घटक – १

व्यावसायिक नीतिमत्ता : एक आढावा

(Business Ethics : An overview)

१.० उद्दिष्टे

१.१ प्रास्ताविक

१.२ विषय विवेचन

१.२.१ नितीमत्ता : अर्थ, व्याख्या आणि स्वरूप

१.२.२ नितीमत्तेचे प्रकार

१.२.३ नीतिमत्ता, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती – परस्परसंबंध आणि फरक

१.२.४ नीतिमत्ता : उद्दिष्टे आणि महत्त्व

१.२.५ व्यावसायिक नीतिमत्ता : अर्थ, व्याख्या, स्वरूप आणि आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये नीतिशास्त्राची आवश्यकता

१.२.६ व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती

१.२.७ व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिमत्ता

१.२.८ व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे

१.२.९ व्यवसाय नीतिमत्तेचेचे व्यवसायातील महत्त्व

१.२.१० प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमधील नीतिशास्त्र

१.३ स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न

१.४ पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

१.५ स्वयं-अध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

१.६ सारांश

१.७ सरावासाठी स्वाध्याय

१.८ अधिक वाचनासाठी पुस्तके

१.० उद्दिष्टे (Objectives)

या घटकाच्या अभ्यासानंतर आपल्याला :

१. नितीमत्तेची संकल्पना, प्रकार उद्दिष्टे आणि महत्त्व समजनू घेता येईल.

२. व्यावसायिक नीतिमत्ता संकल्पना तसेच आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये नीतिशास्त्राची आवश्यकता समजनू घेता येईल.

३. व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती आणि महत्त्व समजनू घेता येईल.

४. व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे स्पष्ट करता येतील.

५. प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमधील नीतिशास्त्र समजनू घेता येईल.

१.१ प्रास्ताविक (Introduction)

मानवी जीवनात नैतिक मूल्यांना अत्यंत महत्त्वाचे स्थान आहे. व्यक्तीचे विचार, वर्तन आणि निर्णय यांना योग्य दिशा देण्याचे कार्य नीतिशास्त्र करत असते. व्यक्तीचे वर्तन, समाजातील संबंध आणि विविध व्यवसायांचे कार्य या सर्वांचा पाया नैतिकतेवर आधारित असतो. व्यवसाय क्षेत्रही याला अपवाद नाही. आधुनिक काळात व्यवसायाचे स्वरूप व्यापक, स्पर्धात्मक आणि जागतिक झाले असून, व्यवसायाचा प्रभाव समाजाच्या प्रत्येक घटकावर पडत आहे. व्यवसाय हा केवळ आर्थिक व्यवहारांचा किंवा उत्पादन-विक्रीचा विषय नसून तो समाज, ग्राहक, कर्मचारी, भागधारक, पर्यावरण आणि राष्ट्र यांच्या हिताशी जोडलेला एक व्यापक सामाजिक उपक्रम आहे. त्यामुळे व्यवसाय करताना नैतिक तत्त्वांचे पालन करणे ही केवळ सामाजिक अपेक्षा नसून ती व्यवसायाच्या यशाची मूलभूत गरज बनली आहे. या पार्श्वभूमीवर व्यवसाय नीतिशास्त्राचा अभ्यास अत्यंत महत्त्वाचा ठरतो.

व्यवसाय नीतिमत्ता हे व्यवसायातील योग्य-अयोग्य वर्तनाचे मार्गदर्शन करणारे शास्त्र आहे. व्यवसायातील निर्णय, धोरणे आणि कृती नैतिक मूल्यांच्या चौकटीत राहून पार पाडणे म्हणजे व्यवसाय नीतिशास्त्र होय. प्रामाणिकपणा, पारदर्शकता, न्याय, उत्तरदायित्व, सामाजिक बांधिलकी आणि पर्यावरण संरक्षण ही व्यवसाय नीतिशास्त्राची प्रमुख तत्त्वे मानली जातात. केवळ नफा मिळवणे हे व्यवसायाचे अंतिम उद्दिष्ट नसून समाजहित आणि मानवी मूल्यांचे जतन करणे हीदेखील व्यवसायाची महत्त्वाची जबाबदारी आहे.

भारतात तसेच जगभरात व्यवसाय क्षेत्रात अनेक बदल झाले आहेत. जागतिकीकरण, डिजिटल तंत्रज्ञान, कृत्रिम बुद्धिमत्ता, ई-कॉमर्स आणि बहुराष्ट्रीय कंपन्यांच्या वाढत्या प्रभावामुळे व्यवसाय अधिक गुंतागुंतीचा आणि वेगवान झाला आहे. या बदलत्या वातावरणात नैतिक मूल्यांची गरज अधिकच तीव्र झाली आहे. फसवणूक, भ्रष्टाचार, भेसळ, चुकीची जाहिरात, माहितीची गोपनीयता भंग, कामगारांचे शोषण आणि पर्यावरणाची हानी यांसारख्या समस्यांमुळे व्यवसाय नीतिशास्त्राचे महत्त्व अधोरेखित होते. म्हणूनच आधुनिक काळातील यशस्वी व्यवसाय हा केवळ आर्थिकदृष्ट्या सक्षम नसून नैतिकदृष्ट्याही सक्षम असणे गरजेचे आहे. व्यवसाय संस्थांनी नैतिकतेच्या आधारावर कार्य करणे आवश्यक ठरते.

नैतिक मूल्यांचे पालन करणारे व्यवसाय ग्राहकांचा विश्वास संपादन करतात, समाजात चांगली प्रतिमा निर्माण करतात आणि दीर्घकालीन यश प्राप्त करतात. नैतिकता ही व्यवसायाच्या प्रतिष्ठेचा, स्थैर्याचा आणि प्रगतीचा महत्त्वपूर्ण आधार मानली जाते. त्यामुळे व्यवसाय नीतिशास्त्राचा अभ्यास हा केवळ सैद्धांतिक विषय न राहता व्यावहारिक जीवनाशी निगडित अभ्यासक्षेत्र बनलेला आहे.

१.२ विषय विवेचन (Presentation of Subject Matter)

आधुनिक काळात जागतिक पातळीवर मव्यावसायिक नीतिमूल्यांफ्बाबतचा (Business Ethics) विचार वेगाने वाढत आहे. नीतिशास्त्र म्हणजे नैतिक तत्त्वे किंवा मूल्यांचा एक संच, जो व्यक्तीच्या किंवा गटाच्या वर्तनावर नियंत्रण ठेवतो आणि लोकांना योग्य-अयोग्य ओळखण्यास मार्गदर्शन करतो. यामध्ये नैतिकदृष्ट्या काय स्वीकारार्ह आहे हे समजून घेणे आणि त्या तत्त्वांच्या आधारे निर्णय घेणे समाविष्ट आहे. नीतिशास्त्र वेगवेगळ्या

संस्कृती, समाज आणि श्रद्धा प्रणालींमध्ये भिन्न असू शकते, परंतु सामान्यतः त्याचा उद्देश निष्पक्षता, प्रामाणिकपणा, सचोटी आणि इतरांबद्दल आदर यांना प्रोत्साहन देणे हा असतो. वैद्यकशास्त्र, कायदा किंवा पत्रकारिता यांसारख्या विविध व्यवसायांमध्ये, नीतिशास्त्रामध्ये अनेकदा विशिष्ट मार्गदर्शक तत्त्वे किंवा आचारसंहिता असतात, ज्यांचे पालन व्यावसायिकांनी करणे अपेक्षित असते. या संहिता हे सुनिश्चित करण्यास मदत करतात की व्यावसायिक आपापल्या क्षेत्रात जबाबदारीने आणि सचोटीने वागतील. तत्त्वज्ञानामध्येही नीतिशास्त्र एक महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते, जिथे तत्त्वज्ञ नीतिशास्त्राचे स्वरूप, नैतिक निर्णयांचा आधार आणि नैतिक वर्तनाला आधार देणारी तत्त्वे यांसारख्या प्रश्नांचा शोध घेतात. तत्त्वज्ञानाची ही शाखा नैतिक तत्त्वज्ञान किंवा नीतिशास्त्र म्हणून ओळखली जाते. थोडक्यात, नीतिशास्त्रामध्ये अशी तत्त्वे, मूल्ये आणि मानके समाविष्ट आहेत, जी मानवी वर्तन आणि निर्णय प्रक्रियेला मार्गदर्शन करतात, ज्याचा उद्देश नैतिकदृष्ट्या योग्य आणि चांगले मानल्या जाणाऱ्या गोष्टींना प्रोत्साहन देणे हा असतो.

व्यावसायिक नीतिमूल्ये ही व्यवस्थापकांनी घेतलेले निर्णय आणि त्यांच्या वर्तनाच्या मूल्यमापनावर केंद्रित असतात. व्यावसायिक नीतिमूल्ये ही एखाद्या समस्येशी, ती समस्या कशी सोडवली जाईल याच्याशी आणि संक्रमण विश्लेषणादरम्यान (transition analysis) ती समस्या पुढे कशी जाईल, या बाबींशी संबंधित असतात (-rchie B. Carroll, 2014).

व्यावसायिक नीतिमूल्यांचा विचार विविध स्तरांवर केला जाऊ शकतो; यामध्ये व्यावसायिक, सामाजिक, औद्योगिक आणि वैयक्तिक स्तरांचा समावेश होतो. नीतिमूल्यांच्या क्षेत्रात मकर्तव्ये आणि जबाबदाऱ्याफ हा एक प्रमुख प्रश्न असतो, जो या दोन बाबींमधील परस्परविरोधाचाही वेध घेतो. निर्णय घेण्याच्या प्रक्रियेस मदत करण्यासाठी किंवा ती सुलभ करण्यासाठी अनेक नैतिक तत्त्वे मांडली गेली आहेत.

एखाद्या व्यक्तीच्या वर्तनावर विविध संस्थात्मक घटकांचा प्रभाव पडू शकतो; हे घटक त्या व्यक्तीचे वर्तन घडवण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावतात. व्यक्तींचे वर्तन आणि उद्योगातील नैतिक कार्यपद्धती हे घटक एखाद्या संस्थेचे 'नैतिक वातावरण' (ethical climate) घडवण्यात सर्वाधिक प्रभावशाली मानले जातात; याउलट, समाजाचे 'नैतिक वातावरण' (moral climate) घडवणारा सामाजिक प्रभाव आणि व्यक्तीच्या गरजा यांचा प्रभाव तुलनेने कमी असतो (-rchie B. Carroll, 2014). अलीकडील अभ्यासांतून असे दिसून आले आहे की, व्यावसायिक वातावरणात काम करणाऱ्या व्यक्तींना सध्या तीव्र दबावाचा सामना करावा लागत आहे; आपल्या जबाबदाऱ्या पार पाडत असतानाच, संस्थेमध्ये नैतिकतेने वागण्याबाबत त्यांच्यावर मोठा दबाव येत आहे (Jamnik, 2011).

वरिष्ठांचे नैतिक निर्णय, निर्णय घेण्याची प्रक्रिया आणि त्या निर्णयांची कायदेशीर स्वीकारार्हता हे घटक अत्यंत महत्त्वाचे मानले जातात; कारण या बाबी संस्थेतील नैतिक वातावरणाबाबत प्रश्न उपस्थित करतात. शिवाय, नेतृत्वाकडून होणाऱ्या अनैतिक कृती आणि कर्मचाऱ्यांकडून केवळ निष्ठा व आज्ञाधारकपणाची अपेक्षा करणे, या बाबीही संस्थेमध्ये नैतिक वातावरण निर्माण करण्याच्या दृष्टीने चिंतेचे प्रमुख विषय ठरतात. संस्था आपल्या कर्मचाऱ्यांवर किती दबाव टाकत आहेत, याची त्यांना अनेकदा जाणीव नसते; तसेच, अपुऱ्या किंवा सदोष धोरणांचा अवलंब करणे ही देखील संस्थांमध्ये सर्रास आढळणारी एक प्रमुख अनैतिक कार्यपद्धती मानली जाते. (Archie B. Carroll, 2014).

१.२.१ नितीमत्ता : अर्थ, व्याख्या आणि स्वरूप

नितीमत्ता : अर्थ (Meaning of Ethics) :

Ethics हा शब्द ग्रीक भाषेतील ऐींही या शब्दापासून निर्माण झाला आहे. Ethos म्हणजे स्वभाव, चारित्र्य, सवय किंवा नैतिक मूल्ये. मराठीत ऐींहळली या शब्धाचा अर्थ नीतिशास्त्र, नैतिकता किंवा सदाचाराचे तत्त्व असा होतो.

नीतिशास्त्र म्हणजे व्यक्तीच्या वर्तनाला योग्य दिशा देणारी नैतिक तत्त्वे, मूल्ये आणि नियमांचा अभ्यास होय. हे शास्त्र मानवी कृतींचे नैतिक मूल्य ठरवते आणि योग्य-अयोग्य, चांगले-वाईट, न्याय-अन्याय यातील फरक स्पष्ट करते.

नैतिक मूल्य ही व्यक्तीपरत्वे, विभाग परत्वे तसेच देशोदेशी वेगवेगळी असतात. तरी देखील निती मूल्ये जोपासण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर गरज आहे. कारण वाढत्या स्पर्धेवर मात करून यशस्वी होण्यासाठी नैतिक व्यवहार महत्त्वाचे आहेत. योग्य किंवा अयोग्य खरे किंवा खोटे चूक किंवा बरोबर यांचा विचार करून व्यवसायांनी आपले धोरण आखणे आवश्यक आहे

नितीमत्ता व्याख्या (Definitions of Ethics) **:**

प्रसिद्ध लेखक आणि तत्त्वज्ञांनी दिलेल्या नीतीशास्त्र या संज्ञेच्या व्याख्या पुढीलप्रमाणे दिलेल्या आहेत.

१. प्रसिद्ध तत्त्वज्ञ आणि नीतिशास्त्रज्ञ जे. एस. मॅकेन्झी यांनी केलेली व्याख्या :

मानवी वर्तनातील योग्य किंवा चांगल्या गोष्टींचा अभ्यास म्हणजे नीतिशास्त्र होय.

(Ethics is the study of what is right or good in human conduct. - J.S. Mackenzie)

२. अमेरिकन तत्त्वज्ञ आणि नीतिशास्त्रज्ञ पॉल डब्ल्यू. टेलर यांनी केलेली व्याख्या:

नैतिक निर्णय, मानदंड आणि आचारनियम यांच्या स्वरूपाचा व आधाराचा शोध घेणारा अभ्यास म्हणजे नीतिशास्त्र होय.

(Ethics is the inquiry into the nature and grounds of morality where the term morality is taken to mean moral judgments, standards and rules of conduct. - Paul W. Taylor)

३. विल्यम लिली यांनी केलेली व्याख्या :

समाजात राहणाऱ्या मानवाच्या आचरणाचा आदर्शात्मक अभ्यास करणारे शास्त्र म्हणजे नीतिशास्त्र होय.

(Ethics is the normative science of the conduct of human beings living in societies. -William Lillie)

४. रिस्टॉटल यांच्या मते :

सदाचार आणि उत्तम जीवनाचा अभ्यास म्हणजे नीतिशास्त्र होय.

(Ethics is a study of good conduct and the good life. - Aristotle)

५. इमॅन्युएल कान्ट:

कर्तव्य आणि नैतिक नियमांवर आधारित आचरण म्हणजे नीतिशास्त्र होय. एखादी कृती कर्तव्यभावनेतून केली गेली तर ती नैतिकदृष्ट्या योग्य मानली जाते.

(Ethics is based on duty and moral law. An action is morally right if it is done out of duty. - Immanuel Kant)

वरील सर्व व्याख्यांचा अभ्यास केल्यास असे स्पष्ट होते की, नीतिशास्त्र हे मानवी आचरण, नैतिक मूल्ये, योग्य-अयोग्य वर्तन, कर्तव्यभावना आणि आदर्श जीवन यांचा अभ्यास करणारे शास्त्र आहे. नीतिशास्त्र व्यक्तीला योग्य निर्णय घेण्यास मार्गदर्शन करते तसेच समाजामध्ये नैतिक मूल्यांची जपणूक करण्यास मदत करते. विविध तत्त्वज्ञांनी नीतिशास्त्राच्या वेगवेगळ्या पैलूंवर भर दिला असला तरी सर्व व्याख्यांचा केंद्रबिंदू मानवी वर्तन आणि नैतिकता हाच आहे. त्यामुळे नीतिशास्त्र हे व्यक्ती, समाज आणि व्यवसाय यांच्यामध्ये नैतिक जाणीव निर्माण करणारे महत्त्वपूर्ण शास्त्र मानले जाते.

नितीमत्ता : स्वरूप (Nature of Ethics)

१. मूल्यांवर आधारित (Ethics is Value-Based)

नीतिशास्त्र हे सत्य, प्रामाणिकपणा, न्याय, कर्तव्य आणि जबाबदारी यांसारख्या मूल्यांवर आधारित असते. हे मानवी वर्तनाला योग्य दिशा देऊन चांगले आणि वाईट यातील फरक स्पष्ट करते. व्यक्तीच्या निर्णयप्रक्रियेत नैतिक मूल्यांना महत्त्व दिले जाते. म्हणून नीतिशास्त्र मानवी जीवनात आदर्श आचरण घडविण्यास मदत करते.

२. **मानवी आचरणाशी संबंधित शास्त्र** (Ethics is Related to Human Conduct)

नीतिशास्त्राचा संबंध व्यक्तीच्या वर्तन, कृती आणि निर्णयप्रक्रियेशी असतो. मानवी आचरणाचे नैतिक मूल्यांच्या आधारावर परीक्षण केले जाते.

३. **सामाजिक शास्त्र** (Ethics is a Social Science)

मनुष्य समाजात राहतो; त्यामुळे त्याच्या वर्तनाचा परिणाम इतरांवर होतो. नीतिशास्त्र समाजहित आणि सामाजिक कल्याणावर भर देते.

४. **व्यवहाराभिमुख शास्त्र** (Ethics is Practical in Nature)

नीतिशास्त्र केवळ सैद्धांतिक नसून दैनंदिन जीवन आणि व्यवसायातील प्रत्यक्ष व्यवहारात उपयोगी पडते.

५. **नीतिशास्त्र हे आदर्शवादी शास्त्र** (Ethics is an Idealistic Science)

नीतिशास्त्र मानवी वर्तन कसे असावे याचे मार्गदर्शन करते. ते योग्य-अयोग्य, चांगले-वाईट यांचे निकष ठरवते.

६. **कर्तव्यावर भर देणारे शास्त्र** (Ethics Emphasizes Duty)

नीतिशास्त्र व्यक्तीच्या अधिकारांबरोबरच तिच्या कर्तव्यांनाही महत्त्व देते. योग्य कर्तव्यपालन नैतिकतेचे लक्षण मानले जाते.

७. **गतिशील स्वरूपाचे शास्त्र** (Ethics is Dynamic in Nature)

समाज, संस्कृती, काळ आणि परिस्थितीनुसार नैतिक मूल्यांमध्ये बदल होत असतात. त्यामुळे नीतिशास्त्राचे स्वरूप गतिशील आहे.

८. **निर्णयक्षमतेचा विकास करणारे शास्त्र** (Ethics Develops Decision-Making ability)

नीतिशास्त्र व्यक्तीमध्ये योग्य आणि अयोग्य यातील फरक ओळखण्याची क्षमता विकसित करते. त्यामुळे व्यक्तीची निर्णय घेण्याची क्षमता विकशित होते.

९. **सार्वत्रिक स्वरूपाचे शास्त्र** (Ethics has a Universal Nature)

नीतिशास्त्राचे तत्त्व सर्व प्रकारच्या व्यक्तीं व समाजाला लागू पडतात, त्यामुळे त्याला सार्वत्रिक स्वरूप प्राप्त होते. सत्य, प्रामाणिकपणा, न्याय आणि जबाबदारी यांसारखी मूल्ये सर्वत्र मान्य केली जातात. त्यामुळे नीतिशास्त्राला सार्वत्रिक स्वरूप प्राप्त होते.

१.२.२ नितीमत्तेचे प्रकार

मानवी जीवनाच्या विविध क्षेत्रांमध्ये नैतिक मूल्यांचे महत्त्व लक्षात घेता नीतिशास्त्राचे अनेक प्रकार दिसून येतात. वैयक्तिक, व्यावसायिक, सामाजिक, धार्मिक, पर्यावरणीय, कार्य, राजकीय, वैद्यकीय, आणि शैक्षणिक नीतिशास्त्र असे प्रकार आहेत. प्रत्येक प्रकार मानवी वर्तनाला योग्य दिशा देण्याचे कार्य करतो. नीतिशास्त्राचे प्रमुख प्रकार पुढीलप्रमाणे आहेत.

१. वैयक्तिक नीतिशास्त्र (Personal Ethics)

व्यक्तीच्या वैयक्तिक जीवनातील नैतिक मूल्ये, तत्त्वे आणि वर्तन यांना वैयक्तिक नीतिशास्त्र असे म्हणतात. व्यक्तीने स्वतःच्या जीवनात योग्य आचरण ठेवणे, सत्य बोलणे, प्रामाणिक राहणे आणि इतरांशी आदराने वागणे यांचा यात समावेश होतो.

हे नीतिशास्त्र व्यक्तीच्या चारित्र्याशी आणि स्वभावाशी संबंधित असते. व्यक्तीचे संस्कार, कुटुंब, शिक्षण आणि समाज यांचा त्यावर प्रभाव पडतो.

वैयक्तिक नीतिशास्त्रामुळे व्यक्तीमध्ये चांगले चारित्र्य निर्माण होते. योग्य-अयोग्य यामधील फरक ओळखण्याची क्षमता विकसित होते. व्यक्तीच्या विचारांमध्ये आणि वर्तनामध्ये सकारात्मकता निर्माण होऊन समाजात आदर्श व्यक्तिमत्त्व तयार होते.

उदाहरणार्थ, खोटे न बोलणे, इतरांचा आदर करणे, वेळेचे पालन करणे आणि प्रामाणिकपणे काम करणे ही वैयक्तिक नीतिशास्त्राची उदाहरणे आहेत.

२. व्यावसायिक नीतिशास्त्र (Professional Ethics)

एखाद्या व्यवसाय किंवा पेशामध्ये काम करताना पाळावयाच्या नैतिक तत्त्वांना व्यावसायिक नीतिशास्त्र असे म्हणतात. प्रत्येक व्यावसायिकाने आपल्या कर्तव्याचे पालन प्रामाणिकपणे आणि जबाबदारीने करणे अपेक्षित असते.

डॉक्टर, वकील, शिक्षक, अभियंते, लेखापाल आणि व्यवस्थापक यांसारख्या व्यावसायिकांनी आपल्या व्यवसायामध्ये प्रामाणिकपणा, निष्ठा, गोपनीयता आणि जबाबदारी राखणे आवश्यक असते.

व्यावसायिक नीतिशास्त्रामुळे व्यवसायातील गुणवत्ता, विश्वास आणि पारदर्शकता वाढते. तसेच ग्राहक, सहकारी आणि समाजामध्ये व्यावसायिकांबद्दल आदर निर्माण होतो.

उदाहरणार्थ, डॉक्टरांनी रुग्णांची योग्य काळजी घेणे, शिक्षकांनी विद्यार्थ्यांना प्रामाणिकपणे शिक्षण देणे आणि वकिलांनी न्यायासाठी कार्य करणे हे व्यावसायिक नीतिशास्त्राचे भाग आहेत.

व्यावसायिक नीतिशासत्रामुळे व्यवसायात विश्वासार्हता निर्माण होते. व्यावसायिक प्रतिष्ठा वाढते. भ्रष्टाचार आणि गैरव्यवहार कमी होतात आणि समाजाला गुणवत्तापूर्ण सेवा मिळते.

३. सामाजिक नीतिशास्त्र (Social Ethics)

समाजातील व्यक्तींनी परस्परांशी कसे वागावे यासंबंधीची नैतिक तत्त्वे म्हणजे सामाजिक नीतिशास्त्र होय. समाजात शांतता, सहकार्य, समानता आणि बंधुभाव निर्माण करण्यासाठी सामाजिक नैतिक मूल्यांचे पालन आवश्यक असते.

सामाजिक नीतिशास्त्र व्यक्तीला समाजहितासाठी कार्य करण्याची प्रेरणा देते. जात, धर्म, भाषा किंवा लिंगभेद न करता सर्वांशी समान वागणूक देणे हे सामाजिक नीतिशास्त्राचे महत्त्वाचे तत्त्व आहे.

उदाहरणार्थ, सामाजिक नियमांचे पालन करणे, पर्यावरणाचे संरक्षण करणे, गरजू लोकांना मदत करणे आणि सामाजिक ऐक्य टिकवून ठेवणे ही सामाजिक नीतिशास्त्राची उदाहरणे आहेत.

४. व्यवसाय नीतिशास्त्र (Business Ethics)

व्यवसाय नीतिशास्त्र म्हणजे व्यवसायातील व्यवहार, निर्णयप्रक्रिया आणि व्यवस्थापनामध्ये नैतिक मूल्यांचे पालन करणे होय. व्यवसाय करताना ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार, शासन आणि समाज यांच्या हिताचा विचार करणे आवश्यक असते.

व्यवसाय नीतिशास्त्रामध्ये प्रामाणिक व्यवहार, ग्राहक संरक्षण, गुणवत्तापूर्ण उत्पादने, कर्मचाऱ्यांप्रती न्याय्य वर्तन, पर्यावरण संरक्षण आणि सामाजिक उत्तरदायित्व यांना महत्त्व दिले जाते.

व्यवसाय नीतिशास्त्रामुळे संस्थेची प्रतिमा सुधारते, ग्राहकांचा विश्वास वाढतो आणि दीर्घकालीन यश प्राप्त होते.

उदाहरणार्थ, ग्राहकांची फसवणूक न करणे, दर्जेदार वस्तू विकणे, कर नियमांचे पालन करणे आणि पर्यावरणपूरक उत्पादन करणे ही व्यवसाय नीतिशास्त्राची उदाहरणे आहेत. आजच्या स्पर्धात्मक युगात व्यवसायात केवळ नफा मिळवणे महत्त्वाचे नसून नैतिक मूल्यांचे पालन करणेही आवश्यक झाले आहे.

१.२.३ नीतिमत्ता, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती – परस्परसंबंध आणि फरक

मानवी जीवन केवळ भौतिक गरजांवर आधारित नसून त्यामध्ये विचार, श्रद्धा, मूल्ये, आचार-विचार आणि सामाजिक नियम यांचाही महत्त्वाचा वाटा असतो. व्यक्तीच्या वर्तनाला दिशा देणाऱ्या महत्त्वाच्या संकल्पना म्हणजे नीतिमत्ता (Ethics), मूल्ये (Values), नैतिकता (Morality) आणि संस्कृती (Culture). या चारही संकल्पना एकमेकांशी संबंधित असल्या तरी त्यांचे स्वरूप, कार्य आणि उद्दिष्टे वेगवेगळी आहेत. व्यक्तीच्या चारित्र्यनिर्मितीपासून समाजाच्या विकासापर्यंत या संकल्पनांचा प्रभाव दिसून येतो. त्यामुळे त्यांचा स्वतंत्रपणे अभ्यास करणे आवश्यक ठरते. नीतिशास्त्राचा अर्थ आपण अभ्यासलेला आहे. मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृतीचा

अर्थ खालीलप्रमाणे आहे .

मूल्ये (Values) **:** व्यक्ती किंवा समाज ज्या गोष्टींना महत्त्व, आदर किंवा प्राधान्य देतो त्यांना मूल्ये म्हणतात. मूल्ये व्यक्तीच्या विचारसरणी आणि निर्णयक्षमतेवर प्रभाव टाकतात. उदा. सत्य, प्रामाणिकपणा, प्रेम, सहकार्य, देशभक्ती ईत्यादी.

नैतिकता (Morality) **:** समाजमान्य योग्य-अयोग्य वर्तनाच्या नियमांचे पालन म्हणजे नैतिकता होय. नैतिकता व्यक्तीच्या आचरणाशी संबंधित असते. उदा. खोटे न बोलणे, चोरी न करणे, वडीलधाऱ्यांचा आदर करणे इत्यादी.

संस्कृती (Culture) **:** समाजातील परंपरा, चालीरीती, श्रद्धा, भाषा, कला, ज्ञान, मूल्ये आणि जीवनपद्धती यांचा एकत्रित स्वरूप म्हणजे संस्कृती होय. संस्कृती समाजाच्या जीवनशैलीचे प्रतिबिंब असते. उदा. सण-उत्सव साजरे करणे, पारंपरिक पोशाख, भाषा आणि लोककला, धार्मिक परंपरा इत्यादी.

नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती यांतील संबंध

मानवी जीवनाच्या घडणीत नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती या संकल्पनांचे अत्यंत महत्त्वाचे स्थान आहे. व्यक्तीचे विचार, वर्तन, निर्णयप्रक्रिया आणि सामाजिक संबंध यांवर या चारही घटकांचा प्रभाव पडत असतो. जरी या संकल्पना स्वतंत्र स्वरूपाच्या असल्या तरी त्या परस्परांशी घनिष्ठपणे संबंधित आहेत आणि एकमेकांना पूरक ठरतात हे खालील मुध्यांवरून स्पस्ट होते .

१. परस्परपूरक संबंध

नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती हे चारही घटक एकमेकांना पूरक आहेत. मूल्यांमधून नैतिकता निर्माण होते आणि नैतिकतेवर नीतिशास्त्र आधारित असते. संस्कृती या सर्वांना आकार देते.

२. वर्तनावर प्रभाव

नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती या चारही संकल्पना मानवी वर्तनाच्या घडणीत महत्त्वाची भूमिका बजावतात. व्यक्तीचे विचार, निर्णय, कृती आणि जीवनशैली या सर्वांवर या घटकांचा प्रभाव पडतो. त्यामुळे या चारही संकल्पनांचा वर्तनाशी घनिष्ठ संबंध आहे.

३. समाजहितासाठी कार्य

नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती हे समाजहिताचे आधारस्तंभ आहेत. या चारही घटकांमुळे व्यक्ती जबाबदार नागरिक बनते आणि समाजात शिस्त, शांतता, प्रामाणिकपणा व सहकार्याचे वातावरण निर्माण होऊन सामाजिक कल्याण साध्य होते.

४. व्यक्तिमत्त्व विकास

व्यक्तिमत्त्व विकास म्हणजे व्यक्तीच्या विचार, वर्तन, वृत्ती, चारित्र्य आणि सामाजिक कौशल्यांचा सर्वांगीण विकास होय. या विकासामध्ये नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती यांची महत्त्वपूर्ण भूमिका असते. या चारही घटकांच्या प्रभावामुळे व्यक्तीचे व्यक्तिमत्त्व अधिक सुसंस्कृत, जबाबदार आणि आदर्श बनते.

५. सामाजिक स्थैर्य

समाजात स्थैर्य, सुव्यवस्था, एकात्मता आणि सलोखा टिकवून ठेवण्यासाठी नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती यांचे महत्त्वपूर्ण योगदान असते. हे चारही घटक व्यक्तींच्या वर्तनावर सकारात्मक प्रभाव टाकून समाजातील संघर्ष, अस्थिरता आणि विसंवाद कमी करण्यास मदत करतात.

नीतिशास्त्र, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती यांतील फरक

	फरकाचा मुद्दा	नीतिशास्त्र	मूल्ये	नैतिकता	संस्कृती
१	अर्थ	योग्य-अयोग्य वर्तनाचे तत्त्वज्ञान म्हणजे नीतिशास्त्र होय.	व्यक्ती किंवा समाज ज्या गोष्टींना महत्त्व, आदर किंवा प्राधान्य देतो त्यांना मूल्ये म्हणतात.	समाजमान्य योग्य-अयोग्य वर्तनाच्या नियमांचे पालन म्हणजे नैतिकता होय. नैतिकता व्यक्तीच्या आचरणाशी संबंधित असते.	समाजातील परंपरा, चालीरीती, श्रद्धा, भाषा, कला, ज्ञान, मूल्ये आणि जीवनपद्धती यांचा एकत्रित स्वरूप म्हणजे संस्कृती होय.
२	स्वरूप	नीतिमत्तेचे स्वरूप तात्त्विक व मार्गदर्शक आहे नीतिमत्ता (Ethics) ही व्यक्तीने कसे वागावे, कोणता निर्णय योग्य आहे आणि कोणती कृती समाजहिताची आहे याबाबत मार्गदर्शन करते.	मूल्ये (Values) ही व्यक्ती किंवा समाजाने स्वीकारलेली आदर्श तत्त्वे, श्रद्धा आणि विश्वास असतात. त्यामुळे मूल्यांचे स्वरूप आदर्शात्मक	नैतिकतेचे स्वरूप आचरणात्मक आहे नैतिकता (Morality) ही व्यक्तीच्या प्रत्यक्ष वर्तनाशी आणि कृतींशी संबंधित असते. त्यामुळे नैतिकता ही विचारांपेक्षा कृतींवर अधिक भर देते. म्हणून नैतिकतेचे स्वरूप आचरणात्मक (Behavioral/ Practical) मानले जाते.	संस्कृतीचे स्वरूप सामाजिक व सांस्कृतिक आहे उदाहरण: भारतीय संस्कृतीत वडीलधाऱ्यांचा आदर, अतिथी सत्कार, सण-उत्सव साजरे करणे आणि कुटुंबव्यवस्थेला महत्त्व देणे या गोष्टींचा समावेश होतो.
३	आधार	नीतिमत्तेचा आधार नैतिक तत्त्वे आणि योग्य-अयोग्यतेचे निकष हे असतात. ती निर्णय घेण्यासाठी तात्त्विक मार्गदर्शन करते.	मूल्यांचा आधार व्यक्तीच्या श्रद्धा, विश्वास आणि आदर्श विचार हे असतात. ही मूल्ये व्यक्तीच्या वर्तनाला दिशा देतात.	नैतिकतेचा आधार समाजाने मान्य केलेले नियम, रूढी आणि आचारसंहिता हे असतात. ती समाजमान्य वर्तनाचे पालन करण्यावर भर देते.	संस्कृतीचा आधार परंपरा, संस्कार, चालीरीती आणि सामाजिक वारसा हा असतो.

४	संबंध	नीतिमत्तेचा संबंध व्यक्तीच्या वर्तनाच्या मार्गदर्शनाशी असतो. ती कोणते वर्तन योग्य आणि कोणते अयोग्य आहे हे स्पष्ट करते	मूल्यांचा संबंध व्यक्तीच्या निर्णयप्रक्रियेशी असतो. ती व्यक्तीला योग्य निवड आणि प्राधान्यक्रम निश्चित करण्यास मदत करतात.	मूल्यांचा संबंध व्यक्तीच्या निर्णयप्रक्रियेशी असतो. ती व्यक्तीला योग्य निवड आणि प्राधान्यक्रम निश्चित करण्यास मदत करतात.	संस्कृतीचा संबंध व्यक्ती आणि समाजाच्या जीवनशैलीशी असतो. ती व्यक्तीच्या विचारसरणी, सवयी आणि सामाजिक वर्तनाला आकार देते.
५	व्याप्ती	नीतिमत्तेची व्याप्ती व्यापक असते, कारण ती मानवी वर्तन, निर्णय प्रक्रिया आणि सामाजिक जबाबदाऱ्या यांचा सर्वांगीण विचार करते.	मूल्यांची व्याप्ती तुलनेने मर्यादित असते, कारण ती व्यक्ती किंवा समूहाच्या विशिष्ट श्रद्धा, आदर्श आणि प्राधान्यांपुरती मर्यादित असते.	नैतिकतेची व्याप्ती मुख्यतः व्यक्तीच्या वर्तनापुरती असते. ती व्यक्तीच्या कृती समाजमान्य नियमांनुसार आहेत की नाहीत यावर लक्ष केंद्रित करते.	संस्कृतीची व्याप्ती संपूर्ण समाजाशी संबंधित असते.
६	केंद्रबिंदू	नीतिमत्तेचा केंद्रबिंदू व्यक्तीचे निर्णय आणि वर्तन हा असतो	मूल्यांचा केंद्रबिंदू व्यक्तीचे विश्वास, श्रद्धा आणि प्राधान्यक्रम हे असतात.	नैतिकतेचा केंद्रबिंदू व्यक्तीच्या कृती आणि वर्तन हा असतो.	संस्कृतीचा केंद्रबिंदू समाजाच्या परंपरा, रूढी आणि सामाजिक वारसा हा असतो.
७	कार्य	नीतिमत्तेचे मुख्य कार्य व्यक्तीला योग्य-अयोग्य वर्तनाबाबत मार्गदर्शन करणे हे आहे.	मूल्यांचे मुख्य कार्य व्यक्तीला चांगल्या विचारांची आणि योग्य वर्तनाची प्रेरणा देणे हे आहे.	नैतिकतेचे मुख्य कार्य समाजमान्य नियमांचे पालन करून योग्य आचरण घडवून आणणे हे आहे.	संस्कृतीचे मुख्य कार्य समाजातील मूल्ये, परंपरा, रूढी आणि संस्कार यांचे जतन व संवर्धन करणे हे आहे.
८	उदाहरण	व्यवसायातील प्रामाणिक व्यवहार	सत्य, न्याय, करुणा	खोटे न बोलणे	भारतीय संस्कृतीतील अतिथी सत्कार

१.२.४ नीतिशास्त्राची उद्दिष्टे आणि महत्त्व:

नीतिशास्त्राची उद्दिष्टे (Objectives of Ethics)

१. योग्य–अयोग्य वर्तनाचे मार्गदर्शन करणे

नीतिशास्त्राचे प्रमुख उद्दिष्ट व्यक्तीला योग्य आणि अयोग्य वर्तनातील फरक समजावून देणे हे आहे. ते नैतिक तत्त्वांच्या आधारे निर्णय घेण्यास मदत करते. त्यामुळे व्यक्ती आपल्या कृतींचे परिणाम समजून जबाबदारीने वागते. योग्य वर्तनामुळे व्यक्ती आणि समाज दोघांचेही कल्याण साधले जाते.

२. नैतिक मूल्यांची जपणूक करणे

नीतिशास्त्र सत्य, प्रामाणिकपणा, न्याय, सहकार्य आणि करुणा यांसारख्या मूल्यांचे महत्त्व स्पष्ट करते. ही मूल्ये व्यक्तीच्या चारित्र्यनिर्मितीसाठी आवश्यक असतात. नीतिशास्त्रामुळे व्यक्तीमध्ये नैतिक मूल्यांबद्दल आदर निर्माण होतो. त्यामुळे समाजात चांगल्या मूल्यांचे संवर्धन होते.

३. चारित्र्यनिर्मिती करणे

नीतिशास्त्र व्यक्तीच्या चारित्र्याचा विकास करण्यास मदत करते. नैतिक तत्त्वांचे पालन केल्यामुळे व्यक्तीमध्ये सचोटी, आत्मसंयम आणि जबाबदारीची भावना विकसित होते. चांगले चारित्र्य व्यक्तीच्या यशस्वी आणि सन्माननीय जीवनाचा पाया असते. त्यामुळे नीतिशास्त्र व्यक्तिमत्त्व विकासात महत्त्वाची भूमिका बजावते.

४. सामाजिक सुव्यवस्था आणि शिस्त निर्माण करणे

नीतिशास्त्र व्यक्तींना समाजमान्य नियमांचे पालन करण्यास प्रेरित करते. त्यामुळे समाजात शिस्त, शांतता आणि परस्पर आदराची भावना निर्माण होते. नैतिक वर्तनामुळे संघर्ष, अन्याय आणि अराजकता कमी होते. यामुळे सामाजिक सुव्यवस्था टिकून राहण्यास मदत होते.

५. न्याय आणि समतेची भावना विकसित करणे

नीतिशास्त्र सर्व व्यक्तींना समान वागणूक देण्यावर भर देते. ते भेदभाव, अन्याय आणि शोषणाला विरोध करते. न्याय आणि समतेच्या तत्त्वांमुळे समाजात परस्पर विश्वास वाढतो. यामुळे समाज अधिक सुसंवादी आणि प्रगत बनतो.

६. सामाजिक जबाबदारीची जाणीव निर्माण करणे

नीतिशास्त्र व्यक्तीला समाजाप्रती असलेल्या कर्तव्यांची जाणीव करून देते. प्रत्येक कृतीचा समाजावर होणारा परिणाम विचारात घेण्यास ते शिकवते. त्यामुळे व्यक्ती केवळ स्वतःच्या हिताचा विचार न करता समाजहितालाही महत्त्व देते. ही भावना सामाजिक विकासासाठी आवश्यक आहे.

७. विवेकशील निर्णयक्षमता विकसित करणे

नीतिशास्त्र व्यक्तीला विविध परिस्थितींमध्ये योग्य निर्णय घेण्याची क्षमता प्रदान करते. नैतिक तत्त्वांच्या आधारे पर्यायांचे मूल्यमापन करण्याची सवय लागते. त्यामुळे व्यक्ती भावनांपेक्षा विवेक आणि तर्क यांना महत्त्व

देते. यामुळे निर्णय अधिक जबाबदार आणि परिणामकारक ठरतात.

८. मानवी कल्याण साधणे

नीतिशास्त्राचे अंतिम उद्दिष्ट व्यक्ती आणि समाजाचे सर्वांगीण कल्याण साधणे हे आहे. नैतिक तत्त्वांचे पालन केल्याने व्यक्तीचे जीवन अधिक अर्थपूर्ण आणि समाधानकारक बनते. तसेच समाजात शांतता, सहकार्य आणि प्रगतीचे वातावरण निर्माण होते. म्हणून नीतिशास्त्र मानवी कल्याणाचे प्रभावी साधन मानले जाते.

९. सामाजिक स्थैर्य आणि एकात्मता वाढवणे

नीतिशास्त्र परस्पर विश्वास, सहकार्य आणि बंधुभाव वाढविण्यास मदत करते. नैतिक मूल्यांच्या आधारे व्यक्ती एकमेकांशी आदराने वागतात. त्यामुळे समाजात एकात्मता आणि सामाजिक स्थैर्य निर्माण होते. हे राष्ट्राच्या प्रगतीसाठी अत्यंत आवश्यक असते.

नीतिशास्त्राचे महत्त्व (Importance of Ethics)

१. चारित्र्यनिर्मितीस मदत करते

नीतिशास्त्रामुळे व्यक्तीमध्ये प्रामाणिकपणा, सचोटी, आत्मसंयम आणि जबाबदारी यांसारखे गुण विकसित होतात. हे गुण व्यक्तीच्या चारित्र्याला बळकटी देतात. चांगले चारित्र्य व्यक्तीला समाजात सन्मान आणि विश्वास प्राप्त करून देते. त्यामुळे व्यक्तिमत्त्व विकासासाठी नीतिशास्त्र आवश्यक आहे.

२. योग्य निर्णयक्षमता विकसित करते

नीतिशास्त्र व्यक्तीला विविध परिस्थितींमध्ये विवेकपूर्ण आणि न्याय्य निर्णय घेण्यास मदत करते. ते निर्णयांच्या नैतिक परिणामांचा विचार करण्यास शिकवते. त्यामुळे घाईघाईने किंवा स्वार्थीपणाने निर्णय घेण्याची शक्यता कमी होते. यामुळे निर्णय अधिक जबाबदार आणि प्रभावी ठरतात.

३. सामाजिक सुव्यवस्था टिकवून ठेवते

नीतिशास्त्र व्यक्तींना समाजमान्य नियमांचे पालन करण्यास प्रेरित करते. त्यामुळे समाजात शिस्त, शांतता आणि सुव्यवस्था निर्माण होते. नैतिक वर्तनामुळे संघर्ष आणि गैरसमज कमी होतात. यामुळे समाज अधिक स्थिर आणि सुसंवादी बनतो.

४. सामाजिक जबाबदारीची भावना निर्माण करते

नीतिशास्त्र व्यक्तीला समाजाप्रती असलेल्या कर्तव्यांची जाणीव करून देते. त्यामुळे ती समाजहिताचा विचार करून वागते. सामाजिक समस्यांकडे संवेदनशीलतेने पाहण्याची वृत्ती विकसित होते. यामुळे समाजकल्याणाला चालना मिळते.

५. प्रामाणिकपणा आणि विश्वास वाढवते

नीतिशास्त्र प्रामाणिक आणि पारदर्शक वर्तनाला प्रोत्साहन देते. त्यामुळे व्यक्ती, संस्था आणि समाजामध्ये परस्पर विश्वास निर्माण होतो. विश्वासामुळे सहकार्य आणि चांगले संबंध विकसित होतात. हे सामाजिक आणि व्यावसायिक यशासाठी महत्त्वाचे असते.

६. सामाजिक स्थैर्य आणि एकात्मता वाढवते

नीतिशास्त्र लोकांमध्ये परस्पर आदर, सहिष्णुता आणि सहकार्याची भावना निर्माण करते. त्यामुळे समाजातील मतभेद आणि संघर्ष कमी होतात. एकात्मता आणि बंधुभाव वाढल्याने सामाजिक स्थैर्य टिकून राहते. हे राष्ट्राच्या विकासासाठी आवश्यक आहे.

७. भ्रष्टाचार आणि अनैतिक वर्तनाला आळा घालते

नीतिशास्त्र व्यक्तींना प्रामाणिक आणि जबाबदार राहण्यास शिकवते. त्यामुळे भ्रष्टाचार, फसवणूक, अन्याय आणि शोषण यांसारख्या अनैतिक कृतींना प्रतिबंध होतो. नैतिक मूल्यांचे पालन केल्याने समाजात पारदर्शकता वाढते. यामुळे सार्वजनिक जीवन अधिक विश्वासार्ह बनते.

८. व्यवसाय आणि व्यावसायिक क्षेत्रात विश्वासार्हता निर्माण करते

व्यवसायात नीतिशास्त्राचे पालन केल्याने ग्राहक, कर्मचारी आणि गुंतवणूकदारांचा विश्वास वाढतो. नैतिक व्यवहारामुळे संस्थेची प्रतिमा सुधारते. दीर्घकालीन यश आणि टिकाऊ विकासासाठी नीतिशास्त्र महत्त्वाचे असते. त्यामुळे व्यवसाय अधिक जबाबदार आणि समाजाभिमुख बनतो.

९. मानवी आणि सामाजिक कल्याण साधते

नीतिशास्त्राचे अंतिम महत्त्व मानवी आणि सामाजिक कल्याणात आहे. नैतिक मूल्यांवर आधारित वर्तनामुळे व्यक्तीचे जीवन अधिक अर्थपूर्ण आणि समाधानकारक बनते. तसेच समाजात शांतता, न्याय आणि समता प्रस्थापित होते. यामुळे सर्वांगीण विकासाला चालना मिळते.

१.२.५ व्यवसाय नीतिमत्ता : अर्थ, व्याख्या, स्वरूप आणि आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणामध्ये नीतिशास्त्राची आवश्यकता

व्यवसाय नीतिमत्ता: अर्थ

व्यवसाय नीतिमत्ता (Business Ethics) म्हणजे व्यवसाय करताना योग्य-अयोग्य, न्याय्य-अन्याय्य आणि नैतिक-अनैतिक कृतींबाबत मार्गदर्शन करणारी तत्त्वे, मूल्ये आणि मानके होय.

व्यवसायामध्ये नितीमत्ता महत्त्वाची आहे. व्यवसायिकांनी घेतलेल्या निर्णयांचा व कृतींचा समाजावर परिणाम होत असतो. याकरिता व्यावसायिकांनी त्यांची कर्तव्य व जबाबदाऱ्या यशस्वीरित्या पार पाडाव्यात यासाठी नियम केलेले आहेत. व्यवसायाचा प्रमुख हेतू नफा मिळविणे हा असला तरी समाजाप्रती प्रत्येक व्यवसायाचे काहीतरी उत्तरदायित्व आहे. नफ्यातील काही भाग समाज हितासाठी खर्च करणे व नफा योग्य मार्गाने कमविणे अपेक्षित आहे. कारण व्यवसायाच्या इतर सर्व उद्दिष्टांबरोबरच सामाजिक उद्दिष्टे देखील तितकेच महत्त्वाची आहेत व्यावसायिकांनी सर्व उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी नैतिकतेच्या आधाराने प्रयत्न करावेत. तसेच कोणत्याही अनैतिक मार्गाचा अवलंब करू नये जेणेकरून समाजावर त्याचा कोणताही दुष्परिणाम होणार नाही. व्यवसायातील सर्व व्यवहार प्रामाणिकपणे, पारदर्शकपणे आणि सामाजिक जबाबदारीची जाणीव ठेवून करावेत, यावर व्यवसाय नीतिमत्ता भर देते.

व्याख्या:

१. कीथ डेव्हिस यांच्या मते व्यवसाय नीतिमत्ता ही व्यवसायाची उद्दिष्टे आणि कार्यपद्धती यांचा मानवी कल्याणाशी असलेल्या संबंधांचा विचार करते.

Business ethics is concerned with the relationship of business goals and techniques to specifically human ends. - Keith Davis

२. आर्ची बी. कॅरोल यांच्या मते व्यावसायिक संदर्भात मानवी वर्तणुकीतील योग्य-अयोग्य किंवा चांगल्या-वाईट गोष्टींचा अभ्यास.

The study of what constitutes right and wrong, or good and bad, human conduct in a business context. - Archie B. Carroll

३. अँड्र्यू क्रेन आणि डर्क मॅटन यांच्या मते, व्यवसाय नीतिमत्ता म्हणजे व्यवसायातील अशा परिस्थिती, कृती आणि निर्णयांचा अभ्यास होय, ज्यामध्ये योग्य आणि अयोग्य वर्तनाचे प्रश्न विचारात घेतले जातात.

Business ethics is the study of business situations, activities, and decisions where issues of right and wrong are addressed. - Andrew Crane and Dirk Matten

४. रेमंड सी. बाऊमहार्ट यांच्या मते व्यवसाय नीतिमत्ता ही जबाबदारीशि संबधित नीतिमत्ता आहे. ती व्यवसायाच्या नैतिक कर्तव्ये आणि जबाबदाऱ्यांशी संबंधित असते.

Business ethics is the ethics of responsibility. It deals with the moral obligations of business. - Raymond C. Baumhart

४. व्हीलर यांच्या मते, व्यवसाय नीतिशास्त्र हे समाज, समाजातील विविध गट आणि संस्थांशी सुसंवादी संबंध राखण्याची कला व शास्त्र आहे. तसेच व्यवसायातील वर्तनाच्या योग्य-अयोग्यतेबाबत नैतिक जबाबदारी ओळखण्याची प्रक्रिया होय.

Business Ethics is an art and science for maintaining harmonious relationship with society, its various groups and institutions as well as recognizing the moral responsibility for the rightness and wrongness of business conduct. -Wheeler

१.२.६ व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती

१. **प्रारंभिक काळ** (Ancient and Traditional Period)

व्यवसाय नीतिशास्त्राची मुळे प्राचीन संस्कृतींमध्ये आढळतात. त्या काळात व्यापारात प्रामाणिकपणा, विश्वास आणि न्याय यांना महत्त्व दिले जात होते. धार्मिक व नैतिक मूल्यांच्या आधारे व्यावसायिक व्यवहार केले जात. व्यापाऱ्यांची प्रतिष्ठा त्यांच्या नैतिक वर्तनावर अवलंबून असे.

२. **औद्योगिक क्रांतीचा काळ** (Industrial Revolution)

औद्योगिक क्रांतीमुळे १८ व्या आणि १९ व्या शतकात मोठ्या उद्योगांची स्थापना झाली. उत्पादन वाढले, परंतु कामगारांचे शोषण, कमी वेतन आणि असुरक्षित कामकाजाच्या समस्या निर्माण झाल्या. या समस्यांमुळे व्यवसायातील नैतिकतेची गरज अधिक जाणवू लागली. व्यवसायाच्या सामाजिक जबाबदारीवर चर्चा सुरू झाली.

३. **सामाजिक जबाबदारीचा उदय** (Emergence of Social Responsibility)

२० व्या शतकाच्या मध्यकाळात व्यवसायांनी समाजाप्रती असलेल्या जबाबदाऱ्यांची जाणीव ठेवण्यास सुरुवात केली. केवळ नफा कमावणे हेच व्यवसायाचे उद्दिष्ट नसून समाजकल्याणही महत्त्वाचे आहे, ही संकल्पना विकसित झाली. ग्राहक, कर्मचारी आणि पर्यावरण यांच्याप्रती जबाबदार वर्तनावर भर दिला गेला.

४. **व्यवसाय नीतिशास्त्राचा शैक्षणिक विकास** (Academic Development of Business Ethics)

१९७० नंतर व्यवसाय नीतिशास्त्र हा स्वतंत्र अभ्यासविषय म्हणून विकसित झाला. महाविद्यालये आणि विद्यापीठांमध्ये या विषयाचे अध्यापन सुरू झाले. संशोधन, पुस्तके आणि शैक्षणिक अभ्यासक्रमांमुळे या क्षेत्राला व्यापक मान्यता मिळाली. व्यवसायातील नैतिक निर्णय प्रक्रियेचा अभ्यास वाढला.

५. **कॉर्पोरेट गव्हर्नन्स आणि नैतिकता** (Corporate Governance and Ethics)

१९८० आणि १९९० च्या दशकात अनेक कॉर्पोरेट घोटाळे उघडकीस आले. त्यामुळे पारदर्शकता, उत्तरदायित्व आणि सुशासन यांचे महत्त्व वाढले. कंपन्यांनी आचारसंहिता (उेवश ेष एींहळली) स्वीकारण्यास सुरुवात केली. नैतिक नेतृत्व आणि प्रामाणिक व्यवस्थापनावर भर देण्यात आला.

६. **जागतिकीकरण आणि व्यवसाय नीतिशास्त्र** (Globalization and Business Ethics)

जागतिकीकरणामुळे व्यवसायाचे कार्यक्षेत्र जगभर विस्तारले. विविध देशांच्या संस्कृती, कायदे आणि नैतिक मूल्यांचा विचार करणे आवश्यक बनले. मानवी हक्क, पर्यावरण संरक्षण आणि न्याय्य व्यापार यांसारख्या जागतिक मुद्द्यांना महत्त्व प्राप्त झाले. आंतरराष्ट्रीय नैतिक मानके विकसित झाली.

७. **शाश्वत विकास आणि आधुनिक व्यवसाय नीतिशास्त्र** (Sustainability and Modern Business Ethics)

आजच्या काळात व्यवसाय नीतिशास्त्राचा भर शाश्वत विकास, पर्यावरण संरक्षण आणि सामाजिक उत्तरदायित्वावर आहे. कंपन्या ESG (Environmental, Social and Governance) तत्त्वांचा अवलंब करत आहेत. नैतिक व्यवसाय पद्धतींमुळे दीर्घकालीन विकास आणि समाजाचा विश्वास मिळतो. आधुनिक व्यवसायात नीतिशास्त्र हे यशाचे महत्त्वपूर्ण साधन मानले जाते.

१.२.७ व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्र

व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्र म्हणजे व्यवसाय करताना प्रामाणिकपणा, न्याय, पारदर्शकता, जबाबदारी आणि नैतिक मूल्यांचे पालन करणे होय. व्यवसायातील सर्व व्यवहार कायदेशीर तसेच नैतिक तत्त्वांवर आधारित असावेत, अशी अपेक्षा असते.

व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्राचे प्रमुख मुद्दे

१. **प्रामाणिकपणा** (Honesty)

व्यवसायातील सर्व व्यवहार सत्य आणि प्रामाणिक असावेत. ग्राहक, पुरवठादार आणि गुंतवणूकदार यांची फसवणूक टाळणे आवश्यक आहे. प्रामाणिक व्यवहारांमुळे विश्वास निर्माण होतो. दीर्घकालीन यशासाठी प्रामाणिकपणा अत्यंत महत्त्वाचा आहे.

२. **पारदर्शकता** (Transparency)

व्यवसायातील माहिती स्पष्ट आणि खुली ठेवणे आवश्यक आहे. उत्पादनाची गुणवत्ता, किंमत आणि अटींबाबत खरी माहिती दिली पाहिजे. पारदर्शकतेमुळे गैरसमज कमी होतात. यामुळे व्यवसायाची विश्वासार्हता वाढते.

३. **न्याय्य व्यवहार** (Fair Dealing)

सर्व ग्राहक, कर्मचारी आणि भागीदार यांच्याशी समान व न्याय्य वर्तन केले पाहिजे. भेदभाव, शोषण किंवा अन्याय टाळला पाहिजे. न्याय्य व्यवहारामुळे सकारात्मक व्यावसायिक संबंध निर्माण होतात. यामुळे व्यवसायाची प्रतिमा सुधारते.

४. **सामाजिक जबाबदारी** (Social Responsibility)

व्यवसायाने समाज आणि पर्यावरणाच्या हिताचा विचार केला पाहिजे. नफा कमावतानाच सामाजिक कल्याणासाठी योगदान देणे आवश्यक आहे. पर्यावरणपूरक धोरणे स्वीकारली पाहिजेत. यामुळे शाश्वत विकास साध्य होतो.

५. **ग्राहक संरक्षण** (Consumer Protection)

ग्राहकांना सुरक्षित आणि दर्जेदार उत्पादने उपलब्ध करून देणे आवश्यक आहे. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती टाळल्या पाहिजेत. ग्राहकांच्या हक्कांचा आदर केला पाहिजे. ग्राहकांचा विश्वास जपणे हे व्यवसायाचे कर्तव्य आहे.

६. **गोपनीयतेचे संरक्षण** (Confidentiality)

ग्राहक, कर्मचारी आणि व्यावसायिक भागीदारांची गोपनीय माहिती सुरक्षित ठेवली पाहिजे. माहितीचा गैरवापर टाळला पाहिजे. गोपनीयता राखल्याने विश्वास दृढ होतो. हे नैतिक व्यवसायाचे महत्त्वपूर्ण तत्त्व आहे.

७. **कायद्याचे पालन** (Compliance with Law)

व्यवसायाने सर्व कायदे, नियम आणि शासकीय धोरणांचे पालन केले पाहिजे. करचुकवेगिरी, भ्रष्टाचार आणि बेकायदेशीर व्यवहार टाळले पाहिजेत. कायद्याचे पालन केल्याने व्यवसायाची प्रतिष्ठा टिकून राहते. तसेच कायदेशीर अडचणी टाळता येतात.

१.२.८ व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे

व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे (Stages of Ethical Consciousness in Business)

व्यवसायातील नैतिक जाणीव ही कालांतराने विकसित होत जाते. व्यवसाय केवळ नफा कमावण्याच्या उद्देशापासून समाजाप्रती जबाबदार व नैतिक वर्तन करण्यापर्यंतचा प्रवास करतो. नैतिक जाणीवेचे प्रमुख टप्पे पुढीलप्रमाणे आहेत:

१. **नफा–केंद्रित टप्पा** (Profit-Oriented Stage)

या टप्प्यात व्यवसायाचे मुख्य उद्दिष्ट जास्तीत जास्त नफा मिळवणे हे असते. नैतिकता, सामाजिक जबाबदारी किंवा पर्यावरणीय परिणामांकडे फारसे लक्ष दिले जात नाही. व्यवसायाचे यश केवळ आर्थिक निकषांवर मोजले जाते. हा नैतिक जाणीवेचा प्रारंभिक टप्पा मानला जातो.

२. **कायद्याचे पालन करणारा टप्पा** (Legal Compliance Stage)

या टप्प्यात व्यवसाय कायदे, नियम आणि सरकारी धोरणांचे पालन करण्यास सुरुवात करतो. कायदेशीर चौकटीत राहून व्यवसाय करण्यावर भर दिला जातो. नैतिकतेपेक्षा कायदेशीर जबाबदारीला अधिक महत्त्व दिले जाते. बेकायदेशीर कृती टाळण्याचा प्रयत्न केला जातो.

३. **नैतिक प्रतिसादाचा टप्पा** (Ethical Responsiveness Stage)

या टप्प्यात व्यवसाय केवळ कायद्याचे पालन न करता नैतिक मूल्यांचाही विचार करतो. ग्राहक, कर्मचारी आणि इतर हितधारकांच्या हितांचे संरक्षण केले जाते. प्रामाणिकपणा, न्याय आणि पारदर्शकता यांना महत्त्व दिले जाते. व्यवसायातील निर्णय नैतिक निकषांवर घेतले जाऊ लागतात.

४. **सामाजिक उत्तरदायित्वाचा टप्पा** (Social Responsibility Stage)

या टप्प्यात व्यवसाय समाजाप्रती असलेल्या जबाबदाऱ्या स्वीकारतो. सामाजिक कल्याण, पर्यावरण संरक्षण आणि समुदाय विकासासाठी विविध उपक्रम राबवले जातात. व्यवसाय आणि समाज यांच्यातील परस्पर संबंध अधिक दृढ होतात. सामाजिक मूल्यांना व्यवसाय धोरणांमध्ये स्थान दिले जाते.

५. **नैतिक नेतृत्वाचा टप्पा** (Ethical Leadership Stage)

हा नैतिक जाणीवेचा सर्वोच्च टप्पा मानला जातो. व्यवसाय नैतिक मूल्ये, सामाजिक जबाबदारी आणि शाश्वत विकास यांना केंद्रस्थानी ठेवतो. व्यवस्थापन स्वतः आदर्श नैतिक वर्तनाचे उदाहरण निर्माण करते. सर्व निर्णय आणि कृती नैतिक तत्त्वांवर आधारित असतात.

१.२.९ व्यवसाय नीतिशास्त्राचे व्यवसायातील महत्त्व

व्यवसाय नीतिशास्त्र हे व्यवसायाच्या यश, प्रतिष्ठा आणि दीर्घकालीन विकासासाठी अत्यंत आवश्यक आहे. नैतिक तत्त्वांवर आधारित व्यवसाय केवळ आर्थिक लाभच मिळवत नाही तर समाजाचा विश्वासही संपादन करतो. व्यवसाय नीतिशास्त्राचे महत्त्व पुढीलप्रमाणे आहे:

१. **प्रतिष्ठा आणि सद्भावना वाढते** (Enhances Reputation and Goodwill)

नैतिक तत्त्वांचे पालन करणाऱ्या व्यवसाय संस्थांची समाजात चांगली प्रतिमा निर्माण होते. प्रामाणिक आणि पारदर्शक व्यवहारांमुळे ग्राहकांचा विश्वास वाढतो. यामुळे संस्थेची सद्भावना (Goodwill) आणि बाजारातील प्रतिष्ठा बळकट होते.

२. **ग्राहकांचा विश्वास आणि निष्ठा निर्माण होते** (Builds Customer Trust and Loyalty)

नैतिक व्यवसाय ग्राहकांना दर्जेदार उत्पादने आणि योग्य सेवा प्रदान करतो. ग्राहकांची फसवणूक न करता त्यांच्या हिताचे रक्षण केले जाते. परिणामी ग्राहक संस्थेशी दीर्घकाळ जोडलेले राहतात.

३. **कर्मचाऱ्यांचे मनोबल वाढते** (Improves Employee Morale)

न्याय्य वेतन, समान संधी आणि सुरक्षित कार्यपरिसर यामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये समाधान निर्माण होते. नैतिक वातावरणात काम करणारे कर्मचारी अधिक प्रेरित आणि कार्यक्षम असतात.

४. **कायदेशीर पालन सुनिश्चित करते** (Ensures Legal Compliance)

व्यवसाय नीतिशास्त्रामुळे कायदे आणि नियमांचे पालन केले जाते. त्यामुळे फसवणूक, भ्रष्टाचार आणि अन्य बेकायदेशीर कृती टाळल्या जातात. कायदेशीर कारवाई व दंडाचा धोका कमी होतो. व्यवसायाची स्थिरता टिकून राहते.

५. **दीर्घकालीन यशाला प्रोत्साहन मिळते** (Promotes Long-Term Success)

नैतिक व्यवसाय दीर्घकाळ टिकतात. अनैतिक मार्गाने मिळवलेला नफा तात्पुरता असतो. नैतिकता व्यवसायाच्या शाश्वत विकासास उपयोगी ठरते.

६. **गुंतवणूकदार आकर्षित होतात** (Attracts Investors)

पारदर्शक आणि जबाबदार व्यवसायात गुंतवणूकदारांचा विश्वास वाढतो. नैतिक व्यवसाय संस्थांमध्ये गुंतवणुकीचा धोका तुलनेने कमी असतो.

७. **निर्णय प्रक्रियेत सुधारणा होते** (Improves Decision-Making)

नैतिक तत्त्वांवर आधारित निर्णय अधिक न्याय्य आणि योग्य असतात. नैतिक मूल्ये निर्णय प्रक्रियेला स्पष्ट दिशा देतात. त्यामुळे हितधारकांच्या हितांचा योग्य विचार केला जातो. निर्णयांमुळे उद्भवणारे वाद कमी होतात.

८. **सामाजिक उत्तरदायित्वाला चालना मिळते** (Encourages Social Responsibility)

नैतिक व्यवसाय समाजाच्या कल्याणासाठी योगदान देतो. शिक्षण, आरोग्य, पर्यावरण संरक्षण आणि सामाजिक विकास यांसारख्या क्षेत्रांमध्ये सहभाग घेतो.

९. **भ्रष्टाचार आणि अन्यायकारक प्रथा कमी होण्यास मदत होते** (Reduces Corruption and Unfair Practices)

नैतिक तत्त्वांचे पालन केल्यामुळे लाचलुचपत, फसवणूक, करचुकवेगिरी आणि अन्यायकारक स्पर्धा यांना आळा बसतो.

१०. **शाश्वत विकासाला पाठबळ मिळते** (Supports Sustainable Development)

नैतिक व्यवसाय पर्यावरणाचे संरक्षण करतो आणि नैसर्गिक संसाधनांचा जबाबदारीने वापर करतो. त्यामुळे आर्थिक, सामाजिक आणि पर्यावरणीय संतुलन राखले जाते.

१.२.१० प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमधील नीतिशास्त्र

प्राचीन भारतीय व्यापार हा 'धर्म' (नैतिक कर्तव्य) या संकल्पनेशी घट्टपणे जोडलेला होता. धर्मशास्त्रे, वेद, उपनिषदे, स्मृतीग्रंथ आणि Arthashastra यांमध्ये व्यापारातील नैतिक तत्त्वांचे वर्णन आढळते.

अर्थशास्त्रातील व्यावसायिक नीतिमत्ता: Business Ethics in Arthashastra:

'अर्थशास्त्र' या प्राचीन भारतीय ग्रंथामध्ये प्रशासन, आर्थिक आणि व्यावसायिक पद्धती संबंधित तत्त्वे व कार्यपद्धती तसेच प्राचीन भारतात प्रचलित असलेल्या व्यावसायिक नीतिमत्तेची तत्वे आढळतात. यामध्ये

व्यावसायिक व्यवहारांमध्ये मधर्मफ किंवा नैतिक कर्तव्याचे महत्त्व, मशाश्वतताफ (ीीीरळपरलळश्रळीूं) ही संकल्पना आढळतात.

भगवद्गीता आणि व्यावसायिक नीतिमत्ता : Bhagvad Gita and Business Ethics

भगवद्गीता हा एक प्राचीन हिंदू ग्रंथ आहे जो नैतिक वर्तन आणि आध्यात्मिक तत्त्वांबद्दल मार्गदर्शन करतो. जरी हा ग्रंथ प्रामुख्याने व्यवसायासाठी लिहिलेला नसला, तरी यात अशी अनेक तत्त्वे आहेत जी व्यावसायिक नीतिमत्तेला लागू होऊ शकतात. भगवद्गीतेतील व्यावसायिक नीतिमत्तेचे एक प्रमुख तत्त्व म्हणजे मकर्मयोगफ ही संकल्पना. आणखी एक महत्त्वाचे तत्त्व म्हणजे मधर्मफ किंवा नैतिक कर्तव्य. हा ग्रंथ आपल्या धर्माला अनुसरून वागण्यावर आणि नैतिक तत्त्वांच्या विरोधात जाणाऱ्या कृती टाळण्यावर भर देतो.

रामायण आणि महाभारतातील व्यावसायिक नैतिकता : Business Ethics in Ramayana and Mahabharata

महाभारत आणि रामायण ही प्राचीन भारतातील दोन अत्यंत महत्त्वाची महाकाव्ये आहेत. महाभारतातील युधिष्ठिराचे पात्र व्यवसायातील नैतिक वर्तणुकीच्या तत्त्वांचे मूर्तिमंत उदाहरण आहे. तो त्याची प्रामाणिकपणा, निष्पक्षता आणि कर्मचारी व ग्राहकांविषयीची कर्तव्यभावना यासाठी ओळखला जातो. युधिष्ठिर भागधारकांशी (स्टेकहोल्डर्स) विश्वास निर्माण करण्यावर आणि इतरांचे नुकसान करणाऱ्या कपटी पद्धती टाळण्यावरही भर देतो. दुसरीकडे, रामायण व्यवसायातील परस्पर संबंधांच्या महत्त्वावर भर देते. रामाचे पात्र त्याच्या करुणेसाठी, सहानुभूतीसाठी आणि इतरांबद्दलच्या आदरासाठी ओळखले जाते; या गुणांमुळे त्याला त्याचे कर्मचारी, ग्राहक आणि पुरवठादार यांच्याशी दृढ संबंध निर्माण करण्यास मदत होते. दोन्ही महाकाव्ये व्यवसायातील सामाजिक जबाबदारीच्या महत्त्वावरही प्रकाश टाकतात. युधिष्ठिर आणि राम दोघेही आपल्या समाजाच्या कल्याणाला प्राधान्य देतात आणि परोपकारी कार्ये व नैतिक व्यावसायिक पद्धतींद्वारे इतरांचे हित साधण्यासाठी प्रयत्न करतात.

लोककथा परंपरा आणि व्यावसायिक नैतिकता : Folklore Traditions and Business Ethics

भारतातील लोककथा परंपरांमध्ये-ज्यामध्ये बोधकथा, दंतकथा आणि आख्यायिकांचा समावेश आहे- अशा अनेक कथा आहेत ज्या व्यापार आणि व्यवसायातील नैतिक वर्तनाचे महत्त्व अधोरेखित करतात. यातील अनेक कथा मधर्मफ आणि मकर्मफ या तत्त्वांवर आधारित आहेत; ही तत्त्वे नैतिक मूल्यांनुसार वागण्यावर आणि आपल्या कृतींची जबाबदारी स्वीकारण्यावर भर देतात.

थोडक्यात प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमधील नीतिशास्त्र खालील मुध्यान्द्वारे स्पस्ट करता येईल.

१. **व्यापारातील सत्यता** (Truthfulness in Trade)

प्राचीन भारतीय व्यापारी व्यवहारात सत्य बोलण्यास आणि वस्तूंची योग्य माहिती देण्यास महत्त्व दिले जात असे. ग्राहकांची फसवणूक करणे हे अनैतिक मानले जात होते.

२. **योग्य वजन व मापे** (Fair Weights and Measures)

प्राचीन काळात व्यापारात अचूक वजन आणि मापांचा वापर करणे बंधनकारक होते. चुकीची वजन-मापे वापरणाऱ्या व्यापाऱ्यांना शिक्षा केली जात असे.

३. **न्याय्य किंमत निर्धारण** (Just Pricing)

प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमध्ये वस्तूंच्या किंमती वाजवी ठेवण्यावर भर दिला जात असे. कृत्रिम टंचाई निर्माण करून जास्त नफा मिळविणे अनुचित मानले जाई.

४. **ग्राहक संरक्षण** (Consumer Protection)

ग्राहकांच्या हितांचे संरक्षण करणे हे व्यापाऱ्यांचे नैतिक कर्तव्य मानले जात असे. निकृष्ट किंवा दोषपूर्ण वस्तू विकणे निषिद्ध होते.

५. **प्रामाणिकपणा आणि सचोटी** (Honesty and Integrity)

व्यापाऱ्यांनी व्यवहारात प्रामाणिक राहावे आणि दिलेले वचन पाळावे अशी अपेक्षा होती. सचोटी हा यशस्वी व्यापाराचा पाया मानला जात असे.

६. **सामाजिक उत्तरदायित्व** (Social Responsibility)

व्यापारी समाजकल्याणाच्या कार्यात सहभागी होत असत. धर्मशाळा, विहिरी, मंदिरे आणि शिक्षणसंस्था यांना दान देण्याची परंपरा होती.

७. **धर्माधिष्ठित आचरण** (Ethical Conduct According to Dharma)

प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमध्ये व्यापार हा धर्माच्या चौकटीत राहून केला पाहिजे असे मानले जाई. आर्थिक लाभ मिळविताना नैतिक मूल्यांचे उल्लंघन होऊ नये यावर भर होता.

८. **साठेबाजी व काळाबाजार रोखणे** (Prevention of Hoarding and Black Marketing)

आवश्यक वस्तूंची साठेबाजी करून कृत्रिम महागाई निर्माण करणे अनैतिक आणि दंडनीय मानले जात असे.

९. **करारांचे पालन** (Respect for Contracts and Agreements)

प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमध्ये व्यापारी करार आणि आश्वासने पाळणे हे नैतिक कर्तव्य समजले जात असे. करारभंग हा विश्वासघात मानला जाई.

१०. **राज्य नियंत्रण व नैतिक प्रशासन** (State Regulation and Ethical Governance)

Kautilya यांनी अर्थशास्त्र मध्ये व्यापाराचे नियमन, किंमत नियंत्रण, करव्यवस्था आणि ग्राहक संरक्षण यांवर भर दिला आहे. राज्याने नैतिक व्यापाराला प्रोत्साहन द्यावे असे त्यांनी सांगितलेले आढळते.

१.३ स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न - १

योग्य पर्याय निवडून खालील विधाने पूर्ण करा.

१. नीतिमत्ता म्हणजे ....

A) आर्थिक विकास

B) योग्य-अयोग्य वर्तनाचे तत्त्व

C) उत्पादन प्रक्रिया

D) विपणन तंत्र

२. नीतिमत्तेचा मुख्य संबंध ....शी असतो.

A) नफा B) तंत्रज्ञान

C) मानवी वर्तन D) उत्पादन

३. खालीलपैकी नीतिमत्तेचा प्रकार कोणता?

A) वैयक्तिक नीतिमत्ता B) उत्पादन नीतिमत्ता

C) विक्री नीतिमत्ता D) जाहिरात नीतिमत्ता

४. व्यावसायिक नीतिमत्ता .... क्षेत्राशी संबंधित आहे.

A) व्यवसायातील आचरण B) कृषी क्षेत्र

C) विज्ञान क्षेत्र D) क्रीडा क्षेत्र

५. मूल्ये म्हणजे ....

A) वस्तूची किंमत B) व्यक्तीच्या जीवनातील आदर्श तत्त्वे

C) उत्पादन खर्च D) कर रचना

६. संस्कृती म्हणजे काय ....

A) समाजाची जीवनशैली व परंपरा B) आर्थिक व्यवस्था

C) औद्योगिक उत्पादन D) व्यवसाय धोरण

७. नीतिमत्ता, मूल्ये आणि संस्कृती यांचा परस्परसंबंध .... शी संबंधित आहे.

A) मानवी वर्तन B) हवामान

C) उत्पादन D) तंत्रज्ञान

८. नीतिशास्त्राचे प्रमुख उद्दिष्ट ....आहे.

A) योग्य वर्तनास मार्गदर्शन करणे B) नफा वाढवणे

C) कर कमी करणे D) विक्री वाढवणे

९. नीतिशास्त्राचे महत्त्व .... बाबतीत आहे.

A) नैतिक निर्णय घेणे B) यंत्रनिर्मिती

C) उत्पादन खर्च D) कर आकारणी

१०. व्यवसाय नीतिमत्ता म्हणजे ....

A) व्यवसायातील नैतिक तत्त्वांचा वापर B) उत्पादन वाढवणे

C) नफा कमावणे D) बाजारपेठेचा विस्तार

११. आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणात नीतिशास्त्राची आवश्यकता का आहे?

A) विश्वास निर्माण करण्यासाठी | B) उत्पादन कमी करण्यासाठी
C) स्पर्धा टाळण्यासाठी | D) कर वाढवण्यासाठी

१२. व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती .... कारणामुळे झाली.

A) सामाजिक आणि आर्थिक बदलांमुळे | B) हवामान बदलामुळे
C) लोकसंख्या घटल्यामुळे | D) कृषी विकासामुळे

१३. व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्राचा उद्देश ....आहे.

A) प्रामाणिक व्यवहार सुनिश्चित करणे | B) खर्च वाढवणे
C) स्पर्धा कमी करणे | D) उत्पादन थांबवणे

१४. व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचा पहिला टप्पा .... हा मानला जातो.

A) नैतिक समस्येची जाणीव होणे | B) निर्णय अंमलबजावणी
उ) मूल्यांकन | D) नियंत्रण

१५. नैतिक जाणीवेच्या प्रक्रियेत निर्णय घेण्यापूर्वी .... बाब महत्त्वाची असते.

A) पर्यायांचे नैतिक मूल्यमापन | B) नफा मोजणे
C) विक्री वाढवणे | D) उत्पादन वाढवणे

१६. व्यवसाय नीतिशास्त्रामुळे .... हा लाभ होतो.

A) ग्राहकांचा विश्वास वाढतो | B) उत्पादन कमी होते
C) खर्च वाढतो | D) स्पर्धा कमी होते

१७. व्यवसाय नीतिशास्त्रामुळे संस्थेची .... प्रतिमा निर्माण होते.

A) चांगली आणि विश्वासार्ह | B) कमकुवत
C) अस्थिर | D) अनिश्चित

१८. प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमध्ये .... मूल्यांना महत्त्व होते.

A) प्रामाणिकपणा आणि न्याय | B) फसवणूक
C) नफा कोणत्याही मार्गाने | D) मक्तेदारी

१९. प्राचीन भारतीय व्यापारात धर्म या संकल्पनेचा अर्थ काय होता?

A) नैतिक आणि न्याय्य आचरण | B) कर आकारणी
C) उत्पादन प्रक्रिया | D) आयात-निर्यात

२०. व्यवसाय नीतिशास्त्राचा अंतिम उद्देश ....आहे.

A) समाजहित आणि शाश्वत विकास साधणे   B) केवळ नफा कमावणे

C) स्पर्धकांना हटवणे   D) उत्पादन वाढवणे

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न -२

पुढील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा.

१. नीतिमत्ता ही योग्य आणि अयोग्य वर्तनाशी संबंधित संकल्पना आहे.

२. नीतिशास्त्राचा मानवी आचरणाशी काहीही संबंध नाही.

३. संस्कृतीचा नैतिकतेशी कोणताही संबंध नसतो.

४. व्यवसायातील नैतिक जाणीव निर्णय प्रक्रियेला प्रभावित करते.

५. धर्म ही संकल्पना प्राचीन भारतीय व्यापारातील नैतिकतेशी संबंधित होती.

६. नीतिमत्ता ही सार्वत्रिक स्वरूपाची संकल्पना आहे.

७. नैतिकता आणि मूल्ये या पूर्णपणे असंबंधित संकल्पना आहेत.

८. शाश्वत विकासासाठी व्यवसाय नीतिशास्त्र आवश्यक आहे.

१.४ पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

नीतिमत्ता : योग्य-अयोग्य वर्तनाचे तत्त्व

नीतिशास्त्र : मानवी आचरणातील नैतिक मूल्यांचा अभ्यास करणारे शास्त्र

नैतिकता : चांगल्या वर्तनाचे नियम व तत्त्वे

मूल्ये : व्यक्तीच्या जीवनाला दिशा देणारे आदर्श व विश्वास

संस्कृती : समाजाची जीवनपद्धती, परंपरा व रूढी

व्यवसाय : नफा मिळविण्याच्या उद्देशाने केलेली आर्थिक क्रिया

व्यवसाय नीतिमत्ता : व्यवसायात नैतिक तत्त्वांचा अवलंब करण्याची प्रक्रिया

उत्क्रांती : कालानुरूप होणारा विकास किंवा बदल

धर्म : कर्तव्य, नैतिकता व न्याय यांचे पालन

१.५ . स्वयं-अध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न - १

1. b),	2. c) ,	3. a),	4. a),	5. B),
6. a),	7. a) ,	8. a),	9. a),	10. a),
11. a),	12. a),	13. a),	14. a),	15. a),
16. a),	17. a),	18. a),	19. a),	20. a)

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न - २

१. बरोबर	२. चूक	३. चूक	४. बरोबर
५. बरोबर	६. बरोबर	७. चूक	८. बरोबर

१.६ सारांश

व्यवसाय नीतिशास्त्र हा आधुनिक व्यावसायिल एक महत्त्वपूर्ण विषय आहे. नफ्याबरोबरच सामाजिक जबाबदारी, प्रामाणिकपणा, पारदर्शकता आणि नैतिक मूल्यांचे पालन करणे ही व्यवसायाची गरज बनली आहे. नीतिमत्ता व्यक्तीच्या वर्तनाला दिशा देते, तर व्यवसाय नीतिशास्त्र व्यावसायिक निर्णय आणि व्यवहार योग्य पद्धतीने पार पाडण्यासाठी मार्गदर्शन करते. विविध विचारवंतांनी नीतिमत्तेची व्याख्या मानवी आचरणाचे मूल्यांकन करणारे तत्त्वज्ञान म्हणून केली आहे. नीतिमत्तेचे वैयक्तिक, सामाजिक, व्यावसायिक आणि सार्वत्रिक असे विविध प्रकार आढळतात. व्यक्ती, संस्था आणि समाज यांच्या वर्तनाचे मूल्यमापन नीतिमत्तेच्या आधारे केले जाते.

नीतिमत्ता, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती या परस्परांशी संबंधित संकल्पना आहेत. मूल्ये व्यक्तीच्या श्रद्धा आणि आदर्श दर्शवितात, नैतिकता योग्य-अयोग्य वर्तनाचे निकष ठरवते, तर संस्कृती समाजाच्या जीवनपद्धतीचे प्रतिबिंब असते. नीतिमत्ता या सर्व घटकांना एकत्र बांधून व्यक्तीच्या आणि संस्थेच्या वर्तनाला दिशा देते. जरी या संकल्पना परस्परसंबंधित असल्या तरी त्यांचे स्वरूप, व्याप्ती आणि उद्देश वेगवेगळे आहेत.

नीतिशास्त्राची प्रमुख उद्दिष्टे म्हणजे व्यक्तीला योग्य निर्णय घेण्यास सक्षम करणे, सामाजिक कल्याणाला प्रोत्साहन देणे, मानवी मूल्यांचे संरक्षण करणे आणि आदर्श वर्तनाचे मार्गदर्शन करणे. नीतिशास्त्रामुळे व्यक्ती आणि संस्थांमध्ये विश्वास, शिस्त, जबाबदारी आणि सामाजिक समन्वय निर्माण होतो. त्यामुळे नीतिशास्त्राचे वैयक्तिक, सामाजिक आणि व्यावसायिक जीवनात विशेष महत्त्व आहे.

व्यवसाय नीतिमत्ता म्हणजे व्यवसायातील निर्णय, धोरणे आणि व्यवहार करताना नैतिक तत्त्वांचे पालन करणे होय. व्यवसाय नीतिमत्तेमध्ये प्रामाणिकपणा, न्याय, पारदर्शकता, उत्तरदायित्व आणि ग्राहकहित यांना महत्त्व दिले जाते. आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणात वाढती स्पर्धा, जागतिकीकरण, तंत्रज्ञानाचा वापर आणि ग्राहकांच्या वाढत्या अपेक्षा यांमुळे व्यवसाय नीतिशास्त्राची आवश्यकता अधिक वाढली आहे.

व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती प्राचीन काळापासून आजपर्यंत विविध टप्प्यांत झाली आहे. सुरुवातीच्या काळात नैतिक मूल्ये धर्म आणि सामाजिक परंपरांशी जोडलेली होती. औद्योगिक क्रांतीनंतर व्यवसायाचा विस्तार झाला आणि कामगार, ग्राहक व समाज यांच्या हक्कांचे संरक्षण करण्यासाठी नैतिकतेचे महत्त्व वाढले. आधुनिक

काळात कॉर्पोरेट गव्हर्नन्स, सामाजिक उत्तरदायित्व आणि शाश्वत विकास या संकल्पनांमुळे व्यवसाय नीतिशास्त्र अधिक व्यापक बनले आहे.

व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्राचा संबंध ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार, पुरवठादार, सरकार आणि समाज यांच्याशी असलेल्या व्यवहारांशी आहे. न्याय्य किंमत, गुणवत्तापूर्ण उत्पादने, प्रामाणिक जाहिरात, कर्मचाऱ्यांशी योग्य वागणूक आणि कायद्याचे पालन ही नैतिक व्यावसायिक वर्तनाची प्रमुख उदाहरणे आहेत.

व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे हे नैतिकतेच्या विकासाची प्रक्रिया दर्शवितात. सुरुवातीला व्यक्ती शिक्षा टाळण्यासाठी नियमांचे पालन करते. पुढे सामाजिक मान्यता आणि संस्थात्मक अपेक्षांनुसार वर्तन करते. अंतिम टप्प्यात व्यक्ती किंवा संस्था नैतिक मूल्यांना सर्वोच्च स्थान देऊन स्वयंस्फूर्तीने योग्य निर्णय घेते. या प्रक्रियेमुळे व्यवसायात नैतिक संस्कृती विकसित होते.

प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमध्येही नीतिशास्त्राला महत्त्वाचे स्थान होते. सत्य, प्रामाणिकपणा, न्याय्य व्यापार, ग्राहक संरक्षण आणि सामाजिक कल्याण या तत्त्वांवर व्यापार आधारित होता. कौटिल्याचे अर्थशास्त्र, धर्मशास्त्रे आणि भारतीय व्यापारी परंपरा यांमध्ये नैतिक व्यापाराची तत्त्वे स्पष्टपणे आढळतात. त्यामुळे भारतीय व्यापार संस्कृतीत नैतिक मूल्यांची परंपरा प्राचीन काळापासून अस्तित्वात आहे.

१.७ सरावासाठी स्वाध्याय

लघुत्तरी प्रश्न (Short Answer Questions)

१. नीतिमत्ता म्हणजे काय? नीतिमत्तेचे प्रकार कोणते?

२. नीतिमत्ता आणि मूल्ये यांतील फरक सांगा.

३. नैतिकता आणि संस्कृती यांतील संबंध स्पष्ट करा.

४. नीतिशास्त्राची उद्दिष्टे लिहा.

५. नीतिशास्त्राचे महत्त्व स्पष्ट करा.

६. व्यवसाय नीतिमत्ता संकल्पना स्पस्ट करा .

७. व्यवसाय नीतिमत्तेचे स्वरूप स्पष्ट करा.

८. आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणात नीतिशास्त्राची आवश्यकता का आहे?

९. व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती स्पष्ट करा.

१०. व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्र म्हणजे काय?

११. व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे कोणते?

१२. प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमधील नैतिक तत्त्वे कोणती?

दीर्घोत्तरी प्रश्न (Broad Answer Questions)

१. नीतिमत्तेचा अर्थ, व्याख्या आणि स्वरूप सविस्तर स्पष्ट करा.

२. नीतिमत्तेचे प्रकार स्पष्ट करून त्यांचे महत्त्व सांगा.

३. नीतिमत्ता, मूल्ये, नैतिकता आणि संस्कृती यांतील परस्परसंबंध व फरक स्पष्ट करा.

४. व्यवसाय नीतिमत्तेचा अर्थ, व्याख्या, स्वरूप आणि आधुनिक व्यावसायिक पर्यावरणामधील आवश्यकता स्पष्ट करा.

५. व्यवसाय नीतिशास्त्राची उत्क्रांती सविस्तर स्पष्ट करा.

६. व्यावसायिक व्यवहारांमधील नीतिशास्त्राचे महत्त्व स्पष्ट करा.

७. व्यवसायातील नैतिक जाणीवेचे टप्पे उदाहरणांसह स्पष्ट करा.

८. प्राचीन भारतीय व्यापारी पद्धतींमधील नीतिशास्त्राचे स्वरूप स्पष्ट करा.

१.८ अधिक वाचनासाठी पुस्तके

1. Murthy, C. S. V. (2016). Business ethics. Himalaya Publishing House.
2. Khanka, S. S. (2022). Business ethics and corporate governance: Principles and practice (2nd ed.). S. Chand Publishing.
3. Rao, P. Subba - Business Ethics and Corporate Governance, Himalaya Publishing House.

❑❑❑

प्रकरण -२

नैतिक सिद्धांत आणि निर्णय प्रक्रिया प्रारूपे
(Ethical Theories and Decision-Making Models)

०. उद्दिष्टे

१. प्रस्तावना

२. विषय विवेचन

   २.१ नैतिक निर्णयप्रक्रिया

   २.२ व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्र

   २.३ नीतिशास्त्राचे सिद्धांत

      २.३.१ मेटा-नीतिशास्त्र

      २.३.२ मानक नीतिशास्त्र

   २.४ मानक नीतिशास्त्राचे प्रमुख दृष्टिकोन

      २.४.१ उपयुक्ततावाद

      २.४.२ अधिकार सिद्धांत

      २.४.३ न्याय सिद्धांत

      २.४.४ सद्गुण नीतिशास्त्र

      २.४.५ कर्तव्यवादी दृष्टिकोन

      २.४.६ परिणामवादी दृष्टिकोन

   २.५ व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंग

   २.६ वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांची भूमिका

३. सारांश

४. पारिभाषिक शब्द

५. स्वत:ची प्रगती तपासाची उत्तरे

६. स्वाध्याय

७. संदर्भ ग्रंथ

....

०. उद्दिष्टे (Objectives)

या घटकाच्या अध्ययनानंतर विद्यार्थी पुढील बाबी समजण्यास सक्षम होतील:

- नैतिक निर्णयप्रक्रियेची संकल्पना व स्वरूप
- विविध नैतिक सिद्धांतांचे स्वरूप व तत्त्वे.
- कर्तव्यवादी व परिणामवादी दृष्टिकोनातील फरक
- व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंगांचे विश्लेषण करणे

१. प्रस्तावना (Introduction)

आधुनिक जागतिकीकरण आणि तीव्र व्यावसायिक स्पर्धेच्या युगात व्यवसाय केवळ नफा कमावण्याचे साधन राहिलेला नाही, तर तो समाजाचा एक अविभाज्य घटक बनला आहे. जागतिकीकरणामुळे बाजारपेठा खुली झाल्या, विदेशी कंपन्यांची स्पर्धा वाढली आणि स्थानिक व्यवसायांनाही जागतिक स्तरावर टिकून राहावे लागले. अशा परिस्थितीत फक्त आर्थिक नफा मिळवणे पुरेसे ठरत नाही, कारण व्यवसाय आता रोजगार निर्माण करणे, वस्तू-सेवा पुरवणे, कर आकारून सरकारला मदत करणे आणि पर्यावरण तसेच सामाजिक विकासावर परिणाम करणे यासारख्या अनेक जबाबदाऱ्या पार पाडत असतो. त्यामुळे कोणत्याही व्यवसायाचे यश हे केवळ त्याच्या ताळेबंदातील नफ्यावरून मोजले जात नाही, तर त्याच्या सामाजिक उत्तरदायित्वावर आणि नैतिक मूल्यांवरूनही मोजले जाते. आजच्या युगात कंपनी किती नफा कमावते एवढेच महत्त्वाचे नसून, ती समाजाला किती फायदा करते, पर्यावरणाची काळजी घेते का, कर्मचाऱ्यांना योग्य वागणूक देते का आणि ग्राहकांशी प्रामाणिक आहे का, हेही यशाचे महत्त्वाचे निकष बनले आहेत. प्रामाणिकपणा, पारदर्शकता, निष्पक्षता आणि विश्वासार्हता यांसारख्या नैतिक मूल्यांशिवाय दीर्घकालीन यश शक्य नसल्याने याच भूमिकेतून ङ्गव्यावसायिक नीतिशास्त्रफ ही संकल्पना उदयास आली आहे. व्यावसायिक नीतिशास्त्र म्हणजे व्यवसायातील निर्णय, धोरणे आणि वर्तन यांना नैतिक तत्त्वांनुसार मार्गदर्शन करणारे शास्त्र असून, ते आजच्या स्पर्धात्मक आणि जागतिक व्यावसायिक जगात यशस्वी व सन्माननीय व्यवसाय करण्यासाठी अत्यंत आवश्यक ठरले आहे.

नीतिशास्त्र म्हणजे मानवी वर्तनातील मयोग्य काय आणि अयोग्य कायफ हे ठरवणारी मार्गदर्शक तत्त्वे होत. जेव्हा ही तत्त्वे व्यावसायिक व्यवहारांना, निर्णयांना आणि धोरणांना लागू केली जातात, तेव्हा त्यास व्यावसायिक नीतिशास्त्र म्हटले जाते. ग्राहक, कर्मचारी, भागधारक, पुरवठादार आणि संपूर्ण समाज यांच्याशी व्यवहार करताना प्रामाणिकपणा, पारदर्शकता, निष्पक्षता आणि विश्वासार्हता जपणे हा याचा मुख्य उद्देश आहे.

व्यवसायाच्या दैनंदिन कामकाजामध्ये अनेक वेळा अशा परिस्थिती निर्माण होतात की, ज्यामध्ये योग्य निर्णय घेणे सोपे नसते. उदाहरणार्थ, अधिक नफा मिळविण्यासाठी उत्पादनाची गुणवत्ता कमी करावी का? ग्राहकाला उत्पादनातील सर्व माहिती द्यावी का? कंपनीच्या हितासाठी कर्मचाऱ्यांच्या काही अधिकारांवर मर्यादा आणणे योग्य आहे का? पर्यावरणाचे संरक्षण आणि व्यवसायाचा खर्च यामध्ये संतुलन कसे साधावे?

अशा परिस्थितीत व्यवस्थापक किंवा व्यावसायिकासमोर नैतिक पेचप्रसंग निर्माण होतो. अशा वेळी केवळ कायदेशीर तरतुदींचा विचार पुरेसा नसतो; तर नैतिक मूल्ये, तत्त्वे आणि परिणाम यांचा विचार करून निर्णय घेणे आवश्यक असते.

नैतिक निर्णयप्रक्रिया म्हणजे एखाद्या परिस्थितीमध्ये उपलब्ध पर्यायांचे नैतिक मूल्यांच्या आधारे परीक्षण करून योग्य कृतीची निवड करण्याची प्रक्रिया होय. या प्रक्रियेमध्ये समस्येचे स्वरूप ओळखणे, संबंधित व्यक्ती व हितधारकांचा विचार करणे, उपलब्ध पर्यायांचे मूल्यांकन करणे आणि योग्य निर्णय घेणे यांचा समावेश होतो. योग्य नैतिक निर्णयामुळे संस्थेवरील विश्वास वाढतो, तिची प्रतिष्ठा टिकून राहते आणि दीर्घकालीन व्यवसायविकासाला चालना मिळते. नैतिक निर्णय घेताना नैतिक सिद्धांत महत्त्वाची मार्गदर्शक भूमिका बजावतात. मेटा-नीतिशास्त्र आणि मानक नीतिशास्त्र यांसारख्या संकल्पनांमधून नैतिकतेचे स्वरूप आणि नैतिक वर्तनाचे निकष समजून घेता येतात. उपयुक्ततावाद जास्तीत जास्त लोकांच्या जास्तीत जास्त कल्याणावर भर देतो. अधिकार सिद्धांत व्यक्तीच्या मूलभूत अधिकारांचे संरक्षण करण्यावर भर देतो. न्याय सिद्धांत समानता, निष्पक्षता आणि न्याय्य वर्तन यांना महत्त्व देतो, तर सद्गुण नीतिशास्त्र व्यक्तीच्या चारित्र्याला आणि नैतिक सद्गुणांना महत्त्व देते. नैतिक निर्णय समजून घेण्यासाठी कर्तव्यवादी आणि परिणामवादी दृष्टिकोनांचाही अभ्यास आवश्यक आहे. व्यवसायातील नैतिक वर्तनावर केवळ बाह्य नियमांचा प्रभाव नसतो, तर वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थात्मक मूल्ये यांचाही मोठा प्रभाव असतो.

प्रस्तुत प्रकरणामध्ये आपण व्यावसायिक नीतिशास्त्राची मूलभूत संकल्पना आणि त्याचे व्यावसायिक जगतातील महत्त्व सविस्तर समजून घेणार आहोत. तसेच नैतिक निर्णय घेण्याची प्रक्रिया, नीतिशास्त्राचे तात्त्विक प्रकार यांचा सखोल अभ्यास करणार आहोत. याशिवाय, दैनंदिन कामकाजात उद्भवणारे नैतिक पेचप्रसंग कसे हाताळावेत आणि कर्मचाऱ्यांचे वैयक्तिक संस्कार व संस्थेची मूल्ये ही नैतिक वर्तनाला कशी दिशा देतात, यावर हा घटक प्रकाश टाकतो. वाणिज्य शाखेच्या विद्यार्थ्यांसाठी उद्याचे भावी व्यवस्थापक, उद्योजक आणि व्यावसायिक म्हणून काम करताना नैतिक मूल्यांचे भान असणे अत्यंत आवश्यक आहे, आणि हा घटक त्या विचारांची भक्कम पायाभरणी करतो.

२. विषय विवेचन

२.१ नैतिक निर्णयप्रक्रिया (Ethical Decision-Making Process)

२.१.१ अर्थ व व्याख्या

व्यवसायामध्ये दररोज विविध प्रकारचे निर्णय घेतले जातात. उत्पादन, विक्री, किंमत, कर्मचारी, ग्राहक, गुंतवणूक, जाहिरात, वित्तीय व्यवहार आणि सामाजिक जबाबदारी यांसंबंधी निर्णय घेताना अनेक वेळा आर्थिक हित आणि नैतिक मूल्ये यांच्यामध्ये संघर्ष निर्माण होतो. अशा परिस्थितीत केवळ काय फायदेशीर आहे? हा प्रश्न महत्त्वाचा नसून काय योग्य आहे?, या निर्णयाचा परिणाम कोणावर होईल? आणि हा निर्णय न्याय्य व जबाबदार आहे का? हे प्रश्नही विचारात घ्यावे लागतात. आधुनिक व्यावसायिक जगतात निर्णय घेताना केवळ तांत्रिक किंवा आर्थिक घटकांचा विचार पुरेसा ठरत नाही. व्यवसायाच्या प्रत्येक निर्णयाचा परिणाम ग्राहक, कर्मचारी, पुरवठादार, स्थानिक समाज आणि पर्यावरणावर होत असतो.

नैतिक निर्णय प्रक्रिया म्हणजे काय?

नैतिक निर्णय प्रक्रिया म्हणजे केवळ कायदेशीर बंधनांचे पालन करणे नव्हे, तर ज्या वेळी कायद्याची स्पष्ट चौकट उपलब्ध नसते किंवा दोन मूल्यांमध्ये संघर्ष उभा राहतो, त्या वेळी मसत्य, सचोटी, निष्पक्षता, उत्तरदायित्व आणि सर्वसमावेशक कल्याणफया तत्त्वांच्या आधारे विवेकी व न्याय्य पर्यायाची निवड करण्याची पद्धतशीर रचना होय.

२.१.२ जेम्स रेस्ट यांचे चार-घटक प्रारूप (James Rest's Four-Component Model)

व्यवसायातील नैतिक निर्णयप्रक्रियेचा अभ्यास करताना जेम्स रेस्ट यांचे चार-घटक प्रारूप विशेष महत्त्वाचे आहे. जेम्स रेस्ट (१९८६) यांच्या मते नैतिक वर्तन घडण्यासाठी व्यक्तीमध्ये चार मानसिक घटकांची आवश्यकता असते-नैतिक संवेदनशीलता, नैतिक निर्णय, नैतिक प्रेरणा आणि नैतिक कृतीची क्षमता.

जेम्स रेस्ट यांनी नैतिक वर्तन समजून घेण्यासाठी चार घटकांचे प्रारूप मांडले. हे चार घटक पुढीलप्रमाणे आहेत:

१. नैतिक संवेदनशीलता (Moral Sensitivity)

नैतिक संवेदनशीलता म्हणजे एखाद्या परिस्थितीत नैतिक समस्या किंवा नैतिक प्रश्न आहे हे ओळखण्याची व्यक्तीची क्षमता होय. व्यवसायातील प्रत्येक समस्या नैतिक समस्या असेलच असे नाही. उदाहरणार्थ, उत्पादनाचा खर्च वाढणे ही आर्थिक समस्या आहे. परंतु खर्च कमी करण्यासाठी उत्पादनाची गुणवत्ता जाणीवपूर्वक कमी करणे आणि ग्राहकांना त्याची माहिती न देणे हा नैतिक प्रश्न निर्माण करतो.

नैतिक संवेदनशील व्यक्ती स्वतःला पुढील प्रश्न विचारते: या निर्णयामुळे कोणावर परिणाम होईल?, कोणाचे अधिकार प्रभावित होऊ शकतात?, कोणाचे नुकसान होऊ शकते?, या परिस्थितीत अन्याय किंवा फसवणूक आहे का?, उदाहरण: एखाद्या कंपनीच्या उत्पादनामध्ये दोष असल्याचे व्यवस्थापकाला समजले. कंपनीला आर्थिक नुकसान होण्याच्या भीतीने ही माहिती ग्राहकांपासून लपविण्याचा विचार केला जात आहे. या परिस्थितीमध्ये ग्राहकांच्या सुरक्षिततेचा प्रश्न आहे हे ओळखणे म्हणजे नैतिक संवेदनशीलता.

२. नैतिक निर्णय / नैतिक विवेक (Moral Judgment)

नैतिक समस्या ओळखल्यानंतर कोणती कृती नैतिकदृष्ट्या योग्य आहे हे ठरविणे म्हणजे नैतिक निर्णय होय. या टप्प्यावर व्यक्ती विविध नैतिक तत्त्वांचा वापर करून उपलब्ध पर्यायांचे परीक्षण करते. उदाहरणार्थ: हा निर्णय न्याय्य आहे का?, सर्व व्यक्तींशी समान वागणूक दिली जात आहे का?, संबंधित व्यक्तींच्या अधिकारांचा आदर केला जात आहे का?, या निर्णयामुळे जास्तीत जास्त लोकांचे कल्याण होईल का?, हा निर्णय प्रामाणिकपणाच्या तत्त्वाशी सुसंगत आहे का? या ठिकाणी उपयुक्ततावाद, अधिकार सिद्धांत, न्याय सिद्धांत, कर्तव्यवादी दृष्टिकोन आणि सद्गुण नीतिशास्त्र यांसारख्या नैतिक सिद्धांतांचा उपयोग होऊ शकतो.

३. नैतिक प्रेरणा (Moral Motivation)

योग्य कृती कोणती हे समजल्यानंतर ती कृती करण्यास प्राधान्य देण्याची मानसिक तयारी म्हणजे

नैतिक प्रेरणा होय. अनेक वेळा व्यक्तीला योग्य काय आहे हे माहीत असते; परंतु वैयक्तिक फायदा, नोकरीची भीती, व्यवस्थापनाचा दबाव किंवा आर्थिक नुकसान यामुळे ती योग्य कृती करण्यास टाळाटाळ करू शकते. उदाहरणार्थ, कर्मचाऱ्याला कंपनीकडून ग्राहकांची दिशाभूल केली जात असल्याचे माहीत आहे. त्याला सत्य सांगणे योग्य आहे हे माहीत असूनही नोकरी जाण्याच्या भीतीने तो गप्प बसतो. येथे नैतिक ज्ञान आहे; परंतु नैतिक प्रेरणा किंवा नैतिक मूल्यांना पुरेसे प्राधान्य दिले गेलेले नाही.

४. **नैतिक चारित्र्य / नैतिक कृती** (Moral Character)

योग्य निर्णय घेतल्यानंतर प्रत्यक्षात तो निर्णय अमलात आणण्यासाठी आवश्यक असलेले धैर्य, आत्मनियंत्रण, चिकाटी आणि जबाबदारीची भावना म्हणजे नैतिक चारित्र्य होय. एखाद्या व्यक्तीला योग्य निर्णय माहीत असणे पुरेसे नाही. त्या निर्णयाची प्रत्यक्ष अंमलबजावणी करण्याची क्षमता तिच्यात असणे आवश्यक आहे. उदाहरणार्थ, व्यवस्थापकाला उत्पादनातील दोष ग्राहकांना सांगणे योग्य आहे हे माहीत आहे आणि त्याने तो निर्णय घेतलाही आहे. परंतु वरिष्ठांचा दबाव असूनही तो निर्णय प्रत्यक्षात राबवण्यासाठी धैर्य दाखवितो, तर ते नैतिक चारित्र्याचे उदाहरण आहे.

२.१.३ व्यवसायातील नैतिक निर्णय प्रक्रिया

विविध व्यावसायिक नीतिशास्त्राच्या अभ्यासकांनी मांडलेल्या नैतिक निर्णयप्रक्रियेच्या संकल्पनांचा आधार घेतल्यास, नैतिक निर्णयप्रक्रियेचे पुढील प्रमुख टप्पे स्पष्ट करता येतात

१) **नैतिक मुद्दा ओळखणे** (Recognize the Ethical Issue)

नैतिक निर्णय प्रक्रियेतील पहिली पायरी म्हणजे एखाद्या परिस्थितीत नैतिक समस्या आहे हे ओळखणे. यासाठी नैतिक जागरूकता आवश्यक असते-म्हणजेच अशी क्षमता की एखाद्या निर्णयामुळे इतरांच्या हक्कांवर, कल्याणावर किंवा हितावर परिणाम होऊ शकतो किंवा मूल्ये, कर्तव्ये किंवा जबाबदाऱ्या यांच्यात संघर्ष आहे हे दिसणे. नैतिक बाजू ओळखल्याशिवाय व्यक्ती गंभीर नैतिक समस्यांना सामान्य व्यवसायिक समस्या म्हणून हाताळू शकतात.

२) **संबंधित तथ्ये गोळा करणे** (Gather the Relevant Facts)

नैतिक मुद्दा ओळखल्यानंतर निर्णयकर्त्याने अचूक आणि पूर्ण माहिती गोळा करणे आवश्यक आहे. यामध्ये काय घडले, कोण सामील आहे, कोणते नियम किंवा मानक लागू होतात आणि कोणती माहिती अद्याप उपलब्ध नाही याचा समावेश होतो. अपूर्ण किंवा चुकीच्या तथ्यांवर आधारित निर्णय त्रुटीपूर्ण ठरण्याची शक्यता असते.

३) **हितधारक आणि त्यांच्या हितांची ओळख करणे** (Identify Stakeholders and Their Interests)

हितधारक म्हणजे ग्राहक, कर्मचारी, शेअरधारक, पुरवठादार, समुदाय आणि समाज यांसारखे ते व्यक्ती किंवा गट ज्यांच्यावर निर्णयाचा परिणाम होतो. या पायरीमध्ये सर्व संबंधित हितधारकांची ओळख करणे आणि प्रत्येकावर कसा परिणाम होऊ शकतो, त्या परिणामाचे स्वरूप आणि महत्त्व समजून घेणे समाविष्ट आहे.

४) पर्यायी कार्यपद्धतींची ओळख करणे (Identify Alternative Courses of Action)

फक्त दोन पर्याय आहेत असे गृहीत धरण्याऐवजी निर्णयकर्त्यांनी अनेक वास्तववादी पर्याय तयार करावेत. यामध्ये स्पर्धात्मक हितांचा अधिक चांगला समतोल साधणाऱ्या सर्जनशील उपायांचा विचार करणे आणि स्पष्टपणे बेकायदेशीर किंवा अनैतिक असलेले पर्याय टाळणे समाविष्ट आहे.

५) नैतिक सिद्धांत आणि तत्त्वे वापरून पर्यायांचे मूल्यमापन करणे (Evaluate -lternatives Using Ethical Theories and Principles)

प्रत्येक पर्यायाची विविध नैतिक दृष्टिकोनातून तपासणी केली पाहिजे, जसे की उपयुक्ततावाद (सर्वाधिक लोकांसाठी सर्वाधिक कल्याण), हक्क-आधारित नैतिकता (वैयक्तिक हक्कांचा आदर), न्याय (वाटप आणि प्रक्रियेतील न्याय), सद्गुण नैतिकता (चारीत्र्य आणि प्रामाणिकपणा), आणि कर्तव्य-आधारित नैतिकता (नैतिक जबाबदाऱ्या). या पायरीमुळे निर्णय सुस्थापित नैतिक तत्त्वांवर आधारित असतो.

६) निर्णय घेणे आणि त्याची चाचणी घेणे (Make a Decision and Test It)

मूल्यमापनानंतर सर्वात नैतिकदृष्ट्या योग्य पर्याय निवडला जातो. अंतिम करण्यापूर्वी निर्णयाची साध्या चाचण्यांद्वारे पडताळणी केली पाहिजे, जसे की प्रसिद्धी चाचणी (हे सार्वजनिक झाले तर मला आरामदायक वाटेल का?), उलटफेर चाचणी (मी जर प्रभावित पक्ष असतो तर मी हे स्वीकारले असते का?), आणि व्यावसायिक चाचणी (माझे सहकारी किंवा व्यावसायिक संस्था हे मान्य करतील का?).

७) निर्णयाची अंमलबजावणी करणे (Implement the Decision)

निवडलेला पर्याय जबाबदारीने अंमलात आणला पाहिजे. यामध्ये निर्णय कसा राबवायचा याचे नियोजन करणे, प्रभावित पक्षांशी संवाद साधणे, आवश्यक अधिकार आणि साधने सुनिश्चित करणे आणि संभाव्य विरोध किंवा अनपेक्षित परिणामांचा अंदाज घेणे समाविष्ट आहे.

८) परिणामांचे चिंतन करणे (Reflect on the Outcome)

अंमलबजावणीनंतर निर्णयकर्त्याने अनुभवातून शिकण्यासाठी परिणामांचे पुनरावलोकन केले पाहिजे. चिंतनामध्ये हितधारकांवर झालेला वास्तविक परिणाम तपासणे, काय चांगले गेले किंवा काय सुधारता आले असते हे ओळखणे आणि भविष्यातील निर्णयांसाठी धडा लागू करणे समाविष्ट आहे. या पायरीमुळे कालांतराने नैतिक क्षमता वाढते.

२.२ व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्र (Ethics in Business Dealings)

२.२.१. संकल्पनात्मक अर्थ (Conceptual Meaning)

व्यावसायिक व्यवहार म्हणजे केवळ दोन किंवा अधिक घटकांमधील वस्तू, सेवा आणि पैशांची देवाणघेवाण नव्हे. कोणत्याही व्यवहाराला कायदेशीर वैधते सोबतच नैतिक अधिष्ठान असणे आधुनिक अर्थव्यवस्थेत अनिवार्य मानले जाते. 'व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्र' म्हणजे खरेदी-विक्री, विपणन, लेखापरीक्षण, वित्तीय व्यवस्थापन आणि पुरवठा साखळी यांसारख्या दैनंदिन व्यावसायिक कामकाजात प्रामाणिकपणा, सचोटी, पारदर्शकता, निष्पक्षता, आणि परस्पर विश्वास या मूल्यांचे काटेकोर पालन करणे

होय. व्यवसायातील प्रत्येक व्यवहार प्रामाणिक, पारदर्शक, न्याय्य आणि संबंधित हितधारकांच्या हक्कांचा आदर करणारा असावा, हीच व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्राची मूलभूत संकल्पना आहे.

उदाहरणार्थ, एखाद्या दुकानदाराला उत्पादनामध्ये दोष असल्याचे माहीत असेल तर तो दोष ग्राहकाला न सांगता उत्पादन विकणे आर्थिकदृष्ट्या फायदेशीर ठरू शकते; परंतु नैतिकदृष्ट्या ते चुकीचे आहे. दोषाची माहिती ग्राहकाला देऊन त्याला योग्य निवडीची संधी देणे हे नैतिक व्यावसायिक व्यवहाराचे उदाहरण आहे.

२.२.२ व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्राची आवश्यकता

आजच्या व्यवसायाच्या वातावरणात नीतिशास्त्राचे महत्त्व अनेक कारणांमुळे वाढले आहे.

१. ग्राहकांचा विश्वास निर्माण करणे

व्यवसाय आणि ग्राहक यांच्यातील संबंधाचा पाया विश्वास हा आहे. ग्राहकाला उत्पादनाची गुणवत्ता, किंमत, वैशिष्ट्ये आणि अटी याबाबत योग्य माहिती दिल्यास ग्राहकांचा व्यवसायावर विश्वास निर्माण होतो. उदा., एखादी कंपनी आपल्या उत्पादनाच्या मर्यादा स्पष्टपणे सांगते आणि अतिशयोक्तीपूर्ण दावे करत नाही, तर ग्राहकांमध्ये तिच्याबद्दल विश्वास निर्माण होतो.

२. व्यवसायाची प्रतिष्ठा वाढविणे

व्यवसायाची प्रतिष्ठा ही त्याची महत्त्वाची अमूर्त संपत्ती आहे. नैतिक व्यवहार करणाऱ्या संस्थेबद्दल ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार आणि समाजामध्ये सकारात्मक प्रतिमा निर्माण होते. याउलट फसवणूक, भ्रष्टाचार किंवा ग्राहकांच्या तक्रारींकडे दुर्लक्ष यामुळे संस्थेची प्रतिष्ठा खराब होऊ शकते.

३. दीर्घकालीन ग्राहक संबंध निर्माण करणे

अनैतिक पद्धतीने एकदा ग्राहकाकडून अधिक नफा मिळविता येऊ शकतो; परंतु दीर्घकालीन व्यवसायासाठी ग्राहकांचा विश्वास टिकविणे आवश्यक असते. यासाठी व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्राची आवश्यक आहे.

४. हितधारकांचे हित जपणे

व्यवसायाचा परिणाम केवळ मालकांवर होत नाही. ग्राहक, कर्मचारी, पुरवठादार, गुंतवणूकदार, शासन आणि समाज यांच्यावरही व्यवसायाच्या निर्णयांचा परिणाम होतो. म्हणून व्यवसायाने केवळ भागधारकांच्या नफ्याचा विचार न करता विविध हितधारकांच्या (Stakeholders) हिताचा संतुलित विचार करणे आवश्यक आहे.

५. कायदेशीर आणि नैतिक जोखीम कमी करणे

अनैतिक व्यवहारांमुळे कंपनीला आर्थिक दंड, न्यायालयीन कारवाई, ग्राहकांच्या तक्रारी आणि प्रतिष्ठेचे नुकसान यांना सामोरे जावे लागू शकते. त्यामुळे नैतिक व्यवसाय पद्धती संस्थेच्या कायदेशीर, आर्थिक आणि प्रतिष्ठाविषयक जोखमी कमी करण्यास मदत करतात.

२.२.३ **व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्राचे प्रमुख पैलू / कार्यक्षेत्रे** (Functional Dimensions)

व्यवसायाच्या विविध कार्यात्मक विभागांमध्ये व्यवहारांची नैतिकता खालील स्वरूपात दिसून येते:

१. विपणन व जाहिरातीतील नैतिकता (Ethics in Marketing and Advertising)

वस्तू अथवा सेवेची विक्री करताना ग्राहकांना उत्पादनाचा दर्जा, वापर आणि किंमत यांविषयी अचूक माहिती देणे आवश्यक असते. दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती, खोटे दावे किंवा उत्पादनातील दोष लपवून केलेली विक्री ही अनैतिक मानली जाते. ग्राहकांच्या अज्ञानाचा गैरफायदा न घेता पारदर्शक व्यवहार करणे हा विपणन नैतिकतेचा गाभा आहे.

२. वित्तीय व लेखा व्यवहारातील पारदर्शकता (Ethics in Financial and Accounting Practices)

संस्थेच्या आर्थिक पत्रकांमध्ये नफ्याची किंवा संपत्तीची खोटी आकडेवारी न दाखवता खरी आर्थिक स्थिती मांडणे आवश्यक असते. ताळेबंदातील फेरफार टाळणे, करचुकवेगिरी न करणे आणि गुंतवणूकदारांच्या पैशांचा प्रामाणिक विनियोग करणे ही वित्तीय नैतिकतेची मुख्य तत्त्वे आहेत.

३. पुरवठा साखळी आणि खरेदी व्यवहार (Ethics in Supply Chain and Purchasing)

कच्चा माल खरेदी करताना आणि पुरवठादारांची निवड करताना लाच, वशिलेबाजी किंवा कमिशनचा वापर न करता गुणवत्तेला प्राधान्य दिले पाहिजे. पुरवठादारांना वेळेवर बिले अदा करणे, त्यांच्याशी केलेल्या करारांचे पालन करणे आणि बालमजुरी किंवा पर्यावरणाचा ऱ्हास करणाऱ्या स्रोतांकडून माल न घेणे या नियमांचे पालन या विभागात केले जाते.

४. मानवी संसाधन व रोजगार व्यवहार (Ethics in Human Resource Practices)

कर्मचाऱ्यांची भरती, वेतन आणि पदोन्नती करताना जात, धर्म किंवा लिंग यांवरून भेदभाव न करता गुणवत्तेला महत्त्व देणे ही रोजगारातील नैतिकता आहे. कामगारांना सुरक्षित कामाचे वातावरण, वाजवी वेतन आणि सन्मानजनक वागणूक देणे हे व्यवस्थापनाचे नैतिक कर्तव्य मानले जाते.

स्वतःची प्रगती तपासा -१

अ) रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा

१. नैतिक निर्णयप्रक्रियेचा मुख्य उद्देश ....विचार करून योग्य निर्णय घेणे हा आहे.

अ) केवळ नफा	ब) नैतिक मूल्यांचा
क) बाजारातील स्पर्धेचा	ड) उत्पादन खर्चाचा

२. नैतिक निर्णयप्रक्रियेतील महत्त्वाचा प्रारंभिक टप्पा म्हणजे ....ओळखणे होय.

अ) आर्थिक नफा	ब) बाजारपेठ
क) नैतिक समस्या	ड) उत्पादन खर्च

३. व्यवसायाच्या निर्णयांमुळे प्रभावित होणाऱ्या व्यक्ती किंवा समूहांना ....म्हणतात.

अ) प्रतिस्पर्धी ब) हितधारक

क) मध्यस्थ ड) विक्रेते

४. ग्राहकाला उत्पादनाची योग्य आणि सत्य माहिती देणे हे ....या नैतिक मूल्याचे उदाहरण आहे.

अ) प्रामाणिकपणा ब) स्वार्थ

क) स्पर्धा ड) गुप्तता

५. ग्राहकांची वैयक्तिक माहिती अनधिकृत व्यक्तींना न देणे हे ....या तत्त्वाशी संबंधित आहे.

अ) गुणवत्ता ब) गोपनीयता

क) नवोन्मेष ड) नफा

ब) खालील वाक्ये चूक की बरोबर ते सांगा आणि चुकीचे वाक्य बरोबर करून लिहा.

१. नैतिक निर्णयप्रक्रियेत निर्णयाच्या संभाव्य परिणामांचा विचार केला जातो.

२. व्यवसायातील नैतिकतेचा संबंध केवळ कायद्याचे पालन करण्याशी असतो.

३. ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार आणि समाज हे व्यवसायाचे हितधारक असू शकतात.

४. ग्राहकांना जाणीवपूर्वक चुकीची माहिती देणे हे नैतिक व्यावसायिक वर्तन आहे.

५. नैतिक निर्णय घेताना प्रामाणिकपणा, न्याय आणि जबाबदारी यांसारख्या मूल्यांचा विचार करणे आवश्यक आहे.

६. व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्राचा उद्देश केवळ कंपनीचा नफा वाढविणे हा आहे.

२.३ नीतिशास्त्राचे सिद्धांत (Theories of Ethics)

नीतिशास्त्र म्हणजे नैतिक तत्त्वे, मूल्ये आणि वर्तन यांचा अभ्यास करणारे ज्ञानशाखा. व्यवसाय, समाज आणि वैयक्तिक जीवनात अनेकदा अशा परिस्थिती येतात की ज्यात 'बरोबर' आणि 'चुकीचे' यात स्पष्ट फरक करणे कठीण होते. अशा वेळी नीतिशास्त्राचे सिद्धांत आपल्याला मार्गदर्शन करतात. नीतिशास्त्राचे सिद्धांत हे मुख्यतः तीन विभागांत वर्गीकृत केले जातात: (१) मेटा-नीतिशास्त्र (Meta-Ethics), (२) मानक नीतिशास्त्र (Normative Ethics), आणि (३) अप्लाइड एथिक्स (Applied Ethics). या घटकात आपण प्रामुख्याने मेटा-नीतिशास्त्र आणि मानक नीतिशास्त्र यांचा सविस्तर अभ्यास करणार आहोत, कारण हे सिद्धांत व्यवसायिक नैतिक निर्णय घेण्यासाठी पायाभूत ठरतात.

२.३.१ **मेटा–नीतिशास्त्र** (Meta-Ethics)

२.३.१.१ **संकल्पनात्मक अर्थ** (Conceptual Meaning)

मेटा–नीतिशास्त्र ही नीतिशास्त्राची सर्वात मूलभूत आणि तात्विक शाखा आहे. ग्रीक भाषेत 'मेटा' (Meta) या शब्दाचा अर्थ 'पलीकडचे' किंवा 'उच्च पातळीवरील' असा होतो. मानक नीतिशास्त्र हे मानवाला विचारते: काय योग्य आहे आणि काय अयोग्य? याउलट, मेटा–नीतिशास्त्र एक पाऊल मागे जाऊन विचारते: योग्य किंवा चांगले म्हणजे नेमके काय? ही नैतिक मूल्ये कुठून येतात आणि ती खरी असतात की केवळ मानवी मते असतात? थोडक्यात, मेटा–नीतिशास्त्र हे प्रत्यक्ष वर्तनाचे नियम ठरवत नाही, तर नैतिक संकल्पनांचे मूळ, त्यांचे तात्विक स्वरूप, नैतिक विधानांची भाषा आणि नैतिक ज्ञानाची सत्यता तपासते.

२.३.१.२ **मेटा–नीतिशास्त्राचे मुख्य प्रश्न**

मेटा–नीतिशास्त्र खालील प्रकारच्या प्रश्नांचा अभ्यास करते:

नैतिक भाषेचा अर्थ काय?

जेव्हा आपण म्हणतो 'हे कृत्य चांगले आहे' किंवा 'ते अनैतिक आहे', तेव्हा आपण खरोखर काय सांगत आहोत? हे विधान वस्तुस्थिती सांगणारे आहे की फक्त भावना व्यक्त करणारे?

नैतिक मूल्ये वस्तुनिष्ठ आहेत की सापेक्ष?

नैतिकता जगात स्वतंत्रपणे अस्तित्वात आहे का, की ती व्यक्ती, समाज किंवा संस्कृतीनुसार बदलते?

नैतिक ज्ञान कसे शक्य आहे?

आपल्याला नैतिक सत्य कसे कळते? तर्काने, अनुभवातून, अंतःप्रेरणेने की इतर मार्गाने?

नैतिक विधानांचे स्वरूप काय आहे?

नैतिक विधाने खरी–खोटी ठरवता येतात का, की ती केवळ आज्ञा, भावना किंवा पसंती व्यक्त करतात?

२.३.१.३ **मेटा–नीतिशास्त्राचे व्यवसायिक जीवनातील महत्त्व**

मेटा–नीतिशास्त्र हा अत्यंत तात्विक वाटला तरी, व्यवसायिक जीवनात त्याचे महत्त्व खालील कारणांमुळे आहे:

(अ) नैतिक संवादाची स्पष्टता: वेगवेगळ्या संस्कृती आणि पार्श्वभूमीच्या लोकांशी व्यवहार करताना 'नैतिकता' या शब्दाचा अर्थ वेगवेगळा असू शकतो. मेटा–नीतिशास्त्राची समज असल्यास, व्यवसायिक अधिकारी हे समजू शकतात की वादविवादाचे मूळ नैतिक तत्त्वांमध्ये आहे की नैतिक संकल्पनांच्या अर्थात.

(ब) नैतिक वादविवादांचे विश्लेषण: कंपन्यांमध्ये अनेकदा नैतिक वादविवाद होतात, जसे की कर्मचाऱ्यांच्या निगराणीचे नैतिकत्व, जाहिरातीतील सत्यता, किंवा पर्यावरणाची जबाबदारी. मेटा–नीतिशास्त्राची समज असल्यास, अशा वादविवादांचे मूळ समजून घेणे सोपे होते–काय हा फक्त दृष्टिकोनांचा संघर्ष आहे, की नैतिक संकल्पनांच्या अर्थाचाच संघर्ष आहे?

(क) जागतिकीकरणाच्या काळातील आव्हाने: आजच्या जागतिकीकरणाच्या काळात कंपन्या अनेक देशांमध्ये कार्यरत असतात, जिथे नैतिक मूल्ये आणि प्रथा वेगवेगळ्या असू शकतात. मेटा-नीतिशास्त्राची समज असल्यास, कंपन्या अशा वेगवेगळ्या नैतिक दृष्टिकोनांना समजून घेऊन अधिक संवेदनशील आणि प्रभावी धोरणे तयार करू शकतात.

२.३.२ मानक नीतिशास्त्र (Normative Ethics)

२.३.२.१ संकल्पनात्मक अर्थ (Conceptual Meaning)

मानक नीतिशास्त्र हा नीतिशास्त्राचा सर्वात व्यावहारिक आणि विस्तृत भाग आहे. मानक नीतिशास्त्राचे मुख्य कार्य असे मानदंड, तत्त्वे किंवा नियम प्रस्थापित करणे आहे, ज्यांच्या आधारे आपण ठरवू शकतो की कोणते कृत्य नैतिकदृष्ट्या बरोबर आहे आणि कोणते चुकीचे आहे. सोप्या भाषेत सांगायचे तर, मानक नीतिशास्त्र हा आपण कसे वागावे? या प्रश्नाचे उत्तर शोधतो.

मेटा-नीतिशास्त्र जेव्हा नैतिक संकल्पनांचा अर्थ आणि पाया समजून घेते, तेव्हा मानक नीतिशास्त्र थेट असे सांगण्याचा प्रयत्न करतो की खोटे बोलणे चुकीचे आहे, सत्य बोलणे बरोबर आहे, किंवा न्याय्य वागणूक आवश्यक आहे. मानक नीतिशास्त्राचे सिद्धांत हे व्यक्तिगत जीवनापासून ते व्यवसायिक निर्णयांपर्यंत, आणि सामाजिक धोरणांपासून ते जागतिक समस्यांपर्यंत विविध क्षेत्रांमध्ये लागू केले जातात. व्यवसायिक नैतिकतेच्या अभ्यासात मानक नीतिशास्त्राचे महत्त्व अत्यंत आहे, कारण हे सिद्धांत व्यवस्थापक, कर्मचारी आणि संस्थांना नैतिक निर्णय घेण्यासाठी स्पष्ट मार्गदर्शन करतात.

२.३.२.२ मानक नीतिशास्त्राची प्रमुख उद्दिष्टे (Core Objectives)

योग्य आणि अयोग्य यातील भेद स्पष्ट करणे: दैनंदिन व्यावसायिक व्यवहारांमध्ये कोणत्या पद्धती नैतिक आहेत आणि कोणत्या अनैतिक, याचे वस्तुनिष्ठ निकष ठरवणे.

आचारसंहितेची निर्मिती करणे: व्यवस्थापक, कर्मचारी आणि व्यावसायिकांसाठी मार्गदर्शक नियमावली तयार करणे.

निर्णय प्रक्रियेला दिशा देणे: नफा आणि मूल्ये यांच्यातील संघर्षाच्या वेळी व्यवस्थापकांना निर्णय घेण्यास तात्त्विक आधार पुरवणे.

२.४ मानक नीतिशास्त्राचे प्रमुख दृष्टिकोन

मानक नीतिशास्त्रात मानवी वर्तनाचे योग्य आणि अयोग्य ठरवण्यासाठी विविध दृष्टिकोन विकसित झाले आहेत. त्यामध्ये प्रामुख्याने उपयुक्ततावाद, अधिकार, न्याय, सद्गुण नीतिशास्त्र, कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र व परिणामवादी नीतिशास्त्र यांचा समावेश होतो. २.४.१ उपयुक्ततावाद (Utilitarianism) :

उपयुक्ततावाद हा मानक नीतिशास्त्रातील सर्वात प्रभावशाली आणि व्यापकपणे वापरला जाणारा सिद्धांत आहे. हा सिद्धांत परिणामवादी नीतिशास्त्राचा एक प्रकार आहे, ज्यानुसार एखाद्या कृतीची नैतिकता ही त्या कृतीच्या परिणामांवर अवलंबून असते. उपयुक्ततावादाचा मूलभूत सिद्धांत असा आहे की, ज्या कृतीमुळे सर्वाधिक लोकांसाठी सर्वाधिक सुख, कल्याण किंवा आनंद निर्माण होतो, ती कृती नैतिकदृष्ट्या बरोबर आहे.

या सिद्धांताचे प्रमुख प्रणेते जेरेमी बेंथम (१७४८-१८३२) आणि जॉन स्टुअर्ट मिल (१८०६-१८७३) हे आहेत. बेंथमने 'उपयुक्ततेचे तत्त्व' मांडले, तर मिलने त्यात सुधारणा करून 'महत्तम आनंद तत्त्व' अधिक स्पष्ट केले. मिलच्या मते, कृती त्या प्रमाणात बरोबर आहेत, ज्या प्रमाणात त्या आनंद वाढवतात; आणि त्या प्रमाणात चुकीच्या आहेत, ज्या प्रमाणात त्या आनंदाच्या विरुद्ध परिणाम करतात.

व्यवसायिक नैतिकतेच्या संदर्भात उपयुक्ततावाद हा निर्णय प्रक्रियेसाठी एक स्पष्ट आणि तार्किक चौकट पुरवतो, ज्यामध्ये हितधारकांच्या हितांचा समतोल साधणे आणि एकूण कल्याण वाढवणे यावर भर दिला जातो

२.४.२ अधिकार (Right)

नीतिशास्त्रात आणि व्यवसायिक नैतिकतेत अधिकार (Right) ही अत्यंत मूलभूत संकल्पना आहे. अधिकार म्हणजे व्यक्तीला प्राप्त असलेले कायदेशीर किंवा नैतिक हक्क, ज्यांच्या आधारे ती व्यक्ती इतरांकडून काही अपेक्षा करू शकते किंवा काही गोष्टी करण्यास सक्षम असते. सोप्या भाषेत सांगायचे तर, अधिकार म्हणजे काय करण्याचा किंवा काय मिळवण्याचा व्यक्तीला असलेला नैतिक किंवा कायदेशीर हक्क.

अधिकार सिद्धांत हा मानक नीतिशास्त्राचा एक महत्त्वाचा दृष्टिकोन आहे. या सिद्धांतानुसार, प्रत्येक व्यक्तीला काही मूलभूत नैतिक आणि कायदेशीर अधिकार असतात, जसे की जीवित, स्वातंत्र्य, गोपनीयता, आणि न्याय्य वागणुकीचा अधिकार. नैतिक कृती म्हणजे अशी कृती जी या अधिकारांचा आदर करते आणि त्यांचे रक्षण करते, तर अनैतिक कृती म्हणजे अशी कृती जी या अधिकारांचे उल्लंघन करते.

व्यवसायिक जीवनात अधिकारांचे महत्त्व अत्यंत आहे, कारण कंपन्यांना ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार, पुरवठादार आणि समाज यांच्या अधिकारांचा आदर करूनच व्यवहार करावे लागतात.

२.४.३ न्याय (Justice)

नीतिशास्त्रात आणि व्यवसायिक नैतिकतेत न्याय ही अत्यंत मूलभूत आणि व्यापक संकल्पना आहे. न्याय म्हणजे न्याय्य, निष्पक्ष आणि योग्य वागणूक देणे. सोप्या भाषेत सांगायचे तर, न्याय म्हणजे प्रत्येक व्यक्तीला तिचा हक्क आणि योग्य तो वाटा मिळणे.

न्याय सिद्धांत हा मानक नीतिशास्त्राचा एक महत्त्वाचा दृष्टिकोन आहे. या सिद्धांतानुसार, नैतिक कृती म्हणजे अशी कृती जी न्याय्य आहे, तर अनैतिक कृती म्हणजे अशी कृती जी अन्याय्य आहे. न्यायाचा संबंध फक्त कायदेशीर निर्णयांशी नाही, तर तो सामाजिक, आर्थिक आणि संस्थात्मक निर्णयांशी देखील जोडलेला आहे.

व्यवसायिक जीवनात न्यायाचे महत्त्व अत्यंत आहे, कारण कंपन्यांना कर्मचारी, ग्राहक, गुंतवणूकदार आणि समाज यांच्याशी न्याय्य वागणूक करणे आवश्यक असते. न्याय्य वागणुकीमुळे विश्वास वाढतो, कर्मचाऱ्यांचे समाधान वाढते आणि संस्थेची प्रतिष्ठा सुधारते.

२.४.४ सद्गुण नीतिशास्त्र (Virtue Ethics)

सद्गुण नीतिशास्त्र हा मानक नीतिशास्त्राचा एक महत्त्वाचा आणि प्राचीन दृष्टिकोन आहे. उपयुक्ततावाद

आणि कर्तव्यवाद यांच्या विरुद्ध, सद्गुण नीतिशास्त्राचा मुख्य भर कृतींवर किंवा नियमांवर नसून व्यक्तीच्या चारित्र्यावर आणि सद्गुणांवर असतो.

सद्गुण नीतिशास्त्राचे मूलभूत प्रश्न असे आहेत: मी कशा प्रकारची व्यक्ती असावी? चांगले चारित्र्य म्हणजे काय? आणि सद्गुणसंपन्न जीवन कसे जगावे? या दृष्टिकोनातून, नैतिक निर्णय घेण्यासाठी व्यक्तीने सद्गुण जसे की प्रामाणिकपणा, धैर्य, न्यायबुद्धी, दया, आणि जबाबदारी यांचा विकास करावा. जेव्हा व्यक्ती सद्गुणसंपन्न असते, तेव्हा तिचे निर्णय आपोआप नैतिक असतात.

व्यवसायिक नैतिकतेच्या संदर्भात, सद्गुण नीतिशास्त्र हे संस्थात्मक संस्कृती, नेतृत्व गुणवत्ता, आणि दीर्घकालीन चारित्र्य विकासासाठी अत्यंत उपयुक्त ठरते.

२.४.५ **कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र** (Deontological Ethics)

२.४.५.१ **पार्श्वभूमी आणि संकल्पनात्मक अर्थ** (Background and Conceptual Meaning)

कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र हे पाश्चात्त्य नीतिशास्त्रातील अत्यंत मूलभूत आणि प्रमाण मानले जाणारे तत्त्वज्ञान आहे. 'डिऑन्टॉलॉजी' हा शब्द ग्रीक भाषेतील 'ऊश्टेप' (ज्याचा अर्थ कर्तव्य, बंधन किंवा विहित नियम असा होतो) यावरून आला आहे. या विचारप्रणालीनुसार, कोणत्याही कृतीचे नैतिक मूल्य हे तिच्या परिणामांवरून ठरत नाही, तर ती कृती मुळात योग्य नियमांवर आधारलेली आहे का आणि ती कर्तव्यभावनेतून केली आहे का, यावरून ठरते.

जर्मन तत्त्वज्ञ इमॅन्युएल कांट (१७२४-१८०४) हे या सिद्धांताचे मुख्य प्रवर्तक आहेत. कांट यांच्या मते, नैतिक नियम हे स्थल, काल आणि परिस्थितीच्या पलीकडे असणारे निरपेक्ष नियम असतात. त्यांनी मनिरपेक्ष आदेशफ या संकल्पनेखाली दोन मुख्य तत्त्वे मांडली:

सार्वत्रिकतेचे तत्त्व (Principle of Universality)**:** व्यक्तीने असाच नियम स्वतःच्या आचरणात आणावा, जो संपूर्ण जगातील प्रत्येक व्यक्तीने पाळला तरी चालेल. उदा. कधीही खोटे बोलू नये हा नियम सार्वत्रिक आहे, कारण सर्वांनी खोटे बोलण्यास सुरुवात केल्यास संभाषणातील आणि व्यापारातील विश्वासच नष्ट होईल.

मानवी सन्मानाचे तत्त्व (Humanity as an End in Itself)**:** कोणत्याही व्यक्तीचा वापर केवळ स्वतःचा स्वार्थ किंवा नफा मिळवण्याचे 'साधन' म्हणून करू नये; प्रत्येक व्यक्तीला स्वतःमध्ये एक सन्माननीय 'साध्य' मानले पाहिजे.

२.४.५.२ **व्यावसायिक व्यवस्थापनातील उपयोजन** (Application in Business)

ग्राहकांशी पारदर्शकता: उत्पादनात त्रुटी असल्यास आर्थिक नुकसान सोसूनही ग्राहकांना त्याची खरी माहिती देणे.

करारांचे काटेकोर पालन: नफ्यात घट झाली तरी पुरवठादार किंवा कामगारांशी केलेले कायदेशीर व नैतिक करार तंतोतंत पाळणे.

कर्मचाऱ्यांचा सन्मान: कामगारांना केवळ नफा मिळवण्याचे यंत्र न मानता कामाच्या ठिकाणी त्यांना सुरक्षितता, न्याय्य वेतन आणि सन्मानजनक वागणूक देणे.

२.४.५.३ **मर्यादा** (Limitations)

कर्तव्यवाद अत्यंत ताठर मानला जातो. अपवादात्मक किंवा आणीबाणीच्या प्रसंगी परिणामांकडे पूर्ण दुर्लक्ष केल्यास संस्थेला अथवा समाजाला मोठे नुकसान सहन करावे लागू शकते.

२.४.६ **परिणामवादी नीतिशास्त्र** (Teleological Ethics)

२.४.६.१ **पार्श्वभूमी आणि संकल्पनात्मक अर्थ** (Background and Conceptual Meaning)

परिणामवादी नीतिशास्त्र हा मानक नीतिशास्त्रातील व्यावहारिक आणि परिणामकेंद्रित दृष्टिकोन आहे. मटेलिओलॉजीफ हा शब्द ग्रीक भाषेतील मढशश्रीफ (ज्याचा अर्थ साध्य, ध्येय किंवा अंतिम परिणाम असा होतो) यावरून आला आहे. या सिद्धांतानुसार, कृतीचे चांगले किंवा वाईट असणे हे कृती स्वतः काय आहे यावरून ठरत नाही, तर त्या कृतीमुळे अंतिम निष्पत्ती किंवा परिणाम काय मिळतो, यावरून ठरते.

या सिद्धांताचा सर्वाधिक गाजलेला प्रकार म्हणजे 'उपयुक्ततावाद', जो ब्रिटिश तत्त्वज्ञ जेरेमी बेंथम आणि जॉन स्टुअर्ट मिल यांनी विकसित केला.

२.४.६.२ **व्यावसायिक व्यवस्थापनातील उपयोजन** (Application in Business)

खर्च-नफा विश्लेषण: कोणत्याही नवीन व्यावसायिक प्रकल्पाची आखणी करताना त्यापासून होणारे आर्थिक, सामाजिक फायदे हे संभाव्य नुकसानीपेक्षा जास्त आहेत का, हे तपासणे.

मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादन तंत्रज्ञानाचा वापर करून वस्तूंचे दर कमी करणे, जेणेकरून लाखो सर्वसामान्य ग्राहकांचे जीवनमान सुधारेल.

संकटकालीन व्यवस्थापन: आर्थिक मंदीच्या काळात कंपनी बंद न पडता हजारो कामगारांचे रोजगार टिकावेत म्हणून तात्पुरत्या स्वरूपात खर्चात कपात करणे.

२.४.६.३ **मर्यादा** (Limitations)

परिणामवादात बहुसंख्यांच्या फायद्यासाठी अल्पसंख्याक, दुर्बल कामगार किंवा स्थानिक घटकांच्या मूलभूत अधिकारांवर अन्याय होण्याची शक्यता असते. तसेच मानवी जीवन, आरोग्य किंवा पर्यावरणाचे अचूक आर्थिक मोजमाप करणे कठीण असते.

स्वतःची प्रगती तपासा -२

अ) रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा

१. नैतिक तत्त्वे आणि संकल्पनांच्या स्वरूपाचा व अर्थाचा अभ्यास करणाऱ्या नीतिशास्त्राच्या शाखेला .... म्हणतात.

अ) मानक नीतिशास्त्र	ब) मेटा-नीतिशास्त्र
क) व्यावसायिक नीतिशास्त्र	ड) सामाजिक नीतिशास्त्र

२. व्यक्तीने किंवा संस्थेने काय करावे आणि काय करू नये यासाठी नैतिक निकष निश्चित करणाऱ्या शाखेला .... म्हणतात.

अ) मेटा–नीतिशास्त्र ब) मानक नीतिशास्त्र

क) वर्णनात्मक नीतिशास्त्र ड) व्यावसायिक नीतिशास्त्र

३. एखाद्या कृतीचे नैतिक मूल्य तिच्या परिणामांपेक्षा कर्तव्य आणि नैतिक नियमांच्या पालनावर ठरविणाऱ्या दृष्टिकोनाला .... म्हणतात.

अ) परिणामवादी नीतिशास्त्र ब) कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र

क) उपयुक्ततावाद ड) सद्गुण नीतिशास्त्र

४. एखाद्या कृतीचे नैतिक मूल्य तिच्या परिणामांच्या आधारे ठरविणाऱ्या दृष्टिकोनाला .... नीतिशास्त्र म्हणतात.

अ) कर्तव्यवादी ब) परिणामवादी

क) अधिकारवादी ड) सद्गुणवादी

५. जास्तीत जास्त लोकांचे जास्तीत जास्त कल्याण हा विचार ....या नैतिक सिद्धांताचा केंद्रबिंदू आहे.

अ) अधिकार सिद्धांत ब) न्याय सिद्धांत

क) उपयुक्ततावाद ड) कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र

६. व्यक्तीच्या मूलभूत अधिकारांचे, स्वातंत्र्याचे आणि प्रतिष्ठेचे संरक्षण करण्यावर भर देणाऱ्या सिद्धांताला .... म्हणतात.

अ) अधिकार सिद्धांत ब) उपयुक्ततावाद

क) न्याय सिद्धांत ड) परिणामवाद

७. व्यक्तीच्या चारित्र्याला आणि प्रामाणिकपणा, धैर्य, संयम यांसारख्या नैतिक गुणांना महत्त्व देणाऱ्या दृष्टिकोनाला .... म्हणतात.

अ) सद्गुण नीतिशास्त्र ब) कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र

क) उपयुक्ततावाद ड) अधिकार सिद्धांत

ब) योग्य जोड्या जुळवा.

अ गट	**ब गट**
१. उपयुक्ततावाद	अ. व्यक्तीचे मूलभूत अधिकार
२. अधिकार सिद्धांत	ब. न्याय्य व निष्पक्ष वितरण
३. न्याय सिद्धांत	क. जास्तीत जास्त लोकांचे जास्तीत जास्त कल्याण
४. सद्गुण नीतिशास्त्र	ड. नैतिक चारित्र्य व सद्गुण

२.५ व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंग (Ethical Dilemmas in Business)

२.५.१ संकल्पनात्मक अर्थ (Conceptual Meaning)

व्यवसायामध्ये निर्णय घेताना अनेक वेळा अशी परिस्थिती निर्माण होते की, व्यक्ती किंवा व्यवस्थापकासमोर दोन किंवा अधिक पर्याय उपलब्ध असतात आणि प्रत्येक पर्यायामध्ये काही नैतिक मूल्ये, कर्तव्ये किंवा हितसंबंध गुंतलेले असतात. एका पर्यायाची निवड केल्यास एका व्यक्तीचे किंवा समूहाचे हित जपले जाऊ शकते; परंतु दुसऱ्या व्यक्तीचे किंवा समूहाचे हित बाधित होण्याची शक्यता असते. अशा परिस्थितीला नैतिक पेचप्रसंग असे म्हणतात. थोडक्यात जेव्हा एखाद्या व्यक्तीसमोर दोन किंवा अधिक नैतिकदृष्ट्या महत्त्वाचे पर्याय असतात आणि एका पर्यायाची निवड केल्यास दुसऱ्या नैतिक मूल्याशी किंवा हिताशी तडजोड करावी लागते, तेव्हा निर्माण होणारी परिस्थिती म्हणजे नैतिक पेचप्रसंग होय.

व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंग हे केवळ बरोबर आणि चूक यांच्यातील साधा संघर्ष नसतो. अनेक वेळा दोनही पर्यायांमध्ये काही नैतिक मूल्य असते, त्यामुळे योग्य निर्णय घेणे कठीण होते. उदाहरणार्थ, कंपनीची गोपनीय माहिती जपणे हे कर्तव्य असू शकते; परंतु त्याच माहितीमुळे ग्राहकांचे गंभीर नुकसान होणार असेल तर सार्वजनिक हिताचे संरक्षण करणेही महत्त्वाचे ठरते.

२.५.२ व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंगांचे प्रमुख प्रकार व स्वरूप
(Major Types of Ethical Dilemmas)

अ) हितसंबंधांचा संघर्ष (Conflict of Interest):

जेव्हा व्यवस्थापक किंवा कर्मचाऱ्याचा वैयक्तिक आर्थिक लाभ आणि संस्थेचे व्यापक हित यांमध्ये संघर्ष होतो. उदाहरण: एखाद्या वरिष्ठ अधिकाऱ्याने कंपनीचे पुरवठा कंत्राट खुल्या निविदेद्वारे दर्जेदार पुरवठादाराला न देता स्वतःच्या नातेवाईकाच्या कंपनीला देणे.

ब) व्हिसलब्लोइंग विरुद्ध संस्थात्मक निष्ठा (Whistleblowing vs. Organizational Loyalty):

जेव्हा कंपनीतील अंतर्गत गैरव्यवहार किंवा फसवणूक कर्मचाऱ्याच्या लक्षात येते, तेव्हा शांत राहून संस्थेशी एकनिष्ठ राहायचे की समाजाच्या आणि कायद्याच्या हितासाठी तो प्रकार बाहेर उघड करायचा, हा कर्मचाऱ्यासमोरील मोठा पेच असतो.

क) पारदर्शकता विरुद्ध व्यावसायिक गुप्तता (Transparency vs. Secrecy):

उत्पादनातील किरकोळ दोष किंवा आर्थिक पत्रकातील धोके ग्राहकांना आणि भागधारकांना प्रामाणिकपणे उघड करायचे की संस्थेची बाजारातील पत घसरू नये म्हणून माहिती गुप्त ठेवायची, यातील संघर्ष.

ड) पर्यावरण संरक्षण विरुद्ध उत्पादन खर्च (Environmental Protection vs. Profitability):

प्रदूषण नियंत्रण संयंत्रे बसवल्यास उत्पादन खर्च वाढतो आणि नफा घटतो; ती न बसवल्यास स्थानिक पर्यावरणाचा ऱ्हास होतो.

इ) मानवी संसाधन व कामाच्या ठिकाणचे पेचप्रसंग (HR Dilemmas):

खर्च कपातीसाठी कर्मचाऱ्यांची तडकाफडकी कपात करणे की नफ्यावर पाणी सोडून कर्मचाऱ्यांचे जीवनमान आणि रोजगार सुरक्षित ठेवणे.

२.५.३ नैतिक पेचप्रसंगांची कारणे (Causes of Ethical Dilemmas)

(अ) आर्थिक दबाव (Economic Pressure):

आर्थिक दबाव हे व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंग उद्भवण्याचे एक प्रमुख कारण आहे. कंपन्यांवर सतत नफा वाढवण्याचा, खर्च कमी करण्याचा आणि शेअरधारकांच्या अपेक्षा पूर्ण करण्याचा दबाव असतो. अशा दबावामुळे व्यवस्थापक आणि कर्मचारी अनैतिक मार्गांचा अवलंब करण्यास प्रवृत्त होतात. उदाहरणार्थ, नफ्याचे लक्ष्य पूर्ण करण्यासाठी खोटी आकडेवारी सादर करणे, कमी दर्जाचे कच्चे माल वापरणे, किंवा कर्मचाऱ्यांचे शोषण करणे. स्पर्धेत टिकून राहण्यासाठी कंपन्या कायदेशीर आणि नैतिक मर्यादा ओलांडण्याचा धोका पत्करतात, ज्यामुळे नैतिक पेचप्रसंग निर्माण होतात.

(ब) संस्थात्मक संस्कृती (Organizational Culture):

संस्थात्मक संस्कृतीचा नैतिकतेवर खोल परिणाम होतो. जर कंपनीची संस्कृती नफा सर्वोपरि अशी असेल, तर कर्मचाऱ्यांना नैतिकतेपेक्षा परिणामांवर अधिक भर देण्यास प्रवृत्त केले जाते. वरिष्ठ अधिकाऱ्यांचे अनैतिक आचरण कर्मचाऱ्यांवर वाईट प्रभाव टाकते आणि तेही तसे वागू लागतात. काही संस्थांमध्ये नैतिक उल्लंघनाकडे दुर्लक्ष केले जाते किंवा अगदी प्रोत्साहन दिले जाते, ज्यामुळे नैतिक पेचप्रसंग वाढतात. उदाहरणार्थ, जर वरिष्ठ अधिकारी भ्रष्टाचाराला प्रोत्साहन देत असतील, तर कनिष्ठ कर्मचारीही तसे वागण्यास धजावतात.

(क) वैयक्तिक घटक (Individual Factors):

वैयक्तिक घटक देखील नैतिक पेचप्रसंगांसाठी जबाबदार असतात. प्रत्येक व्यक्तीची नैतिक मूल्ये, चारित्र्य, आणि पार्श्वभूमी वेगवेगळी असते. काही व्यक्तींमध्ये वैयक्तिक लोभ, स्वार्थ, किंवा नैतिक मूल्यांचा अभाव असू शकतो, ज्यामुळे ते अनैतिक निर्णय घेतात. भीती देखील एक महत्त्वाचा घटक आहे- कर्मचाऱ्यांना नोकरी जाण्याची, बढती न मिळण्याची, किंवा वरिष्ठांच्या नाराजीची भीती असू शकते, ज्यामुळे ते अनैतिक आदेश पाळतात. वैयक्तिक आर्थिक गरजा किंवा कर्जबाजारीपणामुळेही व्यक्ती अनैतिक मार्गांचा अवलंब करू शकतात.

(ड) कायदेशीर आणि नियामक कमतरता (Legal and Regulatory Gaps):

कायदेशीर आणि नियामक चौकटीतील कमतरता नैतिक पेचप्रसंग वाढवतात. कायद्यातील पोकळ्यांचा फायदा घेऊन कंपन्या अनैतिक व्यवहार करतात. उदाहरणार्थ, काही देशांमध्ये पर्यावरण संरक्षणाचे कायदे कमकुवत असतात, ज्यामुळे कंपन्या प्रदूषण करूनही शिक्षेपासून वाचतात. अंमलबजावणीचा अभाव देखील एक मोठी समस्या आहे-कायदे असूनही त्यांची अंमलबजावणी केली जात नाही. शिक्षेची भीती नसल्यामुळे कंपन्या आणि व्यक्ती अनैतिक व्यवहार करण्यास धजावतात. भ्रष्टाचार आणि राजकीय हस्तक्षेपामुळेही कायदेशीर प्रक्रिया कमकुवत होतात.

(इ) तांत्रिक आणि सामाजिक बदल (Technological and Social Changes):

तांत्रिक आणि सामाजिक बदलांमुळे नवीन नैतिक पेचप्रसंग उद्भवतात. नवीन तंत्रज्ञानामुळे डेटा गोपनीयता, कृत्रिम बुद्धिमत्ता, सायबर सुरक्षा, आणि डिजिटल फसवणूक यांसारखे नवीन नैतिक मुद्दे समोर आले आहेत. उदाहरणार्थ, सोशल मीडिया आणि बिग डेटाच्या वापरामुळे ग्राहकांच्या वैयक्तिक माहितीचे संरक्षण कसे करावे, हा मोठा नैतिक प्रश्न आहे. जागतिकीकरणामुळे वेगवेगळ्या संस्कृतींमधील नैतिक मूल्ये यांच्यात संघर्ष उद्भवतो-एका संस्कृतीत जे नैतिक आहे, ते दुसऱ्या संस्कृतीत अनैतिक असू शकते. सामाजिक अपेक्षा बदलल्यामुळे कंपन्यांकडून आता केवळ नफा नव्हे, तर सामाजिक आणि पर्यावरणीय जबाबदारीचीही अपेक्षा केली जाते.

२.५.४ नैतिक पेचप्रसंग सोडवण्यासाठी उपाय (Solutions to Resolve Ethical Dilemmas)

(अ) नैतिक संहिता आणि धोरणे (Code of Ethics and Policies):

नैतिक संहिता आणि धोरणे ही नैतिक पेचप्रसंग सोडवण्याची पहिली आणि महत्त्वाची पायरी आहे. कंपनीने स्पष्ट आणि सविस्तर नैतिक संहिता तयार करावी, ज्यामध्ये कंपनीची मूलभूत मूल्ये, अपेक्षित आचरण, आणि निषिद्ध कृती स्पष्टपणे नमूद असाव्यात. नैतिक धोरणे आणि मार्गदर्शक तत्त्वे सर्व कर्मचाऱ्यांपर्यंत पोहोचवली जावीत आणि त्यांचे पालन करणे बंधनकारक असावे. नियमित नैतिक प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करून कर्मचाऱ्यांना नैतिक निर्णय घेण्याचे कौशल्य शिकवले पाहिजे. उदाहरणार्थ, भ्रष्टाचार, लैंगिक शोषण, आणि इनसायडर ट्रेडिंग यांसारख्या मुद्द्यांवर स्पष्ट धोरणे असावीत.

(ब) पारदर्शकता आणि जबाबदारी (Transparency and Accountability):

पारदर्शकता आणि जबाबदारी ही नैतिकतेची पायाभूत तत्त्वे आहेत. कंपनीने आपली निर्णय प्रक्रिया, आर्थिक व्यवहार, आणि धोरणे पारदर्शक ठेवावीत, ज्यामुळे हितधारकांना माहिती मिळू शकेल आणि गैरव्यवहार रोखता येतील. प्रत्येक निर्णयासाठी जबाबदार व्यक्ती निश्चित करावी, ज्यामुळे नैतिक उल्लंघन झाल्यास त्या व्यक्तीला जबाब धरता येईल. नैतिक उल्लंघनासाठी कठोर दंडात्मक कारवाई असावी, ज्यामुळे इतरांना धडा मिळेल. वार्षिक अहवाल, ऑडिट, आणि खुल्या चर्चा सत्रांद्वारे पारदर्शकता वाढवता येते.

(क) व्हिसलब्लोअर संरक्षण (Whistleblower Protection):

व्हिसलब्लोअर संरक्षण यंत्रणा नैतिक पेचप्रसंग सोडवण्यासाठी अत्यंत प्रभावी ठरू शकते. कंपनीने अशी गुप्त आणि सुरक्षित यंत्रणा तयार करावी, ज्याद्वारे कर्मचारी भीतीशिवाय अनैतिक किंवा बेकायदेशीर कृतींची माहिती देऊ शकतात. व्हिसलब्लोअरला नोकरी जाण्याची, बढती न मिळण्याची, किंवा सामाजिक बहिष्काराची भीती वाटू नये, यासाठी कायदेशीर आणि संस्थात्मक संरक्षण द्यावे. काही कंपन्या व्हिसलब्लोअरला बक्षिसे किंवा प्रोत्साहन राशी देतात, ज्यामुळे इतर कर्मचारीही पुढे येण्यास धजावतात.

(ड) नैतिक नेतृत्व (Ethical Leadership):

नैतिक नेतृत्व हे संस्थेच्या नैतिक संस्कृतीचे निर्माण करते. वरिष्ठ अधिकाऱ्यांनी आणि मालकांनी नैतिक आचरणाचे उदाहरण घालावे, ज्यामुळे कनिष्ठ कर्मचाऱ्यांना प्रेरणा मिळेल. जर वरिष्ठ अधिकारी स्वतः

नैतिकतेचे पालन करत असतील, तर कर्मचारीही तसे वागण्यास प्रवृत्त होतात. नैतिक नेते कर्मचाऱ्यांना नैतिक प्रश्न विचारण्यास आणि चर्चा करण्यास प्रोत्साहन देतात. नैतिकतेला संस्थात्मक प्राधान्य दिल्यास दीर्घकालीन विश्वास आणि प्रतिष्ठा निर्माण होते.

(इ) हितधारक संवाद (Stakeholder Engagement)**:**

हितधारक संवादामुळे नैतिक पेचप्रसंग कमी करण्यास मदत होते. कंपनीने ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार, पुरवठादार, स्थानिक समुदाय, आणि इतर हितधारकांशी नियमित संवाद साधावा. त्यांच्या चिंता, अपेक्षा, आणि सूचना समजून घेतल्यास कंपनी अधिक नैतिक निर्णय घेऊ शकते. उदाहरणार्थ, स्थानिक समुदायाच्या चिंता समजून घेतल्यास कंपनी पर्यावरणस्नेही धोरणे अवलंबू शकते. हितधारकांचा सहभाग घेऊन निर्णय घेतल्यास त्यांचा विश्वास वाढतो आणि नैतिक संघर्ष कमी होतात.

(फ) नैतिक निर्णय प्रक्रिया (Ethical Decision-Making Process)**:**

नैतिक निर्णय प्रक्रियेचा वापर केल्यास नैतिक पेचप्रसंग अधिक प्रणालीबद्ध पद्धतीने सोडवता येतात. या प्रक्रियेमध्ये खालील पायऱ्या असतात: (१) नैतिक मुद्दा ओळखणे, (२) संबंधित तथ्ये गोळा करणे, (३) हितधारक आणि त्यांच्या हितांची ओळख करणे, (४) पर्यायी कार्यपद्धतींची ओळख करणे, (५) नैतिक सिद्धांत आणि तत्त्वे वापरून पर्यायांचे मूल्यमापन करणे, (६) निर्णय घेणे आणि त्याची चाचणी घेणे, (७) निर्णयाची अंमलबजावणी करणे, आणि (८) परिणामांचे चिंतन करणे. ही प्रक्रिया वापरल्यास निर्णय अधिक तार्किक, पारदर्शक, आणि नैतिक ठरतात.

२.६ वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांची भूमिका (Role of Individual and Organizational Values)

व्यवसायिक नैतिकतेच्या अभ्यासात वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थात्मक मूल्ये यांची भूमिका अत्यंत महत्त्वाची आहे. मूल्ये म्हणजे अशा मान्यता किंवा तत्त्वे, जी व्यक्ती किंवा संस्था यांना वागणुकीचे मार्गदर्शन करतात आणि निर्णय प्रक्रियेवर प्रभाव टाकतात. वैयक्तिक मूल्ये ही व्यक्तीच्या चारित्र्याचा आणि नैतिकतेचा पाया असतात, तर संस्थात्मक मूल्ये ही संस्थेच्या संस्कृतीचे आणि नैतिक वातावरणाचे प्रतिबिंब असतात. जेव्हा ही दोन्ही मूल्ये नैतिकतेला प्राधान्य देतात, तेव्हा नैतिक निर्णय घेणे सोपे होते आणि संस्थेची नैतिक प्रतिष्ठा वाढते. व्यवसायातील नैतिकता प्रभावी होण्यासाठी वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थात्मक मूल्ये यांच्यात सुसंगती असणे महत्त्वाचे आहे. एखाद्या संस्थेच्या आचारसंहितेत प्रामाणिकपणाला महत्त्व दिलेले असले, परंतु प्रत्यक्षात व्यवस्थापन कर्मचाऱ्यांवर चुकीची माहिती देण्यासाठी दबाव आणत असेल, तर संस्थेची घोषित मूल्ये आणि प्रत्यक्ष वर्तन यांच्यात विसंगती निर्माण होते.

२.६.१ वैयक्तिक मूल्ये (Individual Values)

वैयक्तिक मूल्ये म्हणजे प्रत्येक व्यक्तीच्या मनात असलेली ती मूलभूत तत्त्वे आणि मान्यता, ज्या त्या व्यक्तीच्या विचारसरणी, वर्तना आणि निर्णय प्रक्रियेवर परिणाम करतात. ही मूल्ये कुटुंब, शिक्षण, संस्कृती, धर्म, आणि वैयक्तिक अनुभवांमधून तयार होतात. उदाहरणार्थ, प्रामाणिकपणा, न्यायबुद्धी, जबाबदारी, दया, आणि शिस्त ही काही सामान्य वैयक्तिक मूल्ये आहेत. व्यवसायिक जीवनात जेव्हा एखादा

कर्मचारी किंवा व्यवस्थापक नैतिक निर्णय घेतो, तेव्हा त्याची वैयक्तिक मूल्ये महत्त्वाची भूमिका बजावतात. जर व्यक्तीची मूल्ये नैतिकतेला प्राधान्य देत असतील, तर ती कठीण परिस्थितीतही नैतिक मार्ग निवडते. उदाहरणार्थ, प्रामाणिकपणाला महत्त्व देणारा कर्मचारी खोटी माहिती देण्यास नकार देईल, मग त्यामुळे त्याला वैयक्तिक फायदा होत असला तरी.

२.६.१.१ प्रमुख वैयक्तिक मूल्ये

वैयक्तिक मूल्ये व्यक्तीच्या विचारांना, निर्णयांना आणि वर्तनाला दिशा देतात. व्यावसायिक जीवनात एखादी व्यक्ती नैतिकदृष्ट्या कशी वागेल, हे तिच्या मूल्यव्यवस्थेवर मोठ्या प्रमाणात अवलंबून असते. पुढील मूल्ये विशेष महत्त्वाची आहेत:

१. प्रामाणिकपणा (Honesty)

प्रामाणिकपणा म्हणजे सत्य बोलणे, सत्य माहिती देणे आणि जाणूनबुजून फसवणूक न करणे होय. व्यावसायिक व्यवहारात ग्राहक, सहकारी, वरिष्ठ आणि इतर हितधारकांशी अचूक व विश्वासार्ह माहितीची देवाणघेवाण करणे प्रामाणिकपणाचे लक्षण आहे. उदाहरणार्थ, उत्पादनातील दोष ग्राहकापासून लपवू नये. प्रामाणिकपणामुळे व्यक्तीवरील आणि संस्थेवरील विश्वास वाढतो.

२. सचोटी (Integrity)

सचोटी म्हणजे आपल्या नैतिक तत्त्वांनुसार सातत्याने वागण्याची वृत्ती होय. व्यक्तीसमोर कोणी पाहत नसतानाही योग्य गोष्ट करणे ही सचोटीची खरी कसोटी आहे. व्यावसायिक जीवनात वैयक्तिक फायदा किंवा बाह्य दबाव असतानाही नैतिक तत्त्वांशी तडजोड न करणे महत्त्वाचे असते. सचोटी असलेली व्यक्ती विश्वासार्ह आणि जबाबदार म्हणून ओळखली जाते.

३. जबाबदारी (Responsibility)

जबाबदारी म्हणजे आपल्यावर सोपविलेल्या कामाची योग्य प्रकारे पूर्तता करणे आणि आपल्या कृतींच्या परिणामांची जबाबदारी स्वीकारणे होय. चूक झाल्यास ती इतरांवर ढकलण्याऐवजी स्वतःची चूक मान्य करून ती सुधारण्याचा प्रयत्न करणे हे जबाबदार वर्तन आहे. व्यावसायिक क्षेत्रात जबाबदारीमुळे कामातील शिस्त, विश्वास आणि कार्यक्षमता वाढते.

४. न्यायप्रियता (Fairness)

न्यायप्रियता म्हणजे व्यक्तींशी निष्पक्ष, समान आणि योग्य पद्धतीने वागण्याची वृत्ती होय. निर्णय घेताना वैयक्तिक आवड, नाते, पक्षपात किंवा भेदभाव यांना प्राधान्य न देता योग्य निकषांचा वापर करणे आवश्यक आहे. उदाहरणार्थ, पदोन्नती देताना कर्मचाऱ्याच्या नातेसंबंधांपेक्षा त्याची पात्रता आणि कामगिरी विचारात घेणे हे न्यायप्रियतेचे उदाहरण आहे.

५. आदर (Respect)

आदर म्हणजे इतर व्यक्तींच्या प्रतिष्ठेचा, मतांचा, अधिकारांचा आणि भावनांचा स्वीकार करून त्यांच्याशी सन्मानपूर्वक वागणे होय. व्यवसायात वरिष्ठांनी कनिष्ठांशी, व्यवस्थापनाने कर्मचाऱ्यांशी आणि

संस्थेने ग्राहकांशी आदराने वागणे आवश्यक आहे. मतभेद असले तरी अपमानास्पद भाषा किंवा भेदभाव न करणे हे आदरयुक्त वर्तनाचे लक्षण आहे.

६. निष्ठा (Loyalty)

निष्ठा म्हणजे व्यक्ती, संस्था किंवा योग्य तत्त्वांप्रती प्रामाणिक बांधिलकी ठेवणे होय. कर्मचारी संस्थेच्या हितासाठी प्रामाणिकपणे काम करणे, संस्थेची गोपनीय माहिती अनधिकृतपणे उघड न करणे आणि संस्थेच्या उद्दिष्टांना सहकार्य करणे हे निष्ठेचे उदाहरण आहे. मात्र, निष्ठा म्हणजे संस्थेतील चुकीचे किंवा अनैतिक वर्तन लपविणे नव्हे; नैतिक तत्त्वांचे पालन करणेही तितकेच महत्त्वाचे आहे.

७. पारदर्शकता (Transparency)

पारदर्शकता म्हणजे निर्णय, व्यवहार आणि आवश्यक माहिती यामध्ये स्पष्टता व खुलेपणा ठेवणे होय. व्यावसायिक व्यवहारात महत्त्वाची माहिती जाणीवपूर्वक लपविणे किंवा दिशाभूल करणारी माहिती देणे टाळले पाहिजे. पारदर्शकतेमुळे ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार आणि इतर हितधारकांचा संस्थेवरील विश्वास वाढतो.

८. सामाजिक जबाबदारी (Social Responsibility)

सामाजिक जबाबदारी म्हणजे आपल्या कृतींचा समाज, पर्यावरण आणि इतर घटकांवर होणारा परिणाम लक्षात घेऊन जबाबदारीने वागणे होय. व्यक्तीने केवळ स्वतःचा फायदा न पाहता इतरांच्या हिताचाही विचार करणे अपेक्षित आहे. व्यावसायिक जीवनात पर्यावरणाचे संरक्षण, ग्राहकांचे हित, सामाजिक कल्याण आणि गरजू घटकांप्रती संवेदनशीलता यांना महत्त्व देणे सामाजिक जबाबदारीचे उदाहरण आहे.

९. विवेकशीलता (Prudence)

विवेकशीलता म्हणजे परिस्थितीचे योग्य मूल्यमापन करून विचारपूर्वक आणि संतुलित निर्णय घेण्याची क्षमता होय. भावनेच्या भरात किंवा तात्कालिक फायद्याच्या मोहात निर्णय न घेता त्याचे संभाव्य परिणाम तपासणे आवश्यक असते. व्यवसायात जोखीम, संसाधने, हितधारकांचे हित आणि दीर्घकालीन परिणाम यांचा विचार करून निर्णय घेणे विवेकशीलतेचे उदाहरण आहे.

१०. नैतिक धैर्य (Moral Courage)

नैतिक धैर्य म्हणजे दबाव, भीती किंवा वैयक्तिक नुकसान होण्याची शक्यता असतानाही योग्य गोष्टीच्या बाजूने उभे राहण्याची क्षमता होय. उदाहरणार्थ, वरिष्ठ अधिकाऱ्याने चुकीची माहिती अहवालात दाखविण्यास सांगितले तरी कर्मचारी त्यास नकार देतो आणि योग्य प्रक्रिया अवलंबतो, तर ते नैतिक धैर्याचे उदाहरण आहे. नैतिक मूल्ये प्रत्यक्ष कृतीत आणण्यासाठी नैतिक धैर्य आवश्यक असते.

२.६.१.२ नैतिक वर्तनात वैयक्तिक मूल्यांची भूमिका (Role of Individual Values in Ethical Behaviour)

वैयक्तिक मूल्ये ही कर्मचाऱ्याच्या किंवा व्यवस्थापकाच्या अंतरंगात रुजलेली असतात. ती त्याच्या कौटुंबिक संस्कार, शिक्षण, सामाजिक पार्श्वभूमी आणि जीवनविषयक अनुभवातून घडतात. नैतिक वर्तनात वैयक्तिक मूल्यांची भूमिका पुढील मुद्यांच्या आधारे स्पष्ट करता येईल

१. **आंतरिक सचोटी आणि निष्ठा** (Integrity and Conscience):

वैयक्तिक सचोटी म्हणजे कोणत्याही बाह्य देखरेखीशिवाय किंवा शिक्षेच्या भीतीशिवाय स्वतःहून योग्य तेच आचरण करणे होय. ज्या कर्मचाऱ्याची आंतरिक मूल्ये भक्कम असतात, तो पैशांचे आमिष, लाच किंवा वैयक्तिक स्वार्थासाठी कंपनीच्या आणि ग्राहकांच्या विश्वासाला तडा जाऊ देत नाही.

२. **नैतिक संवेदनशीलता आणि जागरूकता** (Ethical Sensitivity and Awareness):

दैनंदिन कामकाजात घडणाऱ्या घटनांमध्ये नैतिक पेच किंवा दुसऱ्या घटकांचे होणारे नुकसान वेळीच ओळखण्याची दृष्टी वैयक्तिक मूल्यांमुळे मिळते. ग्राहक, सहकारी किंवा समाजावर आपल्या निर्णयाचा काय विपरीत परिणाम होऊ शकतो, याची जाणीव संवेदनशील व्यक्तीला त्वरित होते.

३. **वैयक्तिक उत्तरदायित्व आणि प्रामाणिकपणा** (Individual Accountability and Honesty):

स्वतः घेतलेल्या निर्णयांचे आणि कामाचे चांगले अथवा वाईट परिणाम स्वीकारण्याची तयारी असणे म्हणजे उत्तरदायित्व होय. कामात अनवधानाने चूक झाल्यास ती लपवून ठेवण्याऐवजी किंवा सहकाऱ्यांवर खापर फोडण्याऐवजी प्रामाणिकपणे मान्य करून सुधारणा करण्याची वृत्ती वैयक्तिक मूल्यांतून निर्माण होते.

४. **नैतिक धैर्य आणि निर्भयता** (Moral Courage):

वरिष्ठांचा दबाव, अवास्तव विक्री उद्दिष्टांची सक्ती किंवा नोकरी जाण्याची भीती समोर असतानाही अनैतिक कामांना स्पष्ट नकार देण्याचे सामर्थ्य नैतिक धैर्यातून येते. आर्थिक लाभापेक्षा मूल्यांना श्रेष्ठ मानून दबावाविरुद्ध ठामपणे उभे राहण्याचे बळ व्यक्तीचे आंतरिक संस्कार देतात.

५. **सहानुभूती आणि मानवी सन्मान** (Empathy and Respect for Others):

कामाच्या ठिकाणी सहकारी, कनिष्ठ कर्मचारी आणि ग्राहकांशी केवळ व्यावहारिक संबंध न ठेवता त्यांना सन्मानजनक वागणूक देणे या मूल्यावर आधारलेले असते. इतरांच्या अडचणी, कामाचा ताण आणि मानवी हक्क समजून घेऊन परस्पर आदराची भावना ठेवण्यास ही मूल्ये प्रवृत्त करतात.

६. **न्यायप्रियता आणि निष्पक्ष दृष्टी** (Sense of Fairness and Impartiality):

निर्णय घेताना वैयक्तिक आवड-निवड, जात, धर्म, लिंग किंवा नातेसंबंधांचा प्रभाव पडू न देता गुणवत्तेच्या आधारे निष्पक्ष न्याय करणे ही वैयक्तिक न्यायप्रियतेची देणगी असते. यामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये कोणताही पक्षपात न होता पारदर्शक व निकोप कामाचे वातावरण टिकून राहते.

२.६.२ **संस्थात्मक मूल्ये** (Organizational Values)

संस्थात्मक मूल्ये म्हणजे कंपनी किंवा संस्थेची ती सामायिक तत्त्वे, विश्वास, आणि संस्कृती, जी संस्थेच्या धोरणे, निर्णय, आणि वर्तनावर परिणाम करतात. ही मूल्ये संस्थेच्या मिशन, व्हिजन, नैतिक संहिता, आणि नेतृत्वाच्या उदाहरणातून स्पष्ट होतात. उदाहरणार्थ, काही कंपन्यांची मूल्ये ग्राहक प्रथम, नैतिकता, पर्यावरण संरक्षण, किंवा सामाजिक जबाबदारी अशी असतात. जेव्हा संस्थेची मूल्ये नैतिकतेला प्राधान्य

देतात, तेव्हा कर्मचाऱ्यांना नैतिक निर्णय घेण्यास प्रोत्साहन मिळते आणि संस्थात्मक संस्कृती नैतिक बनते. उदाहरणार्थ, जर कंपनीची मूल्ये पारदर्शकता आणि सत्यनिष्ठा असतील, तर कर्मचारी खोटे आकडे सादर करण्यास धजावणार नाहीत.

२.६.२.१ संस्थात्मक मूल्यांची प्रमुख उदाहरणे (Major Examples of Organizational Values)

संस्थात्मक मूल्ये म्हणजे संस्थेने आपल्या निर्णयप्रक्रिया, कार्यपद्धती, कर्मचारीवर्तन आणि हितधारकांशी संबंध यांना दिशा देण्यासाठी स्वीकारलेली मूलभूत तत्त्वे होय. ही मूल्ये केवळ संस्थेच्या घोषणांमध्ये न राहता प्रत्यक्ष व्यवहारात दिसून आली, तर संस्थेमध्ये मजबूत नैतिक संस्कृती निर्माण होते. संस्थात्मक मूल्यांची काही प्रमुख उदाहरणे पुढीलप्रमाणे आहेत:

१. ग्राहककेंद्रीपणा (Customer Orientation)

ग्राहककेंद्रीपणा म्हणजे संस्थेच्या निर्णयांमध्ये ग्राहकांच्या गरजा, अपेक्षा, सुरक्षितता आणि समाधानाला योग्य महत्त्व देणे होय. ग्राहकाला योग्य माहिती देणे, दर्जेदार उत्पादने किंवा सेवा उपलब्ध करून देणे आणि तक्रारींचे योग्य निराकरण करणे याला महत्त्व दिले जाते. ग्राहककेंद्री संस्था केवळ विक्री वाढविण्यावर भर न देता दीर्घकालीन ग्राहकविश्वास निर्माण करण्याचा प्रयत्न करते.

२. गुणवत्ता (Quality)

गुणवत्ता म्हणजे उत्पादने किंवा सेवा ठरविलेल्या मानकांनुसार, विश्वासार्ह आणि ग्राहकांच्या अपेक्षेनुसार उपलब्ध करून देण्याची संस्थेची बांधिलकी होय. गुणवत्ता राखण्यासाठी उत्पादन प्रक्रिया, सेवा, तंत्रज्ञान आणि कामकाजामध्ये सातत्याने सुधारणा करणे आवश्यक असते. गुणवत्ता हे संस्थेच्या दीर्घकालीन प्रतिष्ठेचे आणि ग्राहकविश्वासाचे महत्त्वाचे आधार आहे.

३. पारदर्शकता (Transparency)

पारदर्शकता म्हणजे संस्थेच्या निर्णयांमध्ये आणि व्यवहारांमध्ये योग्य माहिती स्पष्ट, प्रामाणिक आणि समजण्यासारख्या पद्धतीने उपलब्ध करून देणे होय. आर्थिक अहवाल, धोरणे, ग्राहकांशी संबंधित अटी आणि महत्त्वाचे निर्णय यामध्ये अनावश्यक माहिती लपविली जाऊ नये. पारदर्शक कार्यपद्धतीमुळे कर्मचारी, ग्राहक, गुंतवणूकदार आणि इतर हितधारकांचा संस्थेवरील विश्वास वाढतो.

४. सामाजिक जबाबदारी (Social Responsibility)

सामाजिक जबाबदारी म्हणजे संस्थेने नफा मिळविण्याबरोबरच समाज आणि पर्यावरणाप्रती असलेल्या जबाबदाऱ्यांचा विचार करणे होय. शिक्षण, आरोग्य, सामाजिक विकास, पर्यावरण संरक्षण, रोजगारनिर्मिती आणि समुदाय विकास यांसारख्या क्षेत्रांत संस्थेचे योगदान असू शकते. सामाजिक जबाबदारीमुळे व्यवसायाचा समाजाशी असलेला संबंध अधिक सकारात्मक आणि शाश्वत बनतो.

५. नवोन्मेष (Innovation)

नवोन्मेष म्हणजे नवीन कल्पना, तंत्रज्ञान, उत्पादने, सेवा किंवा कार्यपद्धती विकसित करण्याची आणि स्वीकारण्याची वृत्ती होय. बदलत्या बाजारपेठेच्या गरजा समजून घेऊन संस्थेने सतत सुधारणा करणे

आवश्यक असते. मात्र नवोन्मेष करताना त्याचा ग्राहक, कर्मचारी, समाज आणि पर्यावरणावर होणारा नैतिक परिणामही विचारात घेणे आवश्यक आहे.

६. प्रामाणिकपणा व सचोटी (Honesty and Integrity)

संस्थात्मक प्रामाणिकपणा म्हणजे व्यवसायातील व्यवहार, माहिती, आर्थिक अहवाल आणि ग्राहकांशी संवाद यामध्ये सत्यता व नैतिक सातत्य राखणे होय. संस्था अल्पकालीन फायदा मिळविण्यासाठी फसवणूक, दिशाभूल किंवा चुकीची माहिती देत नाही. नेतृत्व आणि कर्मचारी प्रत्यक्ष व्यवहारात या मूल्यांचे पालन करतात तेव्हा संस्थेची विश्वासार्हता मजबूत होते.

७. कर्मचारी आदर व समानता (Respect and Equality)

या मूल्याचा अर्थ संस्थेतील प्रत्येक कर्मचाऱ्याशी सन्मान, निष्पक्षता आणि समान संधीच्या तत्त्वांनुसार वागणे होय. भरती, वेतन, पदोन्नती, प्रशिक्षण आणि कामाच्या संधींमध्ये अन्यायकारक भेदभाव टाळणे आवश्यक आहे. आदरयुक्त आणि समताधिष्ठित वातावरणामुळे कर्मचाऱ्यांचा आत्मविश्वास, सहभाग आणि संस्थेशी बांधिलकी वाढण्यास मदत होते.

८. उत्तरदायित्व (Accountability)

उत्तरदायित्व म्हणजे संस्थेतील व्यक्ती आणि विभागांनी आपल्या निर्णयांसाठी आणि कृतींसाठी जबाबदार राहणे होय. चुका झाल्यास त्या लपविण्याऐवजी त्यांची कारणे शोधून सुधारणा करणे आवश्यक असते. स्पष्ट जबाबदाऱ्या, योग्य नियंत्रण व्यवस्था आणि निर्णयांची नोंद यामुळे संस्थेमध्ये उत्तरदायित्वाची भावना मजबूत होते.

९. शाश्वतता (Sustainability)

शाश्वतता म्हणजे संस्थेने आर्थिक प्रगतीसोबत सामाजिक आणि पर्यावरणीय परिणामांचाही विचार करून दीर्घकालीन विकास साधणे होय. संसाधनांचा जबाबदारीने वापर, प्रदूषण नियंत्रण, ऊर्जा बचत, कचरा व्यवस्थापन आणि सामाजिक हित यांचा विचार शाश्वत व्यवसायाचा भाग आहे. त्यामुळे संस्थेचे वर्तमानातील यश भविष्यातील पिढ्यांच्या गरजांवर विपरीत परिणाम न करता साधण्याचा प्रयत्न केला जातो.

१०. न्याय व निष्पक्षता (Justice and Fairness)

संस्थात्मक न्याय म्हणजे कर्मचारी, ग्राहक, पुरवठादार आणि इतर हितधारकांशी निष्पक्ष आणि न्याय्य पद्धतीने वागणे होय. निर्णय घेताना पक्षपात, वैयक्तिक संबंध किंवा अनुचित दबाव यांना स्थान न देता योग्य निकषांचा वापर केला पाहिजे. न्याय्य कार्यपद्धतीमुळे संस्थेमध्ये विश्वास, सहकार्य आणि सकारात्मक कार्यसंस्कृती निर्माण होते.

११. विश्वासार्हता (Trustworthiness)

विश्वासार्हता म्हणजे संस्था आपल्या वचनांचा, करारांचा आणि जबाबदाऱ्यांचा प्रामाणिकपणे स्वीकार व पालन करते अशी हितधारकांची धारणा होय. उत्पादनाची गुणवत्ता, ग्राहक सेवा, आर्थिक व्यवहार

किंवा कर्मचाऱ्यांशी केलेली बांधिलकी यामध्ये सातत्य ठेवणे आवश्यक आहे. विश्वासार्हता निर्माण होण्यास वेळ लागतो; परंतु ती गमावल्यास संस्थेच्या प्रतिष्ठेवर दीर्घकालीन परिणाम होऊ शकतो.

१२. पर्यावरणीय जबाबदारी (Environmental Responsibility)

पर्यावरणीय जबाबदारी म्हणजे संस्थेने आपल्या व्यवसायामुळे होणारे प्रदूषण, संसाधनांचा वापर, कचरा आणि पर्यावरणावरील इतर परिणाम कमी करण्यासाठी प्रयत्न करणे होय. पर्यावरणपूरक तंत्रज्ञानाचा वापर, ऊर्जा बचत, पुनर्वापर आणि प्रदूषण नियंत्रण यांसारख्या उपायांचा अवलंब करता येतो. आधुनिक व्यवसायात पर्यावरणीय जबाबदारी ही केवळ सामाजिक अपेक्षा नसून दीर्घकालीन शाश्वततेचा महत्त्वाचा भाग आहे.

२.६.२.२ नैतिक वर्तनात संस्थात्मक मूल्यांची भूमिका (Role of Organizational Values in Ethical Behaviour)

संस्थात्मक मूल्ये म्हणजे कंपनीने स्वतःसाठी निश्चित केलेली सामायिक तत्त्वप्रणाली, जी संस्थेची संस्कृती (Corporate Culture) आणि धोरणांमधून प्रतिबिंबित होते. एकटा कर्मचारी कितीही प्रामाणिक असला तरी संस्थात्मक वातावरण पोषक नसल्यास नैतिक वर्तन टिकणे कठीण जाते. नैतिक वर्तनात संस्थात्मक मूल्यांची भूमिका पुढील मुद्यांच्या आधारे स्पष्ट करता येयील

१. सर्वोच्च नेतृत्वाचा नैतिक आदर्श (Tone at the Top / Ethical Leadership)**:**

संस्थेचे संचालक, मुख्य कार्यकारी अधिकारी आणि वरिष्ठ व्यवस्थापक यांचे प्रत्यक्ष वर्तन हे कर्मचाऱ्यांसाठी दीपस्तंभासारखे कार्य करते. उच्च नेतृत्व जेव्हा नफ्यापेक्षा तत्त्वांना प्राधान्य देते आणि पारदर्शक निर्णय घेते, तेव्हा कनिष्ठ कर्मचाऱ्यांमध्ये आपोआपच नैतिकतेची भावना बळावते.

२. संस्थात्मक आचारसंहितेची चौकट (Corporate Code of Conduct)**:**

संस्थेने तयार केलेली स्पष्ट आणि लेखी आचारसंहिता कर्मचाऱ्यांसाठी दैनंदिन कामकाजात मार्गदर्शक ठरते. हितसंबंधांचा संघर्ष टाळणे, भेटवस्तू स्वीकारण्याचे नियम आणि आर्थिक पारदर्शकता यांबाबत स्पष्ट नियमावली असल्याने कर्मचाऱ्यांना योग्य व अयोग्य वर्तनाची नेमकी दिशा मिळते.

३. प्रोत्साहन आणि मूल्यमापन पद्धती (Reward and Performance Appraisal System)**:**

संस्थेची मोबदला पद्धती केवळ नफा किंवा अवास्तव विक्री उद्दिष्टे गाठणाऱ्यांना न गौरवता, कामाच्या पद्धतीतील प्रामाणिकपणालाही महत्त्व देते. जेव्हा नैतिक मार्गाने काम करणाऱ्या कर्मचाऱ्यांचा सन्मान होतो, तेव्हा इतर कर्मचाऱ्यांनाही गैरमार्ग टाळण्याची प्रेरणा मिळते.

४. व्हिसलब्लोअर संरक्षण आणि मोकळा संवाद (Whistleblower Policy and Open Culture)**:**

संस्थेमध्ये अंतर्गत गैरव्यवहार किंवा फसवणूक निदर्शनास आणून देणाऱ्या कर्मचाऱ्यांची ओळख गुप्त ठेवून त्यांना नोकरीच्या सुरक्षेची हमी दिली जाते. अशा सुरक्षित वातावरणामुळे कर्मचारी दबावाला बळी न पडता गैरप्रकारांविरुद्ध उघडपणे दाद मागू शकतात.

५. नियमित नैतिक प्रशिक्षण आणि प्रबोधन (Ethics Training and Workshops):

नव्या आणि जुन्या कर्मचाऱ्यांना व्यावसायिक पेचप्रसंग हाताळण्यासाठी संस्था नियमित प्रशिक्षण कार्यशाळा आयोजित करते. प्रत्यक्ष केस स्टडीजवर आधारित विचारमंथनामुळे कर्मचाऱ्यांची नैतिक निर्णय क्षमता अधिक धारदार बनते.

६. निष्पक्ष व पारदर्शक शिस्तपालन व्यवस्था (Fair and Consistent Discipline):

संस्थेत नियमभंग करणाऱ्या व्यक्तीच्या पदाचा किंवा कामगिरीचा विचार न करता सर्वांवर समान व कठोर कारवाई केली जाते. अशा पक्षपातरहित शिस्तपालन धोरणामुळे संस्थात्मक मूल्यांचे गांभीर्य आणि पावित्र्य अबाधित राहते.

२.६.३ वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांमधील सुसंगतता (Alignment Between Individual and Organizational Values)

वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांमधील सुसंगतता म्हणजे कर्मचाऱ्यांची वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थेची संस्थात्मक मूल्ये यांच्यातील जुळणी होय. जेव्हा कर्मचाऱ्यांची मूल्ये आणि संस्थेची मूल्ये एकमेकांशी जुळतात, तेव्हा कर्मचाऱ्याला संस्थेत काम करताना आत्मिक समाधान मिळते, तो संस्थेशी अधिक निष्ठावान बनतो, आणि त्याची कार्यक्षमता वाढते. अशा सुसंगततेमुळे नैतिक निर्णय घेणे सोपे होते, कारण कर्मचाऱ्याला वैयक्तिक आणि व्यावसायिक मूल्यांमध्ये संघर्ष करावा लागत नाही. संस्थेसाठीही ही सुसंगतता फायदेशीर ठरते, कारण यामुळे कर्मचाऱ्यांची संस्थेतून बाहेर पडण्याची इच्छा कमी होते, टीमवर्क आणि सहकार्य वाढते, संस्थेची नैतिक संस्कृती मजबूत होते, आणि दीर्घकालीन यश संपादन करता येते. सुसंगतता निर्माण करण्यासाठी संस्थेने भरती प्रक्रियेत मूल्यांचा विचार करावा, मूल्यांचे स्पष्टीकरण आणि संवाद साधावा, नेत्यांनी मूल्यांचे उदाहरण घालावे, प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित करावे, कामगिरी मूल्यांकनात मूल्यांचा समावेश करावा, आणि कर्मचाऱ्यांशी खुला संवाद साधावा. मात्र, मूल्यांमधील मूलभूत फरक, संस्थात्मक बदल, विविधता, आणि जाणवलेली vs वास्तविक सुसंगतता यांसारखी आव्हानेही असतात, ज्यावर उपाययोजना करून संस्था दीर्घकालीन यश संपादन करू शकते.

२.६.४ वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांमधील संघर्ष (Conflict Between Individual and Organizational Values)

वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांमधील संघर्ष म्हणजे अशी परिस्थिती की ज्यामध्ये कर्मचाऱ्यांची वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थेची संस्थात्मक मूल्ये एकमेकांशी विरोधात असतात, ज्यामुळे कर्मचाऱ्याला नैतिक पेचप्रसंग, मानसिक ताण, आणि निर्णय घेण्यात अडचणी येतात. असा संघर्ष तेव्हा उद्भवतो जेव्हा कर्मचाऱ्याला असे वाटते की संस्थेची धोरणे, प्रथा, किंवा अपेक्षा त्याच्या वैयक्तिक नैतिक मूल्यांशी जुळत नाहीत. उदाहरणार्थ, जर एखाद्या कर्मचाऱ्याला सत्य बोलणे आणि पारदर्शकता महत्त्वाची वाटत असेल, पण त्याची कंपनी ग्राहकांना चुकीची माहिती देत असेल किंवा आर्थिक आकडे फुगवत असेल, तर त्या कर्मचाऱ्याला तीव्र नैतिक दुविधा निर्माण होते. अशा संघर्षामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये, चिंता, नैतिक थकवा, आणि मानसिक ताण वाढतो, ज्यामुळे त्यांची कार्यक्षमता कमी होते आणि ते नोकरी सोडण्याचा विचार करतात.

काही वेळा कर्मचारी संस्थात्मक दबाव, नोकरी जाण्याची भीती, किंवा बढतीच्या लोभामुळे आपली मूल्ये बाजूला सारतात आणि अनैतिक निर्णय घेतात, ज्यामुळे दीर्घकालीन नैतिक हानी होते आणि संस्थेची प्रतिष्ठा धोक्यात येते. संघर्षाची प्रमुख कारणे म्हणजे नफा विरुद्ध नैतिकता (संस्थेचे मूल्ये नफाला प्राधान्य देत असतील पण कर्मचाऱ्याची मूल्ये नैतिकतेला प्राधान्य देत असतील), स्वार्थ विरुद्ध सामूहिक हित, स्वातंत्र्य विरुद्ध आज्ञाधारकत्व, आणि अल्पकालीन ध्येय विरुद्ध दीर्घकालीन मूल्ये. अशा संघर्षाचे निराकरण करण्यासाठी संस्थेने खुला संवाद साधावा, मूल्यांचे स्पष्टीकरण करावे, नैतिक नेतृत्वाने उदाहरण घालावे, आणि कर्मचाऱ्यांना आपली चिंता मांडण्यासाठी सुरक्षित वातावरण द्यावे, जेणेकरून वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांमधील दरी कमी होऊ शकेल आणि नैतिक वातावरण निर्माण होऊ शकेल.

२.६.५ मूल्यांचा विकास आणि संवर्धन (Development and Reinforcement of Values)

वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांचा विकास आणि संवर्धन करणे नैतिकतेसाठी अत्यंत महत्त्वाचे आहे. यासाठी वैयक्तिक आणि संस्थात्मक स्तरावर प्रयत्न करण्याची आवश्यकता असते.

(अ) वैयक्तिक स्तरावर मूल्यांचा विकास (Development of Values at Individual Level)**:**

वैयक्तिक स्तरावर मूल्यांचा विकास ही एक सतत चालू असलेली प्रक्रिया आहे, जी व्यक्तीच्या आयुष्याच्या विविध टप्प्यांमध्ये घडत असते. कुटुंब, पालक, आणि जवळच्या नातेवाईकांकडून लहानपणापासून मिळालेली शिकवण ही मूल्यांच्या विकासाची पायाभूत पायरी असते. शाळा, कॉलेज, आणि विद्यापीठातील शिक्षणामधून विद्यार्थ्यांना नैतिक तत्त्वे, सामाजिक जबाबदारी, आणि व्यावसायिक आचारसंहिता यांची ओळख होते. धर्म, आध्यात्मिकता, आणि सांस्कृतिक परंपरा यांमधूनही मूल्ये आत्मसात केली जातात. वैयक्तिक अनुभव, यश, अपयश, आणि संघर्ष यांमधून व्यक्ती आपली मूल्ये परिपक्व करते. आत्मचिंतन, डायरी लेखन, आणि ध्यान यांसारख्या पद्धतींद्वारे व्यक्ती आपल्या मूल्यांचे चिंतन करू शकते आणि त्यांचा विकास करू शकते. मेंटॉरशिप आणि मार्गदर्शनाद्वारे अनुभवी लोकांकडून शिकून मूल्यांचा विकास करता येतो.

(ब) संस्थात्मक स्तरावर मूल्यांचा विकास (Development of Values at Organizational Level):

संस्थात्मक स्तरावर मूल्यांचा विकास ही संस्थापक, नेते, आणि वरिष्ठ व्यवस्थापक यांची सामायिक जबाबदारी असते. संस्थेच्या स्थापनेच्या वेळी संस्थापकांची दृष्टीकोन, मिशन, आणि व्हिजन यातून मूलभूत मूल्ये निश्चित होतात. संस्थेने आपली मूल्ये स्पष्टपणे परिभाषित करावीत आणि ती मिशन स्टेटमेंट, व्हिजन स्टेटमेंट, आणि नैतिक संहिता यांमध्ये समाविष्ट करावीत. नवीन कर्मचाऱ्यांच्या ओरिएंटेशन कार्यक्रमामध्ये संस्थेची मूल्ये स्पष्टपणे मांडली पाहिजेत, ज्यामुळे त्यांना संस्थेच्या अपेक्षांची सुरुवातीपासूनच ओळख होते. नियमित प्रशिक्षण कार्यक्रम, वर्कशॉप्स, आणि चर्चा सत्रांद्वारे मूल्यांचे महत्त्व पटवून देता येते. नेत्यांनी आणि वरिष्ठ अधिकाऱ्यांनी मूल्यांचे उदाहरण घालावे, कारण कर्मचारी नेत्यांच्या कृतीकडे पाहून शिकतात.

स्वतःची प्रगती तपासा -३

अ) रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा

१. दोन किंवा अधिक नैतिक मूल्ये, कर्तव्ये किंवा हितसंबंधांमध्ये संघर्ष निर्माण झाल्यास त्याला .... म्हणतात.

अ) व्यावसायिक संधी | ब) नैतिक पेचप्रसंग

क) व्यावसायिक धोरण | ड) व्यवस्थापकीय निर्णय

२. कंपनीचा नफा आणि ग्राहकांचे हित यांच्यातील संघर्ष हा ....चा एक प्रकार आहे.

अ) नैतिक पेचप्रसंग | ब) आर्थिक नियोजन

क) बाजारपेठीय विश्लेषण | ड) उत्पादन नियोजन

३. व्यक्तीच्या विचारांना, निर्णयांना आणि वर्तनाला दिशा देणाऱ्या तत्त्वांना .... म्हणतात.

अ) संस्थात्मक नियम | ब) वैयक्तिक मूल्ये

क) व्यावसायिक धोरणे | ड) आर्थिक मूल्ये

४. संस्थेच्या निर्णयप्रक्रिया आणि कार्यपद्धतीला दिशा देणाऱ्या मूलभूत तत्त्वांना .... म्हणतात.

अ) वैयक्तिक मूल्ये | ब) संस्थात्मक मूल्ये

क) बाजारमूल्ये | ड) आर्थिक मूल्ये

५. सत्य माहिती देणे आणि जाणीवपूर्वक फसवणूक न करणे हे ....या वैयक्तिक मूल्याचे उदाहरण आहे.

अ) प्रामाणिकपणा | ब) स्वार्थ

क) स्पर्धा | ड) नफा

६. संस्थेने ग्राहकांच्या गरजा, सुरक्षितता आणि समाधानाला महत्त्व देणे हे .... या संस्थात्मक मूल्याचे उदाहरण आहे.

अ) कर्मचारी कपात | ब) ग्राहककेंद्रीपणा

क) आर्थिक जोखीम | ड) वैयक्तिक स्वार्थ

ब) खालील वाक्ये योग्य की अयोग्य ते सांगा.

१. व्यवस्थापकाने स्वतःच्या अधिकाराचा वापर करून खुल्या निविदेऐवजी कंपनीचे महत्त्वाचे पुरवठा कंत्राट स्वतःच्या नातेवाईकाच्या फर्मला देणे.

२. वरिष्ठ अधिकाऱ्यांचा अंतर्गत दबाव किंवा नोकरीची भीती असतानाही कर्मचाऱ्याने आर्थिक गैरव्यवहाराच्या कागदपत्रांवर स्वाक्षरी करण्यास स्पष्ट नकार देणे.

३. संस्थेतील अंतर्गत भ्रष्टाचार किंवा सुरक्षिततेचे धोके उघडकीस आणणाऱ्या कर्मचाऱ्याला सुरक्षितता व कायदेशीर संरक्षण देणे.

४. उत्पादनामध्ये ग्राहकांच्या आरोग्याला हानी पोहोचवणारी गंभीर तांत्रिक त्रुटी आढळल्यानंतरही कंपनीची बाजारातील पत घसरू नये म्हणून ती माहिती जनतेपासून लपवून ठेवणे.

५. संस्थात्मक आचारसंहिता केवळ कागदावर मर्यादित न ठेवता उच्च व्यवस्थापनाने स्वतःच्या पारदर्शक वर्तनातून कर्मचाऱ्यांसमोर आदर्श निर्माण करणे.

६. कंपनीने केवळ जास्तीत जास्त नफा किंवा अवास्तव विक्री उद्दिष्टे गाठणाऱ्या कर्मचाऱ्यांचा गौरव करणे आणि त्यांच्या कामाच्या अनैतिक पद्धतींकडे दुर्लक्ष करणे.

३. सारांश

नीतिशास्त्र हे मानवी वर्तनातील योग्य-अयोग्य, चांगले-वाईट, न्याय्य-अन्याय्य आणि जबाबदार-अजबाबदार यांचा अभ्यास करणारे महत्त्वाचे क्षेत्र आहे. व्यवसायाच्या संदर्भात नीतिशास्त्राचा संबंध केवळ कायद्याचे पालन करण्याशी नसून प्रामाणिकपणा, न्याय, पारदर्शकता, जबाबदारी, ग्राहकहित, कर्मचारीहित, सामाजिक कल्याण आणि पर्यावरणीय जबाबदारी यांसारख्या मूल्यांवर आधारित निर्णय घेण्याशी आहे. त्यामुळे व्यावसायिक निर्णय घेताना कायदेशीर किंवा फायदेशीर काय? याबरोबरच नैतिकदृष्ट्या योग्य काय? हा प्रश्न विचारणे आवश्यक आहे. नैतिक निर्णयप्रक्रिया म्हणजे एखाद्या नैतिक समस्येची ओळख करून तिच्याशी संबंधित तथ्ये, हितधारक, पर्याय, नैतिक मूल्ये आणि संभाव्य परिणाम यांचा विचार करून योग्य निर्णय घेण्याची क्रमबद्ध प्रक्रिया होय. व्यवसायातील निर्णय घेताना ग्राहक, कर्मचारी, व्यवस्थापन, गुंतवणूकदार, पुरवठादार, शासन, समाज आणि पर्यावरण यांसारख्या विविध हितधारकांचा विचार करणे आवश्यक असते.

नीतिशास्त्राच्या अभ्यासामध्ये मेटा-नीतिशास्त्र आणि मानक नीतिशास्त्र हे दोन महत्त्वाचे विभाग आहेत. मेटा-नीतिशास्त्रात योग्य, अयोग्य, चांगले आणि वाईट यांसारख्या नैतिक संकल्पनांचा अर्थ व स्वरूप अभ्यासले जाते. याउलट, मानक नीतिशास्त्र व्यक्तीने किंवा संस्थेने काय करावे आणि काय करू नये यासाठी नैतिक तत्त्वे व निकष निश्चित करते. मानक नीतिशास्त्रामध्ये विविध दृष्टिकोन विकसित झाले आहेत. कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र कर्तव्य, नियम आणि नैतिक तत्त्वांच्या पालनावर भर देते. परिणामवादी नीतिशास्त्र कृतीच्या परिणामांच्या आधारे तिचे नैतिक मूल्य ठरवते. त्यातील महत्त्वाचा सिद्धांत म्हणजे उपयुक्ततावाद, ज्यामध्ये जास्तीत जास्त लोकांचे जास्तीत जास्त कल्याण साधणाऱ्या कृतीला प्राधान्य दिले जाते. अधिकार सिद्धांत व्यक्तीच्या मूलभूत अधिकारांचे आणि प्रतिष्ठेचे संरक्षण करण्यावर, तर न्याय सिद्धांत समानता, निष्पक्षता आणि न्याय्य वितरणावर भर देतो. सद्गुण नीतिशास्त्र व्यक्तीच्या चारित्र्याला आणि प्रामाणिकपणा, धैर्य, संयम, न्यायप्रियता व जबाबदारी यांसारख्या सद्गुणांना महत्त्व देते. व्यवसायातील प्रत्यक्ष परिस्थितींमध्ये अनेक वेळा नैतिक पेचप्रसंग निर्माण होतात. नफा आणि ग्राहकहित, कर्मचारी निष्ठा आणि प्रामाणिकपणा, गोपनीयता आणि सार्वजनिक हित, आर्थिक विकास आणि पर्यावरण संरक्षण, वैयक्तिक हित आणि संस्थात्मक हित यांच्यातील संघर्ष ही त्याची उदाहरणे आहेत. अशा परिस्थितीत कोणताही एक पर्याय पूर्णपणे

समाधानकारक नसू शकतो. त्यामुळे नैतिक सिद्धांतांचा वापर करून प्रत्येक पर्यायाचे कर्तव्य, परिणाम, अधिकार, न्याय आणि सद्गुण या विविध निकषांवर परीक्षण करणे आवश्यक आहे.

या घटकामध्ये वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांची भूमिका देखील महत्त्वाची आहे. वैयक्तिक मूल्ये व्यक्तीच्या विचारांना, निर्णयांना आणि वर्तनाला दिशा देतात. प्रामाणिकपणा, सचोटी, जबाबदारी, न्यायप्रियता, आदर, निष्ठा, पारदर्शकता, सामाजिक जबाबदारी आणि नैतिक धैर्य ही प्रमुख वैयक्तिक मूल्ये आहेत. दुसरीकडे, ग्राहककेंद्रीपणा, गुणवत्ता, पारदर्शकता, सामाजिक जबाबदारी, नवोन्मेष, कर्मचारी आदर, उत्तरदायित्व, न्याय, शाश्वतता आणि पर्यावरणीय जबाबदारी ही संस्थात्मक मूल्यांची महत्त्वाची उदाहरणे आहेत. वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थात्मक मूल्ये यांच्यात सुसंगती असल्यास नैतिक निर्णय घेण्यासाठी अनुकूल वातावरण तयार होते. परंतु व्यक्तीच्या मूल्यांचा संस्थेच्या धोरणांशी किंवा व्यवस्थापनाच्या अपेक्षांशी संघर्ष झाल्यास नैतिक पेचप्रसंग निर्माण होऊ शकतो. त्यामुळे संस्थेने केवळ आचारसंहिता तयार करणे पुरेसे नसून नेतृत्वाचे प्रत्यक्ष वर्तन, निर्णयप्रक्रिया, पुरस्कार-शिक्षा व्यवस्था आणि संस्थात्मक संस्कृती यांमध्येही नैतिक मूल्यांचे प्रतिबिंब दिसले पाहिजे.

एकूणच, नैतिक सिद्धांत हे नैतिक निर्णयांसाठी मार्गदर्शक चौकट उपलब्ध करून देतात, तर वैयक्तिक व संस्थात्मक मूल्ये त्या निर्णयांना प्रत्यक्ष आचरणाची दिशा देतात. जबाबदार व्यावसायिकाने केवळ नफा किंवा तात्कालिक फायदा न पाहता कर्तव्य, परिणाम, अधिकार, न्याय, सद्गुण, हितधारकांचे हित आणि दीर्घकालीन परिणाम यांचा संतुलित विचार करणे आवश्यक आहे.

४. पारिभाषिक शब्द

१. **नीतिशास्त्र :** मानवी वर्तनातील योग्य-अयोग्य, चांगले-वाईट आणि न्याय्य-अन्याय्य यांचा अभ्यास करणारे तत्त्वज्ञानाचे क्षेत्र म्हणजे नीतिशास्त्र.

२. **नैतिक मूल्ये :** व्यक्ती किंवा संस्थेच्या वर्तनाला योग्य दिशा देणारी आणि योग्य-अयोग्य ठरविण्यास मदत करणारी तत्त्वे म्हणजे नैतिक मूल्ये.

३. **मेटा-नीतिशास्त्र :** नैतिक संकल्पना, नैतिक भाषा, नैतिक विधानांचे स्वरूप आणि नैतिक मूल्यांच्या अर्थाचा अभ्यास करणारी नीतिशास्त्राची शाखा म्हणजे मेटा-नीतिशास्त्र.

४. **मानक नीतिशास्त्र :** व्यक्तीने किंवा संस्थेने काय करावे आणि काय करू नये यासाठी नैतिक तत्त्वे व निकष निश्चित करणारी नीतिशास्त्राची शाखा म्हणजे मानक नीतिशास्त्र.

५. **कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र :** कृतीच्या परिणामांपेक्षा कर्तव्य, नियम आणि नैतिक तत्त्वांच्या पालनाला महत्त्व देणारा नैतिक दृष्टिकोन म्हणजे कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र.

६. **टेलिऑलॉजिकल दृष्टिकोन :** कृतीचा उद्देश किंवा अंतिम परिणाम यांना नैतिक मूल्यांकनाचा प्रमुख आधार मानणारा दृष्टिकोन म्हणजे टेलिऑलॉजिकल दृष्टिकोन.

७. **उपयुक्ततावाद :** ज्या कृतीमुळे जास्तीत जास्त लोकांचे जास्तीत जास्त कल्याण साधले जाते, त्या कृतीला नैतिकदृष्ट्या प्राधान्य देणारा परिणामवादी सिद्धांत म्हणजे उपयुक्ततावाद.

८. **अधिकार सिद्धांत :** व्यक्तीच्या मूलभूत अधिकार, स्वातंत्र्य, प्रतिष्ठा आणि गोपनीयतेचा आदर व संरक्षण करण्यावर भर देणारा नैतिक दृष्टिकोन म्हणजे अधिकार सिद्धांत.

९. **न्याय सिद्धांत :** व्यक्ती आणि समूहांमध्ये लाभ, संधी, जबाबदाऱ्या व संसाधनांचे न्याय्य आणि निष्पक्ष वितरण करण्यावर भर देणारा नैतिक दृष्टिकोन म्हणजे न्याय सिद्धांत.

१०. **सद्गुण नीतिशास्त्र :** विशिष्ट कृती किंवा परिणामांपेक्षा व्यक्तीच्या चारित्र्याला आणि प्रामाणिकपणा, धैर्य, संयम व न्यायप्रियता यांसारख्या सद्गुणांना महत्त्व देणारा दृष्टिकोन म्हणजे सद्गुण नीतिशास्त्र.

११. **नैतिक निर्णय :** नैतिक तत्त्वे, मूल्ये, कर्तव्ये, अधिकार, न्याय आणि संभाव्य परिणामांचा विचार करून घेतलेला निर्णय म्हणजे नैतिक निर्णय.

५. स्वत:ची प्रगती तपासाची उत्तरे

स्वत:ची प्रगती तपासा -१

अ) रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा

१. ब) नैतिक मूल्यांचा
२. क) नैतिक समस्या
३. ब) हितधारक
४. अ) प्रामाणिकपणा
५. ब) गोपनीयता

ब) खालील वाक्ये चूक की बरोबर ते सांगा आणि चुकीचे वाक्य बरोबर करून लिहा.

१. बरोबर
२. चूक
३. बरोबर
४. चूक
५. बरोबर
६. चूक

स्वत:ची प्रगती तपासा -२

अ) रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा

१. ब) मेटा-नीतिशास्त्र
२. ब) मानक नीतिशास्त्र
३. ब) कर्तव्यवादी नीतिशास्त्र
४. ब) परिणामवादी

५. क) उपयुक्ततावाद

६. अ) अधिकार सिद्धांत

७. अ) सद्गुण नीतिशास्त्रब)

ब) योग्य जोड्या जुळवा.

१ - क	२ - अ
३ - ब	४ - ड

स्वतःची प्रगती तपासा - ३

अ) रिकाम्या जागी योग्य शब्द लिहा

१. ब) नैतिक पेचप्रसंग	२. अ) नैतिक पेचप्रसंग
३. ब) वैयक्तिक मूल्ये	४. ब) संस्थात्मक मूल्ये
५. अ) प्रामाणिकपणा	६. ब) ग्राहककेंद्रीपणा

ब) खालील वाक्ये योग्य की अयोग्य ते सांगा.

१. अयोग्य	२. योग्य
३. योग्य	४. अयोग्य
५. योग्य	६. अयोग्य

६. स्वाध्याय

अ) दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. नैतिक निर्णय प्रक्रिया म्हणजे काय? व्यवसायात नैतिक निर्णय घेण्याच्या विविध पायऱ्या सविस्तर स्पष्ट करा.

२. वैयक्तिक आणि संस्थात्मक मूल्यांची संकल्पना स्पष्ट करा. प्रमुख वैयक्तिक व संस्थात्मक मूल्ये स्पष्ट करून नैतिक व्यावसायिक वर्तनामध्ये त्यांचे महत्त्व स्पष्ट करा.

३. मानक नीतिशास्त्र म्हणजे काय? उपयुक्ततावाद आणि सद्गुण नीतिशास्त्र या सिद्धांतांचे व्यवसायिक उदाहरणांसह सविस्तर विश्लेषण करा.

४. व्यवसायातील नैतिक पेचप्रसंग म्हणजे काय? नैतिक पेचप्रसंगांचे प्रमुख प्रकार, त्यांची कारणे आणि ते सोडवण्यासाठीच्या उपाययोजना सविस्तर स्पष्ट करा.

५. नैतिक निर्णय प्रक्रियेमध्ये वैयक्तिक मूल्ये आणि संस्थात्मक मूल्ये यांची भूमिका स्पष्ट करा. या मूल्यांमधील सुसंगतता आणि संघर्षाचे परिणाम विशद करा.

ब) टिपा लिहा.

१. मेटा-नीतिशास्त्र

२. व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्र

३. उपयुक्ततावाद

४. जेम्स रेस्ट यांचे चार-घटक प्रारूप

५. व्यावसायिक व्यवहारातील नीतिशास्त्राची आवश्यकता

६. मानक नीतिशास्त्र

७. संदर्भ ग्रंथ

1. Aristotle. (2009). The Nicomachean ethics (W. D. Ross, Trans.; L. Brown, Ed.). Oxford University Press. (Original work published ca. 350 BCE)

2. Aston University. (2021). Organisational justice: New insights from behavioural ethics. Aston Research Publications. https://publications.aston.ac.uk/id/eprint/19383/1/Insights_from_behavioural_ethics.pdf

3. Beauchamp, T. L., & Bowie, N. E. (Eds.). (2004). Ethical theory and business (7th ed.). Pearson Prentice Hall.

4. Bentham, J. (1996). An introduction to the principles of morals and legislation (J. H. Burns & H. L. A. Hart, Eds.). Oxford University Press. (Original work published 1789)

5. Boatright, J. R., & Smith, J. D. (2017). Ethics and the conduct of business (8th ed.). Pearson Education.

6. Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2018). Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management (10th ed.). Cengage Learning.

7. Crane, A., Matten, D., Glozer, S., & Spence, L. J. (2019). Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization (5th ed.). Oxford University Press.

8. De George, R. T. (2014). Business ethics (7th ed.). Pearson.

9. Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2022). Business ethics: Ethical decision making and cases (13th ed.). Cengage Learning.

10. Fisher, A. (2014). Metaethics: An introduction. Routledge.

11. Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Pitman.

12. Gilligan, C. (1982). In a different voice: Psychological theory and women's development. Harvard University Press.

13. Internet Encyclopedia of Philosophy. (n.d.). Metaethics. https://iep.utm.edu/metaethi/

14. Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. Academy of Management Review, 16(2), 366–395. https://doi.org/10.2307/258867

15. Kant, I. (1998). Groundwork of the metaphysics of morals (M. Gregor, Trans. & Ed.). Cambridge University Press. (Original work published 1785)

16. Mill, J. S. (2001). Utilitarianism (G. Sher, Ed.). Hackett Publishing Company. (Original work published 1861/1863)

17. Miller, A. (2013). Contemporary metaethics: An introduction (2nd ed.). Polity Press.

18. Rachels, J., & Rachels, S. (2019). The elements of moral philosophy (9th ed.). McGraw-Hill Education.

19. Rawls, J. (1999). A theory of justice (Rev. ed.). Harvard University Press. (Original work published 1971)

20. Rest, J. R. (1986). Moral development: Advances in research and theory. Praeger Publishers.

21. Rokeach, M. (1973). The nature of human values. Free Press.

22. Schein, E. H., & Schein, P. A. (2017). Organizational culture and leadership (5th ed.). Jossey-Bass.

23. Schwartz, M. S. (2017). Ethical decision-making theory: An integrated approach. Journal of Business Ethics, 139(4), 755–776. https://doi.org/10.1007/s10551-015-2974-0

24. Shaw, W. H. (2017). Business ethics: A textbook with cases (9th ed.). Cengage Learning.

25. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2003/2019). Consequentialism. https://plato.stanford.edu/entries/consequentialism/

26. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2007/2020). Deontological ethics. https://plato.stanford.edu/entries/ethics-deontological/

27. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2007/2020). Metaethics. https://plato.stanford.edu/entries/metaethics/

28. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2005/2019). Rights. https://plato.stanford.edu/entries/rights/

29. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2009/2022). The history of utilitarianism. https://plato.stanford.edu/entries/utilitarianism-history/

30. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2003/2018). Virtue ethics. https://plato.stanford.edu/entries/ethics-virtue/

31. Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2021). Managing business ethics: Straight talk about how to do it right (8th ed.). John Wiley & Sons.

32. Velasquez, M. G. (2018). Business ethics: Concepts and cases (8th ed.). Pearson.

33. Weiss, J. W. (2021). Business ethics: A stakeholder and issues management approach (7th ed.). Berrett-Koehler Publishers.

❑❑❑

घटक – ३

व्यवसायातील कार्यांमधील नैतिकता

(ETHICS IN BUSINESS FUNCTIONS)

अनुक्रमणिका :

....

उद्दिष्टे (Objectives)

हे युनिट अभ्यासल्यानंतर आपण पुढील गोष्टी समजू शकाल:

१. उत्पादन आणि विपणनातील नैतिकता, वित्तीय व्यवस्थापन आणि लेखांकनातील नैतिकता तसेच मानवी संसाधन व्यवस्थापनातील नैतिकता समजून घेणे.

२. आतील गोपनीय माहितीच्या आधारे शेअर व्यवहार (इनसाइडर ट्रेडिंग) आणि कॉर्पोरेट फसवणूक (कॉर्पोरेट फ्रॉड्स) ओळखणे.

३. ग्राहक संरक्षण आणि नैतिक विपणन पद्धती यांची ओळख करणे.

४. गैरप्रकार उघडकीस आणण्याची प्रक्रिया (व्हिसलब्लोइंग) याची भूमिका जाणून घेणे.

१. परिचय (Introduction)

व्यवसायातील नैतिकता म्हणजे व्यवसायाशी संबंधित क्रिया आणि निर्णय प्रक्रियेमध्ये नैतिक तत्त्वे, मूल्ये आणि मानकांचा वापर करणे होय. व्यवसायातील नैतिकता संस्थांना कोणती कृती योग्य किंवा अयोग्य, न्याय्य किंवा अन्याय्य आणि सामाजिकदृष्ट्या जबाबदार आहे हे ठरविण्यास मार्गदर्शन करते. ग्राहक, कर्मचारी, भागधारक, पुरवठादार, सरकार आणि समाज अशा विविध हितधारकांशी व्यवहार करताना नैतिकता महत्त्वाची भूमिका बजावते. ही अशी चौकट तयार करते ज्यामध्ये मानवी हक्कांचा आदर राखला जातो, न्याय्यतेला प्रोत्साहन दिले जाते आणि समाजाच्या हितासाठी सकारात्मक योगदान दिले जाते.

आजच्या स्पर्धात्मक वातावरणात व्यवसायांकडून केवळ नफा कमावण्याची अपेक्षा नसून जबाबदारीने, प्रामाणिकपणे आणि शाश्वत पद्धतीने कार्य करण्याची अपेक्षा असते. नैतिक व्यवसाय पद्धती संस्थांना विश्वास निर्माण करण्यास, प्रतिष्ठा वाढविण्यास, कर्मचाऱ्यांचा उत्साह वाढविण्यास आणि दीर्घकालीन यश मिळविण्यास मदत करतात. जो व्यवसाय नैतिक तत्त्वांचे पालन करतो तो ग्राहकांचा विश्वास मिळवतो, गुंतवणूकदारांना आकर्षित करतो, कुशल कर्मचाऱ्यांना टिकवून ठेवतो आणि पुरवठादार व इतर हितधारकांशी मजबूत संबंध प्रस्थापित करतो.

जागतिकीकरण, तंत्रज्ञानातील प्रगती, पर्यावरणीय समस्या आणि ग्राहकांमधील वाढती जागरूकता यामुळे व्यवसायातील नैतिकतेचे महत्त्व वाढले आहे. आधुनिक ग्राहकांना संस्थांनी त्यांच्या कामकाजात पारदर्शकता ठेवावी, माहिती देताना सत्यता ठेवावी आणि त्यांच्या कृतींसाठी जबाबदार असावे अशी अपेक्षा असते. ज्या कंपन्या फसवणूक, भ्रष्टाचार, कामगारांचे शोषण, दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती किंवा पर्यावरणाचे नुकसान अशा अनैतिक पद्धती वापरतात त्यांना अनेकदा कायदेशीर शिक्षा, आर्थिक नुकसान आणि प्रतिष्ठेची हानी सहन करावी लागते.

व्यवसायातील नैतिकता ही केवळ कायदे आणि नियमांचे पालन करण्यापुरती मर्यादित नसते. कायदे स्वीकारार्ह वर्तनाचे किमान निकष ठरवतात, परंतु नैतिकता संस्थांना प्रामाणिकपणा, सचोटी, न्याय, आदर आणि सामाजिक जबाबदारी या मूल्यांवर आधारित उच्च निकष स्वीकारण्यास प्रोत्साहित करते. नैतिक निर्णय प्रक्रियेमध्ये व्यवस्थापक आणि कर्मचारी यांनी केवळ नफा नव्हे तर त्या निर्णयांचा हितधारक आणि समाजावर होणारा परिणाम देखील विचारात घ्यावा लागतो.

व्यवसायातील नैतिकता ही संस्थेच्या प्रत्येक कार्यावर प्रभाव टाकणारी महत्त्वाची संकल्पना आहे. यामध्ये विपणन, वित्तीय व्यवस्थापन, मानवी संसाधन व्यवस्थापन, उत्पादन, खरेदी, माहिती तंत्रज्ञान, ग्राहक संबंध आणि कॉर्पोरेट प्रशासन यांचा समावेश होतो. या सर्व कार्यांमध्ये नैतिक वर्तनाचा अवलंब केल्यामुळे संस्था पारदर्शकता, जबाबदारी, प्रामाणिकपणा आणि व्यावसायिकता टिकवून ठेवू शकतात. त्यामुळे संस्था आपल्या उद्दिष्टांची प्रभावीपणे पूर्तता करताना ग्राहक, कर्मचारी आणि समाज यांचा विश्वास संपादन करू शकतात.आधुनिक कॉर्पोरेट जगात नैतिक वर्तनाला एक महत्त्वपूर्ण धोरणात्मक संपत्ती मानले जाते. ज्या संस्थांमध्ये मजबूत नैतिक संस्कृती असते त्यांच्यात कर्मचाऱ्यांची बांधिलकी जास्त असते, ग्राहकांचे समाधान अधिक असते, जोखीम व्यवस्थापन सुधारते आणि शाश्वत विकास साधता येतो. नैतिक व्यवसाय आर्थिक विकास, पर्यावरण संरक्षण आणि सामाजिक कल्याणामध्ये योगदान देतात आणि त्यामुळे केवळ भागधारकांनाच नव्हे तर संपूर्ण समाजालाही मूल्य निर्माण होते.

म्हणून व्यवसायातील नैतिकता हा यशस्वी व्यवसाय व्यवस्थापनाचा अत्यंत आवश्यक भाग आहे. ती जबाबदार निर्णय घेण्यास मार्गदर्शन करते, हितधारकांमध्ये विश्वास निर्माण करते आणि संस्थांना न्याय्य, जबाबदार आणि शाश्वत पद्धतीने उद्दिष्टे साध्य करण्यास मदत करते. जागतिक वातावरण झपाट्याने बदलत असताना व्यवसायातील नैतिकतेचे महत्त्व सतत वाढत आहे.

प्रगती तपासा – १

रिकाम्या जागा भरा

१. व्यवसायातील नैतिकता..................तत्त्वांवर आधारित असते.

२. नैतिक व्यवसाय हितधारकांमध्ये ....निर्माण करतात.

३. व्यवसायातील नैतिकता ....जबाबदारीला प्रोत्साहन देते.

बहुपर्यायी प्रश्न

१. व्यवसायातील नैतिकता कशावर लक्ष केंद्रित करते?

अ) फक्त नफा	ब) नैतिक तत्त्वे
क) फक्त स्पर्धा	ड) जाहिरात

२. नैतिक वर्तनामुळे काय सुधारते?

अ) प्रतिष्ठा	ब) फसवणूक
क) भ्रष्टाचार	ड) अपव्यय

बरोबर / चूक

१. व्यवसायातील नैतिकता प्रामाणिकपणाला प्रोत्साहन देते.

२. नैतिकता फक्त कायद्याचे पालन करण्यापुरती मर्यादित असते.

जोड्या जुळवा

अ	ब
प्रामाणिकपणा	नैतिक मूल्य
नैतिकता	जबाबदार वर्तन
विश्वास	हितधारकांचा विश्वास

३. विषय मांडणी (Presentation of the Subject Matter)

३.१ व्यवसायातील नैतिकतेचा अर्थ (Meaning of Business Ethics)

व्यवसायातील नैतिकता म्हणजे व्यवसायातील क्रिया, निर्णय आणि संबंध यामध्ये नैतिक तत्त्वे, मूल्ये

आणि नैतिक मानकांचा वापर होय. व्यवसायाच्या वातावरणात योग्य आणि अयोग्य वर्तन यातील फरक ओळखणे आणि संस्था न्याय्य, प्रामाणिक व जबाबदार पद्धतीने कार्य करतील याची खात्री करणे हे याचे मुख्य उद्दिष्ट आहे. व्यवसायातील नैतिकता व्यवस्थापक आणि कर्मचाऱ्यांना असे निर्णय घेण्यासाठी मार्गदर्शन करते ज्यामुळे केवळ संस्थेची उद्दिष्टे पूर्ण होत नाहीत तर हितधारक आणि समाजाचे हित देखील सुरक्षित राहते.

व्यवसायातील नैतिकता ही अशा तत्त्वांचा आणि मानकांचा समूह आहे जे व्यवसाय करताना व्यक्ती आणि संस्थांच्या वर्तनाला नियंत्रित करतात. यामध्ये नैतिक दृष्टीकोनातून व्यवसाय पद्धतींचे मूल्यमापन केले जाते आणि कृती प्रामाणिकपणा, सचोटी, न्याय आणि जबाबदारी या स्वीकारलेल्या मूल्यांशी सुसंगत आहेत याची खात्री केली जाते. नैतिक व्यवसाय वर्तनामुळे विश्वास, विश्वासार्हता आणि दीर्घकालीन शाश्वतता निर्माण होते.

आधुनिक व्यवसाय जगात संस्था ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार, पुरवठादार, सरकारी संस्था, स्थानिक समुदाय आणि पर्यावरण अशा विविध हितधारकांशी संबंध ठेवतात. व्यवसायातील नैतिकता संस्थांना नफा आणि विकास साधताना या सर्व हितधारकांच्या हितामध्ये समतोल राखण्यास मदत करते. यामुळे व्यवसायांना त्यांच्या निर्णयांचे सामाजिक, पर्यावरणीय आणि आर्थिक परिणाम विचारात घेण्यास प्रोत्साहन मिळते.

व्यवसायातील नैतिकता केवळ कायद्याचे पालन करण्यापुरती मर्यादित नसते. कायदे वर्तनाचे किमान निकष सांगतात, पण नैतिकता अधिक जबाबदारीची मागणी करते. एखादी कृती कायदेशीर असू शकते, परंतु जर ती हितधारकांना हानी पोहोचवत असेल किंवा नैतिक तत्त्वांचे उल्लंघन करत असेल तर ती अनैतिक मानली जाऊ शकते. म्हणून नैतिक व्यवसाय कायदेशीर बंधन नसतानाही योग्य गोष्ट करण्याचा प्रयत्न करतात.

नैतिक वर्तनामुळे व्यवसायामध्ये विश्वास, पारदर्शकता आणि परस्पर आदराची संस्कृती निर्माण होते. यामुळे फसवणूक, भ्रष्टाचार, लाचलुचपत, भेदभाव, कामगारांचे शोषण, दिशाभूल करणारी जाहिरात आणि पर्यावरणाची हानी यांसारख्या अनैतिक पद्धती रोखण्यास मदत होते. नैतिक तत्त्वांचे पालन करून व्यवसाय आपली प्रतिष्ठा मजबूत करू शकतात, ग्राहक निष्ठा वाढवू शकतात, कर्मचाऱ्यांचा उत्साह वाढवू शकतात आणि शाश्वत यश मिळवू शकतात.

३.२ व्यवसायातील नैतिकतेच्या व्याख्या (Definitions of Business Ethics)

Andrew Crane यांच्या मते:

व्यवसायातील नैतिकता म्हणजे अशा व्यावसायिक परिस्थिती, क्रिया आणि निर्णयांचा अभ्यास ज्यामध्ये योग्य आणि अयोग्य या मुद्द्यांचा विचार केला जातो.

Keith Davis यांच्या मते:

व्यवसायातील नैतिकता ही व्यावसायिक उद्दिष्टे, तंत्रे आणि समाजाच्या कल्याण यांच्यातील संबंधाशी संबंधित असते.

Wheeler यांच्या मते:

व्यवसायातील नैतिकता ही समाज, त्याचे विविध गट, संस्था आणि व्यक्ती यांच्याशी सुसंवाद राखण्याची कला आणि विज्ञान आहे.

या व्याख्या स्पष्ट करतात की व्यवसायातील नैतिकता ही केवळ नफा कमावण्याशी संबंधित नसून व्यवसायाच्या क्रियाकलापांनी समाजासाठी सकारात्मक योगदान द्यावे आणि नैतिक मूल्यांचे पालन करावे याच्याशीही संबंधित आहे.

व्यवसायातील नैतिकता ही जबाबदार आणि शाश्वत व्यवसाय व्यवस्थापनाचा पाया आहे. ती संस्थांना नैतिकदृष्ट्या योग्य, सामाजिकदृष्ट्या स्वीकारार्ह आणि आर्थिकदृष्ट्या फायदेशीर निर्णय घेण्यास मार्गदर्शन करते. प्रामाणिकपणा, न्याय, सचोटी, पारदर्शकता, जबाबदारी आणि सामाजिक उत्तरदायित्व या नैतिक तत्त्वांचा स्वीकार करून व्यवसाय दीर्घकालीन यश मिळवू शकतात आणि समाज व अर्थव्यवस्थेस सकारात्मक योगदान देऊ शकतात.

३.३ व्यवसायाची कार्ये (Business Functions)

व्यवसायाची कार्ये म्हणजे संस्थेतील विविध क्रिया आणि विभाग जे एकत्रितपणे व्यवसायाची उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी कार्य करतात. प्रत्येक कार्याची विशिष्ट भूमिका असते आणि ते संस्थेच्या कार्यक्षम संचालन, वाढ आणि यशामध्ये योगदान देते. व्यवसायाची कार्ये संसाधनांचा प्रभावी वापर, क्रियांचे समन्वय आणि संस्थात्मक उद्दिष्टांची पूर्तता यासाठी मदत करतात.

प्रत्येक संस्थेमध्ये वेगवेगळ्या विशेष विभागांद्वारे विविध कार्ये केली जातात. ही कार्ये एकमेकांशी संबंधित आणि परस्परावलंबी असतात, म्हणजे एका कार्याचे यश अनेकदा इतर कार्यांच्या प्रभावी कामगिरीवर अवलंबून असते. उदाहरणार्थ, विपणन विभाग उत्पादनांसाठी मागणी निर्माण करतो, उत्पादन विभाग उत्पादने तयार करतो, वित्त विभाग निधी व्यवस्थापन करतो आणि मानव संसाधन विभाग कुशल कर्मचारी उपलब्ध करून देतो.

व्यवसायाची कार्ये व्यवसायाच्या नियोजन, संघटन, निर्देशन आणि नियंत्रणासाठी अत्यंत महत्त्वाची असतात. ती सुरळीत कामकाज, ग्राहक समाधान, नफा आणि शाश्वत वाढ सुनिश्चित करतात.

३.४ व्यवसायाची प्रमुख कार्ये (Major Business Functions)

१. विपणन कार्य (Marketing Function)

विपणन कार्याचे मुख्य उद्दिष्ट ग्राहकांच्या गरजा आणि इच्छा ओळखणे आणि त्या उत्पादने व सेवांच्या विकास, किंमत निर्धारण, प्रचार आणि वितरणाद्वारे पूर्ण करणे हे आहे. बाजार संशोधन करणे, ग्राहकांच्या वर्तनाचे विश्लेषण करणे, प्रचार धोरणे तयार करणे आणि ग्राहकांशी मजबूत संबंध निर्माण करणे यामधून हे कार्य संस्था आणि ग्राहक यांच्यामधील दुवा म्हणून काम करते.

प्रभावी विपणनामुळे संस्थांना विक्री वाढवता येते, ब्रँडची प्रतिमा सुधारता येते, स्पर्धात्मक फायदा मिळतो आणि ग्राहक समाधान साध्य करता येते.

२. वित्त कार्य (Finance Function)

वित्त कार्य हे व्यवसाय चालवण्यासाठी आवश्यक निधी मिळवणे, त्याचे व्यवस्थापन करणे आणि योग्य प्रकारे वापरणे याच्याशी संबंधित आहे. यामध्ये आर्थिक नियोजन, बजेट तयार करणे, गुंतवणुकीचे निर्णय घेणे, भांडवल उभारणे, जोखीम व्यवस्थापन आणि आर्थिक अहवाल तयार करणे यांचा समावेश होतो.

वित्त विभाग दैनंदिन कामकाज आणि भविष्यातील विस्तारासाठी पुरेसा निधी उपलब्ध आहे याची खात्री करतो तसेच नफा आणि आर्थिक स्थैर्य टिकवून ठेवतो. योग्य आर्थिक व्यवस्थापन व्यवसायांना वाढ आणि दीर्घकालीन स्थिरता मिळवून देते.

३. मानव संसाधन व्यवस्थापन कार्य (Human Resource Management Function - HRM)

मानव संसाधन व्यवस्थापन हे संस्थेच्या कर्मचारी वर्गाचे प्रभावी व्यवस्थापन करण्यावर लक्ष केंद्रित करते. यामध्ये कर्मचारी भरती करणे, निवड करणे, प्रशिक्षण देणे, कौशल्य विकास करणे, प्रेरणा देणे आणि कर्मचारी टिकवून ठेवणे यांचा समावेश होतो.

मानव संसाधन व्यवस्थापन मध्ये कार्यप्रदर्शन मूल्यांकन, वेतन व्यवस्था, कर्मचारी कल्याण, कामगार संबंध आणि कार्यस्थळ सुरक्षा यांचाही समावेश होतो. कर्मचारी हे संस्थेची सर्वात मौल्यवान संपत्ती मानले जात असल्यामुळे प्रभावी मानव संसाधन व्यवस्थापनामुळे उत्पादकता, कामातील समाधान आणि संस्थेचे यश वाढते.

४. उत्पादन आणि संचालन कार्य (Production and Operations Function)

उत्पादन आणि संचालन कार्य हे कच्चा माल, श्रम आणि इतर संसाधनांचे रूपांतर तयार वस्तू आणि सेवांमध्ये करण्यासाठी जबाबदार असते. यामध्ये उत्पादन नियोजन, गुणवत्ता नियंत्रण, साठा व्यवस्थापन, प्रक्रिया रचना आणि उपकरणांची देखभाल यांचा समावेश होतो.

या कार्याचे मुख्य उद्दिष्ट ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करताना कमी खर्चात उच्च गुणवत्तेची उत्पादने तयार करणे हे आहे. प्रभावी संचालन व्यवस्थापनामुळे संस्थांची उत्पादकता वाढते, अपव्यय कमी होतो आणि स्पर्धात्मकता टिकून राहते.

५. खरेदी आणि खरेदी प्रक्रिया किंवा आवश्यक वस्तू / सेवा संपादन प्रक्रिया कार्य (Purchasing and Procurement Function)

हे कार्य व्यवसायासाठी आवश्यक साहित्य, उपकरणे आणि सेवा मिळवण्याशी संबंधित असते. यामध्ये पुरवठादार शोधणे, करार करणे, संसाधने खरेदी करणे, साठा व्यवस्थापन करणे आणि पुरवठादारांशी संबंध राखणे यांचा समावेश होतो.

हे कार्य योग्य दर्जाचे साहित्य योग्य वेळेत, योग्य प्रमाणात आणि योग्य किमतीत उपलब्ध आहे याची खात्री करते. कार्यक्षम आवश्यक वस्तू / सेवा संपादन प्रक्रिया कार्य Procurement मुळे खर्च कमी होतो, उत्पादन खंडित होत नाही आणि संस्थेची कामगिरी सुधारते.

६. संशोधन आणि विकास कार्य (Research and Development - RD Function)

संशोधन आणि विकास कार्य हे नवकल्पना, उत्पादन सुधारणा आणि तांत्रिक प्रगती यावर लक्ष केंद्रित करते. यामध्ये संशोधन करणे, नवीन उत्पादने आणि सेवा विकसित करणे, विद्यमान उत्पादनांमध्ये सुधारणा करणे आणि नवीन उत्पादन पद्धती शोधणे यांचा समावेश होतो.

RD मुळे संस्था बदलत्या बाजारपेठेच्या मागणीनुसार प्रतिसाद देऊ शकतात, स्पर्धात्मकता वाढवू शकतात आणि दीर्घकालीन विकास साधू शकतात. संशोधन आणि विकासातून निर्माण होणारी नवकल्पना

व्यवसायांना मूल्य निर्माण करण्यास आणि मजबूत बाजार स्थान टिकविण्यास मदत करते.

७. माहिती तंत्रज्ञान कार्य (खपषेीारींळेप ढशलहपेश्रेसू - खढ र्ऋीपलींळेप)

माहिती तंत्रज्ञान कार्य हे संस्थेच्या तांत्रिक पायाभूत सुविधा आणि माहिती प्रणालीचे व्यवस्थापन करते. यामध्ये डेटा व्यवस्थापन, सॉफ्टवेअर विकास (डेषीुंरीश ऊर्शींशश्रेशिपीं) , नेटवर्क प्रशासन (छश्रींुीज्ञ -वाळपळीींीरींळेप), सायबर सुरक्षा (ूलशीीशलीीळीूं), तांत्रिक सहाय्य (ढशलहपळलरश्र डीििीं) डेषीुंरीश ऊर्शींशश्रेशिपीं, छश्रींुीज्ञ -वाळपळीींीरींळेप, ूलशीीशलीीळीूं आणि ढशलहपळलरश्र डीििीं यांचा समावेश होतो. माहिती तंत्रज्ञान कार्य मुळे संवाद सुलभ होतो, कार्यक्षमता वाढते, निर्णय प्रक्रियेला मदत मिळते आणि ऊ्रळसळींरश्र ढीरपीषेीारींळेप शक्य होते. आधुनिक व्यवसाय वातावरणात तंत्रज्ञान उत्पादकता, नवकल्पना आणि ग्राहक सेवा सुधारण्यासाठी महत्त्वाची भूमिका बजावते.

८. लेखांकन कार्य (Accounting Function)

लेखांकन कार्य हे आर्थिक व्यवहारांची नोंद करणे, वर्गीकरण करणे, सारांश तयार करणे आणि अहवाल तयार करणे यासाठी जबाबदार असते. ते व्यवस्थापन, गुंतवणूकदार, कर्जदार आणि नियामक संस्थांना निर्णय घेण्यासाठी आवश्यक आर्थिक माहिती पुरवते.

लेखांकनामध्ये पुस्तकपालन /बुककीपिंग (Book-keeping), आर्थिक अहवाल तयार करणे (Financial Statements), खर्च लेखांकन (Cost Accounting), लेखापरीक्षण सहाय्य (Auditing Support) आणि कर नियमांचे पालन (Tax Compliance) यांचा समावेश होतो.. अचूक लेखांकनामुळे पारदर्शकता, जबाबदारी आणि कायदेशीर पालन सुनिश्चित होते.

९. ग्राहक सेवा कार्य (Customer Service Function)

ग्राहक सेवा कार्याचे मुख्य उद्दिष्ट ग्राहक समाधान टिकवून ठेवणे आणि ग्राहकांशी दीर्घकालीन संबंध निर्माण करणे हे आहे. यामध्ये ग्राहकांच्या चौकशांना उत्तर देणे, तक्रारी सोडवणे, विक्रीनंतर सेवा देणे, अभिप्राय गोळा करणे आणि ग्राहकांचा सकारात्मक अनुभव सुनिश्चित करणे यांचा समावेश होतो.

उच्च दर्जाची ग्राहक सेवा ग्राहक निष्ठा वाढवते, ब्रँड प्रतिष्ठा मजबूत करते आणि पुनःव्यवसायाला चालना देते.

१०. वितरण व पुरवठा साखळी व्यवस्थापन कार्य (Logistics and Supply Chain Function)

हे कार्य पुरवठादारांकडून ग्राहकांपर्यंत वस्तू, सेवा आणि माहिती यांची हालचाल व्यवस्थापित करते. यामध्ये वाहतूक, गोदाम व्यवस्था, साठा नियंत्रण, ऑर्डर प्रक्रिया आणि वितरण व्यवस्थापन यांचा समावेश होतो.

या कार्याचे उद्दिष्ट उत्पादने ग्राहकांपर्यंत कार्यक्षम, सुरक्षित आणि कमी खर्चात पोहोचवणे हे आहे. प्रभावी वितरण व पुरवठा साखळी व्यवस्थापन कार्य मुळे कार्यकारी खर्च कमी होतो, वितरण कार्यक्षमता सुधारते आणि ग्राहक समाधान वाढते

प्रगती तपासा – २

रिकाम्या जागा भरा

१. विपणन कार्य ग्राहकांच्या .... पूर्ण करण्यावर लक्ष केंद्रित करते.

२. वित्त कार्य व्यवसायासाठी आवश्यक .... व्यवस्थापित करते.

३. मानव संसाधन व्यवस्थापन .... व्यवस्थापित करते.

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. खालीलपैकी कोणते कार्य कर्मचाऱ्यांचे व्यवस्थापन करते?

अ) मानव संसाधन व्यवस्थापन ब) विपणन

क) वित्त ड) उत्पादन

२. उत्पादन कार्यामध्ये काय समाविष्ट असते?

अ) जाहिरात ब) आगत घटकांचे निर्गत घटकांमध्ये रूपांतर

क) कर भरणा ड) भरती प्रक्रिया

बरोबर / चूक

१. व्यवसायाची कार्ये परस्परावलंबी असतात. ( )

२. वित्त विभाग ग्राहकांच्या तक्रारी हाताळतो. ( )

जोड्या जुळवा

अ	ब
विपणन	ग्राहकांच्या गरजा
उत्पादन	निधी
मानव संसाधन व्यवस्थापन	कर्मचारी

३. उत्पादन कार्यामधील नैतिकता (Ethics in Production Function)

३.१ उत्पादन कार्यामधील नैतिकतेचा अर्थ (Meaning of Ethics in Production Function)

उत्पादन कार्यामधील नैतिकता म्हणजे उत्पादन प्रक्रियेदरम्यान नैतिक तत्त्वे आणि जबाबदार व्यावसायिक पद्धतींचे पालन करणे होय. उत्पादन हे व्यवसायाचे एक महत्त्वाचे कार्य आहे कारण ते कच्चा माल तयार वस्तूंमध्ये रूपांतरित करते. या प्रक्रियेत गुणवत्ता, सुरक्षा, कामगारांचे कल्याण, पर्यावरणीय जबाबदारी आणि संसाधनांचा योग्य वापर या बाबींशी संबंधित निर्णय घेतले जातात.

उत्पादन व्यवस्थापनातील नैतिकता याची खात्री करते की उत्पादने सुरक्षित, विश्वासार्ह आणि ग्राहकांच्या अपेक्षांनुसार आहेत. यामध्ये उत्पादन खर्च कमी करण्यासाठी दर्जात तडजोड न करणे आणि ग्राहकांची फसवणूक टाळणे यांचा समावेश होतो.

नैतिक उत्पादन पद्धतींमध्ये कर्मचाऱ्यांशी न्याय्य वागणूक, सुरक्षित कार्यस्थळ, बालमजुरी टाळणे आणि कामगार कायद्यांचे पालन करणे आवश्यक आहे. संस्थांनी कामगारांचे शोषण करू नये आणि त्यांच्या आरोग्य व सुरक्षिततेचे रक्षण करावे.

पर्यावरण संरक्षण देखील उत्पादनातील नैतिकतेचा एक महत्त्वाचा भाग आहे. व्यवसायांनी प्रदूषण कमी करणे, कचरा कमी करणे, ऊर्जा बचत करणे आणि नैसर्गिक संसाधनांचा जबाबदारीने वापर करणे आवश्यक आहे.

नैतिक उत्पादनामुळे ग्राहकांचा विश्वास वाढतो, कायदेशीर अडचणी कमी होतात आणि व्यवसायाला दीर्घकालीन यश मिळते.

३.२ उत्पादन व्यवस्थापनातील महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती (Important Ethical Practices in Production Management)

१. गुणवत्ता मानके राखणे (Maintaining Quality Standards)

व्यवसायांनी उत्पादने निश्चित गुणवत्ता मानकांनुसार तयार केली पाहिजेत. कमी दर्जाची किंवा दोषपूर्ण उत्पादने ग्राहकांना हानी पोहोचवू शकतात आणि संस्थेची प्रतिष्ठा कमी करू शकतात.

२. उत्पादन सुरक्षितता सुनिश्चित करणे (Ensuring Product Safety)

उत्पादने ग्राहकांसाठी वापरण्यास सुरक्षित असली पाहिजेत. सुरक्षा चाचण्या, योग्य डिझाईन आणि सुरक्षा नियमांचे पालन करणे आवश्यक आहे.

३. कामगारांचे न्याय्य वागणूक (Fair Treatment of Workers)

कर्मचाऱ्यांना योग्य वेतन, सुरक्षित कार्यस्थळ, पुरेशी विश्रांती आणि न्याय्य कामाच्या अटी मिळाल्या पाहिजेत. शोषण टाळणे आवश्यक आहे.

४. बालमजुरी टाळणे (Avoiding Child Labour)

व्यवसायांनी उत्पादन प्रक्रियेमध्ये बालमजुरीचा वापर करू नये. बालमजुरी ही अनैतिक आणि अनेक देशांमध्ये बेकायदेशीर मानली जाते.

५. पर्यावरण संरक्षण (Environmental Protection)

उत्पादन प्रक्रियेमुळे पर्यावरणावर होणारा नकारात्मक परिणाम कमी करणे आवश्यक आहे. यामध्ये प्रदूषण नियंत्रण, कचरा व्यवस्थापन आणि पुनर्वापर यांचा समावेश होतो.

६. संसाधनांचा कार्यक्षम वापर (Efficient Use of Resources)

कच्चा माल, ऊर्जा आणि पाणी यांचा अपव्यय टाळला पाहिजे. संसाधनांचा जबाबदारीने वापर केल्यास शाश्वत विकास शक्य होतो.

७. प्रामाणिक उत्पादन माहिती (Honest Product Information)

उत्पादनाची गुणवत्ता, वापर, घटक, उत्पादन तारीख आणि समाप्ती तारीख याबद्दल ग्राहकांना योग्य माहिती दिली पाहिजे.

८. कायदेशीर नियमांचे पालन (Compliance with Legal Regulations)

उत्पादनाशी संबंधित सर्व सरकारी नियम, सुरक्षा मानके आणि औद्योगिक कायद्यांचे पालन करणे आवश्यक आहे.

३.३ नैतिक उत्पादन पद्धतींचे फायदे (Benefits of Ethical Production Practices)

✼ ग्राहक समाधान वाढते.

✼ उत्पादनांची गुणवत्ता सुधारते.

✼ ब्रँडची प्रतिष्ठा वाढते.

✼ कायदेशीर जोखीम कमी होते.

✼ कर्मचारी समाधान आणि निष्ठा वाढते.

✼ पर्यावरणाचे संरक्षण होते.

✼ शाश्वत व्यवसाय विकास साध्य होतो.

✼ दीर्घकालीन नफा वाढतो.

प्रगती तपासा – ३

रिकाम्या जागा भरा

१. उत्पादनामध्ये .... मानके राखणे आवश्यक आहे.

२. उत्पादन प्रक्रियेत .... मजुरी टाळली पाहिजे.

३. नैतिक उत्पादन .... संरक्षणाला मदत करते.

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. उत्पादनातील नैतिकतेमध्ये काय आवश्यक आहे?

अ) कमी दर्जा   ब) गुणवत्ता मानके

क) फसवणूक   ड) चुकीचे लेबलिंग

२. उत्पादन सुरक्षितता कोणासाठी महत्त्वाची आहे?

अ) ग्राहक   ब) स्पर्धक

क) जाहिरातदार   ड) दलाल

बरोबर / चूक

१. गुणवत्ता नियंत्रण ग्राहक समाधान वाढवते. ( )

२. बालमजुरी ही स्वीकारार्ह व्यवसाय पद्धत आहे. ( )

जोड्या जुळवा

अ	ब
गुणवत्ता मानके	ग्राहक समाधान
सुरक्षा नियम	कर्मचारी कल्याण
शाश्वत विकास	पर्यावरण संरक्षण

४. विपणन कार्यामधील नैतिकता (Ethics in Marketing Function)

४.१ विपणन कार्यामधील नैतिकतेचा अर्थ (Meaning of Ethics in Marketing Function)

विपणन कार्यामधील नैतिकता म्हणजे उत्पादन किंवा सेवांच्या जाहिरात, किंमत निर्धारण, विक्री, वितरण आणि प्रचार यामध्ये नैतिक तत्त्वांचे पालन करणे होय. विपणन हे व्यवसायाचे अत्यंत महत्त्वाचे कार्य आहे कारण ते थेट ग्राहकांशी संबंधित असते. नैतिक विपणनामुळे ग्राहकांशी प्रामाणिक, न्याय्य आणि जबाबदार संबंध निर्माण होतात.

विपणनातील नैतिकता याची खात्री करते की व्यवसाय ग्राहकांना योग्य माहिती देतात, दिशाभूल करणारे दावे करत नाहीत आणि अन्यायकारक व्यावसायिक पद्धती वापरत नाहीत. ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करताना त्यांचे हक्क, सुरक्षितता आणि गोपनीयता यांचा आदर राखणे आवश्यक असते.

नैतिक विपणनामध्ये केवळ विक्री वाढवणे महत्त्वाचे नसते, तर ग्राहकांचा दीर्घकालीन विश्वास मिळवणे देखील महत्त्वाचे असते. चुकीच्या जाहिराती, लपविलेले शुल्क, खोटी माहिती किंवा निकृष्ट दर्जाच्या वस्तू विकणे या गोष्टी अनैतिक मानल्या जातात.

आजच्या स्पर्धात्मक व्यवसाय वातावरणात ग्राहक अधिक जागरूक झाले आहेत. त्यामुळे व्यवसायांनी पारदर्शकता, प्रामाणिकपणा आणि सामाजिक जबाबदारी या मूल्यांवर आधारित विपणन पद्धती वापरणे आवश्यक आहे.

४.२ विपणनातील महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती (Important Ethical Practices in Marketing)

१. सत्य आणि प्रामाणिक जाहिरात (Truthful and Honest Advertising)

व्यवसायांनी जाहिरातींमध्ये उत्पादनाबद्दल खरी आणि अचूक माहिती द्यावी. खोटे दावे, अतिशयोक्ती किंवा दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती टाळल्या पाहिजेत.

२. योग्य किंमत निर्धारण (Fair Pricing)

उत्पादनांची किंमत न्याय्य आणि पारदर्शक असावी. ग्राहकांची फसवणूक करण्यासाठी जास्त किंमत आकारणे किंवा लपविलेले शुल्क घेणे अनैतिक आहे.

३. ग्राहक गोपनीयतेचे संरक्षण (Protection of Consumer Privacy)

व्यवसायांनी ग्राहकांची वैयक्तिक माहिती सुरक्षित ठेवली पाहिजे. ग्राहकांची परवानगी न घेता त्यांची माहिती वापरणे किंवा इतरांना देणे चुकीचे आहे.

४. उत्पादनाविषयी अचूक माहिती देणे (Providing -ccurate Product Information)

उत्पादनाची गुणवत्ता, वैशिष्ट्ये, वापर, हमी कालावधी कालबाह्यता दिनांक (Warranty, Expiry Date) आणि इतर महत्त्वाची, माहिती स्पष्टपणे सांगितली पाहिजे.

५. ग्राहकांची फसवणूक टाळणे (Avoiding Consumer Deception)

व्यवसायांनी खोटे आश्वासन, नकली उत्पादने किंवा चुकीचे लेबलिंग वापरून ग्राहकांची फसवणूक करू नये.

६. न्याय्य स्पर्धा (Fair Competition)

व्यवसायांनी प्रतिस्पर्ध्यांविषयी चुकीची माहिती पसरवू नये किंवा बेकायदेशीर पद्धतीने स्पर्धा करू नये.

७. सामाजिक जबाबदारी (Social Responsibility)

विपणन पद्धती समाजाच्या हिताला हानी पोहोचवणाऱ्या नसाव्यात. हानिकारक उत्पादने चुकीच्या पद्धतीने प्रोत्साहित करू नयेत.

८. ग्राहकांच्या हक्कांचा आदर (Respecting Consumer Rights)

ग्राहकांना सुरक्षित उत्पादने, योग्य माहिती, निवडीचा अधिकार आणि तक्रार निवारणाचा अधिकार मिळाला पाहिजे.

४.३ नैतिक विपणनाचे फायदे (Benefits of Ethical Marketing)

* ग्राहकांचा विश्वास वाढतो.
* ग्राहक निष्ठा वाढते.
* ब्रँडची प्रतिष्ठा मजबूत होते.
* कायदेशीर वाद कमी होतात.
* दीर्घकालीन ग्राहक संबंध निर्माण होतात.
* ग्राहक समाधान वाढते.
* व्यवसायाला स्पर्धात्मक फायदा मिळतो.
* व्यवसायाची सामाजिक प्रतिमा सुधारते.

प्रगती तपासा – ४

रिकाम्या जागा भरा

१. नैतिक विपणनामध्ये .... जाहिरात आवश्यक आहे.

२. चुकीची जाहिरात ग्राहकांना .... करू शकते.

३. ग्राहकांचा विश्वास वाढल्याने ब्रँड .... वाढते.

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. नैतिक विपणन कोणती गोष्ट टाळते?

अ) दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती　　ब) प्रामाणिकपणा

क) पारदर्शकता　　ड) विश्वास

२. ग्राहकांची वैयक्तिक माहिती कशी असावी?

अ) सार्वजनिक　　ब) सुरक्षित

क) विक्रीसाठी उपलब्ध　　ड) चुकीची

बरोबर / चूक

१. नैतिक जाहिरात ग्राहकांचा विश्वास वाढवते. ( )

२. ग्राहक गोपनीयता महत्त्वाची नाही. ( )

जोड्या जुळवा

अ	**ब**
जाहिरात	सत्यता
किंमत निर्धारण	न्याय्यता
गोपनीयता	माहितीची गुप्तता

५. वित्त कार्यामधील नैतिकता (Ethics in Finance Function)

५.१ वित्त कार्यामधील नैतिकतेचा अर्थ (Meaning of Ethics in Finance Function)

वित्त कार्यामधील नैतिकता म्हणजे निधी उभारणी, गुंतवणूक, आर्थिक व्यवस्थापन, आर्थिक अहवाल तयार करणे आणि आर्थिक निर्णय घेताना नैतिक तत्त्वांचे पालन करणे होय. वित्त हे कोणत्याही व्यवसायाचे अत्यंत महत्त्वाचे कार्य आहे कारण ते व्यवसायाच्या सर्व क्रियांसाठी आवश्यक आर्थिक संसाधने उपलब्ध करून देते.

वित्त व्यवस्थापनातील नैतिकता याची खात्री करते की आर्थिक व्यवहार प्रामाणिक, पारदर्शक आणि जबाबदारीने केले जातात. यामध्ये निधीचा योग्य वापर, गुंतवणूकदारांना खरी माहिती देणे, आर्थिक फसवणूक टाळणे आणि कायदेशीर नियमांचे पालन करणे यांचा समावेश होतो.

व्यवसायातील आर्थिक निर्णयांचा परिणाम भागधारक, गुंतवणूकदार, कर्मचारी, कर्जदार आणि समाजावर होतो. त्यामुळे आर्थिक व्यवस्थापनामध्ये नैतिकता अत्यंत आवश्यक असते.

अनैतिक आर्थिक व्यवहारांमध्ये चुकीचे आर्थिक अहवाल, निधीचा गैरवापर, कर चुकवणे, इनसाइडर ट्रेडिंग म्हणतात., भ्रष्टाचार आणि फसवणूक यांचा समावेश होतो. अशा गोष्टींमुळे व्यवसायाची प्रतिष्ठा कमी होते आणि कायदेशीर कारवाई होऊ शकते.

५.२ वित्त व्यवस्थापनातील महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती (Important Ethical Practices in Finance Management)

१. पारदर्शकता राखणे (Maintaining Transparency)

व्यवसायांनी सर्व आर्थिक व्यवहारांमध्ये स्पष्टता आणि पारदर्शकता ठेवली पाहिजे. गुंतवणूकदार आणि हितधारकांना खरी माहिती मिळाली पाहिजे.

२. आर्थिक माहितीची सत्यता (Accuracy of Financial Information)

आर्थिक विवरणपत्रे (Financial Statements) आणि आर्थिक अहवाल अचूक आणि विश्वासार्ह असले पाहिजेत. चुकीची माहिती देणे अनैतिक आहे.

३. निधीचा योग्य वापर (Proper Use of Funds)

व्यवसायासाठी उभारलेला निधी ठरविलेल्या उद्दिष्टांसाठीच वापरला पाहिजे. वैयक्तिक वापर किंवा गैरवापर टाळला पाहिजे.

४. कर नियमांचे पालन (Tax Compliance)

व्यवसायांनी सरकारच्या कर नियमांचे पालन केले पाहिजे. कर चुकवणे किंवा चुकीची माहिती देणे अनैतिक आहे.

५. भ्रष्टाचार टाळणे (Avoiding Corruption)

लाचलुचपत, बेकायदेशीर कमिशन किंवा अन्य भ्रष्ट आर्थिक व्यवहार टाळले पाहिजेत.

६. गोपनीय माहितीचे संरक्षण (Protection of Confidential Information)

कंपनीची आर्थिक माहिती, गुंतवणुकीचे तपशील किंवा रणनीतिक माहिती सुरक्षित ठेवली पाहिजे. गोपनीय माहितीचा गैरवापर करू नये.

७. गुंतवणूकदारांशी प्रामाणिकपणा (Honesty with Investors)

व्यवसायांनी गुंतवणूकदारांना जोखीम, नफा आणि आर्थिक स्थिती याबाबत खरी माहिती दिली पाहिजे.

८. नैतिक गुंतवणूक निर्णय (Ethical Investment Decisions)

गुंतवणूक करताना फक्त नफा न पाहता सामाजिक, पर्यावरणीय आणि नैतिक परिणाम देखील विचारात घेतले पाहिजेत.

५.३ वित्त कार्यामधील पारदर्शकतेचे महत्त्व (Importance of Transparency in Finance)

पारदर्शकता म्हणजे आर्थिक व्यवहार आणि माहिती यामध्ये स्पष्टता आणि प्रामाणिकपणा ठेवणे.

पारदर्शकतेमुळे:

* गुंतवणूकदारांचा विश्वास वाढतो.
* फसवणूक आणि भ्रष्टाचार कमी होतो.

* योग्य निर्णय घेणे सोपे होते.
* व्यवसायाची प्रतिष्ठा सुधारते.
* कायदेशीर अडचणी कमी होतात.
* आर्थिक व्यवस्थापन अधिक जबाबदार बनते.
* हितधारकांमध्ये विश्वास निर्माण होतो.
* दीर्घकालीन विकास साध्य होतो.

प्रगती तपासा – ५

रिकाम्या जागा भरा

१. वित्त कार्यामध्ये .... राखणे आवश्यक आहे.

२. कर .... करणे अनैतिक आहे.

३. आर्थिक व्यवहारांमध्ये .... असणे आवश्यक आहे.

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. वित्त कार्यातील नैतिकतेसाठी कोणती गोष्ट महत्त्वाची आहे?

अ) फसवणूक	ब) पारदर्शकता
क) माहिती लपवणे	ड) भ्रष्टाचार

२. खालीलपैकी कोणती गोष्ट गोपनीय ठेवली पाहिजे?

अ) जाहिरात	ब) गोपनीय माहिती
क) विक्री प्रोत्साहन	ड) सार्वजनिक सूचना

बरोबर / चूक

१. कर चुकवणे योग्य व्यवसाय पद्धत आहे. ( )

२. पारदर्शकतेमुळे गुंतवणूकदारांचा विश्वास वाढतो. ( )

जोड्या जुळवा

अ	**ब**
पारदर्शकता	गुंतवणूकदारांचा विश्वास
इनसाइडर ट्रेडिंग	बेकायदेशीर कृती
कर नियमांचे पालन	कायदेशीर कर्तव्य

६. लेखांकन कार्यामधील नैतिकता (Ethics in -ccounting Function)

६.१ लेखांकन कार्यामधील नैतिकतेचा अर्थ (Meaning of Ethics in Accounting Function)

लेखांकन कार्यामधील नैतिकता म्हणजे आर्थिक व्यवहारांची नोंद, वर्गीकरण, विश्लेषण आणि आर्थिक अहवाल तयार करताना नैतिक तत्त्वांचे पालन करणे होय. लेखांकन हे व्यवसायाचे एक अत्यंत महत्त्वाचे कार्य आहे कारण ते व्यवस्थापन, गुंतवणूकदार, कर्जदार, सरकार आणि इतर हितधारकांना आर्थिक माहिती उपलब्ध करून देते.

लेखांकनातील नैतिकता याची खात्री करते की आर्थिक माहिती अचूक, विश्वासार्ह, निष्पक्ष आणि पारदर्शक असावी. लेखापाल (Accountants) यांनी प्रामाणिकपणे काम करून चुकीची माहिती, फसवणूक किंवा आर्थिक आकडेवारीमध्ये फेरफार टाळला पाहिजे.

आर्थिक अहवाल चुकीचा तयार केल्यास व्यवसायाची चुकीची आर्थिक स्थिती दर्शविली जाऊ शकते. त्यामुळे गुंतवणूकदार, कर्जदार आणि इतर हितधारक चुकीचे निर्णय घेऊ शकतात. म्हणून लेखांकनात नैतिकता अत्यंत आवश्यक आहे.

अनैतिक लेखांकनामध्ये चुकीचे वित्तीय विवरणपत्रे / आर्थिक विवरणपत्रे (Financial Statements) तयार करणे, उत्पन्न लपवणे, खर्च चुकीचा दाखवणे, कर चुकवणे किंवा आर्थिक फसवणूक करणे यांचा समावेश होतो.

६.२ लेखांकनातील महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती (Important Ethical Practices in Accounting)

१. प्रामाणिकपणा आणि सचोटी (Honesty and Integrity)

लेखापाल यांनी सर्व आर्थिक व्यवहार प्रामाणिकपणे नोंदवले पाहिजेत. कोणत्याही प्रकारची चुकीची नोंद किंवा माहिती लपवणे अनैतिक आहे.

२. अचूक आर्थिक माहिती (Accurate Financial Information)

सर्व आर्थिक नोंदी आणि वित्तीय विवरणपत्रे / आर्थिक विवरणपत्रे (Financial Statements) अचूक असले पाहिजेत. चुकीची माहिती हितधारकांना दिशाभूल करू शकते.

३. गोपनीयतेचे पालन (Maintaining Confidentiality)

व्यवसायाशी संबंधित आर्थिक माहिती गोपनीय ठेवली पाहिजे. परवानगीशिवाय गोपनीय माहिती इतरांना देणे चुकीचे आहे.

४. निष्पक्षता (Objectivity)

लेखापाल (Accountants) यांनी कोणताही वैयक्तिक पक्षपात न ठेवता निष्पक्षपणे आर्थिक अहवाल तयार केले पाहिजेत.

५. कायदेशीर नियमांचे पालन (Compliance with Legal Regulations)

लेखांकनाशी संबंधित सर्व कायदे, कर नियम आणि सरकारी नियमनांचे पालन करणे आवश्यक आहे.

६. फसवणूक टाळणे (Avoiding Fraud)

जाणीवपूर्वक चुकीचे आर्थिक व्यवहार दाखवणे, नफा वाढवून दाखवणे किंवा निधीचा गैरवापर करणे टाळले पाहिजे.

७. स्वतंत्रता राखणे (Maintaining Independence)

विशेषतः लेखापरीक्षक (Auditors) यांनी कोणत्याही दबावाशिवाय स्वतंत्र आणि निष्पक्षपणे काम केले पाहिजे.

८. व्यावसायिक जबाबदारी (Professional Responsibility)

लेखापाल (Accountants) यांनी आपल्या कामात उच्च दर्जाची व्यावसायिक जबाबदारी आणि नैतिकता दाखवली पाहिजे.

६.३ लेखांकनातील नैतिकतेचे महत्त्व (Importance of Ethics in Accounting)

- ✻ आर्थिक माहितीची विश्वासार्हता वाढते.
- ✻ गुंतवणूकदारांचा विश्वास निर्माण होतो.
- ✻ आर्थिक फसवणूक कमी होते.
- ✻ कायदेशीर पालन सुनिश्चित होते.
- ✻ व्यवसायाची प्रतिष्ठा सुधारते.
- ✻ निर्णय प्रक्रिया अधिक अचूक बनते.
- ✻ पारदर्शकता वाढते.
- ✻ व्यवसायामध्ये जबाबदारीची भावना निर्माण होते.

प्रगती तपासा – ६

रिकाम्या जागा भरा

१. लेखांकनामध्ये .... माहिती आवश्यक आहे.

२. प्रामाणिकपणा म्हणजे ....

३. लेखांकनातील नैतिकता .... वाढवते.

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. लेखांकनातील महत्त्वाचे नैतिक मूल्य कोणते?

अ) फसवणूक　　ब) सचोटी

क) फेरफार　　ड) भ्रष्टाचार

२. लेखापरीक्षक कसा असावा?

अ) स्वतंत्र　　ब) पक्षपाती

क) अप्रामाणिक　　ड) गुप्त स्वभावाचा

बरोबर / चूक

१. चुकीची आर्थिक विवरणपत्रे स्वीकारार्ह आहेत. ( )

२. लेखांकनातील नैतिकता विश्वास निर्माण करते. ( )

जोड्या जुळवा

अ	**ब**
सचोटी	प्रामाणिकपणा
लेखापरीक्षण	पडताळणी
गोपनीयता	माहिती संरक्षण

७. मानव संसाधन व्यवस्थापनातील नैतिकता (Ethics in Human Resource Management - HRM)

७.१ मानव संसाधन व्यवस्थापनातील नैतिकतेचा अर्थ (Meaning of Ethics in Human Resource Management)

मानव संसाधन व्यवस्थापन (HRM²) मधील नैतिकता म्हणजे कर्मचाऱ्यांशी संबंधित सर्व निर्णय आणि क्रियाकलापांमध्ये नैतिक तत्त्वांचे पालन करणे होय. कर्मचारी हे कोणत्याही संस्थेची सर्वात महत्त्वाची संपत्ती असतात. त्यामुळे कर्मचार्यांशी न्याय्य, आदरयुक्त आणि जबाबदारीने वागणे अत्यंत आवश्यक आहे.

मानव संसाधन व्यवस्थापन क्लच् मधील नैतिकता याची खात्री करते की भरती, निवड, प्रशिक्षण, वेतन, पदोन्नती, कार्यप्रदर्शन मूल्यांकन आणि कर्मचारी कल्याण यामध्ये न्याय्यता राखली जाते. यामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये विश्वास निर्माण होतो आणि सकारात्मक कार्यसंस्कृती तयार होते.

नैतिक मानव संसाधन व्यवस्थापन HRM कर्मचाऱ्यांना समान संधी, सुरक्षित कार्यस्थळ, योग्य वेतन आणि भेदभावमुक्त वातावरण उपलब्ध करून देते. वंश, लिंग, धर्म, वय किंवा वैयक्तिक मतांवर आधारित भेदभाव करणे अनैतिक मानले जाते.

अनैतिक HRM पद्धतींमध्ये पक्षपाती भरती, अन्यायकारक वेतन, कामगारांचे शोषण, छळवणूक (Harassment), असुरक्षित कामाचे वातावरण आणि कर्मचार्यांच्या हक्कांचे उल्लंघन यांचा समावेश होतो.

७.२ मानव संसाधन व्यवस्थापनामधील महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती (Important Ethical Practices in HRM)

१. न्याय्य भरती आणि निवड (Fair Recruitment and Selection)

कर्मचारी निवड करताना गुणवत्ता, पात्रता आणि कौशल्य यांना महत्त्व दिले पाहिजे. वैयक्तिक ओळख किंवा पक्षपात टाळला पाहिजे.

२. समान संधी (Equal Opportunity)

सर्व कर्मचाऱ्यांना समान संधी मिळाली पाहिजे. लिंग, जात, धर्म किंवा वय यावर आधारित भेदभाव होऊ नये.

३. योग्य वेतन (Fair Wages)

कर्मचाऱ्यांना त्यांच्या कामानुसार योग्य आणि न्याय्य वेतन दिले पाहिजे. कमी वेतन देऊन शोषण करू नये.

४. सुरक्षित कार्यस्थळ (Safe Working Environment)

संस्थेने कर्मचार्यांना सुरक्षित, निरोगी आणि स्वच्छ कार्यस्थळ उपलब्ध करून दिले पाहिजे.

५. प्रशिक्षण आणि विकास (Training and Development)

कर्मचाऱ्यांचे कौशल्य वाढवण्यासाठी योग्य प्रशिक्षण आणि विकासाच्या संधी दिल्या पाहिजेत.

६. छळवणूक टाळणे (Avoiding Harassment)

कार्यस्थळी लैंगिक छळ, मानसिक त्रास, धमक्या किंवा कोणत्याही प्रकारचा गैरवर्तन रोखले पाहिजे.

७. कर्मचारी गोपनीयता (Employee Privacy)

कर्मचाऱ्यांची वैयक्तिक माहिती गोपनीय ठेवली पाहिजे. परवानगीशिवाय माहिती उघड करू नये.

८. कर्मचारी कल्याण (Employee Welfare)

कर्मचाऱ्यांना आरोग्य सुविधा, विमा, सुट्टी, कल्याणकारी सुविधा आणि योग्य कामाचे वातावरण दिले पाहिजे.

७.३ मानव संसाधन व्यवस्थापनामधील नैतिकतेचे महत्त्व (Importance of Ethics in HRM²)

- कर्मचाऱ्यांचा विश्वास वाढतो.
- कामावरील समाधान वाढते.
- कर्मचारी निष्ठा मजबूत होते.
- कामातील उत्पादकता वाढते.
- संस्थेची प्रतिमा सुधारते.
- कर्मचारी बदलण्याचे प्रमाण कमी होते.
- सकारात्मक कार्यसंस्कृती निर्माण होते.
- संस्थेचे दीर्घकालीन यश सुनिश्चित होते.

प्रगती तपासा – ७

रिकाम्या जागा भरा

१. मानव संसाधन व्यवस्थापनामध्ये .... व्यवस्थापन महत्त्वाचे आहे.

२. कर्मचाऱ्यांना योग्य .... दिले पाहिजे.

३. प्रशिक्षण कर्मचाऱ्यांच्या .... साठी आवश्यक आहे.

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. खालीलपैकी कोणती गोष्ट अनैतिक मानव संसाधन व्यवस्थापन पद्धत आहे?

अ) छळवणूक	ब) गुणवत्तेवर आधारित निवड
क) न्याय्य पदोन्नती	ड) प्रशिक्षण

२. कर्मचारी निवड कोणत्या आधारावर असावी?

अ) ओळख	ब) गुणवत्ता
क) पक्षपात	ड) धर्म

बरोबर / चूक

१. सुरक्षित कार्यस्थळ हे मानव संसाधन व्यवस्थापनाचे नैतिक कर्तव्य आहे. ( )

२. कर्मचाऱ्यांमध्ये भेदभाव करणे योग्य आहे. ( )

जोड्या जुळवा

अ	**ब**
भरती प्रक्रिया	गुणवत्ता
कर्मचारी कल्याण	कर्मचारी फायदे
समानता	न्याय्य वागणूक

८. **इनसाइडर ट्रेडिंग** (Insider Trading)

८.१ **इनसाइडर ट्रेडिंगचा अर्थ** (Meaning of Insider Trading)

इनसाइडर ट्रेडिंग (Insider Trading) म्हणजे एखाद्या कंपनीशी संबंधित गोपनीय किंवा सार्वजनिक न झालेल्या महत्त्वपूर्ण माहितीचा वापर करून त्या कंपनीच्या शेअर्स किंवा इतर सिक्युरिटीजची खरेदी किंवा विक्री करणे होय. ही माहिती सर्वसामान्य गुंतवणूकदारांना उपलब्ध नसते आणि तिचा वापर करून काही व्यक्ती अन्यायकारक आर्थिक फायदा मिळवू शकतात.

इनसाइडर ट्रेडिंग सहसा कंपनीचे संचालक, वरिष्ठ अधिकारी, कर्मचारी, सल्लागार किंवा कंपनीशी संबंधित अशा व्यक्तींकडून केली जाते ज्यांना गोपनीय माहिती उपलब्ध असते.

उदाहरणार्थ, एखाद्या कंपनीचा नफा मोठ्या प्रमाणात वाढणार आहे ही माहिती सार्वजनिक होण्यापूर्वी एखाद्या अधिकाऱ्याने कंपनीचे शेअर्स खरेदी केले, तर तो अन्यायकारक फायदा मिळवतो. ही कृती इनसाइडर ट्रेडिंग (Insider Trading) म्हणून ओळखली जाते.

अनेक देशांमध्ये इनसाइडर ट्रेडिंग (Insider Trading) बेकायदेशीर मानली जाते कारण ती शेअर बाजारातील न्याय्यता आणि पारदर्शकतेला हानी पोहोचवते.

८.२ इनसाइडर ट्रेडिंगचे प्रकार (Types of Insider Trading)

१. कायदेशीर इनसाइडर ट्रेडिंग (Legal Insider Trading)

कंपनीचे अधिकारी किंवा कर्मचारी कंपनीचे शेअर्स खरेदी किंवा विक्री करू शकतात, परंतु ते संबंधित नियामक संस्थेला (उदा. SEBI) याची माहिती देतात आणि सर्व नियमांचे पालन करतात.

२. बेकायदेशीर इनसाइडर ट्रेडिंग (Illegal Insider Trading)

जेव्हा एखादी व्यक्ती गोपनीय माहितीचा वापर करून स्वतःचा आर्थिक फायदा मिळवते आणि ती माहिती सार्वजनिक नसते, तेव्हा ती कृती बेकायदेशीर मानली जाते.

८.३ इनसाइडर ट्रेडिंगची वैशिष्ट्ये (Characteristics of Insider Trading)

१. गोपनीय माहितीचा वापर केला जातो.

२. माहिती सार्वजनिक झालेली नसते.

३. अन्यायकारक आर्थिक फायदा मिळतो.

४. इतर गुंतवणूकदारांना नुकसान होऊ शकते.

५. बाजारातील न्याय्य स्पर्धा बिघडते.

६. शेअर बाजारावरील विश्वास कमी होतो.

८.४ इनसाइडर ट्रेडिंगचे परिणाम (Consequences of Insider Trading)

- शेअर बाजारातील पारदर्शकता कमी होते.
- सामान्य गुंतवणूकदारांचा विश्वास कमी होतो.
- कायदेशीर कारवाई होऊ शकते.
- दंड किंवा तुरुंगवास होऊ शकतो.
- कंपनीची प्रतिष्ठा कमी होते.
- बाजारातील न्याय्यता बिघडते.
- आर्थिक प्रणालीवर नकारात्मक परिणाम होतो.

८.५ इनसाइडर ट्रेडिंग रोखण्यासाठी उपाय (Preventive Measures for Insider Trading)

१. कठोर कायदे (Strict Laws)

इनसाइडर ट्रेडिंग (Insider Trading) रोखण्यासाठी कठोर कायदे आणि नियमन आवश्यक आहेत.

२. गोपनीय माहितीचे संरक्षण (Protection of Confidential Information)

कंपनीची संवेदनशील माहिती सुरक्षित ठेवली पाहिजे.

३. कर्मचारी जागरूकता (Employee Awareness)

कर्मचाऱ्यांना इनसाइडर ट्रेडिंग (Insider Trading) बाबत नियम आणि शिक्षा यांची माहिती दिली पाहिजे.

४. **नियमित निरीक्षण** (Regular Monitoring)

शेअर व्यवहारांवर नियमित लक्ष ठेवले पाहिजे.

५. **नैतिक संस्कृती विकसित करणे** (Developing Ethical Culture)

संस्थेमध्ये प्रामाणिकपणा आणि जबाबदारीवर आधारित संस्कृती निर्माण केली पाहिजे.

प्रगती तपासा – ८

रिकाम्या जागा भरा

१. इनसाइडर ट्रेडिंगमध्ये .... माहितीचा वापर होतो.

२. इनसाइडर ट्रेडिंग बाजारातील .... कमी करते.

३. ....ट्रेडिंग बेकायदेशीर असू शकते.

बहुपर्यायी प्रश्न

१. इनसाइडर ट्रेडिंग म्हणजे काय?

अ) कायदेशीर जाहिरात   ब) गोपनीय माहितीचा बेकायदेशीर वापर

क) भरती प्रक्रिया   ड) कर भरणा

२. इनसाइडर ट्रेडिंगमुळे कोणता फायदा होतो?

अ) न्याय्य स्पर्धा   ब) अन्यायकारक फायदा

क) पारदर्शकता   ड) ग्राहक समाधान

बरोबर / चूक

१. इनसाइडर ट्रेडिंगमध्ये गोपनीय माहिती वापरली जाते. ( )

२. इनसाइडर ट्रेडिंग बाजारातील विश्वास वाढवते. ( )

जोड्या जुळवा

अ	ब
इनसाइडर ट्रेडिंग	गोपनीय माहिती
दंड	शिक्षा
बाजाराची विश्वासार्हता	न्याय्यता

९. **कॉर्पोरेट फसवणूक** (Corporate Frauds)

९.१ **कॉर्पोरेट फसवणुकीचा अर्थ** (Meaning of Corporate Frauds)

कॉर्पोरेट फसवणुक (Corporate Fraud) म्हणजे कंपनी किंवा संस्थेमध्ये जाणीवपूर्वक फसवणूक, चुकीची माहिती देणे, आर्थिक गैरव्यवहार किंवा बेकायदेशीर कृती करून आर्थिक किंवा वैयक्तिक फायदा

मिळवणे होय. अशा प्रकारच्या फसवणुकीमुळे कंपनी, गुंतवणूकदार, कर्मचारी, ग्राहक आणि समाजाचे नुकसान होऊ शकते.

कॉर्पोरेट फसवणूक सामान्यतः कंपनीचे अधिकारी, व्यवस्थापक, कर्मचारी किंवा बाहेरील संबंधित व्यक्तींकडून केली जाऊ शकते. यामध्ये आर्थिक माहितीमध्ये फेरफार करणे, मालमत्तेचा गैरवापर, भ्रष्टाचार, खोटे व्यवहार दाखवणे किंवा निधी चोरी करणे यांचा समावेश होतो.

कॉर्पोरेट फसवणुक (Corporate Fraud) मुळे कंपनीची प्रतिष्ठा खराब होते, गुंतवणूकदारांचा विश्वास कमी होतो आणि कायदेशीर कारवाई होऊ शकते.

९.२ कॉर्पोरेट फसवणुकीचे प्रकार (Types of Corporate Frauds)

१. आर्थिक विवरणपत्र फसवणूक (Financial Statement Fraud)

कंपनीची आर्थिक स्थिती चांगली दाखवण्यासाठी जाणीवपूर्वक चुकीचे आर्थिक विवरणपत्र (Financial Statements) तयार करणे. उदाहरण: नफा जास्त दाखवणे, तोटा लपवणे.

२. **मालमत्तेचा गैरवापर** (Misappropriation of Assets)

कंपनीची रोकड, साहित्य, उपकरणे किंवा इतर मालमत्ता वैयक्तिक वापरासाठी वापरणे किंवा चोरी करणे. उदाहरण: कंपनीचे पैसे स्वतःच्या खात्यात वळवणे.

३. **भ्रष्टाचार** (Corruption)

लाचलुचपत, बेकायदेशीर कमिशन किंवा वैयक्तिक फायदा मिळवण्यासाठी पदाचा गैरवापर करणे.

उदाहरण: कॉन्ट्रॅक्ट (कंत्राट) Contract मिळवण्यासाठी लाच देणे.

४. **वेतन फसवणूक** (Payroll Fraud)

कंपनीच्या वेतन प्रणालीमध्ये फसवणूक करणे.

उदाहरण: अस्तित्वात नसलेल्या कर्मचाऱ्यांना पगार दाखवणे (काल्पनिक कर्मचारी).

५. **कर फसवणूक** (Tax Fraud)

सरकारला चुकीची माहिती देऊन कर टाळणे किंवा कर चुकवणे. उदाहरण: उत्पन्न कमी दाखवणे.

६. **खरेदी प्रक्रियेतील फसवणूक** (Procurement Fraud)

खरेदी प्रक्रियेमध्ये फसवणूक करणे. उदाहरण: पुरवठादाराकडून कमिशन घेऊन जास्त किंमतीत खरेदी करणे.

९.३ कॉर्पोरेट फसवणुकीची कारणे (Causes of Corporate Frauds)

१. आर्थिक दबाव

२. लोभ (Greed)

३. कमकुवत अंतर्गत नियंत्रण प्रणाली (Internal Control System)

४. व्यवस्थापनाचे अपुरे निरीक्षण

५. नैतिकतेचा अभाव

६. भ्रष्ट संस्थात्मक संस्कृती

७. जलद नफा कमावण्याची इच्छा

९.४ कॉर्पोरेट फसवणुकीचे परिणाम (Effects of Corporate Frauds)

* कंपनीची प्रतिष्ठा खराब होते.
* गुंतवणूकदारांचा विश्वास कमी होतो.
* आर्थिक नुकसान होते.
* कायदेशीर कारवाई होते.
* कर्मचार्यांची नोकरी धोक्यात येते.
* बाजारातील विश्वास कमी होतो.
* व्यवसाय बंद पडू शकतो.
* समाजावर नकारात्मक परिणाम होतो.

९.५ कॉर्पोरेट फसवणूक रोखण्यासाठी उपाय (Preventive Measures for Corporate Frauds)

१. **मजबूत अंतर्गत नियंत्रण प्रणाली** (Internal Control System)

आर्थिक व्यवहारांवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी मजबूत अंतर्गत नियंत्रण प्रणाली आवश्यक आहे.

२. **नियमित लेखापरीक्षण** (Audit)

नियमित लेखापरीक्षण केल्याने फसवणूक लवकर शोधता येते.

३. **नैतिक संस्कृती विकसित करणे**

संस्थेमध्ये प्रामाणिकपणा आणि जबाबदारी यांना प्रोत्साहन दिले पाहिजे.

४. कर्मचारी प्रशिक्षण

कर्मचाऱ्यांना फसवणूक शोधणे (Fraud Detection) आणि नैतिकतेबद्दल प्रशिक्षण दिले पाहिजे.

प्रगती तपासा – ९

रिकाम्या जागा भरा

१. कॉर्पोरेट फसवणुकीमध्ये .... फायदा मिळवण्याचा प्रयत्न केला जातो.

२. चुकीची आर्थिक विवरणपत्रे म्हणजे .... फसवणूक होय.

३. नियमित ....फसवणूक शोधण्यास मदत करते.

बहुपर्यायी प्रश्न

१. खालीलपैकी कोणता कॉर्पोरेट फसवणुकीचा प्रकार आहे?

अ) वेतन फसवणूक ब) ग्राहक समाधान

क) विपणन संशोधन ड) उत्पादन रचना

२. कॉर्पोरेट फसवणुकीमुळे काय कमी होते?

अ) गुंतवणूकदारांचा विश्वास ब) विक्री प्रोत्साहन

क) उत्पादकता ड) जाहिरात

बरोबर / चूक

१. कॉर्पोरेट फसवणुकीमुळे कंपनीची प्रतिष्ठा खराब होऊ शकते. ( )

२. लेखापरीक्षणाचा फसवणुकीशी संबंध नाही. ( )

जोड्या जुळवा

अ	ब
लेखापरीक्षण	तपासणी
भ्रष्टाचार	लाचलुचपत
फसवणूक	फसवणूक

१०. ग्राहक संरक्षण आणि नैतिक विपणन पद्धती (Consumer Protection and Ethical Marketing Practices)

१०.१ ग्राहक संरक्षणाचा अर्थ (Meaning of Consumer Protection)

ग्राहक संरक्षण (Consumer Protection) म्हणजे ग्राहकांच्या हक्कांचे संरक्षण करणे आणि त्यांना अन्यायकारक, फसव्या किंवा शोषण करणाऱ्या व्यावसायिक पद्धतींपासून सुरक्षित ठेवणे होय. ग्राहक हे व्यवसायाचे केंद्रबिंदू असतात आणि कोणत्याही व्यवसायाच्या यशासाठी ग्राहकांचे समाधान अत्यंत महत्त्वाचे असते.

ग्राहक संरक्षणाचा मुख्य उद्देश ग्राहकांना सुरक्षित उत्पादने, योग्य माहिती, न्याय्य किंमत, निवडीचे स्वातंत्र्य आणि तक्रार निवारणाची सुविधा उपलब्ध करून देणे हा आहे.

व्यवसायांनी ग्राहकांना फसवू नये, चुकीची माहिती देऊ नये किंवा निकृष्ट दर्जाची उत्पादने विकू नयेत. ग्राहकांचे हक्क आणि हित सुरक्षित ठेवणे ही व्यवसायाची नैतिक जबाबदारी आहे.

आजच्या स्पर्धात्मक बाजारपेठेमध्ये ग्राहक अधिक जागरूक झाले आहेत आणि व्यवसायांनी अधिक जबाबदारीने काम करणे आवश्यक झाले आहे.

१०.२ **ग्राहकांचे हक्क** (Rights of Consumers)

१. **सुरक्षिततेचा हक्क** (Right to Safety)

ग्राहकांना सुरक्षित आणि गुणवत्तापूर्ण उत्पादने मिळण्याचा हक्क आहे. व्यवसायांनी हानिकारक किंवा धोकादायक उत्पादने विकू नयेत.

२. **माहितीचा हक्क** (Right to Information)

ग्राहकांना उत्पादनाची गुणवत्ता, किंमत, उत्पादन तारीख, कालबाह्यता दिनांक (Expiry Date), वापर पद्धत आणि इतर महत्त्वाची माहिती मिळण्याचा हक्क आहे.

३. **निवडीचा हक्क** (Right to Choose)

ग्राहकांना विविध पर्यायांमधून मुक्तपणे निवड करण्याचा अधिकार आहे. जबरदस्तीने विक्री करणे चुकीचे आहे.

४. **ऐकून घेण्याचा हक्क** (Right to be Heard)

ग्राहकांच्या तक्रारी आणि सूचना यांना योग्य प्रतिसाद मिळाला पाहिजे.

५. **तक्रार निवारणाचा हक्क** (Right to Seek Redressal)

ग्राहकांना फसवणूक किंवा चुकीची सेवा मिळाल्यास न्याय मिळवण्याचा अधिकार आहे.

६. **ग्राहक शिक्षणाचा हक्क** (Right to Consumer Education)

ग्राहकांना त्यांच्या हक्कांबद्दल आणि जबाबदाऱ्यांबद्दल माहिती मिळण्याचा अधिकार आहे.

१०.३ **नैतिक विपणन पद्धती** (Ethical Marketing Practices)

नैतिक विपणन म्हणजे ग्राहकांशी प्रामाणिक, न्याय्य आणि जबाबदारीने व्यवहार करणे.

मुख्य नैतिक विपणन पद्धती पुढीलप्रमाणे आहेत:

१. **सत्य जाहिरात** (Truthful Advertising)

उत्पादनाबद्दल खरी माहिती द्यावी. खोटे दावे करू नयेत.

२. **योग्य किंमत** (Fair Pricing)

उत्पादनासाठी न्याय्य किंमत आकारली पाहिजे. लपविलेले शुल्क नसावे.

३. **योग्य गुणवत्ता** (Quality Assurance)

विक्रीसाठी दिलेली उत्पादने चांगल्या दर्जाची असली पाहिजेत.

४. **ग्राहक गोपनीयतेचा आदर** (Respect for Consumer Privacy)

ग्राहकांची वैयक्तिक माहिती सुरक्षित ठेवली पाहिजे.

५. **चुकीची माहिती टाळणे** (Avoiding Misleading Information)

जाहिरात किंवा विक्रीदरम्यान ग्राहकांना चुकीची माहिती देऊ नये.

६. **विक्रीनंतर सेवा** (After-Sales Service)

ग्राहकांना आवश्यक सेवा आणि सहाय्य विक्रीनंतर दिले पाहिजे.

७. **ग्राहकांशी आदरयुक्त वर्तन** (Respectful Treatment of Consumers)

ग्राहकांशी सभ्य आणि जबाबदार पद्धतीने वागले पाहिजे.

१०.४ ग्राहक संरक्षणाचे महत्त्व (Importance of Consumer Protection)

* ग्राहकांचा विश्वास वाढतो.
* फसवणूक कमी होते.
* बाजारातील न्याय्यता वाढते.
* व्यवसायाची प्रतिष्ठा सुधारते.
* ग्राहक समाधान वाढते.
* दीर्घकालीन ग्राहक संबंध तयार होतात.
* व्यवसाय अधिक जबाबदार बनतो.

प्रगती तपासा – ११

रिकाम्या जागा भरा

१. ग्राहक संरक्षण ग्राहकांच्या .... चे संरक्षण करते.

२. ग्राहकांना .... मिळण्याचा हक्क आहे.

३. नैतिक विपणनामध्ये .... जाहिरात महत्त्वाची आहे.

बहुपर्यायी प्रश्न

१. ग्राहकांचा कोणता हक्क आहे?

अ) सुरक्षिततेचा हक्क   ब) फसवणूक

क) दिशाभूल करणारी माहिती   ड) भ्रष्टाचार

२. नैतिक विपणनामध्ये काय आवश्यक आहे?

अ) खोटी जाहिरात   ब) प्रामाणिक संवाद

क) ग्राहकांचे शोषण   ड) जास्त किंमत आकारणे

बरोबर / चूक

१. ग्राहकांना माहिती मिळण्याचा हक्क आहे. ( )

२. खोटी जाहिरात ही नैतिक विपणनाचा भाग आहे. ( )

जोड्या जुळवा

अ	ब
ग्राहक संरक्षण	ग्राहक हक्क
सुरक्षितता	सुरक्षित उत्पादन
माहिती	योग्य माहिती

११. व्हिसलब्लोइंग – भूमिका, काय करावे आणि काय करू नये

(Whistleblowing - Role, Do's and Don'ts)

११.१ व्हिसलब्लोइंगचा अर्थ (Meaning of Whistleblowing)

व्हिसलब्लोइंग म्हणजे एखाद्या संस्थेमध्ये होत असलेल्या अनैतिक, बेकायदेशीर किंवा चुकीच्या क्रियाकलापांविषयी माहिती संबंधित अधिकाऱ्यांना किंवा योग्य संस्थांना देणे होय. ही माहिती सामान्यतः कर्मचारी, व्यवस्थापक किंवा संस्थेशी संबंधित व्यक्तींकडून दिली जाते.

Whistleblower म्हणजे अशी व्यक्ती जी संस्थेमधील फसवणूक, भ्रष्टाचार, नियमांचे उल्लंघन, आर्थिक गैरव्यवहार, पर्यावरणाला हानी किंवा सार्वजनिक हिताला धोकादायक असलेल्या गोष्टींबद्दल माहिती देते.

व्हिसलब्लोइंग Whistleblowing मुळे संस्थेमधील चुकीच्या क्रिया उघडकीस येतात आणि नुकसान होण्यापूर्वी योग्य कारवाई करता येते. त्यामुळे व्यवसायामध्ये पारदर्शकता, जबाबदारी आणि नैतिकता वाढते.

कधी कधी Whistleblower ला दबाव, धमक्या किंवा नोकरी गमावण्याचा धोका असू शकतो. म्हणून अनेक देशांमध्ये Whistleblower चे संरक्षण करणारे कायदे आहेत.

११.२ व्हिसलब्लोइंगचे प्रकार (Types of Whistleblowing)

१. **अंतर्गत व्हिसलब्लोइंग** (Internal Whistleblowing)

   जेव्हा कर्मचारी संस्थेच्या आत वरिष्ठ अधिकारी किंवा व्यवस्थापनाला चुकीच्या क्रियाकलापांची माहिती देतो. उदाहरण: कंपनीतील आर्थिक फसवणुकीची माहिती व्यवस्थापकला (Manager) ला देणे.

२. **बाह्य व्हिसलब्लोइंग** (External Whistleblowing)

   जेव्हा माहिती सरकारी संस्था, नियामक संस्था, मीडिया किंवा बाहेरील एजन्सींना दिली जाते. उदाहरण: भ्रष्टाचाराची माहिती सरकारी तपास संस्थेला देणे.

११.३ व्हिसलब्लोइंगची भूमिका (Role of Whistleblowing)

१. **फसवणूक उघड करणे** (Exposing Fraud)

   संस्थेमधील आर्थिक किंवा इतर प्रकारच्या फसवणुकीची माहिती उघड करते.

२. **भ्रष्टाचार रोखणे** (Preventing Corruption)

लाचलुचपत आणि भ्रष्ट व्यवहार थांबविण्यास मदत करते.

३. **कायद्याचे पालन सुनिश्चित करणे** (Ensuring Legal Compliance)

संस्थेला कायदे आणि नियमांचे पालन करण्यास भाग पाडते.

४. **संस्थेची प्रतिष्ठा जपणे** (Protecting Organizational Reputation)

चुकीच्या गोष्टी लवकर थांबवल्यास संस्थेची प्रतिमा सुरक्षित राहते.

५. **सार्वजनिक हिताचे संरक्षण** (Protecting Public Interest)

समाजाला हानी पोहोचवणाऱ्या कृती थांबवता येतात.

६. **नैतिक संस्कृती निर्माण करणे** (Building Ethical Culture)

कर्मचाऱ्यांमध्ये प्रामाणिकपणा आणि जबाबदारी वाढते.

११.४ व्हिसलब्लोइंगमध्ये काय करावे (Do's)

१. सत्य माहिती द्यावी- माहिती खरी आणि पडताळता येण्यासारखी असावी.
२. योग्य पुरावे जमा करावेत- तक्रार करण्यापूर्वी आवश्यक कागदपत्रे किंवा पुरावे असावेत.
३. योग्य प्राधिकरणाला माहिती द्यावी- योग्य वरिष्ठ अधिकारी किंवा संबंधित संस्थेकडे तक्रार करावी.
४. नियमांचे पालन करावे- कंपनीच्या झेश्रळलू आणि कायद्यांचे पालन करावे.
५. गोपनीयता राखावी- अनावश्यकपणे इतर लोकांमध्ये माहिती पसरवू नये.
६. सार्वजनिक हित लक्षात घ्यावे- व्यक्तिगत सूड न ठेवता समाज किंवा संस्थेच्या हितासाठी काम करावे.

११.५ व्हिसलब्लोइंगमध्ये काय करू नये (Don'ts)

१. खोटी माहिती देऊ नये- खोटे आरोप करणे चुकीचे आणि बेकायदेशीर असू शकते.
२. वैयक्तिक सूड घेऊ नये- तक्रार वैयक्तिक रागातून करू नये.
३. पुराव्याशिवाय आरोप करू नये- योग्य आधार नसताना आरोप टाळावेत.
४. गोपनीय माहिती सार्वजनिक करू नये- संवेदनशील माहिती चुकीच्या व्यक्तींना देऊ नये.
५. अफवा पसरवू नयेत- अपुरी माहितीवर आधारित चर्चा किंवा अफवा टाळाव्यात.
६. कायद्याचे उल्लंघन करू नये- तक्रार करताना कायदेशीर प्रक्रिया मोडू नये.

११.६ व्हिसलब्लोइंगचे फायदे (Benefits of Whistleblowing)

- ✻ फसवणूक लवकर शोधता येते.
- ✻ भ्रष्टाचार कमी होतो.
- ✻ संस्थेमध्ये पारदर्शकता वाढते.
- ✻ नैतिक संस्कृती निर्माण होते.
- ✻ सार्वजनिक हिताचे संरक्षण होते.
- ✻ कायदेशीर जोखीम कमी होते.
- ✻ संस्थेवरील विश्वास वाढतो.

प्रगती तपासा – ११

बहुपर्यायी प्रश्न (MCQs)

१. Whistleblowing चा मुख्य उद्देश काय आहे?

अ) फसवणूक उघड करणे　　ब) मार्केटिंग वाढवणे

क) विक्री प्रोत्साहन　　ड) किंमत नियंत्रण

२. खालीलपैकी काय करू नये?

अ) खोटी तक्रार करणे　　ब) पुरावे जमा करणे

क) कायदेशीर अहवाल देणे　　ड) गोपनीयता राखणे

बरोबर / चूक

१. व्हिसलब्लोइंग मुळे भ्रष्टाचार रोखता येतो. ( )

२. पुराव्याशिवाय आरोप करणे योग्य आहे. ( )

जोड्या जुळवा

A	B
Whistleblower	माहिती देणारी व्यक्ती
Fraud	फसवणूक
Confidentiality	गोपनीयता

प्रगती तपासा – १२

रिकाम्या जागा भरा (Fill in the Blanks)

१. कॉर्पोरेट फसवणुक मुळे कंपनीची .... कमी होऊ शकते.

२. ग्राहक संरक्षण, ग्राहकांच्या .... चे संरक्षण करते.

३. Whistleblowing मुळे संस्थेमध्ये .... वाढते.

४. १. खालीलपैकी ग्राहकांचा हक्क कोणता आहे?

अ) सुरक्षिततेचा हक्क ब) फसवणूक

क) भ्रष्टाचार ड) आंतरिक व्यापार

५. २. कॉर्पोरेट फसवणूक रोखण्यासाठी कोणती गोष्ट महत्त्वाची आहे?

अ) अंतर्गत नियंत्रण ब) दिशाभूल करणारी माहिती

क) करचोरी ड) भ्रष्टाचार

बरोबर / चूक (True / False)

१. ग्राहक संरक्षण ग्राहकांना सुरक्षित ठेवते. ( )

२. व्हिसलब्लोइंग ही अनैतिक प्रक्रिया आहे. ( )

१३. प्रगती तपासा – १ (Answer Key)

रिकाम्या जागा:

१. नैतिक तत्त्वे २. कार्ये

३. विश्वास

MCQ:

१. ब २. अ

बरोबर / चूक:

१. बरोबर २. चूक

जोड्या जुळवा:

१. व्यवसाय नैतिकता अ) नैतिक मूल्ये

२. प्रामाणिकपणा ब) विश्वास

३. जबाबदारी क) कर्तव्य

प्रगती तपासा – २

रिकाम्या जागा:

१. उत्पादन २. गुणवत्ता

३. सुरक्षितता

MCQ:

१. अ २. अ

बरोबर / चूक:

१. बरोबर २. चूक

जोड्या जुळवा:

१. उत्पादन — अ) निर्मिती

२. गुणवत्ता — ब) दर्जा

३. सुरक्षितता — क) संरक्षण

प्रगती तपासा – ३

रिकाम्या जागा:

१. गुणवत्ता नियंत्रण — २. विश्वास

३. प्रतिष्ठा

MCQ:

१. अ — २. अ

बरोबर / चूक:

१. बरोबर — २. चूक

जोड्या जुळवा:

१. गुणवत्ता — अ) उत्कृष्टता

२. ग्राहक — ब) समाधान

३. उत्पादन — क) सुरक्षितता

प्रगती तपासा – ४

रिकाम्या जागा:

१. सत्य आणि प्रामाणिक — २. दिशाभूल

३. प्रतिष्ठा

MCQ:

१. अ — २. ब

बरोबर / चूक:

१. बरोबर — २. चूक

जोड्या जुळवा:

१. जाहिरात — अ) सत्यता

२. किंमत निर्धारण — ब) न्याय्यता

३. गोपनीयता — क) माहितीची गुप्तता

प्रगती तपासा – ५

रिकाम्या जागा:

१. पारदर्शकता 	२. चुकवणे

३. प्रामाणिकपणा

MCQ:

१. ब 	२. ब

बरोबर / चूक:

१. चूक 	२. बरोबर

जोड्या जुळवा:

१. पारदर्शकता	अ) गुंतवणूकदारांचा विश्वास
२. इनसाइडर ट्रेडिंग	ब) बेकायदेशीर कृती
३. कर नियमांचे पालन	क) कायदेशीर कर्तव्य

प्रगती तपासा – ६

रिकाम्या जागा:

१. अचूक 	२. सचोटी

३. विश्वास

MCQ:

१. ब 	२. अ

बरोबर / चूक:

१. चूक 	२. बरोबर

जोड्या जुळवा:

१. सचोटी	अ) प्रामाणिकपणा
२. लेखापरीक्षण	ब) पडताळणी
३. गोपनीयता	क) माहिती संरक्षण

प्रगती तपासा – ७

रिकाम्या जागा:

१. मानव संसाधन 	२. वेतन

३. विकास

MCQ:

१. अ 	२. ब

बरोबर / चूक:

१. बरोबर	२. चूक

जोड्या जुळवा:

१. भरती प्रक्रिया	अ) गुणवत्ता
२. कर्मचारी कल्याण	ब) कर्मचारी फायदे
३. समानता	क) न्याय्य वागणूक

प्रगती तपासा – ८

रिकाम्या जागा:

१. गोपनीय	२. पारदर्शकता

३. इनसाइडर

MCQ:

१. ब	२. ब

बरोबर / चूक:

१. बरोबर	२. चूक

जोड्या जुळवा:

१. इनसाइडर ट्रेडिंग	अ) गोपनीय माहिती
२. दंड	ब) शिक्षा
३. बाजाराची विश्वासार्हता	क) न्याय्यता

प्रगती तपासा – ९

रिकाम्या जागा:

१. आर्थिक / वैयक्तिक	२. आर्थिक विवरणपत्र

३. लेखापरीक्षण

MCQ:

१. अ	२. अ

बरोबर / चूक:

१. बरोबर	२. चूक

जोड्या जुळवा:

१. लेखापरीक्षण	अ) तपासणी
२. भ्रष्टाचार	ब) लाचलुचपत
३. फसवणूक	क) गैरव्यवहार

प्रगती तपासा – १०

रिकाम्या जागा:

१. हक्कांचे

२. सुरक्षित उत्पादन

३. सत्य

MCQ:

१. अ

२. ब

बरोबर / चूक:

१. बरोबर

२. चूक

जोड्या जुळवा:

१. ग्राहक संरक्षण	अ) ग्राहक हक्क
२. सुरक्षितता	ब) सुरक्षित उत्पादन
३. माहिती	क) योग्य माहिती

प्रगती तपासा – ११

MCQ:

१. अ

२. अ

बरोबर / चूक:

१. बरोबर

२. चूक

जोड्या जुळवा:

१. व्हिसलब्लोअर	अ) माहिती देणारी व्यक्ती
२. फसवणूक	ब) Fraud
३. गोपनीयता	क) Confidentiality

प्रगती तपासा – १२

रिकाम्या जागा:

१. प्रतिष्ठा

२. हक्कांचे

३. पारदर्शकता

MCQ:

१. अ

२. अ

३. अ

बरोबर / चूक:

१. बरोबर

२. चूक

१४. सराव प्रश्न (Exercise)

अ) लघुउत्तर प्रकारचे प्रश्न (Short -nswer Questions)

१. व्यवसायातील नैतिकता म्हणजे काय?

२. व्यवसायातील प्रमुख कार्ये कोणती आहेत?

३. उत्पादन कार्यामधील नैतिकतेचा अर्थ स्पष्ट करा.

४. विपणन कार्यातील नैतिकतेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

५. वित्त कार्यातील नैतिकता म्हणजे काय?

६. लेखांकन कार्यातील नैतिकतेची संकल्पना स्पष्ट करा.

७. मानव संसाधन व्यवस्थापन (HRM) मधील नैतिकतेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

८. आतल्या व्यापार (Insider Trading) म्हणजे काय?

९. कॉर्पोरेट फसवणूक (Corporate Fraud) ची व्याख्या द्या.

१०. ग्राहक संरक्षण (Consumer Protection) म्हणजे काय?

११. ग्राहकांचे कोणतेही चार हक्क लिहा.

१२. व्हिसलब्लोइंग (Whistleblowing) म्हणजे काय?

१३. व्हिसलब्लोअर (Whistleblower) ची भूमिका स्पष्ट करा.

१४. नैतिक विपणन पद्धती म्हणजे काय?

१५. कॉर्पोरेट फसवणुकीचे कोणतेही चार प्रकार लिहा.

ब) दीर्घ उत्तर प्रकारचे प्रश्न (Long Answer Questions)

१. व्यवसायातील नैतिकतेची संकल्पना स्पष्ट करा आणि त्याच्या विविध व्याख्या लिहा.

२. व्यवसायाची प्रमुख कार्ये सविस्तर स्पष्ट करा.

३. उत्पादन कार्यामधील नैतिकतेचे महत्त्व आणि नैतिक पद्धती स्पष्ट करा.

४. विपणन कार्यातील नैतिकतेचा अर्थ स्पष्ट करा आणि महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती सांगा.

५. वित्त कार्यामधील नैतिकता म्हणजे काय? वित्त व्यवस्थापनातील नैतिक पद्धती स्पष्ट करा.

६. लेखांकन कार्यामधील नैतिकतेचे महत्त्व स्पष्ट करा.

७. मानव संसाधन व्यवस्थापन (HRM) मधील नैतिकतेचा अर्थ स्पष्ट करा आणि त्यातील महत्त्वाच्या नैतिक पद्धती लिहा.

८. Insider Trading म्हणजे काय? त्याचे प्रकार, परिणाम आणि प्रतिबंधात्मक उपाय स्पष्ट करा.

९. कॉर्पोरेट फसवणूक (Corporate Fraud) म्हणजे काय? त्याचे प्रकार, कारणे आणि प्रतिबंधात्मक उपाय स्पष्ट करा.

१०. ग्राहक संरक्षण (Consumer Protection) ची संकल्पना स्पष्ट करा आणि ग्राहकांचे हक्क लिहा.

११. नैतिक विपणन पद्धती (Ethical Marketing Practices) म्हणजे काय? त्यांचे महत्त्व स्पष्ट करा.

१२. व्हिसलब्लोइंग (Whistleblowing) म्हणजे काय? त्याची भूमिका तसेच Do’s आणि Don’ts स्पष्ट करा.

संदर्भ सूची (References)

Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S. (2023). Auditing and assurance services: An integrated approach (18th ed.). Pearson.

Boatright, J. R. (2017). Ethics and the conduct of business (8th ed.). Pearson.

Carroll, A. B., Brown, J. A., Buchholtz, A. K. (2018). Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management (10th ed.). Cengage Learning.

Crane, A., Matten, D. (2016). Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization (4th ed.). Oxford University Press.

Crane, A., Matten, D., Glozer, S., Spence, L. J. (2019). Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization (5th ed.). Oxford University Press.

Daft, R. L. (2022). Management (15th ed.). Cengage Learning.

Davis, K., Blomstrom, R. L. (1975). Business and society: Environment and responsibility (3rd ed.). McGraw-Hill.

Ferrell, O. C., Fraedrich, J., Ferrell, L. (2022). Business ethics: Ethical decision making and cases (13th ed.). Cengage Learning.

Gitman, L. J., Juchau, R., Flanagan, J. (2022). Principles of managerial finance (9th Asia-Pacific ed.). Pearson.

Horngren, C. T., Sundem, G. L., Elliott, J. A., Philbrick, D. (2018). Introduction to financial accounting (12th ed.). Pearson.

Koontz, H., Weihrich, H., Cannice, M. V. (2020). Management: A global, innovative, and entrepreneurial perspective (15th ed.). McGraw-Hill Education.

Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A. (2022). Marketing management (16th ed.). Pearson.

Mondy, R. W., Martocchio, J. J. (2016). Human resource management (14th ed.). Pearson.

Robbins, S. P., Coulter, M., DeCenzo, D. A. (2021). Fundamentals of management (11th ed.). Pearson.

Schermerhorn, J. R. (2023). Management (15th ed.). Wiley.

Schiffman, L. G., Wisenblit, J. (2019). Consumer behavior (12th ed.). Pearson.

Solomon, R. C. (1999). A better way to think about business: How personal integrity leads to corporate success. Oxford University Press.

Trevino, L. K., Nelson, K. A. (2021). Managing business ethics: Straight talk about how to do it right (8th ed.). Wiley.

Velasquez, M. G. (2018). Business ethics: Concepts and cases (8th ed.). Pearson.

Werther, W. B., Davis, K. (2021). Human resources and personnel management. McGraw-Hill Education.

Williams, C. (2022). MGMT (14th ed.). Cengage Learning.

Government of India. (2019). The Consumer Protection Act, 2019. Ministry of Consumer Affairs, Food and Public Distribution.

Securities and Exchange Board of India. (2021). SEBI (Prohibition of Insider Trading) Regulations, 2015 (as amended). SEBI.

Institute of Chartered Accountants of India. (2024). Code of ethics. ICAI.

❑❑❑

घटक – ४

कंपनीची सामाजिक जबाबदारी आणि पर्यावरण, सामाजिक व सुशासन

उद्दिष्टे :

या घटकाच्या अध्ययनानंतर तुम्ही

१. कंपनीची सामाजिक जबाबदारी संदर्भातील कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५ अंतर्गत तरतुदी समजून घ्याल.

२. अहवाल सादर करण्यासाठी पर्यावरणीय, सामाजिक आणि प्रशासन निकष स्पष्ट कराल.

३. एनरॉन व सत्यम या कंपन्यांमधील घोटाळ्यांचे स्वरूप व परिणाम यांच्यात सहसंबंध लावू शकाल.

....

१. प्रस्तावना (Introduction)

कॉर्पोरेट गव्हर्नन्सचा अभ्यास करताना आपण कंपन्यांच्या व्यवस्थापनाची रचना, त्यामागील तत्त्वज्ञान आणि त्यासाठी आवश्यक असलेले कायदेशीर चौकट यांचा सखोल विचार केला. या प्रक्रियेत कंपन्यांनी पारदर्शकता, जबाबदारी आणि नैतिकता कशी जपावी हे स्पष्ट झाले. संस्थेच्या यशामध्ये केवळ नफा किंवा आर्थिक वाढ हाच निकष नसून, तिच्या निर्णयप्रक्रियेत प्रामाणिकपणा, उत्तरदायित्व आणि सर्व घटकांप्रती न्याय यांचे महत्त्व अधोरेखित झाले.

याच विचारसरणीचा पुढील टप्पा म्हणजे व्यवसाय आणि समाज यांच्यातील नाते अधिक दृढ करणे होय. आधुनिक काळात कंपन्यांकडून केवळ उत्पादन व सेवा पुरविण्याची अपेक्षा नसून, समाजाच्या सर्वांगीण विकासात सक्रिय सहभाग अपेक्षित आहे. उद्योगसंस्था या समाजाचा अविभाज्य भाग असल्यामुळे त्यांच्या कार्याचा परिणाम समाजावर आणि पर्यावरणावर थेट होत असतो. त्यामुळे व्यवसाय करताना सामाजिक मूल्ये आणि पर्यावरणीय संतुलन यांचा विचार करणे ही काळाची गरज बनली आहे.

पूर्वी कंपन्यांचे उद्दिष्ट प्रामुख्याने नफा मिळवणे आणि भागधारकांचे हित जपणे असे होते. परंतु जागतिकीकरण, औद्योगिकीकरण आणि तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे व्यवसायाचे स्वरूप बदलले आहे. आता कंपन्यांना समाजातील विविध घटकांशी – जसे की कर्मचारी, ग्राहक, पुरवठादार, स्थानिक समुदाय आणि पर्यावरण – यांच्याशी सुसंवाद राखणे आवश्यक झाले आहे. या सर्व घटकांच्या अपेक्षा लक्षात घेऊन कार्य केल्यासच संस्थेचा दीर्घकालीन विकास साध्य होऊ शकतो.

२. विषय विवेचन

व्यवसायातील निर्णयांचा पर्यावरणावर होणारा परिणाम हा आज अत्यंत महत्त्वाचा विषय बनला आहे. औद्योगिक क्रियांमुळे प्रदूषण, नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा अतिरेकी वापर आणि हवामानातील बदल यांसारख्या समस्या निर्माण झाल्या आहेत. त्यामुळे कंपन्यांनी आपल्या कार्यपद्धतीत पर्यावरणपूरक उपायांचा अवलंब करणे आवश्यक ठरते. त्याचबरोबर सामाजिक दृष्टीकोनातूनही कंपन्यांनी शिक्षण, आरोग्य, समानता आणि सामाजिक

न्याय यांसारख्या क्षेत्रांत योगदान देणे अपेक्षित आहे.प्रशासनाच्या दृष्टीने पाहता, संस्थेमध्ये पारदर्शकता, नैतिकता आणि योग्य नियंत्रण व्यवस्था असणे अत्यंत आवश्यक आहे. योग्य निर्णयप्रक्रिया, जबाबदारीची स्पष्ट विभागणी आणि प्रभावी देखरेख यामुळे संस्थेवर विश्वास निर्माण होतो. गुंतवणूकदार, ग्राहक आणि समाज या सर्वांचा विश्वास टिकवून ठेवण्यासाठी संस्थेने प्रामाणिक आणि उत्तरदायी वर्तन करणे आवश्यक आहे.

या पार्श्वभूमीवर, आधुनिक व्यवसाय व्यवस्थापनात सामाजिक, पर्यावरणीय आणि प्रशासनिक घटकांचा समन्वय साधण्यावर विशेष भर दिला जातो. यामुळे कंपन्यांचे कार्य केवळ आर्थिक मर्यादेत न राहता व्यापक सामाजिक उद्दिष्टांशी जोडले जाते. अशा प्रकारे व्यवसायाची भूमिका अधिक जबाबदार आणि संवेदनशील बनते. प्रकरण खत मध्ये आपण या व्यापक दृष्टीकोनाचा अभ्यास करणार आहोत. आधीच्या युनिट्समध्ये शिकलेल्या तत्त्वांचा येथे अधिक विस्तार करून, कंपन्यांनी समाज, पर्यावरण आणि प्रशासन यांच्यात संतुलन कसे राखावे हे समजून घेता येईल. यामुळे व्यवसाय अधिक टिकाऊ, नैतिक आणि समाजाभिमुख बनण्यास मदत होते. अखेर, आजच्या स्पर्धात्मक आणि बदलत्या व्यावसायिक वातावरणात संस्थेचे यश केवळ आर्थिक कामगिरीवर अवलंबून नसून, तिच्या सामाजिक जबाबदारीवर आणि नैतिक मूल्यांवरही आधारित आहे. त्यामुळे व्यवसाय आणि समाज यांच्यातील समतोल साधणे हेच खरे आधुनिक व्यवस्थापनाचे वैशिष्ट्य ठरते.

२.१ कंपनीची सामाजिक जबाबदारी संदर्भातील कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५ अंतर्गत तरतुदी

कंपनी कायदा २०१३ च्या कलम १३५ अंतर्गत कंपन्यांसाठी सामाजिक जबाबदारी (कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी) बाबतीत नियम लागू करण्यात आले आहेत. ज्या कंपन्यांची आर्थिक उलाढाल किंवा नफा एका ठराविक मर्यादेपेक्षा जास्त असतो जास्त असतो त्यांना समाजाच्या कल्याणासाठी काही रक्कम खर्च करणे कायद्यानुसार बंधनकारक आहे. कंपनीची सामाजिक जबाबदारी संदर्भातील कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५ अंतर्गत तरतुदी खालील प्रमाणे आहेत.

१. कोणत्या कंपनीला लागू –

कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५ नुसार जी कंपनी मागील आर्थिक वर्षामध्ये खालीलपैकी कोणतीही एक अट पूर्ण करते त्या कंपनीला सी. एस. आर. च्या तरतुदी लागू होतात.

अ) कंपनीची निव्वळ संपत्ती (Net Worth) ५०० कोटी रुपये किंवा त्यापेक्षा अधिक असणे.

ब) कंपनीची उलाढाल (Turnover) १००० कोटी रुपये किंवा त्यापेक्षा अधिक असणे.

क) कंपनीचा निव्वळ नफा (Net Profit) ५ कोटी रुपये किंवा त्यापेक्षा अधिक असणे.

(सी. एस. आर.साठी निव्वळ नफयाची गणना कंपनी कायदा २०१३ च्या कलम १९८ नुसार केली जाते.)

२. खर्च करण्याची अट–

वर नमूद केलेल्या कोणत्याही मुद्द्यांतर्गत येणाऱ्या कंपनीने मागील तीन आर्थिक वर्षातील तिच्या सरासरी निव्वळ नफ्याच्या किमान २% रक्कम सी. एस. आर. वर खर्च करणे आवश्यक आहे.

जर कंपनीची स्थापना झाल्यापासून तीन आर्थिक वर्षे पूर्ण झाली नसती तर अशा कंपनीने तिच्या सी. एस. आर. धोरणानुसार मागील आर्थिक वर्षात मिळवलेल्या सरासरी निव्वळ नफ्याच्या २ टक्के रक्कम खर्च करणे बंधनकारक आहे.

३. सी. एस. आर. समिती –

ज्या कंपनीला सी. एस. आर.च्या तरतुदी लागू आहेत त्या कंपनीने सी. एस. आर. समिती स्थापन करणे गरजेचे असते.

अ. सी. एस. आर. समितीमध्ये तीन किंवा अधिक संचालक असावेत. ज्यामध्ये एक संचालक स्वतंत्र असावा.

ब. जर स्वतंत्र संचालकाची नियुक्ती अनिवार्य नसेल तर सूचीबद्ध नसलेल्या सार्वजनिक कंपनीला किंवा खाजगी कंपनीला स्वतंत्र संचालकाशिवाय तिची सी. एस. आर. समिती असू शकते.

क. ज्या खाजगी कंपनीच्या संचालक मंडळावर केवळ दोनसंचालक आहेत ती कंपनी आपली सी. एस. आर. समिती दोन संचालकांसह गठीत करेल.

ड. परदेशी कंपनीच्या बाबतीत सी. एस. आर. समितीमध्ये किमान दोन व्यक्तींचा समावेश असेल. यापैकी एका व्यक्तीची नियुक्ती परदेशी कंपनीमार्फत केली जाईल व दुसरी व्यक्ती भारतातीलच रहिवासी असेल आणि परदेशी कंपनीच्यावतीने सूचना व इतर कागदपत्रे स्वीकारेल.

जर सी. एस. आर. वर खर्च करावयाची रक्कम ५० लाख रुपयांपेक्षा जास्त नसेल तर सी. एस. आर. समिती स्थापन करण्याची गरज नाही अशा वेळी सी. एस. आर. समितीचे काम संचालक मंडळ करेल.

४. सी. एस. आर. समितीची कर्तव्ये–

सी. एस. आर. समितीची कर्तव्ये पुढील प्रमाणे आहेत.

अ. सी. एस. आर. समिती कंपनीसाठी सी. एस. आर. धोरण तयार करून त्याची शिफारस करेल. सी. एस. आर. धोरण तयार करताना सी. एस. आर. समिती भारतीय कंपनी कायदा २०१३ मधील सातव्या अनुसूची मध्ये नमूद केलेल्या उपक्रमांपैकी योग्य उपक्रमाची निवड करून हाती घ्यावयाच्या उपक्रमाचा उल्लेख करेल.

ब. सदर उपक्रमांसाठी लागणाऱ्या रकमेची शिफारस सी. एस. आर. समिती संचालक मंडळाकडे करेल.

क. सी. एस. आर. समिती वेळोवेळी कंपनीच्या धोरणांचे निरीक्षण करून कंपनीने हाती घेतलेल्या सी. एस. आर. उपक्रमांच्या अंमलबजावणीसाठी पारदर्शक नियंत्रण यंत्रणा प्रस्थापित करेल.

५. सी. एस. आर. निधीचा खर्च –

सी. एस. आर. निधीचा खर्च कंपनी कायदा २०१३ च्या अनुसूची तखख मध्ये नमूद केलेल्या उपक्रमांवर केला जाईल यामध्ये पुढील उपक्रमांचा समावेश होतो.

i. दारिद्र्य भूक आणि कुपोषण यांचे निर्मूलन करणे, स्वच्छतेच्या प्रचारासाठी केंद्र सरकारने स्थापन केलेल्या स्वच्छ भारत कोषात रक्कम देणे आणि सुरक्षित पिण्याचे पाणी उपलब्ध करून देणे.

ii. शिक्षणामध्ये सुधारणा, ज्यामध्ये विशेष शिक्षण मुले महिला ज्येष्ठ नागरिक आणि दिव्यांग यांच्यासाठी रोजगार सक्षम करणारी व्यावसायिक कौशल्य आणि उपजीविका वाढवणारे प्रकल्प यांचा समावेश होतो.

iii. लिंग समानता सुधारणे महिला आणि अनाथांसाठी गरीब व वस्तीग्रह उभारणे, महिलांना सक्षम करणे,

वृद्धाश्रम, पाळणाघरे आणि ज्येष्ठ नागरिकांसाठी अशा इतर सुविधा उभारणे आणि सामाजिक आर्थिक दृष्ट्या मागासलेल्या गटांना भेडसावणारी विषमता कमी करण्यासाठी उपाय योजना करणे.

iv. पर्यावरणाची शाश्वतता परिसंस्थेचा समतोल वनस्पती व प्राणी जीवनाचे संरक्षण पशु कल्याण कृषी वनीकरण नैसर्गिक संसाधनांचे संवर्धन माती हवा पाण्याची गुणवत्ता टिकवून ठेवणे नद्यांचा पुनरुज्जीवन यांचा समावेश आहे.

v. राष्ट्रीय वारसा कला आणि संस्कृतीचे संरक्षण ज्यामध्ये महत्त्वाच्या ऐतिहासिक इमारती स्थळे कलाकृती यांचा जिर्णोद्धार त्याचप्रमाणे सार्वजनिक ग्रंथालय स्थापन करणे पारंपारिक कला हस्तकला यांच्या विकासासाठी प्रयत्न करणे.

vi. सशस्त्र दलातील निवृत्त सैनिक विधवा आणि त्यांच्या कुटुंबीयांच्या तसेच केंद्रीय सशस्त्र पोलीस आणि केंद्रीय निमलष्करी दलामधून निवृत्त झालेले सैनिक किंवा त्यांच्या विधवा आणि त्यांच्या कुटुंबीयांच्या फायद्यासाठी उपाय योजना करणे.

vii. ग्रामीण खेळ, राष्ट्रीय स्तरावरील मान्यताप्राप्त खेळ, पॅरालंपिक खेळ, ऑलिंपिक खेळांना प्रोत्साहन देण्यासाठी प्रशिक्षणाची सोय करणे.

viii. पंतप्रधान राष्ट्रीय मदत निधी, पंतप्रधान केंद्रीय सहाय्यता निधी, आपत्कालीन मदत निधी किंवा अनुसूचित जाती, अनुसूचित आणि मागासवर्ग इतर मागासवर्ग अल्पसंख्यांक आणि महिला यांच्या आर्थिक-सामाजिक विकासासाठी, कल्याणासाठी केंद्र सरकारने स्थापन केलेल्या इतर कोणत्याही निधीमध्ये योगदान

ix. केंद्र सरकार, राज्य सरकार, सार्वजनिक क्षेत्रातील उपक्रम किंवा केंद्र सरकार किंवा राज्य सरकारच्या कोणत्याही संस्थेद्वारे निधी पुरवठा केलेल्या विज्ञान, तंत्रज्ञान, अभियांत्रिकी आणि वैद्यक क्षेत्रातील किंवा संशोधन आणि विकास प्रकल्पांमध्ये योगदान

x. शाश्वत विकास उद्दिष्टांना प्रोत्साहन देण्याच्या उद्देशाने विज्ञान, तंत्रज्ञान, अभियांत्रिकी आणि वैद्यकशास्त्रामध्ये संशोधन करणाऱ्या सार्वजनिक अनुदानित विद्यापीठे, आयआयटी, राष्ट्रीय प्रयोगशाळा आणि डी.ए.ई., डी.एस.टी., औषधनिर्माण विभाग, आयुष मंत्रालय, इलेक्ट्रॉनिक्स आणि माहिती तंत्रज्ञान मंत्रालय आणि इतर संस्था म्हणजेच डी.आर.डी.ओ., आय.सी.ए.आर., आय.सी.एम.आर. आणि सी.एस.आय.आर. स्थापित स्वायत्त संस्थांना योगदान

xi. ग्रामीण विकास प्रकल्प

xii. झोपडपट्टी क्षेत्र विकास

xiii. आपत्ती व्यवस्थापन

कंपनी आपला व्यवसाय चालवत असलेल्या स्थानिक परिसरात निधी खर्च करण्यास प्राधान्य देईल.

६. न वापरलेले कंपनीची सामाजिक जबाबदारी खाते –

भारतीय कंपनी कायदा २०१३ मधील कलम १३५ च्या तरतुदीनुसार पात्र कंपन्यांना त्यांच्या निव्वळ नफ्यातील २ टक्के रक्कम दरवर्षी पूर्णपणे सी. एस. आर. कार्यावर खर्च करणे बंधनकारक असते. कंपनीच्या सामाजिक जबाबदारी साठी कायद्यानुसार निर्धारित केलेली रक्कम ठराविक आर्थिक वर्षांमध्ये खर्च न झाल्यामुळे

एका सूचीबद्ध बँकेच्या विशिष्ट बँक खात्यात जमा केली जाते. त्यास मन वापरलेले कंपनी सामाजिक जबाबदारी खाते' असे म्हटले जाते.

चालू असलेल्या प्रकल्पाशी संबंधित– जर कंपनीने निर्धारित केलेली सी. एस. आर. रक्कम त्या आर्थिक वर्षांमध्ये पूर्णपणे खर्च केली नाही तर उरलेली रक्कम आर्थिक वर्ष संपल्यानंतर तीस दिवसाच्या आत एका विशेष न वापरलेल्या सी. एस. आर. खात्यामध्ये जमा करणे कायद्याने अनिवार्य असते. या खात्यामध्ये जमा केलेली रक्कम कंपनीला पुढील तीन आर्थिक वर्षांमध्ये सी. एस. आर. कामांसाठीच वापरणे अनिवार्य असते.

चालू नसलेल्या प्रकल्पाच्या बाबतीत – जर प्रकल्प चालू नसेल तर न खर्च केलेली रक्कम सहा महिन्याच्या आत खाली निर्दिष्ट केलेल्या कोणत्याही निधीमध्ये जमा करावी लागते.

i. पंतप्रधानांच्या राष्ट्रीय मदत निधीमध्ये दिलेले योगदान

ii. अनुसूचित जाती, अल्पसंख्यांक, आदिवासी, महिला आणि इतर मागासलेल्या वर्गांच्या सामाजिक–आर्थिक विकास, मदत आणि कल्याण संदर्भात केंद्र सरकारद्वारे इतर कोणत्याही निधीमध्ये योगदान करणे.

iii. खालील बाबींना दिलेले आर्थिक योगदान

सार्वजनिक निधीमधून चालणारी विद्यापीठे

भारतीय तंत्रज्ञान संस्था

खालील संस्थांतर्गत स्थापित राष्ट्रीय प्रयोगशाळा आणि स्वायत्त संस्था

भारतीय कृषी संशोधन परिषद

वैज्ञानिक आणि औद्योगिक संशोधन परिषद

अणुऊर्जा विभाग

जैवतंत्रज्ञान विभाग

औषधनिर्माण विभाग

आयुर्वेद, योग आणि निसर्गोपचार, युनानी, सिद्ध आणि होमिओपथी मंत्रालय (आयुष)

इलेक्ट्रॉनिक्स आणि माहिती तंत्रज्ञान मंत्रालय

भारतीय वैद्यकीय संशोधन परिषद

संरक्षण संशोधन आणि विकास संस्था

७. सी. एस. आर. अहवाल

कंपन्यांना त्यांच्या वार्षिक अहवालात सी. एस. आर. खर्चाचा तपशील देणे कायद्यानुसार अनिवार्य आहे. परदेशी कंपन्याच्या ताळेबंद पत्रकामध्ये सी. एस. आर. बाबतीत परिशिष्ठ असणे गरजेचे आहे.

८. सी. एस. आर. –१ आणि सी. एस. आर. –२ फॉर्म

कंपन्यांनी सी. एस. आर. प्रकल्प आणि सी. एस. आर. उपक्रमांना पूर्व मंजुरी मिळवण्यासाठी सी. एस. आर. १ नोंदणी अर्ज भरणे आवश्यक असते. तसेच एका आर्थिक वर्षात हाती घेतलेल्या सी. एस. आर. उपक्रमांची आणि खर्च केलेल्या निधीची माहिती देण्यासाठी सी. एस. आर. २ हा फॉर्म भरावयाचा असतो.

९. सी. एस. आर. तरतुदींचे पालन न केल्यास होणारी कायदेशीर कारवाई व दंड –

कंपनी कायदा २०१३ च्या कलम १३५ च्या तरतुदींचे पालन केल्यास न खर्च केलेल्या रकमेच्या दुप्पट किंवा एक कोटी रुपये यापैकी जी रक्कम कमी असेल ती दंड म्हणून आकारण्यात येईल.

तसेच दोषी अधिकाऱ्यांनाही दंडात्मक कारवाईला सामोरे जावे लागते. दोषी अधिकाऱ्यांकडून अनुसूची तखख मध्ये नमूद केलेल्या सी. एस. आर. निधीमध्ये किंवा न वापरलेल्या सी. एस. आर. खात्यात हस्तांतरित करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या रकमेचा एक दशांश हिस्सा किंवा दोन लाख रुपये यांच्यापैकी कमी असणारी रक्कम दंड म्हणून आकार आकारण्यात येईल.

अशाप्रकारे भारत सरकारने कंपनी कायदा २०१३ च्या कलम १३५ मधील तरतुदींनी कंपन्यांवर समाज आणि पर्यावरणाच्या संवर्धनाचे वैधानिक बंधन घातले आहे. या तरतुदींचे पालन न केल्यास कंपनीच्या विश्वासार्हतेवर नकारात्मक परिणाम होतो.

स्वयं–अध्ययनासाठी प्रश्न– १

प्रश्न १.खालीलपैकी योग्य पर्यायांची निवड करून वाक्य पूर्ण करा.

१. खालीलपैकी कोणता निकष कंपनीला कंपनी कायदा २०१३ कलम १३५ च्या तरतुदींचे पालन करण्यास जबाबदार ठरवतो?

अ. ५०० कोटींपेक्षा कमी निव्वळ मालमत्ता

ब. एक हजार कोटी रुपये किंवा अधिक उलाढाल

क. पाच कोटींपेक्षा कमी निव्वळ नफा

ड. वरील सर्व

२. खालीलपैकी कोणता उपक्रम कंपनी कायदा २०१३ कलम १३५ अंतर्गत पात्र सी. एस. आर. खर्च म्हणून गणला जात नाही?

अ. दारिद्र्य, भूक आणि कुपोषण यांचे निर्मूलन करणे

ब. सुरक्षित पिण्याचे पाणी उपलब्ध करून देणे.

क. व्यावसायिक कौशल्य आणि उपजीविका वाढवणारे प्रकल्प

ड. नियमित व्यवसाय खर्च

३. कंपनीच्या सामाजिक जबाबदारी समितीमध्ये किती संचालक असणे गरजेचे असते?

अ. किमान एक संचालक

ब. किमान पाच संचालक

क. किमान तीन संचालक ज्यामध्ये एक स्वतंत्र संचालक

ड. दोन स्वतंत्र संचालक

४. पात्र कंपनीने सी. एस. आर. उपक्रमावर निव्वळ नफ्याच्या किमान...........% रक्कम खर्च करणे आवश्यक असते.

अ. १   ब. २

क. ३   ड. ४

५. सी. एस. आर. तरतुदी लागू होण्यासाठी कंपनीचा आधीच्या आर्थिक वर्षातील निव्वळ नफा .... रुपये इतका किंवा त्याहून अधिक असावा.

अ. १ कोटी   ब. २ कोटी

क. ५ कोटी   ड. १० कोटी

प्रश्न २. चूक की बरोबर ते लिहा.

१. कंपनी कायदा २०१३ च्या तरतुदीनुसार सी. एस. आर. चे नियमन करण्यासाठी मागील पाच आर्थिक वर्षांचा सरासरी निव्वळ नफा ग्राह्य धरला जातो.

२. कंपनी कायदा २०१३ च्या कलम १३५ अंतर्गत सी. एस. आर. तरतुदींचा समावेश करण्यात आला आहे.

३. सी. एस. आर. तरतूदी लागू होण्यासाठी कंपनीची निव्वळ मालमत्ता ५०० कोटी किंवा अधिक असावी.

४. प्रत्येक पात्र कंपनीने सी. एस. आर. समिती तयार करणे आवश्यक आहे ज्यामध्ये एका स्वतंत्र संचालकाचा समावेश असावा.

५. सी. एस. आर. तरतुदींचे पालन न केल्यास कोणतीही कायदेशीर कारवाई अथवा दंड होत नाही.

प्रश्न ३. योग्य जोड्या जुळवा.

अ गट	**ब गट**
१. निव्वळ संपत्ती	अ. २ %
२. आवश्यक खर्च	ब. कुपोषण निर्मुलन
३. उलाढाल	क. ५०० कोटी किवा त्यापेक्षा अधिक
४. अनुसूची तखख	ड. १००० कोटी किवा त्यापेक्षा अधिक

२.२ अहवाल सादर करण्यासाठी पर्यावरणीय, सामाजिक आणि प्रशासन निकष (ESG Criteria for Reporting)

प्रस्तावना

पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवाल ही आधुनिक व्यवस्थापनातील एक महत्त्वाची संकल्पना आहे. पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवाल म्हणजे एखाद्या कंपनीच्या किंवा संस्थेच्या व्यावसायिक कामकाजामुळे पर्यावरण, समाज व प्रशासन यावर काय परिणाम होतो याचा पारदर्शकपणे अहवाल तयार करणे

होय. या अहवालामुळे व्यावसायिक संघटना केवळ नफ्यावरच लक्ष केंद्रित न करता पर्यावरणाचे संरक्षण, सामाजिक जबाबदारी आणि प्रशासन यांना देखील प्राधान्य देत आहेत.

थोडक्यात पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालामध्ये व्यावसायिक संघटना त्यांच्या पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासनाशी संबंधित कामगिरी भागधारक, गुंतवणूकदार आणि समाजासमोर योग्यरित्या मांडतात. त्यामुळे गुंतवणूकदार आणि भागधारकांपुढे संघटनेच्या शाश्वत प्रगतीचे चित्र सादर केले जाते.

पर्यावरणीय, सामाजिक आणि प्रशासन अहवाल तयार करताना खालील तीन निकषांचा प्रामुख्याने विचार केला जातो.

१. पर्यावरणीय निकष (Environmental Criteria)

२. सामाजिक निकष (Social Criteria)

३. प्रशासन निकष (Governance Criteria)

१. पर्यावरणीय निकष (Environmental Criteria)

पर्यावरणीय निकषांमध्ये कंपनीच्या कामगिरीचा पर्यावरणावर होणाऱ्या प्रभावाचा समावेश होतो. पर्यावरणीय निकष कंपनीच्या कार्बन उत्सर्जन कमी करण्याच्या, हवामान बदलाचा सामना करण्याच्या, नवीकरणीय ऊर्जेचा वापर करण्याच्या, शाश्वत कचरा व्यवस्थापन पद्धती लागू करण्यासाठी प्रोत्साहन देण्याच्या प्रयत्नांवर लक्ष केंद्रित करतात. पर्यावरणीय निकषांचा वापर करून कंपन्या त्यांच्या पर्यावरणीय प्रवाहांचे मूल्यांकन करू शकतात आणि पर्यावरणाप्रती असलेली वचनबद्धता दर्शवू शकतात. पर्यावरणीय निकषांचे मुख्य घटक पुढीलप्रमाणे आहेत.

अ. कार्बन उत्सर्जन – कंपनी आपल्या उत्पादनादरम्यान आणि सेवा वितरित करीत असताना किती प्रमाणात हरितगृह वायू सोडते, हरितगृह वायूंचे उत्सर्जन कमी करण्यासाठी कंपनीची काय धोरणे आहेत म्हणजेच कार्बन फुड प्रिंट कमी करण्यासाठी कंपनी काय करते याचा यामध्ये समावेश होतो. यामध्ये कार्बन विरहित (Net Zero) लक्ष्यांचा समावेश होतो.

ब. हवामान बदल – हवामान बदलाचा सामना करण्यासाठी कंपनीची धोरणे जाणून घेणे. सिक्युरिटीज अँड एक्सचेंज कमिशन (SEC) ने २०२४ मध्ये स्वीकारलेल्या नियमानुसार कंपन्यांना हवामानाशी संबंधित धोके आणि संधींचा त्यांच्या व्यावसायिक कामकाजावर, आर्थिक कामगिरीवर आणि धोरणात्मक उद्दिष्टांवर होणाऱ्या परिणामाचे मूल्यांकन करून ते जाहीर करणे आवश्यक आहे.

क. ऊर्जा वापर – कंपनी वीज इंधन किंवा इतर ऊर्जा स्त्रोतांचा कसा वापर करते, ती ऊर्जेची बचत करण्यासाठी कोणती धोरणे अवलंबिते तसेच कंपनी सौर ऊर्जा किंवा पवनऊर्जेसारख्या अक्षय ऊर्जा स्त्रोतांचा किती वापर करते हे पाहिले जाते.

ड. जल व्यवस्थापन – कंपनी उत्पादनासाठी पाण्याचा किती वापर करते, पाण्याचा अपव्यय टाळण्यासाठी तंत्रज्ञानाचा वापर करते का, जलस्त्रोत प्रदूषित होण्यापासून वाचवण्यासाठी प्रयत्न करते का या गोष्टींचा विचार केला जातो म्हणजे जलव्यवस्थापनामध्ये कंपनी पाण्याचा कार्यक्षमपणे वापर करते का हे पाहिले जाते.

इ. कचरा व्यवस्थापन – कचरा व्यवस्थापनामध्ये निर्माण होणारा कचरा विषारी रसायने आणि औद्योगिक सांडपाणी यांची विल्हेवाट लावण्यासाठी कंपनी कोणती पद्धती वापरते, कचरा कमी करण्यासाठी आखलेल्या उपाययोजना यांचा अभ्यास केला जातो. यामध्ये कचऱ्याचा पुनर्वापर पुनर्चक्रण करणे महत्त्वाचे मानले जाते.

उ. नैसर्गिक संसाधनांचे संवर्धन – नैसर्गिक साधन संपत्तीचा वापर करताना कंपनीद्वारे जंगलांचा ऱ्हास होतो का किंवा जैवविविधतेला धोका पोहोचतो का याचे विवरण साधन करणे गरजेचे असते.

ऊ. हरित उत्पादने आणि धोरणे – यामध्ये कंपनीद्वारे पर्यावरण पूरक वस्तूंची (Eco-friendly) निर्मिती करणे आणि शाश्वत विकासाला प्रोत्साहन देणे यांचा समावेश होतो.

२. सामाजिक निकष (Social Criteria)

सामाजिक निकषांमध्ये पुढील बाबींचा समावेश होतो.

१. कामगारांचे अधिकार आणि सुरक्षितता

अ. कामाची सुरक्षितता - कर्मचाऱ्यांना कामाच्या ठिकाणी सुरक्षित वातावरण पुरवणे.

ब. योग्य वेतन- सर्व कर्मचर्यांना योग्य आणि समान वेतन देणे.

क. कार्य-जीवन संतुलनाची (थेींज्ञ ड्ळषश इरश्रपलश चरपरसशाशपीं) काळजी घेणे - कर्मचार्यांच्या मानसिक आरोग्याची काळजी घेणे. त्याचप्रमाणे त्यांच्या कार्य-जीवन संतुलनाची काळजी घेणे.

२. मानवी हक्क

अ. बालमजुरी/सक्तीची मजुरी नाही -कंपनीच्या पुरवठा साखळीत कुठेही बालमजुरांचा/सक्तीच्या मजुरीचा वापर होत नाही याची खात्री करणे.

ब. कर्मचाऱ्यांना त्यांचे प्रश्न मांडण्यास मोकळीक देणे.

क. कर्मचाऱ्यांना त्यांचे युनियन बनविण्याची परवानगी देणे.

३. विविधता आणि समावेशकता

अ. कंपनीच्या सर्व स्तरावर विशेषतः वरिष्ठ स्तरावर स्त्री-पुरुषांना समान संधी देणे.

ब. भेदभाव न करणे - जात, धर्म, लिंग, प्रदेश किंवा वयाच्या आधारावर कर्मचार्यांमध्ये भेदभाव न करणे. सर्व जाती, धर्म, प्रदेश आणि वयाच्या व्यक्तींना कंपनीमध्ये समाविष्ठ करून घेणे.

४. ग्राहक सुरक्षा आणि माहिती (Data) **ची गोपनीयता–**

अ. उत्पादनाची सुरक्षितता - ग्राहकांना पुरविण्यात येणाऱ्या सर्व वस्तू किंवा सेवा त्यांच्या आरोग्यासाठी सुरक्षित आहेत याची खात्री करणे.

ब. माहिती (Data) सुरक्षा - ग्राहकांच्या वैयक्तिक माहितीची चोरी होणार नाही यासाठी सायबर सुरक्षा प्रणालीचा वापर करणे.

५. समाज विकास कार्यक्रम –

अ. स्थानिक विकास - कंपनी ज्या भागात कार्यरत आहे त्या भागामध्ये शिक्षण, आरोग्य, रोजगार उपलब्ध करून देणे.

ब. कंपन्याची सामाजिक जबाबदारी - पात्र कंपन्यांनी नफ्यातील ठराविक रक्कम समाजकल्याणासाठी खर्च करणे.

३. प्रशासन निकष (Governance Criteria)

प्रशासन निकष कंपनीच्या व्यवस्थापनाशी संबंधित असतात. कंपनीचा कारभार किती प्रामाणिकपणे, पारदर्शकपणे आणि नैतिक मार्गाने चालवला जातो हे तपासणे म्हणजेच प्रशासन निकष होय. प्रशासनाचा मुख्य उद्देश कंपनीचे व्यवस्थापन, संचालक मंडळ, भागधारक आणि इतर हितधारक यांच्यातील संबंधांमध्ये पारदर्शकता निर्माण करणे हा असतो.

कंपन्यांचे मूल्यमापन करताना खालील प्रमुख प्रशासन निकषांचा विचार केला जातो.

१. संचालक मंडळाची रचना आणि स्वातंत्र्य

अ. स्वतंत्र संचालक: संचालक मंडळामध्ये कंपनीच्या व्यवस्थापनाशी किंवा प्रवर्तकांशी थेट संबंध नसणारे संचालक असावेत. हे स्वतंत्र संचालक व्यवस्थापनाच्या कोणत्याही दबावाशिवाय योग्य निर्णय घेऊ शकतात.

ब. अध्यक्ष आणि मुख्य कार्यकारी अधिकारी यांचे विभाजन : सत्तेचे केंद्रीकरण रोखण्यासाठी कंपनीचे अध्यक्ष आणि मुख्य कार्यकारी अधिकारी या दोन्ही पदांवर एकच व्यक्ती कार्यरत नसावी.

क. विविधता : संचालक मंडळामधील संचालक हे वेगवेगळ्या क्षेत्रातील तज्ञ अनुभवी व्यक्ती असावेत. तसेच संचालक मंडळामध्ये महिला संचालकांचा देखील समावेश असावा.

२. भागधारकांचे अधिकार आणि संरक्षण :

अ. मतदानाचा अधिकार: सर्व लहान मोठ्या भागधारकांना कंपनीच्या महत्त्वाच्या निर्णयांमध्ये मतदानाचा मिळाला पाहिजे.

ब. अल्पसंख्यांक भागधारकांचे रक्षण: मोठ्या भागधारकांनी किंवा प्रवर्तकांनी स्वतःच्या फायद्यासाठी लहान भागधारकांचे नुकसान करू नये यासाठी कडक नियमावली असणे गरजेचे असते.

ड. वार्षिक सर्वसाधारण सभा : कंपन्यांनी नियमितपणे वार्षिक सभा घेतली पाहिजे व या सभांमध्ये भागधारकांच्या प्रश्नांना उत्तरे दिली पाहिजेत.

३. नैतिक वर्तन आणि भ्रष्टाचार विरोधी धोरणे :

अ. भ्रष्टाचार आणि लाचखोरीला आळा: कंपनीमध्ये लाचखोरी फसवणूक किंवा आर्थिक गुन्हे रोखण्यासाठी कंपनीने नियम आखावेत.

ब. व्यवसाय करताना सर्व माहिती, धोरणे, आकडेवारी यांच्यात पारदर्शकता ठेवावी.

४. कार्यकारी नुकसान भरपाई आणि वेतन पारदर्शकता -

अ. कामगिरीवर आधारित वेतन - कंपनीच्या सीईओ आणि उच्च अधिकार्यांचे वेतन हे कंपनीच्या केवळ अल्पकालीन नफ्यावर आधारित नसून ते कंपनीची दीर्घकालीन कामगिरी आणि पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासनाच्या उद्दिष्टांशी जोडलेले असावे.

वेतनात फरक – उच्च अधिकारी व कनिष्ठ कर्मचारी यांच्या वेतनात वाजवीपेक्षा जास्त तफावत नसावी.

५. **कर पारदर्शकता आणि वित्तीय अहवाल –**

अ. कर पारदर्शकता – कंपनीने कर चोरी न करता ज्या देशात कंपनी व्यवसाय करते तिथल्या सर्व करविषयक नियमांचे प्रामाणिकपणे पालन करणे गरजेचे असते.

ब. अचूक वित्तीय अहवाल – कंपनीने आपल्या आर्थिक व्यवहार, नफा– तोटा पत्रक आणि ताळेबंद पत्रक पारदर्शक पद्धतीने व अचूक मांडले पाहिजे.

अशाप्रकारे पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालाद्वारे कंपन्या आपल्या पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासनाशी संबधित कार्यप्रदर्शनाची माहिती भागधारक, गुंतवणूकदार आणि समाजासमोर पारदर्शकपणे मांडतात. गुंतवणूकदार गुंतवणूक करताना केवळ आर्थिक नफा न पाहता, पर्यावरणाचे रक्षण आणि सामाजिक भान यांनाही महत्त्व देत आहेत. भारतामध्ये पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवाल हा फक्त सुचीबद्ध कंपन्यांसाठी अनियार्य आहे. भारतीय प्रतिभूती आणि विनिमय मंडळाने २०१७ मध्ये टॉप ५०० कंपन्यांसाठी पर्यावरणीय सामाजिक व प्रशासन अहवाल इठड्ठ (Business Responsibility and Sustainability Reporting) अनिवार्य केला आहे. भारतामध्ये एडऋ म्युच्युअल फंडाच्या अनेक योजना आहेत की ज्या केवळ पर्यावरण विषयक नियमांचे पालन करणाऱ्या कंपन्यांमध्येच गुंतवणूक करतात. उदा. डइख एडऋ एलश्रीळेपरीू डींरींशसू ऋीपव

पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालाच्या निकषांचे पालन केल्याने कंपनीला भविष्यातील कायदेशीर अडचणी ओळखता येतात आणि कंपनीची बाजारातील पत सुधारते.

अशा कंपन्यांमध्ये फसवणूक किंवा सरकारी दंडाची जोखीम देखील कमी होते व गुंतवणूकदारांचे पैसे सुरक्षित राहतात. त्यामुळे गुंतवणूकदारांचा कंपनीवरील विश्वास वाढतो. आधुनिक काळात पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवाल केवळ एक नियामक आवशकता न राहता एक धोरणात्मक गरज व शाश्वत विकासाचे साधन बनले आहे.

स्वयं–अध्ययनासाठी प्रश्न–२

प्रश्न १. खालीलपैकी योग्य पर्यायांची निवड करून वाक्य पूर्ण करा.

१. पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालातील पर्यावरणीय निकष .... हा आहे.

अ. कर्मचारी सुरक्षा
ब. कार्बन उत्सर्जन
क. संचालक मंडळ
ड. भ्रष्टाचारविरोधी धोरण

२. कर्मचारी कल्याण हा पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालातील कोणत्या निकषाचा भाग आहे?

अ. पर्यावरणीय
ब. प्रशासन
क. सामाजिक
ड. आर्थिक

३. पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालाचा मुख्य उद्देश ....आहे.

अ. नफा वाढविणे — ब. पारदर्शकता वाढविणे

क. कर कमी करणे — ड. जाहिरात करणे

४. भ्रष्टाचारविरोधी धोरण कोणत्या घटकाशी संबंधित आहे?

अ. पर्यावरणीय — ब. प्रशासन

क. सामाजिक — ड. आर्थिक

५. पर्यावरणीय, सामाजिक व प्रशासन अहवालामुळे कोणता फायदा होतो?

अ. गुंतवणूकदारांचा विश्वास वाढतो — ब. प्रदूषण वाढते

क. जोखीम वाढते — ड. पारदर्शकता कमी होते

प्रश्न २. चूक की बरोबर ते लिहा.

१. भारतात SEBI ने टॉप ५०० कंपन्यांसाठी इठड्ठ अनिवार्य केला आहे.

२. जलसंधारण हा ESG अहवालाच्या सामाजिक घटकाचा भाग आहे.

३. विविधता आणि समावेशकता हा सामाजिक निकषाशी संबंधित आहे.

४. बालमजुर प्रतिबंध हा सामाजिक निकषाचा भाग नाही.

५. हरितगृह वायूंचे उत्सर्जन कमी करणे हा पर्यावरणीय निकषाचा घटक आहे.

प्रश्न ३. योग्य जोड्या जुळवा.

अ गट	**ब गट**
१. पर्यावरणीय निकष	अ. मानवाधिकार
२. सामाजिक निकष	ब. व्यवसायात पारदर्शकता
३. प्रशासन निकष	क. कचरा व्यवस्थापन
४. ESG अहवाल	ड. नैतिक व्यवसाय

२.३ कंपनी घोटाळे

आर्थिक फायद्यासाठी गुंतवणूकदार किंवा जनतेची फसवणूक करण्याच्या उद्देशाने कंपनीने किंवा तिच्या अधिकाऱ्यांनी केलेली बेकायदेशीर, अनैतिक, दिशाभूल करणारी कृत्ये म्हणजेच कॉर्पोरेट घोटाळे. या कृत्यांमध्ये अनेकदा कंपनीचे भासमान मूल्य कृत्रिमरीत्या वाढवण्यासाठी आर्थिक माहितीमध्ये फेरफार केला जातो. यामध्ये आर्थिक विवरणपत्रांमध्ये फेरफार, अपहार, इनसायडर ट्रेडिंग, मोठ्या लेखापरीक्षण घोटाळ्यापासून ते दैनंदिन अपहारापर्यंतच्या गुन्ह्यांचा समावेश होतो.

कंपनीचे संचालक, उच्च पदस्थ अधिकारी किंवा कर्मचारी बेकायदेशीर मार्गाने अमाप संपत्ती कमावण्यासाठी कंपनीची खोटी आर्थिक स्थिती दाखवतात. कॉर्पोरेट घोटाळा जेंव्हा उघडकीस येतो तेंव्हा घोटाळा करणारी कंपनी अनेकदा उद्ध्वस्त झालेली असते आणि काही काळाने ती दिवाळखोरी जाहीर करते. अशावेळी बेकायदेशीरपणे मिळवलेला पैसा गुन्हेगारांनी आधीच खर्च केल्यामुळे तो अनेकदा परत मिळवता येत नाही. यामध्ये सामान्य गुंतवणूकदार, ग्राहक, कर्ज देणाऱ्या बँका, कंपनीत काम करणारे कर्मचारी, इतर व्यवसाय यांचा बळी जातो. कॉर्पोरेट घोटाळ्यामुळे केवळ गुंतवणूकदार, ग्राहक यांचाच विश्वास डळमळीत होतो असे नाही तर देशाची अर्थव्यवस्थादेखील विस्कळीत होते. कॉर्पोरेट घोटाळे अंतर्गत नियंत्रणातील कमतरता, अनियंत्रित अधिकाराचे धोके, सुशासन व नियामक देखरेखीमधील कमतरता उघड करतात. भारतामध्ये कॉर्पोरेट व्यवहार मंत्रालय, सेबी यासारख्या प्राधिकरणांनी घोटाळा रोखण्यासाठी कठोर नियामक चौकट लागू केली आहे.

२.३.१ एनरॉन घोटाळा

प्रस्तावना

१९८५ मध्ये केनेथ ले यांनी हॉस्टन गॅस व इंटरनॉर्थ या दोन नैसर्गिक गॅस पाईपलाईन कंपन्यांचे विलीनीकरण केले व त्याचे एचएनजी इंटरनॉर्थ इंक असे नामकरण करण्यात आले. प्रारंभीच्या काळात ही फक्त एक साधारण गॅस पाईपलाईन कंपनी होती. १९८६ च्या सुरुवातीस एच. एन. जी. इंटरनॉर्थ इंक ऐवजी एन्टरॉन (Enteron) हे नाव सुचवण्यात आले नंतर ते लहान करून एनरॉन (Enron) असे करण्यात आले. या नवीन नावासाठी फोकस ग्रुप्स आणि सल्लामसलतीवर १,००,००० खर्च करण्यात आले होते.

१९८९ पर्यंत ही कंपनी शासनाने ठरवलेल्या किमतीला ऊर्जा पुरवण्याचे काम करत होती म्हणजेच विक्री किंमत शासन ठरवत असे. १९९०मध्ये अमेरिकन काँग्रेसने नैसर्गिक गॅसच्या विक्रीचा विनिमयन कायदा संमत केला व गॅस विक्री शासनाच्या निर्बंधातून मुक्त केली. ज्यामुळे एनरॉन सारख्या व्यापारी कंपन्या ऊर्जा वाढीव किमतीने विकू लागल्या.

जेफ्री स्किलिंग हे कंपनीच्या सुरुवातीच्या काळात कंपनीचे सल्लागार म्हणून कार्यरत होते. नंतर ते कंपनीचे मुख्य कार्यकारी अधिकारी बनले. स्किलिंग यांच्या नेतृत्वाखाली एनरॉनने आक्रमक व्यापारावर भर देत नैसर्गिक वायू कराराच्या बाजारपेठेत स्वतःचे वर्चस्व प्रस्थापित केले. या काळात केनेथ ले कंपनीचे अध्यक्ष म्हणून कार्यरत होते. स्किलिंगने हळूहळू कंपनीच्या संस्कृतीमध्ये बदल घडवून आणला. त्यांनी सर्वोत्तम एम.बी.ए. उमेदवारांची कर्मचारी म्हणून नेमणूक करत कंपनीमध्ये स्पर्धात्मक वातावरण निर्माण केले. एनरॉन कंपनीमध्ये कमीत कमी वेळेमध्ये जास्तीत जास्त व्यवहार कसे करता येतील यावर भर दिला जाऊ लागला. याच काळामध्ये अँड्र्यू फास्टो एनरॉनचे मुख्य वित्तीय अधिकारी बनले. अँड्र्यू फास्टो यांनी कंपनीच्या वित्त पुरवठ्याची देखरेख केली तर स्किलिंग यांनी कंपनीच्या विस्ताराकडे लक्ष दिले.

१९९२ पर्यंत उत्तर अमेरिकेमधील प्राकृतिक गॅस ची सर्वात मोठी व्यापारी कंपनी बनली. १९९९ मध्ये ऑनलाइन व्यापारी मॉडेल एनरॉन ऑनलाइनच्या निर्मितीमुळे एनरॉन सक्षम कंपनी बनली. पुढे आणखी विकास करण्याच्या प्रयत्नात एनरॉनने विविधीकरणाचे धोरण स्वीकारले. त्यानंतर त्यांनी जागतिक व्यवसायाकडे आपले लक्ष वळवले फिलिपाईन्स इंडोनेशिया, भारत (दाभोळ) यासारख्या देशांमध्ये ऊर्जा प्रकल्प सुरू केले आणि

आपला व्यवसाय वाढवला. फॉर्च्यून मॅक्झिनच्या टॉप ५० कंपन्यांच्या यादीत एनरॉन कंपनी पहिल्या क्रमांकावर होती. या सर्व गोष्टींमुळे अनेक गुंतवणूकदारांनी एनरॉन कंपनीमध्ये गुंतवणूक केली.

एनरॉन घोटाळ्याचे स्वरूप

केनेथ ले, अँड्र्यू फास्टो, स्किलिंग यासारख्या अधिकाऱ्यांनी चुकीच्या पद्धतीने कमाई सादर करण्यासाठी व भागधारकांना, विश्लेषकांना कंपनीची अनुकूल कामगिरी दर्शवण्यासाठी अनेक अनैतिक पद्धतींचा वापर करीत लेखांकन करण्यास मान्यता दिली. मार्क -टू- मार्केट अकाउंटिंग पद्धतीचा वापर, विशेष उद्देश संस्थांची स्थापना, कर्ज लपवण्यासाठी नवीन मार्गांचा वापर, जटिल वित्त पुरवठा संरचना, लोकांना गोंधळात टाकणारे व्यवहार या सर्वांच्या एकत्रित परिणामामुळे एनरॉन दिवाळखोर झाली. एनरॉन कंपनीने तिमाही अहवाल सादर करण्याच्या अंतिम मुदतीजवळ कर्जाचे व्यवहार हेतुपुरस्सर विक्री म्हणून चुकीच्या पद्धतीने वर्गीकृत केले. एनरॉनन कंपनीचे मर्चंट मॉडेल हे लेखांकनामध्ये अधिक आक्रमक मानले गेले.

अ. **मर्चंट मॉडेल –** पारंपारिक एजंट मॉडेल नुसार सेवा प्रधाते जेव्हा एजंट म्हणून काम करतात तेव्हा ते व्यापार आणि दलाली शुल्क महसूल म्हणून नोंदवतात मात्र सेवाप्रदाते आपला प्रत्येक ट्रेड चे संपूर्ण मूल्य महसूल म्हणून नोंदवतात.

एनरॉनने महसूल नोंदीसाठी मर्चंट मॉडेलची निवड केल्यामुळे महसुलामध्ये मोठ्या प्रमाणावर फुगवटा निर्माण झाला. १९९६ ते २००० दरम्यान कंपनीचा महसूल ७५०% पेक्षा जास्त वाढला. म्हणजेच महसूल वाढ दरवर्षी जवळजवळ ६५ % दराने होत होती. कोणत्याही उद्योगधंद्यासाठी २ ते ३% वाढ चांगली मानली जाते.

ब. **मार्क टू मार्केट अकाउंटिंग पद्धत –** मार्क- टू- मार्केट ही मुळातच सिक्युरिटीजचे (उदाहरणार्थ शेअर्स किंवा बॉण्ड्स) अचूक वर्तमान बाजार मूल्य दाखवण्यासाठी वापरली जाणारी कायदेशीर पद्धत आहे. मालमत्तेच्या वर्तमान बाजारातील किमतीचा मागवा घेणे हा त्याचे वाजवी मूल्य निश्चित करण्याचा विश्वासार्ह मार्ग आहे.

सामान्यतः अकाउंटिंग मध्ये एखादा व्यवहार पूर्ण झाल्यावरच नफा किंवा तोटा नोंदविला जातो. नैसर्गिक गॅस व्यवसायामध्ये योग्य लेखांकन पद्धतीचा वापर केला होता. कंपनी गॅस पुरवठ्याचा प्रत्यक्ष खर्च आणि गॅस विक्रीतून प्रत्यक्षात जमा होणारा महसूल ताळेबंदामध्ये नोंदणीत असे. मात्र स्किलिंग यांच्या कंपनीमधील समावेशानंतर त्यांनी एनरॉन कंपनीमध्ये मार्क-टू-मार्केट लेखांकन पद्धतीचा अवलंब व्हावा ही मागणी केली.मार्क- टू- मार्केट अकाउंटिंग पद्धतीमध्ये मालमत्ता आणि दायित्वाचे मूल्य सध्याच्या बाजारभावावर ठरविले जाते. एखाद्या दीर्घकालीन करारावर सही होताच त्यातून भविष्यात मिळणारा संभाव्य नफ्याची नोंद लगेचच मसध्याचे उत्पन्नफ म्हणून केली जाते. एनरॉनने ऊर्जापुरवठ्याचे १० ते २० वर्षासाठीचे अनेक करार केले. या करारांमधून भविष्यात मिळणारा अंदाजित संपूर्ण नफा करारानंतर ताळेबंदामध्ये दाखवला. त्यामुळे आर्थिक कमाई फुगत असे. म्हणजेच कराराच्या अटी व शर्तीनुसार एनरॉनला वाटले की त्यांना करारामधून ५० दशलक्ष मिळतील तर प्रत्यक्षात ते पैसे बँकेत येण्याआधीच तेवढी रक्कम कंपनीच्या ताळेबंदात महसूल म्हणून दाखवली जायची. जर भविष्यात तेवढा नफा मिळाला नाही तरीही कंपनी तो आकडा लपवून ठेवत असे किंवा इतर आर्थिक युक्त्या वापरून तोटा लपवून ठेवत असे. यामुळे गुंतवणूकदारांना खोटा किंवा

दिशाभूल करणारा अहवाल मिळत होता. या अवास्तव व फुगवलेल्या नफ्यामुळे कंपनीच्या शेअरचे बाजार भाव कृत्रिमरित्या वाढत राहिले. यु. एस. सिक्युरिटीज अँड एक्सचेंज कमिशन ने ३० जानेवारी १९९२ रोजी एनर्जी नैसर्गिक वायू वायदे व्यापारासाठी या लेखांकन पद्धतीला मान्यता दिली होती मात्र एनरॉनने नंतर कंपनीच्या इतर क्षेत्रांमध्येही या लेखांकन पद्धतीचा वापर वाढवला.

क. विशेष उद्देश वाहन किंवा विशेष उद्देश संस्था – विशेष उद्देश संस्था ही एक कायदेशीर उपकंपनी आहे. या उपकंपनीस मुख्य कंपनीपासून कायदेशीररित्या पूर्णपणे वेगळे अस्तित्व असते. विशेष उद्देश संस्था ही एखाद्या पूर्वनिर्धारित उद्देशासाठी स्थापन केली जाते. उदाहरणार्थ एखादा मोठा इन्फ्रास्ट्रक्चर प्रकल्प

मुख्य कंपनी किंवा प्रवर्तक आपल्या मुख्य व्यवसायापासून आर्थिक जोखीम वेगळे करण्यासाठी मालमत्ता सुरक्षित ठेवण्यासाठी किंवा विशिष्ट प्रकल्प राबवण्यासाठी ही उपकंपनी तयार करतात. ज्या विशिष्ट उद्देशासाठी ही कंपनी स्थापन केली जाते तो उद्देश साध्य झाल्यानंतर या उपकंपनीचे अस्तित्व संपुष्टात येते. कंपन्या आणि फंड मॅनेजर अनेक गुंतवणूकदारांकडून पैसे गोळ्या करण्यासाठी विशेष उद्देश संस्थांचा वापर करतात. आर्थिक जोखीम वेगळी ठेवण्यासाठी, मालमत्तेचे सिक्युरिटायझेशन करण्यासाठी आणि ताळेबंदावर परिणाम न करता स्वतंत्र आर्थिक व्यवहार करण्यासाठी विशेष उद्देश संस्थांचा वापर केला जातो.

इनरॉनने अब्जावधी रुपयांचे नुकसान आणि कर्जे स्वतःच्या ताळेबंदावर न दाखवता ती विशेष उद्देश संस्थांच्या खात्यात वळवली. एनरॉनने समस्याग्रस्त मालमत्ता टाळण्यासाठी विशेष उद्देश संस्थांचा वापर केला. समस्याग्रस्त मालमत्ता विशेष उद्योग संस्थांकडे हस्तांतरित केल्यामुळे त्या एनरॉनच्या हिशेब पुस्तकामधून वगळल्या गेल्या. त्यामुळे कंपनीचे नुकसान प्रत्यक्षापेक्षा कमी दिसू लागले.

२००१ पर्यंत एनरॉनने आपले कर्ज लपवण्यासाठी शेकडो विशेष उद्देश संस्थांचा वापर केला होता. त्यामुळे केवळ लेखांकन नियमांचे उल्लंघन झाले असे नव्हते तर एनरॉनच्या ताळेबंदात तिची देयता कमी आणि तिची इक्विटी जास्त दाखवण्यात आली. त्यामुळे एनरॉनची कमाई फुगली. मात्र या गोष्टींची गुंतवणूकदारांना जाणीव नव्हती. कंपनीने जॉईंट एनर्जी डेव्हलपमेंट इन्व्हेस्टमेंट (जेडीआय), व्हाईट- विंग डव्ह, एलजेएम (LJM), चेवको (उहशुले) यासारख्या विशेष उद्देश संस्थांचा वापर केला. यामध्ये गंभीर गोष्ट अशी होती की यापैकी काही विशेष उद्देश संस्था फास्टो स्वतः चालवीत होते.

एनरॉनच्या उच्च जोखमीच्या लेखांकन पद्धतीची संचालक मंडळाला जाणीव होती परंतु त्यांचा वापर करण्यापासून रोखण्यासाठी त्यांनी कोणतीही कारवाई केली नाही.

एनरॉन कंपनीने तिमाही अहवाल सादर करण्याच्या अंतिम मुदतीजवळ कर्जाचे व्यवहार हेतू पुरस्कार विक्री मिळून चुकीच्या पद्धतीने वर्गीकृत केले.

एनरॉन घोटाळ्याचा खुलासा कसा झाला

२००१ च्या मध्यावर अनेक विश्लेषकांनी एनरॉनच्या प्रसिद्ध झालेल्या आर्थिक विवरण पत्रांच्या तपशिलात खोलवर जाण्यास सुरुवात केली. ऊर्जा क्षेत्रात काम करणाऱ्या इतर कंपन्यांपेक्षा एनरॉन कंपनीचा विकास तुलना करण्याच्या पलीकडे होता. एखादी ऊर्जा कंपनी या पद्धतीने विविधीकरण करून एवढा विकास करू शकते का? यावर विश्लेषकांनी जगाचे लक्ष वेधले. या घोटाळ्या बाबतचा खुलासा अमेरिकेतील शॉट सेलर जिम चॅनोस यांनी केला. याच काळात एनरॉनचे उपाध्यक्ष शेरॉन विटसन यांनी ले यांच्याकडे कंपनीच्या

अकाउंट बाबतीत काळजी व्यक्त केली व कंपनीकडे लक्ष देण्याची विनंती केली यांनी देखील शेरॉन विटसन यांना कंपनीची काळजी घेण्याचे आश्वासन दिले परंतु त्यांनी प्रत्यक्षात तसे केले नाही.

१६ ऑक्टोबर २००१ला एनरॉनने जाहीर केले की, तिसऱ्या तिमाहीत त्यांना ६३८ दशलक्ष डॉलर्सचा तोटा होणार आहे आणि भागधारकांच्या भांडवलात १.२ अब्ज डॉलर्सची घट होणार आहे. ३१ ऑक्टोबर २००१ मध्ये कंपनीने जाहीर केले की एनरॉन कंपनीचा सिक्युरिटीज अँड एक्सचेंज कमिशन (डएउ) मार्फत तपास चालू आहे. २ डिसेंबर २००१ ला एनरॉनने दिवाळखोरी जाहीर केली.

ही अमेरिकेच्या इतिहासामधील सर्वात मोठी दिवाळखोरी होती.

परिणाम :

१. २००१ च्या अखेरीस ही मोठी फसवणूक उपयोगी आली ज्यामुळे २००२ मध्ये सारबेन्स ऑक्सले कायद्याची निर्मिती झाली. या कायद्याने फसवणुकीने कर्ज लपवण्यास प्रतिबंध करण्यासाठी कठोर आर्थिक अहवाल नियम लागू केले.

२. कर्मचाऱ्यांची सेवानिवृत्ती खाती मोठ्या प्रमाणावर स्टॉक वर आधारित होती. एका वर्षात शेअर्स मूल्यात ९०% घसरण झाल्यामुळे कर्मचाऱ्यांची निवृत्तीची बचत क्षणार्धात नाहीशी झाली. प्रत्येक कर्मचाऱ्यांच्या बचत योजनेतून एक मोठी रक्कम कमी झाली.

३. ऑर्थर अँडरसन ही त्या काळातील जगातील सर्वात मोठ्या पाच ऑडिट फर्म पैकी एक होती. एनरॉनचे ऑडिटर ऑर्थर अँडर्सन यांनी संघीय तपासात अडथळा आणण्यासाठी हेतू पुरस्कारपणे कागदपत्रे नष्ट केली. ज्यामुळे शंभर वर्ष जुनी अकाउंटिंग फर्म उध्वस्त झाली.

४. एनरॉनच्या सर्वोच्च अधिकाऱ्यांना तुरुंगवासाची शिक्षा झाली.

एनरॉन घोटाळा हा केवळ लेखांकन फसवणुकीचा प्रकार नव्हता तर कमकुवत कंपनी प्रशासन, अनैतिक नेतृत्व, अपुरी अंतर्गत नियंत्रण व्यवस्था आणि पारदर्शकतेच्या अभावांचा परिणाम होता. या प्रकरणामुळे जगभरातील कंपन्यांना नैतिकता, उत्तरदायित्व आणि सुशासनाचे महत्त्व अधोरेखित होते.

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न- ३

प्रश्न १.खालीलपैकी योग्य पर्यायांची निवड करून वाक्य पूर्ण करा.

१. दीर्घकालीन करारांमधून मिळणाऱ्या अंदाजित भविष्यातील महसुलाची चालू उत्पन्न म्हणून नोंद करण्यासाठ एनरॉनने ....लेखांकन पद्धती वापरली.

अ. रोख-आधरित लेखांकन　　ब. ऐतिहासिक खर्च लेखांकन

क. मार्क-टू-मार्केट लेखांकन　　ड. उपार्जन आधारित लेखांकन

२. .... अकाउंटिंग फर्म इनरॉनची प्रमुख ऑडिटर म्हणून कार्यरत होती.

अ. प्राईस वॉटरहाऊस कूपर्स　　ब. डेलॉइट अँड टच

क. केपीएमजी　　ड. ऑर्थर अँडरसन

३. एनरॉन घोटाळ्यानंतर गुंतवणूकदारांचे संरक्षण करण्यासाठी २००२ मध्ये ....हा ऐतिहासिक अमेरिकी संघीय कायदा लागू करण्यात आला.

अ. डॉड- फँक कायदा
ब. सारबेन्स- ऑक्सले कायदा
क. ग्लास- स्टिगल कायदा
ड. प्रतिभूती विनिमय कायदा

४. एनरॉनच्या फसवणुकीचा मुख्य प्रकार कोणता होता?

अ. करचोरी
ब. लेखा फसवणूक
क. लाचखोरी
ड. इनसायडर ट्रेनिंग

५. एनरॉनने समस्याग्रस्त मालमत्ता .... कडे हस्तांतरित केल्यामुळे कंपनीचे नुकसान प्रत्यक्षापेक्षा कमी दिसू लागले.

अ. विशेष उद्देश संस्था
ब. भागीदारी संस्था
क. सरकारी संस्था
ड. औपचारिक संस्था

प्रश्न २. चूक की बरोबर ते लिहा.

१ एनरॉनच्या पतनामुळे हजारो कर्मचाऱ्यांच्या सेवानिवृत्ती बचतीला फटका बसला.
एनर्जी दिवाळी खुरी ही त्यावेळी अमेरिकेच्या इतिहासातील सर्वात मोठी होती.

२. एनरॉन घोटाळा हा अमेरिकेतील इतिहासातील सर्वात मोठ्या कॉर्पोरेट घोटाळ्यांपैकी एक होता.

३. एनरॉनचे व्यवसाय मॉडेल सोप्या आणि पारदर्शक लेखांकनावर आधारित होते.

४. जेफ्री स्किलिंग यांनी एनरॉन घोटाळा उघड केला.

५. सारबेन्स- ऑक्सले कायदा २००२ मध्ये लागू करण्यात आला.

प्रश्न ३. योग्य जोड्या जुळवा.

अ गट	ब गट
१. एनरॉनचे संस्थापक आणि अध्यक्ष	अ. जिम चॅनोस
२. एनरॉन घोटाळ्या बाबतचा खुलासा	ब. केनेथ ले
३. ऑनलाइन व्यापारी मॉडेल	क. २००१
४. एनरॉनची दिवाळखोरी जाहीर	ड. एनरॉन ऑनलाइन

२.३.२ सत्यम घोटाळा

प्रस्तावना

बी. रामलिंग राजू यांचा जन्म एका शेतकरी कुटुंबात झाला. सुरुवातीला त्यांनी वडिलांच्या मदतीने रेस्टॉरंट व्यवसाय सुरू केला. त्यानंतर त्यांनी कापड व्यवसाय आणि नंतर रिअल इस्टेटमध्ये देखील नशीब आजमावले पण त्यांना त्यात अपयश आले. १९८५- ८६ च्या दरम्यान आयटी उद्योगाला वाव असल्याचे बी. रामलिंग राजू यांच्या लक्षात आले. त्यामुळे १९८७ मध्ये बी. रामलिंग राजू आणि त्यांचे बंधू रामा राजू यांनी हैदराबाद येथे सत्यम कॉम्प्युटर सर्विसेस या आयटी कंपनीची स्थापना केली. त्या काळात जगभरात संगणक क्रॅश होण्याचा धोका निर्माण झाला होता भारतीय आयटी कंपनीने कंपन्यांनी नवीन कोड लिहिण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावली. या काळात सत्यम कॉम्प्युटर कंपनीलाही खूप काम मिळाले.१९९० च्या दशकात आयटी क्षेत्रात झालेल्या प्रचंड वाढीचा फायदा घेत कंपनीने मोठी प्रगती केली. सुरुवातीला केवळ २० कर्मचाऱ्यांसह सुरू झालेली ही कंपनी अल्पावधीतच देशातील आघाडीची सॉफ्टवेअर निर्यातदार बनली. टीसीएस इन्फोसिस आणि विप्रो च्या पाठोपाठ सत्यम ही भारतातील चौथी सर्वात मोठी आयटी कंपनी बनली. फॉर्च्यून ५०० मधील शेकडो कंपन्या सत्यमच्या ग्राहक होत्या. रामलिंग राजू यांना जगभरात ङआयटी विझार्डफ म्हणून ओळखले जाऊ लागले.

घोटाळ्याचे स्वरूप

संस्थापक बी. रामलिंग राजू यांच्या अधिकृत कबुली जबाबानुसार हिशोबातील फेरफार २००२-०३ मध्ये सुरू झाला. सुरुवातीला गुंतवणूकदारांचा विश्वास टिकवून ठेवण्यासाठी प्रत्यक्ष नफा आणि नोंदवलेल्या नफ्यामधील तफावत लपवण्याचा हा एक छोटासा प्रयत्न होता.

१. बनावट ग्राहक आणि ७५०० खोट्या पावत्या-

कंपनीचा महसूल वाढवून दाखवण्यासाठी राजू यांनी शेकडो बनावट ग्राहक तयार केले. राजू यांनी स्वतःच्या कॉम्प्युटरवर आयटी प्रणालीचा वापर करून ७५०० हून अधिक बनावट इन्वोइसेस तयार केल्या. यामुळे कंपनीच्या खात्यात प्रचंड नफा होत असल्याचे दाखवले गेले.

२. बनावट कर्मचारी -

कंपनीत प्रत्यक्षात ५३००० कर्मचारी असताना कागदावर ६३००० कर्मचारी दाखवण्यात आले. १०००० काल्पनिक कर्मचाऱ्यांच्या नावावर दरमहा कोट्यावधी रुपयांचा पगार काढला गेला आणि तो पैसा राजू आणि त्यांच्या सहकाऱ्यांच्या वैयक्तिक खात्यात जमा झाला.

३. खोट्या बँक ठेवी -

नफ्यातून मिळवलेला पैसा बँकेत मुदत ठेव म्हणून ठेवला आहे असे सत्यम कॉम्प्युटर सर्विसेस च्या ताळेबंद पत्रकार दाखवले गेले. राजू यांनी बँकेचे हुबेहूब दिसणारे बनावट मुदत ठेव प्रमाणपत्र आणि व्याजाच्या पावत्या तयार केल्या. प्रत्यक्षात बँकेत एक रुपयाही शिल्लक नव्हता.

४. ऑडिटर्स ची भूमिका –

जागतिक स्तरावर नामांकित असलेली प्राईस वॉटर हाऊस कूपर्स ही संस्था सत्यम ची ऑडिट करत होती. सत्यम ला इतर आयटी कंपन्यांच्या तुलनेत प्राईस वॉटर हाऊस कूपर्स कडून ऑडिट करण्यासाठी प्रचंड फी दिली जात होती.

नियमानुसार ऑडिटर्सनी थेट बँकेशी संपर्क साधून बँक शिल्लक तपासणे आवश्यक होते मात्र प्राईज वॉटर हाऊस कूपर्स ने राजू यांनी दिलेल्या बनावट प्रमाणपत्रांवर आंधळा विश्वास ठेवला.

५. राजू यांनी मायटास इन्फ्रा (Mythas Infra) आणि मायटास प्रॉपर्टीज (Mythas Properties) या दोन कंपन्या स्थापन केल्या. त्यावेळी हैदराबादमध्ये मेट्रो प्रकल्प येण्याची चर्चा होती. राजू यांनी सत्यम कंपनीच्या नफ्यातील आणि शेअर्स गहाण ठेवून उभारलेला पैसा गुपचूपपणे मायटास कंपन्यांमध्ये वळवला. या पैशातून हैदराबाद आणि आसपासच्या परिसरात हजारो एकर जमिनी अत्यंत स्वस्त दरात खरेदी करण्यात आल्या.

६. २००८ च्या उत्तरार्धात अमेरिकेतील मंदीमुळे रियल इस्टेट मार्केट कोसळले. राजू यांनी खरेदी केलेल्या जमिनी कवडीमोल झाल्या. त्यामुळे सत्यमच्या खात्यात खरोखर असलेला पैसा आणि कागदावर दाखवलेला पैसा यामधील फरक भरून काढणे राजू यांना अशक्य झाले.

७. ताळेबंदातील ७००० कोटी रुपयांची पोकळी भरून काढण्यासाठी राजू यांनी सत्यमच्या पैशातून मायटास इन्फ्रा आणि मायटास प्रॉपर्टी या स्वतःच्या कंपन्या १.६ अब्ज डॉलर्सना विकत घेण्याची घोषणा केली. जर या कंपन्या सत्यम मध्ये विलीन झाल्या असत्या तर जमिनीच्या मूल्याच्या बदल्यात कागदावरील खोटा पैसा खऱ्या मालमत्तेत बदलला गेला असता.

मात्र सत्यमच्या भागधारकांनी आणि संस्थात्मक गुंतवणूकदारांनी या कराराला तीव्र विरोध केला. आयटी कंपनीने रियल इस्टेट कंपनी का खरेदी करावी असा प्रश्न त्यांनी उपस्थित केला.

अशाप्रकारे भागधारकांच्या तीव्र दबावामुळे २४ तासांच्या आत राजू यांना हा निर्णय रद्द करावा लागला आणि राजू यांच्या समोरील सर्व मार्ग बंद झाले. समोर कोणताही पर्याय न उरल्याने सात जानेवारी २००९ रोजी बी. रामलिंग राजू यांनी सत्यमच्या संचालक मंडळाला आणि सेबीला कबुलीपत्र पाठवले. या कबुली पत्रात बी. रामलिंग राजू यांनी कंपनीच्या ताळेबंदत दाखवलेली ५३६१ कोटी रुपयांची रोख रक्कम आणि बँक शिल्लक प्रत्यक्षात अस्तित्वात नाही हे मान्य केले. तसेच कंपनीचा महसूल आणि नफा प्रत्येक वर्षांपासून फुगवून दाखवला जात होता हे देखील मान्य केले. आणि या घोटाळ्यातून स्वतः किंवा स्वतःच्या भावाने एक रुपयाचाही वैयक्तिक फायदा करून घेतला नाही हा दावा केला.

सत्यम घोटाळ्याचा खुलासा कसा झाला

सत्यम घोटाळ्याची माहिती एका अज्ञात व्हिसलब्लोअरने दिली होती. त्यांनी कंपनीच्या संचालकांपैकी एका संचालकाला ई-मेल पाठवला आणि सेबी आणि मीडियाला देखील घोटाळा विषयी जागृत केले होते.

सत्यम घोटाळ्याचे परिणाम

१. कबुलीपत्र समोर येताच सत्यमचा शेअर एकाच दिवसात ८७% ने कोसळला. गुंतवणूकदारांचे एका रात्रीत हजारो कोटी रुपये बुडाले.

२. ५०००० हून अधिक कर्मचाऱ्यांच्या नोकऱ्या धोक्यात आल्या. अनेक देशातील ग्राहकांनी सत्यम सोबतचे करार रद्द करण्यास सुरुवात केली.

३. जागतिक पातळीवर भारतीय कार्पोरेट क्षेत्राची विश्वासार्हता धोक्यात आली.

सरकारची कारवाई

१. सरकारने सत्यमचे जुने संचालक मंडळ बरखास्त केले आणि दीपक पारेख, किरण कर्णिक आणि अच्युत लहरी यांच्यासारख्या अत्यंत प्रतिष्ठित व्यक्तींचे नवीन सहा सदस्यांचे बोर्ड नियुक्त केले.

२. कंपनीला वाचवण्यासाठी नवीन मालकाचा शोध सुरू झाला. सरकारी देखरेखी खाली अत्यंत पारदर्शक लिलाव पद्धत राबवली गेली. आनंद महिंद्रा यांच्या टेक महिंद्रा कंपनीने सर्वाधिक बोली लावून सत्यम मधील ५१% शेअर्स खरेदी केले. कंपनीचे नाव, ममहिंद्रा सत्यमफ करण्यात आले. ग्राहकांचा विश्वास परत मिळवला गेला आणि कर्मचाऱ्यांच्या नोकऱ्या देखील वाचल्या. २०१३ मध्ये ममहिंद्रा सत्यमफ पूर्णपणे मटेक महिंद्राफ मध्ये विलीन झाली.

३. या प्रकरणाचा तपास केंद्रीय अन्वेषण विभाग आणि गंभीर गुन्हे अन्वेषण कार्यालय यांच्याकडे सोपविण्यात आला. रामलिंग राजू त्यांचा भाऊ रामा राजू सीएफओ श्रीनिवास आणि प्राईस वॉटर हाऊस कूपर्स च्या दोन ऑडिटर्स ना अटक करण्यात आली.

४. विशेष सीबीआय न्यायालयाने बी रामलिंग राजू आणि इतर नऊ जणांना दोषी ठरवत सात वर्षे सत्ता मजुरीची शिक्षा सुनावली आणि ५.५ कोटी रुपयांचा दंड ठोठावला. सेबीने राजू आणि त्यांच्या कंपन्यावर शहर बाजारात व्यवहार करण्यास दीर्घकालीन बंदी घातली तसेच ऑडिट कंपनीवर दोन वर्षासाठी लिस्टेड कंपन्यांचे ऑडिट करण्यास बंदी घातली

५. संचालक मंडळामध्ये स्वतंत्र संचालकांची भूमिका आणि त्यांची जबाबदारी अधिक करण्यात आली त्यांना घोटाळ्यांसाठी जबाबदार धरण्याची तरतूद केली गेली.

६. कंपन्यांमधील अंतर्गत गैरव्यवहार उघडकीला आणणाऱ्या कर्मचाऱ्यांना कायदेशीर संरक्षण देणे बंधनकारक केले गेले.

निष्कर्ष

कोणतीही कंपनी किती मोठी असली तरी व्यावसायिक नैतिकता आणि पारदर्शकता नसेल तर तिचे पतन होते.

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न- ४

प्रश्न १.खालीलपैकी योग्य पर्यायांची निवड करून वाक्य पूर्ण करा.

१. जानेवारी २००९ मध्ये स्वतःच्या घोटाळ्याची कबुली देणारे सत्यम कॉम्पुटर सर्विसेसचे संस्थापक आणि अध्यक्ष .... हे होते.

अ. अझीम प्रेमजी | ब. बी. रामलिंग राजू

क. दीपक पारेख | ड. नारायण मूर्ती

२. सत्यममधील हजारो कोटींचा घोटाळा शोधण्यात अपयशी ठरल्यामुळे सेबीने …………अकाउंटिंग फर्मवर कारवाई केली होती.

अ. डेलॉइट　　ब. प्राईस वॉटरहाऊस कूपर्स

क. केपीएमजी　　ड. ऑर्थर अँडरसन

३. कंपनीच्या शेअर्सच्या किमती कृत्रिमरीत्या वाढवून ठेवण्यासाठी सत्यमच्या व्यवस्थापनाने प्रामुख्याने कोणत्या आर्थिक घटकात खोट्या नोंदी केल्या होत्या?

अ. अस्तित्वात नसलेला मालसाठा　　ब. बँकेतील खोटीरं रोकड आणि जमा रक्कम

क. न भरलेला कॉर्पोरेट कर　　ड. जमिनीचे अवाजवी मुल्य

४. राजू यांच्या कुटुंबाच्या मालकीच्या कोणत्या दोन रियल इस्टेट कंपन्या खरेदी करण्याचा प्रयत्न केल्यावर सत्यमचा हा घोटाळा उघडकीस आला?

अ. डी एल एफ (DLF) आणि युनिटेक (Unitek)

ब. मायटास इन्फ्रा आणि मायटास प्रॉपर्टीज (Maytas Infra and Properties)

क. सहारा आणि जीएमआर (GMR)

ड. एचडीआयएल (HDIL) आणि लोढा (Lodha)

५. एप्रिल २००९ मध्ये सरकारने घेतलेल्या लिलावात सत्यम कॉम्पुटरला खरेदी करून कोणत्या दिग्गज टेक कंपनीने तिचे अस्तित्व वाचवले?

अ. इन्फोसिस (Infosis)　　ब. टीसीएस (TCS)

क. टेक महिंद्रा (Tech Mahindra)　　ड. विप्रो (Wipro)

प्रश्न २. चूक की बरोबर ते लिहा.

१ अंतर्गत ऑडिटमध्ये पकडले गेल्यामुळे बी. रामलिंग राजू यांनी सेबी आणि स्टॉक एक्स्चेंजला पत्र लिहून घोटाळ्याची कबुली दिली होती.

२. घोटाळ्यानंतर जागतिक बँकेने सत्यम कॉम्प्युटर सोबत कोणताही व्यवसाय किंवा करार करण्यास आठ वर्षांसाठी बंदी घातली होती.

३. सत्यम घोटाळा मोठा करण्यासाठी कंपनीने ७५०० पेक्षा जास्त बनावट कर्मचाऱ्यांची नावे दाखवून त्यांच्या नावाने पगार लाटला होता.

४. सत्यम घोटाळा हा २००९ मध्ये उघडकीस आला.

५. सत्यम घोटाळ्यानंतर भारतात कंपनी कायदा २०१३ अंतर्गत ऑडिटिंग कंपन्या बदलणे बंधनकारक केले गेले.

प्रश्न ३. योग्य जोड्या जुळवा.

अ गट	**ब गट**
१. बी. रामलिंग राजू	अ. सत्यमला दिवाळखोरीपासून वाचवणारी दिग्गज आयटी कंपनी
२. मायटास इन्फ्रा आणि मायटास प्रॉपर्टीज	ब. बँक पावत्यांची पडताळणी करण्यात अपयशी ठरलेली ऑडिट फॉर्म
३. प्राईस वॉटरहाऊस कूपर्स	क. सत्यम चे संस्थापक
४. टेक महिंद्रा	ड. राजू यांच्या कुटुंबाच्या मालकीच्या रियल इस्टेट कंपन्या

३. सारांश

कंपनी कायदा, २०१३ कलम १३५ अंतर्गत कॉर्पोरेट सामाजिक जबाबदारी (CSR)

भारतात कॉर्पोरेट सामाजिक जबाबदारी (Corporate Social Responsibility - CSR) ही कंपनी कायदा, २०१३ च्या कलम १३५ अंतर्गत अनिवार्य करण्यात आली आहे. ज्या कंपनीची निव्वळ संपत्ती ५०० कोटी किंवा अधिक, उलाढाल १००० कोटी किंवा अधिक किंवा निव्वळ नफा ५ कोटी किंवा अधिक असेल, त्या कंपनीला CSR च्या तरतुदी लागू होतात. अशा कंपन्यांनी संचालक मंडळाच्या CSR समितीची स्थापना करणे आवश्यक आहे. कंपनीने मागील तीन वर्षांच्या सरासरी निव्वळ नफ्याच्या किमान २% रक्कम सामाजिक विकास, शिक्षण, आरोग्य, पर्यावरण संवर्धन, महिला सक्षमीकरण इत्यादी उपक्रमांवर खर्च करणे बंधनकारक आहे. CSR धोरण तयार करणे, त्याची अंमलबजावणी करणे आणि वार्षिक अहवालात त्याची माहिती देणे आवश्यक आहे.

पर्यावरण, सामाजिक व प्रशासन (ESG) **निकष आणि अहवाल**

ESG अहवालनाद्वारे कंपनीच्या आर्थिक कामगिरीबरोबरच तिच्या शाश्वतता, सामाजिक जबाबदारी आणि प्रशासनिक पारदर्शकतेचे मूल्यांकन केले जाते. पर्यावरणीय निकषांमध्ये ऊर्जा वापर, कार्बन उत्सर्जन, प्रदूषण नियंत्रण आणि नैसर्गिक संसाधनांचे संवर्धन यांचा समावेश होतो. सामाजिक निकषांमध्ये कर्मचारी कल्याण, मानवाधिकार, ग्राहक संरक्षण आणि समुदाय विकास यांचा विचार केला जातो. प्रशासन निकषांमध्ये संचालक मंडळाची कार्यक्षमता, नैतिकता, पारदर्शकता, जोखीम व्यवस्थापन आणि भागधारकांच्या हितांचे संरक्षण यांचा समावेश असतो. ESG अहवालनामुळे गुंतवणूकदारांचा विश्वास वाढतो आणि शाश्वत व्यवसाय विकासाला चालना मिळते.

कंपन्यांमधील घोटाळे : एनरॉन आणि सत्यम

कॉर्पोरेट घोटाळे हे प्रशासनातील त्रुटी, आर्थिक फसवणूक आणि नैतिकतेचा अभाव दर्शवितात. एनरॉन घोटाळा हा अमेरिकेतील सर्वात मोठ्या आर्थिक घोटाळ्यांपैकी एक मानला जातो. कंपनीने खोटे लेखांकन, कर्ज लपविणे आणि नफ्याचे चुकीचे चित्रण करून गुंतवणूकदारांची फसवणूक केली. या घोटाळ्यामुळे कंपनी दिवाळखोर झाली आणि हजारो कर्मचाऱ्यांच्या नोकऱ्या गेल्या.

भारतातील सत्यम घोटाळा हा भारताचा एनरॉन म्हणून ओळखला जातो. सत्यम कॉम्प्युटर सर्व्हिसेसचे संस्थापक रामलिंगा राजू यांनी कंपनीच्या आर्थिक विवरणपत्रांमध्ये हजारो कोटी रुपयांची बनावट नोंद करून नफा आणि मालमत्ता वाढवून दाखवली. या घोटाळ्यामुळे कॉर्पोरेट प्रशासनातील कमतरता उघड झाल्या. त्यानंतर भारतात कॉर्पोरेट गव्हर्नन्स, लेखापरीक्षण आणि पारदर्शकता यासंबंधी नियम अधिक कठोर करण्यात आले.

४. पारिभाषिक शब्द

१. कार्बन फूटप्रिंट-कंपनीच्या कार्यामुळे वातावरणात सोडल्या जाणाऱ्या हरितगृह वायूंचे प्रमाण

२. कचरा व्यवस्थापन-कचऱ्याची विल्हेवाट लावण्याची प्रक्रिया

३. मानवी हक्क-कर्मचाऱ्यांचे व समाजाचे मूलभूत अधिकार

४. लैंगिक समानता-कामाच्या ठिकाणी सर्वांना समान संधी देणे.

५. पारदर्शकता-कंपनीचे कामकाज आणि निर्णय प्रक्रियेत असणारी स्पष्टता

६. बिझनेस रिस्पॉन्सिबिलिटी अँड सस्टनाबिलिटी रिपोर्ट (BRSR) ASEBI द्वारे भारतीय कंपन्यांसाठी अनिवार्य केलेला रिपोर्टिंग निकष

७.. स्वतंत्र संचालक- सी एस आर समितीमध्ये असणारा असा संचालक जो कंपनीच्या दैनंदिन कामकाजात थेट सहभागी नसतो, पण समितीवर देखरेख ठेवतो.

१०. सी एस आर समिती - सी एस आर धोरण तयार करण्यासाठी आणि खर्चावर देखरेख ठेवण्यासाठी संचालक मंडळाद्वारे स्थापन केलेली समिती.

११. कॉर्पोरेट फसवणूक- कंपनीच्या व्यवस्थापनाने किंवा संचालकांनी केलेली आर्थिक फसवणूक

१२. लेखापरीक्षण- कंपनीच्या आर्थिक नोंदीची तपासणी

५. स्वयं-अध्ययन प्रश्नांची उत्तरे

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न १:

प्रश्न १ : १-ब, २-ड, ३-क, ४-ब, ५-क,

प्रश्न २ : १-चूक, २.-बरोबर, ३- बरोबर, ४- बरोबर, ५-चूक

प्रश्न ३ : १-क, २-अ, ३-ड, ४-ब

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न २:

प्रश्न१: १-ब, २-क, ३-ब, ४-क, ५-अ,

प्रश्न २ : १- बरोबर, २.- चूक, ३- बरोबर, ४- चूक, ५- बरोबर

प्रश्न ३ : १-क, २-अ, ३-ड, ४-ब

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न ३:

प्रश्न १ : १-क, २-ड, ३-ब, ४-ब, ५-अ,

प्रश्न २ : १- बरोबर, २.-बरोबर, ३- चूक, ४- चूक, ५- बरोबर

प्रश्न ३ : १-ब, २-अ, ३-ड, ४-क

स्वयं-अध्ययनासाठी प्रश्न ४:

प्रश्न १ : १-ब, २-ड, ३-क, ४-ब, ५-क,

प्रश्न २ : १-चूक, २.-बरोबर, ३- बरोबर, ४- बरोबर, ५- बरोबर

प्रश्न ३ : १-क, २-ड, ३-ब, ४-अ

६. स्वाध्याय

प्रश्न १.थोडक्यात उत्तरे लिहा.

१. एनरॉन घोटाळ्याचे परिणाम स्पष्ट करा.

२. सत्यम घोटाळ्याचे परिणाम स्पष्ट करा.

३. पर्यावरणीय सामाजिक आणि प्रशासन अहवालाच्या निकषांची माहिती लिहा.

प्रश्न २. खालील प्रश्नांची सविस्तर उत्तरे लिहा.

१. कंपनी कायदा २०१३ कलम १३५ अंतर्गत तरतुदींची चर्चा करा.

२. अहवाल सादर करण्यासाठी पर्यावरणीय सामाजिक आणि प्रशासन निकष स्पष्ट करा.

३. एनरॉन घोटाळा स्पष्ट करा.

४. सत्यम घोटाळा स्पष्ट करा.

७. संदर्भ

Asthana, V., (2025), ESGA from principles to practice, Mohali, White Falcon Publishing

Dadhich, G., (2025), Benchmarking ESG and CSR: - study of Indian sectors, Gurugram, Indian Institute of Corporate Affairs

Ramaiya, A., (2020), Guide to the Companies Act (19th ed.). Gurugram, LexisNexis India

Sarkar, J. Sarkar, S., (2012), Corporate governance in India, New delhi, Sage Publications India

Agarwal, S., (2010), Corporate governance: Concept dimensions (2nd ed.). Mumbai, Snow White Publications

Bhandari, B., (2009), The Satyam saga, , New Delhi, Business Standard Books

❑❑❑