खेड तालुका शिक्षण प्रसारक मंडळाचे,

साहेबरावजी बुट्टेपाटील महाविद्यालय, राजगुरूनगर

ता. खेड, जि. पुणे- 410 505

अर्थशास्त्र विभाग

(शैक्षणिक वर्ष 2019 - 2020 पासून)

वर्ग:- प्रथम वर्ष कला शाखा (F.Y.B.A.) G-I

विषय:- (भारतीय आर्थिक पर्यावरण-II)

सेमिस्टर :- II

अर्थशास्त्र विभाग प्रमुख- डॉ. उमेश भोकसे

SBM ECO

प्रकरण पहिले
सेवा क्षेत्र पर्यावरण

1.1 भारतीय अर्थव्यवस्थेत सेवा क्षेत्राची भूमिका :-

भारतातील सेवा क्षेत्राची वाढ ही आर्थिक वाढीच्या पारंपरिक क्षेत्राना मागे टाकून पुढे जाण्याचे उदाहरण आहे. स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतर ५० वर्षांच्या अल्पावधीत, सेवा क्षेत्राने देशातील जीडीपीमध्ये (Gross Domestic Product; स्थूल देशांतर्गत उत्पादन) सिंहाचा वाटा उचलला आहे. भारतातील जीडीपीमध्ये या क्षेत्राचे योगदान ६०% पेक्षा जास्त आहे. तथापि, अद्याप या क्षेत्रात उपलब्ध श्रमिक शक्तीपैकी केवळ २५% कामगारांनाच नियुक्त केले जाते. परिणामी आपला बहुसंख्य नोकरदार वर्ग शेती आणि उत्पादन क्षेत्र यांवरच रोजगारासाठी अवलंबून आहे. हे भारतातील भविष्यकालीन आर्थिक विकासासाठी मोठे आव्हान आहे. ते पेलण्यासाठी भारतातील सेवा उद्योगाच्या क्षमतेचा त्वरित उपयोग करण्यास चालना देणारा नवीन, चौकटीबाहेरचा विचारकरण्याची आवश्यकता आहे. 'इन्व्हेस्ट इंडिया' भारतीय अर्थव्यवस्थेमधील सेवा क्षेत्रातील

योगदानाचा, त्याच्या यशाचा आढावा घेते आणि भविष्यात समान आर्थिक वाढ घडवू शकतील अशा घटकांवर संशोधन करते.

1. निव्वळ राष्ट्रीय उत्पादनामध्ये वाटा -

सद्य:स्थितीत घटक किमतीनुसार (राष्ट्रीयउत्पादन) देशाच्या निव्वळ उत्पादनात सेवा क्षेत्राचा सर्वाधिक वाटा आहे. २०००-२००१ नुसार सेवा क्षेत्राचा राष्ट्रीय उत्पन्नातील वाटा ४८.५% आहे आणि याखेरीज, एकूण कार्यरत लोकसंख्येपैकी २२.९% लोक या क्षेत्रात कार्यरत आहेत.

2. औद्योगिकीकरणास मदत -

उद्योगांचा विकास देशातील वाहतूक, दळणवळण, वीज, बँकिंग इत्यादींच्या कामगिरीवर आणि सुधारणांवर अवलंबून आहे. कच्चा माल, तयार वस्तू तसेच मजुरांची आवश्यक ठिकाणी ने-आण करण्यासाठी वाहतूक व्यवस्था मदत करते. दळणवळणाच्या साधनांमुळे औद्योगिक वस्तूंच्या बाजारपेठेचा विस्तार होण्यास मदत होते. वीज आणि बँकिंग सेवा दुर्गम भागातील उद्योगांना भरभराट करण्यास मदत करतात.

SBM ECO

3. शेती विस्तार -

सेवा क्षेत्र चांगल्या संपर्क (नेटवर्क) सुविधा देऊन कृषीउत्पादन विकसित करण्यास मदत करते. तसेच कच्चा माल आणि तयार वस्तू एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी नेण्यास मदत करते.

4. प्रादेशिक असंतुलन दूर करते -

सेवा क्षेत्र सुव्यवस्थित परिवहन आणि संपर्क सेवा पुरवते. देशातील मागासलेल्या प्रदेशात शिक्षण आणि वैद्यकीय सोयींचा विस्तार करते तसेच पुरेशी बँकिंग सेवा देखील प्रदान करते. अशा रीतीने सेवा क्षेत्र देशातील प्रादेशिक असंतुलन आणि विषमतेची समस्या दूर करण्यास मदत करते.

5. बाजारपेठेची वाढ -

सेवा क्षेत्र कृषी आणि औद्योगिक या दोन्ही क्षेत्रांना विविध प्रकारच्या सेवा पुरवते. अन्यप्रकारे हे क्षेत्र कृषीजन्य आणि औद्योगिक उत्पादनांसाठी योग्य बाजारपेठ वाढवण्यास साह्यभूत ठरते.

6 उच्च दर्जाचे जीवनमान -

वाहतूक आणि दळणवळण, बँकिंग आणि विमा, शिक्षण आणि आरोग्य इत्यादी क्षेत्रांतील चांगल्या सेवांमुळे जीवनमानाची गुणवत्ता किंवा देशातील राहणीमान वाढते व देशाला आर्थिक विकासाचा मार्ग तयार करण्यासाठी साह्यभूत होते. तसेच सेवा क्षेत्र देशाच्या मानव विकास निर्देशांकाचे (Human Development Index, एचडीआय) मूल्य सुधारण्यास देखील मदत करते.

7 उत्पादकता वाढ -

हे क्षेत्र कामगार वर्गाला पुरेसे तांत्रिक शिक्षण आणि योग्य वैद्यकीय सुविधा देऊन मदत करते. शिवाय, वाहतूक आणि संपर्क प्रणालीचे सुव्यवस्थित नेटवर्क कामगारांमधील गतिशीलता आणि माहिती वाढवते. या सर्वगोष्टींमुळे मजूरअधिक कुशल आणि कार्यक्षम झाल्यामुळे त्याचवेळी उत्पादकता वाढू शकते.

8 आंतरराष्ट्रीय व्यापारात वाढ -

आंतरराष्ट्रीय व्यापार वाढविण्यासाठी उत्तम प्रकारे विकसित सेवा क्षेत्राची, विशेषत: वाहतूक, दळणवळण, बँकिंग इत्यादींची मदत होते. त्यामुळे हे देशातील परकीय चलनाचा साठा वाढविण्यात सहाय्य होते.

1.1 भारतीय सेवा क्षेत्रासमोरील आव्हाने :-

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र -

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र हे राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेच्या दृष्टीने अर्थव्यवस्थेचे एक चतुर्थक्षेत्र म्हणून ओळखले जाते. हे ज्ञानावर आधारित आहे आणि त्यात विशिष्ट संशोधन आणि विकास (संशोधन आणि विकास) समाविष्ट आहे.

SBM ECO

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र विस्तृत संकल्पना दर्शविते, ज्यात ज्ञान आणि माहितीवर आधारित सर्व सेवांचा समावेश आहे, म्हणजेच आरोग्य, शिक्षण, माहिती आणि संप्रेषण तंत्रज्ञान इत्यादी.

चतुर्थक्षेत्र हे उच्च शिक्षणावर आधारित आहे आणि त्यासाठी अत्यधिक कुशल कामगार आवश्यक आहेत. ज्ञानाधिष्ठित **क्षेत्र** विशेषत: प्रगत देशांमध्ये वाढत आहे आणि इतर क्षेत्रांमध्ये, विशेषत: उद्योग आणि सेवांमध्ये नावीन्य आणण्यासाठी महत्त्वाची भूमिका बजावतात.

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र नवीन बाजारपेठ विकसित करते, नवीन उद्योग तयार करते, नावीन्य पूर्णसेवा, उत्पादने किंवा कामाच्या पद्धती तयार करते म्हणूनच ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र देशाच्या अर्थव्यवस्थेसाठी आणि समाजाच्या विकासासाठी महत्त्वाचे आहे.

व्याख्या :-

अर्थव्यवस्थेचे क्षेत्र जे ज्ञानाधिष्ठित क्रियांवर आधारित असते आणि भौतिक साधनांपेक्षा बौद्धिक भांडवलावर अधिक अवलंबून असते अशा क्षेत्राला ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र असे म्हणतात.

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्रामध्ये प्रामुख्याने हायटेक मॅन्युफॅक्चरिंग जसे संगणक, इलेक्ट्रॉनिक्स, एरोस्पेस; सेवा क्षेत्रातील उद्योग जसे शिक्षण, आरोग्यसेवा, सॉफ्टवेअर डिझाईन, विमा, माहिती आणि संप्रेषण यांसारख्या सेवा यांचा समावेश होतो.

पारंपरिक क्षेत्रामध्ये आर्थिक घडामोडींमध्ये उत्पादनांचे मुख्य घटक जमीन, कामगार, भांडवल, उद्योजक हे असतात, तर ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्रामध्ये लाईनवर कामगारांनी वस्तूचे उत्पादन करण्यापासून ते कामाच्या पद्धतीमध्ये लवचिकता आणणे, तसेच उत्पादन निर्मिती आणि विपणनाच्या प्रक्रियेमध्ये नवीन व्यावसायिक कल्पनांचा समावेश करणे यांचा अंतर्भाव असतो.

ज्ञानाचे प्रकार :-

SBM ECO

अप्रच्छन्न ज्ञान - तथ्ये, आकडेवारी, डेटा.
ध्वनित ज्ञान - गोष्टी कशा कार्यकरतात, अनुभव, निर्णय, अंतर्ज्ञान, लोकांशी वागण्याचा मार्ग.

शैक्षणिक पात्रता ही एखाद्याचे अप्रच्छन्न ज्ञान दर्शवते आणि काही प्रमाणामध्ये ध्वनित ज्ञान दर्शवते; परंतु ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्रामध्ये ज्ञान हे स्वतः अनुभव घेऊन काम करून मिळवले जाते जे पारंपरिक शिक्षण पद्धतीच्या पलीकडील असते. नावीन्य आणि ज्ञान हे अर्थव्यवस्थेसाठी नेहमीच महत्त्वाचे राहिले आहे. काही अर्थशास्त्री असे म्हणतात, की गेल्या काही दशकांमध्ये आधुनिक अर्थव्यवस्थाही अधिक ज्ञानाधिष्ठित अर्थव्यवस्था बनत चालली आहे. तंत्रज्ञानाच्या उद्योगांची वाढ, सेवा क्षेत्राची वाढ, स्वयंरोजगारात वाढ, आणि बौद्धिक संपदा म्हणजेच पेटंटच्या संख्येमध्ये वाढ दर्शवतात.

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्राची वैशिष्ट्ये :-

➢ ज्ञान आणि माहिती उत्पादकतेचे प्रमुख वाहक असतात.

➢ उच्च तंत्रज्ञान गुंतवणूक आणि उद्योगांची वाढ.

➢ शिक्षण, संप्रेषण आणि माहिती यांसारख्या ज्ञान केंद्रित सेवांमध्ये वाढ.

➢ ज्ञान हे एक अमर्यादित संसाधन आहे. भांडवल वापरून संपून जाऊ शकते; परंतु ज्ञान नाही. ज्ञान हे न गमावता वाटले जाऊ शकते. ज्ञान वाटल्यामुळे किंवा सामायिकरण केल्यामुळे एकूण ज्ञान वाढविण्यात मदत होते.

➢ उच्च कुशल कामगार/ विद्यापीठ पदवी मागणीवाढ.

➢ इनोव्हेशन उत्पादक आणि वापरणाऱ्यांना चालना देते. उदा. मुक्तस्रोत प्लॅटफॉर्म/ ग्राहक फीडबॅक.

➢ एका उद्योगापासून दुसऱ्याउद्योगात ज्ञान पसरते.

➢ ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र हे जागतिकीकरणाच्या प्रक्रियेशी निगडित असते आणि ज्ञानाचा जागतिक प्रसार करते.

➢ ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र आणि हाय-टेक इंडस्ट्री उत्पादन प्रक्रियांच्या वाढीव स्वयंचलनासाठी बढावा देते ज्यामुळे कामगार बाजारात वेगवान बदल घडतात.

SPM ECO

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्राचे महत्त्व :-

- व्यवसायास अधिक कार्यक्षम, गतिमान आणि नावीन्यपूर्ण होण्यास मदत करू शकते.
- उत्पादनात नवीनता आणि आनुकूलता आणणे शक्य होते.
- बौद्धिक भांडवल महत्त्वाची भूमिका बजावते. उद्योगांना अर्थव्यवस्थेच्या नवीन पद्धतीशी जुळवून घेत कामगारांना आकर्षित करणे आणि टिकवून ठेवणे आवश्यक बनते.
- ज्ञानाचा प्रसारकरणे आणि नवीन कार्यपद्धतींचा लाभ मिळविण्यासाठी सहयोगी नेटवर्कना मदत करू शकतात.
- नवीन वाढीचे सिद्धांत मानवी भांडवलाची क्षमता आणि वाढत्या ज्ञानावर आधारित आर्थिक वाढीचे नवीन स्रोत आणि उत्पादकता उच्च स्तरावरप्रदान करण्यावर भर देतात.

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्राच्या समस्या :-

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्रामुळे उच्च कुशल आणि कमी कुशल कामगारांमधील वेतन असमानता वाढत आहे. जरी या वेतन असमानतेची इतर कारणे असली तरी ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र हे एक कारण असू शकते.

ज्ञानाधिष्ठित क्षेत्र हे ‘गिग अर्थव्यवस्था’ वाढण्याचे एक प्रमुख कारण आहे. गिग अर्थव्यवस्थाही एक मुक्तबाजारपेठ असून त्यात कंत्राटी रोजगार हे सर्वसामान्य असतात. यामुळे उच्च बौद्धिक क्षमता असणाऱ्यांना अधिक संधी निर्माण होतात; परंतु कमी कौशल्य असणाऱ्या कामगारांना तात्पुरते आणि कमी पगाराचे काम मिळू लागते.

शिक्षण क्षेत्र

शिक्षण क्षेत्रातील मुख्य समस्या पुढीलप्रमाने -

1. **शिक्षणावरील खर्च :-**

SBM ECO

शिक्षणावर, विशेषत: उच्च शिक्षणावर केलेल्या खर्चाबाबत सांगायचे, तर सरकारने सन २०१०-२०११ या वर्षात सुमारे १५,४४० कोटी रुपये खर्च केले. ही रक्कम या वर्षाच्या सुधारित अंदाजपत्रकाच्या अंदाजे ८५ टक्के इतकी आहे. नुकत्याच झालेल्या एनएसएसओच्या ६६ व्या सर्वेक्षणातून असे दिसून आले आहे, की सन १९९९ ते २००९ या दरम्यान शिक्षणावर केलेला खर्च देशातील ग्रामीण भागात ३७८ टक्क्यांनी आणि शहरी भागात ३४५ टक्क्यांनी वाढला आहे. सर्वेक्षणात असे दिसून आले आहे, की मुलांच्या शिक्षणावरील खर्चात ग्रामीण भागातील कुटुंबांसाठी ६३ टक्के आणि शहरी कुटुंबांसाठी ७३ टक्के इतकी तीव्र वाढ दिसून येते. तथापि, जर आपण शिक्षणावर होणारा खर्च जीडीपीच्या टक्केवारीच्या तुलनेत मोजला, तर भारत काही विकसित/विकसनशील देशांपेक्षा मागे पडला आहे.

2. शैक्षणिक प्रवेशाचा/ नाव नोंदणीचा एकूण आकृतिबंध :-

सध्या भारतात व्यवसाय व्यवस्थापनासह उच्च शिक्षणातील विविध शाखांत १.८६ कोटी विद्यार्थ्यांनी प्रवेश घेतला आहे. इतक्या मोठ्या संख्येने विद्यार्थी विविध प्रवाहात शिकत असूनही, उत्पादनाच्या क्षेत्रात कोणतेही महत्त्वाचे बदल दिसून आलेले नाहीत. याचे कारण असे की, कौशल्ये आणि गुणवत्ता आर्थिक उपक्रमांसाठी निरुपयोगी आहे आणि म्हणूनच या शिक्षित व्यक्तींच्या नोकरी मिळवण्याच्या व ती टिकवण्याच्या क्षमतेबद्दल गंभीर चिंता निर्माण झाली आहे. २०१० मध्ये भारतातील उच्च शिक्षणासाठी एकूण नावनोंदणी प्रमाण (जीईआर) १२ टक्के होते; पण देशात वेगवेगळ्या राज्यांत नोंदणी पातळी निरनिराळी असते. आपण हे देखील समजून घेणे आवश्यक आहे, की आपली नोंदणी पातळी इतर देशांपेक्षा खूप खालीआहे. उदा, एका अहवालानुसार, जीईआर चीन मध्ये २३ टक्के, ब्राझीलमध्ये ३४ टक्के, ब्रिटनमध्ये ५७ टक्के, ऑस्ट्रेलिया व रशिया या देशांमध्ये ७७ टक्के आणि अमेरिकेमध्ये ८३ टक्के आहे. या संदर्भात, २०२० पर्यंत विद्यार्थ्यांची संख्या वाढवून ३० टक्क्यांपर्यंतच्या जीईआरपर्यंत पोहोचवणे हे सरकारी अधिकाऱ्यांसाठी एक मोठे आव्हान आहे. अर्थात जेआरई स्कूल ऑफ

मॅनेजमेंट सारख्या नवीन संस्थांची सुरुवात भारतातील जीईआर जलद वाढविण्याच्या आव्हानाला तोंड देण्यासाठी उत्प्रेरकाची भूमिका बजावू शकते यात काही शंका नाही. एक सकारात्मक पाऊल म्हणून अकराव्या पंचवार्षिक योजनेच्या उर्वरित कालावधीसाठी सरकारने शैक्षणिक संस्थांची स्थापना किंवा विद्यमान शैक्षणिक संस्थांचा विस्तार, आठ विद्यापीठांची स्थापना, १ लाख विद्यार्थ्यांची नावे नोंदविण्याचे उद्दिष्ट पूर्ण करण्यासाठी महाविद्यालयांचा विस्तार तसेच राष्ट्रीय सरासरीपेक्षा कमी जीईआर असणाऱ्या प्रदेशात आदर्श महाविद्यालये स्थापित करण्याच्या योजनांसाठी राज्यांना प्रोत्साहन देण्यासाठी पुढाकार घेतला आहे.

3. क्षमतेचा वापर :-

भारतीय शिक्षण व्यवस्था मजबूत करण्यासाठी ज्याकडे लक्ष दिले पाहिजे असे आणखी एक आव्हान म्हणजे क्षमता वापर सुधारणे. उदा, उच्च शिक्षणासाठी भारतातील क्षमतेच्या वापरावर नुकत्याच झालेल्या अभ्यासातून असे दिसून आले आहे, की एमबीएच्या बाबतीत क्षमता वापर महाराष्ट्रात ५७ टक्के आणि हरियाणा मध्ये ७२ टक्के आहे. काही विशिष्ट राज्यांच्या बाबतीत शैक्षणिक संस्थांमध्ये जागा अनेक न भरलेल्या राहतात. एकीकडे आपल्याला आपला जीईआर सुधारण्याची आवश्यकता आहे, तर दुसरीकडे उच्च शिक्षण देण्यासाठी तयार केलेल्या संस्था तयार केलेल्या क्षमतेचा पूर्णपणे वापर करत असल्याची खातरजमाही करणे जरुरीचे आहे.

4. पायाभूत सुविधा :-

नवीन महाविद्यालयांमध्ये (खाजगीव सार्वजनिक क्षेत्रातील दोन्ही) क्षमतेचा पूर्ण वापरन होण्याचे/रिक्तजागांचे प्रमाण अधिक असण्याचे एक कारण म्हणजे संस्था चालविण्यासाठी आवश्यक भौतिक पायाभूत सुविधा पुरवण्यातली त्यांची असमर्थता. चांगल्या दर्जाच्या संस्थांची श्रेणी/ गुणानुक्रम ठरवण्यासाठी आवश्यक असलेल्या पायाभूत सुविधांमध्ये जागा (रिअल इस्टेट), अत्याधुनिक वर्गखोल्या, ग्रंथालय, वसतिगृहे, फर्निचर, क्रीडा सुविधा, वाहतूक, व्यावसायिक इमारती

SBM ECO

इत्यादींचा समावेश आहे. दर्जेदार भौतिक पायाभूत सुविधा पुरवण्यासाठी राजकीय हेतूने प्रेरित नसलेल्या खाजगी क्षेत्राचा सहभाग महाविद्यालयांच्या स्थापनेत आपण निश्चित करायला हवा.

5. पीपीपी मॉडेल :-

सरकार जीईआर, गुणवत्ता, गुंतवणूक, पायाभूत सुविधा इत्यादीअनेक मापदंडांनुसार शिक्षणपद्धती सुधारण्याच्या दृष्टीने प्रयत्न करीत आहे; परंतु शिक्षणात प्रचंड गुंतवणूक करून मोठे फेरबदल घडवून आणण्यामध्ये आपण शासनाला असणाऱ्या मर्यादा ओळखण्याची गरज आहे. मला खात्रीने वाटते, की भारतातील शिक्षण व्यवस्था सुधारण्यासाठी खासगी क्षेत्राने विशिष्ट भूमिका बजावण्यास सुरुवात केलीआहे. या संदर्भात, शिक्षणातील सार्वजनिक – खाजगी भागीदारीच्या (पब्लिक प्रायवेट पार्टनरशिप /पीपीपी) मॉडेलची शक्यता पडताळणे उपयुक्त ठरेल. यामुळे महागड्या पायाभूत सुविधा उपलब्ध करून देण्याकरता सरकारवर पडणारा बोजा कमी होईल आणि इतकेच नव्हे तर अत्याधुनिक इमारती, प्रयोगशाळा, ग्रंथालये, वसतिगृहे इत्यादींची निर्मिती देखील होऊ शकेल. या शिवाय विद्यापीठे / महाविद्यालये आणि कॉर्पोरेट कंपन्या यांच्या सहकार्याने संशोधन आणि विकासाचे संयुक्त प्रकल्प उभे राहू शकतील. विद्यार्थ्यांना सुट्टीच्या कालावधीत इंटर्नशिप किंवा कॉर्पोरेट प्रशिक्षणातून औद्योगिक कार्यप्रणालीची ओळख होईल तसेच इंटर्नशिप/ प्रशिक्षण इत्यादींसाठी कॉर्पोरेट्सद्वारे प्रमाणपत्रेही मिळतील. यातून संस्थांच्या ब्रँडिंगमध्ये व प्रतिमा तयार होण्यात मदत होईल. तसेच विद्यार्थ्यांची नोकरीसाठीची सिद्धता व पात्रता वाढवता येईल.

6. विद्यार्थी-शिक्षक गुणोत्तर/प्रमाण :-

भारतीय शिक्षण प्रणाली सुधारण्याचे आणखी एक आव्हान म्हणजे विद्यार्थी शिक्षकांचे गुणोत्तर/प्रमाण सुधारणे. जगातल्या तुलना करण्याजोग्या काही देशांपेक्षा भारतात हे प्रमाण खूप जास्तआहे. उदा. विकसित देशांमध्ये हे प्रमाण ११.४ आहे, तर भारताच्या बाबतीत ते २२.० इतके आहे. सीआयएस (१०.९),

वेस्टर्नएशिया (१५.३) आणि लॅटिन अमेरिका (१६.६) मध्ये बरेच कमी आहे. यामुळे (कमी गुणोत्तरामुळे) दर्जेदार शिक्षक भरती करण्याची आवश्यकता निर्माण होते आणि वर्ग हाताळण्यासाठी शिक्षकांना आवश्यक मदत मिळते. मला असेही वाटते, की विकसित देशांप्रमाणेच ज्यात विद्यार्थ्यांना अर्धवेळ अध्यापनाची नेमणूक दिली जाते, तशी आपण खालच्या स्तराचे वर्ग हाताळण्यासाठी तांत्रिक/उच्च शिक्षणात देऊ शकू का ही शक्यता पडताळून पाहायला हवे. अशा नेमणुकांमुळे विद्यार्थ्यांचा शैक्षणिक खर्च अंशतः भागविण्यास मदत होईल अशीही अपेक्षा आहे.

7. मान्यता व ब्रँडिंग – गुणवत्तेची मानके :-

आपल्या मोठ्या लोकसंख्येची कौशल्ये आणि नैसर्गिक क्षमता सुधारण्यासाठी आपल्या शिक्षण प्रणालीचा दर्जा आणि मानके वाढवण्याची आवश्यकता आहे. जागतिकीकरणामुळे जगात बऱ्याच संधी उपलब्ध असूनही आपले बरेच व्यावसायिक (अभियंते / डॉक्टर/ व्यवस्थापन व्यावसायिक) बेरोजगार आहेत हे सर्वज्ञात आहे. याला कारणीभूत असलेला एक मुख्य घटक म्हणजे गुणवत्तापूर्ण शिक्षणाचा अभाव. यामुळे अर्हता प्राप्त; परंतु नोकरीस अयोग्य असा गट तयार होतो. आपल्याला विद्यापीठे/ महाविद्यालये यांचे क्षमतामापन आणि मानांकन करण्यासाठी यंत्रणा उभारणे/ सक्रियकरणे आवश्यक आहे. सध्या भारतात संस्था/महाविद्यालयांना मान्यता मिळवण्याची सक्ती नाही. अधिकृत मान्यता देण्याच्या प्रस्तावावर सरकारने आधी चचर्चा सुरू केली आहे. आपण विद्यापीठे, महाविद्यालये/शाळा यांना मान्यता देणे आवश्यक आहे. फायनान्शियल टाईम्सने नुकत्याच जागतिक स्तरावर केलेल्या बिझिनेस स्कूल्सच्या २०११ या वर्षासाठी असलेल्या मानांकनात पहिल्या पंधरामध्ये भारतातील प्रसिद्ध बिझिनेस स्कूल्सपैकी फक्त दोनच संस्थांचा अकराव्याव तेराव्या क्रमांकावर सामावेश आहे. सर्वोच्च मानांकन मिळवणाऱ्या बहुतेक संस्था अमेरिकेच्या होत्या. या क्रमवारीत चीनदेखील भारतापेक्षापुढे होता. त्याच अहवालात असे दिसले, की या दोन शाळांच्या शुल्काच्या मोबदल्यात मिळणाऱ्या शिक्षणाच्या मूल्यासंदर्भात

SBM ECO

विचारकरता/ शुल्काच्यामानाने तिथे मिळणाऱ्या शिक्षणाचे मूल्य तुलनेने अमेरिकेच्या काही सर्वोत्तम शाळांच्या इतके उच्च नाही. तथापि, एक सकारात्मक बाब म्हणजे या उच्च दर्जाच्या भारतीय शाळांमध्ये शिकवणारे शिक्षक जागतिक दर्जाचे, डॉक्टरेट मिळवलेले आणि विद्यार्थ्यांपर्यंत दर्जेदारशिक्षण पोहोचविणारे आहेत. क्वाक्वारेली सिमंड्सच्या २०१० सालच्या विद्यापीठांच्या जागतिक क्रमवारीत, जगातील २०० नामांकित विद्यापीठांच्या यादीत फक्त एक भारतीय शैक्षणिक संस्था समाविष्ट आहे, तर ५३ संस्था अमेरिकन आहेत, वेबमेट्रिक्सच्या २०११ च्या मानांकनानुसार तर कोणतेही भारतीय विद्यापीठ आढळत नाही; पण याच यादीमध्ये ९९ अमेरिकन विद्यापीठे समाविष्टआहेत. ही मानांकने प्रामुख्याने असे दर्शवतात, की आपल्याला जागतिक मानके असलेलीउत्कृष्टता केंद्रे (सेंटर्स ऑफ एक्सलन्स) विकसित करण्याची आवश्यकता आहे. अलीकडच्या काळात उच्च शिक्षणाचे मापदंड विकसित करण्यामध्ये खासगी क्षेत्राचा वाढता सहभाग पाहता दर्जा संदर्भात जागतिक कसोट्यांवर उतरणाऱ्या/ जागतिक मानांकनाच्या मापदंडांवर क्षमता सिद्ध करणाऱ्या अधिक संस्था ज्या भागात कमी जीईआर आहे तिथे निर्माण/स्थापन करण्याची आपल्याला आवश्यकता आहे. मला असे समजले आहे, की जेआरई स्कूल ऑफ मॅनेजमेंटची स्थापना एशिया-पॅसिफिक मधील सर्वात मोठ्या खाजगी शैक्षणिक गटाच्या सहकार्याने केली गेली आहे आणि म्हणून जागतिक स्तरावरील दर्जेदार शिक्षणासाठी प्रयत्न करणे हे या संस्थेचे मुख्य उद्दिष्ट असेल.

SBM ECO

8. परदेशात शिक्षण घेणारे विद्यार्थी :-

सुरुवातीला सांगितल्याप्रमाणे, भारतात उच्च शिक्षण संस्था सर्वाधिक आहेत. असे असूनही आम्हाला असे दिसले, की परदेशात उच्च शिक्षण घेण्यास इच्छुक विद्यार्थ्यांची संख्या वाढत आहे. विकिपीडियाच्या अहवालानुसार २००६ साली, १.२ लाख विद्यार्थ्यांनी परदेशात उच्च शिक्षण घेण्याचा पर्याय निवडला, त्यांपैकी सुमारे ७६,००० विद्यार्थ्यांनी अमेरिकेला गंतव्यस्थान म्हणून पसंती दिली. अमेरिकेनंतर पसंती क्रमात यू.के., कॅनडा आणि ऑस्ट्रेलिया हे देश होते. तथापि, २०१०-११

मध्ये, अंदाजे १.०३ लाख विद्यार्थ्यांनी अमेरिकेत शिक्षण घेण्यासाठी प्रवेश घेतला होता. ऑस्ट्रेलियातही प्रवेश घेणाऱ्यांची संख्याही वाढत आहे. (ऑस्ट्रेलियात) २००४ ते २००९ या कालावधीत वेगवेगळ्या अभ्यासक्रमांमध्ये प्रवेश घेणाऱ्या विद्यार्थ्यांची संख्या ३०,००० वरून ९०,००० पर्यंत वाढली. त्याचप्रमाणे, उच्च शिक्षणासाठी पसंती क्रमात दुसऱ्या क्रमांकाचे गंतव्य स्थान असलेल्या यूकेत शिक्षण घेणाऱ्या विद्यार्थ्यांची संख्या १९९९ ते २००९ च्या दरम्यान दुपटीने वाढली. २००९ मध्ये सुमारे १९,२०५ विद्यार्थी यूकेमध्ये शिकत होते. वित्तीय संस्थांकडून कर्जकाढून परदेशात शिक्षणासाठी प्रवेश घेण्यासाठी भारतीय विद्यार्थ्यांना अनेक घटक प्रोत्साहित करतात. यात पुढील घटक अंतर्भूत असतात: अ) शिक्षणाची गुणवत्ता, (ब) समृद्धीत वाढ आणि आकांक्षा आणि (क) सामाजिक प्रतिष्ठा तसेच मिळणारे एक्सपोजर आणि अनुभव. विद्यार्थ्यांचा हा कल बदलण्यासाठी आपल्याला (भारतात) शैक्षणिक संस्थांची रचना करताना या त्रुटींचा विचार करावा लागेल.

<u>आरोग्य</u>

लोकसंख्या

लोकसंख्येनुसार भारत जगात दुसऱ्या क्रमांकावर आहे. भारताची लोकसंख्या १९८५

मध्ये ७६० दशलक्ष होती. २०१५ मध्ये ती अंदाजे १.३ अब्ज झाली.

पायाभूत सुविधा

- वाढत्या लोकसंख्येच्या गरज भागविण्यासाठी विद्यमान पायाभूत सुविधा पुरेशा नाहीत.
- सार्वजनिक आरोग्य सेवा संस्थांमध्ये निधीची कमतरता आहे तसेच कर्मचरी कमी आहेत.
- डॉक्टर-रुग्ण गुणोत्तर प्रमाण १:१७०० असून निरशाजनक आहे. रुग्णालयाच्या बेड आणि परिचारिकांच्या संख्येमध्ये भारताची चीन आणि अमेरिकेशी तुलनाच होऊ शकत नाही.

SBM ECO

➢ ग्रामीण भागातील आरोग्य केंद्रांवर (सीएचसी) तज्ज्ञांची संख्या ८१ टक्क्यांनी कमी आहे (फक्त १९ टक्के).

ग्रामीण-शहरी असमानता

ग्रामीण भागातील लोकसंख्या ७०% आहे; परंतु तेथे मिळणाऱ्या आरोग्य सेवांचे प्रमाण केवळ ३०% आहे. ग्रामीण भागातील मागणी-पुरवठ्यातील प्रचड तफावत यावरून दिसून येते. भारतात शहरी भागात खाजगी क्षेत्राच अधिक केंद्रीकरण आहे, तर प्राथमिक आरोग्यकेंद्रात (पीएचसीमध्ये) ३००० पेक्षा अधिक संख्येने डॉक्टरची कमतरता आहे. बहुसंख्य आरोग्य सेवा शहरी भागात केंद्रित आहेत.

कमी सरकारी खर्च

सार्वजनिक आरोग्यावरील खर्च एकूण आरोग्यावरील खर्चापैकी केवळ १.२% आहे.

हा खर्च जागतिक आरोग्य संघटनेने (डब्ल्यूएचओ) शिफारस केलेल्या ५% खर्चाच्या

तुलनेत कमालीच कमी आहे.

मोठ्या प्रमाणात करावा लागणारा वैयक्तिक खर्च

वैयक्तिक खर्च म्हणजे रूग्णाला किंवा त्याच्या नातेवाईकांना करावा लागणारा खर्च.

भारतामध्ये आरोग्य सेवेवर होणारा वैयक्तिक खर्च 62 टक्क्यांपर्यंत आहे. हा अमेरिकेतील 13.4%, यूकेमध्ये 10% आणि चीनमध्ये 54% इतका आहे. म्हणजे अमेरिकेत ८६. ६ टक्के , युकेमध्ये ९० टक्के आणि चीनमध्ये ४६ टक्के खर्च हे सरकार करते. या देशांच्या तुलनेत भारतात आरोग्यावरील वैयक्तिक खर्च खूप जास्त आहे.

रोगांचा दुहेरी बोजा

मातामृत्यू, बालमृत्यू, संसर्गजन्य रोगांच्या समस्या अजूनही अस्तित्वात/भेडसावत

SBM ECO

असतानाच उच्च रक्तदाब, मधुमेह यांसारख्या जीवनशैलीमुळे ओढवणाऱ्या आजारांमध्ये वाढ होत आहे. या परिस्थितीस आजाराचे दुहेरी ओझे म्हटले गेले आहे. २०१५ मध्ये होणाऱ्या मृत्यूंपैकी अर्धे मृत्यू जीवनशैलीच्या आजारांमुळे झाले.

क्षेत्रातील गैरप्रकार

दुय्यम दर्जाच्या आणि बनावट औषधांची विक्री, अनावश्यक रुग्णालयात दाखल करणे आणि शोषण.

होमिओपॅथी, आयुर्वेद, युनानी अशा पर्यायी आरोग्य सेवांकडे पुरेसे लक्ष दिले गेलेले नाही.

विमा

विमा म्हणजे काय ?

भविष्यात होणाऱ्या संभाव्य नुकसानापासून स्वत:ला वाचवण्यासाठी एखाद्या घटकाला एकर कमी रक्कम देणे म्हणजे विमा होय. अशाप्रकारे, जेव्हा काही दुर्दैवीपणाचे प्रकरण येते तेव्हा विमा उतरवणारा आपणास त्या परिस्थितीतून बाहेर पडण्यास मदत करतो.

व्याख्या

जस्टीस लॉरेन्स यांच्या मते, विमा हा एक असा करार आहे, की ज्याद्वारे एक पक्ष (विमा कंपनी) दुसऱ्यापक्षाने (विमेदार) दिलेल्या योग्य मोबदल्याच्या बदल्यात दुसऱ्या पक्षास करारात नमूद केल्याप्रमाणे संभाव्य धोक्यापासून नुकसान पोहोचल्यास त्याची भरपाई करण्याचे आश्वासन देतो.

डब्ल्यू. ए. डिन्सडेल

विमा ही एक योजना असून तिच्याद्वारे विमेदार संभाव्य धोक्यापासून होणाऱ्या नुकसानीची विशिष्ट प्रमाणात भरपाई करण्याची जबाबदारी योग्य मोबदल्यात विमा कंपनीवर सोपवतात.

कार्यात्मक व्याख्या

विमा हे हानीचे वाटप करण्याचे साधन आहे. यामध्ये काही लोकांची झालेली हानी अनेक लोकांमध्ये वाटली जाते.

SBM ECO

विम्याचे प्रकार

1. जीवन विमा, जीवन संरक्षण हे विमी म्हणजे विम्याचे पारंपरिक प्रकार आहेत, जे आपणास आणि आपल्या प्रियजनांना अचानक आपत्ती किंवा आपत्तीपासून वाचवण्यासाठी डिझाइन केलेले आहेत. प्रारंभी हे कुटुंबांच्या उत्पन्नाचे रक्षण करण्यासाठी डिझाइन केले होते; परंतु त्यानंतर, ते केवळ संरक्षण उपाय म्हणून विकसित केले गेले आहेत आणि संपत्ती जतन करण्याच्या पर्यायासाठी आहेत. कर नियोजन, एखाद्या व्यक्तीवर अवलंबून असणारी संख्या, चालू बचत,आर्थिक लक्ष्ये इ.

2. बिगर जीवन विमा किंवा सामान्यविमा : जीवना शिवाय कोणत्याही प्रकारचे कव्हरेज या श्रेणी मध्ये येतात. विम्याचे बरेच प्रकार आहेत जे आपल्या गरजेनुसार आपल्या जीवनातील प्रत्येक पैलू व्यापतात.

आरोग्यविमा : हे आपल्या आयुष्यात उद्भवू शकणारे वैद्यकीय आणि शस्त्रक्रिया खर्च समाविष्ट करतात. सामान्यत: आरोग्य विमा सूचीबद्ध रुग्णालयांमध्ये कॅशलेस सुविधा उपलब्ध आहेत.

मोटर विमा: हे विविध परिस्थितींविरुद्ध वाहन (दुचाकी किंवा चारचाकी) संबंधित हानी आणि दायित्वे कव्हर करतात. हे वाहनांच्या नुकसाना विरुद्ध संरक्षण आणि वाहनाच्या मालकाविरुद्ध कायद्याने नमूद केलेल्या कोणत्याही तृतीय पक्षाच्या उत्तरदायित्वासाठी संरक्षण देतात.

प्रवास विमा: हे आपणास आपत्कालीन परिस्थितीपासून किंवा तुमच्या प्रवासा दरम्यान झालेल्या नुकसानापासून वाचवतात. हे आपणास वैद्यकीय आपत्कालीन परिस्थिती, चोरी किंवा सामान गमावण्यापासून वाचवतात.

गृह विमा: हे पॉलिसीच्या व्याप्तीवर अवलंबून घर आणि/ किंवा आतील सामग्री व्यापतात. हे घर नैसर्गिक आणि मानवनिर्मित आपत्तींपासून सुरक्षित करतात.

सागरी विमा: हे वाहतुकी दरम्यान होणारे संभाव्य नुकसान किंवा नुकसानीपासून सामान, कार्गो इत्यादीला कव्हर करतात. व्यावसायिक विमा हे बांधकाम, ऑटोमोटिव्ह, अन्न, ऊर्जा, तंत्रज्ञान इत्यादी उद्योगातील सर्व क्षेत्रांसाठी

SBM ECO

समाधानाची ऑफर देतात. जोखीम संरक्षणाच्या गरजा व्यक्तींमध्ये वेगवेगळ्या असू शकतात; परंतु विमा पॉलिसीची मूलभूत कामे कमी-अधिक प्रमाणात समान असतात.

भारताच्या विमा उद्योगात ५७ विमा कंपन्या आहेत. २४ कंपन्या जीवन विमा व्यवसायात आहेत, तर ३३ बिगर जीवन-विमा कंपन्या आहेत. जीवन विमा धारकांपैकी लाइफ इन्शुरन्स कॉर्पोरेशन (एलआयसी) ही सार्वजनिक क्षेत्रातील एकमेव कंपनी आहे. बिगर जीवन विमा विभागात सार्वजनिक क्षेत्रातील सहा विमा कंपन्या आहेत. या व्यतिरिक्त, जनरल इन्शुरन्स कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया (जीआयसीआय) ही एकमेव राष्ट्रीय विमा कंपनी आहे. भारतीय विमा बाजाराच्या इतर भागधारकांमध्ये एजंट्स (वैयक्तिक आणि कॉर्पोरेट), दलाल, सर्व्हेअर आणि आरोग्य विमा दाव्यांची सेवा देणारे तृतीय-पक्ष प्रशासक यांचा समावेश आहे.

विमा उद्योगाच्या सार्वजनिक मक्तेदारीतून स्पर्धात्मक वातावरणामध्ये झालेल्या संक्रमणामुळे आता या क्षेत्रातील नवीन विमा कंपन्या आणि ग्राहक दोघांसाठीही लक्षवेधक आव्हाने निर्माण झालीआहेत.

संघटनेच्या यशाचे मापदंड केवळ परताव्याच्या दरावर नव्हे तर कॉर्पोरेट कारभाराच्या गुणवत्तेवरही ठरवले जातात. कॉर्पोरेट कारभाराच्या चांगल्या पद्धतींचे पालन कंपन्या तसेच नियामकांनी केले पाहिजे. विमा क्षेत्रात आयुर्विमा/एलआयसीने प्रशंसनीय काम केले असले तरीही, या क्षेत्रातून अधिक उत्पन्न मिळवण्यासाठी नावीन्यपूर्ण उत्पादने आणि वितरणाचे नवीन स्रोत/मार्ग निर्माण करण्यास अद्याप बराच वाव आहे.

सध्या उत्पादन व बाजार यांच्यातील संबंधांत विमा-प्रतिनिधी/एजंट्सद्वारे व्यक्तिगत स्वरूपात होणाऱ्या विक्रीचे वर्चस्व आहे. याच कारणाने विमा प्रतिनिधींना/एजंट्सना लोकसंख्येच्या आवश्यकतेचे मूल्यांकन करण्यासाठी गुंतागुंत समजून घेता यायला हवी. त्यानंतरच त्यांनी लोकांच्या गरजांनुरूप योग्य पॉलिसीबाबत/घेण्याबाबत सल्ला द्यावा. तसेच कंपन्यांना ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे रूपांतर मूल्याधारित सेवार्थी/ग्राहक संबंधात करावे लागेल. ग्राहक

SBM ECO

संबंध व्यवस्थापनाच्या अथवा सीआरएम (कस्टमररिलेशन मॅनेजमेंट) आव्हानात तीन उप-आव्हानांचे पिरॅमिड असेल. ही उप-आव्हाने म्हणजेच उत्पादने विकसित करणे, किंमत ठरवण्याची यंत्रणा आणि तंत्रज्ञान व्यवस्थापन. विमा व्यवसाय सरासरी आणि जोखमीच्या प्रसारावर आधारित आहे. त्यामुळे ग्राहकांचा विश्वास आणि रस टिकवून ठेवण्यासाठी किंमतीची रचना लवचिक ठेवणे हे भारतीय विमा सुरक्षा प्रदान करणारांसाठी / विमा कंपन्यांसाठी एक आव्हानात्मक काम असेल.

आज बहुतेक विमा कंपन्या कर प्रणालीस जोडलेल्या आहेत, म्हणजेच विमा कंपन्या ग्राहक समूहाच्या ग्राहकांना अनुकूल असलेल्या उत्पादनाची किंमत ठरवू शकत नाहीत. ग्राहकांना सेवा देण्याचा मार्ग म्हणजे बाजाराचे विभाजन करणे आणि बाजाराच्या भागासाठी योग्य उत्पादन योग्य किंमत आकारून देणे. भारतात (विमा बाजारात) अद्याप वापरात न आणलेली मोठी क्षमता आहे, ती वापरण्याचे लक्ष्य ठेवणे आवश्यक आहे. वितरण व्यवस्थाही शहरी, अर्ध-शहरी आणि ग्रामीण भागातील लोकांपर्यंत पोहोचण्याचे एक माध्यम आहे. त्यामुळे विमा कंपनीने किंमती, वितरण, जोखीम व्यवस्थापन आणि गुंतवणुकीचे निर्णयांवर लक्ष केंद्रित केले पाहिजे.

SBM ECO

विमा क्षेत्रापुढील आव्हाने :-

1. विम्याची कमी घनता -

भारतामध्ये आजही मोठ्या प्रमाणावर लोक विम्याचा वापर करत नाहीत. खास करून गरीब जनता ही विम्याच्या संरक्षणापासून वंचित असते. विम्याची कमी घनता ही एक मोठी समस्या आहे.

2. ग्रामीण भागाकडे दुर्लक्ष आणि शहरी भागावर लक्षकेंद्रित -

आजही विम्याचे वितरण करताना विमा कंपन्या प्रामुख्याने शहरी भागावर लक्ष केंद्रित करतात. त्यामुळे ग्रामीण भागाकडे त्यांचे दुर्लक्ष होते. उदारीकरणानंतर सुद्धा ग्रामीण भागात विम्याचे वितरण ही एक प्रमुख समस्या आहे.

3. विमा उत्पादनांमध्ये कुटुंबांकडून कमी गुंतवणूक -

भारतामध्ये सर्वसाधारणपणे भारतीयकुटुंबे ७७% गुंतवणूक स्थावर मालमत्तांमध्ये करत असते. ११% सोन्यामध्ये, ७% वस्तूंमध्ये आणि ५% आर्थिक मालमत्ता जसे ठेवी, बचत खाती, शेअर्स, म्युच्युअल फंड, जीवन विमा, सेवा निवृत्त खातीया मध्ये करत असतात. भारतीय कुटुंबांकडून विमा उत्पादनांमध्ये नगण्य किंवा काहीच गुंतवणूक केली जात नाही. बऱ्याच वेळा विम्याकडे संरक्षण म्हणून न पाहता गुंतवणुकीचे साधन म्हणून पाहिले जाते.

4. अपुरी विमा उत्पादने -

विम्याची घनता वाढवण्यासाठी विमा नसलेल्या ग्रामीण भागात आणि शहरी भागातील गरीब लोकांना विमा कवचाखाली आणले जाणे आवश्यक आहे; परंतु अपुऱ्या विमा उत्पादनांमुळे हे शक्य होत नाही. बऱ्याचदा लोकांना आवश्यक असणाऱ्या विमा पॉलिसी विकल्या जातात.

5. भांडवलाचा अभाव -

मूलतः विमा ही एक अति उच्च भांडवल वापरणारी आर्थिक सेवा आहे. वाढत्या विमा कंपन्यांना अधिकच्या भांडवलाची आवश्यकता भासते. भारतातील अनेक विमा कंपन्यांना भांडवलाची समस्या भेडसावत आहे. काही कंपन्या तर भांडवलाच्या अटीची पूर्तता करण्यासाठी संघर्ष करत आहेत.

6. अनिष्टस्पर्धा -

खाजगी कंपन्यांना विमा व्यवसायाची परवानगी दिल्यामुळे विमा व्यवसायामध्ये अनिष्ट स्पर्धा निर्माण झाली आहे. मोठ्या प्रमाणावर कसर ठेवून व्यवसाय करण्याकडे अनेक खाजगी कंपन्यांचा कल असल्यामुळे व्यवसायातील स्थैर्य कमी होऊन व्यवसायात अनेक प्रकार निर्माण झाले आहेत.

7. उच्चस्तरीय व्यवस्थापनाचा अभाव –

सरकारी मालकीच्या विमा कंपन्यांमध्ये अनेक उच्चशिक्षित आणि कौशल्ये प्राप्त अधिकारी कार्यरत आहेत. या अधिकाऱ्यांना वेतनाची हमी आणि विविध सोयी शासनाद्वारे पुरवण्यात येतात. खाजगीक्षेत्रात मात्र कार्यक्षमतेला अधिक महत्त्व

SBM ECO

आहे. त्यामुळे उच्चशिक्षित आणि कुशल व्यवस्थापक एका खाजगी कंपनीत कधीच टिकून राहत नाहीत. त्यामुळे खाजगी कंपन्यांमध्ये सातत्याने उच्चस्तरीय व्यवस्थापनाचा अभाव जाणवत राहतो.

8. अकुशल मनुष्यबळ -

विमा एजंट बनण्यासाठी भारतामध्ये चलनविषयक जुजबी ज्ञान पुरेसे आहे. त्यामुळे विमा व्यवसायाची संबंधित विशेष प्रशिक्षणावर भर दिला जात नाही. यामुळे प्रशिक्षित मनुष्यबळाचा अभाव यामुळे विमा व्यवसायावर विपरीत परिणाम झाला आहे.

पर्यटन:

आंतरराष्ट्रीय पर्यटकांच्या आगमनात (आयटीए) भारताचा वाटा अत्यल्प म्हणजे केवळ १.१ टक्के असून भारत २४ व्या क्रमांकावर आहे. असे असले तरी आंतरराष्ट्रीय पर्यटनातून मिळणाऱ्या निधीच्या (आयटीआर) बाबतीत भारताची स्थिती बरी आहे. आयटीआर मध्ये भारताचा वाटा १.८ टक्के असून तो १४ व्या क्रमांकावर आहे. या क्षेत्रातील धोरणात्मक सूचना आणि समस्यांमध्ये अंतर्भूत काही गोष्टी पुढे दिल्या आहेत. कमीत कमी पाच प्रमुख पर्यटन स्थळांमध्ये तीन मूलभूत गोष्टी करण्याची आवश्यकता आहे. त्या अशा: विशेष पर्यटन संरक्षण दल असणारा पर्यटनाला अनुकूल आणि पर्यटकांकरता सुरक्षित भारत देश; स्वच्छता, आरोग्यसुरक्षा आणि स्वीकारार्ह वातावरण; आणि पर्यटनाच्या उत्तम पायाभूत सुविधा. या पायाभूत सुविधांमध्ये शहरांच्या मधोमध वाहणाऱ्या नद्यांच्या परिसराचे सुशोभीकरण करणे, हॉटेल खोल्यांची संख्या वाढवून पर्यटकांना राहण्याची सोय करणे आणि महत्त्वाच्या पर्यटन स्थळांमध्ये मूलभूत सुविधा सुधारण करणे यांचा समावेश आहे. यासाठी काही क्षेत्राचे खाजगीकरण करून किंवा 'ॲडॉप्टहेरिटेजप्रोजेक्ट'/ ‘वारसा-स्थळ दत्तक घ्या’ यांसारख्या सरकारी योजनांच्या धर्तीवर सार्वजनिक-खाजगी भागीदारीच्या तसेच शासकीय पाठबळाच्या आधारे सुधारणा घडवून आणता येतील. ई-व्हिसा आणि इमिग्रेशन प्रक्रियेत आणखी सुधारणा करण्याची आवश्यकता आहे. जसे की दिल्ली

SBM ECO

विमानतळावरील ई-व्हिसा काउंटरची संख्या वाढवली, तर सध्याचा सरासरी ३ तासांचा प्रतीक्षाकाळ कमी करता येईल.

(पर्यटनविषयक सुधारणांचा) आणखी एक भाग म्हणजे वैद्यकीय पर्यटनाला चालना देणे. यासाठी वैद्यकीय पर्यटनाची सोय असणाऱ्या रुग्णालयांसाठी आयात सुविधा देणे, वैद्यकीय पर्यटकांसाठी अत्याधुनिक वैद्यकीयसुविधा, विमानतळांवर रुग्णवाहिका सेवा, हेलिकॉप्टरने वैद्यकीय पर्यटकांना रुग्णालयात नेणे आणि वैद्यकीय व्हिसा, इमिग्रेशन आणि इतर औपचारिकतांसाठी जलदगती क्लियरन्स आदिसेवांचे पॅकेज उपलब्ध करून देता येईल.

पर्यटन क्षेत्रातील जीएसटीशी संबंधित समस्यांमध्ये पुढील मुद्द्यांचा समावेश आहे: तरतुदीचे ठिकाण आणिपर्यटन सेवांमधून मिळालेल्या परदेशी चलनाच्या उत्पन्नाला निर्यात किंवा डीम्डनिर्यात मानण्याचीगरज; तसेच इतर प्रतिस्पर्धी देशांतील कराच्या दरांच्या तुलनेत खूपच जास्त (सरासरी ५ टक्के) असलेले भारतातील जीएसटीचे दर. तसेच पर्यटनातील निर्यात इतर निर्यातीप्रमाणे आणि सेवांप्रमाणेच समजली जाण्याची आणि अशा व्यवहारांना शून्यरेट किंवा इनपुट टॅक्सन थांबवता खूप कमी दराने कर आकारला जाण्याची गरजआहे. टूर ऑपरेटर सेवांसाठी इनपुट टॅक्स क्रेडिट देण्याचा विचार करणे आवश्यक आहे; आणि भारतातील वस्तू खरेदी करणाऱ्या आंतरराष्ट्रीय पर्यटकांना जीएसटी परताव्याची एक सोपीयंत्रणा तयार करणे जरुरीचे आहे.

भारतीय पर्यटन क्षेत्रापुढील आव्हाने :-

पायाभूत सुविधांचा अभाव -

स्थिर पर्यटनासाठी योग्य पर्यटन सुविधा, आरोग्यसुविधा, तत्पर, विनाविलंब आणि अखंड वाहतूक व्यवस्था आणि इतर मानवीसंसाधने आवश्यक आहेत. आयसीटी तत्परता घटकात भारत ११२ वा आणि डब्ल्यूईएफच्या ट्रॅव्हल अँड टुरिझम कॉम्पिटिव्हनेसीइंडेक्स, २०१४ मधील आरोग्य आणि स्वच्छता घटकांमध्ये १०४ व्या क्रमांकावर आहे. हे मुळात आपल्या देशातील हलक्या दर्जाच्या पायाभूत

SBM ECO

सुविधांना प्रतिबिंबित करते. पर्यटन क्षेत्रासाठी आर्थिक संसाधनांचे अयोग्य वाटप हे यामागील महत्त्वपूर्ण कारणांपैकी एक आहे. २०१७- १८ च्या बजेटवर नजर टाकल्यास आपणास दिसून येते, पर्यटनसारख्या समृद्ध आणि आशादायक क्षेत्रासाठी केवळ १८४० कोटींचे वाटप केले गेले.

मानवी संसाधने –

अत्यंत कुशल मानवी संसाधने हा पर्यटन क्षेत्रातील एक अपरिहार्य भाग आहे. आपल्या भारतीय पर्यटन आणि पर्यटन उद्योगाची वाढ कायम राखण्यासाठी विविध स्तरांवर मोठ्या प्रमाणात कुशल मनुष्यबळ आवश्यक आहे. गेल्या काही वर्षांमध्ये बँकिंग, अभियांत्रिकी आणि औषध यांसारख्या इतरक्षेत्रांत मनुष्यबळात मोठ्या प्रमाणात वाढ झाली होती. यामुळे हळूहळू पर्यटन क्षेत्रासाठी उपलब्ध असलेल्या मानवी संसाधनांत घट झाली. त्यामुळे आतिथ्य आणि पर्यटन या दोन्ही क्षेत्रांत काम करणाऱ्या कुशल कामगारांना मोठी मागणी आहे.

अपुरा प्रचार आणि विपणन -

एखाद्या देशाच्या पर्यटन उद्योगाच्या सुधारणेसाठी उत्कृष्ट जाहिरात आणि मार्केटिंग महत्त्वाचे आहे. भारतात, पर्यटन उद्योगास मदत करण्यासाठी आणि प्रगतीसाठी देण्यात आलेल्या आर्थिक पाठबळाचे प्रमाण इतर देशातील पर्यटन स्थळांच्या तुलनेत अगदी कमी प्रमाणात आहे. सध्याच्या काळात पारंपरिक विपणन तंत्राकडून भारताला प्रचंड सुधारण्याचीआवश्यकता आहे आणि त्याचबरोबर आधुनिक पद्धतींचाही वापरगरजेचा आहे.

कर आकारणी -

एअरलाइन्स सुविधा, हॉटेल आणि टूरऑपरेटर सहसंपूर्ण उद्योगांवर उच्च कर आकारण्यात येतो. जेव्हा पर्यटनाचा विचार केला जातो तेव्हा इतर कमी खर्चाच्या देशांसमोर पर्यटनामध्ये मागे राहण्याचे हे एक मुख्य कारण आहे. उदा, हवाई तिकिटांच्या किंमतीचा विचारकरता हे दर 29 राज्यांमध्ये करप्रणालीमुळे बदलतात.

सुरक्षा समस्या –

SBM ECO

भारतीय पर्यटन व्यवसायासमोर पर्यटकांची सुरक्षा एक गंभीर समस्या आहे. हे एक मोठे आव्हान आहे. विदेशी महिलां बरोबर दुर्व्यवहार, चोरी, क्रेडीट कार्ड फ्रॉड, आयडेंटिटी चोरी, फूड पॉयझनिंग, दहशतवाद आणि सार्वजनिक हिंसाचार यांसारख्या समस्या भेडसावत आहेत.

<u>बँकिंग:-</u>

बँका प्रत्येक अर्थव्यवस्थेचा आधार असतात. बँका आर्थिकदृष्ट्या निरोगी राहणे फार महत्त्वाचे आहे. अन्यथा, आर्थिक संकटाचा आघात एखाद्या देशाला मंदीकडे नेऊ शकतो, जसे २००८ साली अमेरिकेत घडले. असे घडण्याची शक्यता विशेषतः भारतासारख्या विकसनशील देशात अधिक आहे. ही गोष्ट भारतासारख्या विकसनशील देशासाठी विशेष खरी आहे. "बँका या अर्थव्यवस्थेच्या जीवनरेखा असतात आणि त्या विशेषतः विकसनशील देशांत आर्थिक वाढीला चालना देण्यात आणिती टिकवून ठेवण्यात उत्प्रेरकांसारखे काम करतात. भारतही याला अपवाद नाही."- एस. एस. मुंद्रा, डेप्युटी गवर्नर्, रिझर्व बँक ऑफ इंडिया. तथापि, भारतीय बँकांना विविध प्रकारच्या समस्यांना सामोरे जावे लागत आहे, ज्याचा त्यांच्या नफा आणि आर्थिक स्थिरतेवर परिणाम झाला आहे.

मालमत्तेची गुणवत्ता: -

भारतातील बँकांना सर्वांत मोठा धोका म्हणजे थकित/बुडित कर्जात वाढ. गेल्या काही वर्षांतील अर्थव्यवस्थेतील मंदीमुळे थकित/बुडित कर्जे किंवा अनर्जक मालमत्तेत/नॉन- परफॉर्मिंग ॲसेट (एनपीए) मध्येवाढ झाली. ही अशी कर्जे आहेत ज्यांची कर्ज दाराने परतफेड केली नाही. अशी कर्जेहे बँकेचे नुकसान आहे. बँकिंग प्रणालीतील एकूण कर्जापैकी निव्वळ एनपीए रक्कम फक्त २.३६% आहे. ही संख्या फारशी चिंताजनक भासत नाही. तथापि, यात पुनर्गठित मालमत्तेचा समावेश नाही. जेव्हा कर्ज घेणारा परतफेड करण्यास असमर्थ असतो तेव्हा बँक जास्त कालावधी देऊन कर्जफेड अधिक लवचिक करते. पुनर्गठित मालमत्ता

SBM ECO

देखील बँकेच्या नफ्यावर दबाव आणते. एकत्रितपणे, अशा तणावग्रस्त मालमत्तांचा बँकिंग प्रणालीतील एकूण कर्जापैकी १०.९% हिस्सा आहे. त्यातही फक्त अशी कर्जे आहेत जी तणावग्रस्त मालमत्ता म्हणून आधीच घोषित केलीगेलीआहेत. आयएमएफच्या अहवालानुसार, भारतातील एकूण कर्जाच्या ३६.९% कर्जांत जोखीम आहे; पण बँकांमध्ये फक्त ७.९% तोटा सोसण्याची क्षमता आहे. त्यामुळे जरही कर्जे देखील थकित/बुडित झाली, तर बँकांना मोठे नुकसान सहन करावे लागेल.

भांडवलाची पर्याप्तता/पूर्तता : -

थकित/बुडित कर्जापासून संरक्षणाचा एक उपाय बँका योजतात. तो असा, की 'तरतूद' म्हणून पैसे बाजूला ठेवणे. हा पैसा कर्ज देण्यासह इतर कोणत्याही उद्देशांसाठी वापरला जाऊ शकत नाही. परिणामी बँकांना त्यांच्या विविध कामांसाठी कमी भांडवल उपलब्ध होते. भांडवल पर्याप्तता गुणोत्तर/कॅपिटल ॲडक्वसीरेश्यो बँकेचे भांडवल किती आहे हे मोजते. जेव्हा हे घसरते तेव्हा बँकेला कर्ज देण्यासाठी पैसे उसने घ्यावे लागतात किंवा ठेवीदारांचे पैसे वापरावे लागतात. तथापि, हे पैसे बँकेच्या स्वतःच्या भांडवलापेक्षा धोकादायक आणि महाग आहेत. उदा, ठेवीदार त्यांच्या इच्छेनुसार केव्हाही पैसे काढून घेऊ शकतो. त्यामुळे भांडवल पर्याप्ततेचे प्रमाण किंवा सीएआर (बहुतेकदा सीआरएआर किंवा कॅपिटल टू रिस्कॲसेटस रेश्यो/भांडवल व जोखमीचे प्रभावी मालमत्ता प्रमाण म्हणून ओळखले जाते) कमी होणे चिंताजनक आहे. गेल्या काही वर्षांत भारतीय बँकांमध्ये विशेषत: सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांमध्ये सीआरएआर मध्ये सातत्याने घट झाली आहे. शिवाय, बँकांना; विशेषत: जास्त थकित कर्ज असलेल्या सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांना सहजपणे पैसे उभारता येत नाहीत. जर बँकांनी लवकरच त्यांच्या भांडवलाची स्थिती सावरली नाही तर काही बँका आरबीआयने निश्चित केलेली किमान भांडवली आवश्यकता पूर्ण करण्यात अपयशी ठरतील. अशा वेळी त्यांना गंभीर समस्यांना तोंड द्यावे लागू शकते.

असुरक्षित फॉरेक्सएक्सपोजर: -

SBM ECO

"परकीय बाजारपेठेतील उलटसुलट आवर्तनांमुळे/हालचालींमुळे जास्त परदेशी कर्ज घेतलेल्या भारतीय कंपन्यांच्या हिशेबांवर लक्षणीय ताण पडण्याचीशक्यता आहे," असे मुंद्रायांनी आपल्या भाषणात सांगितले. या ताणामुळे भारतीय बँकांकडून घेतलेले कर्ज परत करण्याच्या त्या कंपन्यांच्या क्षमतेवर दुष्परिणाम होऊ शकतो. यामुळे, आरबीआयची इच्छाआहे, की बँकांनी ज्यांना कर्ज दिले आहे अशा कंपन्या डॉलर्स मधील अनावश्यक कर्ज घेणार नाहीत/घेऊन उघड्यावर येणार नाहीत याची खात्री करून घ्यावी/ याची काळजी घ्यावी.

कर्मचारी आणि तंत्रज्ञान :-

सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांतून सध्या अधिक कर्मचारी निवृत्त होत आहेत. ज्येष्ठ, अधिक अनुभवी कर्मचाऱ्यांची जागा तरुण कर्मचारी घेत आहेत. मात्र हे कनिष्ठ पातळीवर घडते. त्यामुळे मध्यम आणि वरिष्ठ पातळीवर बरीचशी पोकळी निर्माण होईल. "मध्यम फळीच्या व्यवस्थापनाच्या अनुपस्थितीमुळे बँकांच्या निर्णय घेण्याच्या प्रक्रियेवर विपरित परिणाम होऊ शकतो कारण वरिष्ठ व्यवस्थापनाची धोरणे व्यवहार्य कार्य योजनांमध्ये रूपांतरित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका मध्यम फळीच्या अधिकाऱ्यांनीच बजावली," असे डेप्युटी गव्हर्नर म्हणाले. या शिवाय, बँकांना - विशेषत: सरकारी मालकीच्या बँकांना चांगले उत्पादन देण्यासाठी तंत्रज्ञानाचा अंगीकार/ स्वीकार करण्याची आवश्यकता आहे. यामुळे बँकांना अधिक कार्यक्षम बनविण्यात देखील मदत होईल.

ताळेबंद व्यवस्थापनः -

गेल्या काही वर्षांत अनेक बँकांनी (भविष्यातील थकित कर्जासाठी) तरतुदी म्हणून पैसे बाजूला ठेवण्यास विलंब करण्याचा प्रयत्न केला आहे. यामागचे एक कारण असे आहे की बँकेच्या मुख्य कार्यकारी अधिकाऱ्यांचा कार्यकाळ कमी असतो, त्याकाळात त्यांना जास्त निव्वळ नफा जाहीर करून गुंतवणूकदारांना खूश करायचे असते. दीर्घकालीन विचार करता, ताळेबंदीतील तरतूद लांबणीवर टाकणे नुकसानकारक आहे. यामुळे आर्थिक दबावाचा सामना करण्याची बँकेची क्षमता कमी होते. भारतीय बँकांमधील भांडवलाची कमतरता लक्षात घेता ही

SBM ECO

समस्या आणखीनच त्रासदायक आहे. बँकांनी दीर्घकाळ टिकून राहण्यासाठी उच्च निव्वळ नफा जाहीर करण्याऐवजी टाळेबंदी व्यवस्थापनातील अडचणी ओळखून समस्या सोडवल्यास प्राधान्य दिले पाहिजे. "हे ध्यानात घेतले पाहिजे, की सीईओ/सीएमडी जातील आणि येतील; परंतु संस्था कायमस्वरूपी अस्तित्वात असतात, आणि त्यांचे अस्तित्व टिकवून ठेवू शकणारी एकमेव गोष्ट म्हणजे मजबूत आणि सक्षम ताळेबंद." मुंद्रा म्हणाले. दीर्घकालीन विचारकरता, तरतूद लांबणीवर टाकणे नुकसानकारक आहे. यामुळे आर्थिक दबावाचा सामना करण्याची बँकेची क्षमता कमी होते. भारतीय बँकांमधील भांडवलाची कमतरता लक्षात घेता ही समस्या आणखीनच त्रासदायक आहे. खरे पाहता, दीर्घकाळ टिकून राहू शकत नाही असा उच्च निव्वळ नफा जाहीर करण्याऐवजी व्यवस्थापनाने अडचणी ओळखून समस्या सोडवल्यास गुंतवणूकदार अधिक आनंदी होतील, असे डेप्युटी गव्हर्नर म्हणाले.

४.३ भारतीय सेवा क्षेत्रातील नवीन प्रवाह - डिजिटल अर्थव्यवस्था

एकविसाव्या शतकात, डिजिटल अर्थव्यवस्था मुख्यतः जागतिक अर्थव्यवस्थेच्या वाढीला चालना देण्यासाठी उदयास आली आहे. तसेच ती ऊर्जा, पर्यावरण आणि असमानतेसह सर्वांना समान असलेल्या अनेक जागतिक आव्हानांचा प्रभावीपणे सामनाही करेल. तथापि, इंटरनेटच्या उपलब्धते सहडिजिटल संसाधनांच्या असमान वितरणामुळे जागतिक पातळीवरील सर्वविभाग आणि प्रदेशांना मिळणाऱ्या फायद्यांबाबत प्रश्न उभे राहिले आहेत. डिजिटल विभाजन कमी करण्यासाठी, नागरिकांना सक्षम करण्यासाठी आणि नागरिकांचे जीवनमान उंचावण्यासाठी आपल्याला डिजिटल तंत्रज्ञान आणि इंटरनेटचा वापरकरण्याची आवश्यकता आहे.

आपल्या डिजिटल इंडिया कार्यक्रमाने हे सिद्ध केले आहे, की डिजिटलायझेशनमध्ये अनेक सामाजिक, आर्थिक आव्हानांवर विचारमंथन करून अधिक समानता असलेला समाज निर्माण करण्याचे प्रचंड सामर्थ्य आहे. आपण मोठ्या प्रमाणावर डिजिटलायझेशन करत आहोतच; पण त्याचवेळी

SBM ECO

कर्मचाऱ्यांच्या डेटाचे संरक्षण आणि गोपनीयता सुनिश्चित करण्यासाठी योग्यती पावले उचलली जात आहेत. आम्हाला खात्री आहे, की डेटाचा वापर करताना त्याचे अनामिकत्व अबाधित राखूनच डिजिटल तंत्रज्ञानाचे फायदे मिळवता येतील.

डिजिटल इकॉनॉमी म्हणजे अर्थव्यवस्थेशी निगडित अशा विविध कृतींचा समुच्चय ज्यात डिजिटल माहितीचा उपयोग करणे, उत्पादनक्षमतेतील वाढ आणि आर्थिक संरचनेच्या इष्टतमीकरण यांना चालना देणारा महत्त्वपूर्ण घटक म्हणून माहिती आणि संप्रेषण तंत्रज्ञानाचा (आयसीटी) प्रभावी वापर करणे यांचा समावेश असतो. इंटरनेट, क्लाउड संगणन, बिग डेटा, इंटरनेट ऑफ थिंग्ज (आयओटी), फिन-टेक आणि इतर नवीन डिजिटल तंत्रज्ञानाचा उपयोग; माहिती संकलित करण्यासाठी, संग्रहित करण्यासाठी, विश्लेषित करण्यासाठी आणि डिजिटल स्वरूपात इतरांबरोबर वाटून घेण्यासाठी/ इतरांपर्यंत पोचवण्यासाठी आणि सामाजिक क्रिया-प्रतिक्रियांमध्ये परिवर्तन घडवून आणण्यासाठी केला जातो.

आपण 'डिजिटल इंडिया' हा कार्यक्रम देशातील सर्वसामान्यांना सक्षम बनविण्याच्या निश्चित हेतूने तीन महत्त्वाच्या बाबींवर लक्ष केंद्रित करून राबवित आहोत: प्रत्येक नागरिकाच्या उपयोगासाठी पायाभूत डिजिटल सुविधा, मागणीनुसार सेवा आणि प्रशासन, नागरिकांचे डिजिटल सक्षमीकरण.

केवळ शेवटच्या टप्प्यावर पोहोचलेल्या डिजिटल सशक्ती करणातूनच इंटरनेटच्या प्रचंड क्षमतेचा मुक्त व संपूर्ण वापर होऊ शकतो. यासाठी तीन महत्त्वाचे घटक आवश्यक आहेतः ब्रॉड संलग्नता, ई-साक्षरता आणि स्थानिक भाषांमध्ये डिजिटल साहित्याची उपलब्धता.

डिजिटल इंडियाने भारतात डिजिटल परिवर्तनाच्या आरंभासाठी मजबूत पायाभरणी केली आहे. आधार, जॅम त्रिकूट (जन धन खाती, आधार आणि भ्रमणध्वनी/मोबाइल), भीम, ई-साइन, डिजिटल लॉकर, आधार एनेबल्डपेमेंट सिस्टम (एईपीएस) सारखे प्रोग्रॅम्स आता पूर्वी कल्पनाही करता आली नसती

SBM ECO

अशा मार्गाने आपल्या समाजाला जोडू आणि सक्षम करू शकत आहेत. १ .१७ अब्जलोकांना (ज्यापैकी ९९ टक्केप्रौढ आहेत) 'आधार'च्या रूपाने एक वेगळी डिजिटल ओळख मिळाली आहे. याखेरीज १ अब्जमोबाईल वापरणारे आणि त्यांची १ अब्जबँक खाती आहेत. या तीन गोष्टींच्या समुच्चयाचा उपयोग सर्व सामान्यांच्या जीवनावर थेट परिणाम करणाऱ्या विविध सरकारी योजना आणि कार्यक्रमांमध्ये पारदर्शकता, उत्तरदायित्व आणि कार्यक्षमता आणण्यासाठी होत आहे.

पुढील काहीवर्षांत १ ट्रिलियन डॉलर्सची डिजिटल अर्थव्यवस्था तयार करण्याची डिजिटल इंडियाची क्षमता आहे. शेती, आरोग्य, शिक्षण आणि कौशल्यनिर्मिती यावरविशेष भर दिला जात आहे. २०३० सालापर्यंत जगाच्या शाश्वत विकासासाठी संयुक्त राष्ट्रांनी १७ उद्दिष्टे स्वीकारली आहेत. डिजिटल तंत्रज्ञानाचा वापरकरून हि लक्ष्य साध्य करता येईल.

डिजिटल इंडिया तंत्रज्ञानाचे सबलीकरण राबवित आहे ज्यामुळे आहे रे आणि नाहीरे गटांमधील दरी सांधली जाईल. भारताची डिजिटल कथा ही जगातील सर्व जगभरात वाखाणल्या जाणाऱ्या कमी किमतीच्या जागतिक दर्जाच्या तंत्रज्ञानाची कहाणी आहे.

'भारतनेट' या महाप्रकल्पाद्वारे इंटरनेट ॲक्सेसची समस्या सोडविण्याचा प्रयत्न भारत करीत आहे. या प्रकल्पांतर्गत २ लाख किलोमीटरहून अधिक नेटवर्क वापरून आपल्या सर्व म्हणजे २.५ लाख पंचायतींमध्ये लवकरच जीबी कनेक्टिव्हिटी कार्यान्वित करण्याचा प्रस्ताव आहे.

ग्रामीण भागातील नागरिकांना सेवा पुरविण्यासाठी सार्वजनिक-खासगी क्षेत्राच्या संयुक्त भागीदारीतून २.५ लाखाहून अधिक सार्वजनिक सेवा केंद्रे (कॉमन सर्व्हिस सेंटर्ससीएससी) डिजिटल कियोस्क म्हणून चालविण्यात येत आहेत. सीएससी हे सार्वजनिक-खासगी क्षेत्राच्या भागीदारीचे (पीपीपी) असे वैशिष्ट्यपूर्ण मॉडेल आहे जिथे सूक्ष्म-उद्योजक उपजीविकेचे शाश्वत साधन निर्माण करून भारतातील खेड्यांमध्ये डिजिटल क्रांती घडवत आहेत.

SBM ECO

आता एक अब्जावर भारतीय रहिवासी मोबाइल वापरत आहेत आणि जवळजवळ ४५० दशलक्ष नागरिकांकडे इंटरनेट कनेक्टिव्हिटी/आंतरजाल संलग्नता आहे.

भारतात डिजिटल पेमेंट्स, मेक इन इंडिया, स्टार्ट-अप इंडिया, स्किल इंडिया, १०० स्मार्टसिटीज, ५० मेट्रोप्रोजेक्ट्स आणि स्वच्छ भारत हे डिजिटल अर्थव्यवस्थेला चालना देणारे प्रमुख प्रकल्प म्हणून ओळखले जातात.

येथे अधोरेखित करण्याचा/सांगायचा मुद्दाहा आहे, की डिजिटल परिवर्तन हे सखोल, संरचित विचारप्रक्रियेचे फलित आहे. ही गोष्ट डिजिटल पुढाकारांच्या अनुक्रमात दिसून येते. या पुढची पायरी म्हणजे सर्व सामान्यांत या परिवर्तनाचा अधिकाधिक शिरकाव करणे ही आहे.

यासाठी भारत कनेक्टिव्हिटी, प्रशिक्षण आणि कौशल्यवाढ यांवर लक्ष केंद्रित करत आहे. मोबाइल जोडणीमुळे ग्रामीण टेलि-डेन्सिटी ५०.०४ टक्क्यांच्या ही वर पोचली आहे. भारत बीपीओ योजनेअंतर्गत, ४८३०० जागा मंजूर झाल्या आहेत, तर ईशान्येकडील बीपीओसाठी ५००० पेक्षा जास्त जागा मंजूर झाल्या आहेत.

मी आयटीवाय (MeitY) अंतर्गत राष्ट्रीय इलेक्ट्रॉनिक्स आणि माहिती तंत्रज्ञान संस्थेने (एनआयईएलआयटी) ५,५०,००० विद्यार्थ्यांना आयटीक्षेत्रातील नोकरीसाठी प्रशिक्षण दिले आहे. दूरसंचारक्षेत्र कौशल्यसंस्थेने (टेलिकॉम सेक्टरस्किल कौन्सिल - टीएसएससी) देशभरातील १५७ प्रशिक्षण-सहयोगींचा एक गट/पॅनल तयार केले आहे आणि आतापर्यंत १.२१ लाख लोकांना दूरसंचार प्रशिक्षण अभ्यासक्रमात प्रशिक्षण दिले आहे. डिजिटल साक्षरता अभियानांतर्गत सुमारे ४.४ दशलक्ष उमेदवार प्रशिक्षणासाठी दाखल झाले आहेत, आणि ६,३५,००० हून अधिक उमेदवारांना प्रमाणपत्र देण्यात आले आहे.

ई- कॉमर्स :-

कृषी उत्पादनांसारख्या पारंपरिक ऑफलाइन बाजाराचे रूपांतर आणि नियोजन करण्यासाठीई-कॉमर्स डिजिटल प्लॅटफॉर्म स्वीकारून त्याचा लाभ घेण्याकरता

SBM ECO

भारत सरकार सक्रियआहे. शेतकऱ्यांना शेतमालाची विक्री करण्यासाठी विविध राज्यांच्या भाजी मार्केटशी जोडण्यासाठी सरकारने ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म सुरू केला आहे. तसेच, स्टार्ट-अप इंडिया, डिजिटल इंडिया, स्किल इंडिया आणि इनोव्हेशन फंडसारखे मुख्य उपक्रम ई-कॉमर्स उद्योगाच्या वाढीस हातभार लावत आहेत.

इंटरनेट वापराच्या टक्केवारीत (इंटरनेट पेनिटरेशनमध्ये) वाढ

दूरसंचाराच्या पायाभूत सुविधांमधील महत्त्वपूर्ण सुधारणांमुळे भारतातील इंटरनेट वापराच्या टक्केवारीत वाढ होत आहे. त्या बरोबरच ई-कॉमर्स उद्योगही वाढत आहे. घटणाऱ्या डेटा शुल्का बरोबरच ३ जी आणि ४ जी सेवा भारतात प्रगतिपथावर असतानाच इंटरनेट डेटाच्या व्ययात लक्षणीयवाढ होत आहे. आशियात भारत इंटरनेट वेगाबाबत सर्वांत खालच्या स्थानावर आहे, तरीही भारतातील डेटा दरअमेरिकेच्या तुलनेत ३ पट स्वस्त आणि चीनपेक्षा २ पट स्वस्त आहेत. नॅशनल ऑप्टिकल फायबरनेटवर्क (एनओएफएन) सारख्या सरकारी योजनांमुळे ग्रामीण भागातील इंटरनेटचे प्रमाण लक्षणीयरीत्या वाढू शकते. त्याचबरोर ई-कॉमर्स कंपन्यांना तेथील प्रचंड बाजारपेठेतील क्षमता पडताळणे शक्य होऊ शकते.

स्मार्टफोन वापरातली वाढ

गेल्या काही वर्षांत स्मार्ट फोनच्या वापरात प्रचंड वाढ झाली आहे आणि येत्या काही वर्षांत यात अधिक भरपडणे अपेक्षित आहे. भारतात स्मार्टफोन घेण्याची क्षमता; तीव्र स्पर्धेमुळे कमी किंमती, सुलभतेने मिळणारा कंटेन्ट आणि इंटरनेट आधारित सेवांचा प्रसारयां सारख्या; अनेक घटकांनी प्रभावित आहे. एका अहवालानुसार, मोबाइल-आधारित ई-कॉमर्स विक्रीत जागतिक स्तरावर भारताचा वाटा सर्वाधिक म्हणजे ४५ टक्के आहे. ई-कॉमर्स साइटवरची जवळपास ७० ते ७५ टक्के व्यवहार हे मोबाइल फोन वापरून होतात, असे अग्रगण्य ई-कॉमर्स कंपन्यांनी सांगितले आहे. त्यामुळे मोबाइल अनुप्रयोगांमधून

SBM ECO

(ॲप्समधून) या कंपन्यांना जास्त उत्पन्न मिळते जसे की, फ्लिपकार्टसाठी ५० टक्के, तर किक्करसाठी ७० टक्के.

नवीन पेमेंट सोल्यूशन्सची उत्क्रांती

भारतीय ई-कॉमर्स व्यवहारांत कॅश ऑन डिलिव्हरी (सीओडी) ही मूल्य याद करण्याची सर्वांत लोकप्रिय पद्धत आहे; पण ई-कॉमर्स कंपन्यांसाठी देखील रोख व्यवहारामुळे प्रशासकीय खर्चात वाढ होते म्हणूनच या आव्हानांना सामोरे जाण्यासाठी नवीन डिजिटल पेमेंट सोल्यूशन्स विकसित होत आहेत. या शिवाय भारत सरकारच्या पुढाकाराने 'जन धन योजना' योजनेच्या माध्यमातून बँकिंग सुविधा वाढविण्यात आल्याने डेबिट कार्डसमध्ये ११० दशलक्षा हून अधिक वाढ झाली आहे. यामुळे ग्राहकांना इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट करता येऊ शकेल. ई-कॉमर्समधील पेमेंट प्रक्रिया सुलभ करण्यासाठी इलेक्ट्रॉनिक वॉलेट्स आणि पारंपरिक बँकांकडून डिजिटल पेमेंट उत्पादनेही सुरू केली गेली आहेत.

हायपर-लोकल कंपन्या आणि इंडिया पोस्टची लॉजिस्टिक स्पेस करता भागीदारी

ग्राहकांना दुसऱ्या दिवशी उत्पादने वितरित केली जात आहेत. घेतलेला माल परत करणे, ग्राहक सेवेचे उच्च मापदंड आणि मोठ्या प्रमाणात वितरण हाताळणे या आव्हानांमुळे या उद्योगात अखेरच्या टप्प्यातील वितरणासाठी अनेक तृतीय-पक्षाच्या लॉजिस्टिक सेवादात्यांची वाढ दिसून आली आहे. प्रामुख्याने द्वितीय व तृतीय स्तरीय शहरांमध्ये पोहोचण्यासाठी तृतीय-पक्षाच्या लॉजिस्टिक सेवादात्यांबरोबर ई-कॉमर्स कंपन्यांच्या भागीदारीची संख्या वाढत आहे. तसेच ग्राहकांना उत्तम सेवेचा अनुभव देण्यासाठी आणि वितरणावर अधिक नियंत्रण ठेवण्यासाठी ई-कॉमर्स कंपन्या स्वतःचा लॉजिस्टिक विभाग काढण्यासाठी प्रवृत्त होत आहेत.

ई-कॉमर्सची वाढ वाढविण्यासाठी जीएसटी

जीएसटीमुळे सर्व राज्यांत वस्तू आणि सेवांच्या पुरवठ्यावर लागू होईल अशी एकल सर्वसमावेशक अप्रत्यक्ष कर व्यवस्था लागू करण्याची अपेक्षा केली जात

SBM ECO

आहे. जीएसटीच्या अंमलबजावणीत सर्व्हिस टॅक्स, सेंट्रल एक्साईजड्युटी, केंद्रीय स्तरावर अतिरिक्त कस्टम ड्युटी आणि राज्य स्तरावर सीएसटी, व्हॅट आणि प्रवेश कर समाविष्ट करणे अपेक्षित आहे. यामुळे पारदर्शकता आणि देशांतर्गत सीमेवरील करांचे सरलीकरण, दुप्पट कर आकारणीच्या घटना न होणे तसेच पुरवठा साखळीची कार्यक्षमता सुधारणे अशा अनेक मार्गांनी ई-कॉमर्स इंडस्ट्रीच्यासंचालनातील कार्यक्षमता वाढेल.

ई-कॉमर्स लाखो लोकांचे जीवन बदलत आहे; परंतु असेही बरेच लोक आहेत जे ऑफलाइन शॉपिंगला प्राधान्य देतात. जर येत्या काही वर्षांत ई-कॉमर्सला प्रचंड प्रभाव निर्माण करायचा असेल, तरया प्राधान्यक्रमाचा व्यवसायावर नक्कीच परिणाम होईल.

<u>ई-वित्त :-</u>

ई-फायनान्स म्हणजे ऑनलाईन बँकिंग, इलेक्ट्रॉनिक व्यापारयांची सोय करणे, विमा, गहाणखत आणि इलेक्ट्रॉनिक पैसे यांसारख्या वित्तीय उत्पादनांचे वितरण, आर्थिक माहिती आणि विश्लेषण इंटरनेटद्वारे किंवा अन्य सार्वजनिक नेटवर्कद्वारे संप्रेषण करणे इत्यादी. वित्तीय बाजारात आता इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपात समाशोधन आणि व्यवहाराची पूर्तता, शीर्षकाचे हस्तांतरण होते.

यामुळे स्मार्ट फोनवर आधारित ऑनलाइन शॉपिंग संस्कृतीच्या मागण्या पूर्ण करण्यासाठी ऐतिहासिकदृष्ट्या रोखीने वर्चस्व असलेले, भारताचे ई-कॉमर्स पेमेंट्स मार्केट बदलत आहे. यामुळे कार्ड्स आणि डिजिटल वॉलेट्सचे महत्त्व वाढत आहे.

सध्या भारतात ऑनलाइन खरेदीसाठी सर्वांत जास्त वापरली जाणारी पेमेंट पद्धत म्हणजे कार्डस आहेत. कार्डस २९% व्यवहारांचे किंवा १०.६ अब्ज डॉलर्स विक्रीचे प्रतिनिधित्व करतात. असे असूनही राष्ट्रीय स्तरावर कार्डचा वापर कमी आहे. कार्ड वापराचा दर डेबिट कार्डासाठी दरडोई ०.६४ तर क्रेडिट कार्डसाठी ०.०२ आहे. ह्यावरून हे सूचित होते, की रोख रकमेचा वापरजसजसा कमीहोईल तसतसा कार्डांना आणखीमोठा वाटा मिळवण्याचीसंधीआहे.

SBM ECO

भारतातील कार्डाचा वापर २०२१ पर्यंत ५३ टक्केवार्षिक वृद्धीदराने वाढणे अपेक्षित आहे.

भारतात वेगाने वाढणारी आणखी एक पेमेंटची पद्धत म्हणजे डिजिटल वॉलेट्स. सध्या एकूण ई-कॉमर्स पेमेंट्सच्या एक चतुर्थांश भागासाठी डिजिटल वॉलेट्स वापरली जातात. डिजिटल वॉलेट्स वापर २०२१ पर्यंत ८० टक्के वार्षिक वृद्धीदराने वाढणे अपेक्षित आहे. तेव्हा विक्रीचा ३४.८ टक्के वाटा घेणारी डिजिटल वॉलेट्सही ऑनलाइन पेमेंटची प्राथमिक पद्धत असेल. एअरटेल मनी आणि पेपाल या सर्वाधिक लोकप्रिय पर्यायांसह भारतात आत्ताही अनेक डिजिटल वॉलेट पर्याय उपलब्ध आहेत.

भारताच्या ऑनलाइन पेमेंट मार्केटमध्ये अद्यापही रोखीचा महत्त्वपूर्ण वाटा आहे. एकूण विक्रीपैकी १७ टक्के विक्रीत रोख रक्कम वापरली जाते. असे मुख्यतः कॅश-ऑन-डिलीव्हरी पद्धतीच्या दीर्घकाळ टिकलेल्या लोकप्रियतेमुळे होते. यामुळे ई-कॉमर्स व्यापाऱ्यांना नेहमीच्या नसलेल्या आणि ग्रामीण ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यास मदत करते. तसेच पैसे न मिळाल्यामुळे होणाऱ्या नुकसानाची जोखीम देखील कमी करते – जर ग्राहकाने पैसे दिले नाहीत, तर ती वस्तू सरळ व्यापाऱ्याकडे परत पाठवली जाते. सन २०२१ पर्यंत रोख रकमेचा भारतातला वाटा कमी कमी होत जाऊन केवळ १० टक्के राहील. कार्ड आणि डिजिटल वॉलेटचा अवलंब वाढेल आणि नियामक बदलांमुळे बदलत्या पेमेंट्सच्या लँडस्केपला उत्तेजन मिळेल. जसा भारतातील बँकिंगचा विस्तारवाढेल तशीबँक ट्रान्सफर्समध्ये वेगाने वाढ होईल. सध्याही पद्धत पाचपैकी एका इ-कॉमर्स व्यवहारात वापरली जाते. या पद्धतीचा वापर २०२१ पर्यंत ८४ टक्के वार्षिक वृद्धीदराने वाढणे अपेक्षित आहे, आणि ह्या पद्धतीचा बाजारातील वाटा ३०.२ टक्के असेल.

संदर्भ:-

SBM ECO

भारतीय आर्थिक पर्यावरण (२०१८) - प्राचार्य डॉ. एस. आर. जावळे, डॉ. एस. आर. पगार, डॉ. एस. आर. जावळे, डॉ. एस. व्ही. टिळे

भारतीय आर्थिक पर्यावरण (२००८) - प्रा. अलका झीमरे

https://www.wikipedia.org/

• Dutt Ruddar and K.P.M Sundaram (2001): Indian Economy, S Chand & Co. Ltd. New Delhi

• Mishra S.K & V.K Puri (2001) "Indian Economy and –Its development experience",. Himalaya Publishing House.

• Kapila Uma (2017): Indian Economy: Policies and Performances, Academic Foundation

• Bardhan, P.K. (9th Edition) (1999), The Political Economy of Development in India, Oxford University Press, New Delhi

• Jalan, B. (1996), India's Economic Policy- Preparing for the Twenty First Century, Viking, New Delhi.

XX-oo-XX
XX-oo-XX

SBM ECO