किंमत - वार्षिक वर्गणी १००/- रुपये

अर्थबोधपत्रिका

आपल्या आजूबाजूस घडणाऱ्या विविध घटनांचा 'अर्थ'बोध करून देणारे मासिक

३ ●जाणीव

बांधिलकीचा 'उद्योग'

५ ■ कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी

नफ्याबरोबरच सामाजिक कल्याणही!

११ ■सीएसआर : आलेख आजवरच्या प्रवासाचा

१७ ■'जबाबदार' भारतीय उद्योगक्षेत्र

२४ ■सोशल फूटप्रिंट : सामाजिक परिणामांचा मापक

२८ ●परिचय : फ्री लंच

२९ ●जिकडे तिकडे

●पळा, पळा की वाचवा, वाचवा !

३१ ●'काल' चे 'आज'साठी

(शिक्षणाने वाढावा निश्चय...)

खंड ५ : अंक ९ डिसेंबर २००६

भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनी

वार्षिक वर्गणी १००/- रुपये
(परदेशस्थ वाचकांसाठी $२०)

वर्गणी डिमांड ड्राफ्ट/ मनीऑर्डर/ पोस्टल ऑर्डर/चेकने किंवा रोख **'इंडियन स्कूल ऑफ पोलिटिकल इकॉनॉमी'** या नावे पाठवावी. त्याबरोबर **नाव व संपूर्ण पत्ता पिनकोडसह कळवावा.**

'अर्थबोधपत्रिका' दर महिन्याच्या १० तारखेला पोस्टाने पाठविली जाते.

वर्गणीसाठी पत्ता :

व्यवस्थापक, अर्थबोधपत्रिका,
भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनी, अर्थबोध,
९६८/२१-२२, सेनापती बापट मार्ग,
(रत्ना हॉस्पिटलजवळ) पुणे ४११ ०१६.
फोन : २५६५७१३२, २५६५७२१०
फॅक्स : २५६५७६९७
ई-मेल: ispe@vsnl.net, ispe@vsnl.com

अर्थबोधपत्रिका
खंड ५ (अंक ९) डिसेंबर २००६
संपादक - अभय टिळक
साहाय्यक संपादक - राज्यश्री क्षीरसागर

'अर्थबोधपत्रिके'तील माहिती कशी?

- उद्बोधक, वाचनीय आणि रंजक
- अभ्यासपूर्ण आणि विश्लेषक
- निःपक्ष व साधार
- सोप्या भाषेतील आणि विचारप्रवर्तक
- हाताशी असणाऱ्या मोजक्याच वेळात जगाबद्दलचे भान वाढविणारी

'अर्थबोधपत्रिके'चा हेतू

प्रतिष्ठित व अग्रगण्य नियतकालिके, पुस्तके आणि इंटरनेटसारख्या माध्यमांद्वारे राष्ट्रीय तसेच आंतरराष्ट्रीय स्तरावर, मुख्यतः इंग्रजी भाषेत प्रकाशित होणारी जी माहिती मराठी वाचकांपर्यंत सहजतेने पोचत नाही, अशी वेचक माहिती संदर्भासह पुरविणे.

'अर्थबोधपत्रिका'कशी साकारते?

- मूळ इंग्रजी संदर्भाचा शोध व वाचन
- निवडक साहित्याचे संकलन
- संकलित साहित्याला अन्य पूरक माहितीची जोड
- संकलित माहितीच्या आधारे नव्याने लेखन. मूळ इंग्रजी संदर्भाचा केवळ अनुवाद नव्हे.

◆या अंकातील मजकुराबाबत आपण आपल्या सूचना आणि/किंवा अभिप्राय संपादकांच्या नावे संस्थेच्या पत्त्यावर पाठवावेत, ही विनंती.

◆अंकातील लेख आपण नियतकालिकात/वृत्तपत्रात प्रसिद्ध करू शकता. मात्र, लेख प्रसिद्ध केल्यावर त्याखाली **'अर्थबोधपत्रिका, भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनीच्या सौजन्याने'** अशी ओळ प्रसिद्ध करावी एवढीच अपेक्षा आहे.**यासाठी संस्थेतर्फे मूल्य आकारण्यात येणार नाही. मात्र लेख प्रसिद्ध केलेला अंक संस्थेला अवश्य पाठवावा.**

जनतेत क्षोभ उत्पन्न करण्यापेक्षा तिच्यात विचार उत्पन्न करणे हे किती-तरी महत्त्वाचे आणि कठीण कार्य आहे. - तर्कतीर्थ लक्ष्मणशास्त्री जोशी.

जाणीव

माणूस किती जगला यापेक्षाही तो कसा जगला हे महत्वाचे. म्हणजेच आयुष्याच्या लांबीरुंदीपेक्षाही बघायचा तो त्याचा कस आणि पोत. जगण्याचा हा कस ठरतो आपल्या जाणिवेच्या कक्षेवर. जाणिवेची ही कक्षा पुन्हा प्रत्येकाची, ज्याची-त्याची वेगवेगळी असते. व्यक्तीच्या संवेदनशीलतेचा पैस या कक्षेवर निर्भर असतो. काहींच्या संवेदनशीलतेचा पैस घराच्या उंबरठ्यापाशीच आटतो, तर, काही मूठभरांच्या संवेदनशीलतेला अटकाव करू शकेल असा दारवंटा उभ्या विश्वात शोधू म्हणता सापडत नाही. संवेदनशीलतेचा हा पैस किती आणि केवढा आहे, त्यावर व्यक्तीच्या अंतरंगाची समृद्धी निश्चित होते. या समृद्धीचा संबंध तिजोरीतील थैल्यांच्या राशीशी अणुमात्रही नसतो. तसा तो असता तर जगातील सर्वांत धनवान व्यक्ती ही सर्वाधिक संवेदनशील म्हणून गणली गेली असती! व्यवहारात नेमके हेच तर पदोपदी अनुभवास येते. संवेदनशीलतेचा पैस हमखास आकुंचित बनविणारी हुकूमी चीज म्हणजे पैसा. म्हणूनच जगात 'श्रीमंत' माणसांची रेलचेल असली तरी खऱ्या अर्थाने 'समृद्ध' माणसे हाती भिंग घेऊनच हुडकावी लागतात. कणाकणाने जमा होणाऱ्या लक्ष्मीच्याच पाठोपाठ मणामणाने कृपणता केव्हा आणि कशी येते, हे कोडे आजवर कोणालाही उलगडलेले नाही. 'मी' आणि 'माझे' या दोन तंतूंमधून निघणाऱ्या असंख्य धाग्यांनीच श्रीमंतीचा गोफ विणला जातो. तर, 'तुमचे' आणि 'आमचे' यांच्या ताण्याबाण्यांतून साकारते समृद्धीचे महावस्त्र. त्रैलोक्याला पालाण घालण्याचे सामर्थ्य या महावस्त्रात असते, ते उगाच नाही. कारण समृद्धी ही सर्वसमावेशक असते. इथे कमावण्याइतकीच, किंवा त्यापेक्षाही काकणभर अधिकच म्हणा ना, प्रबळ असते ती गाठीला बांधलेली लक्ष्मी वाटण्याची प्रेरणा. व्यक्तिगत जीवनाइतकेच, उद्योग-व्यवसायांसारख्या व्यापारी विश्वातही हे मूल्य आता रुजते आहे. म्हणूनच, नफ्याच्या असोशीबरोबरच कंपन्यांच्या ताळेबंदात, त्यांच्या ठायीच्या सामाजिक जबाबदारीच्या भावनेचे प्रतिबिंबही डोकावते आहे किंवा नाही, हे आज

(पृष्ठ ४ वर)

वाचकांचा प्रतिसाद

आपला 'कर्ता-करविता : आधुनिक मेंदूसंशोधन व आपले जीवन' हा ग्रंथ वाचला. मेंदूसंशोधनाचा हा विषय मार्गदर्शक असाच आहे. आवश्यक त्या ठिकाणी चित्रे, छायाचित्रे, रेखाचित्रे आणि गरजेनुसार तालिकांद्वारे सोप्या भाषेत पुरविलेल्या अद्यावत माहितीमुळे मराठी वाचकाला निश्चितच या विषयाचा अभ्यास करण्याची प्रेरणा मिळेल. मात्र पुस्तकाचा विषयच मेंदूशी संबंधित असल्याने संपूर्ण ग्रंथ समजून घेता-घेता थोडेसे क्लिष्ट वाटणे सामान्य वाचकांसाठी स्वाभाविक आहे.

यशवंत पोफळे, अक्कलकोट, जिल्हा - सोलापूर

(पृष्ठ ३ वरून)

आवर्जून पाहिले जाते. 'नफा मिळविणे हे कोणत्याही व्यवसाय संस्थेचे आद्य उद्दिष्ट असते' या अर्थशास्त्रीय गृहितकास आता यामुळे एकदम सोडचिठ्ठी मिळाली आहे, असा निष्कर्ष यावरून जर कोणी घाईघाईने काढू बघेल तर ते अनुचितच ठरेल. उत्पादन प्रक्रियेमध्ये वस्तू वा सेवांची निर्मिती करत असताना उद्योग-व्यवसायांना उत्पादक घटकांवर जो खर्च करावा लागतो, त्या व्यतिरिक्त, समाजाचा विचार करता, एकंदर उत्पादन खर्चात 'एक्स्टर्नलिटी'नावाचाही एक घटक अंतर्भूत असतो. या 'एक्स्टर्नलिटी'ची पर्याप्त दखल उद्योगांद्वारे दरवेळी घेतली जातेच, असे म्हणवत नाही. मात्र या 'एक्स्टर्नलिटी'चा भार समाजावर पडत असतोच. या भाराची भरपाई समाजातील कोणाला ना कोणाला तरी कोणत्या ना कोणत्या स्वरूपात करावी लागतेच. 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या माध्यमातून दृग्गोचर होणारी उद्योगांच्या सामाजिक बांधिलकीची भावना ही त्या 'एक्स्टर्नलिटी'च्या जाणिवेचेच उद्योग क्षेत्रात उमटणारे स्पंदन आहे, असे म्हणता येईल. उद्योजकांच्या सामाजिक जबाबदारीची ही संकल्पना आताशा कोठे औपचारिकरीत्या स्थिरावू लागली आहे. जगभरच तिच्यासंदर्भात सध्या मंथन सुरू आहे. त्या चिंतनास निर्णायक स्वरूप अजून आलेले नाही. या संकल्पनेचे सैद्धांतिक पैलू 'अर्थबोधपत्रिके'च्या या अंकात विस्तृतपणे मांडले आहेत. तिची व्यावहारिक परिमाणे निरखणे हा भागही तितकाच रोचक ठरतो. ✿✿

कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी

नफ्याबरोबरच सामाजिक कल्याणही!

'कॉर्पोरेट' या शब्दाला वलय प्राप्त झालेल्या आजच्या आर्थिक-औद्योगिक युगात 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी - CSR' (उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी) अशी एक संकल्पना आकाराला आली आहे. 'वर्ल्ड बिझिनेस कौन्सिल फॉर सस्टेनेबल डेव्हलपमेंट'ने (WBCSD) या संकल्पनेची व्याख्या - ''उद्योगांनी व्यापारविषयक व्यवहार करण्यासाठी नीतीमूल्यांचा अवलंब करणे, कामगार-कर्मचारी यांचे, तसेच त्यांच्या कुटुंबियांचे जीवनमान सुधारण्यासाठी त्याचप्रमाणे व्यापक समाजहित लक्षात घेऊन आर्थिक विकासासाठी सातत्याने बांधिल असणे,'' अशी केली (१९९८). पण त्यानंतर २००२मध्ये त्यांनी या व्याख्येत बदल करताना 'आर्थिक विकासा'ऐवजी 'सातत्यपूर्ण आर्थिक विकास' असा शब्दप्रयोग योजिला. 'बिझिनेस फॉर सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी' या आंतरराष्ट्रीय ख्यातीप्राप्त संशोधन संस्थेने, ''उद्योगांनी नैतिक मूल्ये जपून आणि नागरिकांचा, समाजाचा तसेच नैसर्गिक पर्यावरणाचा योग्य आदर राखून व्यापारात यशस्वी होणे, म्हणजे उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी होय,'' अशी व्याख्या केली आहे. 'प्रिन्स ऑफ वेल्स इंटरनॅशनल बिझिनेस लीडर्स फोरम'ने ही व्याख्या करताना चार मुद्यांना महत्त्व दिले आहे. त्यात (१) कंपनीचा नावलौकिक, व्यवहारांतील पारदर्शकता, उत्तरदायित्व व स्वच्छ कारभार (२) कंपनींतर्गत सुरक्षा, कामगारांचे आरोग्य, स्थानिक पर्यावरणाचा समतोल राखणे (३) शिक्षण, आरोग्य, स्थानिक नागरिकांमधील तंत्रज्ञानविषयक विषमता दूर करणे (४) स्थानिकांची सुरक्षा व मानवाधिकार जपणे इत्यादी बाबींचा समावेश केला आहे.

१९९०च्या दशकापासून जागतिकीकरणाचे वारे जगभरात जोराने वाहू लागले व त्या नंतरच्या काळात ही संकल्पना व्यवहारात अधिक औपचारिक पद्धतीने राबविण्यात येऊ लागली. त्यामुळे या संकल्पनेवर उदंड चर्चाही होत आहे. उद्योग-व्यापारातील नीतिमूल्ये आणि औद्योगिक व्यवहारांचे समाजावर होणारे परिणाम व त्यामुळे निर्माण होत असलेली उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी ही संकल्पना तशी अलीकडची असली, तरी त्याचे मूळ शोधायचे झाल्यास कित्येक शतके मागे जावे लागेल. पाश्चिमात्य देशांमधील सिसेरो या विचारवंताने सनपूर्व पहिल्या शतकात नैतिक मूल्यांवर आधारित

व्यापार-उद्योगाचे समर्थन केले होते; तर, पूर्वेकडे - भारतात - कौटिल्याने (सनपूर्व चौथे शतक) व्यापारातील नैतिक मूल्यांना महत्त्व दिले होते. मध्ययुगात, इस्लाम आणि ख्रिश्चन या धर्मांनीही भरमसाठ व्याज घेण्यासारख्या व्यापारी कृतींना निंदनीय ठरविले होते. 'उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी' या संकल्पनेचा आधुनिक काळातील उगम एकोणिसाव्या शतकात झाला, असे म्हणता येईल. त्या काळी जर्मनीतील एका कंपनीने गुलामांकडून काही खाद्यपदार्थ तयार करवून घेतले होते. कॅडबरी व मार्क्स या उद्योजकांनी गुलामगिरीच्या प्रथेबाबत नैतिकतेचा प्रश्न उपस्थित केल्यानंतर त्या खाद्यपदार्थांवर बहिष्कार घालण्यात आला होता. तसेच जर्मन कंपनी आय. जी. फारबेनच्या संचालकांवर गुलामांना राबविल्याबद्दल दोषारोपणही करण्यात आले होते. म्हणजे, ऐतिहासिक दृष्टिकोणातून पाहता, मूळ संकल्पनेत - उद्योगांची समाजाप्रती असलेली भूमिका कशी असावी यात - फारसा बदल झाल्याचे आढळत नाही.

अलीकडच्या काळात ही संकल्पना नेमकी का व कशी प्रकाशझोतात आली, याबाबत अभ्यासकांमध्ये एकमत आढळत नाही. खरे तर, औद्योगिक कंपन्या देशाचा व समाजाचा आर्थिक विकास घडवून आणण्यात मोठी भूमिका बजावतात, रोजगारनिर्मितीही करतात आणि अनेकदा समाजकार्यासाठी निधीही उपलब्ध करून देत असतात. मग या संकल्पनेची गरज का भासावी ? याचे उत्तर असे की, या कंपन्यांनी यापेक्षा 'अधिक काहीतरी' करावे अशी अपेक्षा समाजातील सर्वच स्तरांमधून व्यक्त करण्यात येत होती. अशी अपेक्षा करणाऱ्यांमध्ये ग्राहक, पुरवठादार, कर्मचारी, गुंतवणुकदार, हितसंबंधी, स्वयंसेवी संस्था अशा अनेकांचा समावेश होता. या अपेक्षा वाढण्यामागे सातत्यपूर्ण आर्थिक विकास, पर्यावरण आणि मानवाधिकार या विषयांची चर्चा अधिक व्यापक बनली हे महत्त्वाचे कारण आहे, असे मत फॅबिग व बोएल या अभ्यासकांनी मांडले आहे. आणखी एक बाब लक्षात आली की, जास्तीत जास्त नफा मिळविणे हे उद्योगांच्या मालकांसाठी महत्त्वाचे असले तरी तेच त्यांचे एकमेव व अंतिम उद्दिष्ट असतेच असे नाही. याचा अर्थ त्यांना नफा कमी मिळाला तर चालतो, असाही नाही. पण ते स्वतःच सामाजिक जबाबदारीचा पुरस्कार करणारे असू शकतात, हे ध्यानात घेतले जातेच असेही नाही. जे. आर. डी. टाटा यांचे एक विधान या संदर्भात मननीय आहे - No success or achievement in material terms is worthwhile unless it serves the needs or interests of the country and it's people.

फिलांन्थ्रप्रनर्स

अलीकडे व्यापारउद्योगाच्या क्षेत्रात काही वेगळे घडते आहे. भांडवलशाहीची पूजा करून नफ्याच्या प्रसादाने समृद्ध झालेल्या लक्ष्मीपुत्रांनी, आपल्याला प्रसाद मिळाला तसा तो इतरांनाही मिळावा यासाठी आपल्या ठायीच्या उद्योजकतेला लोककल्याणाच्या ऊर्मीची जोड दिली आहे. ते आता 'फिलांन्थ्रप्रनर्स' (philanthropreneurs= philanthropy + entrepreneurs) झाले आहेत. म्हणजे एकीकडे समाजोपयोगी कार्यात पैसा गुंतवायचा आणि दुसरीकडेनफाही मिळवायचा असे दुहेरी उद्दिष्ट त्यांनी समोर ठेवले आहे. यात eBay चे संस्थापक पिअरी ऑमिदयर हे आघाडीवर आहेत. लघुकर्जाच्या क्षेत्रात गुंतवणूक करण्याचे त्यांनी ठरविले आहे. तर अमेरिका ऑनलाइनचे सहसंस्थापक स्टीफन केस यांनी, ग्राहकांना आरोग्यसेवेचे लाभ घेता यावेत, यासाठी गुंतवणूक केली आहे. या क्षेत्रात कार्य करणाऱ्या आस्पेन इन्स्टिट्यूटचे संचालक ॲलन अब्रामसन म्हणतात की, 'सरकारी निधी सर्वत्र पुरेसा ठरू शकत नाही, असे लक्षात आल्यावर मग निधी कसा उभा करायचा, असा प्रश्न अनेकांकडून उपस्थित केला जाऊ लागला. या पार्श्वभूमीवर, अशी उद्योजक मंडळी स्वतःहूनच अशा कार्यात पैसा गुंतवावा व नफाही मिळवावा असा विचार करू लागली तर हाताशी आलेली संधी कोण दवडेल ? या उद्योजकांना बाजारपेठांचे ज्ञान असते, तसेच त्यांची गुंतवणूक यशस्वी होण्याची शक्यता असते.'

साधारणपणे असे घडते की आपले उद्दिष्ट साधण्यासाठी हे 'फिलांन्थ्रप्रनर्स' एक फौंडेशन स्थापन करतात व त्याद्वारे निधी उपलब्ध करून देतात. eBayचे माजी अध्यक्ष जेफरी स्कोल यांनी १९९९ मध्ये ६१ कोटी ३० लाख डॉलरची गुंतवणूक करून स्कोल फौंडेशन स्थापन केले. त्यातील काही कोटी डॉलर त्यांनी 'ना नफा ना तोटा' या उद्दिष्टाने काम करणाऱ्या उद्योजकांची कार्यक्षमता वाढण्यासाठी दिले. रिचर्ड ब्रॅनसन यांचे हवाई वाहतूक, सेलफोन, क्रेडिट कार्ड असे वेगवेगळे उद्योग आहेत. त्यांनी पर्यायी ऊर्जा प्रकल्पासाठी मोठा निधी दिला आहे. यातून झाला तर त्यांनाही फायदा होणार आहे व समाजाचेही भले होणार आहे. थोडक्यात स्वार्थ व परमार्थ अशी सांगड घालण्याचा हा प्रयत्न आहे. ✿✿

या शिवाय या संकल्पनेचा अवलंब केल्याने कंपनीचे कोणतेही नुकसान न होता तिचा फायदाच अधिक होतो, असे कंपन्यांना आढळले (१९९२ ते २००२ या काळात प्रसिद्ध झालेल्या सुमारे १२७ विविध अभ्यासांवरून, कंपन्यांना मिळणारा नफा व कंपन्या निभावत असलेल्या सामाजिक जबाबदाऱ्या यांत परस्परसंबंध असल्याचे मार्गॉलिस व वॉल्श या अभ्यासकांना आढळले). उदाहरणार्थ, कंपन्यांच्या उत्पादनप्रक्रियेतून वातावरणाला हानिकारक वायू बाहेर पडत असतात. पण या संकल्पनेचा अंगीकार केल्याने पर्यावरणविषयक जागरुकता निर्माण होऊन ते वायू कमीतकमी प्रमाणात बाहेर कसे पडतील, हे तपासले गेले. त्यामुळे उद्योगप्रक्रियेतील खर्च घटून कार्यक्षमता वाढल्याचेही आढळले. ज्या कंपन्या अशी जबाबदारी मानतात व कृती करतात, त्यांचा समाजातील नावलौकिक वाढून त्यांची उत्पादने अधिक खपतात व त्याही दृष्टीने त्यांना फायदा होतो. आपली कंपनी जर हे चांगले कार्य करीत असेल तर कर्मचाऱ्यांना ते आवडते व कंपनीतील नोकरी सोडून जाण्याचे त्यांचे प्रमाण घटते. अशा कंपन्या ग्राहकवर्गाला आकर्षित करतात व त्यांना टिकवूनही ठेवतात. या सर्व बाबींमुळे, सामाजिक जबाबदारीची ही संकल्पना पुनःपुन्हा चर्चिली जात आहे.

या पार्श्वभूमीवर, या संकल्पनेचा अर्थही वेगवेगळ्या प्रकारे घेतला जाताना दिसतो. उदाहरणार्थ, अभ्यासकांचा याबाबतचा विचार वेगळाच असू शकतो. तसेच, व्यवहारात या संकल्पनेचा अवलंब करणाऱ्या एखाद्या कंपनीत याबाबत ज्या दृष्टिकोणातून विचार होईल, तसाच विचार एखादी स्वयंसेवी संस्था करेल असे घडताना दिसत नाही. त्यामुळे जो तो आपल्या चष्म्यातून या संकल्पनेचा विचार-विस्तार करीत आहे, असे आढळते. अशा परिस्थितीत उद्योगक्षेत्रातील या विषयाशी संबंधित अधिकारीवर्ग औद्योगिक प्रशासन, पर्यावरणविषयक व्यवस्थापन, औद्योगिक क्षेत्राकडून अपेक्षित असलेल्या लोककल्याणात्मक कृती, कामगारांचे हक्क, समाजाचा विकास आणि कंपनीच्या मालकांच्या अपेक्षा अशा अनेकविध बाबींच्या चक्रव्यूहात सापडतो. त्यातच उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी म्हणजे नेमकी कोणती कृती करायची हे स्पष्ट न झाल्याने अधिकच गोंधळ निर्माण होतो.

ही संकल्पना स्पष्ट न होण्याची एक-दोन कारणे डोळ्यासमोर येतात. एक म्हणजे, तुलनेने ही तशी नवीन संकल्पना आहे. त्यातही पुन्हा ती अजूनही उत्क्रांतीच्या अवस्थेत आहे. त्यामुळे तिची एकच एक, सर्वसमावेशक आणि सार्वकालिक व्याख्या अजून प्रस्थापित झालेली नाही. ती तशी होणेही अवघड वाटते. कारण, मुळात या

संकल्पनेला स्थळकाळदेशांची परिमाणे चिकटलेली आहेत. ठिकठिकाणची स्थानिक परिस्थिती, समाजांच्या गरजा आणि तिथल्या उद्योगांनी त्यांना दिलेला प्रतिसाद, हा वेगवेगळा असणे हेच अधिक स्वाभाविक ठरते. तसेच, कंपन्यांनी आपली सामाजिक जबाबदारी मानून तशी कृती केल्याने त्यांचा आर्थिक फायदा अधिक होतो की, कंपन्यांनी अधिक नफा मिळविल्यानंतर त्यांना सामाजिक कार्यात गुंतवणूक करणे शक्य होते, हेही नेमकेपणे अजून तरी स्पष्ट झालेले नाही. याहीमागे असे असू शकेल की नफ्याचे प्रमाण आणि सामाजिक जबाबदारीची प्रेरणा यांच्यातील कार्यकारणभावाची दिशा, हीसुद्धा स्थलकालपरत्वे बदलत असेल. प्रसंगी, या दोन्ही प्रेरणा व्यवहारात एकाच वेळी कमी-अधिक प्रमाणात बलवत्तर ठरत असतील. या संकल्पनेचा विचार कशा प्रकारे केला जात आहे ते खालील काही मुद्यांवरून स्पष्ट व्हावे.

(१) संस्कृती म्हणून.... उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी या विषयाकडे संस्कृतीच्या दृष्टिकोणातून बघितले तर संस्कृतीचा परिणाम भांडवलशाहीवर होतो असे दिसते (मॅक्स वेबर, चार्ल्स टर्नर या लेखकांचे मत असेच होते). तथापि, ही संकल्पना पाश्चात्य देशांमधीलच आहे, असे नाही. या संकल्पनेच्या सध्या प्रचलित असलेल्या दृष्टिकोणानुसार ती 'अँग्लो-सॅक्सन' असल्याचे म्हणता येते. कारण, तिचा नव्याने शोध 'अँग्लो-सॅक्सन' देशांमध्ये घेण्यात आला (पाचव्या-सहाव्या शतकात जर्मनीतील टोळ्यांनी ब्रिटनवर आपले वर्चस्व प्रस्थापित केले. त्यानंतर या वंशांच्या लोकांचा प्रवेश जेथे झाला त्या देशांना 'अँग्लो-सॅक्सन' ही संज्ञा बहाल करण्यात आली). तसेच या देशांमध्ये सामाजिक व आर्थिक अशी विभागणी अधिक काटेकोर असून तेथे समाजाच्या मूल्यांपेक्षा व्यक्तिगत मूल्यांवर जास्त भर देण्यात आला आहे. युरोप, आशिया आणि आफ्रिका येथील समाजांमध्ये उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी - CSR असा शब्द कदाचित नसेलही; पण, तेथे एक 'सामाजिक करार' (Social Contract) अध्याहृत आहे. याद्वारे उद्योगांनी समाजाप्रती असलेली आपली जबाबदारी ओळखून तशी कृती करणे अपेक्षित आहे. जपानमध्ये अशी परंपरा आहे. देशादेशांप्रमाणे या संकल्पनेत वेगवेगळ्या विषयांचा समावेश केला जाताना आढळतो. उदाहरणार्थ, थायलंडमध्ये 'पर्यावरणा'चा, तर घानामध्ये स्थानिक समाजाची 'एम्पॉवरमेंट' हे विषय महत्त्वाचे ठरतात. आफ्रिकेत 'कंपन्याचा नफा' व 'पायाभूत सोयीसुविधा, शिक्षण' यांच्यात घनिष्ठ संबंध असल्याचे दिसते. युरोपमध्ये कर्मचाऱ्यांना काम करण्यासाठी 'योग्य वातावरण' हा मुद्दा महत्त्वाचा ठरतो. काही ठिकाणी कंपन्यांचा 'नावलौकिक'

महत्त्वाचा ठरतो तर कुठे कंपनीची 'नैतिक वागणूक.' मग, वेगवेगळ्या देशांमधील वेगवेगळ्या अपेक्षा पूर्ण करणे हे एक जिकिरीचे काम होऊन बसते. बहुराष्ट्रीय कंपन्यांचे आर्थिक-औद्योगिक व्यवहार अनेक देशांमध्ये होत असल्याने, या संकल्पनेंतर्गत कोणत्या देशात कोणत्या विषयांचा समावेश करावा, याबाबत कंपनीचा अधिकारीवर्ग सतत विचारमग्न असतो तो यामुळेच.

(२) सरकारला पर्यायी यंत्रणा म्हणून....उद्योगांच्या विविध व्यवहारांसाठी सरकारी पातळीवर काही नियम (उदाहरणार्थ - कर भरण्याबाबत) असतात. तसेच कंपनीच्या अंतर्गत व्यवस्थापनासाठीही काही नियम असतात. मात्र, 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी' या संकल्पनेची अंमलबजावणी 'स्वेच्छेने करावयाचे कार्य' या प्रकारात मोडते. त्यासाठी सरकारने काही विशिष्ट नियम घालून दिले आहेत असे नाही. शिवाय, व्यापार-उद्योगांत नियमांची आवश्यकता असतेच हे मान्य केले, तरी कधीकधी स्वेच्छेने करावयाचे कार्य अधिक उपयुक्त ठरू शकते, असेही अनेकांना वाटते. नियमांची जाचकता किंवा सैलसर नियम या दोन्ही प्रकारांत अशा स्वेच्छाकार्याला महत्त्व असते. त्यामुळे सरकारी प्रशासनाला एक पर्याय म्हणूनही या संकल्पनेचा विचार केला जाताना दिसतो. ब्रिटनमध्ये २००० साली करण्यात आलेल्या 'पेन्शन फंड ॲक्ट'नुसार किंवा फ्रान्समधील 'फ्रेंच इकॉनॉमिक रेग्युलेशन्स ॲक्ट'नुसार औद्योगिक कंपन्यांनी CSR बाबतचा आपापला अहवाल सादर करावा, असे म्हणण्यात आले आहे, मात्र ही 'सामाजिक जबाबदारी' म्हणजे नेमके काय हे सरकारतर्फे निर्धारित करण्यात आलेले नाही. या स्वेच्छेने करावयाच्या कार्याला नियमांत बद्ध करावे, असे काहींना वाटते. यात देशादेशांमधील धोरणकर्ते आणि सरकारशी संबंधित संस्था यांचा समावेश आहे. तर काहींच्या मते हे स्वेच्छाकार्यच असावे. उदाहरणार्थ, 'युरोपियन कमिशन'ने जुलै २००१मध्ये केलेल्या व्याख्येत असे स्पष्ट करण्यात आले आहे की, उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी ही अशी एक संकल्पना आहे की ज्यायोगे औद्योगिक कंपन्यांच्या धोरणांत व कामकाजात, भागधारकांच्या संमतीने सामाजिक व पर्यावरणविषयक बाबींचा समावेश स्वेच्छेने केलेला असेल. तर, जागतिक बँकेच्या कर्मचाऱ्यांच्या मते कायद्याची अंमलबजावणी प्रभावीपणे होत नसणाऱ्या देशांमध्ये या संकल्पनेला नियमांत बांधणे हे उचित ठरावे.

(३) एक व्यापक संकल्पना म्हणून.... उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी या संकल्पनेमध्ये वैविध्य असल्याने ही संकल्पना एकसंध नाही. तसेच व्यापक दृष्टिकोणातून

(पृष्ठ क्रमांक २२ वर)

सीएसआर : आलेख आजवरच्या प्रवासाचा....

इंग्रजी शब्दांना मराठी प्रतिशब्द शोधले की कधीकधी दुर्बोधता वाढतेच. आता हेच पाहा ना. अर्थशास्त्रामध्ये 'सामाजिक परिव्यय' नावाची एक संकल्पना आहे. 'सामाजिक परिव्यय' या संज्ञेवरून चटदिशी कशाचाही बोध होत नाही. मात्र, या संकल्पनेचे विवरण करणारा मूळ इंग्रजी शब्द जो 'सोशल कॉस्ट' तो उच्चारला की काही अंशी का होईना पण प्रकाश पडतो. समाजावर पडणाऱ्या भाराशी, समाजाला मोजाव्या लागणाऱ्या किमतीशी या संकल्पनेचा संबंध असावा, याचा जरा तरी अंदाज त्यावरून बांधता येतो. हा भार कशाचा, तो भार समाजावर कसा पडतो, तो भार कोण टाकतो, समाजातील नेमका कोणता घटक तो भार सोसतो, हा भार सोसण्यासाठी जी किंमत समाजाला मोजावी लागते तिची भरपाई मुळात असा भार टाकणारा जो आहे त्याच्याकडून वसूल का केली जात नाही...असे प्रश्नांचे एक मोठे मोहोळच मग घोंघावू लागते. 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी' असे भरभक्कम अभिधान असणाऱ्या संकल्पनेच्या अवताराशी प्रश्नांच्या या मोहोळाचा प्रत्यक्षाप्रत्यक्ष संबंध आहे.

व्यवसाय अथवा उद्योग संस्था जेव्हा एखाद्या वस्तू अथवा सेवेचे उत्पादन करतात तेव्हा साहजिकच अशा उत्पादनासाठी कच्चा माल, कामगार, सुटे भाग यांसारख्या अनेकानेक उत्पादक घटकांची निकड भासते. उद्योजक अथवा कारखानदार जेव्हा उत्पादन प्रक्रियेमध्ये असे उत्पादक घटक एकत्र आणतो तेव्हा त्यासाठी त्याला त्या त्या उत्पादक घटकांचा मोबदला अदा करावाच लागतो. त्यासाठी त्याला खर्च येतो. या खर्चालाच तांत्रिक परिभाषेत 'उत्पादन परिव्यय' अथवा 'उत्पादन खर्च' असे संबोधले जाते. उत्पादनाची प्रक्रिया जो उत्पादक अंगावर घेतो त्यालाच हा खर्च सोसावा लागत असल्याने त्याची गणना 'उत्पादनाचा खासगी खर्च' अशी केली जाते. मात्र, या सगळ्या खटाटोपात अनेकदा व्यापक अर्थाने समाजही काही खर्चाचा भार उचलत असतोच. आपण एक उदाहरण घेऊ. समजा, रंग तयार करणारा एक कारखाना आहे. कारखान्यात रंग तयार करीत असताना त्या प्रक्रियेमध्ये जे पाणी वापरले जाते ते वापरलेले पाणी रंगांची निर्मिती पूर्ण झाल्यानंतर, समजा, त्या कारखान्याने शेजारच्याच नदीमध्ये सोडून दिले तर काय होईल ? उत्तर सोपे आहे. नदीमधील पाणी प्रदूषित

होईल. म्हणजेच त्यामुळे होते पर्यावरणाची हानी. आता ही हानी म्हणजे एक प्रकारची 'कॉस्ट'च आहे. मात्र, रंगाचा कारखानदार रंगनिर्मितीचा त्याचा जो खासगी उत्पादन खर्च मांडतो त्या खर्चात या 'कॉस्ट'चे प्रतिबिंब पडत नाही. कारण त्याच्या हिशेबी हा खर्च त्याच्या उद्योगाच्या लेखी 'एक्स्टर्नल' म्हणजे 'बाहेर'चा असतो.

दूषित पाणी नदीत सोडल्याने मानवी वापरास योग्य असा चांगल्या पाण्याचा एक स्त्रोत निरुपयोगी ठरतो. मुळातच तुटवडा असलेल्या पाण्यासारख्या एका मौल्यवान साधनसंपत्तीची नासाडी होते. गाईगुरांना ते पाणी पिण्यायोग्य राहत नाही. नदीच्या प्रवाहातील जैवव्यवस्थेचा नाश होतो. गावकऱ्यांच्या दृष्टीनेही ती नदी निकामी ठरते. प्रदूषित पाण्यामुळे काठवरील गावांत जी काही रोगराई पसरते त्यातून सार्वजनिक कल्याणाची हानी होते. नाना प्रकारच्या आजारांना लोकांना सामोरे जावे लागते. परिणामी, औषधपाण्यावरचा नागरिकांचा खर्च वाढतो. आजारपणाच्या दरम्यान त्यांचा रोजगार बुडतो. रंगनिर्मिती करणाऱ्या कारखानदाराने डोळ्याआड केलेल्या 'कॉस्ट'ची ही निरनिराळी परिमाणे वा रूपे. त्या कारखानदाराच्या लेखी हा सगळा बोजा 'एक्स्टर्नल' असला तरी त्याचा भार समाजावर वा समाजातील कोणत्या ना कोणत्या घटकावर पडत असतोच. यालाच 'एक्स्टर्नलिटिज्' असे तांत्रिक अर्थशास्त्रीय परिभाषेत संबोधतात. आपण घेतलेल्या या उदाहरणात, रंगाच्या कारखान्याशी संबंधित 'एक्स्टर्नलिटिज्'चे परिणाम हे अनिष्ट, सार्वजनिक कल्याणाची हानी करणारे असे असल्याने त्यांना 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्' म्हणून गणले जाते. त्यामुळे होते काय तर, समाजाच्या दृष्टीने त्या रंगकारखानदाराने बनविलेल्या रंगाचा एकूण खर्च काढावयाचा झाल्यास कारखानदाराने पेललेला रंगाचा प्रत्यक्ष खासगी उत्पादन खर्च आणि त्याने काणाडोळा केलेल्या या 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्' अशा दोहोंचा त्यात समावेश करावा लागेल. तरच एकंदर उत्पादन खर्चाचे खऱ्या अर्थाने पर्याप्त प्रतिबिंब त्या मोजदादीत पडेल.

सगळी मौज आहे ती नेमकी इथेच. रंगाचा कारखानदार जेव्हा त्याचा उत्पादन खर्च काढतो तेव्हा त्यात या 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्' चा अंतर्भाव तो करत नाही. तो गणना करतो ती केवळ त्याच्या खासगी उत्पादन खर्चाचीच. मात्र, समाजाच्या दृष्टीने रंगाच्या एकूण उत्पादन खर्चात या 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्'ची गणती होणेही अगत्याचे ठरते. कारण, त्या 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्'ची किंमत समाज मोजत असतोच. म्हणजेच, रंगाच्या कारखानदाराने मोजलेला रंगाचा खासगी उत्पादन खर्च

आणि समाजाच्या पदरी प्रत्यक्षात आलेला खर्च - सामाजिक परिव्यय (रंगाच्या कारखानदाराने मोजलेला खासगी उत्पादन खर्च अधिक 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्') - या दोहोंत तफावत आहे. या ठिकाणी मग प्रश्न असा उभा राहतो की या 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्'ची जबाबदारी रंगकारखानदाराने घ्यावयास नको का ?

विशेषतः जागतिकीकरणानंतर आणि एकंदरच अतिशय वेगाने होत असलेल्या औद्योगीकरणामुळे आर्थिक-औद्योगिक वास्तवाचा हा पैलू अलीकडे प्रकर्षाने सामोरा येऊ लागला आहे. अर्थ-उद्योगांच्या विस्ताराबरोबरच पाणी, जंगले, गायराने, खनिजे, वैतीखालील जमिनी, वृक्षसंपत्ती यांसारख्या समाईक सामाजिक संपत्तीचा (कॉमन प्रॉपर्टी रिसोर्सेस) उपसा, वापर आणि प्रदूषण वेगाने होत आहे. या आर्थिक-औद्योगिक विस्ताराशी संलग्न असलेल्या 'निगेटिव्ह एक्स्टर्नलिटिज्' ची जबाबदारी कोणी पेलावयाची याबाबतची चर्चा यातूनच जन्माला आली. या चर्चेची नाळ पुढे आपसूकच सातत्यशील विकासाच्या मुद्याशी (सस्टेनेबल डेव्हलपमेन्ट) जोडली गेली. यातून ठिकठिकाणी आंदोलने उभी राहिली. सरकारी पातळीवरही या चर्चेची दखल घेतली जाऊन आवश्यक ती कायदेविषयक चौकटही कोठे कोठे साकारू लागली. विविध स्तरांवरील या जागृतीला जगभरच्या एकंदरच 'कॉर्पोरेट' विश्वाने दिलेला प्रतिसाद म्हणजेच 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या संकल्पनेचा वाढत्या प्रमाणावर होत असलेला अंगीकार, असे मानण्यास पुरेसा अवकाश आहे.

'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या या संकल्पनेस जोराचा बढावा मिळाला तो सुमारे दीड दशकापूर्वी म्हणजे १९९०च्या दशकादरम्यान. त्या दशकापासून जागतिकीकरण-उदारीकरण-खासगीकरणाचे वारे संपूर्ण जगभरच आणि विशेषतः तिसऱ्या जगातील विकसनशील देशांमध्ये वेगाने वाहू लागले आणि उद्योगांच्या सामाजिक जबाबदारीबाबतच्या चर्चेस खासगीकरणाच्या विचारव्यूहाचे कोंदण लाभले. सरकारच्या विकासविषयक धोरणांना तसेच प्रत्यक्ष प्रयत्नांना पूरक असे उपक्रम खासगी उद्योग क्षेत्राने - मुख्यत्वे मोठ्या 'कॉर्पोरेट' उद्योगांनी - अंगीकारावेत, अशी ही विचारधारा होती. एका अर्थाने, 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या संकल्पनेच्या तामिलीद्वारे सर्वंकष आर्थिक-सामाजिक विकासाच्या प्रक्रियेतील आपला वाटा उद्योगांनी उचलावा, अशी त्यामागील धारणा. म्हणजेच, खासगी उद्योग क्षेत्र हा आर्थिक विकासाच्या प्रक्रियेतील एक भागीदार आहे, ही संकल्पना रूढावली. केवळ इतकेच नाही तर, उद्योगांनी आपली सामाजिक जबाबदारी ओळखून त्यानुसार प्रत्यक्ष कृती केल्याने

खासगी उद्योगक्षेत्राने साध्य केलेली प्रगती ही अधिक सर्वसमावेशक, अधिक समन्यायी बनेल असेही प्रतिपादन केले जाऊ लागले. तसेच, दारिद्र्याविरुद्धच्या लढ्यातील एक हत्यार म्हणूनही या उपक्रमाचा विनियोग करता येईल, नव्हे तो तसाच केला गेला पाहिजे, अशीही पुस्ती जोडली जाऊ लागली.

'उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी' हा विषय, तसे पाहिले तर, एका अतिशय व्यापक विचारविश्वाचा एक महत्त्वाचा अंश आहे. एकंदरच उद्योग-व्यवसायादी आर्थिक घटकांचे आणि समाजाचे परस्परसंबंध कसे असावेत, कसे असले पाहिजेत या मंथनाचा 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'चे तत्त्व हा एक हिस्सा ठरतो. त्यामुळे, मुख्यतः १९९०च्या दशकात जरी ही संकल्पना वेगाने घोंघावू लागली असली तरी उद्योग आणि समाज यांच्यातील परस्परसंबंधाबाबतचा ऊहापोह हा बऱ्याच जुन्या काळापासून म्हणजे पार १९ व्या शतकापासूनच घडत आलेला आहे. पाश्चिमात्य देशांत - खास करून अमेरिकेत - 'कॉर्पोरेट' उद्योगांच्या उदयानंतर म्हणजे १९व्या शतकाच्या अखेरच्या पर्वात या चर्चेस विशेषत्वाने धार चढली. 'कॉर्पोरेट' उद्योगविश्वाने आपले साम्राज्य, आपली ताकद, आपले प्रभाव क्षेत्र विस्तारण्यासाठी प्रयत्नशील राहावे आणि या वाढत्या 'कॉर्पोरेट' ताकदीचे रूपांतर बेबंद झोटिंगशाहीमध्ये होऊ नये म्हणून त्या साम्राज्याच्या विस्तारास नियमनांचे कुंपण घालण्यासाठी समाजाने कंबर कसावी, हा चक्रनेमिक्रम वेगवेगळ्या ठिकाणी आणि वेगवेगळ्या काळात साकारत आल्याची उदाहरणे दिसतात.

नियमनांच्या कुंपणाचा जाच आपल्या व्यवसायास होऊ नये म्हणून 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या तत्वाचा व्यवहारात वापर करण्याची ढाल 'कॉर्पोरेट' उद्योगविश्वाने वापरल्याचे आढळून येते. १९व्या शतकाच्या अखेरीस बलिष्ठ अमेरिकी 'कॉर्पोरेट' उद्योगांनी आपल्या आर्थिक-औद्योगिक ताकदीचे एकत्रीकरण करण्यास प्रारंभ केला आणि त्यावर उपाय म्हणून सरकारने 'ॲन्टि ट्रस्ट' कायदे लागू करावेत म्हणून तेथे चळवळी सुरू झाल्या. हे होते आरंभीचे पर्व. 'कॉर्पोरेट' उद्योगविश्वाच्या विस्तारत्या ताकदीस सरकारने आळा घालावा, या मागणीस जोर चढू लागला आणि तिचा प्रतिकार म्हणून 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या तत्वाचा उद्‌घोष 'कॉर्पोरेट' उद्योगविश्वाने चालू केला. सरकार अथवा कामगार संघटनांच्या नियामक रेट्याची काहीही गरज नाही, आमच्या सामाजिक जबाबदारीचे आम्हांस भान आहे, असा प्रतिवाद अमेरिकी 'कॉर्पोरेट' उद्योगविश्वाने केला. अशाच प्रकारच्या वाद-प्रतिवादांचे

दुसरे पर्व साकारले ते १९३०च्या दशकातील जागतिक मंदीदरम्यान. अमेरिकेत अध्यक्ष रुझवेल्टप्रणित 'न्यू डील' कार्यक्रम आणि युद्धोत्तर ब्रिटनमध्ये सत्तारूढ मजूर पक्षीय सरकारचे नियमन हा त्याचाच भाग. आंतरराष्ट्रीय पातळीवर, प्रस्तावित आंतरराष्ट्रीय व्यापार संघटनेच्या ज्या सनदेवर १९४८ साली हॅवाना येथे स्वाक्षऱ्या झाल्या होत्या त्या सनदेच्या मसुद्यातही आंतरराष्ट्रीय भांडवली गुंतवणुकीचे नियमन, कामगार तसेच रोजगारविषयक बाबींसंदर्भात काही मानकांची निर्मिती यासारख्या पैलूंसंदर्भातील तरतूदींचा समावेश होता.

उद्योगांचे उपक्रम तसेच कार्यप्रणालींचे नियमन करण्याबाबतच्या हालचालींचे तिसरे पर्व गतिमान झाले ते १९६०च्या दशकाच्या मध्यास. हे पर्व थेट १९७०च्या दशकाच्या अखेरच्या चरणापर्यंत सक्रिय राहिले. मात्र या तिसऱ्या पर्वाचे वैशिष्ट्य असे की 'कॉर्पोरेट' उद्योगांच्या कामकाजांचे नियमन करण्याबाबतचा दृष्टिकोन तसेच त्याबाबत उचलली गेलेली पावले ही विकसित तसेच विकसनशील देशांमध्ये वेगवेगळी होती. अमेरिकेत सारा भर होता तो ग्राहकांच्या हिताबरोबरच पर्यावरणाचे संरक्षण करण्यावर. त्याचप्रमाणे, परकीय भूमीवर कार्यरत असणाऱ्या अमेरिकी कंपन्यांच्या कामकाज तसेच हालचालीही या वेळी सूक्ष्मदर्शक भिंगाखाली धरण्यात आल्या. चिलीमध्ये लोकशाही मार्गाने सत्तेवर आलेले सरकार उलथवण्यात एका अमेरिकी कंपनीचा सहभाग असल्याचे उघड झाल्याने ही वाढीव दक्षता घेण्यात आली. अशी निगराणी मग अधिकच काटेकोर बनविण्यात आली.

परदेशी गुंतवणुकदारांच्या कारवायांचे नियमन करण्याबाबत साठच्या दशकाच्या अखेरीस विकसनशील देशांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर प्रयत्न सुरू झाले. 'कॉर्पोरेट' उद्योगांच्या कामकाजांचे नियमन, हा आंतरराष्ट्रीय मुद्दा बनला तोही नेमका याचदरम्यान. एकाच वेळी अनेक देशांमध्ये कार्यरत असणाऱ्या बहुराष्ट्रीय कंपन्यांच्या उद्योग-व्यवसाय-कार्यक्रम-हालचालींबाबत एखादी आचारसंहिता लागू करावी, या दृष्टीने आणि त्या दिशेने अगदी थेट संयुक्त राष्ट्रसंघाच्या पातळीवरही प्रयत्न केले गेले. आपापल्या देशाच्या भूमीवर कार्यरत असणाऱ्या बहुराष्ट्रीय कंपन्यांचे नियमन करण्यासंदर्भात देशोदेशीच्या सरकारांनी सुरू केलेल्या प्रयत्नांना साहाय्यक आणि पूरक ठरेल अशी ही आचारसंहिता असावी, अशी भूमिका त्यामागे होती.

बलदंड अशा महाकाय बहुराष्ट्रीय कंपन्यांच्या वाढत्या ताकदीमुळे गरीब आणि लहान लहान देशांच्या सार्वभौमत्वाला धोका निर्माण होत आहे, अशा भावनेमधून या

साऱ्या प्रयत्नांचा उगम झाला होता. मात्र, अशा प्रकारच्या बंधनकारक, अनिवार्य नियमनांना बहुराष्ट्रीय कंपन्यांनीही विरोध दर्शविला. सरकार वा एखाद्या आंतरराष्ट्रीय संघटनाप्रणित नियमनप्रणालीपेक्षाही स्वयंप्रेरित स्वयंनियंत्रणाच्या पर्यायाचा त्यांनी हिरिरीने पुरस्कार केला, पाठपुरावा केला. बहुराष्ट्रीय कंपन्यांचे जागतिक व्यासपीठ असणाऱ्या इंटरनॅशनल चेंबर ऑफ कॉमर्स या संस्थेने आंतरराष्ट्रीय गुंतवणुकीबाबतची मार्गदर्शक तत्त्वे १९७२ साली सादर केली.

त्यानंतरच्या, म्हणजे १९८०च्या दशकामध्ये मात्र सगळाच माहौल पालटला. बहुराष्ट्रीय कंपन्यांच्या हालचालींचे नियमन करण्याबाबतची, त्यांच्या कामकाजात हस्तक्षेप करण्याबाबतची सारी मानसिकताच विकसित तसेच विकसनशील देशांमध्ये जवळपास सारख्याच पद्धतीने बदलली. हे सगळे दशकच संक्रमणाचे होते. विकसनशील देशांना गुंतवणूकयोग्य भांडवलाची गरज वाढत्या प्रमाणावर भासू लागली होती. एकंदर जगभरच भांडवलाची चलनशीलता आणि चलनवलन वाढले होते. साहजिकच, बहुराष्ट्रीय कंपन्यांच्या कामकाजाचे नियमन करण्यापेक्षाही थेट परकीय भांडवली गुंतवणूक आपल्या देशात आकर्षित करण्यासाठी देशोदेशीच्या सरकारांमध्ये कमालीची स्पर्धा, चढाओढ सुरू झाली होती.

गंमतीचा भाग असा की हेही चित्र पुढच्याच दशकात एकदम फिरले. एकीकडे, बहुराष्ट्रीय कंपन्यांची रोजगार तसेच कामगारविषयक धोरणे आणि पर्यावरणसंलग्न पैलूंची त्यांनी केलेली हाताळणी यांबाबत १९९०च्या दशकात उभ्या जगातून टीकेचे स्वर उमटू लागले. या टीकेचे पडसाद कंपन्यांच्या विचारसरणीवरही जाणवू लागले. तर दुसरीकडे, जागतिक बाजारपेठेतील उत्तरोत्तर तीव्र होत जाणाऱ्या स्पर्धेत टिकून राहण्याच्या दृष्टीने आपल्या 'ब्रँड'चा महिमा जोपासण्याची आणि त्याचबरोबर कंपनीच्या प्रतिमेचे रक्षण-संवर्धन करण्याची, ती प्रतिमा उज्ज्वला राखण्याची निकड कंपन्यांच्या लेखी अग्रक्रमाची बनली. मग पुन्हा एकवार गरज पडली ती 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'च्या तत्वाच्या ढालीची. त्याच वेळी जगभरच्या आंतरराष्ट्रीय कामगार संघटना, स्वयंसेवी संस्था-संघटना, मानवाधिकार संघटना आणि पर्यावरण रक्षणाची हाक देत मैदानात उतरलेल्या गटांनीही 'कॉर्पोरेट' उद्योगांनी अधिक प्रमाणावर सामाजिक जबाबदारीचे निर्वाहन केले पाहिजे, अशी आग्रही भूमिका धारण करावयास प्रारंभ केला. 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'ची संकल्पना तिच्या उत्क्रांतीच्या प्रवासातील नेमक्या याच टप्प्यावर आज उभी आहे.

‘जबाबदार’ भारतीय उद्योगक्षेत्र

जगभरातील उद्योगक्षेत्रात, ‘उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी’ हा विषय प्रामुख्याने गेल्या दशकात चर्चिला गेला व त्यासंबंधी काही ना काही कृती होत गेली. औद्योगिक संस्थांनी स्वतःला समाजाशी कसे जोडायचे, हा विचार केंद्रस्थानी ठेवून या संदर्भात काही प्रतिमाने उभी करण्याचा प्रयत्न झाला. या कंपन्यांकडून समाजाच्या अपेक्षा कोणकोणत्या आहेत आणि औद्योगिक कंपन्या कोणत्या जबाबदाऱ्या स्वीकारण्यास तयार आहेत, या प्रश्नांचा विचार या वेळी प्रामुख्याने होणे हे क्रमप्राप्तच होते. तसेच, त्या चर्चेत स्थानिक सामाजिक-आर्थिक व सांस्कृतिक संदर्भ येणेही स्वाभाविक होते. जागतिकीकरणाच्या प्रक्रियेमुळे विविध देशांतर्गत पातळीवरील अशी चर्चा, जागतिक पातळीवरील चर्चेत सामावून गेल्याचे आढळते. असेच भारतीय उद्योगक्षेत्रातही घडले. १९९०च्या दशकात हा विषय येथेही चर्चिला गेला आणि चालू दशकात तो काही प्रमाणात स्थिरावला.

भारतात, या संबंधीची कंपन्यांची भूमिका काय आहे, सामाजिक जबाबदारीच्या संकल्पनेचा व्यवहारात अवलंब कसा होतो, याबाबत ‘कॉन्फेडरेशन ऑफ इंडियन इंडस्ट्री’ने (CII) अन्य संस्थांबरोबर केलेल्या अभ्यासातून काही महत्त्वाचे मुद्दे पुढे आले. औद्योगिकीकरणाच्या सुरुवातीच्या काळात, उद्योगांची भूमिका जास्तीत जास्त नफा मिळवावा ही होती (अर्थात, नफा मिळविणे हे उद्दिष्ट आजही आहे व भविष्यातही राहील). पण मिळविलेल्या नफ्याचा काही भाग समाजकार्यासाठी उपयोगात आणला जावा, या ध्येयाने प्रेरित होऊन टाटांसारख्या औद्योगिक घराण्याकडून याबाबत एक पाऊल पुढे पडले ते लोककल्याणाचे (philanthropy). त्यातून समाजाचा विकास होण्याच्या दृष्टीने काही प्रयत्न झाले. मग काही व्यक्ती वा संस्थांनी आर्थिक मदत मागितल्यावर समाजकार्यासाठी काही रक्कम दान करण्याचा प्रघात पडला. इतरही अनेक कंपन्यांनी हे लोककल्याणाचे कार्य केले. हळूहळू या देण्याचा संबंध काही प्रमाणात व्यापाराशी जोडला जाऊ लागला. म्हणजे सामाजिक कार्यात उद्योगांनी सहभागी व्हायचे ते आपली व्यापारवृद्धी व्हावी ही खूणगाठ मनाशी बांधून असेही एक परिमाण त्याला जोडले गेले. समाजाच्या वाढत्या गरजा व सरकारी निधीचे/यंत्रणेचे

अपुरेपण यांमुळे या उद्दिष्टाबरोबर उद्योगांकडून अशा प्रकारच्या कार्यात थेट गुंतवणूक करण्यात येऊ लागली. समाजहिताचा विचार करणारे 'जागरूक नागरिक' याप्रमाणे समाजहितासाठी 'जागरूक कंपन्या', असे एखाद्या उद्योगाबाबत म्हटले जाणे हे प्रतिष्ठेचे समजले जाऊ लागले. मग जणू हे राष्ट्रउभारणीचे कार्य म्हणून अंगिकारले गेले. त्यातून कंपन्यांचा नावलौकिक वाढून त्याचाही कंपन्यांना फायदा झाला तो वेगळाच. म्हणून, अशी गुंतवणूक करणे, हा कंपन्यांच्या ध्येयधोरणांचा भाग ठरू लागला. मग, १९९०च्या दशकात जागतिकीकरणात सहभागी झालेल्या भारतात, या ध्येयधोरणांची सांगड सातत्यपूर्ण आर्थिक विकास घडवून आणण्याशी घातली गेली. 'कॉर्पोरेट सिटिझन' या भूमिकेचा अंगीकार करीत अनेकानेक कंपन्या यात सहभागी होऊ लागल्या. अशा रीतीने 'उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी' ही संकल्पना भारतात रुजली. आजमितीस यंत्रसामग्री व अवजड उद्योग, इलेक्ट्रॉनिक्स, बँकिंग, औषधनिर्मिती, कापडउद्योग, रबर, वाहननिर्मिती उद्योग, गॅस व पेट्रोलियम उद्योग, माहिती-तंत्रज्ञान व सेवाक्षेत्र, सिमेंट व सिरॅमिक्स, खतनिर्मिती, पल्प व पेपर उद्योग, साखर उद्योग, खाद्यपदार्थ व प्रक्रिया उद्योग अशा अनेक उद्योगांनी ही संकल्पना स्वीकारून त्याबाबत काही ना काही कृती केली आहे.

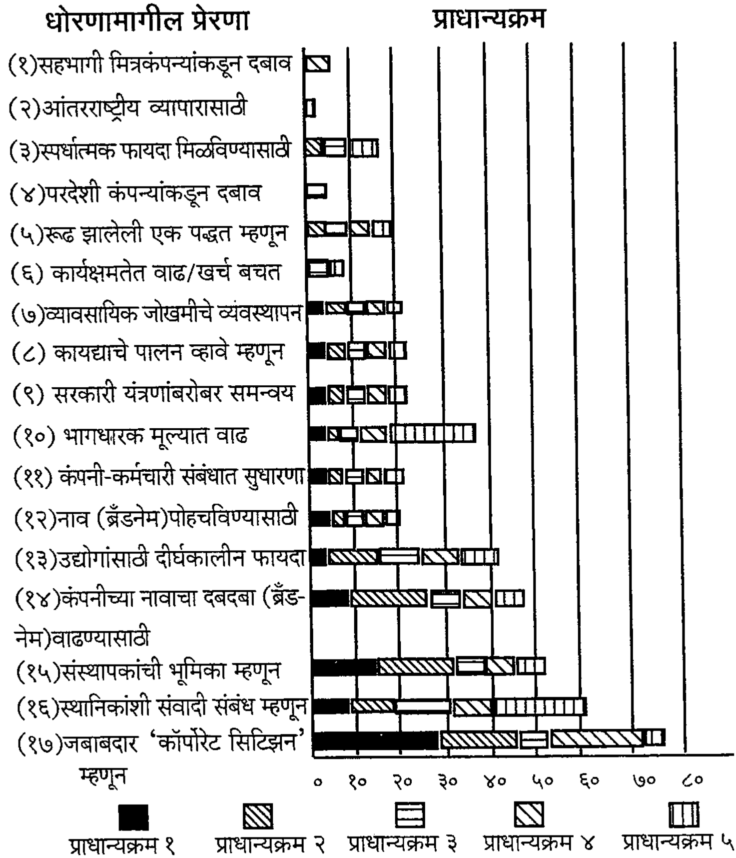
या संकल्पनेंतर्गत समाविष्ट करण्यात येणाऱ्या बाबींचा तपशील कंपनीनुसार बदलत असला तरी कंपन्यांकडून लोककल्याणाच्या भावनेतून सामाजिक कार्याला देणग्या देण्यापेक्षा हे कार्य वेगळे आहे व असावे यावर मात्र एकमत होत असल्याचे दिसते. 'आदित्य बिर्ला सेंटर फॉर कम्युनिटी इनिशिएटिव्ह्ज अँड रुरल डेव्हलपमेंट'च्या (ABCCIRD) अध्यक्षा राजश्री बिर्ला यांच्या मते ही संकल्पना मूल्यांच्या दृष्टिकोणातून रुजली असली तरी त्यासाठी इतरही काही घटक कारणीभूत ठरले. उदाहरणार्थ - (१) आपल्या उद्योगसमूहाकडून समाजासाठी काही चांगले काम करण्यात येते हे समजल्यानंतर तेथे नोकरी करणाऱ्या व्यावसायिक (प्रोफेशनल) तसेच इतरही सर्वच कर्मचाऱ्यांच्या मनात एक प्रकारचे समाधान ('फील गुड' भावना) निर्माण होते व त्यामुळे हे कर्मचारी कंपनीत टिकून राहतात (२) अशा जागरूक कंपन्या ग्राहकांसाठीही महत्त्वाच्या ठरतात (३) आपली कंपनी समाजहितदक्ष असावी, असे कंपनीच्या भागधारकांनाही वाटत असते (४) एखादी कंपनी जी काही मूल्ये मानते व व्यापक समाजहिताच्या दृष्टीने ती व्यवहारात यावी यासाठी प्रयत्न करते, तेव्हा त्यासाठीचे एक साधन म्हणूनही अशा सामाजिक प्रकल्पांचा उपयोग कंपन्यांना होतो.

कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीचे हे धोरण ठरविण्यात कंपन्यांचे संचालक मंडळच आघाडीवर असले तरी बरेचदा स्थानिक नागरिकांचे या संदर्भातील विचार जाणून घेण्यात येतात, असे आढळते. गंमत म्हणजे अनेकदा कंपन्यांनी 'स्थानिक' नागरिकांची व्याख्याही फार व्यापक केल्याचे आढळते. म्हणजे, कंपनीपासून केवळ काही किलोमीटर अंतरावर राहणारे ते 'स्थानिक' व कंपनी ज्या देशात कार्यरत आहे त्या देशाच्या कानाकोपऱ्यात कोठेही वास करणारे त्या देशाचे नागरिकही 'स्थानिक'च ! मग या 'स्थानिकां'च्या तसेच कर्मचाऱ्यांच्या गरजा व अपेक्षा आणि कंपनीच्या भागधारकांच्या अपेक्षा यांच्यात एक समतोल साधण्याच्या प्रयत्नांतून कंपन्यांचे हे धोरण आकाराला येते. साधारणतः या धोरणाची अंमलबजावणी करण्याचे काम कंपनीच्या संचालकांपैकी एका संचालकाकडे किंवा प्रमुख अधिकाऱ्याकडे सोपविलेले असते. तर, काही कंपन्यांमध्ये विशिष्ट विषयानुरूप त्या कार्याची जबाबदारी विशिष्ट व्यक्तीकडे दिली जाते.

उद्योगांच्या सामाजिक जबाबदारीत सर्वांत जास्त महत्त्व देण्यात आले आहे ते नैतिकतेला. नैतिक मूल्यांच्या आधारे व्यापार करणे, भ्रष्टाचाराला व अनीतीला थारा न देणे व हे आपले 'कॉर्पोरेट कल्चर' समाजमनावर ठसावे, असेच बहुतांश कंपन्यांचे मत आहे. दुसऱ्या क्रमांकावर उद्योगांचे समाजाशी असलेले संबंध आणि तिसऱ्या क्रमांकावर कामगारविषयक नियमांचे पालन हे मुद्दे आहेत. खरे तर उद्योगांचे समाजाशी असलेले संबंध या मुद्याचा समावेश, 'उद्योगांची सामाजिक जबाबदारी' या अंतर्गत केला जातोच, असे नाही. पण, मुळात या संकल्पनेची ती एक पायाभूत/मूलभूत प्रेरणा आहे. त्यामुळे अनेक कंपन्यांनी या मुद्याला प्राधान्य देऊन त्याला दुसरा क्रमांक दिला आहे. तसेच या तीनही मुद्यांची जबाबदारी कंपनीच्या सर्वोच्च मंडळाची आहे असेही स्पष्ट करण्यात आले आहे. या शिवाय, पर्यावरणाची जपणूक करणे, आरोग्य व सुरक्षाविषयक बाबींची काळजी घेणे, बालकामगार प्रथा बंद करणे आणि मानवाधिकारांचा आदर करणे या बाबींचा समावेश जबाबदारीच्या यादीत करण्यात आला आहे. मात्र ही कार्यकारी मंडळाची जबाबदारी मानली गेली आहे.

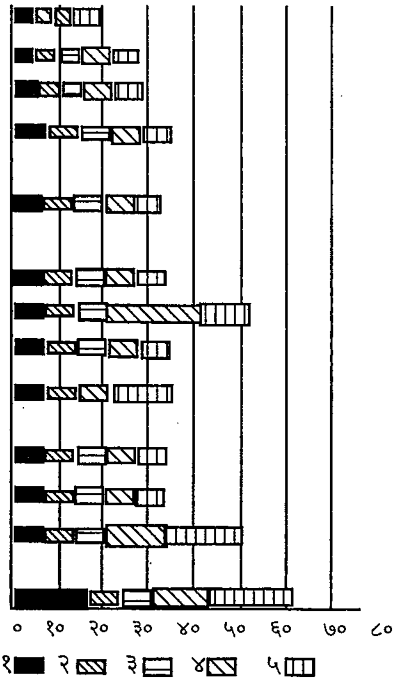
आता या सर्व बाबींची प्रत्यक्ष अंमलबजावणी विविध कंपन्या कशा प्रकारे करतात ? पर्यावरण, सुरक्षा व तत्सम बाबींच्या अंमलबजावणीबाबत काही नियामक यंत्रणा अस्तित्वात असल्याने त्या संदर्भात कंपनीकडून काही त्रुटी राहू नयेत, यासाठी बहुतांश कंपन्यांमध्ये विशिष्ट व्यक्तीकडे ती जबाबदारी सोपविण्यात आली आहे.

कधी उद्योगातील एक 'टीम' यासाठी तयार केली जाते तर कधी स्वयंसेवी संस्थांची मदत घेऊन हे धोरण राबविले जाते. कुठे या कामासाठी स्वतंत्र विश्वस्त संस्था स्थापन केली जाते तर कुठे शासनाबरोबर सहभागी होऊन कामे केली जातात. कधीकधी हे धोरण काही प्रसंगांपुरतेच, तात्कालिक राबवून ते स्थगितही केले जाते. विविध कंपन्यांची हे धोरण राबविण्यामागील प्रेरणा, ते राबविण्यात येणाऱ्या अडचणी आणि भविष्यात या धोरणांतर्गत कंपन्यांनी कोणकोणती कामे करावीत असे कंपन्यांना वाटते, या बाबी पुढील तीन आलेखांतून मांडण्यात आल्या आहेत (हे आलेख अगदी काटेकोर, प्रमाणबद्ध नाहीत. मात्र त्यांतून सर्वसाधारण प्राधान्यक्रम ढोबळमानाने स्पष्ट होतो).



धोरण राबविण्यात येणाऱ्या अडचणी

(१)भागधारकांकडून होणारी विचारणा/धोके
(२)सांस्कृतिक मतभिन्नता
(३)सरकारीधोरणाच्या कार्यवाहीतील बदल
(४)जागतिक पातळीवरील धोरणाची अंमलबजावणी स्थानिक पातळीवर न होणे
(५)केवळ नफाकेंद्री व अल्पकालीन उद्दिष्टांच्या पूर्ततेवर अतिरिक्त भर
(६)सरकारी संस्थांची अनास्था
(७)हितसंबंधांमुळे होणारी अडचण
(८)या धोरणात अंतर्भूत असलेली गतिमानता
(९)संस्थात्मक, कायदेशीररित्या व नियमनाच्या दृष्टीने अपुरी असणारी यंत्रणा
(१०)संकल्पनेची व्यापकता
(११)परिणाम दिसण्यासाठी लागणारा वेळ
(१२)आर्थिक कामगिरी व हे धोरण यांच्यात अपेक्षित असणारा समतोल
(१३)या धोरणामुळे होणारे आर्थिक फायदे नेमकेपणाने न समजणे

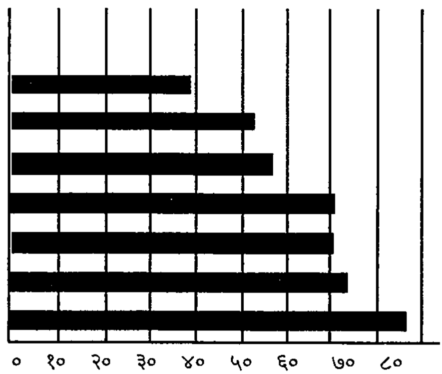


प्राधान्यक्रम (%)

भविष्यातील धोरणात काय हवे ?

(१)देणग्या
(२)नियमितपणे कर भरणे
(३)बालकामगार प्रथा बंद करणे
(४)भ्रष्टाचार न करणे
(५)नफा मिळविणे
(६)कर्मचाऱ्यांचे आरोग्य व सुरक्षितता
(७)पर्यावरणाचे रक्षण

(%)



अशा रीतीने भारतीय उद्योगक्षेत्रात सामाजिक जबाबदारीची संकल्पना स्थिरावली आहे. 'कॉर्पोरेट सिटिझन' म्हणून आपली ओळख असावी अशी इच्छा मनामनांत निर्माण झाली आहे. यासाठी उपरोक्त अडचणी दूर करून योग्य धोरण आखणे आवश्यक आहे. ✿✿

(पृष्ठ १० वरून)
तिचा विचार झाल्याने तिचा उपयोग जो तो आपल्याला सोयीस्कर अशा पद्धतीने करीत असल्याचे सध्याचे चित्र आहे. या गोंधळामुळे या संकल्पनेच्या उपयोगितेवर मर्यादा येतात. निर्णय घेणाऱ्या अधिकारी वर्गाला ती मार्गदर्शक ठरत नाही आणि विश्लेषणाचे एक साधन म्हणूनही ती प्रभावी ठरत नाही. तिच्या व्यापकतेमुळे अभ्यासकांचेही तिच्याबाबत एकमत नाही. असे असले तरी पुढे दिलेल्या काही बाबी या साधारणपणे सर्वांनी मान्य केल्या आहेत (१)उद्योगांमुळे समाजावर व पर्यावरणावर होणाऱ्या परिणामांबाबतची जबाबदारी ही अखेरीस औद्योगिक कंपन्यांची ठरते, असे अनेकांना वाटते. अशा वेळी ती एका व्यक्तीची वा कायद्याच्या चौकटीत बसणारी असेलच असे नाही (२) कंपन्यांच्या कामकाजात ज्यांचा सहभाग असतो त्या पुरवठादारांच्या वागणुकीबाबतही कंपन्या जबाबदार ठरतात (३) खरेदी-विक्रीच्या वा इतर माध्यमातून कंपन्यांचा एका मोठ्या समाजाशी संपर्क येतो. हा परस्परसंबंध टिकविणे व वाढविणे हे अखेरीस कंपन्यांच्या कामाचाच एक भाग बनते. हे कार्य सामाजिक जबाबदारी मानण्याची भूमिका कंपन्यांनी घेतल्यास ते अधिक चांगल्या पद्धतीने घडून येण्यास मदत होते.

१९९०च्या दशकात या संकल्पनेचा स्वतंत्र व सविस्तर विचार होऊ लागला तो प्रामुख्याने विकसित राष्ट्रांमध्येच. त्यातही 'कामगारांचे अधिकार' हाच त्यातील महत्त्वाचा घटक ठरत होता. त्यानंतर जागतिकीकरणाच्या प्रक्रियेला वेग आला. जागतिक अर्थव्यवस्थेत व बाजारपेठेत विकसनशील देशांचा सहभाग वाढू लागला. साहजिकच ही संकल्पना या देशांमध्येही प्रवेशिली. या देशांच्या संदर्भात उद्योगांच्या सामाजिक जबाबदारीचे स्वरूप आणखी वेगळे झाले. अशा प्रकारे ही संकल्पना देशादेशांप्रमाणे बदलत जाऊन ती व्यापक झाली. या पार्श्वभूमीवर, आज असे आढळते की उद्योगांच्या सामाजिक जबाबदारीत साधारणपणे मानवाधिकार, कामगारांचे अधिकार, पर्यावरणाचे रक्षण आणि समाजाच्या विकासासाठी सामाजिक उपक्रमांत सहभाग या विषयांचा अंतर्भाव झाला आहे.

उद्योगांच्या सामाजिक जबाबदारीबाबत अशा चर्चा झडत असतानाच त्यावर टीका होणे हेही स्वाभाविकच होते. या टीकाकारांमध्येही दोन गट पडल्याचे दिसते. भांडवलशाहीच्या समर्थकांच्या मते ही संकल्पना म्हणजे भांडवलशाहीत रुजलेला एक चुकीचा विचार आहे. तर, सातत्यपूर्ण आर्थिक विकासाला पाठिंबा देणाऱ्यांच्या

मते विकासाचा सर्वंकष विचार याद्वारे होत नाही त्यामुळे ती अपुरीच ठरते. नुकतेच काळाच्या पडद्याआड गेलेले मुक्त अर्थव्यवस्थेचे पुरस्कर्ते प्रसिद्ध अर्थतज्ज्ञ मिल्टन फ्रिडमन यांच्या मते कोणत्याही उद्योगाचे एकमेव उद्दिष्ट हे, 'सर्व प्रकारच्या स्रोतांचा जास्तीत जास्त उपयोग करून नफा मिळविणारेच व्यवहार केले पाहिजेत,' असेच असते. त्याचा आधार घेऊन असे म्हटले जाते की, ही संकल्पना व्यापाराच्या या मूळ उद्दिष्टाशी सुसंगत ठरत नाही. अनेकविध प्रकारचे सामाजिक प्रश्न सोडविण्याची उद्योगांची क्षमता असते का, असाही एक प्रश्न या संकल्पनेसंबंधी टीका करताना उपस्थित केला जातो. सामाजिक व पर्यावरणविषयक बाबींना महत्त्व दिल्याने उद्योगांचा नफा घटण्याची शक्यता असते व पर्यायाने हा भागधारकांचा तोटा असतो, असाही पवित्रा काही जण घेतात. पण नफा घटला तरी आपल्या श्रीमंतीत काही प्रमाणात तरी समाजाला सामावून घेता येते ही भावना गुंतवणुकदारांपासून कर्मचाऱ्यांपर्यंत सर्वांना एक वेगळेच समाधान देऊन जात असावी. म्हणूनच की काय, आजच्या 'कॉर्पोरेट' जगतात 'कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी'चे नाणे खणखणीत वाजते आहे. ✿✿

सामाजिक जबाबदारीची काही रूपे

- **अमेरिका** - आपल्या वैयक्तिक कृतींचा समाजावर जो काही परिणाम होतो त्याची जबाबदारी आपण स्वीकारणे. कंपन्या व कर्मचारी यांनी स्वतःमध्ये बदल करून आपली भूमिका तपासणे आणि आपली जबाबदारी व उत्तरदायित्व वाढविणे.
- **ब्राझील** - समाजाचा आर्थिक विकास घडवून आणणे, कामगारांच्या क्षमता वाढविणे, पर्यावरणाचे रक्षण करणे आणि नीतिमूल्यांच्या आधारे व्यापार करणे.
- **अर्जेन्टिना** - स्थानिक नागरिकांसमोर असलेल्या आव्हानांना प्रतिसाद देणे, शिक्षणाच्या सोयी उपलब्ध करणे, कामगारांना प्रशिक्षण देऊन नोकऱ्यांमध्ये सुरक्षिततेची हमी देणे व समाजाचा आर्थिक विकास घडवून आणणे.
- **नेदरलँड्स्** - स्थानिक व सांस्कृतिक भेद समजून घेऊन, मानवाधिकारांना महत्त्व देऊन नीतिमूल्यांच्या आधारे नेतृत्व करणे.
- **फिलिपिन्स** - आपण समाजाचे देणेकरी आहोत असे उद्योगांनी मानणे, समाजाकडून घेतलेले समाजाला परत देणे.
- **घाना** - सातत्यपूर्ण विकासासाठी सर्व प्रकारच्या क्षमतांचा विकास करणे.
- **थायलंड** - स्थानिक प्रश्नांना महत्त्व देऊन प्रत्यक्ष कृती करणे.

सोशल फूटप्रिंट : सामाजिक परिणामांचा मापक

पर्यावरणाचा सातत्याने होणारा ऱ्हास रोखण्यासाठी तसेच त्याचे रक्षण-संवर्धन करण्यासाठी सातत्यपूर्ण विकासाची संकल्पना पुढे आली. याचेच पुढचे पाऊल म्हणून कॅनडातील परिसरविज्ञानतज्ज्ञ विलियम रीस यांनी 'इकॉलॉजिकल फूटप्रिंट' ही शब्दयोजना १९९६ साली प्रथम उपयोगात आणली. 'इकॉलॉजिकल फूटप्रिंट' हे मोजमापाचे एक साधन आहे. मोजमाप कशाचे तर, एखाद्या व्यक्तीचे अथवा मानवसमूहाचे भरणपोषण करण्यासाठी, त्याचे जीवन आणि जगणे हे दोन्ही सातत्यशील राहावे यासाठी त्याला किती जमीन, पाणी व इतर नैसर्गिक साधनसामग्री लागेल याचे. जमीन म्हणजे तिच्या पोटातील खनिजे, क्षार इथपासून ते जंगले, वनस्पती इत्यादी सर्वकाही. आजच्या आधुनिक जीवनशैलीचा विचार करता माणसाला ज्या काही वस्तू लागतात त्यांच्या निर्मितीसाठी जे एकूण क्षेत्र आवश्यक असते, त्याचे मोजमाप या संकल्पनेद्वारे केले जाते. या 'इकॉलॉजिकल फूटप्रिंट'च्याच धर्तीवर 'सोशल फूटप्रिंट' ही संकल्पना बेतलेली आहे. पण एवढेच यांतील साधर्म्य. 'इकॉलॉजिकल फूटप्रिंट'मध्ये संसाधनांचा होणारा वापर आणि उपलब्ध असणारी संसाधने यांच्यातील फरकाचा अभ्यास केला जातो. तर, 'सोशल फूटप्रिंट'मध्ये गरजेची संसाधने कोणती आणि त्यांतील किती संसाधने उपलब्ध करण्याचा निर्णय झाला आहे, या फरकाचा अभ्यास केला जातो.

तसे पाहता, ही संकल्पना अगदी अलीकडची आहे व ती व्यवहारात अद्याप पूर्णपणे रुळलेली नाही. 'सेंटर फॉर सस्टनेबल इनोव्हेशन'चे (CSI) संचालक मार्क मॅक-एलरॉय हे आपली ही संकल्पना व्यवहारात रुजण्यासाठी पुढाकार घेत आहेत. 'सोशल फूटप्रिंट' ही मोजमापाची व अहवाल तयार करण्याची एक विशिष्ट पद्धत आहे. या पद्धतीद्वारे, औद्योगिक संस्थांना विविध संसाधनांच्या संदर्भात (पाणी, जमीन इत्यादी), आपल्या औद्योगिक कार्याचा परिणाम नागरिकांवर व समाजावर कसकसा होतो, ते मोजता येणार आहे. शिवाय ही पद्धत प्रत्येक कंपनीच्या गरजेनुसार वापरता येण्यासारखी आहे. विशेषतः, ज्या उद्योगांनी सामाजिक जबाबदारीची संकल्पना मान्य केली आहे, त्यांच्यासाठी ही सैद्धांतिक संकल्पना आणि तिच्या व्यवस्थापनाची चौकट हे दोन्हीही उपयुक्त ठरणार आहे.

या 'सोशल फूटप्रिंट' मागील तत्त्वज्ञान अगदी सोपे आहे. औद्योगिक व्यवहारांमधील सातत्यपूर्णता (sustainability) गणितीय पद्धतीने मोजणे हे याचे उद्दिष्ट आहेच; पण त्यातही महत्त्वाचे असे की ही पद्धत कंपन्यांकडून प्रत्यक्ष झालेल्या कार्यावर (कृतीआधारित) आहे. त्यात वैयक्तिक व सामूहिक जबाबदारी या दोन्हींना सारखेच महत्त्व देण्यात आले आहे. एखाद्या उद्योगसमूहातर्फे करण्यात येणाऱ्या कृतींमध्ये तेथे काम करणाऱ्या सर्वांचा प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष असा सहभाग असतो वा त्यांचा त्याला पाठिंबा असतो, असे येथे गृहीत धरले जाते. म्हणजे अशी कृती ही एकाच वेळी वैयक्तिक तसेच सामूहिक असते, अशी ही भूमिका आहे. यात 'अँथ्रोकॅपिटल' (anthrocapital) म्हणजे सामाजिक, मनुष्यबळविषयक व मनुष्यनिर्मित अशा भांडवलाशी निगडित सर्वंकष बाबी विचारात घेतल्या जातात. हे सर्व मोजमाप करताना ते कंपनीच्या परिघाबाहेर जाणार नाही, याची योग्य काळजी या पद्धतीत घेतली जाते.

नेदरलँड्स्‌मधील ग्रोनिंगगेन विद्यापीठाच्या सहकार्याने विविध कंपन्यांचे असे मोजमाप करण्याचा प्रकल्प हाती घेण्यात आला आहे. या पद्धतीचा अवलंब करण्याच्या हेतूने, सातत्यपूर्ण विकासाच्या संदर्भात 'सेंटर फॉर सस्टनेबल इनोव्हेशन'ने काही वेगळे सिद्धान्त व व्यवहार्य उपाय सुचविले आहेत. त्यासाठी त्यांनी मांडलेल्या पद्धतीत खालील बाबींचा समावेश आहे (१) सातत्यपूर्णता शोधण्यासाठी भागाकार-पद्धत म्हणजे quotients approach to sustainability (२) 'अँथ्रोकॅपिटल' (anthrocapital = social + human + constructed capital) - यात social म्हणजे मानव समूहाला एकत्र येऊन काम करण्यासाठी आवश्यक असलेली सर्व प्रकारची यंत्रणा, human म्हणजे आरोग्य व शिक्षण-प्रशिक्षणाच्या सोयी उपलब्ध झालेले कुशल व अनुभवी मनुष्यबळ व constructed - म्हणजे मानवनिर्मित रस्ते, कारखाने, यंत्रे इत्यादी बाबींचा समावेश होतो (३) numeric scores - म्हणजे सातत्यपूर्ण विकासाची एक किमान पातळी ठरवून ती कमी होणार नाही याची दक्षता घेऊन मग कंपन्यांच्या कामगिरीचे केलेले संख्यात्मक मूल्यमापन होय. अर्थात ही पद्धत अद्याप व्यवहारात रूढ झालेली नसून त्याबद्दल चर्चा चालू आहे. ही पद्धत एका सोप्या उदाहरणावरून समजून येईल. समजा, एखाद्या समाजातील सर्व मुलांना प्राथमिक शिक्षण देण्यासाठी दर वर्षाला एक कोटी रुपये (हे 'अँथ्रोकॅपिटल' असेल) लागतात (याला आपण भाजक - denominator म्हणू), आणि त्या समाजाकडे

फक्त ८० लाख रुपये यासाठी आहेत (याला आपण भाज्य -nominator म्हणू). तर त्या समाजगटाच्या 'सोशल फूटप्रिंट'चे हे मोजमाप ८० लाख/१ कोटी म्हणजे ०.८ असे येईल. एकापेक्षा कमी मूल्य म्हणजे 'अ-सातत्यपूर्ण' (unsustainable)असे मानले तर हा व्यवहार सातत्यपूर्ण ठरताना दिसत नाही, असे म्हणता येते. अशा प्रकारे उत्तर शोधणे म्हणजे quotients approach to sustainability. एखादा व्यवहार हा 'अ-सातत्यपूर्ण' आहे अथवा नाही हे आपल्याला 'अँथ्रोकॅपिटल'मुळे समजून घेणे शक्य होते. समजा कोणत्याही प्रकारच्या 'अँथ्रोकॅपिटल'ची 'गरज भागण्याची किमान पातळी' (minimum levels of sufficiency) ही शोधता आली तर 'सोशल फूटप्रिंट'ची उपयोगिता स्पष्ट होते.

या पद्धतीचा उपयोग करून कॅलिफोर्नियास्थित (अमेरिका) ड्यूपॉन्ट कंपनी वापरत असलेल्या पाण्याबद्दल काही अभ्यास करण्यात आला. या कंपनीने २००१ ते २००३ या कालावधीत किती पाणी वापरले त्याची माहिती प्रसिद्ध केली होती. ही माहिती भाज्य - nominator म्हणून वापरण्यात आली. तसेच कॅलिफोर्नियातील एका संशोधन संस्थेने कॅलिफोर्नियातील उपलब्ध पाण्याच्या साठ्याबाबत काही माहिती प्रसिद्ध केली होती. पाण्याच्या साठ्याची ही माहिती भाजक - denominator म्हणून वापरण्यात आली. सातत्यपूर्णता असलेली आदर्श संख्या - 'सस्टेनेबोलिटी कोशंट' (sustainability quotient) हा जागतिक पातळीवरील निकष लक्षात घेऊन मोजण्यात आला. या आकडेमोडीनंतर असे लक्षात आले की ड्यूपॉन्ट कंपनीचा पाण्याचा वापर हा जास्त आहे. म्हणजे तो 'अ-सातत्यपूर्ण' (unsustainable) या गटात मोडतो.

'सोशल फूटप्रिंट'नुसार एखाद्या कंपनीची सातत्यपूर्णता (sustainability) जेव्हा आपण म्हणतो, तेव्हा त्या कंपनीच्या वेगवेगळ्या कृतींमधील वा त्या कंपनीच्या उत्पादनप्रक्रियेतील सातत्यपूर्णता अपेक्षित असते. म्हणजे, एखादी कंपनी पर्यावरणाच्या दृष्टीने 'अ-सातत्यपूर्ण' गटात मोडते तेव्हा तिचे कार्य वा उत्पादनप्रक्रिया हे 'अ-सातत्यपूर्ण' गटात मोडते, आणि एखाद्या प्रक्रियेचे 'अ-सातत्यपूर्ण' असणे हे तिच्यामुळे घडून येणाऱ्या अंतिम परिणामानुसार ठरते. 'सोशल फूटप्रिंट' मोजण्याच्या पद्धतीत दोन मुद्दे महत्त्वाचे ठरतात. सामाजिक जबाबदारीचे कंपनीतर्गत व्यवस्थापन कसे करायचे, म्हणजे त्याची कार्यपद्धती कशी ठरवायची हा पहिला मुद्दा. तर 'अँथ्रोकॅपिटल' ठरविताना त्यातील प्रत्येक घटकाचा वाटा कसा ठरवायचा, हा दुसरा मुद्दा. पण अशी काही आकडेमोड करण्यासाठी मनुष्यबळाचा विचार कसा करायचा हा प्रश्न मात्र सुटत

नाही. म्हणून त्यासाठी 'पीपल फीट' अशी संकल्पना मांडण्यात आली आहे. 'पीपल फीट' म्हणजे 'सस्टेनेबोलिटी कोशंट' शोधण्यासाठी ठरविण्यात आलेले भाजक - denominator निश्चित करण्यासाठी असलेले एकक (युनिट). उदाहरणार्थ - समजा एखाद्या कंपनीत दहा हजार कर्मचारी आहेत. मग या सर्वांचा कंपनीच्या कामासाठी किती वेळ खर्च होतो ते शोधायचे. समजा प्रत्येक जण आठवड्यातील ४० तास कंपनीसाठी खर्च करतो तर त्यांचे वर्षभराचे तास होतात ४०x५२ =२०८०. वर्षभरातील एकूण तास ८७६० (३६५ x२४) मग हा भागाकार येतो २०८०/८७६० = ०.२४. 'पीपल फीट' =०.२४x १०,०००= २४००. मगाशी उल्लेख केलेल्या ड्यूपॉन्ट कंपनीचे उदाहरण या संदर्भात घेता येईल. समजा तेथे २००१ ते २००३ या कालावधीत सतत ६० हजार कर्मचारी कामाला होते. तर त्या काळातील त्यांचा 'पीपल फीट' १४,४०० (६०,०००x०.२४) असा येतो. पृथ्वीवरील उपलब्ध पाणी सर्वांनी समान प्रमाणात वापरायचे असे ठरविले तर कंपनीने १४,४०० 'पीपल फीट' पाणीच वापरले पाहिजे, असा त्याचा अर्थ होतो. त्या प्रमाणात कंपनीने पाणी वापरायचे ठरविले तर त्या कंपनीचा 'सोशल फूटप्रिंट' बरोबर १.० म्हणजे सातत्यपूर्णता असलेला येतो. पण या कंपनीने पाण्याचा वापर प्रमाणापेक्षा जास्त केल्याने त्यांचा 'सोशल फूटप्रिंट' या कालावधीत १.३७, १.१७ व १.१३ असा आला. 'सोशल फूटप्रिंट' समजून घेण्यासाठी हे एक साधारण कच्चे वा ढोबळ उदाहरण आहे. हे काही आदर्श वा बिनचूक नाही.

कंपन्यांच्या सामाजिक जबाबदारीच्या संदर्भात 'सोशल फूटप्रिंट' ही संकल्पना महत्त्वाची ठरू शकते. कारण, कंपन्यांनी आपली सामाजिक जबाबदारी नेमकी किती प्रमाणात फेडायची त्याचा अंदाज अशा काही पद्धतींनी घेता येऊ शकतो, असे अभ्यासकांना वाटते. उदाहरणार्थ, अमेरिकेतीलच वॉलमार्टची सातत्यपूर्णता तपासण्यात आली. त्या वेळी असे लक्षात आले की या कंपनीने सामाजिक जबाबदारीच्या दृष्टिकोणातून संयुक्त राष्ट्रसंघाच्या 'सहस्त्रकाच्या विकास उद्दिष्टा'साठी (मिलेनियम डेव्हलपमेंट गोल्स्) जेवढा निधी उपलब्ध करून दिला होता त्यापेक्षा दुप्पट निधी उपलब्ध करून दिला असता तर त्या कंपनीचा 'सोशल फूटप्रिंट' हा सातत्यपूर्ण ठरला असता.

एकतर सामाजिक जबाबदारी मानायची आणि अशा पद्धतीने आपला 'सोशल फूटप्रिंट' मोजायचा असा खटाटोप कंपन्या करतील का ? शिवाय या मोजमापानंतर एवढया प्रमाणावर निधी द्यावा लागला तर कंपन्या तयार होतील का ? मग त्यांच्या आर्थिक साम्राज्याचे काय होईल ? हे प्रश्न मात्र सध्या अनुत्तरित आहेत.

परिचय

फ्री लंच

'फ्री लंच' ही शब्दांची जोडगोळी कधीही एकटी येत नाही. या दोन शब्दांशीच दोन अक्षरी एक नाव अभिन्नपणे जोडलेले आहे - मिल्टन फ्रिडमन. २० व्या शतकातील अर्थविचारविश्वावर आपला प्रगाढ ठसा उमटविणारा असा हा ज्येष्ठ आणि श्रेष्ठ अर्थशास्त्रज्ञ आता काळाच्या पडद्याआड गेला असला तरी 'देअर इज नो सच् थिंग ॲज अ फ्री लंच' हे त्यांचे विख्यात वचन त्यांच्या स्मृतिंइतकेच चिरस्थायी आहे. गंमत म्हणजे, 'फ्री लंच' आणि 'फ्रिडमन' असे अद्वैत असले तरी या संकल्पनेचे जनक फ्रिडमन हे नव्हतेच ! 'फ्री लंच'या संकल्पनेचा अवतार झाला १९ व्या शतकात. अर्थविज्ञानाच्या क्षेत्रात या संकल्पनेचा प्रवेश आणि प्रसार घडविण्यास कारणभूत ठरलेल्यांत एच.एल. मेन्कन, अल्बर्ट नॉक, हेन्री हॅझलिट, फ्रॅन्क शोदोरोव आणि इझबेल पॅटरसन या पत्रव्यावसायिकांचा ढोबळमानाने निर्देश केला जातो. 'जगात कोठेही काहीही फुकट मिळत नाही. प्रत्येक वस्तूची, सेवेची - इतकेच काय, प्रत्येक सुखाचीही किंमत - कोणत्या ना कोणत्या स्वरूपात मोजावी लागतेच' हा 'फ्री लंच'या संकल्पनेचा साधा, सरळ,सोपा इत्यर्थ. 'इथे सॅन्डविचेस् फुकट मिळतील', अशी जाहिरात १९ व्या शतकातील काही शक्कलबाज दुकानदार तसेच हॉटेल-लॉजमालकांनी ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी केली. मात्र, हॉटेलला भेट देणाऱ्या प्रत्येकाच्याच ध्यानी आले की हे फुकट सॅंडविचेस् तेथे चहा पिणाऱ्यांसाठीच काय ते होते. चहा पिणे -तोही खणाखण पैसे मोजून - हे बंधनकारक. चहा न घेता नुसतेच फुकट सॅंडविचेस् ऑर्डर करणाऱ्यांना तत्काळ बाहेरचा रस्ता दाखविण्यात आला ! घरीदारी सर्वत्र हेच तत्त्व लागू पडते. कल्याणकारी राज्यकारभाराचे कंकण बांधलेले सरकारही तुम्हा-आम्हांला स्वतःच्या खिशातून काहीच देत नसते. सरकारकडे स्वतःचा असा पैसा असतोच कोठे ? कररूपाने तुमच्या-आमच्या खिशातून गोळा केलेला पैसाच तर सरकार दुसऱ्या रूपाने आपल्याला परत करत असते. व्हिएतनाम युद्धादरम्यान सक्तीच्या लष्करी सेवेचे ऐलान करताना, 'या तरुणांना विनामूल्य शिक्षण आणि शाळेमध्ये सवलतीच्या दरात उदरभरणाची सोय नाहीतरी सरकारनेच पुरविली नव्हती का ?' असा बडगा अमेरिकी प्रशासनाने उगारला होताच की. अखेर कोठही 'फ्री लंच' मिळत नसते हेच खरे !

✿✿

पळा, पळा की वाचवा, वाचवा !

'पळा, पळा कोण पुढे पळे तो' याला अनुसरून विविध देशांच्या आर्थिक विकासाचा गाडा आज वेगाने धावतो आहे. धावताना कितीही दमछाक झाली तरी थांबायला वेळ आहे कोणाला ? कारण, थांबला तो संपला ! पण ही मानसिकता बदलण्याची वेळ आली आहे, असे म्हटले जात आहे. कारण, आर्थिक विकासाचे उद्दिष्ट गाठण्यासाठी नैसर्गिक संसाधनांवर फार ताण पडतो आहे. त्यातच वाढत्या लोकसंख्येमुळे निसर्गावरील भारही दिवसेंदिवस वाढतोच आहे. 'ग्लोबलायझेशन' आणि 'ग्लोबल वॉर्मिंग' या 'जी२ ' मुळे या वसुंधरेचे काय होणार, अशी भीती वाटू लागली आहे. ही भीती केवळ पर्यावरणवादीच व्यक्त करीत आहेत, असे नाही. तर, अनेक क्षेत्रांतील अभ्यासकही त्या सुरात सूर मिसळत आहेत. ज्येष्ठ अर्थतज्ज्ञ व कोलंबिया विद्यापीठातील 'अर्थ इन्स्टिट्यूट'चे संचालक जेफरी सॅक्स यांनीही अलीकडे सर्व राष्ट्रांच्या सरकारांनी सातत्यपूर्ण विकासाची दिशा पकडावी, असे सुचविले आहे. त्यासाठी सातत्यपूर्ण विकासाचे उद्दिष्ट असलेले विशेष मंत्रालय स्थापन करण्याची आवश्यकता असल्याचेही त्यांनी स्पष्ट केले आहे. आज जगापुढे उभ्या ठाकलेल्या या 'जी२ ' आव्हानांचा विचार करता, जागतिक पातळीवरील राजकारण व राजकीय व्यवस्था/पद्धती या, त्या आव्हानांना सामोरे जाण्यासाठी अतिशय अपुऱ्या पडताहेत, असे प्रतिपादन त्यांनी केले आहे.

परिसरविज्ञान, पर्यावरण या गटात मोडणाऱ्या प्रश्नांबाबतही सर्वंकष विचार होत नसून त्यांची उत्तरे युद्ध किंवा राजकीय मुत्सद्देगिरीच्या दृष्टिकोणातून शोधण्यात येत आहेत असे स्पष्ट करून ते सुदान येथील दारफूरमधील परिस्थितीचे उदाहरण देतात. सुदानमधील संघर्ष हा मुळात गरिबीतून व सततच्या दुष्काळी परिस्थितीतून उद्‌भवलेला प्रश्न आहे. गरिबीने गांजलेल्या या प्रदेशातील नागरिकांना १९८० च्या दशकापासून ते आजपर्यंत दुष्काळाला सामोरे जावे लागत आहे. वातावरणातील बदलांमुळे सुदान व एकूणच आफ्रिकेतील सहारा वाळवंटाच्या दक्षिणेकडील भागांत पावसाचे प्रमाण गेल्या काही वर्षांपासून सतत कमी होत आहे. पावसावरच जेथे सर्व काही अवलंबून आहे तेथे दुष्काळ म्हणजे जणू मृत्यूचा सापळाच ! असे असूनही तेथील दुष्काळी परिस्थितीबाबत उपाययोजना करण्याऐवजी तेथे युद्धसमर्थक धोरण

का राबविले जात आहे, या प्रश्नाचे उत्तर शोधण्याचाही प्रयत्न होत नाही. या भागातील लाखो नागरिकांचा उदरनिर्वाह पशुपालन व शेती यांवर अवलंबून असून त्यांच्यासाठी पाण्याचे धोरण ही सर्वांत प्राधान्याची बाब आहे. मात्र, संयुक्त राष्ट्रसंघासारख्या आंतरराष्ट्रीय संस्थांमध्येही या संदर्भात उपाय सुचविताना लष्कर व निर्बंध या मुद्यांवर चर्चा होते आणि मूळ प्रश्न दुर्लक्षिलाच जातो.

सुदानशिवाय जगातील इतरही अनेक देशांमध्ये पाण्याचा प्रश्न दिवसेंदिवस उग्र रूप धारण करीत असल्याचे दिसते. मध्य आशियातील गाझा किनारपट्टीच्या प्रदेशात इस्रायल आणि पॅलेस्तिन यांच्यातील ताणाचे एक मुख्य कारण पाण्याचे संकट व दूषित पाण्यामुळे होणारे आजार हे आहे. तरी हा प्रश्न सोडविण्याऐवजी तेथे लाखो-करोडो डॉलर केवळ संहारक शस्त्रांवर खर्च होत आहेत. चीन व भारत या दोन देशांचा विकासही वेगाने होत असून नजीकच्या भविष्यात तेथेही पाण्याचा प्रश्न भेडसावणार आहे. कारण, अतिवापरामुळे जमिनीतील पाण्याचे साठे अपेक्षेपेक्षा वेगाने संपत असून त्या तुलनेत पावसाचे पाणी जमिनीत साठण्याची प्रक्रिया मात्र मंदगतीने होत आहे. वातावरणातील बदलांमुळे नद्यांमधील पाणीसाठ्यांवर परिणाम होत असून त्याचाही फटका या दोन देशांना बसणार आहे. एवढेच नव्हे तर , अगदी अमेरिकेतदेखील पाण्याचा प्रश्न उद्‌भवू शकतो. एकंदरीत पाण्याचा प्रश्न सर्वांनाच डोकेदुखी ठरणार आहे. तेल आणि नैसर्गिक वायू यांची मागणी फार मोठ्या प्रमाणावर वाढल्यामुळे व त्यांचे साठे मर्यादित असल्यामुळे या दोन्हींच्या किंमतीत प्रचंड भाववाढ झाली; तसेच अन्न व पाण्याबाबत घडू शकते, अशी भीतीही जेफरी सॅक्स यांनी व्यक्त केली आहे.

पर्यावरणाचा व आर्थिक विकासाचा योग्य विचार केला नाही तर हा समाज कोसळण्याची शक्यता नाकारता येत नाही, असे मत अभ्यासक जॅरेड डायमण्ड यांनीही मांडले आहे *(पाहा-कोसळणारा समाज, अर्थबोधपत्रिका, जुलै २००६)*. म्हणजे, अभ्यासकांच्या मते आर्थिक विकासामागे पळताना, 'पर्यावरण वाचवा,' असे म्हणण्याची वेळ येऊन ठेपली आहे. वाढती लोकसंख्या, हवामानातील बदल आणि दुष्काळ व वादळे यांचा सामना करता करता मानवी समाज मेटाकुटीला आला तर अशा अस्वस्थ समाजात युद्धे होणे हे अटळ ठरेल की काय आणि अलीकडे झालेली काही युद्धे हे याचे सुतोवाच ठरते का, अशा प्रकारच्या चर्चा विविध विषयांच्या अभ्यासकांमध्ये होणे ही खरी काळजीची बाब आहे. या चर्चा कागदोपत्रीच राहतील की समाज त्यापासून बोध घेईल ? ✿✿

शिक्षणाने वाढावा निश्चय, जीवन-जय करावया

दिखाऊ कपडे, कोरडी ऐट/ नोकरपेशी थाटमाट/
हे शिक्षणाचे नव्हे उद्दिष्ट/ ध्यानी घ्यावे नीट हे आधी//
अजब ऐसी शिक्षणाची प्रथा/ जेथे कामी न ये बापाची संथा/
बाप करी शेतीची व्यवस्था/ मुलगा मागे नोकरी//
व्हावे मोठे बाबुसाहेब/ काम जुजबी, पैसा खूब/
मोठी पदवी, दिखाऊ ढब/ ही उच्चता म्हणोचि नये//
नुसते नको उच्च शिक्षण/ हे तो गेले मागील युगी लपोन/
आता व्हावा कष्टिक, बलवान/ सुपुत्र भारताचा//
शिक्षणातचि जीवनाचे काम/ दोन्हींची सांगड व्हावी उत्तम/
चिंता नसावी भोजनासाठी दाम/ मागण्याची भीक जैसी//
मुलात एखादा तरी असावा गुण/ ज्याने पोट भरेल त्यात निपुण/
नये संसारमाजी अडचण/ कोणत्याही परि//
जीवनाच्या गरजा संपूर्ण/ निर्वाहाचे एकेक साधन/
संबंधित विषयांचे समग्र ज्ञान/ यांचा अंतर्भाव शिक्षणी//
नदी, तलाव आणि विहिरी/ यात पोहणे नानापरी/
आपत्ती येता धावोनि तारी/ ऐसे शिक्षण असावे//
गावी भोजनाचे असती प्रसंग/ स्वयंपाक करता यावा यथासांग/
हेहि कला शिकवावी सप्रयोग/ मुलां-मुलींसि//
घरी ज्याची उणीव पडे/ मुलगा धावोनि पुरवी कोडे/
धडाडीने कर्म करण्या धडपडे/ तरीच शिक्षण कामाचे//
विद्येअंगी व्हावा विनय/ विद्या करी स्वतंत्र, निर्भय/
शिक्षणाने वाढावा निश्चय/ जीवन-जय करावया//
याचसाठी शिक्षण घेणे/ की जीवन जगता यावे सुंदरपणे/
दुबळेपण घेतले आंदणे/ शिक्षण त्यासि म्हणो नये//

(ग्रामगीता : अध्याय १९)

शिक्षणाचे उद्दिष्ट आणि शिक्षणाचे अपेक्षित परिणाम, याबाबत आजवर अपरंपार भवती न भवती झालेली आहे. पुढेही ती तशीच चालू राहील. कारण मुळात, जीवन ही ज्याप्रमाणे गतिमान चीज आहे त्यचप्रमाणे शिक्षण हीसुद्धा तितकीच गतिमान प्रक्रिया आहे. किंबहुना, ती तशी असणे हेच अभिप्रेत आहे. अन्यथा, बदलत्या वास्तवाला समर्थपणे तोंड देण्याची क्षमता व्यक्तीच्या ठायी निर्माण करण्यात ते शिक्षण कुचकामीच ठरेल. याचाच अर्थ हा की, जीवन जगण्याची, ते सुंदरपणे जगण्याची, जीवनातील संघर्षास सामोरे जाण्याची, त्या संघर्षावर विजय मिळविण्याची विजिगिषू वृत्ती मनीमानसी ठसवण्याची ऊर्मी मनुष्यमात्राच्या अंतःकरणात जागविणे, हेच शिक्षणाचे आद्य उद्दिष्ट असले पाहिजे. तुकडोजी नेमके हेच तर सांगत आहेत. शिक्षणाचे हे ध्येय स्वच्छपणे समजावून घेतले नाही तर मात्र सारीच दिशाभूल होते. गाभा हातून निसटतो आणि आपण नुसतीच फोलपटे चिवडत बसतो. त्यामुळे वरपांग बळजोर होतो. छानछोक आणि थाटमाट यांचेच मोल वाढते. वर्खदार जीवनशैली आणि ती सहजप्राप्य बनविणारी जरतारी चाकरी हेच उच्च शिक्षणाचे एकमात्र ध्येय बनते. त्यामळे एकंदर अध्यनच परीक्षार्थी तर उभे शिक्षण पोटार्थी बनते. अशा शिक्षणाचा रोजच्या जीवनाशी असणारा सांधा निखळतो. केवळ गुण मिळविण्याचा अवगुण जडतो आणि अंगच्या निसर्गदत्त गुणांचा परिपोष शिक्षणाच्या संस्कारांद्वारे घडविण्याची दृष्टीही हरपते. मग अशा शिक्षणाला जीवन-शिक्षणाची लज्जत लाभत नाही. पुस्तकांद्वारे मिळणारे शिक्षण आणि जगाच्या विशाल ग्रंथाद्वारे क्षणोक्षणी होणारे अनुभव शिक्षण यांचा परस्परांशी मेळ घालण्याचा संस्कार मग मन-बुद्धीवर उमटतच नाही. परिणामी, छापील पानांवरील पुस्तकी विद्या मिटलेल्या वह्यापुस्तकांतच गोठून जाते. जगण्याच्या व्यापारात तिचे उपायोजन होतच नाही. मग शिक्षणाद्वारे उन्नत मूल्यांचे संस्कार घडणे तर राहिले दूरच, उलट श्रमपूजनासारख्या मूलभूत मानवी मूल्याचेही मोल आपण विसरू लागतो. अशा शिक्षणाद्वारे व्यक्तिमत्वामध्ये दाटते एक प्रगाढ निबरपण. त्यातुन फोफावतो अहंकार. खरे जीवनदायी शिक्षण मात्र माणसाला विनयशील बनविते, हे तुकडोजी या ठिकाणी आग्रहाने बजावतात. विनयशीलता आणि विद्यार्थीवृत्ती यांचे तर अतुट साहचर्य. या साहचर्यातून फुलते सातत्यशील शिक्षण. असे सातत्यशील शिक्षण माणसाला प्रथम स्वतंत्र आणि मग निर्भय बनविते. आत्मनिर्भरतेचे अधिष्ठान असल्याखेरीज अशी निर्भयता नांदत नाही....आणि व्यक्तीला पूर्णतः आत्मनिर्भर बनविणे हेच तर शिक्षणाचे मूलभूत उद्दिष्ट नाही का ? ✿✿

संदर्भसूची

बांधिलकीचा उद्योग - (1) International Affairs 81.3 (2005)
(2) www.oxbiz.org
(3) www.infochangeindia.org
(4) www.sustainableinnovation.org
(5) The India CSR Survey 2002
(6) www.bsr.org
(7)www.ebnsc.org
(8)www.iccwbo.org
(9)www.pwblf.org
(10)www.hrw.org
(11)The Economic Times 18 Nov. 2006

भेट अंक योजना

'अर्थबोधपत्रिका' या उपक्रमात सहभागी झाल्याबद्दल आपले आभार. यात आपल्यासारख्या अनेकांचा सहभाग वाढावा, यासाठी आम्ही आपल्याकडून एक छोटी मदत मागत आहोत. 'अर्थबोधपत्रिका' आपल्यासारख्याच आणखी काही उत्सुक व्यक्तींपर्यंत पोचण्यासाठी आपणास विनंती अशी की, आपण आपल्या परिचयातील वाचनोत्सुक अशा व्यक्तींची नावे व पत्ते आम्हाला लेखी कळवावीत. म्हणजे आम्ही त्यांना 'भेट अंक' पाठवू. अंक आवडल्यास त्यांना 'पत्रिके'चे वाचक बनण्याबरोबरच संस्थेच्या समृद्ध ग्रंथालयाचाही लाभ घेता येईल.

'अर्थबोधपत्रिके'च्या सदस्यांसाठी वाचनसंधी

भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनी या संस्थेच्या संदर्भ ग्रंथालयात सामाजिक, आर्थिक, राजकीय व अन्य विषयांवरील सुमारे बारा हजारांवर उत्तमोत्तम ग्रंथ आहेत. केवळ इतकेच नाही तर, इकॉनॉमिस्ट, डाउन टू अर्थ, करंट सायन्स, इकॉनॉमिक ॲन्ड पोलिटिकल वीकली यांसारख्या विख्यात नियतकालिकांचे गेल्या अनेक वर्षांचे अंकही संग्रहात आहेत. 'अर्थबोधपत्रिके'च्या सदस्यांना या संदर्भ ग्रंथालयाचा लाभ विनामूल्य घेता येईल. या वाचनसंधीबाबत अधिक तपशीलासाठी व्यवस्थापकांकडे चौकशी करावी.

भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनीचे नवे प्रकाशन

आपल्या दैनंदिन जीवनावर प्रभाव पाडणाऱ्या क्रांतिकारी मेंदूसंशोधनावरील आकर्षक, सचित्र व संग्राह्य ग्रंथ

कर्ता-करविता

आधुनिक मेंदूसंशोधन व आपले जीवन

मराठी भाषेला अभिमान वाटावा असे पुस्तक - डॉ. ह. वि. सरदेसाई

● मेंदूसंशोधन ही एक क्रांतीच! मानवी जीवनाला अधिक उच्च टप्प्यावर नेणारी ऐतिहासिक घटना! या क्रांतीचा आलेख रेखाटणारा ग्रंथ.

पृष्ठे २४२ किंमत ३५०/-रुपये

ग्रंथ घेणाऱ्यांना अर्थबोधपत्रिका मासिक एक वर्ष विनामूल्य

अर्थबोधपत्रिका वर्गणीदारांसाठी विशेष योजना

(१ जून २००६ पासून)

वार्षिक वर्गणी	फक्त १०० / - रुपये
द्वैवार्षिक वर्गणी	फक्त १८० / - रुपये व 'अर्थबोधपत्रिके'चा मेंदूसंशोधन विशेषांक भेट
त्रैवार्षिक वर्गणी	फक्त २६० / - रुपये व एक पुस्तिका भेट
पंचवार्षिक वर्गणी	फक्त ४०० /- रुपये व दोन पुस्तिका भेट

पुस्तिका - (१) भारतातील लोकसंख्यावाढीचा प्रश्न : लेखिका - कुमुदिनी दांडेकर (किंमत ३०/-रुपये) (२) सक्तीचे प्राथमिक शिक्षण : (इंग्रजी व मराठी) लेखक - जयकुमार अनगोळ (दोन्हीची किंमत ३०/-रुपये प्रत्येकी) (४) शोध घेते ते शिक्षण : लेखक - प्रा. रमेश पानसे (किंमत -५०/-रुपये) (५) मेंदूसंशोधन विशेषांक (किंमत ४०/-रुपये)

ग्रंथालयातील नवी पुस्तके

Global Migration and The World Economy : Two Centuries of Policy and Performance : By Timothy J. Hatton and Jeffrey G. Williamson, The MIT Press, Cambridge, 2005, Pages : xi + 471, Price : $ 75/-

जागतिकीकरण आणि उदारीकरणाच्या प्रक्रियेचे एक अभिन्न अंग म्हणून अलीकडच्या काळात एकूणच उत्पादक घटकांची आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील चलनशीलता आणि चलनवलन पूर्वीच्या तुलनेत प्रचंड प्रमाणात वाढले असल्याचे अनुभवास येते. त्यातही पुन्हा, तसे पाहिले तर कच्चा माल, उत्पादन तंत्रज्ञान, सुटे भाग यांसारख्या उत्पादक घटकांचे आंतरराष्ट्रीय आदानप्रदान हा तसा पूर्वापार चालत आलेला भाग आहे. मात्र, जागतिकीकरणामुळे खरी चालना मिळाली भांडवल तसेच श्रमशक्तीच्या चलनशीलतेला. या उभयतांपैकी, मनुष्यबळ अथवा श्रमिकांच्या आंतरराष्ट्रीय स्थलांतरणामुळे जगभरच ठिकठिकाणी उद्‌भवत असलेल्या तसेच घडून आलेल्या विविध परिणामांचे अतिशय रोचक आणि तितकेच विश्लेषक चित्रण या पुस्तकात वाचावयास मिळते. या अभ्यासाचे एक मुख्य वैशिष्टय म्हणजे, काळाचा विचार केला तर या विषयाचा ऊहापोह करताना लेखकद्वयांनी संदर्भासाठी वापरलेला कालपट जवळपास तब्बल दोन शतकांचा - म्हणजे १९ व्या शतकापासूनचा - आहे. औद्योगिक क्रांती आणि त्यानंतर घडून आलेली दळणवळण तसेच वाहतुकीच्या साधनांसंदर्भातील तंत्रज्ञानात्मक क्रांती यांनी जगभर घडून येत असलेल्या मानवी स्थलांतरण तसेच चलनवलनाचे प्रमाण व गुणात्मकता यांवर नेमका काय व कसा प्रभाव टाकला आहे, याचे मनोज्ञ विवरण ग्रंथात आहे. भांडवलाचे स्थलांतरण आणि श्रमशक्तीचे स्थलांतरण यांचे त्या त्या अर्थव्यवस्थांवर होणारे परिणाम हे गुणात्मकरीत्या वेगवेगळे असतात. त्यामुळे, परदेशी भांडवलाचे स्वागत करण्यास उत्सुक असणाऱ्या अर्थव्यवस्था परदेशी कामगार-कर्मचाऱ्यांचेही तितक्याच उत्साहाने स्वागत करतील, याची शाश्वती नसते. याचे कारणही समजण्यास तितकेसे अवघड नाही. बाहेरच्या देशातून स्थलांतरणाद्वारे येणारे कामगार त्या त्या देशातील श्रमांच्या बाजारपेठेवर प्रभाव पाडत असतात. श्रमांच्या स्थानिक बाजारपेठेतील रोजगाराची परिस्थिती, वेतनदर आदी बाबींवर जाणवणाऱ्या या प्रभावाचे अतिशय विवेचक विश्लेषण या पुस्तकात अभ्यासावयास मिळते. ■■

RNI, Regn.No. MAHMAR/2002/9806
Declaration Ref. P.H.M./S.R./180/VIII/2005
Postal Regn.No.PR/RNP/PNW/M/231/2003-2006
L.W.P. LICENCE NO. L-502
Posted at Market Yard P.S.O. on 10th of each month

भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनी

स्थापना ■'इंडियन स्कूल ऑफ पोलिटिकल इकॉनॉमी' ही संस्था प्रसिध्द अर्थतज्ज्ञ वि. म. दांडेकर यांनी १९७० साली स्थापन केली.

उद्दिष्टे ■भारताच्या सामाजिक, राजकीय, व आर्थिक समस्यांचा अभ्यास व संशोधन करणे. ■अभ्यासक, संशोधक, सामाजिक व राजकीय कार्यकर्ते, शासनकर्ते, उद्योजक, उद्योग - व्यवसायातील वरिष्ठ अधिकारी व सामान्य जनता यांना वरील विषयांचे ज्ञान व माहिती देणे. ■इंग्रजी व इतर भारतीय भाषांमध्ये संदर्भित विषयांवरील साहित्य/पत्रके/ पुस्तिका योग्य नमुन्यात प्रकाशित करणे.

उपक्रम ■संस्थेतर्फे १९८९ सालापासून, भारताच्या आर्थिक, सामाजिक, राजकीय विचारांना वाहिलेले एक इंग्रजी त्रैमासिक('जर्नल ऑफ इंडियन स्कूल ऑफ पोलिटिकल इकॉनॉमी') चालवले जाते. ■संस्थेतर्फे वेळोवेळी, विविध विषयांवर अभ्यासशिबिरे, कार्यशाळा, चर्चासत्रे, गटचर्चा यांसारखे कार्यक्रम आयोजित केले जातात. ■अलीकडे, संस्थेतर्फे सर्वसामान्य माहिती विभिन्न वाचकांना देणाऱ्या, वेगवेगळ्या विषयांवरील छोट्या पुस्तिका तयार करून वितरित करण्याचे काम हाती घेण्यात आले आहे.

- संस्थेचे नियंत्रण मंडळ -

•अजित कर्णिक •विकास चित्रे •कुमुदिनी दांडेकर
•ललित देशपांडे •द.ना. धनागरे •आनंद नाडकर्णी •रमेश पानसे
•मनोहर भिडे •नीळकंठ रथ •व्ही.एम्.राव •ए.वैद्यनाथन
•रामदास होनावर •योगेंद्र यादव

इंडियन स्कूल ऑफ पोलिटिकल इकॉनॉमी (भारतीय अर्थविज्ञानवर्धिनी) पुणे या संस्थेच्या मालकीचे हे मासिक, मुद्रक व प्रकाशक रामदास होनावर यांनी एस. के. प्रिंटर्स, परज अपार्टमेंट, २०५ शनिवार पेठ, पुणे - ४११०३० येथे छापून 'अर्थबोध', ९६८/२१-२२, सेनापती बापट मार्ग, पुणे - ४११०१६ येथून प्रकाशित केले. संपादक : अभय टिळक