारच्या समस्या असतात की त्यातील कोणती, कधी उग्र रूप धारण करील ते सांगता येत नाही. यातील एकाही समस्येला सरळ उत्तर नसते. कोणताही पर्याय निवडला तरी कोणाचे तरी हितसंबंध दुखावतात. त्यामुळे निरनिराळ्या गटांच्या हितसंबंधांचा समतोल साधत समस्या तात्पुरती सोडवावी लागते - किंवा लांबणीवर टाकावी लागते. हे अस्सल राजकारणी माणसाचे काम आहे. राजकारणी व्यक्तीला स्थानिक परिस्थिती, तेथील राजकीय ताणतणावांसह माहित असते. स्थानिक कार्यकर्त्यांशी संपर्क असतो. काय केले असता प्रश्न सुटेल याचा अंदाज असतो. राजकारण म्हणजे, शक्यता अजमावण्याची कला (आर्ट ऑफ दि पॉसिबल) अशी राजकारणाची एक व्याख्या आहे.

तीन, आपल्या मतदारसंघाचे हुशारीने सारथ्य करून समस्या फार गंभीर रूप धारण करत नाहीत (झाल्या तरी कुशल सारथ्याप्रमाणे लगाम आपल्या हातात राहिल) हे राजकारणी लोक पाहतात. त्यासाठी सामान्य माणसाला गंभीर समस्यांपासून दूर ठेवून धार्मिक उत्सव, जयंत्या, करमणुकीचे कार्यक्रम अशा उपक्रमात गुंतवून ठेवले जाते. विशिष्ट समाजगटाला आदरणीय वाटणाऱ्या व्यक्तींचा खास गौरव करून त्यांच्या अस्मितेची जपणूक केली जाते. हे सर्व उपक्रम म्हणजे एक प्रकारचे आभासी जग असते. त्यात वावरायला मिळाले की गंभीर समस्यांचा तात्पुरता विसर पडतो. निवडणुका, प्रचार, डावपेच, प्रतिडावपेच, त्या काळातील मेजवान्या आणि पाट्या हा सुद्धा त्या आभासी जगाचाच भाग असतो. देशातील बहुसंख्य लोक निवडणुकांकडे फार गंभीरपणे पाहत नाहीत. त्यांच्या

दृष्टीने ती (क्रिकेटच्या सामन्यासारखी) एक 'ईव्हेंट' असते. जीवनकलहाला तोंड देतादेता गांजून गेलेल्या सामान्य माणसाला रस्त्यावर येऊ न देणे, किरकोळ गोष्टीत अडकवून ठेवणे ही राजकारणी लोकांची मोठीच कामगिरी मानायला पाहिजे!

चार, नगरपालिका ते लोकसभा अशा कोणत्याही पातळीवर काम करणाऱ्या राजकारणी लोकांमध्ये, नाही म्हटले तरी, समाजसेवेची आवड हा समान गुण असतो. आपल्या परीने ते अनेक लोकांना मदत करत असतात. ऐपत नसणाऱ्या लोकांना उपयोगी पडतील असे संगणक प्रशिक्षणासारखे प्रकल्प राबवतात. कोणाच्या नळाचे किंवा विजेचे कनेक्शन, कोणाचे बांधकाम नियमित करून देणे, कोणाला नोकरी, कोणाची बदली, कोणाच्या आजारपणाचा खर्च, यासाठी त्यांचा मदतीचा हात पुढे असतो. गोरगरीब लोकांना त्यांचा आधार वाटतो. भरपूर माया गोळा केल्याचा आरोप असणारे नेतेही बहुतेक सर्व वेळ सामान्य माणसांमध्ये असतात. त्यांची राहणी त्यामानाने साधी असते. हे सर्व, पुन्हा निवडून यावे यासाठी असते असे म्हणता येईल, पण ते सामाजिक काम करतात हे नाकारता येणार नाही.

स्पर्धात्मक राजकारणापायी उद्धवणाऱ्या कायमस्वरूपी तणावग्रस्त स्थितीचे समर्थन करता येणार नाही. पण सारे राजकारणच निरुपयोगी हा दृष्टिकोनही बरोबर नाही. जावे त्याच्या वंशा तेव्हा कळे ही म्हण राजकारण आणि राजकारणी यांच्या बाबतीत शंभर टक्के खरी आहे.

५८. सद्यस्थितीत साम्यवादाचे महत्त्व किती ?

साम्यवाद किंवा मार्क्सवाद हे इतके प्रभावी तत्त्वज्ञान आहे की त्याच्याकडे दुर्लक्ष करता येत नाही. ते नुसते पुस्तकी नाही; राज्यक्रांती घडवून आणण्याचे सामर्थ्य त्यामध्ये आहे. पण रशिया, पूर्व युरोप, चीन येथे पुरेशी संधी मिळूनही व्यावहारिक पातळीवर आपली उपयुक्तता सिद्ध करण्यास साम्यवादाला यश आले नाही. रशिया आणि पूर्व युरोपातील साम्यवादी राजवट ७३ वर्षांनंतर नागरिकांच्या विरोधामुळे कोलमडून पडली तर चीनमध्ये ३० वर्षांनंतर टप्प्याटप्प्याने साम्यवादी राजवटीचे रूपांतर भांडवलशाही व्यवस्थेमध्ये झाले. त्यामुळे साम्यवादाच्या व्यवहार्यतेबद्दल शंका निर्माण झाली आहे, हे नक्कीच.

साम्यवादाच्या बाजूने आणि विरोधी अशी हजारो पाने आजपर्यंत लिहिली गेली असतील. पण बर्ट्रँड रसेलचे त्यावरील भाष्य वस्तुस्थितीच्या सर्वात जवळ जाणारे वाटते. बर्ट्रँड रसेलच्या मते साम्यवाद हा इस्लाम, ख्रिस्ती याप्रमाणे एक धर्म आहे. धर्माची अनेक लक्षणे मार्क्सवादामध्ये दिसतात. त्याचा कार्ल मार्क्स नावाचा धर्मसंस्थापक आहे. त्याने लिहिलेले कम्युनिस्ट मॅनिफेस्टो, दास कॅपिटल असे ग्रंथ आहेत, जे त्याच्या अनुयायांना धर्मग्रंथाप्रमाणे वाटतात. धर्माची दीक्षा दिली जात नसली तरी साम्यवादी पक्षाचे अधिकृत सभासद असतात आणि ते कट्टर तत्त्वनिष्ठ असतात. भोवतालच्या घटनांमधून आपल्याला हवा तेवढाच तपशील उचलून ते आपल्या विचारसरणीचे समर्थन करतात. साम्यवाद हा 'धर्म' नास्तिक आहे. (पण तसे बौद्ध आणि जैन धर्म सुद्धा तत्त्वतः नास्तिक आहेत). धर्म म्हणून मार्क्सवादाची तुलना इस्लामबरोबर करता येईल. इस्लामसारखाच तो जागतिक 'धर्म' आहे. इस्लाम ज्याप्रमाणे जगातील मुसलमान सारे एक असे मानतो त्याप्रमाणे साम्यवाद जगातील सारे कष्टकरी एक असे मानतो. याबाबतीत दोन्ही 'धर्म' राष्ट्र-राज्य ह्या संकल्पनेला कमी महत्त्व देतात. दोन्हींचा, आपली उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी हिंसक मार्ग अनुसरण्यासाठी विरोध नाही. भारतातील अतिडावे नक्षलवादी, ज्यांना मार्क्सवादी-लेनिनवादी नक्षलबारी गट म्हणतात, ते इस्लामी अतिरेक्यांइतकीच हिंसक कृत्ये करतात. संपूर्ण जग इस्लामी किंवा साम्यवादी झाले की येथे सुखशांती नांदेल असे दोन्हींच्या अनुयायांना वाटते. साम्यवादी विचारसरणीप्रमाणे त्यावेळची आदर्श परिस्थिती अशी असेल -

तो न्यायी, बुद्धिनिष्ठ, माणुसकीने वागणारा समाज असेल. त्यात कोणीही व्यक्ती दुसऱ्याच्या श्रमावर जगणार नाही. साधनसामग्रीचे मालक म्हणवणारे थोडे, इतरांवर हक्क गाजवणार नाहीत. सत्ता कष्टकरी लोकांच्या हाती असेल. आपले भवितव्य ते स्वतः घडवतील. त्या समाजात कोणत्याही प्रकारच्या हिंसेला स्थान नसेल. देश, राष्ट्रीयता, धर्म, संस्कृती यात फरक असला तरी सर्व लोक

गुण्यागोविंदाने आणि शांततेत राहतील. त्या समाजात वर्णभेद, जातीयवाद, लिंगवाद, राष्ट्रराष्ट्रामधील वैरभाव यांना थारा असणार नाही. वैयक्तिक फायदा हा सामाजिक आणि आर्थिक संघटना निर्माण करण्यासाठी मुख्य प्रेरणा नसेल. स्वार्थ, स्पर्धा आणि संघर्ष नाही तर परोपकार, सहकार्य आणि बंधुभाव ह्या भावना सामाजिक व्यवहारांचा पाया असेल. पैसे आणि यशस्विता हे आयुष्याचे इतिकर्तव्य मानले जाणार नाही.

प्रश्न असा की हे घडणार कसे? साम्यवाद, कष्टकरी माणूस हा मुळात सत्प्रवृत्त आहे आणि शोषणाची वृत्ती (किंवा शोषक) नष्ट झाले की समाज आपोआप सुधारेल असे मानतो. रशिया आणि चीन येथे असे काही घडल्याचे दिसत नाही. ग्रॅहॅम ग्रीन हा नामवंत ब्रिटिश लेखक आधी साम्यवादी पक्षाचा अधिकृत सभासद होता. नंतर त्याचा भ्रमनिरास झाला आणि उत्तरायुष्यात तो कॅथॉलिक ख्रिश्चन झाला. ग्रॅहॅम ग्रीनच्या मते साम्यवादाची तत्त्वे ठीक आहेत पण मुळात माणूस ह्या प्राण्याची नियत चांगली नाही! (माणसात थोडाफार चांगुलपणा निर्माण करण्याचे काम, त्यातील बरेचसे भीतीपोटी असले तरी, पारंपारिक धर्मांनीच केले आहे. साम्यवाद नास्तिक आहे, त्यामुळे पारलौकिकाच्या धाकाने माणसांना सुधारण्याचा रस्ता बंद आहे. माणूस मुळात चांगला नाही हे ग्रॅहॅम ग्रीनचे निरीक्षण योग्य असावे नाहीतर स्वतःला साम्यवादी म्हणवणाऱ्या नेत्यांनी विविध साम्यवादी देशात कत्तलींसह, अनेक जुलूम केले नसते).

साम्यवादाचे सर्वात महत्त्वाचे योगदान कोणते असेल तर त्याने 'शोषण' ही कल्पना सर्वांच्या मनात ठसवली. ज्येष्ठ अध्यात्मिक गुरु ओशो यांनी शोषण हे दुरित म्हणजे पाप आहे हे स्पष्टपणे सांगण्याचे श्रेय कार्ल मार्क्सला दिले आहे. शोषणाची नेमकी व्याख्या आणि ते कसे मोजायचे यावर अर्थशास्त्राच्या अभ्यासकात मतभेद आहेत. शोषण हे बलसंबंधांवर अवलंबून आहे आणि क्वचितप्रसंगी गरीबसुद्धा श्रीमंतांचे शोषण करतात (उदाहरणार्थ रिक्षावाले आणि स्टेशनवरील हमाल ग्राहकांना लुबाडतात) असे असले तरी सर्वसामान्यपणे गरिबांचे शोषण होते हे खरे आहे. साम्यवादी विचारवंत समाजात होत असलेल्या शोषितांवरील अन्याय सातत्याने चव्हाट्यावर मांडतात, शोषितांच्या प्रश्नांबद्दल सामाजिक जाणीव निर्माण करण्याचे श्रेय बऱ्याच अंशी त्यांच्याकडे जाते, आणि ते त्यांचे खूप महत्त्वाचे योगदान आहे.

एक प्रकारे शोषितांच्या प्रश्नांकडे लक्ष वेधून घेण्यात साम्यवादी विचारवंताना आलेले यश साम्यवादी पक्षाची पीछेहाट होण्यास कारणीभूत झाले आहे. एकोणीसाव्या शतकात जमीनदारांकडून प्रत्यक्ष जमीन कसणाऱ्यांचे आणि विसाव्या शतकात कारखानदारांकडून कामगारांचे होणारे शोषण, यांच्याविरुद्ध

शोषितांच्या मनात धुमसणाच्या रागाच्या आधाराने क्रांती घडवून आणण्यात साम्यवादी पक्षांना यश आले. पण दुसऱ्या महायुद्धानंतर जगातील विविध लोकशाही देशांनी कायदे करून त्या प्रथा बंद पाडल्या. उदाहरणादाखल, भारतात स्वातंत्र्यानंतर लगेच जमीनदारी निर्मूलन कायदा झाला, आणि शेत कसणारे मालक झाले. कामगार कल्याणाचेही कायदे झाले. अलिकडे मानवी हक्क ही संकल्पना जगभर मान्य झाली आहे, त्यामुळे गुलामगिरी, वेठबिगारी यामुळे मजुरांचे होणारे शोषण थांबले. लोकशाही राजवटी (सत्ता टिकवण्यासाठी का होईना) जनताभिमुख झाल्यामुळे साम्यवादी चळवळीचे वर्चस्व तितकेसे उरले नाही.

जगभरातील आणि विशेषतः भारतातील साम्यवाद्यांची एक मूलभूत अडचण आहे. औद्योगिक क्षेत्राचे नेतृत्व करणाऱ्या व्यक्ती किंवा संस्था यांना विरोध करणे ही साम्यवादी चळवळीची मुख्य भूमिका राहिली आहे. साम्यवादी चळवळ ह्या तथाकथित शोषण करणाऱ्यांच्या, द्वेषावर उभी आहे असे बाहेरून पाहणाऱ्यांना वाटते. जसे शोषण हे दुरित आहे तसे द्वेष, मत्सर ही सुद्धा दुरितेच आहेत. सकारात्मक कार्यक्रमाचा अभाव असल्यामुळे साम्यवादी पक्षाचा जनाधार दिवसेदिवस कमी होत चालला आहे. बहुतेक साम्यवादी नेते प्राध्यापक, पत्रकार किंवा कामगार नेते आहेत. प्रचलित व्यवस्थेत स्वतःचे स्थान निर्माण करणे शक्य न झाल्यामुळे मत्सरग्रस्त होऊन ते व्यवस्थेला विरोध करतात, असा आरोप त्यांच्यावर होतो. यशस्वी आणि श्रीमंत होणे हे मूलतः अयोग्य आहे असा चुकीचा संदेश साम्यवादी विचारसरणीतून प्रसृत होतो. जगात कष्टकरी माणसाची भूमिका आहे तशी कल्पक, गुणवान आणि कर्तृत्ववान माणसांचीही आहे. आपल्या कार्यकर्तृत्वाने मोठे आणि श्रीमंत झालेले उद्योजक अर्थव्यवस्थेचे आधारस्तंभ असतात. त्यांनी समाजासाठी काय करावे आणि त्यांच्या कर्मचाऱ्यांना किती मोबदला द्यावा हे त्यांच्या सदसदविवेकबुद्धीवर सोडणे योग्य. व्यक्तीव्यक्तींमधील विनिमयात असमतोल असतो, आणि त्यात शोषणाची बीजेही असतात. पण शोषण संपूर्णपणे नष्ट करण्याच्या प्रयत्नात फायद्यापेक्षा तोटेच जास्त होतात असा अनुभव आहे.

माणसामाणसामधील विषमता मनाला खटकते हे खरे असले तरी सर्व प्रकारची विषमता आर्थिक कारणांमुळे नसते. आळशीपणा हे सुद्धा गरिबीचे कारण असू शकते. जन्मजात तोटे असतात तसे फायदेही असतात. उच्च जातीमध्ये किंवा श्रीमंत कुटुंबात जन्म होणे हा त्या व्यक्तीचा गुन्हा नाही. साम्यवाद निष्कारण अशा लोकांना अपराधी वाटायला भाग पाडतो. आपल्याकडे इतरांपेक्षा जास्त असले तर स्वतःबद्दल अहंकार नव्हे तर कृतज्ञता, धन्यभाव आणि ज्यांच्याकडे कमी आहे त्यांच्याबद्दल उपेक्षा नव्हे तर - शब्दातून आणि कृतीतून - व्यक्त होणारी करुणा,

ही योग्य प्रतिक्रिया आहे असे गौतम बुद्ध सांगतो. आपल्यापेक्षा ज्यांच्याकडे जास्त आहे त्यांच्याबद्दल मत्सर नव्हे तर मुदिता - म्हणजे त्यांच्या आनंदात आपल्याला आनंद वाटणे - हे योग्य असते. साम्यवादी केवळ बुद्धिवादी असल्यामुळे गौतमबुद्धाच्या वाटेलाच जाणार नाहीत आणि तीच तर अडचण आहे.

५९. इस्लामला तोंड कसे द्यावे ?

इस्लामी दहशतवाद्यांच्या कारवायांमुळे सारे जग इस्लामच्या विरोधात उभे ठाकले आहे. ते चुकीचे आहे असे नाही कारण जगाला अणुयुद्धापर्यंत घेऊन जाण्याची त्यात शक्यता आहे. पण इस्लामी दहशतवादी आणि सर्वसामान्य मुसलमान यात फरक करायला हवा. निदान भारतातील, अनेक धर्म आणि पंथ यांची सवय असणाऱ्या लोकांनी तरी याबाबतीत शहाणपणा दाखवणे आवश्यक आहे.

इस्लामी दहशतवादी जे काही करत आहेत ते सरळ सत्तेसाठी आहे. ज्याप्रमाणे लेनिन आणि माओ त्से तुंग ह्यांनी मार्क्सवादी विचारांच्या सहाय्याने सर्वसामान्य रशियन आणि चीनी माणसाला प्रक्षोभित केले, संघटित केले आणि आपापल्या देशातील सत्ता ताब्यात घेतली तेच इस्लामी दहशतवादी करत आहेत. ते इस्लाममधील त्यांना सोयीच्या भागाचा आधार घेऊन काही तरुणांना भडकावत आहेत आणि मध्यपूर्व आणि आफ्रिका येथील मुस्लिमबहुल देशांची सत्ता बळकावण्याचा प्रयत्न करित आहेत. खरे तर त्यांची लष्करी ताकदही फार आहे असे नाही पण जगातील अण्वस्त्रधारी देशांमध्ये त्यांचा वावर आहे आणि त्यांनी अण्वस्त्रे हस्तगत केली तर ५०-१०० लोकांचा लहान गटही सर्व जगाला भारी पडू शकतो. लष्करी आणि वैचारिक अशा दोन्ही मार्गांनी त्यांच्यावर मात करायला हवी याबद्दल वाद असणार नाही.

जगातील अनेक देशात मुस्लिम लोकसंख्या आहे. २०१५ मधील अधिकृत आकड्यानुसार जगात २४ टक्के, सुमारे १८० कोटी मुसलमान होते. त्यातील पाकिस्तान ते सीरिया ह्या पट्ट्यातील पाकिस्तान, अफगाणिस्तान, इराण, इराक आणि सीरिया हे पाच देश, आणि आफ्रिकेतील काही मुस्लिम देश वगळता, बाकीचे मुसलमान सर्वसाधारणपणे शांत आहेत. यातील पाकिस्तानचा वायव्य भाग आणि अफगाणिस्तान हे दोन भूभाग शतकानुशतके युद्धखोर म्हणून प्रसिद्ध आहेत. भारतावर आक्रमण करणारे मुस्लिम ह्या भागातूनच आले. अफगाणिस्तान आणि पाकिस्तानमधील वायव्य सरहद्द प्रांत हे इंग्रजांच्या दृष्टीने सुद्धा डोकेदुखी होती. समस्या ह्या भागापुरती आहे. भारत, बांगलादेश, इंडोनेशिया सहित बाकीच्या मुसलमानांना त्यातून वगळले तर बरे.

मुसलमानांबद्दल संताप आला तर आपला सज्जन मुसलमान मित्र किंवा आपल्याला भेटलेला प्रामाणिक मुसलमान व्यावसायिक डोळ्यापुढे आणावा. इस्लाम वाईट तर ही माणसे चांगली कशी ह्या प्रश्नाचे उत्तर शोधावे. पटो किंवा न पटो, हे उत्तर इस्लामच्या स्वरूपात सामावलेले आहे.

इस्लाम हा मध्यपूर्वेत निर्माण झालेल्या इतर धर्मांप्रमाणे बंदिस्त चौकट असलेला अब्राहामिक धर्म आहे. तो समजून घेण्यासाठी महाराष्ट्रातील वारकरी पंथ आणि इस्लाम यांच्यातील साम्यस्थळे पहावी. दिवसाचा जास्तीत जास्त वेळ ईशचिंतनात घालवण्याचे तत्त्व दोन्हीकडे आहे; दोन्हीमध्ये जपमाळ असते. वारीप्रमाणे हाजची यात्रा आहे, पण ती आयुष्यात एकदा करणे अपेक्षित आहे. वैयक्तिक आयुष्यात सदाचरण आणि साधेपणा दोन्हीमध्ये अपेक्षित आहे. दोन्हीमध्ये मद्यपान वर्ज्य आहे. इस्लाम वारकरी पंथाप्रमाणे भक्तिप्रधान आहे. दिवसातून पाच वेळा प्रार्थना अनिवार्य आहे. प्रत्येक प्रार्थनेमध्ये परमेश्वराचे स्मरण केले जाते. इस्लाममधील सूफी संप्रदाय हा भारतीय अध्यात्मिक विचारांच्या जवळ जाणारा आहे. (मात्र तो भारतात जन्मलेला नाही. सूफी पंथाचा उगमही अरबस्तानात आहे आणि काही विचारवंतांच्या मते तो वेगळा पंथ नसून इस्लामचा अविभाज्य भाग आहे). इस्लाममधील फकीर हा आपल्या साधूप्रमाणे सर्वसंगपरित्याग केलेला माणूस असतो. गेली १००० वर्षे भारतात असल्यामुळे अनेक हिंदू प्रथांचा इस्लामवर आणि इस्लामचा हिंदू प्रथांवर परिणाम झाला आहे. किंबहुना फकीर, साधू, बैरागी, गोसावी ह्या सर्वांची जीवनशैली समान असते. जगातील इतर मुस्लिमांना वर्ज्य असले तरी भारतीय उपखंडातील मुसलमानांना संगीत वर्ज्य नाही. त्यांचे हिंदुस्तानी संगीताला असलेले योगदान सर्वश्रुत आहे. भारतातील सूफी पंथीयांनी भक्तिप्रधान संगीत इस्लाममध्ये आणले - कव्वाली हे मुळात सूफी भक्तिसंगीत आहे. धार्मिक वृत्तीचा मुसलमान माणूस हा पापभीरू माणूस असतो. अतिरेकी मुसलमानांवरील राग त्यांच्यावर काढण्याचे कारण नाही.

फक्त वारकरी पंथ नव्हे तर एकंदर भारतीय परंपरेत भक्ती आणि वैराग्य यांना महत्त्व आहे त्यामुळे त्याच प्रकारची विचारसरणी असलेला इस्लाम हा आणखी एक संप्रदाय देशाच्या विविधतापूर्ण संस्कृतीमध्ये सामावून घेण्यास वस्तुतः हरकत नसावी. इस्लाम आणि कुराणामध्ये स्त्रियांवरील जाचक बंधने, बहुपत्नीत्व, तोंडी तलाक अशा, आणि अन्य कालबाह्य गोष्टी आहेत पण त्यांचे काय करायचे हा ते मुस्लिमांचा प्रश्न आहे. काळाबरोबर ते कधी ना कधी बदलतील अशी आपण आशा करू शकतो. मूठभर अतिरेकी सोडले तर बाकीचे मुसलमान स्वतःमध्ये मग्न असलेले निरुपद्रवी लोक आहेत. त्यांना सतत डिवचत राहिल्यामुळे उलटा परिणाम होण्याची शक्यता जास्त आहे.

इस्लाम न मानणाऱ्यांच्या विरोधातही कुराणात उल्लेख आहेत. त्यांना काफिर असे संबोधले आहे आणि त्यांच्या विरोधात अनेक आज्ञा आहेत. त्यावर वितंडवाद करून काही उपयोग नाही कारण त्या बदलणे आता शक्य नाही - धर्मग्रंथ कोणी बदलत नाही. (तसा काही आक्षेपार्ह भाग मनुस्मृतीमध्ये सुद्धा

आहे). जोपर्यंत कोणीतरी त्या आज्ञांप्रमाणे प्रत्यक्ष कृती करत नाही तोपर्यंत त्यांची गंभीर दखल घेण्याचे कारण नाही. आताच्या जगभरातील १८० कोटीपैकी थोडे अतिरेकी सोडून बाकीचे मुसलमान, बिगरमुस्लिमांविरुद्ध जिहादमध्ये सामील होतील असे वाटत नाही. मात्र इस्लाम हा शांतीचा धर्म आहे हे वाक्य म्हणजे सर्वात मोठा विनोद आहे. ऐतिहासिक काळात भारतातील इस्लामी राज्यकर्त्यांनी बिगरइस्लामी लोकांवर भरपूर जुलूम केला आहे, पण त्याची परतफेड आज करण्याने काही साध्य होणार नाही. (दक्षिण आफ्रिकेत गोऱ्या लोकांची वर्णद्विष्टी राजवट असताना सरकारच्या बाजूने आणि त्यांच्याविरुद्ध लढणाऱ्या गनिमी संघटनांतर्फे खूप हिंसाचार झाला. राजवट बदलल्यानंतर दोन्ही बाजूंनी एकमेकांना जाहीर माफी दिली आणि त्यानंतर चालू राहू शकले असते, अशा सूडचक्राला पूर्णविराम दिला).

भारतातील सर्वसामान्य मुसलमानाकडून समाजाला खास धोका आहे असे नाही. वर उल्लेखल्याप्रमाणे पाकिस्तान ते सीरिया ह्या टापूतील ५-६ देश वगळता जगातील इतर मुसलमानही एकविसाव्या शतकातील जगाशी बऱ्यापैकी जमवून घेत आहेत. त्यांच्या मनात आणि धर्मग्रंथात जे काही असेल ते असेल, त्यांची बाह्य वर्तणूक सर्वसामान्यांप्रमाणे आहे. इस्लामविरुद्ध सरसकट भयगंड बाळगल्यामुळे, त्यांच्याबरोबर शत्रुत्वाची भूमिका घेतल्यामुळे ते अल्पसंख्य असतील तेथे त्यांच्याकडे कायम संशयाने पाहिले जाते आणि त्यांच्यामधील अतिरेकी विचारसरणी असलेल्या गटांना आपोआप उत्तेजन मिळते. त्यामुळे होणारे नुकसान जास्त आहे.

एकंदरीतच सार्वजनिक जीवनात 'धर्म' ह्या संकल्पनेला अवास्तव महत्त्व देऊ नये. सुदैवाने हिंदुधर्माचे भारतात प्रचंड बहुमत आहे, आणि तो इहवादी धर्म आहे. पंधरा टक्के, किंवा त्यापैकी जे काही मुस्लिम तसे नसतील तर त्याचे फायदेतोटे त्यांच्यावर सोडून आपण आपली वाटचाल पुढे चालू ठेवू शकतो.

(जाताजाता - आजूबाजूला हिंदू बहुसंख्या असलेली आसाम, त्रिपुरा, पश्चिम बंगाल ही राज्ये असताना मधला पूर्व बंगाल म्हणजे आताचा बांगलादेश, मुसलमान झाला ही आश्चर्याची आणि खेदाची गोष्ट आहे. खेदाची यासाठी की तसे झाले नसते तर तो अखंड भारताचा भाग राहिला असता. पूर्व बंगालच्या इस्लामीकरणाची सुरुवात सोळाव्या शतकाच्या शेवटी मोगलांनी बंगालचा ताबा मिळवल्यावर झाली. त्यावेळी पूर्व बंगाल ही फारशी शेती नसलेली पाणथळ जंगलजमीन होती. तेथे राहणारे लोक मासेमारी, नौकानयन वगैरे व्यवसाय करून जगणारे आदिवासी लोक होते - उत्तर भारतातील लोकांच्या तुलनेने कृष्णवर्णीय असण्याचे ते कारण आहे. तत्त्वतः ते हिंदू होते पण औपचारिक धार्मिक परंपरांशी

त्यांचा फारसा संबंध नव्हता. मोगलांनी तेथे मशिदी उभारून त्या लोकांना इस्लामची दीक्षा दिली. त्यानंतर शेतीलाही सुरुवात झाली. तीनचारशे वर्षात लोकसंख्या वाढून बांगलादेश हा जगातील एक मोठा मुस्लिम देश झाला आहे).

६०. कोणत्याही युद्धात, युद्धभूमी सोडून पळून जाऊ नये म्हणून सैनिकांना प्रेरित कसे करतात ?

हा प्रश्न वाटतो तितका निरर्थक नाही. कोणताही सैनिक हा अखेर माणूस असतो आणि त्याला आपल्या प्राणाची काळजी असतेच. निव्वळ 'सैनिक' असे बिरुद मिळाले म्हणून तो मरायला तयार होतो असे नाही. प्रत्यक्ष मृत्यू पुढे ठाकला की अनेकांचे अवसान गळते. किंबहुना पूर्वीची बहुतेक युद्धे, एका बाजूची सरशी होत आहे असे लक्षात आल्यावर दुसऱ्या बाजूचे सैन्य रणभूमी सोडून पळून गेल्यामुळेच संपत असत. अनेक वेळा सैन्याचा नेता युद्धात कामी आला की त्याच्या बाजूचे सैनिक आत्मविश्वास गमावून पळून जाणे पसंत करत. सिंहगडच्या लढाईत नरवीर तानाजी मालुसरे धारातीर्थी पडल्यावर उरलेले मावळे पळ काढण्याच्या तयारीत होते; तानाजीचे बंधू सूर्याजी मालुसरेंच्या वीरश्रीपूर्ण आवाहनामुळे ते परत फिरले आणि त्यांनी किल्ला सर केला ही कथा आपल्या सर्वांना माहिती आहे.

गेल्या तीनचारशे वर्षात आधी युरोपात आणि त्यानंतर जगात सर्वत्र सैन्याने व्यावसायिक स्वरूप धारण केले. सैन्याचा बहुसंख्य हिस्सा आता स्वेच्छेने, पूर्णवेळ सैनिकी पेशा पत्करलेल्या, सैनिकांनी बनलेला असतो. (पूर्वीप्रमाणे स्वतःचा घोडा आणि तलवार घेऊन युद्धापुरते सामील होणाऱ्या सैनिकांना त्यात स्थान नाही). सर्वसामान्य सैनिक ते सेनाप्रमुखापर्यंत सैन्याचे विभाग, उपविभाग, उपउपविभाग असतात, त्यांचे नेतृत्व करणारे विशिष्ट हुद्दा धारण करणारे अधिकारी असतात आणि ते हुद्देही जवळजवळ सर्वत्र समान असतात. उदाहरणार्थ, जपानी सैन्यातील कर्नल आणि अमेरिकन सैन्यातील कर्नल हुद्दाने समान समजला जातो. बहुतेक देशात सैनिकांच्या प्रशिक्षणावर खूप भर दिला जातो. त्यासाठी सुसज्ज प्रशिक्षण संस्था असतात.

प्रशिक्षणाचा एक महत्त्वाचा भाग सैनिकाची युद्धासाठी अनुकूल मनोवृत्ती तयार करणे ही असते. शत्रुसैनिकाला ठार करणे हे सैनिकाचे कर्तव्य आहे हे तत्त्व त्यांच्या मनावर बिंबवले जाते. अमेरिकन सेनानी जॉर्ज पॅटन यांचे एक प्रसिद्ध वचन आहे - आपण आपल्या देशासाठी प्राणाची आहुती दिल्यामुळे युद्ध जिंकता येत नाही. ते विरुद्ध बाजूच्या सैनिकाला त्याच्या देशासाठी प्राणाची आहुती द्यायला लावल्यामुळे जिंकले जाते. पण स्वतःचा प्राण गमावला जाण्याची शक्यता आहे हे प्रत्येक सैनिक जाणतोच आणि ती शक्यता लक्षात घेऊन युद्धात उतरायचे आहे हे सैनिकी प्रशिक्षणात प्रकर्षाने शिकवले जाते.

सैनिकांनी रणभूमीवर पाय रोवून उभे राहावे यासाठी अनेक प्रेरणांचा वापर केला जातो.

१. देशाभिमान - सैनिकाचे देशप्रेम सातत्याने जागृत ठेवले जाते. इंडियन मिलिटरी अॅकॅडेमी ह्या भारताच्या अग्रगण्य प्रशिक्षण संस्थेचे उद्घाटन करताना फील्डमार्शल सर फिलिप चेटवोड यांनी सांगितलेली तीन तत्त्वे आजही भारतीय लष्कराची मार्गदर्शक तत्त्वे आहेत. ती अशी -

देशाची सुरक्षा, आत्मसन्मान (उदाहरणार्थ तिरंग्याची प्रतिष्ठा सांभाळणे) आणि विजय हा पहिला अग्रक्रम, नेहमी आणि प्रत्येक वेळी (ऑलवेज अँड एव्हरीटाइम).

तुमच्या अधिपत्याखालील सैनिकांची आत्मप्रतिष्ठा सांभाळणे, त्यांची सुरक्षितता, आणि त्यांना मिळणाऱ्या सुविधा हा दुसरा अग्रक्रम. ऑलवेज अँड एव्हरीटाइम.

तुमची वैयक्तिक सुरक्षा, सुविधा आणि आराम हा शेवटचा अग्रक्रम. ऑलवेज अँड एव्हरीटाइम.

ही तत्त्वे सैनिकांच्या डोक्यात इतकी पक्की बसलेली असतात की रणभूमी सोडून जाण्याचा विचारही ते करू शकत नाहीत.

२. आपल्या रेजिमेंटच्या परंपरांचा अभिमान - मराठा, गुरखा, शीख, जाट, रजपूत अशा विविध रेजिमेंटच्या गौरवशाली परंपरांचे स्मरण सैनिकांना वारंवार करून दिले जाते. प्रजासत्ताक दिनाच्या संचलनाच्या वेळी सारा देश ते ऐकतो. परंपरेला बद्दल लागेल असे वर्तन करू नये हे सैनिकांना माहिती असते.

३. आपल्या सहकाऱ्यांचा विश्वासघात न करणे - सैनिक दीर्घकाळ घरापासून लांब आपल्या तुकडीबरोबर असतात. त्यांचे सहकारी हे त्यांचे जिवाभावाचे मित्र बनतात. कोणत्याही परिस्थितीत एकमेकांना मदत करणे हा नियम सैनिक मनापासून पाळतात. त्यासाठी स्वतःचा जीव गमावण्याचीही तयारी हवी अशी त्यांची मनोभूमिका तयार होते. काही झाले तरी आपल्या मित्रांचा विश्वासघात करणार नाही ह्या जिद्दीने ते लढतात.

४. वीरमरण प्राप्त झालेल्यांचा सन्मान - भारतीय लष्कर वीरगती प्राप्त झालेल्यांचा यथोचित गौरव करते. हिंदुधर्मात युद्धात मरण आल्यास स्वर्गप्राप्ती होते असा समज आहे. सैनिकांच्या मूळगावी वरिष्ठ अधिकाऱ्यांच्या उपस्थितीत लष्करी इतमामाने अंत्यविधी केला जातो. आपल्यामागे पत्नी, जवळचे कुटुंबीय यांची काळजी घेतली जाईल हे सैनिकाला माहिती असते.

५. न लढल्यास होणारी मानहानी - वास्तविक इतक्या सकारात्मक उपायांनंतर सैनिक युद्धासाठी सज्ज होतातच. पण त्यातल्या थोड्याफार डरपोक

व्यक्तींवर अन्य मार्गाने दबाव आणला जातो. इतकी वर्षे युद्ध न करता देशाचा पगार घेतला, त्याची भरपाई करण्यासाठी तरी लढा असे सांगितले जाते. न लढल्यास नंतरच्या सर्व फायद्यांना मुकावे लागेल, पळपुटा असा शिक्षा कायमचा माथी लागेल याचे स्मरण करून दिले जाते.

आजच्या प्रोफेशनल वातावरणात कोणतीही गोष्ट गृहीत धरली जात नाही. वेळ येईल तेव्हा सैनिकाने त्वेषाने लढावे यासाठी पुरेपूर काळजी घेतली जाते.

६१. व्यावसायिक नीतीमत्तेची सुरुवात वैयक्तिक नीतीमत्तेपासून होते असे म्हटले जाते. याबाबतीत काय सांगता येईल ?

व्यावसायिक नीतीमत्तेची सुरुवात वैयक्तिक नीतीमत्तेपासून होते हे खरेच आहे. व्यक्तिगत वागणुकीमध्ये शिस्त, संयम आणि प्रामाणिकपणा नसेल तर तो कामातही दिसणार नाही. व्यावसायिक नीतीमत्तेचे प्राध्यापक शशिकांत शर्मा ह्यांनी याविषयी 'निटी ग्रिटी व्हॅल्युज' नावाचा एक लेख लिहिला आहे. त्यातील मुद्दे सर्वांनीच विचार करावा असे आहेत.

दैनंदिन व्यवहारामध्ये वापरावी अशी नीतीमूल्ये, उद्दिष्टानुसार, चार गटात विभागली जातात.

१. उधळपट्टी टाळणे - वेळ, पैसे, वस्तू, ऊर्जा, पाणी वगरे सर्व साधनसामग्रीचा काळजीपूर्वक वापर.
२. स्वच्छता - वैयक्तिक सवयी आणि परिसर यात स्वच्छता राखणे.
३. वर्तणूक - वरिष्ठ, सहकारी, कनिष्ठ आणि संपर्कात येणाऱ्या इतर व्यक्ती यांच्याबरोबर वागताना नम्रता, सभ्यता आणि मदत करण्याची वृत्ती.
४. संघटनेबद्दल निष्ठा - निर्णय आणि कृती यातून आपण काम करतो, त्या संघटनेचे हित जपण्याचा प्रयत्न करणे.

ह्या उद्दिष्टांशी सुसंगत असे २५ नियम खाली दिले आहेत. त्यांचे पालन करण्याचे बंधन प्रत्येकाने स्वतःवर घालून घ्यावे. ही यादी प्रसंगविशिष्ट गरजा आणि विविध परिस्थितीत पार पाडावी लागणारी भूमिका यानुसार आणखी वाढवण्याची जबाबदारीही ज्या त्या व्यक्तीचीच आहे. नियम मांडताना वैयक्तिक बांधिलकी दर्शवण्यासाठी 'मी' ह्या सर्वनामाचा उपयोग केला आहे.

मी, स्वतः आणि अन्य व्यक्ती वापरत नसलेले दिवे, पंखे आणि अन्य विद्युत उपकरणे लक्षात आल्यावर आणि विशेषतः खोलीबाहेर जाताना बंद करीन.

मी पाण्याचा नळ गरजेपुरता उघडीन आणि काम झाल्यावर बंद करीन. पाण्याचा अपव्यय टाळण्याचा मी मनापासून प्रयत्न करीन.

जमिनीवर पडलेली आणि ती तेथे असायला नको अशी कोणतीही वस्तू दिसल्यास, आणि ते माझ्या आवाक्यात असल्यास, मी ती वस्तू तिच्या मूळच्या जागेवर ठेवीन. ती उपयोगी नसेल तर जवळच्या कचरापेटीमध्ये टाकीन.

मी फोनवरील संभाषण अकारण लांबवणार नाही.

मी वापरत असलेले वाहन ट्यूनिंग आणि सर्व्हिसिंग करून सुस्थितीमध्ये ठेवीन, जेणेकरून पेट्रोलचा अपव्यय टळेल आणि प्रदूषण होणार नाही. मी रहदारीचे नियम व्यवस्थितपणे पाळून इतर वाहने आणि पादचारी ह्यांना उपद्रव देणार नाही. विशेषतः सिग्नल पाळणे, वळणे आणि ओव्हरटेक करणे ह्या क्रियांच्या बाबतीत वाहतूक नियमांचे कटाक्षाने पालन करीन.

मी सार्वजनिक जागेत थुंकणार नाही; तसेच भोवतालचा परिसर माझ्या कोणत्याही कृतीमुळे अस्वच्छ (किंवा अधिक अस्वच्छ) करणार नाही.

मी माझ्या, आणि मी वापरत असलेल्या उपकरणांच्या आवाजाची पातळी इतर लोकांना त्रास होणार नाही अशा पटीमध्ये ठेवीन.

मी वापरत असलेली पुस्तके, मासिके आणि अन्य कागदपत्रे खराब होणार नाहीत अशी मी खबरदारी घेईन. जी पुस्तके आणि मासिके अन्य लोकही वापरणार आहेत, त्याच्यावर लिहिण्याचे आणि खुणा करण्याचे टाळीन.

मी माझे वरिष्ठ, सहकारी आणि कनिष्ठ ह्या सर्वांशी नम्रतेने वागेन. किंबहुना माझ्या संपर्कात येणाऱ्या सर्व व्यक्तींशी त्यांचा सामाजिक दर्जा किंवा संघटनेतील स्थान यांचा विचार न करता नम्रतेने वागेन.

मी उसनी घेतलेली पुस्तके आणि मासिके कटाक्षाने वेळच्या वेळी परत करीन.

मी प्रत्यक्ष तसेच फोनवरील संभाषणात सौम्य आणि सभ्य भाषेचा वापर करीन.

माझी कार्यक्षमता कमी होईल किंवा इतरांशी सभ्यपणे वागणे अवघड होईल अशी शक्यता निर्माण करणाऱ्या पदार्थांचे सेवन मी कामाच्या वेळात करणार नाही.

मी कोणतीही वस्तू वापरल्यावर तिच्या मूळच्या जागेवर परत ठेवीन.

मी बाहेर जाताना कमीतकमी एका अन्य व्यक्तीकडे माझ्याशी संपर्क साधण्यासाठी पुरेशी माहिती उपलब्ध करून ठेवीन.

माणसांची, वाहनांची, कागदपत्रांची अशी कोणतीही रांग आधीच तयार झाली असेल तर मी ती मोडणार नाही.

मी माझ्याबरोबर काम करणाऱ्या सर्वांना सहकार्य देईन आणि यथाशक्ती मदत करीन.

कोणताही निर्णय घेताना मी माझी संघटना आणि भोवतालचा समाज यांचे हित नजरेआड करणार नाही.

कोणताही व्यवहार करताना मी खरेपणा आणि प्रामाणिकपणा यांचे ह्या तत्त्वांचे पालन करीन.

माझ्या संपर्कात येणाऱ्या कोणत्याही व्यक्तीला कमीत कमी एक गोष्ट माझ्यापेक्षा अधिक चांगली करता येते हे माहिती असल्यामुळे, ती व्यक्ती माझ्या आदरास पात्र आहे, असे मी समजेन.

मी माझ्या दीर्घकालीन उद्दिष्टांचे भान ठेवीन. झटपट मिळू शकणाऱ्या फायद्यांकडे फार लक्ष देणार नाही.

मी माझ्या अंगभूत विकासाकडे लक्ष पुरवीन. कोणत्याही अवाजवी महत्त्वाकांक्षेला बळी पडणार नाही.

माझ्या हातून घडलेली कोणतीही चूक मान्य करण्यात मी कमीपणा मानणार नाही.

सरकारने अंमलात आणलेल्या कायद्यांचे मी बिनतक्रार पालन करीन. कायदा अस्तित्वात नसेल तेथे माझ्या नैसर्गिक न्यायबुद्धीचा वापर करीन.

मी दैनंदिन व्यवहारात निःपक्षपातीपणा राखीन. आधार नसलेल्या अफवा आणि गावगप्पा यांच्याकडे दुर्लक्ष करीन.

मी सर्व मतभेद संबंधित व्यक्तींशी समोरासमोर चर्चा करून मिटवण्याचा प्रयत्न करीन. अगदी शेवटचा उपाय म्हणून मध्यस्थांची मदत घेईन.

दैनंदिन वापरातील मूल्यासंबंधी तीन गोष्टी महत्त्वाच्या आहेत. एक, नीतीमत्ता म्हणजे अति गहन, आदर्शवादी तत्त्वे असे नाही. रोजच्या वागण्यातील सच्चेपणा म्हणजे नैतिक वर्तणूक. दोन, नीतीमत्तेची तत्त्वे पाळायची की नाही हे सर्वस्वी आपल्यावर अवलंबून असते, याचा अर्थ ती पाळली गेली नाही तर त्याची पूर्ण जबाबदारी आपलीच असते. तीन, ती तत्त्वे प्रत्यक्षात उतरवण्यासाठी कोणताही जादा खर्च येत नाही, किंवा आर्थिक नुकसान सोसावे लागत नाही.

आधी लिहिल्याप्रमाणे वरील यादी सर्वसमावेशक नाही. मात्र, त्यामागील तात्त्विक बैठक लक्षात घेतली तर यादीत नसलेल्या इतर प्रसंगांच्या बाबतीत ह्या दृष्टिकोनाशी सुसंगत असे निर्णय घेणे अवघड नाही. वारंवार वापर केला तर ही छोटी छोटी मूल्ये आपल्या आचारविचाराचा भाग होतील. त्यांच्यामार्फत आत्मोन्नतीसारख्या अधिक गुंतागुंतीच्या कल्पना समजून घेणे सोपे जाईल.

प्राध्यापक शर्मा ह्यांनी प्रथमच सामाजिक नीतीमत्ता सुधारण्यासाठी निश्चित कार्यक्रम सुचवला आहे. त्यांनी मांडलेली आचारसंहिता मोडणे सहजशक्य आहे

यात वाद नाही. आणि बहुतेक लोक नित्यक्रमाने तसे करीत असतात. पण वैयक्तिक पातळीवर ह्या नियमांचे पालन करणे अशक्य आहे असेही नाही. अधिकाधिक नागरिकांनी तसा निश्चय केला तर सामाजिक नितीमत्तेची पातळी हळूहळू पण निश्चितपणे उंचावण्यास सुरुवात होईल. आर्थिक विकासासाठी लागणारे 'सॉफ्ट इन्फ्रास्ट्रक्चर' त्यातूनच निर्माण होत असते.

६२. अति गरिबीप्रमाणे अति श्रीमंतीच्या समस्या असू शकतात का ?

निश्चितपणे असतात. आपल्या प्राचीन वाङ्मयात लक्ष्मी चंचल असते असे उल्लेख वारंवार येतात. ते वाच्यार्थाने घेतले तर त्यातून निघणारा निष्कर्ष असा की गरजेपेक्षा जास्त धन कसे वापरावे हे काळजीपूर्वक शिकावे लागते अन्यथा त्याचा अपव्यय होण्याचा धोका (खात्री?) असते. गेल्या २५-३० वर्षात, ज्यांना जमीन विकून लक्षावधी रुपये प्राप्त झाले असे शेतकरी आहेत. मिळालेले सर्व पैसे खर्च होऊन पाचदहा वर्षात ते पुन्हा पूर्वीच्या ओढगस्तीच्या दिवसांपर्यंत पोचल्याची अनेक उदाहरणे आहेत. मोठी लॉटरी लागलेल्यांची अशी अवस्था होऊ शकते. कर्जाबाजारी होऊन आत्महत्येपर्यंत पोचणारे बरेच शेतकरी कर्जाची इतकी मोठी रक्कम कशी हाताळावी यासंबंधीच्या अज्ञानामुळे त्या अवस्थेत पोचलेले असतात. फक्त शेतकरी नव्हे तर अनेक प्रसिद्ध सिनेनट जवळजवळ निष्कांचन अवस्थेत मृत्यू पावलेले आहेत. भगवान आणि भारतभूषण हे दोन्ही प्रसिद्ध नट शेवटच्या दिवसात मुंबईतील चाळीमध्ये राहत होते. (ऐन भरभराटीच्या काळात भगवानकडे जुहुू येथे २७ बेडरूमचा बंगला आणि सात मोटारींचा ताफा होता). अमिताभ बच्चन सुद्धा इ.स. २००० च्या सुमारास दिवाळखोरीच्या उंबरठ्यावर होता. अमेरिकेच्या अध्यक्षांपैकी काही, उत्तरायुष्यात चुकीच्या ठिकाणी पैसे गुंतवल्यामुळे गरीबीचे जीवन जगत होते.

श्रीमंती टिकवून ठेवण्यासाठी आर्थिक शिस्त पाळावी लागते. काटकसरीची राहणी (सर्वाधिक महत्त्वाची), मुद्दल आणि व्याज यांच्यातील फरक कायम ध्यानात ठेवणे (व्याज खर्च करणे पण मुद्दल टिकवून ठेवणे), गुंतवणूक करताना खूप सावधगिरी बाळगणे, मर्यादित कर्ज घेणे (शक्यतो टाळणे) असे काही नियम फक्त जाणून घेणे नव्हे तर अंमलात आणावे लागतात. व्यापारी समाजातील व्यक्तींना परंपरेने त्याचे बाळकडू मिळालेले असते त्यामुळे पैसे कसे हाताळावे याबद्दल त्यांना संभ्रम होत नाही. इतरांना ते विचारपूर्वक शिकावे लागते. खरे तर त्यांच्यासाठी आर्थिक शिस्त या विषयावर प्रशिक्षण अनिवार्य करायला हवे. खूप पैशाचे काय करायचे याचे नियोजन करता येत नसेल तर अशा व्यक्तींकडे जादा पैसे म्हणजे लहान मुलाच्या हातात काचेचे भांडे देण्यासारखे आहे.

पण प्रश्न फक्त अकस्मात पैसे हाताशी आलेल्या व्यक्तींचा असतो असे नाही. अनेक यशस्वी झालेले लोक अधिकाधिक पैसे मिळवत राहतात. हे साठलेले पैसे त्यांना स्वस्थ बसू देत नाहीत. शिल्लक रक्कम रिकामी ठेवून चालणार नाही, कोठेतरी गुंतवली पाहिजे असा मानसिक दबाव निर्माण होतो. त्यापायी कधी घाईने तर कधी फाजील आत्मविश्वासामुळे चुकीची गुंतवणूक केली जाते. अनेक मध्यमवर्गीय लोक फ्लॅटमध्ये गुंतवणूक करतात. धोरणीपणाने गुंतवणूक केली नसेल तर

भविष्यकाळात तो विकला जाणे अवघड होऊन बसते, ती 'डेड' गुंतवणूक ठरते. व्यावसायिक, नव्या व्यवसायात किंवा चालू व्यवसायाच्या नवीन क्षेत्रात गुंतवणूक करतात, ती नेहमीच यशस्वी होते असे नाही. हिंदी चित्रपटसृष्टीत एका यशस्वी चित्रपटानंतर त्याच्या दुप्पट तिप्पट बजेट असलेला नवा चित्रपट काढला जातो. तो हमखास यशस्वी होणार असे गृहीत धरून त्यासाठी कर्जे घेतली जातात. अनेकदा तो अपेक्षित यश मिळवू शकत नाही आणि चित्रपटनिर्माता रस्त्यावर येतो. ह्या सर्व कार्यपद्धतीला सक्सेस ट्रॅप असे म्हणतात. एक प्रकारे आधीचे यश पुढील दारुण अपयशाला कारणीभूत होत असते. त्यापेक्षा यश मिळालेच नसते तर बरे असे म्हणायची वेळ येते.

योग्य संधी नसेल तर, ती निर्माण होईपर्यंत, ज्यादा रक्कम अल्प मुदतीच्या सुरक्षित ठेवींमध्ये गुंतवून ठेवणे हा सक्सेस ट्रॅप मधून सुटण्याचा खात्रीचा मार्ग आहे. त्यासाठी पुरेसा अनुभव आणि आर्थिक परिपक्वता यांची आवश्यकता असते. अनेक मोठ्या कंपन्या सुद्धा, हवी तशी संधी निर्माण होईपर्यंत त्यांच्याकडे असलेली कोट्यवधी रुपयाची जादा रक्कम बँकांच्या ठेवी आणि सुरक्षित म्युचुअल फंडात गुंतवतात.

हे लोक दानधर्म का करत नाहीत? बरेच यशस्वी लोक थोडाफार दानधर्म करतातच. आता तर मोठ्या खासगी कंपन्यांना आपल्या नफ्याच्या दोन टक्के रक्कम समाजकार्यासाठी खर्च करणे अनिवार्य झाले आहे. मात्र दानधर्माकडे बघण्याचा वैयक्तिक दृष्टीकोन वेगळा असू शकतो. ॲपल आणि मायक्रोसॉफ्ट ह्या दोन जगविख्यात संगणक कंपन्या आहेत. मायक्रोसॉफ्टचा संस्थापक बिल गेट्स ह्याने कोट्यवधी डॉलरच्या देणग्या दिल्या आहेत पण ॲपलचा संस्थापक (आता हयात नसलेला) स्टीव्ह जॉब्स ह्याने त्यामानाने काहीच देणग्या दिल्या नाहीत. आपले काम चोख करणे हीच समाजसेवा, त्यासाठी देणग्या देण्याची गरज नाही असे स्टीव्ह जॉब्सचे मत होते. दानधर्माऐवजी, कष्ट करून पोट भरण्याच्या माणसाला चार पैसे जास्त द्यावेत, त्याचे शोषण करू नये असाही एक विचार आहे. आणखी एक विचार असा की दानधर्म करणे म्हणजे ते स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीला दुबळे बनवणे आहे. दानधर्म न स्वीकारता स्वतःच्या हिमतीवर जगायल शिकले आणि शिकवले तर त्यातून भावी प्रगतीला पोषक अशी प्रामाणिक, निश्चयी मनोवृत्ती तयार होते. (मागास वर्गीयांचे आरक्षण हा सामाजिक पातळीवरील दानधर्म आहे. त्याचा एक दुष्परिणाम म्हणजे आरक्षण, ते स्वीकारणाऱ्या व्यक्तींचा स्वाभिमान, आत्मविश्वास हिरावून घेते. त्यांच्यामध्ये न्यूनगंड निर्माण करते. साहजिकच त्यांच्यामधून पुरेशा प्रमाणात कर्तृत्ववान व्यक्ती निर्माण होत नाहीत. डॉ. बाबासाहेब आंबेडकरांच्या असाधारण आत्मविश्वासाचे एक कारण म्हणजे ते आरक्षणातून नव्हे तर स्वतःच्या कर्तृत्वावर मोठे झाले होते).

६३. राहणीमान वाढावे म्हणून विकासाचा वृद्धीदर वाढवण्याची खटपट चाललेली दिसते. मात्र त्यासाठी कठोर परिश्रम करण्याची वृत्ती अभावानेच जाणवते. ह्या दोन्हीचा मेळ कसा घालायचा ?

कठोर परिश्रम करायला हवे असे म्हणणे सोपे आहे. पण मुळात निसर्गातील, माणसासहित सर्व प्राण्यांचा कल फक्त गरजेपुरते (म्हणजे पोट भरण्यासाठी आवश्यक तितकेच) श्रम करण्याकडे असतो. कुत्रा आणि मांजर हे पाळीव प्राणी असल्यामुळे त्यांच्या वर्तणुकीचे आपल्याला निरीक्षण करता येते. त्यांचा दिवसातील बहुतेक वेळ फक्त बसून राहण्यात किंवा झोप काढण्यात जातो. पक्षी अन्न शोधण्यापुरते उडण्याचे श्रम घेतात. बाकीचा वेळ बसून असतात. त्याचे कारणही आहे. निसर्गात अन्नाचा पुरवठा मर्यादित असतो. बहुतेक प्राणी कसेबसे पोट भरू शकतात. कोणत्याही प्रकारचे अतिरिक्त श्रम करायचे तर त्यासाठी ऊर्जा खर्च करावी लागते आणि त्यासाठी आणखी अन्न मिळवावे लागते. त्यामुळे ते टाळण्याकडे कल असतो.

नैसर्गिक रीत्या माणसांची परिस्थिती वेगळी नाही. शेतीचा शोध लागण्यापूर्वी हजारो वर्षे मानवसमूह हंटर-गॅदर होता, शिकार आणि निसर्गातील खाण्यायोग्य गोष्टी गोळा करणे यावर जगत होता. अशा प्रकारे जगणारे समूह जगात अजूनही कोठेकोठे आढळतात. त्यांचे दिवसाचे 'काम' ४-६ तास इतके असते आणि ते बांधकाम कामगारांसारखे सतत ८ तास अंगमेहेनेतीचे नसते. त्यानंतरच्या काळात शेतीसंस्कृतीचा उगम झाला आणि कामाचे स्वरूप बदलले. पण शेतीतही वर्षातील थोडे दिवस वगळता, सतत अंग मोडून परिश्रम करायची गरज नसते. पिके आपापल्या नैसर्गिक गतीने वाढतात, जादा काम करून तो वेळ कमी करता येत नाही. १९२० च्या सुमाराला मुंबईतील कापड गिरण्यात काम करण्यासाठी सातारा, कोल्हापूर आणि रत्नागिरी जिल्ह्यातील मजूर आले. ते मुळात शेतकरी होते. गिरणीत ८-१० तास यंत्रासमोर उभे राहून काम करणे त्यांना खूप जड जात असे. अधून मधून गिरणीतील मुकादमाला बाहेर झाडाखाली विश्रांती घेत असणाऱ्या मजुरांना उठवून आत आणावे लागे.

भारताचा आर्थिक वृद्धीदर वाढवून प्रगती कशी साधायची, यावर एका बाबतीत अर्थतज्ञांचे एकमत आहे. देशातील इन्फ्रास्ट्रक्चर खूप सुधारले पाहिजे. सर्वत्र चांगले रस्ते बांधायला पाहिजेत. पाणीपुरवठ्याच्या, पाझर तलाव आणि शेततळ्यांपासून लहान मोठ्या धरणांपर्यंत अनेक योजना राबवायला पाहिजेत, हजारो, कमी किमतीची घरे बांधली पाहिजेत, रेल्वेचे जाळे विस्तारले पाहिजे इत्यादी. हे हव्या त्या वेगाने घडत नाही कारण ही सर्व मूलतः शारीरिक श्रमांची, खडतर कामे आहेत; ती करण्यासाठी पुरेशी माणसे मिळत नाहीत. उन्हातान्हात

राबून रस्ते बांधणे, किंवा बांधकामाच्या साइटवर मजुरीची कामे करणे ही सोपी कामे नाहीत. सवयीने ती सोपी होतात असेही नाही. दिवसभर अंग दुखत असते, दारू प्यायल्याशिवाय झोप येत नाही. ती करणाऱ्यांना अकाली वृद्धत्व येते. शेतात श्रम करणे आणि असली कामे करणे ह्या दोन वेगळ्या गोष्टी आहेत. भारतातील खेड्यांमध्ये खूप गरिबी आहे. सर्वांना पुरेसे काम आहे असे नाही. तरीही अधिक पैसे मिळवण्यासाठी लोक अतिश्रमाचे काम करण्यास तयार नसतात. वरिष्ठ वर्णीय तर नक्कीच नाही. आहे त्यात भागवण्याची वृत्ती दिसेल. शेतीसाठी सुद्धा श्रमाची कामे करण्यासाठी स्थानिक माणसे मिळत नाहीत. पश्चिम महाराष्ट्रात ऊस तोडणी कामगार बाहेरून येतात.

अमेरिकेतील पश्चिम किनारपट्टीतील रेल्वे बांधण्याचे काम चीनी मजुरांनी केले, अमेरिकन माणसे त्यासाठी तयार नव्हती. जर्मनीमधील सुप्रसिद्ध ऑटोबान म्हणजे एक्सप्रेसवे हिटलरने काम नसल्यामुळे बेकार असलेल्या लोकांकडून सक्तीने बांधून घेतले. गेल्या ३०-४० वर्षांत चीनने प्रचंड इन्फ्रास्ट्रक्चर उभारले आहे. हुकूमशाही असल्यामुळे त्यासाठी श्रमशक्ती मिळवता आली. पूर्वीसुद्धा, शारीरिक श्रमांची कामे करण्यासाठी वेठबिगारी, युद्धकैदी किंवा गुलामगिरी हे उपाय - म्हणजे जुलूम जबरदस्ती वापरली जात असे. आता सारे जग मानवी हक्कांच्या बाबतीत खूप जागरूक बनले आहे त्यामुळे ते शक्य नाही, योग्य तर नाहीच. (खरेतर माणसाच्या मदतीला अजस्र यंत्रे आहेत म्हणून सध्या इन्फ्रास्ट्रक्चर उभारणीचे काम होऊ शकते).

अन्न मिळवण्याच्या बाबतीत आपण प्राण्यांपेक्षा खूप सुदैवी आहोत. त्यामुळे कामाव्यतिरिक्त इतर बरेचसे कार्यक्रम करण्यासाठी लागणारी ऊर्जा प्राप्त करणे आपल्याला अवघड जात नाही. पण दिवसाकाठी ८-१० तास कमरतोड शारीरिक श्रम करण्यासाठी माणसांकडे शारीरिक आणि मानसिक ताकद नसते. बहुसंख्य माणसांचा कल गरजेपुरते काम करण्याकडेच असतो. रिकामा वेळ मिळाला तर तो करमणुकीसाठी दिला जातो. एक कोटी रुपयाची लॉटरी लागली तर काय कराल असे विचारले तर बहुसंख्य लोक, 'काही न करता व्याजावर जगू' असे सांगतील. रिकामा वेळ आहे पण तो अर्थार्जन सोडून अन्य कामांसाठी वापरणारे अधिक लोक सापडतील. त्यात शारीरिक दृष्ट्या सक्षम असलेले ज्येष्ठ नागरिक आहेत. स्त्रिया आहेत. काम उपलब्ध नसणारे ग्रामीण भागातील कोट्यवधी लोक आहेत. ही सारी भारताची छुपी श्रमशक्ती आहे. पण ती उपयोगात आणणे सोपे नाही.

कोणत्या प्रकारचे काम करणे लोकांना सर्वाधिक आवडते, ह्या प्रश्नाचे उत्तर स्वान्तसुखाय केलेली कामे (छंद, करमणूक, सामाजिक संबंध) हे आहे.

जगभरात हीच परिस्थिती असल्यामुळे 'कठोर परिश्रमा' साठी लोकांना उद्युक्त करणे सोपे नाही. खरे तर याच कारणासाठी औद्योगिक कंपन्या जेथे शक्य असेल तेथे माणसांऐवजी यंत्रांचा वापर करणे पसंत करतात. कठोर परिश्रम इतरांनी करावे अशी लोकांची अपेक्षा असते. स्वतःपुरते, किमान परिश्रम करून गरजेपुरते मिळवावे असा प्रयत्न असतो. खरेतर, कामातच आनंद मिळतो म्हणून अहोरात्र काम करणारे थोडेफार लोक आहेत म्हणून जगाची प्रगती होत असते. आणीबाणीची परिस्थिती निर्माण झाली तर लोक एकत्र येऊन कठोर परिश्रम करतात. दुसऱ्या महायुद्धानंतर जर्मनी आणि जपान ह्या दोन पराभूत देशात प्रचंड वाताहत झाली, त्यातून मार्ग काढण्यासाठी राष्ट्रीय पातळीवर कठोर परिश्रमाचा मंत्र अवलंबला गेला. पण कायमस्वरूपी तसे करणे शक्य होत नाही.