

**अभ्यासक्रम**  
**तृतीय वर्ष कला अर्थशास्त्र अभ्यासपत्रिका क्र.९**  
**निर्यात व्यवस्थापन**

**I निर्यातीचे महत्त्व :-**

निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय – महत्त्व व व्याप्ती - यशस्वी निर्यात व्यवस्थापकाचे गुण – परदेशातील विपणन – आंतरराष्ट्रीय व्यापारावरील नियंत्रणे – जकाती – कोटा – इतर व्यापारी अडथळे – वस्तू विकास – उत्पादित वस्तू आराखडा – वस्तूचे स्थान – अर्थ व महत्त्व, टप्पे – मुद्रांकन – व्याख्या, महत्त्व, - छापांची चाचेगिरी

**II आंतरराष्ट्रीय व्यापारी करार :-**

जकाती व व्यापारविषयक सहमती करार (GATT) सध्या जागतिक व्यापारी संघटना - युरोपियन युनियन (EU) - एशियन (ASEAN) - सार्क (SAARC) – अंक्टड (UNCTAD) जॉइंट कमिश्न्स विथ इंडिया.

**III परदेशी बाजारपेठांची चाचणी :-**

व्यापारी प्रतिनिधी मंडळे - व्यापार विकास मंडळे - व्यापारीजत्रा प्रदर्शने व उत्सव - विदेशी कार्यालये.

**IV निर्यात किंमत :-**

निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणारे घटक - बाजार अपूर्णता – निर्यात किंमतीची उद्दीष्टे - निर्यात किंमत धोरणे - निर्यात सवलती - निर्यात किंमत उदाहरणे.

**V निर्यात अर्थपुरवठा आणि निर्यात वाढ :-**

निर्यात अर्थपुरवठा – महत्त्व – कर्ज सुविधा – बांधणी कर्ज - विनीमय नियंत्रण – हजर बाजार आणि वायदा बाजार – विनीमय स्थिती व नफा.

निर्यात वृद्धी – बँक सहाय्य व सवलती – व्यापारातील शिष्टाचाराच्या कल्पना – निर्यात प्रक्रीया विभाग – आयात पुर्नभरणा योजना – निर्यात वस्तू मंडळे – भारतीय व्यापार.

पुर्नभरणा योजना – निर्यात पत व हमी महामंडळ – निर्यात – आयात बँक – २००२-२००७ चे निर्यात धोरण – इतर संस्थांची भूमिका – राज्य व्यापारी महामंडळे – खनिजे आणि धातू महामंडळे

**VI निर्यात कागदपत्रे व सवलती :-**

पतपत्रे – कार्यपध्दत व प्रकार –  
जहाजकागदपत्रांची छाननी – जहाज भरणा पत्र – सवलती मिळवण्याची कार्यपध्दत – नवीन बदल – रोख सहाय्य

निर्यात योजना – उत्पादन उगम प्रमाणपत्र – बंदरावरील कार्यपध्दत – विमा – कस्टम तपासणी – बँक कार्यपध्दत – विनीमय परवाना



## प्रकरण १

### निर्यात व्यवस्थापनाचा थोडक्यात आढावा (Export management – An Overview)

#### घटक रचना:

- १.० उद्दिष्टे
- १.१ प्रास्ताविक
- १.२ विषय - विवेचन - अर्थ - व्याख्या - महत्त्व,
  - १.२.१ निर्यात व्यवस्थापनाचा अर्थ
  - १.२.२ निर्यात व्यवस्थापनाची व्याख्या
  - १.२.३ निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व / फायदे / गरज
- १.३ निर्यात व्यवस्थापनाची व्याप्ती / कार्ये
- १.४ यशस्वी निर्यात व्यवस्थापकाचे गुण आणि पात्रता
- १.५ निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय / पेशा
- १.६ देशांतर्गत विपणन आणि आंतरराष्ट्रीय किंवा विदेशी विपणन यामधील फरक
- १.७ सारांश
- १.८ पारंपारिक शब्द, शब्दार्थ
- १.९ प्रश्न

---

#### १.० उद्दिष्टे

---

ह्या घटकांचा अभ्यास केल्यानंतर

- निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे काय ? हे समजून घेता येईल.
- निर्यात व्यवस्थापनाची व्याख्या करता येईल.
- निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व / फायदे / गरज समजून घेता येईल.
- निर्यात व्यवस्थापनाची व्याप्ती / कार्ये समजून घेता येईल.
- यशस्वी निर्यात व्यवस्थापकाचे गुण आणि पात्रता पहाता येईल.
- निर्यात व्यवस्थापन हा व्यवसाय आहे हे पटवून देता येईल.
- देशांतर्गत व्यापार आणि विदेशी व्यापार यामधील फरक समजून घेता येईल.

## १.१ प्रास्ताविक (Introduction)

दुसऱ्या देशाला अथवा तेथील व्यवसायसंस्थेला वस्तू अथवा सेवांची विक्री करणे म्हणजे निर्यात होय. निर्यात व्यापारामुळे राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेला अनेक फायदे मिळतात. आपल्या देशात उत्पादन झालेला माल परदेशातील ग्राहकांना अगर व्यापाऱ्यांना विकणे म्हणजे निर्यात व्यापार होय. आपल्या मालासाठी परदेशात ग्राहक मिळविणे, ग्राहकांच्या मागणीनुसार मालाची बांधणी करणे, त्याचा विमा उतरविणे, मालासाठी जहाजात जागा मिळविणे, निर्यातीचे व्यवहार पूर्ण करणे आणि शेवटी मालाची किंमत मिळविणे इ. कार्ये निर्यात व्यापारात करावी लागतात. ही सर्व कार्ये करण्यासाठी निर्यात व्यवस्थापकाची नेमणूक केली जाते. निर्यात म्हणजे जेव्हा एक देश अन्य देशास वस्तू विकतो तेव्हा त्यास निर्यात व्यापार असे म्हणतात. निर्यातीमुळे आर्थिक वृद्धी होण्यास मदत होते. विकसनशील देशाला आपली प्रगती करण्यासाठी त्या देशाने निर्यातीस प्रोत्साहन दिले पाहिजे.

निर्यात व्यवस्थापन हा एक व्यावसायिक व्यवस्थापनाचा भाग आहे. कोणतीही मोठी उद्योगसंस्था एकूण उत्पादित केलेल्या उत्पादनापैकी काही उत्पादनाचा भाग निर्यात करत असते. काही कंपन्यांमध्ये निर्यात विपणन स्वतंत्र विभाग असतो या विभागाकडून निर्यातीबाबतची सर्व कामे केली जातात. निर्यात विभागाचे कार्य कार्यक्षम होण्यासाठी निर्यात व्यवस्थापकाची नेमणूक केली जाते. ही नेमणूक करत असताना त्याची शैक्षणिक पात्रता, कायद्याचे ज्ञान, निर्णय क्षमता इत्यादीचा विचार केला जातो. निर्यात व्यवस्थापनामध्ये त्याची भूमिका महत्त्वाची असते.

## १.२ विषय -- विवेचन -- अर्थ -- व्याख्या - महत्त्व

### १.२.१ निर्यात व्यवस्थापनाचा अर्थ (Meaning of Export Management) :-

व्यवस्थापन म्हणजे एखादे उद्दिष्टे पार पाडण्यासाठी त्या कार्याचे नियोजन करणे. कोणत्याही प्रकारचे कार्य करण्यासाठी योग्य नियोजन करावे लागते. कोणत्याही प्रकारचे कार्य करण्यासाठी नियोजन हे करावेच लागते मग ते कार्ये उत्पादन कार्ये असेल किंवा विपणन कार्ये असेल कोणत्याही व्यवसायाचे हृदय म्हणजे विपणन होय. विपणन कार्ये कार्यक्षम होण्यासाठी व्यवस्थापन आवश्यक आहे. त्यामध्ये मालाची विक्री योग्य नफ्याने करणे, ग्राहकांचे समाधान करणे.

निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे निर्यात विपणन कार्ये कार्यक्षमपणे राबविणे, कार्यक्षम आणि नफ्यामध्ये विपणन करणे. निर्यात व्यवस्थापन कार्ये हे वृद्धीभिमुख आणि गतीशिल असे आहे. निर्यात विपणन व्यवस्थापन आणि अंतर्गत विपणन व्यवस्थापन ह्या एकाच नाण्याच्या दोन बाजू आहेत. अंतर्गत विपणनापेक्षा निर्यात विपणन व्यवस्थापन अधिक क्लिष्ट आहे. त्यामध्ये परकीय विपणन, स्पर्धा, विविध देशांची विविध चलने, वेगवेगळ्या देशांचे व्यापारासंबंधी नियम, अटी यांचा समावेश निर्यात विपणन व्यवस्थापनात होतो.

निर्यात व्यवस्थापनाचा संबंध निर्यात विपणन किंवा आंतरराष्ट्रीय व्यापार, यांच्याशी आहे. निर्यात व्यवस्थापनामध्ये निर्यात विपणनासंबंधी तंत्रांचा पद्धतशीरपणे वापर केला जातो.

निर्यात व्यवस्थापनामध्ये परकीय व्यापार, परकीय खरेदीदाराची गरज, संभाव्य परदेशात विपणनासंबंधीच्या संधी, आणि मोठ्या प्रमाणात केली जाणारी निर्यात या सर्वांचा समावेश निर्यात विपणनामध्ये होतो.

निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे मुख्यता नियोजन करणे, संघटन करणे, समन्वय साधणे, आणि नियंत्रणाद्वारे मालाची निर्यात, सेवा इतर देशांना करणे म्हणजे निर्यात व्यवस्थापन होय.

निर्यात व्यवस्थामध्ये अनेक कार्यांचा समावेश होतो. उदा. निर्यात वस्तूंचे उत्पादन करणे, परदेशी खरेदीदाराचे आदेश स्विकारणे, निर्यात उत्पादकांची परदेशात जाहिरात करणे, निर्यात मोजनांची कार्यवाही करणे. विक्री वृद्धीसाठी विविध तंत्रांचा अवलंब करणे, किंमत ठरविणे, व इतर निर्यातीसंबंधी कार्ये करणे या सर्वांचा समावेश निर्यात व्यवस्थापनामध्ये होतो.

थोडक्यात असे म्हटले जाते की, मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणाऱ्या उद्योगामध्ये निर्यात विभागाकडून केलेली जाणारी कार्ये म्हणजे निर्यात व्यवस्थापन.

"निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे निर्यात व्यवस्थापक जे कार्य करतो ते म्हणजे निर्यात व्यवस्थापन Export management means what an export manager does."

### १.२.२ निर्यात व्यवस्थापनाची व्याख्या (Definitions of Export Management)

निर्यात व्यवस्थापन संकल्पनेची व्याख्या करणे कठीण आहे. प्रमाणित अशी व्याख्या करता येत नाही. मात्र व्यवस्थापनाच्या तत्त्वांच्या अवलंब निर्यात व्यवस्थापनामध्ये केलेला दिसून येतो. निर्यात व्यवस्थापनाच्या सोप्या व्याख्या पुढीलप्रमाणे सांगता येईल.

१. "निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे निर्यात विपणन कार्यपध्दती व्यवस्थितपणे व नीट नेटकेपणे करणे."
२. "निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे, मालाच्या विक्रीसाठी व विपणनासाठी विविध संधी उपलब्ध करून देणे आणि विदेशी बाजारपेठेत सेवा उपलब्ध करून देणे व त्याद्वारे निर्यात करणाऱ्या संस्थेला अधिक लाभ मिळवून देण्याच्या दृष्टीने प्रयत्न करणे हे करत असताना निर्यातीसंबंधी असणारे नियम व अटींचे पालन करणे."
३. "निर्यात व्यवस्थापन हा एक व्यवसाय व्यवस्थापनाचा भाग असून केवळ परदेशात मालाची निर्यात करणे, यामध्ये आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठांच्या कार्याचा व कार्यपद्धतीचा समावेश होतो."
४. "निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे, निर्यातीसंबंधी नियोजन करणे, संघटन करणे, समन्वय साधणे आणि नियंत्रणाद्वारे निर्यातीबाबतचे उद्दिष्टे आत्मविश्वासाने, निटनेटकेपणे साध्य करणे होय."
५. "Export management means planning, organising, coordinating and controlling export efforts or activities to achieve desired export objectives smoothly and with confidence."

६. "According to B. S. Rathor, Export marketing includes the management of marketing activities for products which cross the natural boundaries of country."

**१.२.३ निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व / गरज / फायदे (Importance / Need / Advantages of Export management) :-**

निर्यात व्यवस्थापनामुळे फक्त निर्यात करणाऱ्या संघटनेला फायदे / महत्त्व नसून त्याचे महत्त्व सरकारी स्तरावर किंवा देशाच्या दृष्टीने महत्त्व असते. मोठ्या प्रमाणात निर्यात केल्यामुळे निर्यात संघटनेबरोबर देशाच्या अर्थव्यवस्थेला देखील त्याचे फायदे मिळतात. त्यासाठी निर्यात व्यवस्थापनाची गरज असते. भारतामध्ये निर्यात म्हणजे आर्थिक वाढीचे इंजिन आहे असे म्हटले जाते. देशाच्या आर्थिक विकासाला चालना देण्याचे काम निर्यात करत असते. रोजगार निर्मिती करण्याची माहिती भूमिका निर्यात व्यवस्थापनामुळे होते. आणि म्हणूनच निर्यात व्यवस्थापनाला अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त झाले आहे.

निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व पुढील दोन भागांमध्ये करता येईल.

अ) देशाच्या दृष्टीने निर्यातीचे महत्त्व :-

Importance / Need / Advantages of Export Management at the National Level.

ब) व्यवसाय किंवा उद्योग धंद्याच्या दृष्टीने निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व :-

Need / Importance / Advantages of Export Management of Business / Enterprise.

**अ) देशाच्या दृष्टीने निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व / गरज / फायदे (Importance / Need / Advantages of Export Management of the National Level) :-**

- १) परकीय चलनाची उपलब्धता Foreign Exchange
- २) आंतरराष्ट्रीय सहसंबंध सुधारतात. International Relation
- ३) पैसे देण्यामध्ये समतोल (किंमत संतुलन) Balance of Payment
- ४) संपूर्ण जगामध्ये प्रतिष्ठा वाढते. Reputation in the world
- ५) रोजगारांच्या विविध संधी Employment Opportunities
- ६) विकासात्मक योजनांना आर्थिक मदत Financing of Development Plan
- ७) संशोधन आणि विकास Research and Development
- ८) साधनसामग्रीचा पर्याप्त वापर Utilisation of Resources
- ९) इतर क्षेत्रावर प्रभाव Spread Effect
- १०) उच्च रहाणीमानाचा दर्जा Standard of Living
- ११) साहाय्यक उद्योगांना मदतीचा हात Helping hand to tertiary Sector

- १२) कर्जफेड सहज होते Debt Servicing  
 १३) आयातीची गरज पूर्ण होते Meeting Import need.

**१) परकीय चलनाची उपलब्धता (Foreign Exchange) :-**

निर्यात करणाऱ्या देशांना मोठ्या प्रमाणात परकीय चलनाची उपलब्धता होते. त्यामुळे मालाची आयात करायची असेल तर त्या परकीय चलनाचा उपयोग करता येतो. उदा. कच्चा माल, स्पेअर पार्ट, आणि इतर पार्ट आयात करता येतात. परकीय चलनामुळे तंत्रज्ञान आयात करता येते. किंवा तंत्रज्ञाबाबत सेवा घेता येते. औद्योगिकरणाचा विकास आपल्या देशात करायचा असेल तर परकीय चलनाशिवाय पर्याय नाही. परकीय चलन उपलब्धतेचा एकच मार्ग आणि तो म्हणजे निर्यात व्यवस्थापनात वाढ करणे. परकीय चलनामुळे देशाची अर्थव्यवस्था अधिक बळकट करता येते.

**२) आंतरराष्ट्रीय सहसंबंध सुधारतात (International Relation) :-**

जगातील सर्व देशांना आपले पर्यावरण सुबत्तता आणि शांततेच्या वातावरणाची गरज असते. आंतरराष्ट्रीय संबंधामुळेच पर्यावरणात आणि संस्कृतीमध्ये सुधारणा करू शकतो. निर्यात व्यवस्थापनामुळे आंतरराष्ट्रीय संबंध सुधारण्यास मदत होते. निर्यातीमुळेच आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये सहभागी होऊन सहसंबंध सुधारता येते. प्रत्येक देश आयात-निर्यात करून आपल्या गरजा पूर्ण करू शकतात. निर्यातीमुळे सर्व देशांना त्याचे फायदे मिळतात. निर्यातीमुळेच आर्थिक विकास साधता येतो.

**३) पैसे देण्यामध्ये समतोल (किंमत संतुलन) (Balance of Payment) :-**

देशाची बाह्य आर्थिक शक्ती ही पैसे देण्याच्या समतोलामुळे होते. सर्वसाधारण प्रत्येक देशाला शक्तीशाली आणि अनुकूल असा बॅलन्स ऑफ पेमेंट आवश्यक असतो. निर्यातीमुळे देशाला बॅलन्स ऑफ पेमेंटमध्ये सुधारणा करता येते.

**४) संपूर्ण जगामध्ये प्रतिष्ठा वाढते (Reputation in the world) :-**

जे देश इतर देशांना मालाची निर्यात करतात त्या देशाची जगामध्ये (इतर देशांमध्ये) निर्यात करणाऱ्या देशांचा नावलौकिक व प्रतिष्ठा वाढलेली दिसून येते. उदा. जपानकडून चांगल्या दर्जाच्या वस्तूंची निर्यात होत असल्यामुळे जपानचा नावलौकिक व प्रतिष्ठा संपूर्ण जगामध्ये दिसून येते.

**५) रोजगारांच्या विविध संधी (Employment Opportunities) :-**

निर्यात व्यापारामुळे मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे शक्य होते. मोठ्या प्रमाणावरील उत्पादनामुळे रोजगारांच्या विविध संधीसाठी दारे उघडी होतात. निर्यातीमुळे फक्त निर्यात क्षेत्रापुरतेच रोजगार उपलब्ध होत नाही तर इतर संबंधित क्षेत्रासाठी विविध संधी उपलब्ध होते. उदा. बँकिंग, विमा व इतर संबंधित क्षेत्रासाठी विविध संधी उपलब्ध होतात.

**६) विकासात्मक योजनांना आर्थिक मदत (Financing of Development Plans) :-**

मालाची निर्यात केल्यामुळे विकासात्मक योजनांना आर्थिक मदत मिळते त्यामुळेच मालाची आणि तंत्रज्ञानाची आयात करता येते. परकीय चलनामुळे आर्थिक विकासाला मोठ्या प्रमाणात हातभार लागतो. निर्यातीमुळेच आर्थिक विकास होत असतो. त्यातूनच औद्योगिक विकास साधता येतो. औद्योगिक वाढ आणि उत्पादनात वाढ ही परकीय व्यापारानेच करता येते. मोठ्या प्रमाणात उत्पादन केल्यावर ते फक्त देशातच विकून जाणार नाही तर त्याची निर्यात करणे आवश्यक आहे.

**७) संशोधन आणि विकास (Research and Development) :-**

उत्पादन आणि तंत्रज्ञानामध्ये सतत सुधारणा होणे गरजेचे असते. संशोधन आणि विकासामुळे फक्त ग्राहकांनाच फायदे मिळत नाही तर त्याचे फायदे हे देशातील बाजारपेठेला व परकीय बाजारपेठेला मिळतात. निर्यातीमुळे संशोधन आणि विकासाला चालना मिळते.

**८) साधन सामग्रीचा पर्याप्त वापर (Utilisation of Resources) :-**

साधनसामग्रीचा पर्याप्त वापर होणे आवश्यक आहे. आंतरराष्ट्रीय व्यापारामुळे ज्या देशात साधनसामग्री विपूल प्रमाणात आहे, असा देश दूसऱ्या देशात ती वस्तू निर्यात करतो. अरब राष्ट्रांमध्ये पेट्रोलचे साठे मोठ्या प्रमाणात आहेत पेट्रोलच्या निर्यातीमुळे सर्वांची गरज पूर्ण होते. म्हणजेच निर्यातीमुळे ती वस्तू सर्वांसाठी उपलब्ध राहते.

**९) इतर क्षेत्रांवर प्रभाव (Spread Effect) :-**

निर्यात करणाऱ्या उद्योगांमुळे त्याचा इतर क्षेत्रांवर प्रभाव पडतो. उदा. बँका, वाहतूक, विमा इ. थोडक्यात निर्यातीमुळे इतर साहाय्यक उद्योगांना चालना मिळते.

**१०) उच्च राहणीमानाचा दर्जा (Standard of Living) :-**

ज्या देशाचा निर्यात व्यापार मोठा अशा देशातील लोकांचे राहणीमान आपोआप उंचावते कारण रोजगार मिळतो. रोजगारामुळे आवश्यक गरजा पूर्ण करता येतात. निर्यात व्यापारामुळे मोठ्या प्रमाणात उत्पादन होते. साहाय्यकच त्यामुळे रोजगार उपलब्ध होतो. मोठ्या प्रमाणात रोजगार म्हणजे मोठ्या प्रमाणात खरेदी प्रेरणा त्यामुळे लोकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू वापरण्यास मिळतात. त्यामुळे लोकांचे राहणीमान सुधारण्यास मदत मिळते.

**११) साहाय्यक उद्योगांना मदतीचा हात (Helping hand to tertiary Sector)**

निर्यातीमुळे साहाय्यक उद्योगांना प्रेरणा मिळते. व्यापारास पुरकसेवांचा म्हणजे बँका, वाहतूक संस्था, व्यापारी, दलाल, भांडवल बाजार, विमा व्यवसाय, गुदाम इ. व्यवसायांना मदतीचा हात लागतो. निर्यातीमुळे या क्षेत्रांचा विकास करता येतो. व देशाला परकीय चलनाचा लाभ मिळवता येतो.

**१२) कर्जफेड सहज होते (Debt Servicing) :-**

विकसनशील देशांना तातडीची आर्थिक गरज भागविण्यासाठी विकसित देशांकडून कर्ज घ्यावी लागतात. ही कर्जे फेडण्यासाठी परकीय चलनाची आवश्यकता लागते. निर्यातीमुळे हे शक्य होते. निर्यात व्यापारामुळे आयात-निर्यात व्यापारात देणी निर्माण होत नाहीत तर मोठ्या प्रमाणात येणी निर्माण होतात म्हणजे अनुकूल व्यापारशेष निर्माण होतो.

**१३) आयतीची गरजपूर्ण होते (Meeting Import need.) :-**

देशाचा विकास साधावयाचा असेल तर औद्योगिक विकास, शेती विकास यावर भर द्यावा लागतो. औद्योगिक विकासासाठी यंत्रसामुग्री, कच्चा माल, तंत्रज्ञान आयात करावे लागते. शेती विकासामध्ये सुद्धा मशागतीची यंत्र सामग्री, पाणी पुरवठा, बि-बियाणे, औषधे इ. वस्तू आयात कराव्या लागतात. म्हणजेच मोठ्या प्रमाणात निर्यात वाढविणे अपरिहार्य आहे. कारण आवश्यक असणारे परकीय चलन निर्यात व्यापारातून मिळते. आयातीसाठी निर्यात आणि व्यापारामधून देशाचा आर्थिक विकास साधता येतो.

**ब) व्यवसाय किंवा उद्योगधंद्याच्या दृष्टीने महत्त्व / फायदे / गरज (Need / Importance / Advantages of Export Management of Business / Enterprise Level) :-**

- १) प्रतिष्ठा आणि नावलौकिक Goodwill & Reputation
- २) पर्याप्त उत्पादन Optimum production
- ३) धोक्यांची विभागणी Spreading of Risk
- ४) बंधनकारक निर्यात Export Obligation
- ५) जुन्या ब्रॅन्डचे अस्तित्त्व टिकून ठेवणे Keeping Alive Brands
- ६) संघटित कार्य क्षमतेत सुधारणा Improvement in organizational Efficiency
- ७) वस्तू प्रमाणकामध्ये सुधारणा Improvement in product standards
- ८) मुक्त आयात (उदार आयात) Liberal Imports
- ९) उच्च किंमती Higher Prices
- १०) आर्थिक आणि बिगर आर्थिक फायदे Financial & Non-financial Benefit
- ११) मोठ्या प्रमाणात फायदे Higher profit
- १२) सरकारी सवलतींचा फायदा Benefits of government incentives

**१) प्रतिष्ठा आणि नावलौकिक (Goodwill & Reputation) :-**

जो देश अधिकाधिक वस्तू निर्यात करतो त्या देशाची आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत अधिक ख्याती दिसून येते. अशाप्रकारे निर्यातीमुळे अधिक उत्पन्नाचा विनियोग त्या देशास इतर देशाची देणी फेडण्याकरिता केला जाऊ शकतो. निर्यात व्यवस्थापनामुळे जागतिक प्रतिष्ठा कंपनीचे व राष्ट्रांचे नावलौकिक संपूर्ण जगामध्ये दिसून येते अशा अनेक कंपन्याची उदाहरणे सांगता येतील. उदा. फिलिप्स, ग्लॅक्सो, सोनी, कोका-कोला, पेप्सी, इ.



## २) पर्याप्त उत्पादन (Optimum production) :-

मोठ्या प्रमाणात उत्पादन घेतल्यामुळे देशातील मालाची मागणी पूर्ण करता येते. त्याचबरोबर मालाची निर्यात देखील करता येते. निर्यात करणे जेव्हाच शक्य होईल की उत्पादित झालेल्या वस्तू देशांतर्गत बाजारपेठेत विकून इतर देशांना मालाची निर्यात करता येईल. थोडक्यात निर्यातीमुळेच पर्याप्त उत्पादन शक्य होते.

## ३) धोक्याची विभागणी (Spreading of Risk) :-

जेव्हा उद्योगसंस्थेला देशीबाजारपेठेत मंदी येते, तेव्हा त्याठिकाणी तोटा होतो. हा तोटा मालाची निर्यात केल्यामुळे भरून निघतो. थोडक्यात आंतरराष्ट्रीय बाजारामध्ये देशी आणि विदेशी व्यापाराचा समावेश होतो. या एका व्यापारातील तोटा दुसऱ्या व्यवहारातून भरून काढता येतो. त्यामुळे असणाऱ्या धोक्याची विभागणी होते.

## ४) बंधनकारक निर्यात (Export Obligation) :-

प्रत्येक देशास आपल्या औद्योगिक आणि आर्थिक विकासाकरिता विविध भांडवली वस्तू आणि तंत्रज्ञान हे आयात करावे लागते. अशा प्रकारे जादा वस्तूंची निर्यात केल्यामुळे आयातीची गरज भागविण्यात येते. आणि भारतामध्ये अनेक कंपन्यांना काही दर्जेदार वस्तूंची निर्यात करणे बंधनकारक असते.

## ५) जुन्या ब्रॅन्डचे अस्तित्त्व टिकून ठेवणे (Keeping Alive Brands) :-

काही वेळेस देशी बाजारपेठेत उत्पादन / किंवा ब्रॅन्डचे अस्तित्त्व कमी होत जाते. परंतु तीच वस्तू / उत्पादन किंवा ब्रॅन्डला विदेशामध्ये चांगली मागणी असते. अशा परिस्थितीमध्ये निर्यातदाराला निर्यातीमुळे फायदा होतो.

## ६) संघटित कार्यक्षमतेत सुधारणा (Improvement in organizational Efficiency) :-

विदेशी बाजारामध्ये किंवा विदेशी बाजारामुळेच निर्यातदाराला आपल्या कार्यक्षमतेत सुधारणा करता येते. उदा. संशोधन, प्रशिक्षण, आंतरराष्ट्रीय स्पर्धेमुळे निर्यातदाराला आधुनिक उत्पादन पद्धती आणि विपणन तंत्रांचा अवलंब करावा लागतो. निर्यात करणाऱ्या संघटनेला या आधुनिक तंत्रज्ञानामुळे आणि माहितीच्या तंत्रज्ञानामुळे कार्यक्षमता सुधारता येते.

## ७) वस्तू प्रमाणकामध्ये सुधारणा (Improvement in product standards):-

आंतरराष्ट्रीय प्रमाणकाप्रमाणे (मानकाप्रमाणे) निर्यात करणाऱ्या कंपन्यांना आपल्या मालाच्या दर्जात सुधारणा करावी लागते. त्यामुळे देशी व आंतरराष्ट्रीय बाजारामध्ये ग्राहकांना चांगल्या दर्जाच्या वस्तू उपलब्ध होतात.

**८) मुक्त किंवा उदार आयात (Liberal Imports) :-**

देशाचा विकास साधावयाचा असेल तर औद्योगिक विकास, शेती विकास यावर भर द्यावा लागतो. औद्योगिक विकासासाठी यंत्रसामुग्री, कच्चा माल, तंत्रज्ञान आयात करावे लागते. शेती विकासामध्ये सुद्धा मशागतीची यंत्रे, सामग्री, पाणी पुरवठा, बि-बियाणे, औषधे इ. वस्तू आयात कराव्या लागतात. ही आयातीची गरज पूर्ण करण्यासाठी परकीय चलनाची मोठ्या प्रमाणात आवश्यकता लागते. हे आवश्यक असणारे परकीय चलन निर्यात व्यापारातून मिळते.

**९) उच्च किंमती (Higher Prices) :-**

निर्यातीमुळे ग्राहकदेशामध्ये योग्य किंमतीला वस्तू विकता येते. विदेशी बाजारात मालाच्या किंमती ह्या स्वतःच्या राष्ट्रापेक्षा जास्त आकरताना दिसून येतात. म्हणजे विदेशी बाजारात मालाच्या किंमती उच्च असतात. त्यामुळेच निर्यात देशाला फायदे मिळतात.

**१०) आर्थिक आणि बिगर आर्थिक फायदे (Financial & Non-financial Benefit) :-**

निर्यात व्यापारामुळे अनेक आर्थिक आणि बिगर आर्थिक फायदे मिळतात. निर्यातीचे अस्तित्त्व टिकविण्यासाठी सरकारकडून अनेक सवलती निर्यातदाराला मिळतात. उदा. करामध्ये सवलत देणे.

**११) मोठ्या प्रमाणात फायदे (Higher profit) :-**

निर्यात मालाचा दर्जा, गुणवत्ता चांगल्या प्रतीची असते. त्याच्या किंमतीही अधिक असतात. वस्तूच्या वापरापासून त्याचे समाधान होणे आवश्यक आहे. त्यामुळे वस्तूचा खप मोठ्या प्रमाणात होते. त्यातूनच मोठ्या प्रमाणात फायदे मिळतात.

**१२) सरकारी सवलतीचा फायदा (Benefits of government incentives):-**

निर्यात वाढविण्यासाठी सरकारकडून विविध सवलती मिळतात. व उत्पादकांना प्रोत्साहन देण्यासाठी सरकारकडून विविध सवलती दिल्या जातात. आर्थिक सहकार्य देखील दिले जाते. या सवलतींमुळे निर्यातदारांना प्रोत्साहन भारतामध्ये अनेक कंपन्यांना सरकारकडून निर्यात व्यापारासाठी सवलती दिल्या जातात.

**आपली प्रगती तपासा**

**अ) खालील विधाने चूक की बरोबर सांगा.**

- १) निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे निर्यात विपणन कार्ये अकार्यक्षमपणे राबविणे व ना नफा-ना तोट्यामध्ये विपणन करणे.
- २) निर्यात विपणाचा संबंध देशी व्यापाराशी असतो.
- ३) निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे नियोजन करणे, संघटन करणे, समन्वय साधने आणि नियंत्रण करणे होय.
- ४) निर्यात व्यवस्थापनामुळे आंतरराष्ट्रीय संबंध बिघडतात.

- ५) निर्यात व्यवस्थापनामुळे रोजगारांच्या विविध संधी उपलब्ध होतात, उच्च राहणीमानाचा दर्जा सुधारतो.
- ६) निर्यात व्यवस्थापनामुळे देशातील साधनसामग्रीचा न्हास घेतो.
- ७) निर्यात व्यवस्थापनामुळे पर्याप्त उत्पादन घेता येत नाही.
- ८) निर्यात व्यवस्थापनामुळे सरकारी सवलतीचा फायदा व्यवसाय संस्थांना घेता येतो.

**ब) जोड्या लावा.**

गट १	गट २
१) निर्यात व्यवस्थापन	अ) परकीय चलनांची उपलब्धता
२) आयात बाजार	ब) निर्यात व्यापार
३) मोठ्या प्रमाणात उत्पादन	क) विपणन कार्यपद्धती व्यवस्थित पार पाडणे
४) विकासात्मक योजना	ड) साह्यक उद्योगांना मदतीचला हात
५) बँका	ई) आर्थिक मदत

**प्रश्नांची उत्तरे :**

- अ) १) चूक २) चूक ३) बरोबर ४) चूक ५) बरोबर ६) चूक ७) चूक ८) बरोबर.
- ब) १) क २) अ ३) ब ४) ई ५) ड

---

**१.३ निर्यात व्यवस्थापनाची व्याप्ती / कार्ये (Scope / Functions of Export Management)**

---

निर्यात व्यवस्थापनामध्ये व्यवस्थापकाला अनेक कार्ये पार पाडावी लागतात. त्यातील महत्त्वाची कार्ये / व्याप्ती पुढील प्रमाणे सांगता येतील.

- १) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ संशोधन
- २) वस्तू संशोधन आणि विकास
- ३) निर्यात वित्त पुरवठा
- ४) निर्यात उत्पादन
- ५) निर्यात मालाची योग्य बांधणी करणे
- ६) निर्यात वस्तूंची किंमत ठरविणे
- ७) निर्यात वस्तूंचे बोधचिन्ह ठरविणे
- ८) निर्यात मालाची जाहिरात करणे
- ९) विक्रय वृद्धी करणे
- १०) निर्यात धोक्याचे व्यवस्थापन करणे
- ११) इतर कार्ये / व्याप्ती

### १) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ संशोधन (International Marketing) :-

आंतरराष्ट्रीय व्यापार म्हटले की निर्यातदाराला संशोधन करावे लागते. परकीय बाजारपेठेतील खरेदीदाराची आवड, निवड, चव, ह्या गोष्टींसाठी आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेचे संशोधन करण्याचे काम निर्यात व्यवस्थापनामध्ये करावे लागते. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत टिकून रहाणे, स्पर्धला तोंड देणे, स्पर्धकांवर मात करणे, बाजारपेठेचे क्षेत्र वाढविणे, व्यावसायिक समस्या सोडविणे इ. चा अभ्यास करण्यासाठी आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेचे संशोधन करावे लागते त्यामुळे निर्यात व्यवस्थापनात आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ संशोधनाचा समावेश होतो.

### २) वस्तू संशोधन आणि विकास (Product Research and Development):-

प्रत्येक निर्यातदाराला वस्तू संशोधन आणि विकास कार्ये करावेच लागते वस्तू संशोधन केल्यामुळे नवीन वस्तू व चांगल्या दर्जाच्या वस्तू परदेशी बाजारपेठेमध्ये विकू शकतो वस्तू विकासामध्ये वस्तूचा दर्जा चांगल्या दर्जाच्या वस्तूंची निर्मिती करता येते.

### ३) निर्यात वित्तपुरवठा (Export Financing) :-

निर्यातदाराला दोन प्रकारच्या कर्जपुरवठ्याची गरज असते निर्यातीपूर्वी कर्जपुरवठा आणि निर्यातीवर कर्जपुरवठा त्याचप्रमाणे हे कर्ज अल्प काळासाठी, मध्यम काळासाठी आणि दिर्घकाळासाठी कर्जाची आवश्यकता लागते. सर्वसाधारणपणे भारतात निर्यातदारांना कर्ज पुरवठा हा खालील वित्त संस्थांकडून केला जातो.

- व्यापारी बँका - अल्पकाळासाठी कर्ज पुरवठा
- Exim बँक - मध्यम आणि दिर्घकालीन कर्जपुरवठा
- SIDBI (Small Industrial Development Bank of India) - लहान आकाराच्या उद्योगांना मध्यम व दिर्घकालीन कर्जपुरवठा

### ४) निर्यात उत्पादन (Export Production) :-

मोठ्या प्रमाणात निर्यात करणाऱ्या निर्यात उत्पादन वस्तूंचा दर्जा आंतरराष्ट्रीय मानकाप्रमाणेच ठेवावा लागतो. त्या उत्पादित वस्तूंपासून विदेशी ग्राहकांचे समाधान घेणे आवश्यक आहे. त्यासाठी वस्तूचा दर्जा चांगला ठेवण्याबाबतची जबाबदारी निर्यात व्यवस्थापनाला पार पाडावी लागते. दर्जा नियंत्रणाची त्या ठिकाणी आवश्यकता असते.

### ५) निर्यात मालाची बांधणी (Product Packaging) :-

निर्यात मालाची बांधणी ही आकर्षक अशी करावी लागते. निर्यात व्यवस्थापनामध्ये वस्तू बांधणीला महत्त्वाचे स्थान आहे. बांधणीच्या कार्यामुळेच वस्तू सुरक्षित राहते, वस्तूचा दर्जा टिकून राहतो. बांधणीचे मुख्य तीन उद्देश असतात.

- मालाचे संरक्षण करणे protection of goods
- मालाचा दर्जा टिकून ठेवणे preservation of quality
- मालाची विक्री वृद्धी करणे promotion of goods

### ६) निर्यात वस्तूची किंमत ठरविणे (Export Pricing) :-

निर्यातदाराला निर्यात वस्तूची किंमत योग्य ठेवावी लागते. निर्यातदाराला वस्तूची किंमत निश्चित करताना अनेक घटकांचा (Factor) विचार करावा लागतो ते घटक.

- वस्तू उत्पादन खर्च Cost of the product
- वस्तूला असणारी मागणी Demand for the product
- बाजारांमध्ये असणारी स्पर्धा Competition in the market
- स्पर्धा
- इतर घटक Other factors

निर्यातदारांकडून निर्यात वस्तूची किंमत ठरताना किंमत व्यूहरचना (pricing strategy) ठरवावी लागते. त्यामध्ये अनेक किंमत व्यूहरचना असते. उदा. फायदा उठविणे किंमत (skimming pricing), शिरकाव किंमत (penetration price) काटेकोर किंमत (probe pricing) इ. थोडक्यात निर्यात क्षेत्रात यशस्वी होण्यासाठी निर्यात किंमत रोख्य ठेवणे आवश्यक आहे. म्हणून निर्यात व्यवस्थापकाला निर्यात वस्तूची किंमत ठरवण्याचे कार्य पार पाडावे लागते.

#### ७) निर्यात वस्तूचे बोधचिन्ह ठरविणे (Branding) :-

हे निर्यात व्यवस्थापनामधील महत्त्वाचे कार्य समजले जाते. निर्यात वस्तूसाठी योग्य बोधचिन्ह देण्याचे कार्य पार पाडावे लागते. निर्यातदाराला यासाठी विशेष काळजी घ्यावी लागते. बोधनाम देत असताना इतर परकीय भाषेमध्ये त्याचा नकारात्मक अर्थ निघणार नाही ना याची काळजी घ्यावे लागते. बोधचिन्ह ठरविताना निर्यात व्यवस्थापकाला त्याबाबत व्यूहरचना आखावी लागते त्या अनेक व्यूहरचनेतील सुयोग्य अशी व्यूहरचना निर्यात व्यवस्थापकाला ठरवावी लागते. उदा.

- एकच बोधनाम सर्व बाजारपेठेसाठी (Use of one brand name in all market)
- वेगवेगळी बोधनामे वेगवेगळ्या बाजारपेठांसाठी (Use of different brand name in different markets)

#### ८) निर्यात मालाची जाहिरात करणे (Advertising) :-

वस्तू बाजारपेठेमध्ये जाहिरातीची महत्त्वाची भूमिका असते. निर्यातदाराला मालाची व सेवेची जाहिरात करायची असते. त्यासाठी योग्य माध्यमाची निवड करावी लागते. जाहिरातीद्वारे अनेक उद्दिष्टे पार पाडली जातात.

- वस्तू उत्पादनाबाबत जनजागृती करणे To create awareness of the product
- ग्राहकांचे मन वळविणे To persuade the buyer
- ब्रँडची प्रतिमा वाढविणे इ. To develop brand image etc

### ९) विक्रय वृद्धी करणे (Sales Promotion) :-

आपण उत्पादन केलेले उत्पादन / वस्तू / सेवा परकीयांनी स्वीकारण्यासाठी निर्यात व्यवस्थापकांच्या त्याबाबत कार्य करावे लागते. विक्रयवृद्धी Bm<sub>2</sub>कडून करता येते. त्याचप्रमाणे प्रत्यक्ष ग्राहकाला वस्तू विकून करता येते. विक्रयवृद्धी होण्यासाठी निर्यातदारांना अनेक योजना आखाव्या लागतात.

उदा.

- मोफत भेट वस्तू देणे Free gifts
- वस्तू नमुना वाटप Free samples
- प्रिमियम Premium offer
- बक्षिस योजना इ. योजनांचा अवलंब करावा लागतो.

### १०) निर्यात धोक्याचे व्यवस्थापन करणे (Export Risk Management) :-

निर्यातीमध्ये अनेक धोके संभवतात. ते टाळण्यासाठी निर्यात व्यवस्थापकाला काही उपाय योजनेसाठी व्यवस्थापन करावे लागते. ते धोके प्रवासामधील असू शकतात. आयातदाराकडून पैसे न मिळणे या स्वरूपाचे धोके संभवतात.

- प्रवासामधील धोके (Transit risk) :- प्रवासामध्ये माल खराब होतो, प्रवासामध्ये जहाज बुडणे हे धोके टाळण्यासाठी मालाचा विमा उतरविणे.
- पैसे बुडण्याचा धोका किंवा क्रेडिट रिस्क (Credit Risk) :- आयातदाराकडून मालाचे पैसे न मिळणे. व निर्यातीचे पैसे बुडू नयेत यासाठी निर्यात पत व हमी महामंडळाकडे (Export Credit Guarantee Corporation) (ECGC)विमा उतरविणे.

### ११) इतर कार्ये (Other Function) :-

वरील कार्याव्यतिरिक्त निर्यात व्यवस्थापकाला इतर कार्ये पार पाडावे लागतात.

उदा.

- जत्रा प्रदर्शनामध्ये सहभागी होणे Participation on trade fair & Exhibition
- विक्रीनंतर सेवा पुरविणे After Sales-Service
- ग्राहकसंबंध टिकवणे व वाढविणे Maintaining and Improving Customer relationship
- प्रभावी जनता संपर्क Undertaking effective public relations

---

## १.४ यशस्वी निर्यात व्यवस्थापकाचे गुण आणि पात्रता (Qualities and Qualifications of Export Manager)

---

निर्यात व्यवस्थापकांच्या अंगी चांगले गुण आणि पात्रता असणे आवश्यक आहे. या गुणांमुळे व पात्रतेमुळे तो यशस्वी होतो. निर्यात व्यवस्थापकाला त्याचे काम करताना त्याच्याकडे काही आवश्यक गुण आणि पात्रता असणे आवश्यक आहे. निर्यात व्यवस्थापकाचे गुण पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

१. व्यक्तिमत्त्व Personality
२. बुद्धीमत्ता Intelligence
३. नाविन्यता Innovative
४. पुढाकार घेण्याची वृत्ती Initiative
५. प्रशासकीय कौशल्य Administrative skills
६. मानवी कौशल्य Human Skills
७. विपणन कौशल्य Marketing skills
८. संज्ञापन कौशल्य Communication skills
९. आत्मविश्वास Self-Confidence
१०. कल्पनाशक्तीचे कौशल्य Conceptual skills
११. शिस्त Discipline
१२. चांगल्या कामाचे फळ (ध्येयनिष्ठता) ResultOriented

### १) व्यक्तिमत्त्व (Personality) :-

निर्यात व्यवस्थापकाचे व्यक्तिमत्त्व हे प्रभावी असावे. त्याचे व्यक्तिमत्त्व असे असावे की, प्रथमदर्शनी कुणावर ही छाप पडावी. त्याचप्रमाणे सर्वांशी मिळून मिसळून राहावे, तसेच वागण्याची व बोलण्याची पद्धत एकदम चांगली असावी. निर्यात व्यवस्थापकाची छाप त्याच्या कर्मचाऱ्यावर आणि बाहेर चांगली असावी. कारण त्याचा संबंध बाहेरील ग्राहक, एजंट, बँका, इ. असतो.

### २) बुद्धीमत्ता (Intelligence) :-

निर्यात व्यवस्थापकाच्या अंगी बौद्धिक ज्ञान असावे लागते. त्याला निर्यात व्यवस्थापनासंबंधी सखोल ज्ञान असावे लागते. त्याच्याकडे असलेल्या बौद्धिक ज्ञानामुळे तो चांगल्या प्रकारचे निर्णय घेऊ शकतो.

### ३) नाविन्यता (Innovative) :-

निर्यात व्यवसायाबाबत निर्यात व्यवस्थापकाला नवीन व्यूहरचना माहित असली पाहिजे त्याने नवीन बदल स्विकारले पाहिजे. परकीय बाजारपेठेतील बदलांची माहिती कॉम्प्युटर व इंटरनेट याबाबत त्याच्याकडे अद्यावत ज्ञान असले पाहिजे. नाविन्यता स्विकारणे आपल्या निर्यात व्यवसायामध्ये आवश्यक आहे.

### ४) पुढाकार घेण्याची वृत्ती (Initiative) :-

निर्यात व्यवस्थापकाची पुढाकार घेण्याची वृत्ती असावी. त्याला योग्य वेळेमध्ये योग्य निर्णय घेता आले पाहिजे त्याने इतरांवर अवलंबून रहावू नये. निर्यातीबाबतचे कार्य करण्यासाठी त्याने आपल्या साह्यकांना प्रेरणा दिली पाहिजे.

५) **प्रशासकीय कौशल्य (Administrative skills) :-**

निर्यात व्यवस्थापकाला योजना आखणे, संघटन करणे, संचलन करणे, आणि निर्यात कार्यावर प्रभावी नियंत्रण ठेवणे याप्रकारचे कौशल्य असावे लागते. या कौशल्यामुळे निर्यात व्यवस्थापक संघटनेचे उद्दिष्ट साध्य करू शकतो.

६) **मानवी कौशल्य (Human Skills) :-**

निर्यात व्यवस्थापकाच्या अंगी मानवी कौशल्य असावे लागते. कारण त्याला, त्याच्या सहाय्यकांशी, ग्राहकांशी, सरकारशी व इतर लोकांशी संबंध ठेवावे लागतात. त्यासाठी त्याच्याकडे मानवी कौशल्य असणे आवश्यक आहे.

७) **विपणन कौशल्य (Marketing skills) :-**

निर्यात व्यवस्थापकाच्या अंगी विपणन कौशल्य असावे लागते. त्याला चांगल्या प्रकारचे विपणन विषयक ज्ञान असावे लागते. त्याला किंमती, माल वाटप, विक्रीय वृद्धी याबाबत सखोल ज्ञान असावे लागते.

८) **संज्ञापन कौशल्य (Communication skills) :-**

यशस्वी निर्यात व्यवस्थापक हा प्रभावी संज्ञापक असतो. त्यासाठी त्याला मराठी, इंग्रजी व इतर परदेशी भाषेचे ज्ञान असणे आवश्यक आहे. कारण त्याचा संबंध हा अनेक देशांशी येत असतो.

९) **आत्मविश्वास (Self-Confidence) :-**

निर्यात व्यवसायाबाबतच्या समस्या सोडविण्यासाठी त्याच्याकडे स्वतःचा आत्मविश्वास असावा लागतो. त्याचप्रमाणे त्याला त्याच्या सहाय्यकांचा देखील आत्मविश्वास वाढवावा लागतो.

१०) **कल्पनाशक्तीचे कौशल्य (Conceptual skills) :-**

निर्यात व्यवस्थापकाकडे कल्पनाशक्तीचे कौशल्य असावे लागते. कल्पना शक्तीच्या कौशल्यामुळे परिस्थितीचे वर्गीकरण करता येते आणि निर्यात विपणनसंबंधी असणाऱ्या समस्या सोडविता येते. कल्पनाशक्तीचे कौशल्य म्हणजे, कल्पना, कल्पनाशक्ती आणि बुद्धिमत्ता यांचे एकत्रिकरण होय.

११) **शिस्त (Discipline) :-**

निर्यात व्यवस्थापकाला काही नियमांचे पालन करणे आवश्यक असते. अपेक्षित यश प्राप्त करण्यासाठी, शिस्त असणे आवश्यक आहे.

१२) **ध्येयनिष्ठता (चांगल्या कामाचे फळ) (Result Oriented) :-**

निर्यात व्यवस्थापक हा ध्येय निष्ठ असला पाहिजे. त्याचे सर्व कार्ये ध्येयनिष्ठ असावी.



### निर्यात व्यवस्थापकाची पात्रता (Qualification of Export Manager) :-

१. निर्यात वस्तू व बाजारपेठ निवडीची क्षमता Ability to select suitable export markets and product
२. सरकारी धोरणे आणि सवलतीचे ज्ञान Ability to understand government policies & incentives
३. निर्यात विपणन कार्यपद्धतीचे ज्ञान Knowledge of export procedures & formalities
४. निर्यात व्यवसाय आणि वित्तीय बाबीबाबतचे ज्ञान Knowledge of financial aspect of export business
५. ग्राहक वर्तनाचे (वागणूकीचे) ज्ञान Knowledge of consumer behaviour
६. माहिती तंत्रज्ञान सेवेबाबतचे ज्ञान Knowledge of Information technology services
७. त्वरित निर्णय व त्वरित कृती करण्याची क्षमता Ability to take quick decisions & prompt action
८. व्यापारी गटांचे ज्ञान Knowledge of trading blocs
९. निर्यात किंमती आणि बांधणी याबाबतचे ज्ञान Knowledge of export pricing & packaging
१०. निर्यात प्रक्रिया आणि व्यावसायिक कार्य करण्याची क्षमता Ability to coordinate export operations with other business

---

### १.५ निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय / पेशा (Export Management as a profession)

---

आज निर्यात व्यवस्थापन हा एक अर्थप्राप्ती मिळविण्याच्या महत्त्वपूर्ण पेशा / व्यवसाय बनला आहे. मानवाला अर्थप्राप्तीसाठी सनदशीर असे रोजगार, व्यवसाय व पेशा (Employment, Business and Profession) हे तीन कामधंदे उपलब्ध आहेत. पाश्चात्य देशांमध्ये व्यवस्थापनाचा इतका विकास झाला आहे. ज्याप्रमाणे कायदे सल्लागार, आयकर सल्लागार, वैद्यकीय सल्लागार इत्यादी प्रकारचे सल्लागार आहेत त्याप्रमाणे निर्यात व्यवसाय सल्लागार दिसून येतात.

निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय किंवा पेशा आहे. हे विधान पाहण्यासाठी प्रथम व्यवसाय किंवा पेशा म्हणजे काय हे पहावे लागेल.

१. "Profession be defined as an occupation based upon specialized intellectual study and training, the purpose of which is to supply service or advice to other for a definite fee or salary."
२. "विशेष बौद्धिक अभ्यास व प्रशिक्षणाच्या आधारे दुसऱ्यांना मोबदला देऊन कुशल सेवा व सल्ला देण्याचा कामधंदा म्हणजे व्यवसाय किंवा पेशा होय."

३. "एखाद्या विषयाचे सखोल ज्ञानसंपादन करून त्या ज्ञानाचा उपयोग इतरांना सूचना देण्यासाठी किंवा सल्ला देण्यासाठी करणे म्हणजे म्हणजे व्यवसाय किंवा पेशा होय."
४. "पेशा हे असे क्षेत्र होय की, त्यासाठी आर्थिक स्वरूपाच्या शिक्षणाची आवश्यकता असते व या क्षेत्रात प्रवेश करण्यामागे प्रवृत्ती महत्त्वाची मानली जाते."

### पेशा किंवा व्यवसायाची वैशिष्टे (Characteristics of a profession) :-

#### १) विशिष्ट ज्ञान (Specialised Knowledge) :-

कोणत्याही पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीने तो पेशा व्यवस्थितपणे करता यावा याकरिता विशिष्ट ज्ञान शाखेचा अभ्यास करणे आवश्यक असते.

#### २) शिक्षण (Qualification) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीने शैक्षणिक संस्था, विद्यापीठ, यांच्याकडून शिक्षण घेणे आवश्यक आहे.

#### ३) आचारसंहिता व नियम (Code of Conduct) :-

पेशा स्वीकारण्यासाठी आचारसंहिता असते. सेवा पुरविताना नियमांचे पालन करावे लागते. त्याचप्रमाणे प्रत्येक पेशाची विशिष्ट प्रकारची आचारसंहिता व नियम असतात.

#### ४) नोंदणी करणे (Registration) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीला आपल्या पेशाची सरकारदरबारी नोंदणी करावी लागते.

#### ५) मोबदला (Fees) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीने सेवा पुरविल्याबद्दल किंवा सल्ला दिल्याबद्दल मोबदला आकारलेला असतो यासंबंधी त्याचे अनेक ग्राहक असू शकतात.

#### ६) स्वतंत्र कार्यालय (Office) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीचे स्वतंत्र असे कार्यालय असते.

#### ७) विशिष्ट ज्ञान (Specialisation) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीने विशिष्ट शाखेचे ज्ञान संपादन करणे आवश्यक असते. उदा. डॉक्टर विशिष्ट शाखेचे ज्ञान संपादन करून त्यामध्ये शस्त्रक्रिया, तज्ञ, लहान मुलांचे तज्ञ, हृदयविकारतज्ञ इ.

८) सामाजिक कर्तव्य (Social Obligation) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीने सामाजिक कर्तव्य करणे आवश्यक असते.

९) स्वतंत्र मंडळ (Association) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या व्यक्तीचे स्वतंत्र असे मंडळ असते उदा. C. A. Association, Medical Association इ.

१०) औपचारिक शिक्षण (Formal Education) :-

पेशा स्वीकारणाऱ्या प्रत्येक व्यक्तीने औपचारिक शिक्षण घेतलेले असते.

वरील काही वैशिष्ट्ये व्यवस्थापनास लागू पडतात म्हणून निर्यात व्यवस्थापन हा एक व्यवसाय / पेशा आहे. त्याची वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे (Application of features of profession to export management) :-

१. विशिष्ट ज्ञान संपादन करणे. Body Knowledge
२. विशिष्ट कौशल्य Specialised skills
३. शिक्षण, प्रशिक्षण घेणे आवश्यक Education & training
४. व्यावहारिक ज्ञान Sophisticated tools
५. आचारसंहिता व नियम Code of conduct
६. सामाजिक दर्जा किंवा स्थिती Social status

वरील वैशिष्ट्ये निर्यात व्यवस्थापनाला लागू पडतात म्हणून निर्यात व्यवस्थापन हा एक पेशा आहे.

निर्यात व्यवस्थापन खरोखरच व्यवसाय किंवा पेशा आहे. कारण निर्यात व्यवस्थापकाला निर्यात व्यवस्थापनाबाबत सखोल ज्ञान संपादन करावे लागते. त्यामध्ये निर्यातीचे नियम, कायपद्धती, निर्यातीबाबतची माहिती याचे ज्ञान संपादन करावे लागते.

निर्यात व्यवस्थापकाला व्यवस्थापनामधील निर्यातीबाबतचे कौशल्य संपादन करावे लागते. त्यासाठी त्याला निर्यातीबाबतचे व्यावहारिक ज्ञान संपादन करावे लागते. त्यासाठी त्याला निर्यातीबाबतचे शिक्षण आणि प्रशिक्षण घेणे आवश्यक आहे. निर्यात व्यवस्थापनासाठी प्रशिक्षण देणाऱ्या काही संस्था आहेत त्या संस्थेकडून त्याला प्रशिक्षण घ्यावे लागते. त्याच प्रमाणे निर्यात व्यवस्थापकाला अनेक सेमीनार, वर्कशॉप, स्टडी टुअर्स कराव्या लागतात. या विशिष्ट संस्थेकडून व्यवस्थापकाला तशा प्रकारचे प्रशिक्षण घ्यावे लागते. यामुळेच निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय आहे, असे म्हणता येते.

ज्याप्रमाणे इतर व्यवसाय / पेशामध्ये उदा. डॉक्टर, वकील C.A. यांना विशिष्ट सामाजिक दर्जा असतो. त्याप्रमाणे निर्यात व्यवस्थापकाचा स्वतंत्र दर्जा असतो. म्हणून निर्यात व्यवस्थापन हा एक व्यवसाय आहे. त्याचप्रमाणे निर्यात व्यवस्थापनासाठी काही नियम,

आचारसंहिता देखील असते. त्याचे पालन निर्यात व्यवस्थापकाला करावे लागते. परंतू सध्या भारतामध्ये अशा प्रकारची आचारसंहिता व नियम केलेले नाही ती एक मर्यादा सांगता येईल. परंतू भविष्यकाळात अशा प्रकारचे नियम व आचारसंहिता नक्की अस्तित्वात येईल. निर्यातीबाबतचे अनेक डिप्लोमा कार्स, डिग्री सध्या अस्तित्वात आहे. त्याचप्रमाणे निर्यात व्यवस्थापकांसाठी अनेक सेमिनार, वर्कशॉप, प्रशिक्षण केंद्र अस्तित्वात आहेत.

वरील सर्व कारणांमुळे निर्यात व्यवस्थापन हा एक व्यवसाय किंवा पेशा आहे.

### आपली प्रगती तपासा

अ) खालील विधाने चूक की बरोबर सांगा.

१. आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये संशोधनाची गरज नसते.
२. वस्तू संशोधन आणि विकास कार्यामुळे वस्तू परदेशी बाजारपेठेमध्ये विकणे सहज शक्य होते.
३. निर्यात मालाच्या बांधणी कार्यामुळे निर्यात वस्तूचे संरक्षण होते, मालाचा दर्जा टिकून रहातो.
४. निर्यात वस्तू साठी योग्य त्या बोधचिन्हाची गरज नसते.
५. जत्रा व प्रदर्शनांमध्ये सहभागी घेऊन निर्यात वृद्धी करता येते.
६. निर्यात व्यवसायाबाबत निर्यात व्यवस्थापकाला नव्या व्यूहरचनेची माहिती नसली तरी चालते.
७. निर्यात व्यवस्थापकाला योजना आखणे, संघटन करणे, संचलन करणे, आणि निर्यात कार्यावर प्रभावी नियंत्रण ठेवता येते.
८. निर्यात व्यवस्थापकाला सखोल ज्ञानाची गरज नसते.
९. निर्यात व्यवस्थापनामध्ये कोणत्याही प्रकारची आचारसंहिता किंवा नियम केलेले नसतात.
१०. निर्यात व्यवस्थापकाला देखील निर्यातीबाबतचे शिक्षण आणि प्रशिक्षण घ्यावे लागते.

ब) खालील प्रश्नाची एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. निर्यात व्यवस्थापन जेव्हा व्यवसाय आहे असे म्हणतो तेव्हा त्याची कोणतीही तीन वैशिष्ट्ये सांगा.
२. पेशाची / व्यवसायाची व्याख्या सांगा.
३. निर्यात व्यवस्थापकाच्या कोणत्याही पाच पात्रता सांगा.
४. निर्यात व्यवस्थापकाच्या अंगी असणारे कोणतेही पाच गुण सांगा.
५. निर्यात व्यवस्थापनाची इतर कार्ये सांगा.
६. निर्यात वृद्धी करण्यासाठी कोणत्या योजना आखाव्या लागतात.
७. निर्यात वस्तूची किंमत ठरविताना कोणत्या घटकांचा विचार करावा लागतो.
८. निर्यातदारांना वित्तपुरवठा कोण-कोणत्या वित्त संस्थांकडून केला जातो.
९. निर्यात व्यवस्थापनाची कोणतीही पाच कार्ये सांगा.

१०. निर्यात मालाची बांधणी करण्यामागचे उद्देश सांगा.

उत्तर अ) चूक – १, ४, ६, ८, ९.

बरोबर – १, ३, ५, ७, १०.

ब) १) खालील वैशिष्ट्ये निर्यात व्यवस्थापनास लागू पडतात.

- १) विशिष्ट ज्ञान संपादन करणे.
- २) विशिष्ट कौशल्य.
- ३) शिक्षण आणि प्रशिक्षण घेणे.

२) एखाद्या विषयाचे सखोल ज्ञान संपादन करून त्या ज्ञानाचा उपयोग इतरांना सूचना देण्यासाठी किंवा सल्ला देण्यासाठी करणे म्हणजे व्यवसाय किंवा पेशा होय.

३) निर्यात व्यवस्थापकांच्या पात्रता पुढील प्रमाणे सांगता येतील.

- १) निर्यात वस्तू व बाजारपेठ निवडीची क्षमता
- २) सरकारी धोरण आणि सवलतींचे ज्ञान
- ३) ग्राहक वर्तनाचे ज्ञान
- ४) माहिती तंत्रज्ञान सेवेबाबतचे ज्ञान
- ५) त्वरित निर्णय व त्वरित कृती करण्याची क्षमता

४) निर्यात व्यवस्थापकांच्या अंगी असणारे गुण पुढीलप्रमाणे :

- १) व्यक्तिमत्त्व
- २) नाविन्यता
- ३) पुढाकार घेण्याची वृत्ती
- ४) शिस्त
- ५) आत्मविश्वास

५) निर्यात व्यवस्थापनाची इतर कार्ये पुढीलप्रमाणे :

- १) जत्रा प्रदर्शनामध्ये सहभागी होणे.
- २) विक्रीनंतर सेवा पुरविणे.
- ३) ग्राहकसंबंध टिकविणे.
- ४) प्रभावी जनता संपर्क.

६) निर्यात वृद्धी करण्यासाठी खालील योजना आखल्या जातात.

- मोफत भेट वस्तू देणे.
- वस्तू नमूना वाटप.
- प्रिमियम.
- बक्षिस योजना.

७) निर्यात वस्तूंची किंमत ठरविताना खालील घटकांचा विचार केला जातो.

- वस्तू उत्पादन खर्च.

- वस्तूला असणारी मागणी.
  - बाजारांमध्ये असणारी स्पर्धा.
- ८) निर्यातदारांना खालील संस्थांकडून वित्त पुरवठा केला जातो.
- व्यापारी बँका
  - EXIM बँक
  - SIDBI
- ९) निर्यात व्यवस्थापनाची कार्ये पुढीलप्रमाणे :
- १) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ संशोधन
  - २) निर्यात वित्त पुरवठा
  - ३) निर्यात मालाची योग्य बांधणी
  - ४) निर्यात मालाची जाहिरात करणे
  - ५) निर्यात वस्तूची किंमत ठरविणे
- १०) निर्यात बांधणी करण्याचे उद्देश
- १) मालाचे संरक्षण करणे.
  - २) मालाचा दर्जा टिकून ठेवणे.
  - ३) मालाची विक्रय वृद्धी

**१.६ देशांतर्गत विपणन आणि आंतरराष्ट्रीय किंवा विदेशी विपणन मधील फरक  
(DOMESTIC MARKETING V/S INTERNATIONAL/ FOREIGN  
MARKETING)**

Point मुद्दा	Domestic Marketing देशांतर्गत विपणन	Export / International marketing विदेशी / आंतरराष्ट्रीय विपणन
१) अर्थ Meaning	देशांतर्गत विपणनामध्ये खरेही विक्रीची कार्ये एकाच देशात पार पाडली जातात. बाजारपेठ ही फक्त देशातील ग्राहकांसाठीच असते. त्यास देशांतर्गत विपणन असे म्हणतात. यामध्ये नियोजन, संघटन, संचलन आणि नियंत्रणाची कार्ये ही देशांतर्गत विपणनासंबंधी असतात.	विदेशी / आंतरराष्ट्रीय किंवा निर्यात विपणनामध्ये खरेदी विक्रीची कार्ये ही जागतिक पातळीवर होतात तेव्हा त्यास विदेशी विपणन किंवा आंतरराष्ट्रीय विपणन म्हणतात. यामध्ये नियोजन, संघटन, संचलन आणि नियंत्रणाची कार्ये ही जागतिक विपणनाशी संबंधित असतात.

२) स्वरूप Nature	देशांतर्गत विपणन हे साधे आणि सोपे असून त्या देशातील चलनाचा वापर केला जातो मर्यादित व्यापारी निर्बंध असतात.	आंतरराष्ट्रीय व्यापारात विपणन हे गुंतागुंतीचे असते. कारण विपणन हे अनेक देशात केले जाते. व्यापारी निर्बंध, मोठ्या प्रमाणात असतात.
३) कार्यक्षेत्र	विपणनाचे कार्यक्षेत्र हे मर्यादित असून ते फक्त देशापुरतेच असते. किंवा देशाच्या सीमेअंतर्गत होणाऱ्या व्यापार प्रक्रियेला देशांतर्गत विपणन म्हणतात.	विपणनाचे कार्यक्षेत्र अमर्यादित असते. देशाच्या सीमेलिकडे दोन किंवा जास्त देशांमध्ये होणाऱ्या व्यापार प्रक्रियेला विदेशी विपणन म्हणतात.
४) परवाना पद्धत Licening procedures	देशांतर्गत विपणनात वस्तूच्या खरेदी विक्रीसाठी केंद्र सरकारला परवान्याची आवश्यकता नसते. राज्य सरकारतर्फे काही वस्तूंच्या बाबतीत परवाना घेणे आवश्यक आहे. परवाना पद्धत सोपी आहे.	आंतरराष्ट्रीय विपणनासाठी दोन्ही देशांचा परवाना घेणे आवश्यक आहे. त्याची प्रक्रिया लांबलचक असते. त्यामुळे परवाना पद्धत ही वेलखाऊ पध्दत आहे. किचकट प्रक्रिया आहे.
५) चलन आणि विनिमय दर Currency	देशांतर्गत विपणनात एकच चलन असते. भारतीय बाजारपेठेत रुपया हे चलन वापरले जाते. चलन एकच असल्याने विनिमय दराचा प्रश्नच उद्भवत नाही.	आंतरराष्ट्रीय बाजारात अनेक देश सहभागी होत असल्याने प्रत्येक देशाचे चलन वेगवेगळे असते. त्यामुळे विनिमय दराचा प्रश्न निर्माण होतो. हा विनिमय दर निश्चित करून त्यानुसार प्रत्येक देशाच्या चलनात व्यवहार केले जातात.
६) स्पर्धा Competitions	देशांतर्गत विपणनामध्ये स्पर्धेस मर्यादित वाव असतो. तीव्र स्पर्धा नसते. स्पर्धेची व्याप्ती ही मर्यादित असते.	आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्ये स्पर्धा तीव्र स्वरूपाची असते कारण अनेक देश विपणन करत असतात. त्यामुळे स्पर्धेची व्याप्ती अमर्यादित असते.
७) व्यापारी गट Trading Blocks	स्वदेशी विपणनात व्यापारी गट अस्तित्वात नसतात. किंवा असल्यास त्याचप्रमाणे अल्प असते व त्याचा प्रभाव कमी असते.	आंतरराष्ट्रीय विपणनात मात्र व्यापारी गट एकत्र येऊन बाजारपेठेवर वर्चस्व गाजवतात. व्यापारी गटांचे अस्तित्त्व व प्रभाव असतो.
८) पर्यावरणातील बदल Environmental changes	अर्थव्यवस्थेवर, राजकीय, पर्यावरण, सामाजिक पर्यावरणावर देशांतर्गत विपणावर मर्यादित परिणाम होतात.	अर्थव्यवस्था राजकीय परिस्थिती आणि सामाजिक परिस्थितीमुळे झालेल्या बदलांचा परिणाम आंतरराष्ट्रीय विपणनावर होतो.

१) धोके Risk	स्वदेशी व्यापारात धोक्याचे प्रमाण कमी असते. अनिश्चितता कमी असते.	आंतरराष्ट्रीय व्यापारात धोक्याचे प्रमाण जास्त असते. अनिश्चितता जास्त प्रमाणात असते.
१०) पैसे देण्याची पद्धत Method of Payment	मालाचे पैसे देण्याची पद्धत साधी असते. रोख पैसे देऊन किंवा चेकने देव्य रक्कम दिली जाते.	निर्यात मालाचे पैसे देण्यासाठी देय दस्ताऐवजी हुंडी, स्वीकार्य दस्ताऐवजी हुंडी द्वारे पैसे दिले जातात.
११) वाहतूक व वाहतूक खर्च Transport & Transport Cost	देशांतर्गत विपणामध्ये एका ठिकाणाहून दुसऱ्या स्थानापर्यंत माल वाहतूकीमध्ये कोणतीही समस्या आढळत नाही. तसेच वाहतूकीचा खर्च मर्यादित असतो.	दोन भिन्न देशांमधील माल वाहतूकीमध्ये अधिक समस्या निर्माण होतात. आणि माल वाहतूक खर्च खूपच अधिक असतो.
१२) सरकारी नियंत्रणे व बंधने Govt. Influence	स्वदेशी विपणनात सरकारचे विशेष नियंत्रण, किंवा निर्बंध फारच अल्प प्रमाणात असतात.	आंतरराष्ट्रीय विपणनात प्रत्येक देशाचे कायदे भिन्न असल्याने विशेष नियंत्रण किंवा बंधने लादली जातात.
१३) किंमत व सेवा सवलती	स्वदेशी बाजारात वस्तुंची किंमत कमी असते. तर स्वदेशी बाजारात सेवा व सवलती प्रमाणात असतात.	आंतरराष्ट्रीय विपणनात वस्तुंची किंमत जास्त असल्याने ही किंमत कमी करण्यासाठी व देशाची निर्यात वाढविण्यासाठी केंद्रसरकारतर्फे भारतीय निर्यातदारांना अधिक सवलती दिल्या जातात.

## १.७ सारांश

निर्यात व्यवस्थापन हा एक व्यावसायिक व्यवस्थापनाचा भाग आहे. प्रत्येक देश स्वयंपूर्ण होण्याचे स्वप्न बाळगतो. तथापि, अद्याप तरी तशी शक्यता आढळत नाही. देण्याचा आर्थिक विकास, लोकांचे राहणीमान, तंत्रज्ञान उत्पादन, औद्योगिक विकास अंतराळ विज्ञान इ. बाबतीत देशास विचार, वस्तू व सेवा यांची गरज भासतेच. निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे निर्यात विपणन कार्य कार्यक्षमपणे राबविणे, कार्यक्षम आणि नफ्यामध्ये विपणन करणे, निर्यात विपणाचा संबंध आंतरराष्ट्रीय व्यापाराशी असतो. निर्यात व्यवस्थापनामध्ये विपणनासंबंधी कार्ये कार्यक्षमपणे केली जातात. व्यवस्थापन म्हटले की, नियोजन करणे, संघटन करणे, समन्वय साधणे, नियंत्रण करणे होय. निर्यात विभागाकडून केली जाणारी कार्ये म्हणजे निर्यात व्यवस्थापन होय. निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व किंवा फायदे हे देशाच्या दृष्टीने आणि व्यवसाय संस्थेच्या दृष्टीने असतात.

निर्यात व्यवस्थापनाला अनेक कार्ये पार पाडावी लागतात. उदा. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ संशोधन, निर्यात वित्त पुरवठा, निर्यात उत्पादन, निर्यात मालाची बांधणी, निर्यात



मालाची जाहिरात करणे, किंमत ठरविणे इ. व्यवस्थापन करत असताना विशेषतः निर्यात व्यवस्थापकाला त्याचे कार्ये करण्यासाठी त्याच्याकडे काही गुण असणे आवश्यक असते. त्याचे व्यक्तिमत्त्व बुद्धीमत्ता, नाविन्यता, पुढाकार घेण्याची वृत्ती, मानवी कौशल्य, कल्पना शक्ती, शिस्त हे गुण त्याच्याकडे असल्यास तो यशस्वी निर्यात व्यवस्थापक होऊ शकतो. निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय आहे असे म्हटले जाते. कारण व्यवस्थापनाची जी वैशिष्ट्य सांगितली जातात त्यातील बहुतेक वैशिष्ट्ये निर्यात व्यवस्थापनाला लागू पडतात यामुळे निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय आहे. देशांतर्गत विपणन आणि विदेशी किंवा आंतरराष्ट्रीय विपणन यामधील फरक समजून घेता येतो.

---

### १.८ पारंपारिक शब्द, शब्दार्थ (Glossary)

---

- १) हुंडी (Bill) :- एक हस्तांतरणीय दस्तऐवज ज्यामुळे खरेदीदास विक्रेत्याकडून उधारीवर माल दिला जाऊ शकतो. (रोकड विनियोगाचे साधन)
- २) लॅटीन अमेरिकन राष्ट्रे :- दक्षिण अमेरिका खंडातील ब्राझील, अर्जेन्टिना, मेक्सिकोसारखे विकसनशील देश.
- ३) संयुक्त राष्ट्र संघ :- जगातील राष्ट्रा – राष्ट्रांमधील संबंध प्रस्थापित होऊन सुरळीत ठेवण्यासाठी आणि त्यांच्यात सहकार्य प्रस्थापित होण्यासाठी कार्यरत संस्था.
- ४) निर्यात व्यापार (Export) :- निर्यात व्यापार म्हणजे आपला देशातून दुसऱ्या वस्तू आणि सेवांची विक्री करणे होय. उदा. भारतीय व्यापारी उत्तर अमेरिकेतील व्यापार्यास चहा आणि कॉफीची विक्री करतात. तसेच काच सामान आणि सिमेंटचे पत्रे सौदा अरेबियात विकतात.
- ५) आयात व्यापारी (Import) :- इतर देशांमधून आपल्या देशात वस्तू अथवा सेवांची खरेदी करणे म्हणजे आयात व्यापार होय. उदा. सौदी अरेबियातून भारतीय व्यापारी पेट्रोलियमची खरेदी करतात. तसेच इंग्लंड आणि अमेरिकेतून भांडवली वस्तूंची खरेदी करतात.
- ६) किंमत संतुलन (Balance of Payment) :- देशाची बाह्य आर्थिक शक्ती ही समतोलामुळेच शक्य होते.
- ७) E.C.M. :- युरोपियन कॉमन मार्केट
- ८) L.A.F.T.A. :- लॅटीन अमेरिकन फ्री ट्रेड असोशियन.
- ९) E.F.T.A. :- युरोपियन फ्री ट्रेड असोशियन.
- १०) E.E.T.C. :- ईस्ट युरोपियन ट्रेड कौन्सिल.
- ११) विक्रय वृद्धी (Sales Promotion) :- विक्री वाढण्यासाठी जे प्रयत्न केले जातात. उदा. मोफत भेट वस्तू देणे, वस्तू नमुना वाटप बक्षिस योजना इ.

---

**१.९ प्रश्न**

---

१. निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे काय ?
२. निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व / गरज स्पष्ट करा.
३. राष्ट्राला निर्यातीची असणारी गरज व महत्त्व स्पष्ट करा.
४. निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे काय ? निर्यात व्यवस्थापनाची कार्ये (व्याप्ती) स्पष्ट करा.
५. निर्यात व्यवस्थापन म्हणजे काय ? यशस्वी निर्यात व्यवस्थापकाच्या अंगी असणारे गुण स्पष्ट करा.
६. "निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय आहे." चर्चा करा.
७. देशांतर्गत विपणन आणि आंतरराष्ट्रीय विपणन यामधील फरक स्पष्ट करा.
८. टिपा लिहा.
  - १) निर्यात व्यवस्थापन एक व्यवसाय.
  - २) निर्यात व्यवस्थापकाचे गुण.
  - ३) निर्यात व्यवस्थापनाचे उद्योग धंद्याच्या दृष्टीने महत्त्व.
  - ४) राष्ट्राच्या दृष्टीने निर्यात व्यवस्थापनाचे महत्त्व.



## विदेशी देशातील विपणन (Marketing in foreign countries)

### घटक रचना:

- २.० उद्दिष्टे
- २.१ प्रास्ताविक
- २.२ विदेशी देशातील विपणनाचा अर्थ
- २.३ विदेशी व्यापारावरील नियंत्रणाचा अर्थ
- २.४ परकीय मालाच्या प्रवेशासाठी नियमित करण्याच्या पध्दती
- २.५ व्यापारी अडथळे
- २.६ व्यापारी अडथळांची उद्दिष्टे
- २.७ व्यापारी अडथळांचे प्रकार
- २.८ जकाती नियंत्रणाचे फायदे
- २.९ जकाती अडथळे व बिगर जकाती अडथळे यातील फरक
- २.१० गॅट आणि व्यापारी अडथळे
- २.११ जागतिक व्यापारी संघटन
- २.१२ प्रश्न

---

### २.० उद्दिष्टे

---

ह्या घटकांचा अभ्यास केल्यानंतर

- विदेशी विपणनाचा अर्थ समजावून घेता येईल.
- परकीय मालाच्या प्रवेशासाठी नियमित करण्याच्या पद्धती.
- व्यापारी अडथळे.
- व्यापारी अडथळांची उद्दिष्टे.
- व्यापारी अडथळांचे प्रकार.
- जकाती नियंत्रणाचे फायदे.
- जकाती अडथळे बिगरजकाती अडथळे यामधील फरक.

- गॅट आणि अधिक पसंती देशतत्त्व.
- गॅट आणि व्यापारी अडथळे.
- जागतिक व्यापारी संघटन.
- जागतिक व्यापारी संघटनांची तात्त्विक उद्दिष्टे.
- जागतिक व्यापारी संघटनेची कार्ये.
- जागतिक व्यापारी संघटनेचे परिणाम.

---

## २.१ प्रास्ताविक

---

प्रत्येक देश विदेशी विपणनामध्ये सहभागी होत असतो त्याला निर्यात विपणन असे देखील म्हणतात. विदेशी विपणनामुळे अनेक फायदे मिळतात. व सर्व देशांना आपल्या निर्यातीमध्ये वृद्धी करता येते. सढळ आयातीमुळे देशातील उद्योगधंद्यांवर, उत्पादन कार्यावर आणि रोजगारावर परिणाम होतो. त्यामुळे आयातीवर काही निर्बंध घातले जातात. अशाप्रकारचे निर्बंध घालणे उद्योगधंद्याच्या दृष्टीने आवश्यक असते. आयात निर्बंधांचा परिणाम निर्यात व्यापारावर होत असतो.

थोडक्यात विदेशी विपणन हे अंतर्गत विपणनाइतके खुले नसते. अशा प्रकारच्या निर्बंधामुळे देशी उद्योगाचे संरक्षण होत असते. देशातील उद्योगधंद्यांवर त्याचा विपरित परिणाम होत नाही त्याचप्रमाणे अर्थव्यवस्थेला एक प्रकारे संरक्षण मिळते. विदेशी व्यापारावर नियंत्रण ठेवण्यासाठी अनेक पद्धतींचा अवलंब करावा लागतो. त्यालाच व्यापारी अडथळे असे म्हणतात. व्यापारी अडथळ्यांमध्ये जकाती आणि कोटा यांचा समावेश होतो. विदेशी व्यापारात आयात निर्यात व्यापाराचा समावेश होतो देशाच्या विकासासाठी आयातीची गरज भासते. तथापि, सातत्याने आयात वाढतच गेली तर प्रतिकूल व्यापार शेष निर्माण होतो. म्हणजे आयात वस्तूची रक्कम देण्यासाठी परकीय चलना अभावी स्वदेशातील सोने आयात वस्तूच्या किंमतीदाखल द्यावी लागतात, कालांतराने देशाचे आर्थिक स्थैर्य नष्ट होते. चलनाचे अवमूल्यन होते. विदेशी कर्जाचा बोजा वाढतो. देशाचे राजकीय स्वातंत्र्य धोक्यात येते. म्हणून प्रत्येक देश जरी काही प्रमाणात आयात करावी लागली तरी ही आयातीवर निर्बंध घालून निर्यातील प्रोत्साहन देतो. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत चलनास मूल्य येते, आर्थिक समुद्धी लाभते, राजकीय वर्चस्व वाढते. म्हणून प्रत्येक देश आयातीवर निर्बंध घालून निर्यात वाढविण्याचा प्रयत्न करतो.

विदेशी विपणनामुळे अनेक फायदे मिळतात ते फायदे पुढील प्रमाणे सांगता येतील.

- अ) जादा झालेल्या उत्पादनाचा चांगल्या प्रकारे उपयोग करता येतो.
- ब) देशामध्ये उपलब्ध असलेल्या साधनसामग्रीचा पर्याप्त वापर होतो.
- क) परकीय चलन उपलब्ध होते.
- ड) औद्योगिक आणि आर्थिक प्रगती होते. रोजगार संधी मोठ्या प्रमाणात उपलब्ध होते. लोकांचे रहाणीमान सुधारते.
- इ) परकीय तंत्रज्ञान आयात करता येते.

---

## २.२ विदेशी देशातील विपणनाचा अर्थ (Meaning of marketing in foreign countries) (परराष्ट्रीय व्यापार)

---

एकाच देशाच्या भौगोलिक सीमारेषांतर्गत व्यापाराला विदेशी विपणन असे म्हणतात. तर दोन किंवा अनेक देशांमध्ये विविध वस्तू व सेवांचा जो व्यापार केला जातो. त्याला विदेशी देशातील विपणन असे म्हणतात. देशाबाहेर वस्तू व सेवा यांचा खरेदी विक्रीला विदेशी विपणन असे म्हणतात. याप्रकारचे विपणन हे सिमेबाहेर होत असते. आंतरराष्ट्रीय स्तरावर होणाऱ्या विपणनामध्ये सहभागी होतात. त्याला जागतिक व्यापार, निर्यात विपणन, आंतरराष्ट्रीय व्यापार असे देखील संबोधले जाते.

Marketing in foreign or business countries may be defined as "the performance of business activities that direct the flow of goods and service to consumers across national boundaries for the satisfaction of human want and needs."

"जेव्हा दोन अगर दोनापेक्षा अधिक देश परस्परात वस्तूंची खरेदी विक्री करतात तेव्हा त्यास विदेशी विपणन असे म्हणतात."

---

## २.३ विदेशी व्यापारावरील नियंत्रणाचा अर्थ (निर्बंध) (Meaning of Regulation / Control of foreign trade)

---

आंतरराष्ट्रीय व्यापारात आयात निर्यात व्यापाराचा समावेश होतो. देशाच्या विकासासाठी आयातीची गरज भासते. तथापि, सातत्याने आयात वाढतच गेली तर प्रतिकूल व्यापारशेष निर्माण होतो. म्हणजे आयात वस्तूची रक्कम देण्यासाठी परकीय चलन उपलब्ध नसते. देणी वाढतात. विदेशी चलनाची अभावी स्वदेशातील सोने आयात वस्तूच्या किंमतीदाखल घ्यावी लागतात. कालांतराने देशाचे आर्थिक स्थैर्य नष्ट होते. चलनाचे अवमूल्यन होते. विदेशी कर्जाचा बोजा वाढतो. देशाचे राजकीय स्वातंत्र्य धोक्यात येते. म्हणून प्रत्येक देश जरी काही प्रमाणात आयात करावी लागली तरीही आयातीवर निर्बंध घालून निर्यातीला प्रोत्साहन देतो. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत चलनास मूल्य येते. आर्थिक समृद्धी लागते, निर्बंध घालून निर्यात वाढविण्याचा प्रयत्न करतो.

भाग घेणाऱ्या देशांना आंतरराष्ट्रीय व्यापार ही एक खुला / मुक्त आंतरराष्ट्रीय व्यापार परिस्थिती निर्माण करत असते. मुक्त किंवा खुल्या व्यापारामुळे सर्व देशांना अनेक फायदे मिळत असतात. मुक्त किंवा खुली व्यापार संकल्पना सर्व दोष स्विकारत असले तरी काही कारणांसाठी व्यापारावर निर्बंध लादतात. त्यासाठी प्रत्येक देश आयातीवर निर्बंध घालत असतो. या निर्बंधामध्ये जकाती नियंत्रणे, आणि बिगर जकाती नियंत्रणे यांचा समावेश होतो. त्याचबरोबर व्यापारी गट आणि व्यापारी करार यासारखे परिणाम मुक्त व्यापारावर होत असतात.

विदेशी व्यापारावरील नियंत्रणे म्हणजे काही आयात निर्यातीवर निर्बंध लादणे, या व्यापारी निर्बंधांना व्यापारी अडथळे असे दाखल म्हणतात. ही सर्व नियंत्रणे आयात निर्यात धोरणांद्वारे लादली जातात. ही नियंत्रणे (निर्बंध) लादण्याची अनेक कारणे असतात. देशाच्या संरक्षणासाठी व उद्योगधंद्याच्या संरक्षणासाठी अशी नियंत्रणे लादली जातात.

## २.४ परकीय मालाच्या प्रवेशासाठी नियमित करण्याच्या पद्धती (Method for Regulating entry of foreign goods)

परकीय मालाच्या प्रवेशासाठी नियंत्रित करण्याच्या पद्धती पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

- १) अधिक आयात शुल्काची सक्ती करणे
- २) प्रतिमूल्यावपाती आयात शुल्काची सक्ती करणे
- ३) आयात परवाना पद्धत अस्तित्वात आणणे
- ४) क्लिष्ट व वेळखारू प्रशासकीय पद्धत अस्तित्वात आणणे
- ५) ग्राहक कायदे कडक करणे
- ६) विदेशी चलनावर नियंत्रण ठेवणे
- ७) आरोग्य व संरक्षण नियंत्रण कडक करणे
- ८) राज्य व्यापार महामंडळामार्फत खाजगी आयातीस बंदी घालणे
- ९) व्यापारी गट तयार करणे
- १०) आयातीबाबत तांत्रिक आणि प्रशासकीय नियंत्रणे अस्तित्वात आणणे.

## २.५ व्यापारी अडथळे (Trade Barrier)

**व्यापारी अडथळांचा अर्थ आणि उद्देश (उद्दिष्टे) (Meaning of trade barriers & objectives) :-**

व्यापारी अडथळे यालाच व्यापारी धोरणांचे दस्तऐवज असेही म्हणतात. यामध्ये आयात निर्यातीवर अनेक मर्यादा लादल्या जातात. या मर्यादेमुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारास फायदे मिळत नसल्यामुळे हे अडथळे कमी करण्याचा प्रयत्न अनेक देश करत असतात. मुक्त व खुल्या व्यापारासाठी ते आवश्यक असते. खुला / मुक्त व्यापार सर्व देशांच्या दृष्टीने फायदेशीर असतो.

व्यापारी अडथळे म्हणजे अनेक देशांमध्ये व्यापार आणि व्यापारी कार्ये यावर मर्यादा लादल्या जातात. या द्वारे आयात निर्यातीवर निर्बंध घातले जातात. त्यासाठी अनेक पद्धतींचा अवलंब केला जातो. यालाच व्यापार धोरणाचे दस्तऐवज असे म्हणतात. त्यामध्ये जकाती आणि बिगर जकाती अडथळांचा समावेश होतो. विदेशी व्यापारावर नियंत्रण ठेवण्यासाठी हे करावे लागते. त्यामागील चांगला हेतू असतो. यामध्ये जकाती, कोटा कर, शुल्क, विदेशी विनिमय नियंत्रणे, व्यापारी करार, व्यापारी गट इत्यादी तंत्राचा अवलंब केला जातो. या सर्वानाच अडथळे असे म्हणतात.

आंतरराष्ट्रीय व्यापारात आयात निर्यात व्यापाराचा समावेश होतो. देशाच्या विकासासाठी आयातीची आवश्यकता असते. परंतु सतत आयात वाढत गेल्यास स्वदेशी चलन कमी होते. त्यामुळे आंतरराष्ट्रीय बाजारात त्या देशातील चलनाला महत्त्व नसते. आयात वस्तूंची रक्कम देण्यासाठी चलन उपलब्ध नसल्यास धातू किंवा वस्तू परदेशात पाठवाव्या लागतात. इतकेच नव्हे तर देणी देण्यासाठी जागतिक बँकेकडून व इतर देशांकडून कर्ज घ्यावे लागते. या कर्जाचे हप्ते व व्याज मोठ्या प्रमाणात द्यावे लागत असल्याने त्याचा परिणाम देशाच्या

अर्थव्यवस्थेवर होतो. त्यामुळे चलनाचे अवमूल्यन होऊन देशाचे राजकीय स्वातंत्र्य धोक्यात येते. म्हणून प्रत्येक देश कमीत कमी आयात व जास्तीत जास्त निर्यात करण्याचा प्रयत्न करतो. प्रत्येक देशात आयातीवर बंधन घालून निर्यातीला प्रोत्साहन दिले जाते. निर्यातीमुळे देशातील उद्योग धंद्यांची कार्यक्षमता वाढते. त्यामुळे लोकांना रोजगार उपलब्ध होतो. देशातील लोकांचे राहणीमान उंचावते. आंतरराष्ट्रीय बाजारात त्या देशाच्या चलनाला महत्त्व प्राप्त होते. देशाची आयात कमी करण्यासाठी हे अडथळे लादले जातात.

## **२.६ व्यापारी अडथळ्यांची उद्दिष्टे (Objectives of trade barriers)**

व्यापारी अडथळ्यांची उद्दिष्टे पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

### **१) विदेशी स्पर्धेपासून स्वदेशातील उद्योगांचे संरक्षण (To protect home / domestic industries from foreign competition) :-**

व्यापारी अडथळ्यांचे मुख्य उद्दिष्टे म्हणजे इतर देशांतील असणाऱ्या स्पर्धेपासून स्वदेशातील उद्योगधंद्यांचे संरक्षण करणे या स्पर्धेमुळे देशातील उद्योगधंद्यांवर प्रतिकूल परिणाम होत असतो. अशा स्पर्धेमुळे देशातील उद्योगधंद्यांवर प्रतिकूल परिणाम होत असतो. अशा स्पर्धेमुळे देशातील उद्योगधंद्यांमध्ये आजारपण येण्याची शक्यता असते. यासाठी सरकारकडून अनेक उपाय योजना करण्यात येतात. त्यासाठी आयात कमी करण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्यासाठी व्यापारी अडथळे निर्माण केले जातात.

### **२) नवीन उद्योगधंदे स्थापन करणे (To promote new industries) :-**

व्यापारी अडथळ्यांद्वारे देशात नवीन उद्योगधंदे स्थापन करण्यास उत्तेजन देण्यात येते. त्याचबरोबर सध्या अस्तित्वात असलेल्या उद्योगांमध्ये विस्तार आणि वाढ केली जाते. संशोधन आणि विकास कार्यक्रम राबवून उत्पादन दर्जा वाढविण्याचा प्रयत्न केला जातो. हे व्यापारी अडथळ्यामुळेच शक्य होते.

### **३) विदेशी विनिमय निधी निर्माण करणे (To conserve foreign exchange reserves) :-**

विदेशी चलनामधूनच आयात मालाचे पैसे दिले जातात. आयात कमी करून विदेशी चलनामध्ये वाढ केली जाते. मोठ्या प्रमाणात आयात केल्यामुळे विदेशी चलन मोठ्या प्रमाणात लागते ते वाचविण्यासाठी व्यापारी अडथळे निर्माण केले जातात.

### **४) बॅलन्स ऑफ ट्रेड अँड बॅलन्स ऑफ पेमेंटमध्ये अनुकूलता राखणे (To Maintain favourable balance of trade & balance of payment)**

मोठ्या प्रमाणात आयात झाल्यास बॅलन्स ऑफ ट्रेड आणि बॅलन्स ऑफ पेमेंटमध्ये अनुकूलता राखली जात नाही. त्यासाठी व्यापारी अडथळ्यांमार्फत ही अनुकूलता राखता येते.

त्यासाठी निर्यातीस प्रोत्साहन देऊन आयात कमी करण्यात येते. व्यापारी अडथळ्यामुळे आयात कमी करता येते.

### **५) राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेला मूल्यावपतीपासून संरक्षण मिळते (To protect national economy from dumping) :-**

विदेशी देश मालाच्या किंमती कमी करुन आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये आपले वर्चस्व ठेवतात. या तंत्रामुळे श्रीमंत देशाला फायदा होतो तर गरीब देशांना हानी पोहचते ही परिस्थिती टाळण्यासाठी व्यापारी अडथळे निर्माण केले जातात. त्यासाठी मोठ्या प्रमाणात जकात आणि प्रति मूल्यावपाती जकात तंत्राचा अवलंब केला जातो. त्यामुळे परदेशी मालाची किंमत वाढली जाते त्यामुळे देशी व्यवसायांना संरक्षण दिले जाते.

**६) काही व्यापारावर बंदी घालणे (To Curb conspicuous consumption)  
किंवा वस्तू वापरावर बंदी घालणे :-**

काही लोक (देशातील) जास्त किंमतीच्या आयात वस्तू आपले रहाणीमान उच्चवण्यासाठी खरेदी करत असतात. अशा प्रकारचा व्यवसाय करणाऱ्या व्यवसायावर बंदी आणली जाते. त्यासाठी अशी उच्च किंमतीच्या विक्रीसाठी बंदी आणली जाते.

**७) अधिक महसूल निर्माण करणे (To Mobilise additional revenue) :-**

जकातीद्वारे अधिक महसूल निर्माण करता येतो. असा जमा झालेला महसूल सरकार इतर चांगल्या कामासाठी वापरू शकतो. विदेशी पुरवठादाराकडून अशा प्रकारचा महसूल गोळा करता येतो. अधिक महसूल वाढविण्याचे व्यापारी अडथळे एक महत्त्वाचे साधन (हत्यार) आहे.

**८) देश स्वावलंबी भक्कम बनविण्यासाठी (To make country strong and self sufficient) :-**

व्यापारी अडथळ्याद्वारे स्वदेश स्वावलंबी आणि आर्थिक दृष्ट्या भक्कम करता येतो. आयातीवर निर्बंध लादून देशातील उद्योगधंदे वाढविले जातात. देशाला स्वावलंबी बनविता येते. आयातीवर निर्बंध लादून पर्यायी वस्तू स्वदेशातच निर्माण करण्यास चालना दिली जाते.

**९) इतर देशांवर व्यापारी अडथळे लादणे (To counteract trade barriers imposed by other country) :-**

काही वेळा इतर देशांवर व्यापारी अडथळे लादले जातात.

**१०) देशातील उत्पादनास चालना देणे (To encourage the use of domestic production) :-**

व्यापारी अडथळ्यांमुळे देशातील उत्पादनास चालना दिली जाते. देशातीलच वस्तू खरेदी करण्यासाठी भर दिला जातो. (Be Indian, Buy Indian) या व्यापारी अडथळ्यामुळेच लोक आपल्या देशात तयार होणाऱ्या वस्तू खरेदी करू शकतील. देशातील उत्पादनाचा दर्जा चांगला राखण्यासाठी व देशी मालाला मोठ्या प्रमाणात मागणी निर्माण करण्यासाठी अशा व्यापारी अडथळ्यांची गरज आहे.



## २.७ व्यापारी अडथळ्यांचे प्रकार (Types of Trade Barriers) :-

व्यापारी अडथळ्यामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर प्रतिकूल परिणाम होत असतो. व्यापारी अडथळ्यामुळे फक्त आयातीवरच परिणाम होत नाही तर निर्यातीवर देखील परिणाम होतो. व्यापारी अडथळ्याचे पद्धती पुढील (प्रकार) पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

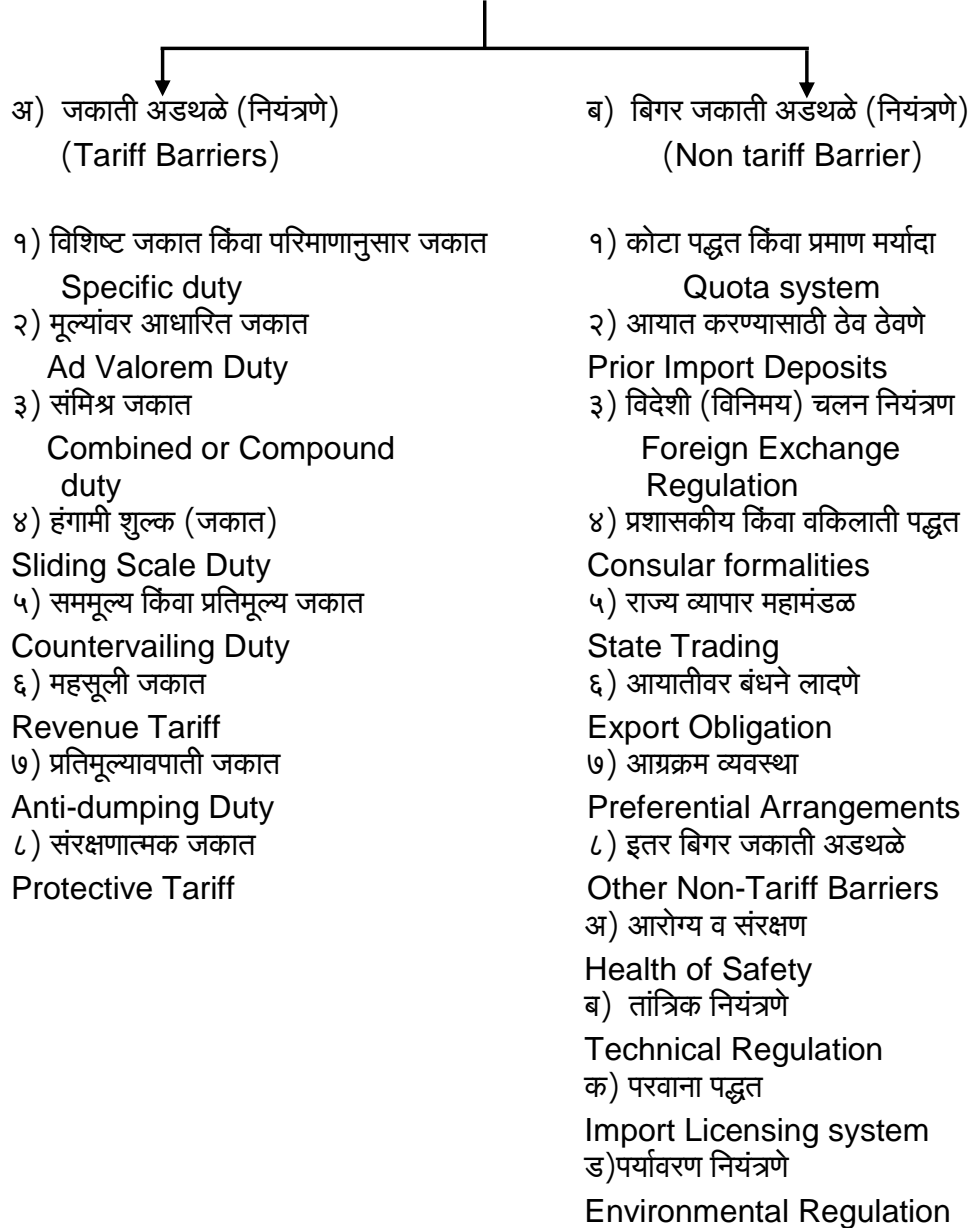
अ) जकाती अडथळे (नियंत्रणे)

Tariff Barriers

ब) बिगरजकाती अडथळे (नियंत्रणे)

Non Tariff Barriers

### व्यापारी अडथळ्याचे प्रकार (Types of Trade Barriers)



### अ) जकाती अडथळे (नियंत्रणे) (Tarriff Barriers) :-

आयातीवर निर्बंध घालण्यासाठी जकाती अडथळे निर्माण केले जातात. या शुल्कामुळे (करामुळे) वस्तूची किंमत वाढते. सरकारला जकातीच्या रुपाने उत्पन्न मिळते. सरकार या उत्पन्नाचा उपयोग लोकांच्या कल्याणकारी योजनासाठी वापरतात. जकातीमुळे देशांतर्गत उद्योगास संरक्षण मिळते. सरकारला कर रुपाने उत्पन्न मिळते. शिवाय आयातीवर नियंत्रण राहते.

जकात म्हणजे एक प्रकारचा शुल्क किंवा कर जो आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये मिळाला जातो. जेव्हा आयात माल देशाची रेषा ओलांडल्यानंतर आकारला जातो. हा कर आयात करणाऱ्या देशाला भरावा लागतो. अबकारी कराच्या स्वरूपात हा कर घेतला जातो. अशा प्रकारची जकात सरकारकडून वसूल केली जाते. जेव्हा अशा प्रकारचा जकात सरकारकडून वसूल केली जाते, जेव्हा एखादा देश महागड्या वस्तू स्वदेशात मिळत असून देखील आयात करतात तेव्हा अशा प्रकारचा कर आकारला जातो. जकात निर्यात वस्तूवर आकारली जात नाही. म्हणून जकात एक व्यापारी अडथळा समजला जातो. जकातीमुळे आयात मालाच्या किंमती वाढतात. जकातीमुळे सरकारला महसूल मोठ्या प्रमाणात मिळतो. महत्त्वाचे जकातीचे प्रकार पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

#### १) विशिष्ट जकात किंवा परिमाणानुसार जकात (Specific Duty) :-

आयात वस्तूचे वजन किंवा आकार किंवा परिमाण यावर आधारित जेव्हा आयात कर आकारला जातो तेव्हा विशिष्ट जकात असे म्हणतात. या प्रकारात वस्तूची किंमत विचारात घेतली जात नाही तर वस्तूचे वजन उदा. दर टनामागे जकातीचा दर किंवा जकात आकारली जाते. थोडक्यात जकात ही वस्तूच्या किंमतीवर जकात आकारली जात नाही. तर प्रत्येक नगावर जकात आकारली जाते. उदा. प्रत्येक टीव्हीवर, प्रत्येक मशिनवर.

#### २) मूल्यांवर आधारित जकात :-

आयात वस्तूचे मूल्य प्रथमतः निश्चित केले जाते. व्यापारी बीजकाप्रमाणे देशी चलनामध्ये रुपांतर केलेले जाते.

नंतर त्यावर जकात आकारली जाते. किंमतीमध्ये मूळ किंमत अधिक इतर अनुषंगिक खर्च याचा समावेश होतो. बहुतेक देश सी. आय. एफ या किंमतीवर जकात आकारतात. तर काही देश एफ. ओ. बी. किंमतीवर जकात आकारतात. काही देश आयात कर कमी बसावा म्हणून. एफ. ओ. बी. किंवा सी. आय. एफ किंमत कमी लावतात. अशा वेळी आयात देश देशांतर्गत वस्तूच्या किंमतीनुसार आयात वस्तूची किंमत निश्चित करून त्यावर कर आकारला जातो.

#### ३) संमिश्र जकात (Combined or compound duty) :-

वस्तूचे मूल्य व वस्तूचे वजन, आकारमान, परिणाम इ. बाबी विचारात घेऊन जेव्हा जकात आकारली जाते, तेव्हा त्यास संमिश्र जकात असे म्हणतात. उदा. कापडाच्या बाबतीत कापडाची किंमत निश्चित करून त्यावर ५% जकात शिवाय कापडाच्या मीटरमागे १ रुपया याप्रमाणे जकात एकत्रित करून जी जकात होते त्यास संमिश्र जकात असे म्हणतात.

#### ४) हंगामी शुल्क (Sliding Scale Duty) :-

हंगामी शुल्क हे उपयुक्त वस्तूंवरील आयात वाढविणे होय. सर्वसाधारणपणे शेती मालावर शुल्क आकारला जातो. त्यालाच हंगामी शुल्क असे म्हणतात. हंगामानुसार जो शेती माल आयात केला जातो त्यावरील जकात वाढविली जाते.

#### ५) सममूल्य किंवा प्रतिमूल्य जकात (Countervailing Duty) :-

हा जकाती प्रकार साधारण प्रतिमूल्यावपाती जकात प्रकारसारखा आहे. या प्रकारात निर्यात वस्तूंची किंमत आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत कमी रहावी व निर्यात वाढ व्हावी म्हणून निर्यातदाराला निर्यात वस्तूवर काही सवलती देवून निर्यात वस्तूची किंमत खाली आणली जाते. अर्थातच अशी वस्तू आयात केली तर देशांतर्गत वस्तूंचे उद्योग अडचणी येतील म्हणून आयात देश अशी वस्तू आयात होत असताना ज्या प्रमाणात निर्यात देशाने सवलती दिल्या असतील त्या प्रमाणात अगर त्या सवलती विचारात घेऊन आयात कर लावला जातो. यामुळे निर्यात देशाचा, सवलती देऊन निर्यात वाढविण्याचा प्रयत्न फसतो.

#### ६) महसूली जकात (Protective Tariff) :-

अशी जकात राज्य सरकारकडून आकारली जाते. त्यालाच महसूली कर असे म्हणतात. या करामुळे सरकारला मोठ्या प्रमाणात उत्पन्न मिळू शकते. सर्वसाधारणपणे अशी जकात चैनीच्या वस्तूवर आकारली जाते. परंतु या जकातीचा दर खूपच कमी असल्यामुळे त्याचा आयातीवर कमी परिणाम होतो. सरकारला कर रुपाने उत्पन्न मिळण्यासाठी अशा कर आकारला जातो.

#### ७) प्रतिमूल्यावपाती जकात (Anti Dumping Duty) :-

देशांतर्गत उत्पादित निर्यात म्हणून किंमत जेव्हा आयात देशाच्या वस्तूच्या तुलनेत जास्त होते, म्हणून निर्यात देश अशा वस्तूंचे मूल्य कमी करणे, यास मूल्यावपाती किंवा Dumping असे म्हणतात. अर्थातच वस्तूंचे मूल्य निर्यात देशाने कमी केल्याने आयात देश अशा मूल्यावपाती वस्तूवर जास्त कर आकारतो यास प्रतिमूल्यावपाती Anti Dumping Duty असे म्हणतात.

#### ८) संरक्षणात्मक जकात (Protective Tariff) :-

देशातील उद्योगांना संरक्षण मिळण्यासाठी अशा प्रकारची जकात आकारली जाते. देशातील उद्योगांना जागतिक स्पर्धला तोंड देता यावे याकरिता अशा प्रकारची जकात आकारली जाते. देशात तयार होणाऱ्या वस्तूच्या किंमतीपेक्षा आयात वस्तूंची किंमती जास्त असतात. त्यामुळे देशातील उद्योगांना या जकातीमुळे संरक्षण मिळते.

#### ब) बिगर जकाती अडथळे (नियंत्रणे) (Non Traffic Barriers) :-

आयातीवर निर्बंध आणण्यासाठी प्रत्यक्ष आयात कर रुपाने जकात आकारून आयातीवर नियंत्रण ठेवण्यात येते. परंतु GATT मुळे मित्र राष्ट्रांना आयातीवर सवलती मिळू लागल्या. यामुळे विकसित देशाच्या तुलनेत विकसनशील देशातील उद्योगांना याची झळ पोहचू

लागली. यातूनच आयातीवर प्रत्यक्ष आर्थिक जकातीपेक्षा वेगळ्या प्रकारची नियंत्रणे लादण्यात आली म्हणून यास बिगर जकात नियंत्रण असे म्हणतात. याचे प्रकार पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

### १) कोटा पद्धत किंवा प्रमाण मर्यादा (Quota System) :-

याप्रकारामध्ये आयात वस्तूचे प्रमाण ठरवून दिले जाते. त्या प्रमाणापेक्षा जास्त वस्तू आयात करता येणार नाहीत. म्हणून यास कोटा पद्धत असे म्हणतात. उदा. कापड आयात करावयाचे असेल तर किती मिटर कापड आयात केले जाईल याचा कोटा म्हणजे प्रमाण ठरवून दिले जाईल. कोटा वस्तूचे आकारमान, वजन परिमाण यानुसार असू शकतो. कोटा पद्धत पुढीलप्रमाणे सांगता येईल.

- A. आयात जकात कोटा (Tariff Quota) :- या पद्धतीमध्ये आयात जकात आणि कोटा या दोन्हीचा समावेश होतो. विशिष्ट मर्यादेपर्यंत जकात आकारली जात नाही. किंवा जकातीचा दर हा कमी असतो. मर्यादेपेक्षा जास्त आयात केल्यास त्यावर जास्त दराने जकात आकारली जाते.
- B. एकतर्फी जकात कोटा (Bilateral Quota) :- या पद्धतीमध्ये दोन देशातील सरकार कोणत्याही प्रकारचा करार न करता आयातीची मर्यादा ठरविली जाते.
- C. द्विपक्षीय कोटा (Unilateral Quota) :- या पद्धतीमध्ये आयात करणारे देश व निर्यात करणारे देश यांच्यामध्ये चर्चा घडवून आणली जाते. या करारामध्ये कोणत्या देशाने कोणत्या वस्तूची किती प्रमाणात निर्यात करायची हे ठरविले जाते. त्यामुळे चांगली वातावरण निर्मिती होते. यामुळे मक्तेदारीला आळा बसतो.
- D. संमिश्र कोटा (Mixed Quota) :- वस्तूच्या उत्पादनात कच्चा मालाच्या वापराचे प्रमाण किती असावे हे ठरविले जाते. प्रत्येक देशाने किती आयात व निर्यात करायची हे ठरविले जाते त्याचे प्रमाण निश्चित केले जाते.

### २) आयात करण्यासाठी ठेव ठेवणे (Prior Import Deposits) :-

काही देशातील आयातदारांकडून ठरावीक रक्कम ठेव म्हणून ठेवली जाते. सर्वसाधारणपणे आयातीच्या १००% रक्कम ही ठेव म्हणून ठेवली जाते. सर्वसाधारणे ही ठेव त्या देशातील मध्यवर्ती बँकेकडे ठेवली जाते. या ठेवीमुळे आयातदारांना हिरवा कंदील मिळतो.

### ३) विदेशी विनिमय चलन नियंत्रण (Foreign Exchange Regulation) :-

प्रत्येक देश आयात निर्यात व्यापारात अनुकूल व्यापारकोष ठेवण्याचा प्रयत्न करतो. वस्तू आयात केल्यानंतर त्या वस्तूची किंमत निर्यात देशाच्या चलनात द्यावयाची असते. अशावेळी प्रतिकूल व्यापारशेष होवू नये म्हणून आयात देश विदेशी चलन उपलब्ध असेल तरच आयातीस परवाना देतो. या प्रकारात आयात व्यापाऱ्याने निर्यातदाराशी व्यापारी करार करावयाचा असतो. आयातीवर या प्रकारने प्रभावी नियंत्रण रहाते.

#### ४) प्रशासकीय किंवा वकिलाती (Consular formalities) :-

आयात देश आयातीवर प्रभावी नियंत्रण रहावे म्हणून अनेक कागदपत्रांची मागणी करतो. उदा. आयात परवाना, व्यापारी तसेच वकिली बीजक, जहाज भरणपत्र, निर्यात वस्तू उत्पादित प्रमाणपत्र इ. कागदपत्र पाहूनच आयात देश आयातीस परवानागी देते. आयात परवान्यानुसार प्रत्यक्ष वस्तू आयात होत असताना प्रशासकीय माध्यमातून कागदपत्राच्या आधारे खात्री करून घेतली जाते. जर यात फसवणूक झाली तर आयात व्यापाऱ्यास शासन होते.

#### ५) राज्य व्यापारी महामंडळ (State Trading Corporation [STC]) :-

प्रत्येक देश आयात निर्यात व्यापार व्यवस्थित होत रहावा, त्यात एक वाक्यता यावी म्हणून राष्ट्र स्तरावर एका मंडळाची निर्मिती केली जाते. आपल्या भारत देशात राज्य व्यापार महामंडळ आयात निर्यात व्यापार पहाते. आयातीच्या बाबतीत एक वाक्यता रहावी म्हणून प्रत्येक आयात व्यवहार हा राज्य व्यापार महामंडळाला मार्फतच व्हावा लागतो. यामुळे आयात व्यवहारात द्विसक्ती येत नाही. व गरजेनुसार आयातीवर निर्बंध पडतात.

#### ६) आयातीवर बंधने लादणे (Export Obligation) :-

भारतासारख्या देशाकडून आयात-निर्यात व्यापारावर काही बंधने लादतात. त्यामुळे निर्यातीवर बंधने येतात. यासाठी आयातदारांना काही नियमांचे पालन करावे लागते. तरच आयातीस परवानगी दिली जाते. विकसित देशांमध्ये अशा प्रकारची नियंत्रणे वापरून अविकसित व विकसनशील देशांचा माल नाकारतात.

#### ७) अग्रक्रम व्यवस्था (Preferential Arrangements) :-

प्रत्येक देशास काही प्रमाणात वस्तू आयात कराव्याच लागतात. आयातीबरोबर निर्यात वाढावी म्हणून काही देश एकत्र येतात. व परस्परांच्या मध्ये आयात निर्यात करतात, यामुळे व्यापारशेष समान राहतो. म्हणून अशा मित्र राष्ट्रांखेरीज इतर राष्ट्राकडून वस्तू आयात केली जात नाही. याबाबतीत इ. संघटना आहेत. सदस्या राष्ट्रांनाच अग्रक्रम दिला जातो.

#### ८) इतर बिगर जकाती अडथळे (Other Non Tariff Barriers) :-

इतर बिगर जकाती अडथळ्यांमध्ये आरोग्य आणि संरक्षण, तांत्रिक नियंत्रणे, परवाना पद्धत, पर्यावरण नियंत्रणे यांचा समावेश होतो.

#### अ) आरोग्य आणि संरक्षण (Health and Safety) :-

विकसनशील देशांपेक्षा आपला देशातला आरोग्य विषयक दर्जा उच्च असतो. या कारणाने विकसित देश विकसनशील देशाकडून होणारा होणारा शेतमाल इतर खाद्यपदार्थांच्या निर्यातीत अनेक निर्बंध घालतात. भारतात आलेली प्लेगची साथ व त्याचा आंतरराष्ट्रीय व्यापारावर झालेला अनिष्ट परिणाम हे याच संदर्भातील उदाहरण आहे.

## ब) तांत्रिक नियंत्रणे (Technical formalities) :-

आयात वस्तूचा दर्जा, गुणधर्म, तांत्रिक गुण, वैशिष्ट्ये विचारात घेऊन परवाना दिला जातो. यामुळे ज्या वस्तूची गरज आहे. अशा तंत्रज्ञानत्मक वस्तूच आयात करता येतात.

## क) परवाना पद्धत (Licensing System) :-

आयात वस्तूसाठी परवाना मिळवावा लागतो. आयात देश आयात व्यापार्यास आयातीचा परवाना देते. या परवान्यामध्ये नमूद केल्यानुसारच वस्तू आयात केल्या जातात. यात वस्तूचे गुणधर्म, वजन परिमाण चलन यांचा अंतर्भाव असतो.

## २.८ जकाती नियंत्रणाचे फायदे (Benefits / Advantages of Tariffs / Tariff Barriers)

- १) **आयातीवर निर्बंध (Discourage Imports) :-** जकात आकारण्याचे मुख्य कारण म्हणजे आयातीवर निर्बंध होय. आयातीवर जकात आकारल्याने वस्तूची वास्तव किंमत वाढते. त्यामुळे आयात आपोआपच कमी किंवा पूर्णपणे बंद होण्याची शक्यता असते.
- २) **देशातील उद्योगांना संरक्षण (Protection to home industries) :-** आयातीवर जकात आकारल्याने वस्तूची किंमत वाढून आयात कमी होते. त्यामुळे स्वदेशी उद्योगधंद्यांना संरक्षण मिळते. देशातील उद्योगामध्ये स्पर्धा राहते.
- ३) **देशप्रेम जागृत होते :-** वस्तूवर आकारलेल्या आयात करामुळे विदेशी वस्तूबद्दल लोकांच्या मनात असलेले आकर्षण कमी होते. स्वदेशी वस्तू विकत घेण्याची प्रवृत्ती वाढते. त्यामुळे आपल्या देशाबद्दल व देशातील वस्तूबद्दल त्यांच्या मनात प्रेमाची भावना जागृत होते.
- ४) **उत्पन्नाचा स्रोत :-** जकाती पाठीमागे एकमेव उद्दिष्टे म्हणजे आयातीवर निर्बंध तथापि त्या योगे देशाला जकातीद्वारे मोठ्या प्रमाणात उत्पन्न देखील मिळते.
- ५) **स्थानिक बाजारपेठांचा विकास :-** आयातीवर निर्बंध घातल्यामुळे देशामध्ये तयार होणाऱ्या वस्तू बाजारपेठेमध्ये येतात. जेथे वस्तूची गरज आहे अशा ठिकाणी वस्तूचा पुरवठा होतो. यातूनच बाजारपेठांचा विकास होतो. व्यापार सहाय्यक सेवांची निर्मिती होते. उदा. वाहतूक, बँकिंग, विमा इ. क्षेत्राचाही विकास होतो.
- ६) **श्रम सेवा संरक्षित :-** व्यापारी किंवा उत्पादक जेथे कामगार स्वस्त मिळतील तेथून आणतात. यामुळे देशातील कामगारांना संधी मिळत नाही असे होऊ नये. कामगार म्हणजे श्रम सेवा. आयातीवर निर्बंध घालून देशातील कामगारांचे हितसंबंध जपले जातात.
- ७) **रोजगारसंबंधी उपलब्ध :-** परदेशी उद्योजकापासून स्वदेशी उद्योगाचे संरक्षण झाल्याने स्वदेशी उद्योग धंद्यांचा विकास होतो. त्याची उत्पादन क्षमता वाढते त्यामुळे देशातील लोकांना रोजगाराची संधी उपलब्ध होते.
- ८) **स्पर्धेची तीव्रता :-** जकाती नियंत्रणामळे परदेशी उद्योजकापासून होणारी स्पर्धा टाळली जाते. त्यामुळे स्वदेशी उद्योजकांना स्पर्धक राहत नाही.

**२.९ जकाती अडथळे व बिगर जकाती अडथळे यातील फरक (Tariff Barriers v/s Non Tariff Barriers)**

मुद्दा	जकाती अडथळे	बिगर जकाती अडथळे
१) अर्थ Meaning	आयात मालावर जकात कर आकारून आयात नियंत्रण करणे म्हणजे जकाती अडथळे होय.	आयातीवर संख्यात्मक बंधन लादून आयात नियंत्रण करणाऱ्या पद्धतीलाच बिगर जकाती अडथळे असे म्हणतात.
२) प्रकार Types	जकाती अडथळ्यांमध्ये विशिष्ट जकात, मूल्यावर आधारित जकात, संमिश्र जकात, हंगामी शुल्क, सममूल्यवपाती जकात आणि संरक्षणात्मक जकात इ. प्रकार सांगता येतील.	बिगर जकाती अडथळ्यांमध्ये कोटा पद्धत, आयात ठेव, विदेशी चलन नियंत्रण, प्रशासकीय पद्धत, राज्य व्यापारी महामंडळ, आयातीवर बंधने लादणे, अग्रक्रम व्यवस्था, इ. प्रकार सांगता येतील.
३) मक्तेदारी Monopolitic Groups	जकाती अडथळ्यांमुळे मक्तेदारी प्रस्थापित होण्याचा संभव नसतो. या पद्धती मध्ये कोणत्याही प्रकारचे मक्तेदारीचे गट तयार होत नाही.	बिगर जकाती नियंत्रणामुळे देशातील संभाव्य मक्तेदार हा प्रत्यक्षातील मक्तेदार होतो.
४) किंमतीवर परिणाम	जकाती अडथळ्यांमुळे आयात किंमती वाढतात.	बिगर जकाती अडथळ्यांचा आयात किंमतीवर कोणताही परिणाम होत नाही.
५) उत्पादन नियोजन Production Planning	यामुळे देशातील घरगुती वस्तूच्या उत्पादनाबाबत नियोजन करणे कठीण असते. त्यामुळे आयात वस्तूंची संख्या निश्चित करता येत नाही.	यामध्ये मात्र आयात मालाची संख्या निश्चित करता येते. देशांतर्गत उत्पादनपद्धती सुलभ करता येते. उत्पादनाचे लक्ष सहजपणे निश्चित करता येते.
६) संख्येमध्ये चढउतार Fuctions in Quantity	आयातीची संख्या वाढते. मालाच्या किंमतीमध्ये मात्र चढउतार झालेला दिसून येतो.	यामध्ये मालाच्या किंमती मध्ये कमी प्रमाणात चढउतार झालेला दिसून येतो.

७) परिणाम Effects	आयात जकातीचे परिणाम बाजारयंत्रणेतून होणारे असल्याने, त्यास काही कालावधी जावा लागतो. शिवाय अपेक्षे इतका परिणाम मागणी व पुरवठ्यातील लवचिकतेवर अवलंबून असतो.	बिगर जकाती अडथळ्यांचा परिणाम ताबडतोब होतो. त्यामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापार शेषातील तूट कमी करण्याचे बिगर जकाती अडथळे प्रभावी अल्पकालीन साधन होय.
८) लवचिकता Flexibility	जकाती अडथळ्यांमध्ये लवचिकतेचा अभाव दिसून येतो. अशा प्रकारची बंधने लादली जातात. परंतु ती बंधने काढून टाकणे अवघड असते.	बिगर जकाती अडथळे लवचिक असतात. अशा प्रकारची बंधने कधीही आकारली जातात व कमी देखील केली जातात.
९) अग्रक्रम	अनेक देश जकाती नियंत्रणाला अग्रक्रम देतात कारण यापासून सरकारी उत्पन्नामध्ये वाढ होते.	क्लिष्ट कार्यपद्धती कोणत्याही प्रकारचे उत्पन्न मिळत नसल्याने यांना अग्रक्रम दिला जात नाही.

## २.१० गॅट आणि व्यापारी अडथळे (GATT & Trade Barriers)

दुसऱ्या महायुद्धानंतर थंडावलेल्या जागतिक व्यापारास गती देण्याचे जे प्रयत्न झाले त्यात गॅट हा महत्त्वपूर्ण प्रयोग बनला दुसऱ्या महायुद्धानंतर प्रत्येक देश आयातीवर निर्बंध घालून निर्यात वाढीचा प्रयत्न करत होता. अर्थात या धोरणामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापार अडचणीत आला. त्यामुळे प्रत्येक देशाच्या विकासात अडचण निर्माण होऊ लागली. आयात निर्यातीत संतुलन ठेवून एकमेकांचा विकासकरून घेण्यासाठी साधारणपणे १०० च्या वर देश एकत्र आले व त्यांनी जकात व व्यापार याबाबतीत करार केला त्यातूनच GATT गॅट संकल्पना अस्तित्वात आली.

आंतरराष्ट्रीय व्यापार वाढावा म्हणून राष्ट्र संघाच्या (UNO) एका समितीकडे व्यापार संघटना (ITO) International Trade Organisation स्थापन करण्याची जबाबदारी या समितीच्या २३ सदस्यांनी ITO ची वाट न पाहता 'जिनिव्हा' येथे एक परिषद भरवून GATT ची स्थापना केली. अंमलबजावणी १९४४ मध्ये सुरु झाली. दुर्दैवाने UNO कडून ITO स्थापन झाली नाही आणि मग GATT कायम झाला. यामध्ये इतर राष्ट्रांनी सहभाग घेतला. आज मितीस १०० पेक्षा अधिक देशांनी या सनदेवर सह्या केल्या. यामध्ये भारताचाही समावेश आहे. रशिया व चीन यांनी मात्र या सनदेवर सध्या केलेल्या नाहीत. जागतिक व्यापारापैकी ८०% व्यापार GATT या करारानुसार होतो.

GATT ही संस्था नसून आंतरराष्ट्रीय व्यापारात आचार संहितेचा आग्रह करणारी ती एक संहिता आहे. ज्या राष्ट्रांना ही संहिता मान्य असेल त्यांनी या संहितेवर सही करून या



करारात सामील व्हावयाचे. या संहितेमध्ये अनेक नियम दिलेले आहेत तथापि त्याचे सर्व साधारण स्वरूप पुढीलप्रमाणे आहे.

- १) देशदेशामध्ये कोणताही भेदभाव न करता व्यापार चालावा.
- २) कोणतेही नियंत्रण लादून स्वदेशातील उद्योगांना संरक्षण देता येणार नाही.
- ३) परस्परांचे हित संबंध जपावयाचे.
- ४) जकात दर व नियंत्रण कमी करणे

सुरुवातीला गॅटची सभासद संख्या २३ होती. एकूण सभासदांपैकी २/३ सभासद जेव्हा संमती देतात, तेव्हाच नव्या देशाला सदस्य बनविता येते. भारत संस्थापक सभासद आहे.

१ जानेवारी १९९५ मध्ये गॅटचे रूपांतर WTO करण्यात आले. १९४५ पासून १९९५ पर्यंत गॅट करारामध्ये ८ वेळा बदल करण्यात आले. या सर्व बदलामध्ये (डॅकेल प्रस्ताव) यास विशेष महत्त्व आहे. गॅटचे सचिव श्री डॅकेल यांनी सप्टेंबर १९८६ मध्ये बदलाचा प्रस्ताव ठेवला. यावर १९९४ मध्ये उरुग्वे येथे सह्या झाल्या म्हणून यास उरुग्वेरांडड असेही म्हणतात. या करारावर गॅट करारातील सर्व राष्ट्रांनी (१२५) सह्या केल्या. यामध्ये प्रामुख्याने बौद्धिक स्वामित्व (Intellectual Property) हक्कांचा समावेश करण्यात आला. अशाप्रकारे यामध्ये १५ बाबींचा विचार करण्यात आला. हा ठराव पुढीलप्रमाणे:-

- १) गॅट कराराचे रूपांतर १९९५ मध्ये WTO मध्ये करणे.
- २) शेतीवरील सबसिडी टप्प्याटप्प्याने कमी करणे.
- ३) सभासद राष्ट्रांनी ३७% जकाती अडथळे कमी करणे.
- ४) कापड उद्योगामध्ये प्रमाण पद्धती (Quota) चालू ठेवणे.

#### **गॅट आणि अधिक पसंती देशतत्त्व (GATT And MFN Clause) :-**

गॅटचे (म्हणजे सध्याचे WTO चे) सर्वात महत्त्वाचे तत्त्व MFN हे होय. उद्योगामध्ये आंतरराष्ट्रीय व्यापारात विभिन्न देशामध्ये पक्षपाती धोरणाचा अवलंब करण्यात येऊ नये म्हणून या करारात भाग घेणारा देश 'अधिक पसंती देश' (Most Favoured Nation) किंवा "अति अनुग्रहीत देश" अनुग्रहीत तत्त्वांचा अवलंब करतात. अधिक पसंती देश याचा अर्थ ज्याला सर्वात जास्त पसंती दाखविली जाते. व्यापारातील तफावत व पक्षपात दूर करणे हे या भागाचे उद्दिष्ट आहे. एका सभासद राष्ट्राला ज्या सोबत राष्ट्राला ज्या सोयी व सवलती मिळतील त्या सर्व देशांना उपलब्ध होतील. जकात दरात मिळणारी सवलत ही त्या करारातील WTO सर्व देशांना प्राप्त होते.

वर्ष Year	ठिकाण Place	झालेले विषय Matters covered	सहभागी देश Countries Participated
1947	Geneva	Tariff reduction	23
1949	Annecy	Tariff reduction	13
1950	Uruguay	Tariff reduction	38
1956	Geneva	Tariff reduction	26
1960	Geneva	Tariff reduction	26
1964	Geneva	Tariff and Anti Dumping	62
1973	Tokyo / Geneva	Tariff and Non-Tariff	102
1986	Uruguay / Geneva	Tariff and Non-Tariff's TRIPS, TRIMS.	123

## २.११ जागतिक व्यापारी संघटन (World Trade Organisation)

१ जानेवारी १९९५ पासून जागतिक व्यापारी संघटनेने त्यांच्या कार्यास प्रारंभ केला जागतिक व्यापार संघटनेच्या निर्मितीनंतर गॅटची जुनी पद्धत संपुष्टात आली. WTO ची व्याप्ती अधिक विस्तृत आहे. यामध्ये जागतिक व्यापारावली नियंत्रणे तसेच व्यापारामधील सेवांवर नियंत्रणे ठेवण्याचा अधिकार आहे. बौद्धिक मालमत्ता हक्काच्या व्यापारासंबंधित करार (TRIPS) आणि गुंतवणूकी विषयीकरार किंवा मोजमाप ही या संघटनेची वैशिष्ट्ये आहे.

WTO च्या करारप्रमाणे सर्व देशाना जकाती अडथळे कमी नाही तर पूर्णपणे बंद करावेत. यामध्ये बिगर जकाती अडथळ्यांचा समावेश आहे. २००७ पर्यंत WTO ची संख्या १५१ देश इतकी आहे.

नोव्हेंबर २००६ ला झालेल्या WTO च्या सर्वसाधारण बैठकीत "व्हिएतनामला" WTO चा १५६ वा सदस्य देश म्हणून मान्यता मिळाली गेलेली आहे. जगाच्या आर्थिक व्यवहारात WTO अधिक महत्त्वाची भूमिका बजावते. उरुग्वे तरतुदीचा पूर्ण स्वीकार केल्यानंतर एखादा देश WTO चा सभासद बनू शकतो.

### २.११.१ WTO ची तत्त्वे (उद्दिष्टे) (Principles of WTO):

#### १) भेदभाव न करता व्यापार (Trade without Discrimination) :-

भेदभाव न करणे या तत्त्वामध्ये प्रादेशिक व्यापार सोडून सर्व व्यापारी भागीदाराना दिल्या जाणाऱ्या वागणूकीत समानता असेल आणि परदेशी वस्तू, भांडवल, सेवा, व्यापारी सेवा आणि कायदेशीर अधिकार पत्रांना त्यांच्या देशांत दिल्या जाणाऱ्या वागणूकीप्रमाणे जागतिक व्यापार संघटनेमध्ये वागणूक दिली जाईल. यात भाग घेणारे देश 'अधिक पसंती देश' (Most Favoured Nation) असे म्हणतात. व्यापारातील तफावत व पक्षपात दूर करणे हे मागचे उद्दिष्ट्ये आहे.

**२) मतभेद /भांडणे मिटवणे (Settlement of Disputes):**

दोन देशामध्ये कोणत्याही प्रकारचे मतभेद असतील तर ते सोडविण्यासाठी प्रयत्न करणे त्यासाठी त्या देशामध्ये चर्चा घडवून आणून दोहोंमधील असणारे संघर्ष / भांडणे मिटविली जातात.

**३) रहाणीमान उंचावणे (Raising Standard of Living) :-**

यामध्ये समाविष्ट असणाऱ्या सभासद देशाचे रहाणीमान सुधारण्यासाठी प्रयत्न करणे – त्याचप्रमाणे रोजगार निर्मिती करून त्या देशाची आर्थिक प्रगती साधणे.

**४) जागतिक साधनसामुग्रीचा पर्याप्त वापर (Optimum use of world resources) :-**

जगात उपलब्ध असलेल्या नैसर्गिक साधन सामुग्रीचा पर्याप्त वापर करणे. त्यातून वस्तू व सेवांचे उत्पादन करून व्यापार करावा.

**५) पर्यावरणाचे संरक्षण करणे (Protection of Environment) :-**

सर्व सभासद देशांनी पर्यावरणाचे संरक्षण केल्यास त्याचा सर्व देशांना फायदा होईल. पर्यावरणाला कोणत्याही प्रकारची हानी पोहचणार नाही याची काळजी घेणे आवश्यक आहे.

**६) अविकसित देशांची प्रगती करणे (Growth of Less Developed Countries LDC's) :-**

अविकसित देशांची आर्थिक, औद्योगिक प्रगती करणे, अशा देशांना आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये स्थान देणे जेणेकरून त्या देशाची प्रगती चांगल्या प्रकारे होऊ शकेल.

**७) रोजगार निर्मिती (Employment) :-**

देशाची प्रगती होण्यासाठी रोजगार निर्मिती होणे आवश्यक आहे. मोठ्या प्रमाणात रोजगार निर्मिती करणे हा मुख्य हेतू WTO चा आहे.

**८) उद्योगधंद्यामध्ये उत्पादनामध्ये वाढ करणे (Enlargement of Production and Trade) :-**

WTO चा मुख्य उद्देश उत्पादनात आणि व्यापारामध्ये वाढ आणि विस्तार करणे व्यापाराच्या कक्षा रुंदवणे, मोठ्या प्रमाणात उत्पादन करणे.

**९) व्यापार स्वातंत्र्य :-**

जागतिक व्यापार संघटनेचे सर्वात महत्त्वाचे आणि अंतिम उद्दिष्ट्य व्यापाराचे उदारीकरण करणे. यामुळे वस्तू व सेवांच्या मुक्त आंतरराष्ट्रीय प्रवाहावर कोणतेच बंधन उरणार नाही.

**१०) स्थैर्य आणि अनुमान बांधण्याची क्षमता :-**

व्यापारी अडथळे निर्माण न करण्यास जागतिक व्यापारी संघटना वचनबद्ध आहे. याचा उद्देश स्थैर्य देणे आणि व्यापारी पद्धतीत अनुमान बांधण्याची क्षमता निर्माण करणे असा आहे.

**११) योग्य स्पर्धा :-**

जागतिक व्यापारी संघटनांचा उद्देश खुली, योग्य आणि विपर्यास न करणारी स्पर्धा निर्माण करणे, सर्व व्यापारी भागीदारांना समान वागणूक देणे, जबरदस्तीने मालाची विक्री करणे आणि अनुदान संबंधीचे नियमांची बांधणी व्यापाऱ्यात योग्य परिस्थिती निर्माण करण्याच्या दृष्टीने करण्यात आलेली आहे.

**१२) विकसनशील देशाबाबत :-**

विकसनशील आणि विशेषतः अप्रगत देशांना विशेष हक्क आणि सोयीचे करून घेण्यास अधिक वेळ दिला जातो.

**२.११.२ जागतिक व्यापारी संघटनेची कार्ये (functions of WTO):**

**१) नियम कराराचे प्रशासन करणे (Administration of Agreements) :-**

यामध्ये जागतिक व्यापारी संघटनेने जे २९ करार केलेले आहेत त्यांचे प्रशासन करण्याचे काम WTO ला करावे लागते.

**२) व्यापारी अडथळे दूर करणे (कार्यवाही करणे) (Implementation of Reduction of Trade Barriers) :-**

जागतिक व्यापारी संघटनेतील सहभागी देशांमध्ये व्यापार करताना जे अडथळे येतात ते कमी करण्याचा प्रयत्न केला जातो. विशेषतः जे बिगर जकाती अडथळे आहे. ते कमी करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

**३) सहभागी देशातील (सभासद) व्यापारी धोरणाचे परिक्षण करणे (Examination of members - Trade Policies) :-**

सहभागी देशातील किंवा सभासद देशातील जे व्यापारी धोरणे ठरविली जातात त्यांचे नियमित परिक्षण करणे. ते व्यापारी धोरण WTO च्या मार्गदर्शनाखाली आखली गेली पाहिजेत.

**४) विदेशी व्यापाराबाबत माहिती गोळा करणे (Collection of foreign trade information) :-**

आयात निर्यातीबाबत अद्यावत माहिती व इतर माहिती गोळा करण्याचे काम WTO ला करावे लागते.

#### ५) तंटे किंवा भांडणे मिटविणे (Settlement of Disputes) :-

अनेक देशामध्ये व्यापाराबाबत जी भांडणे होतात ती मिटविण्यासाठी प्रयत्न केले जातात. त्यासाठी अशा देशामध्ये तंटे मिळविण्यासाठी चर्चा घडवून आणली जाते.

#### ६) सल्ला मार्गदर्शन करणे (Consultancy services) :-

जागतिक अर्थव्यवस्थेवर लक्ष ठेऊन त्याबाबत सभासद देशांनी त्याचे मार्गदर्शन व सल्ला घेऊन विकास करावे त्याबाबत सभासद राष्ट्रांना त्याप्रकारचे मार्गदर्शन व सल्ला द्यावा.

#### ७) वाटाघाटी करण्यासाठी मंच उभारणे (Forum for Negotiation) :-

व्यापारामध्ये काही सवलती मिळण्यासाठी स्वतंत्र मंच उभारावा लागतो. ज्या वस्तू व सेवाबाबत व्यापारी अडथळे आहेत त्याबाबत चर्चा घडवून आणणे, सभासद देशांच्या आपापसातील बहुविध व्यापारी वाटाघाटी करण्यास मंच पुरविणे.

#### ८) IMF आणि IBRD यांच्या मार्फत सुसंवाद साधणे (Assistance of IMF and IBRD) :-

IMF आणि IBRD या संस्थामार्फत जागतिक आर्थिक धोरणात अधिक सहकार्य व सुसंवाद साधणे.

#### २.११.३ WTO च्या कराराचे परिणाम (Implication of WTO Agreements):

##### अ) नकारात्मक परिणाम (Negative Impact) :-

##### १) TRIP's चा परिणाम (Impact of TRIP's) (Trade Related Aspects) बौद्धिक मालमत्ता हक्क :

TRIP's मधील तरतूदी आणि काही निकषांमुळे शेती व औषधे तयार करण्याच्या क्षेत्रात भारतावर हानिकारक परिणाम दिसून येत आहे. हा करार विकसित राष्ट्रांसाठी करण्यात आला. प्रगत देशांकडे असे हक्क मोठ्या प्रमाणात दिले गेले. विकसनशील देशांवर विशेषतः भारतासारख्या देशांवर याचा अधिक परिणाम झालेला दिसून येतो. बहुराष्ट्रीय कंपन्यांना त्यातून अधिक फायदा झालेला दिसून येतो. या प्रगत देशांकडे मोठ्या प्रमाणात भांडवल व तंत्रज्ञान असल्यामुळे विकसित राष्ट्रांना त्याचा अधिक फायदा झाला.

##### २) TRIM's परिणाम (Impact of TRIM's) :-

व्यापारासंबंधी गुंतवणूक उपाय TRIP's या नवीन विषयाचा समावेश करण्यात आला. हे विषय विकसित राष्ट्रे आणि बहुराष्ट्रीय कंपन्यांना फायदेशीर आहेत. TRIP's मधील तरतूदी आणि काही निकषांमुळे परिणाम झालेला दिसून येतो. TRIP's चा सर्व फायदा अमेरिकेत बहुराष्ट्रीय कंपन्यांनाच व्हावा हा उद्देश होता. जगामध्ये विकसनशील व अप्रगत देश संख्येने कमी आहेत. याची व्यवहार क्षमता कमी आहे. यामुळे WTO हे श्रीमंत देश व गरीब देश

यांच्यातील शीत युद्धाचे ठिकाण बनले आहे. हा करार परकीय गुंतवणूक व देशी गुंतवणूक यांचा समावेश केला. परकीय गुंतवणूकदारांना काही प्रमाणात निर्बंध घालण्यात आले. हा करार विकसित राष्ट्रांसाठी महत्त्वाचा ठरला. कारण अशा श्रीमंत राष्ट्रांकडे मोठ्या प्रमाणात भांडवल व तंत्रज्ञान असते. बहुराष्ट्रीय कंपन्या यामध्ये अधिक सक्रिय होत्या.

### ३) गॅटचा परिणाम (Impact of GATS) :-

गॅट करारामुळे सेवाविषयक सर्वसाधारण करार करण्यात आला. यामुळे भारतातील सेवा क्षेत्र धोक्यात आले. कारण सेवा व्यवसाय क्षेत्र परकीयांसाठी खूले केले. यामध्ये बँका विमा, वाहतूक पर्यटन आणि कुरिअर इ. यांचा समावेश होतो. सध्या भारतीय सेवा उद्योजकांना परकीय राक्षसी स्पर्धला तोंड देणे अवघड आहे. व्यावसायिक कौशल्य आणि साधनसामुग्रीच्या अभावामुळे भारतीय सेवा क्षेत्र धोक्यात आले आहे.

### ४) जकाती कमी होण्याचा परिणाम (Impact of Reduction of Tariff) :-

जागतिक व्यापारी संघटनेच्या करारानुसार विकसित देशांनी जकाती मध्ये मोठ्या प्रमाणात घट केली. त्यामुळे जकातीपासून उत्पन्न कमी झाले. उदा. भारताने Peak Customs duty १०% केली त्यामुळे परकीय राष्ट्रांशी स्पर्धा करता येऊ लागली.

### ५) लघु उद्योगावर परिणाम (Impact on sector) :-

WTO ने उद्योगाच्या आकारामध्ये कोणताही फरक झाला नाही. त्यामुळे लहान उद्योगांना मोठ्या उद्योगांशी स्पर्धा करणे आवश्यक होते. त्यामुळे भारताने २००० सालापर्यंत काही वस्तू (लहान उद्योगासाठी) राखीव ठेवला होत्या. मात्र फेब्रुवारी २००८ मध्ये भारताने ७०० लहान वस्तू राखीव म्हणून ठेवला. त्यापैकी ३५ वस्तू लहान उद्योगासाठी राखीव म्हणून ठेवल्या. त्यापैकी ३५ वस्तू लहान उद्योगासाठी राखीव ठेवल्या.

### ६) शेतीवर (शेतमालावर) झालेला परिणाम (Impact on Agriculture) :-

विकसित देशामध्ये भारत आणि चीन सर्वात जास्त शेतीमालाचे उत्पादन करते. त्यामध्ये भाज्या, फळे, अन्नधान्य, इ. वस्तू इतर देशांच्या तुलनेने उत्पादन प्रमाण खूपच कमी होते. कारण उत्पादनक्षमता इतर देशांपेक्षा कमी होते. त्यामुळे भारतीय शेतकरी जागतिक बाजारपेठेमध्ये जास्त काळ टिकू शकले नाही. म्हणून WTO ने अशा देशासाठी अनुकूल असे बदल केले.

### ब) सकारात्मक परिणाम (Positive Implications) :-

#### १) खरेदी-विक्रीच्या निर्यातीमध्ये वाढ (Growth in Merchandise Exports):

निर्यात करणाऱ्या देशामध्ये भारत, चीन, ब्राझील इ. देशांच्या निर्यातीमध्ये वाढ झाली. या वाढीमुळे जकाती अडथळ्यांचे प्रमाण कमी झाले. १९९५ मध्ये भारताची निर्यात चौपटीने वाढली.

## India's Merchandise Export

Year	US / Billion
1995	32
2006-07	126

### २) सेवा निर्यातीमध्ये वाढ (Growth in Service Export) :-

गॅट करारामुळे सेवा विषयक सर्वसाधारण करार करण्यात आला. यामुळे भारतातील सेवा अंग धोक्यात आले होते. या करारानुसार सभासद राष्ट्रांना सेवा निर्यातीमध्ये विस्तार करता आला व सेवा क्षेत्रामध्ये उदारीकरण झाले. विकसनशील देश उदा. भारत सारख्या देशाला या कराराचा फायदा झाला. उदा. भारताने सेवा क्षेत्रात जी प्रगती केली ती ५ बिलियने वाढली. सॉफ्टवेअरमध्ये ४०%सेवा भारत पुरवते. १९९५ मध्ये ७६ बिलियन इतके उत्पन्न मिळाले.

### ३) परकीय गुंतवणूक (Foreign Investment) :-

प्रत्यक्ष परकीय गुंतवणूक (FDI) तसेच शेअर्स व रोख्यांच्या गुंतवणूकीमध्ये वाढ झालेली दिसून येते. याचा फायदा देशातील उद्योगांना तंत्रज्ञानामध्ये सुधारणा जागतिक व्यवस्थापन कौशल्य आणि साधनसामग्रीचा पर्याप्त वापर करण्यासाठी झाला. याचा परिणाम भारतीय उद्योग आंतरराष्ट्रीय स्पर्धाक्षम बनले. २००६-०७ परकीय गुंतवणूक ही भारतामध्ये १५.५ US \$ यापैकी FDI (net) ही ८.५ US \$ बिलियन इतकी होती.

### ४) कापड उद्योग (Textiles & Clothing) :-

टेक्सटाईल्सचा भारतीय निर्यातीमध्ये ३२% इतका हिस्सा आहे. आणि वस्तू उद्योगाचा संबंध शेती आणि ग्रामीण अर्थव्यवस्थेशी जुळलेला आहे. WTO च्या करारामुळे टेक्सटाईल उद्योगाला मोठ्या प्रमाणावर फायदा होणार आहे. वस्तू तयार करण्यासाठी २००५ पर्यंत करार केला होता. त्याचप्रमाणे विकसनशील देश २००५ सालापर्यंत टप्प्याटप्प्याने निर्यात वाढवून फायदा घेऊ शकतात. याचाही फायदा भारताला झाला.

## २.१२ प्रश्न

- विदेशी देशातील विपणन म्हणजे काय? परकीय मालाच्या प्रवेशासाठी नियमित करण्याच्या पद्धती सांगा.
- व्यापारी अडथळे म्हणजे काय? व्यापारी अडथळ्यांची उद्दिष्टे सांगा.
- अ) व्यापारी अडथळ्यांचे प्रकार सांगा.  
ब) जकातीची भूमिका स्पष्ट करा.
- बिगरजकाती अडथळ्यांचे विविध प्रकार सांगा.
- जकाती नियंत्रणाचे फायदे सांगा.

६. जकाती अडथळे व बिगर जकाती अडथळे यामधील फरक स्पष्ट करा.
७. गॅट आणि व्यापारी अडथळे यावर टिप लिहा.
८. जागतिक व्यापारी संघटनेची उद्दिष्टे सांगा.
९. जागतिक व्यापारी संघटनेची कार्ये सांगा.
१०. WTO चा काय परिणाम झाला ?
११. बिगर जकाती अडथळे म्हणजे काय ? ते सविस्तर लिहा.
१२. व्यापारी जकाती अडथळे म्हणजे काय ? कोणतेही चार जकाती अडथळे थोडक्यात लिहा.
१३. टिपा लिहा.
  - १) जकाती आणि बिगर जकाती अडथळे
  - २) कोटा पद्धती
  - ३) जकाती धोरणांची भूमिका
  - ४) TRPS
  - ५) व्यापारी अडथळे
  - ६) बिगर जकाती अडथळे





## वस्तू विकास प्रक्रिया (Product Development Process)

### घटक रचना:

- ३.० उद्दिष्ट्ये
- ३.१ प्रास्ताविक
- ३.२ वस्तू म्हणजे काय ? व वस्तू नियोजन म्हणजे काय ?
- ३.३ वस्तू नियोजनाचा अर्थ आणि व्याख्या.
- ३.४ वस्तू नियोजनाची गरज आणि महत्त्व.
- ३.५ वस्तू विकास
- ३.६ वस्तू विकासाचे महत्त्व
- ३.७ वस्तू विकास प्रक्रियेतील टप्पे किंवा अवस्था
- ३.८ वस्तूविकासाचे क्षेत्र
- ३.९ नवीन वस्तू विकास व्यूहरचना
- ३.१० ब्रॅन्डींग
- ३.११ वस्तू विकास व्यूहरचनेत विचारात घेतले जाणारे घटक
- ३.१२ चांगल्या मुद्रेची वैशिष्ट्ये
- ३.१३ मुद्रांकनाचे फायदे
- ३.१४ मुद्रांकनाचे महत्त्व
- ३.१५ मुद्रांकनाचे प्रकार
- ३.१६ छापांची चाचेगिरी
- ३.१७ प्रश्न

---

### ३.० उद्दिष्ट्ये

---

- वस्तू आणि वस्तू अभ्यास केल्यानंतर वस्तू आणि नियोजन म्हणजे काय हे समजावून घेता येईल.
- वस्तू नियोजनाचा अर्थ आणि व्याख्या अभ्यासता येईल.
- वस्तू नियोजनाचे महत्त्व आणि गरज लक्षात येईल.
- वस्तूविकास म्हणजे काय हे समजावून घेता येईल.
- वस्तू विकास म्हणजे काय हे पटवून देता येईल.

- वस्तू विकास प्रक्रियेतील टप्पे किंवा अवस्था यांचा अभ्यास करता येईल.
- वस्तू विकासाचे क्षेत्र समजावून घेता येईल.
- नवीन वस्तू विकास व्यूहरचना समजावून घेता येईल.
- मुद्रांकन म्हणजे काय ते समजावून घेता येईल.
- वस्तू विकासात विचारात घेतले जाणारे घटक.
- चांगल्या मुद्रांकनाचे वैशिष्ट्ये.
- चांगल्या मुद्रांकनाचे फायदे.
- मुद्रांकनाचे महत्त्व पटवून देता येईल.
- छापांची चाचेगिरी व त्यावरील उपाय.

---

### ३.१ प्रास्ताविक

---

विपणन कार्यामध्ये वस्तू ही खूप महत्त्वाची असते. त्याचबरोबर निर्यात विपणनामध्ये वस्तूला (Product) महत्त्वाचे स्थान आहे. वस्तूचा दर्जा, वैशिष्ट्ये उपलब्ध पर्याय शैली (style) मुद्रानाम, बांधणी, आकार, सेवा, वॉरंटी व वस्तूपासून उपयोग किंवा उपयुक्तता मूल्य यांचा विचार उत्पादित वस्तूमध्ये केला जातो. ग्राहकांच्या निरनिराळ्या इच्छा असतात. ह्या इच्छा पूर्ण होण्यासाठी ते वस्तूंमध्ये विभिन्न वैशिष्ट्यांची अपेक्षा करतात. बाजारातील मागणी, ग्राहकांचे सहकार्य आणि स्पर्धात्मक परिस्थिती ही विदेशी बाजारात असणारी मागणी, दर्जा, वस्तू किंमत यावर अवलंबून असते. आणि म्हणून उत्पादित वस्तू ग्राहकांचे समाधान करणारे असले पाहिजे. ग्राहकांच्या सर्व गरजा भागल्या पाहिजेत. त्या वस्तूंची आकर्षता, नाविन्य असले पाहिजे. जेणेकरून विदेशी ग्राहक त्या वस्तूंकडे आकर्षित झाले पाहिजे. म्हणून निर्यातदार वस्तू पाठवताना त्या वस्तूंमध्ये असणारी वैशिष्ट्ये पहातो.

---

### ३.२ वस्तू आणि वस्तू नियोजन (Product and Product Planning)

---

**वस्तूचा अर्थ (Meaning of a Product) :**

"A product may be defined as a commodity or tangible item which has certain attributes and also capacity to satisfy human want."

"वस्तू म्हणजे स्पर्शाने जाणवणारी वस्तू की जी मध्ये मानवी गरजा भागविण्याची क्षमता व समाधान देणारी आहे."

उत्पादित वस्तू ही सेवा व कल्पना या स्वरूपात सुद्धा असू शकते. वस्तूच्या केवळ भौतिक दिखाव्यावरून ग्राहक वस्तूंची खरेदी करत नाही. तर वस्तूचे गुणविशेष लक्षणे आणि वैशिष्ट्ये यांचाही विचार वस्तू खरेदीच्या वेळी केला जातो.

"उत्पादित वस्तू म्हणजे ग्राहकांच्या मागणीची पूर्तता करणाऱ्या गुणधर्मांचा समुच्चय असणारी वस्तू होय."

दृश्य व अदृश्य गुणांचे वकिलाकडून सल्ला घेतला तर फी द्यावी लागते. म्हणजेच सेवा अदृश्य जर वकिलाकडून सल्ला घेतला तर ती दृश्य वस्तू आहे.

Philip Kotler - "Anything that can be offered to a market for attention, acquisition or consumption that might satisfy a want or need."

J. W. Stanton - "A product is a complex of tangible and intangible attributes."

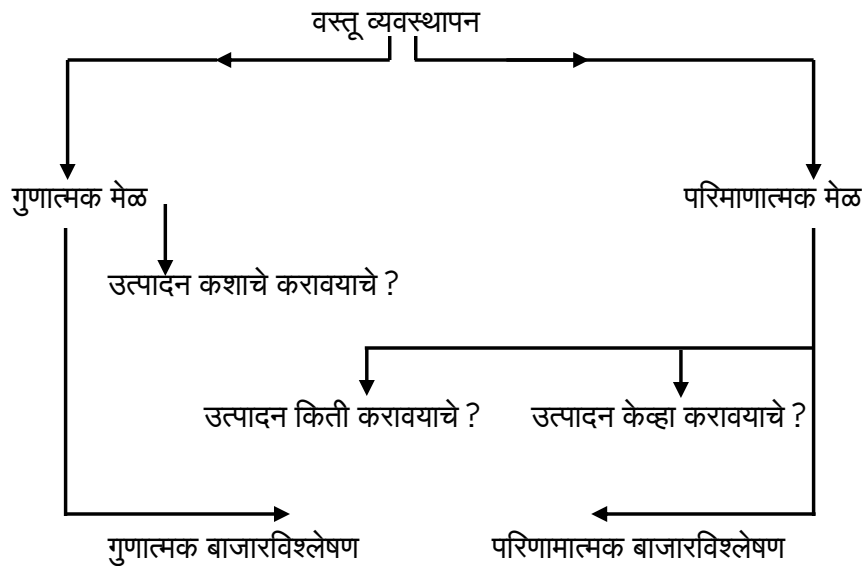
### ३.३ वस्तू नियोजनाचा अर्थ आणि व्याख्या (Meaning of product planning)

वस्तू व्यवस्थापनाचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी वस्तूनियोजन केले जाते. वस्तू नियोजनाचा संबंध उद्योगाची उत्पादनक्षमता आणि उपभोक्त्यांची मागणी यामध्ये मेळ घालण्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या क्रियेशी असतो.

'वस्तू नियोजन म्हणजे उपभोक्त्यांच्या अनेक इच्छा सर्वोत्कृष्ट रीतीने भागविण्यासाठी व पर्यायाने वस्तूची विक्री योग्यता वाढविण्यासाठी वस्तूमध्ये करण्यात येणारी क्रिया होय.'

William Johnson - "Product planning determines the characteristic of products best meeting the consumers numerous desire-characteristic that add salability to products and incorporates these characteristics in to the finished product."

वस्तू नियोजन ह्या क्रियेचा संबंध विपणन आणि उत्पादन ह्या दोन्ही क्षेत्रांशी येतो हे वरील विवेचनावरून स्पष्ट होते. विपणनाच्या क्षेत्रात वस्तू नियोजनाचे कार्य उपभोक्त्यांच्या इच्छा व अपेक्षा लक्षात घेऊन वस्तूमध्ये कोणती वैशिष्ट्ये असावीत हे ठरविण्याचे असते तर उत्पादनाच्या क्षेत्रात वस्तू नियोजनाचे कार्य ह्या वैशिष्ट्यांनी युक्त असलेल्या वस्तूचे उत्पादन करणे हे असते.



**Karl H. Tiejien** : कार्ल टिटजन ह्या लेखकाने वस्तुनियोजनाची संकल्पना पुढीलप्रमाणे स्पष्ट केली आहे.

"नवीन वस्तूच्या बाबतीत करण्यात येणारे संशोधन, चौकशी, त्यांचा विकास व व्यापारीकरण, सध्या उत्पादन करण्यात येणाऱ्या वस्तूंमध्ये सुधारणा आणि थोडा फायदा मिळवून देणाऱ्या किंवा अजिबात किफायतशीर नसलेल्या वस्तूंचे उत्पादन बंद करण्यासाठी येणाऱ्या क्रियेला वस्तू नियोजन असे म्हणतात."

**विल्यम स्टॅन्टन** - "एखाद्या कंपनीच्या त्या सर्वांना ह्या कार्यात रस असतो." - "एखाद्या कंपनीच्या कारखान्यामध्ये कोणत्या वस्तूंचे उत्पादन करण्यात यावे ह्यासंबंधी कारखानदार व मध्यस्थांना निर्णय घेणे शक्य व्हावे ह्याकरिता करण्यात येणाऱ्या सर्व क्रियांचा वस्तू नियोजनामध्ये समावेश होतो."

**Franklin Root** - "Product planning means find out what people want, then try to give it to them rather than to assume that what sells well in the domestic market, will sell equally well in the foreign market."

**मॅसन आणि रथ** - "वस्तूंच्या जीवनामध्ये जन्मापासून (निर्मिती प्रक्रियेपासून) तो कारखान्यात त्या वस्तूंचे उत्पादन बंद होईपर्यंत सर्व अवस्थांचे करण्यात येणारे नियोजन, संचलन व नियंत्रणाला वस्तुनियोजन असे म्हणतात."

### ३.४ वस्तू नियोजनाची गरज आणि महत्त्व (Importance of Product Planning)

ग्राहकांच्या गरजा शोधणे व त्याच्या अग्रक्रमानुसार उत्पादन करणे, तसेच कोणती वस्तू उत्पादन करायची? छाप कोणते वापरायचे वस्तू नवीन बदल करायचा की नवीन वस्तू उत्पादन करायची, बांधणी, हमी आणि विक्रेता सेवा इत्यादी प्रश्नांची उत्तरे शोधण्यासाठी वस्तू नियोजनाची गरज असते. निर्यात विक्री मध्ये वाढ होण्यासाठी, ब्रॅन्ड नेम, लेबलींग, वॉरंटी, सेल्स सर्व्हिस, स्पर्धला तोंड देण्यासाठी वस्तू नियोजनाची गरज व महत्त्व आहे.

वस्तू नियोजनाच्या महत्त्वाबद्दल पुढीलप्रमाणे चर्चा करता येईल.

#### १) विपणन कार्यक्रमाचा प्रारंभ बिंदू :-

विक्रीचे इष्टांक गाठता यावेत ह्याकरिता कारखानदाराला विपणनाची व्यवस्था ठरवावी लागते व नंतर अनेक बाबींचा काळजीपूर्वक विचार करून विपणनाचा कार्यक्रम तयार करावा लागतो. वस्तू नियोजनाशिवाय कोणत्याही उत्पादकाला विपणन कार्यक्रम तयार करता येणार नाही. विल्यम स्टॅन्टन यांच्या शब्दात "वस्तू नियोजन हा उपक्रमाच्या संपूर्ण विपणन कार्यक्रमांचा प्रारंभ बिंदू आहे."

"Product Planning is the starting point for the entire marketing programme in a firm."

## २) उत्पादन आणि विपणनाच्या क्षेत्रांमधील अनेक निर्णयांचा आधार :-

वस्तू नियोजनाचे क्षेत्र व्यापक असते. ग्राहकांच्या अपेक्षा, इच्छा, प्राधान्यक्रम इत्यादी जाणून घेण्याकरिता बाजारपेठ संशोधन करण्याच्या क्रियेपासून तो विभिन्न वैशिष्ट्यांनी युक्त असलेल्या वस्तूंचे उत्पादन करून त्यांची विक्री करण्यासाठी आवश्यक असलेला कार्यक्रम राबवीपर्यंत अनेक क्रियांचा आणि विपणनाच्या क्षेत्रामधील निर्णय घेता येत नाही. उदा. कोणत्या वस्तूचे उत्पादन करायचे? वस्तू मध्ये कोणती वैशिष्ट्ये असावीत? वस्तूचे संवेष्टन कसे असावे? वस्तूची किंमत किती असावी? इत्यादीबाबत निर्णय घेण्यासाठी वस्तूनियोजनाची आवश्यकता असते.

## ३) व्यवस्थापकांच्या योग्यतेचे निदर्शक :-

व्यवस्थापकाचे नियोजन, संचालन व नियंत्रण ही कार्ये केल्याशिवाय वस्तू नियोजन करता येत नाही. वस्तूनियोजनाचे कार्ये केल्याशिवाय त्याला इतर व्यवस्थापकीय कार्यांची जबाबदारी समर्थपणे पार पाडता येत नाही.

## ४) स्पर्धेमध्ये उपक्रमांचे अस्तित्त्व टिकवून ठेवण्याकरिता आवश्यक :-

सध्या बाजारपेठेमध्ये तीव्र स्पर्धा आढळते. या स्पर्धेला तोंड देण्यासाठी वस्तू नियोजनाची आवश्यकता आहे.

## ५) वस्तूची ओळख (Product Introduction) :-

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत वस्तूची ओळख होण्यासाठी नियोजनाची गरज असते. बाजारपेठ संशोधन विभागाने पुरविलेल्या माहितीनुसार प्रत्येक देशाची संस्कृती, ग्राहकांची आवड-निवड, त्यांचे दृष्टीकोन, खरेदी प्रेरणा, खरेदी क्षमता ही वेगवेगळी असते. त्याचप्रमाणे उत्पादन करावे लागते. या दृष्टीने वस्तूनियोजनाचे महत्त्व सांगता येईल.

## ६) वस्तू बांधणी (संवेष्टन) (Product Packaging) :-

योग्य व आकर्षक बांधणीमुळे वस्तूचा ताजेपणा व गुणवत्ता टिकून राहते. तसेच वस्तू दिर्घकाळ टिकते. वस्तू विदेशात जाणार असल्यामुळे नेहमीच्या पॅकिंगपेक्षा आधुनिक तंत्रांचा अवलंब करून वस्तू बांधणी करावा लागते. प्रवास, हवामान, चढउतार इत्यादीमुळे मालाचे नुकसान होऊ नये म्हणून वस्तू बांधणीला अधिक महत्त्व आहे.

## ७) वस्तू छाप (Product Branding) :-

आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये आपल्या वस्तूची गरज वेगळी व्हावी, इतर उत्पादकांपेक्षा आपल्या वस्तू वेगळ्या ठरविण्यासाठी वस्तूला दिले जाणारे नाव, संज्ञा किंवा प्रतिक म्हणजे छाप. प्रत्येक देशामधील भाषेनुसार वस्तूला वेगळे नाव दिल्यास ते फायदेशीर ठरते.

## ८) वस्तूरेषा (Product Line) :-

एकाच उत्पादनावर अवलंबून राहणे धोक्याचे असते कारण तीच तीच वस्तू ग्राहक पसंत करतीलच असे नाही. म्हणून वस्तू रेषा इतर उत्पादन करण्यासाठी करणे आवश्यक आहे.

त्यामुळे निर्यातदाराला वस्तू रेषेत ठरवावी लागते. जर ती वस्तू आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत नापसंत झाल्यास दुसऱ्या वस्तूवर लक्ष केंद्रित करावे लागते.

### ९) वस्तूचे स्थान (Product Positioning) :-

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील उत्पादित वस्तूचे स्थान उत्पादकाचे वेगळेपण दर्शविते. वाढत्या स्पर्धेत निर्यातदारास परकीय बाजारपेठेत त्याच्या वस्तूला वेगळेपणा दाखवून त्यांना विशिष्ट स्थान देणे आवश्यक असते. यामध्ये ग्राहक आपलीच वस्तू कशी स्विकारतील याचा प्रयत्न करणे व स्पर्धकांच्या वस्तूपैकी आपल्याच वस्तूची निवड कसा करेल याचा विचार करावा लागतो.

### १०) वस्तूची वॉरंटी (Product Warranty) :-

वस्तू नियोजनामध्ये ग्राहकाला वस्तूबाबत वॉरंटी दिली जाते. वस्तू लवकर बिघडली तर ती बदलून देणे किंवा दुरुस्त करून देणे इत्यादी कार्यांचा यात समावेश होतो. ग्राहकाने वस्तूसाठी दिलेल्या किंमतीचे त्याला योग्य प्रतिफल मिळवून देणे हा वॉरंटी देण्यामागचा मुख्य उद्देश आहे.

### ११) वस्तू चिन्ह आणि खूण (Product Labelling and Marketing) :-

वस्तू चिन्ह, त्याची बांधणी आणि लेबल निश्चित केले जाते. उत्पादकाने निर्माण केलेल्या वस्तूचे नाव, दिनांक, त्याचप्रमाणे उत्पादकाने निर्माण केलेल्या वस्तूचे नाव लक्षात राहण्यासाठी ज्या चिन्हाचा वापर केला जातो त्याला चिन्ह असे म्हणतात.

### १२) वस्तू सेवा (Product Servicing) :-

उत्पादित वस्तू नियोजनामधील विक्रेयत्तोर सेवा हा एक अतिशय महत्त्वाचा घटक आहे. वस्तूची विक्री केल्यानंतर त्यांची दुरुस्ती सुट भाग पुरविणे, वस्तू सर्व्हिसिंग इ. सेवा कमी खर्चामध्ये ग्राहकांना पुरविणे म्हणजे विक्रेयत्तोर एजंटची नेमणूक करावी लागते.

### १३) वस्तू किंमत (Product Price) :-

वस्तूची किंमत योग्य ठेवणे हे एक मोठे आव्हान उत्पादकासमोर असते. वस्तूच्या गुणवत्तेप्रमाणे वस्तूची किंमत ठेवावी लागते. ही किंमत कमी किंवा जास्त असून चालत नाही.

### १४) वस्तू विक्रयवृद्धी (Product Promotion) :-

विक्रीमध्ये वाढ होण्यासाठी अशा काही योजना असाव्यात की ज्यामुळे ग्राहक जास्त वस्तूची खरेदी करून त्यांचा आस्वाद घेतील अशा प्रकारच्या योजना राबविणे आवश्यक आहे.

### आपली प्रगती तपासा

१. फरक स्पष्ट करा. वस्तू आणि वस्तू नियोजन
२. वस्तू बांधणी म्हणजे काय ?
३. वस्तूरेषा म्हणजे काय ?

---



---



---

## ३.५ वस्तू विकास (Product Development)

### वस्तूविकास म्हणजे काय (What is Product Development) ?

वस्तू व्यवस्थापनामध्ये (Product Management) वस्तूनियोजन आणि वस्तूविकास ह्या दोन्ही क्रियांचाही समावेश होतो. वस्तूविकास हा वस्तू नियोजनानंतरचा पुढचा टप्पा होय.

विल्यम स्टॅटन - "वस्तू विकास संज्ञेमध्ये वस्तू संशोधन इंजिनियरिंग आणि डिझाईनसंबंधी तांत्रिक क्रियांचा समावेश होतो."

"Product Development encompasses the technical activities of product research, engineering and design" - William Staton.

प्रस्तुत व्याख्येनुसार उपभोक्त्यांच्या अपेक्षा लक्षात घेऊन वस्तूच्या वैशिष्ट्यांमध्ये, गुणामध्ये व स्वरूपामध्ये बदल करण्यासाठी करण्यात येणारे संशोधन वस्तूच्या डिझाईनमध्ये बदल करण्यासाठी करण्यात येणारा प्रयत्न आणि नंतर उपभोक्त्यांना हव्या असलेल्या सर्व गुणांना युक्त असलेल्या वस्तूंचे करण्यात येणारे उत्पादन ह्या तीन बाबींशी संबंधित तांत्रिक क्रियांचा वस्तूविकास ह्या संज्ञेमध्ये समावेश होतो.

वस्तूविकास प्रक्रियेचे काही प्रमुख पैलू पुढे विशद केले आहेत. ह्या पैलूचे स्वरूप व महत्त्व लक्षात घेतल्यास वस्तू विकासाची संकल्पना पुरेशी स्पष्ट होऊ शकेल.

### १) वस्तूचे नवीनीकरण (Product Innovation) :-

शोधामुळे नवीन प्रकारची यंत्रे निर्माण होतात. ग्राहकोपयोगी वस्तूंचे उत्पादन करणाऱ्या कारखानदारांनी ह्या सर्व बदलांचा मागोवा घेऊन त्यांचा पुरेपुर फायदा करून घेतल्यास त्यांच्या सर्वांगीण क्षमतेमध्ये भरपूर वाढ होऊ शकते.

### २) वस्तूची सुधारणा (Product Improvement) :-

ग्राहकांची बदलती आवड व अपेक्षा तसेच बाजारपेठेमधील बदलती फॅशन ह्या वस्तूच्या मागणीला प्रभावित करू शकणाऱ्या परिवर्तनशील बाबींचा विचार करून विभिन्न वैशिष्ट्यांमध्ये सुधारणा करण्यासाठी करण्यात येणाऱ्या सर्व कार्यांचा (वस्तूची सुधारणा) ह्या संज्ञेमध्ये समावेश होतो. वस्तूची सुधारणा व वस्तूचे स्वरूप अद्यावत अधिक आकर्षक व अधिक उपयोगी करण्यासाठी करण्यात येणारी एक निरंतर प्रक्रिया होय.

### ३) संवेष्टन सुधारणा (Packaging Improvement) :-

पूर्वी संवेष्टनाला अजिबात महत्त्व दिले जात नसे. वस्तूच्या संवेष्टनाला विपणन व्यूहरचनेमध्ये (Marketing Strategy) सर्वात गौण स्थान दिले जात असे. अलिकडे ही परिस्थिती आमूलाग्रपणे बदलली आहे. भारतासारख्या विकसनशील देशामध्ये संवेष्टनाच्या संदर्भात करण्यात आलेल्या कायद्यांमुळे संवेष्टनाचे महत्त्व व संवेष्टनामध्ये सतत सुधारणा करण्याची निवड सर्वमान्य झाली आहे. चांगले व आकर्षक संवेष्टन हे ग्राहकांच्या प्रतिष्ठेचे निदर्शक मानण्यात येऊ लागले आहे.

### ३.६ वस्तू विकासाचे महत्त्व (Importance of Product Management)

वस्तू विकासाचे महत्त्व आणि फायदे पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

#### १) वस्तू सुधारणा (Product Adjustment) :-

वस्तू विकास हा वस्तूमधील महत्त्वाचा घटक आहे. वस्तूमध्ये जशी सुधारणा होते त्याप्रमाणे वस्तूमध्ये बदल करावे लागतात. विदेशी विपणनाप्रमाणे व विदेशी ग्राहकांच्या गरजेनुसार वस्तूमध्ये बदल करावे लागतात.

#### २) विक्री वाढण्यासाठी जाहिरात करणे (Sales Promotion) :-

वस्तू विकासासाठी वस्तू विक्री वाढविण्यासाठी प्रयत्न केले जातात. जेव्हा विदेशी बाजारपेठेत नवीन वस्तू आणली जाते. तेव्हा तीची विक्री मोठ्या प्रमाणांत होण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात जाहिरात करावी लागते. त्याद्वारे विदेशी ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात जाहिरात करावी लागते. विदेशी ग्राहक मिळविण्यासाठी जाहिरात महत्त्वाची भूमिका पार पाडीत असते. त्यादृष्टीने वस्तू विकासाचे महत्त्व सांगता येईल.

#### ३) इतर देशात निष्ठा व जिज्ञासा वाढविणे (Interest and Loyalty of overseas buyer) :-

इतर देशातील ग्राहकांमध्ये वस्तूबाबत निष्ठा व जिज्ञासा वाढविण्याचे काम वस्तूविकासाकडून होत असते. विशिष्ट वस्तूबाबत परदेशी ग्राहकांमध्ये वस्तूबाबत आवड जिज्ञासा, व निष्ठा वाढविण्याचा प्रयत्न वस्तू विकासामधून होत असतो. खास उत्पादित विदेशी बाजारपेठेत आणण्याचे महत्त्वाचे काम वस्तू विकासातून होत असते.

#### ४) वस्तूमध्ये आकर्षकता वाढविली जाते (Raising attractiveness Product)

वस्तू विकासामुळे वस्तू अधिक सुशोभित, आकर्षक, व गोडवा निर्माण केला जातो. त्यामुळे विदेशी ग्राहक अशा वस्तूकडे मोठ्या प्रमाणात आकर्षित करता येतात. त्यामुळे निर्यात व्यापारामध्ये मोठ्या प्रमाणात वस्तूची विक्री करता येते. निर्यात व्यापारामध्ये मोठ्या प्रमाणात वस्तूची विक्री करता येते. निर्यात व्यापारामध्ये वाढ करता येते.

#### ५) प्रचलित नसलेल्या वस्तूंना प्रतिबंध करते (Avoidance of Product Obsolescence) :-

विदेशी विपणनामध्ये प्रचलित नसलेल्या वस्तूंना मोठ्या प्रमाणात प्रतिबंध हा वस्तू विकासामुळे शक्य होतो. वेळोवेळी वस्तू विकास केल्यामुळे वस्तू जीवनचक्रामध्ये सुधारणा करता येते. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत नावलौकिक व प्रतिष्ठा वाढवतात. त्यामुळेच दिर्घकाळापर्यंत वस्तू विदेशी बाजारात टिकवता येते.



**६) दिर्घकाळापर्यंत स्पर्धात्मक विपणनामध्ये टिकणे (Survival in the competitive marketing) :-**

वस्तू विकास झाल्यामुळे वस्तूला दिर्घकाळापर्यंत स्पर्धात्मक बाजारपेठेत टिकता येते. प्रभावीपणे स्पर्धेला तोंड देता येते. वेळोवेळी वस्तूंमध्ये बदल वस्तू विकासामुळे शक्य होते. विविध येते. ग्राहकांकडून देखील चांगल्याप्रकारे प्रतिसाद मिळतो.

**७) आकर्षक बांधणीमध्ये नाविन्यता आणली जाते (Introduction of attractive packaging) :-**

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत टिकण्यासाठी वस्तूची बांधणी ही आकर्षित असावी लागते. त्यामुळे देखील मोठ्या प्रमाणात ग्राहकांना आकर्षित करता येते. बांधणीच्या विपणन वस्तू, किंमत, विक्रयवृद्धी आणि वाटप यामध्ये वस्तू बांधणीला विशेष महत्त्व आहे हे वस्तू विकासामुळे शक्य आहे. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत यशस्वी होण्यासाठी बांधणी महत्त्वाची भूमिका पार पाडत असते. या आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत आपले अस्तित्त्व टिकविण्याचे काम वस्तू विकासकडून होत असते.

**३.७ वस्तू विकास प्रक्रियेतील टप्पे (अवस्था) (Steps in product development process)**

तांत्रिक आणि वाणिज्यीकरणाच्या दृष्टीकोनातून नवीन विचार प्रत्यक्षात आणले जाऊ शकतात किंवा नाहीत या प्रक्रियेलाच वस्तूविकासाची प्रक्रिया असे म्हणतात. प्रत्येक उत्पादकाची वस्तू उत्पादनाची अवस्था वेगवेगळी असते. परंतू सामान्यपणे वस्तू विकास प्रक्रियेतील टप्पे (अवस्था) पुढील प्रमाणे सांगता येतील.



**१) नवीन विचार (New Ideas) :-**

वस्तूविकासाची ही प्रथम अवस्था आहे. यालाच वस्तूविकास प्रक्रियेचा आरंभ बिंदू असेही म्हणतात. वस्तूच्या संबंधात येणारे नवीन नवीन विचार नंतर वस्तूच्या स्वरूपात परिणित केले जातात. वस्तूच्या संदर्भातील सर्वच नवीन विचारांची अंमलबजावणी केली जात नाही. तर

त्यातील सगळ्यात चांगल्या विचारांवर कार्यवाही केली जाते. औपचारिक आणि अनौपचारिक अशा दोन्ही मार्गाने वस्तूबाबत विचार एकत्रित होत असतात. उत्पादकाचे विक्रेते, प्रतिस्पर्धा, वैज्ञानिक स्थिती, ग्राहक, विश्वविद्यालय आणि शासकीय संशोधन प्रयोगशाळा तसेच प्रबंधन इत्यादी विविध मार्गाने वस्तूबाबत नवीन विचार संकलित केले जातात.

## २) विचारांची तपासणी (Screening Ideas) :-

शोध घेण्याच्या प्रक्रियेची निष्पत्ती ज्या विचारांमध्ये घडून येते त्यांना वस्तुविचार Product Ideas असे म्हणतात. वस्तू विकासाच्या या अवस्थेत प्राप्त झालेल्या विविध विचारांचे संस्थेचे उद्देश, तांत्रिक आणि विपणन क्षमता, भविष्यकालीन लाभार्जन क्षमता, ख्यातीत वाढ तसेच बाजार विस्तार करण्याच्या योजना इत्यादीच्या संदर्भात तपासणी केली जाते. अशी तपासणी करित असताना जे विचार संयुक्तिक आणि व्यावहारिक वाटतात त्याच विचारांचे अध्ययन केले जाते. निरनिराळ्या विचारांचा क्रम निर्धारित करण्यासाठी Rating Devices उत्पादक "तपासणी सूची" check list चा वापर करतात. ही अवस्था वस्तू विचार निर्धारित मूल्यांकन अवस्था म्हणून देखील ओळखली जाते.

## ३) व्यावसायिक विश्लेषण (Business Analysis) :-

भविष्यकाळात वस्तूची संभाव्य विक्री (Future Sale) नफा (Profit) आणि त्याच्या प्रतिफलाचे प्रतिशत काय राहिल हे निश्चित करून ते उत्पादकाच्या उद्देशांशी अनुकूल आहे किंवा प्रतिकूल आहे याचा विचार केला जातो. व्यापारिक विश्लेषण करण्यासाठी मॉडेलस तयार केले जातात. जर सर्व बाबी अनुकूल असतील तरच नवीन वस्तूचे उत्पादन केले जाते. अन्यथा त्या वस्तूच्या उत्पादनाचा विचार सोडून दिला जातो. या अवस्थेत वस्तूच्या भौतिक वैशिष्ट्यांची माहिती आणि निर्धारण केले जाते.

## ४) वस्तूचा विकास (Product Development) :-

वस्तूविकासाच्या अवस्थेतील हा चौथा टप्पा आहे. या अवस्थेलाच वस्तू इंजिनिअरिंग असेही म्हणतात. वस्तूसंबंधीचे जे विचार आतापर्यंत सर्वच दृष्टीने योग्य वाटलेत त्यांना संशोधन आणि विकास विभागाच्या सुपर्द केले जाते. याचा मुख्य उद्देश तांत्रिक आणि वाणिज्य करणाऱ्या दृष्टीकोनातून या विचारांवर अंमलबजावणी केली जाऊ शकते किंवा नाही हे पाहणे हा असतो. ही अवस्था फारच महत्त्वाची असते. कारण आतापर्यंत केवळ विचाराच्या पातळीवर असणाऱ्या वस्तू यानंतर प्रत्यक्षात उत्पादित करावयाच्या असतात. या अवस्थेत मॉडेलचा विकास करणे Developing Model ग्राहकांच्या प्राथमिकतेचे परीक्षण Consumer Preference Testing करणे, पणन चिन्ह (Brand) बांधणी Packaging इत्यादी निश्चित करणे या विविध कामांचा त्यात समावेश होतो.

## ५) परीक्षात्मक विपणन (Test Marketing) :-

वस्तूविकास प्रक्रियेची ही पाचवी अवस्था आहे. त्यामध्ये वस्तूचे थोड्या परिमाणात उत्पादन करून सीमित भौगोलिक क्षेत्रात त्याचे व्यापारिक परीक्षण केले जाते. त्याचे मुख्य कारण म्हणजे औद्योगिक वस्तूच्या बाबतीत ग्राहकांची प्रतिक्रिया अनौपचारिकरित्या प्राप्त होत असते. ग्राहकांची प्रतिक्रिया शोधणे, विक्रेत्यांचा शोध घेणे हे चाचणी परीक्षणाचे ध्येय असते. चाचणी परीक्षणांतर्गत वस्तूत काय सुधारणा कराव्यात, तसेच पूर्ण स्पर्धेच्या स्थितीचे मूल्यांकन करून संपूर्ण विपणन कार्यक्रमाच्या बाबतीत निर्णय घेतला जातो.

### ६) वस्तूचे व्यावसायीकरण (Commercialisation of Product) :-

वस्तू विकास अवस्थेची ही अंतिम पायरी आहे त्यामध्ये नवीन विकसित वस्तूचे किंवा संशोधित वस्तूचे उत्पादन आणि वितरण केले जाते. विपणन कार्यक्रम व योजना तयार करून वस्तूला बाजारात प्रविष्ट केले जाते.

#### आपली प्रगती तपासा

१. वस्तूविकास प्रक्रियेचे प्रमुख पैलू स्पष्ट करा.
  २. वस्तूविकासाचे महत्त्व सांगा.
- 
- 
- 
- 
- 

### ३.८ वस्तू विकासाचे क्षेत्र (Areas of Product Development)

वस्तू विकासाचे क्षेत्र बरेच व्यापक आहे. वस्तूच्या संबंधात येणाऱ्या सर्वच गोष्टींचा त्यात समावेश होतो. जसे वस्तूचा आकार, प्रकार, डिझाईन, किंमत, रंग, पणन चिन्ह, बांधणी इत्यादी या व्यतिरिक्त बाजारपेठेवर प्रभाव पाडणाऱ्या इतरही बाबींचा त्यात समावेश होतो. प्रामुख्याने यात पुढील बाबींवर विशेषत्वाने विचार केला जातो.

- १) वस्तू निर्णय Product Decision
- २) वस्तूचे डिझाईन आणि आकार Designed size of the product
- ३) वस्तूचे नाव Name of the product
- ४) वस्तूचा रंग Colour of the Product
- ५) वस्तूची किंमत Price of the Product
- ६) वस्तूचे विपणन चिन्ह, बांधणी आणि लेबल Brand, Packaging
- ७) वस्तूचे नवीन उपयोग New Use of Product and Label
- ८) वस्तूची गॅरंटी आणि सेवा Guarantee and Service of the product

#### १) वस्तू निर्णय (Product Decision) :-

कोणत्याही वस्तूच्या उत्पादनाला सुरुवात करण्यापूर्वी त्याबाबत निर्णय घ्यावा लागतो. ज्या वस्तूचे उत्पादन करावयाचे असेल त्यासाठी आवश्यक साधनसामग्रीची जुळवाजुळव करणे शक्य होते. अशा प्रकारे वस्तू निर्णय ही नियोजनाची पहिली पायरी आहे.

#### २) वस्तू डिझाईन आणि आकार (Designed size at the product) :-

वस्तू नियोजनाच्या क्षेत्रात वस्तूच्या डिझाईनचा देखील समावेश होतो. वस्तूच्या डिझाईनमध्ये वस्तूचा आकार, रंगरूप इत्यादी समाविष्ट होतात. आकाराची (size) संबंध

आकृतीशी आहे. वस्तूचा आकार, छापे, मध्यम किंवा मोठा यापैकी कोणता असावा हे वस्तू विकासाच्या कक्षेत येते.

### ३) वस्तूचे नाव (Name of the product) :-

वस्तू विकासात वस्तूचे नाव देखील समाविष्ट होते. वस्तूचे नाव काय असावे हे निश्चित केले जाते. ग्राहकांना लक्षात ठेवण्यास सोपे जाईल अशाच प्रकारचे नाव असावे. जसे रीन, लक्स, फिलिप्स, मरफी, बाटा इत्यादी.

### ४) वस्तूचा रंग (Colour of the product) :-

जर निर्माण केली जाणारी वस्तू उत्पादकाच्या बाजारात producer's market समाविष्ट होणारी असेल तर वस्तूच्या रंगाकडे विशेष लक्ष देण्याची आवश्यकता नसते. याउलट ग्राहकांच्या आवडीचा विचार करावयाचा असेल तर वस्तूचा रंगसुद्धा विचारात घ्यावा लागतो. कारण त्याचा वस्तूच्या विक्रीवर बराच प्रभाव पडतो. भारतात अधिकांश वस्तूच्या उत्पादनाच्या बाबतीत उत्पादकाचे वर्चस्व असले तरी काही वस्तूंच्या बाबतीत परिवर्तन होत असलेले आढळून येते.

### ५) वस्तूची किंमत (Price of the Product) :-

वस्तूची किंमत ही वस्तू विकासातील अत्यंत महत्त्वाची बाब आहे. जर किंमत निर्धारणात काही चूक झाली तर उद्योजकाचा संपूर्ण प्रयत्न अयशस्वी ठरतो. म्हणून वस्तूची किंमत निश्चित करताना वस्तूची मागणी आणि तिची निवड, प्रतिस्पर्धा, ग्राहकांच्या क्रयशक्ती, वस्तूचे वर्गीकरण, वितरणाची पद्धती, वस्तूच्या मूल्याबाबत सरकारी धोरण इत्यादीचा विचार करावा लागतो.

### ६) वस्तूचे पणन चिन्ह, बांधणी आणि लेबल (Brand, Packaging and Label):

वस्तूचे पणन चिन्ह, त्यांची बांधणी आणि लेबल निश्चित केले जाते. उत्पादकाने निर्माण केलेल्या वस्तूचे नाव लक्षात राहण्यासाठी ज्या चिन्हाचा वापर केला जातो. त्यालाच पणन चिन्ह असे म्हणतात. उदा. कॅमल इंक, पॅरशूट छाप खोबरेल तेल, इ. वस्तू हाताळण्यासाठी तिला खराब होण्यापासून संरक्षण मिळण्यासाठी तसेच नकली मालापासून ग्राहकांना सावध करण्यासाठी वस्तूची बांधणी केली जाते. जाहिरातीच्या माध्यमातून वस्तूची बांधणी ग्राहकांच्या मनावर प्रतिबिंबित केली जाते. तसेच वस्तूवर लेबलही लावले जाते. त्यामुळे ग्राहकांना वस्तू लवकर ओळखता येतात. लेबल हे मुख्यतः कागदाचे असते. व त्यात वस्तूसंबंधी माहिती थोडक्यात असते.

### ७) वस्तूचे नवीन उपयोग (New Use of product) :-

वस्तूच्या नवीन नवीन उपयोगांचा शोध लावणे हे देखील वस्तू नियोजनात अंतर्भूत होते. कोणकोणत्या कामासाठी वस्तूचा वापर केला जातो हे शोधून काढले जाते. त्यासाठी संशोधन केले जाते. हे संशोधन ग्राहक आणि वस्तू दोन्हीच्या बाबतीत असते.

### ८) वस्तूची गॅरंटी आणि सेवा (Guarantee and service of the product):

वस्तू नियोजनातील हा शेवटचा घटक आहे. यात ग्राहकाला वस्तूबाबत गॅरंटी दिली जाते. वस्तू लवकर बिघडली तर ती बदलून देणे किंवा दुरुस्त करून देणे इत्यादी कार्यांचा त्यात

समावेश होतो. ग्राहकाने वस्तूसाठी दिलेल्या किंमतीचे त्याला योग्य प्रतिफल मिळवून देणे हा गॅरंटी देण्यामागचा मुख्य उद्देश विकणे इथेच समाप्त न होता ग्राहकाला महत्तम समाधान मिळवून दिल्यानंतरही वस्तू नियोजन आणि विकासाचे काम सुरुच राहते.

### ३.९ नवीन वस्तूविकास व्यूहरचना (Product Design Strategy)

**वस्तू विकास म्हणजे काय? What is Product Development (Meaning of Product Development) वस्तू विकासाचा अर्थ :-**

वस्तू व्यवस्थापनामध्ये (Product Development) वस्तू नियोजन आणि वस्तू विकास ह्या दोन्ही क्रियांचाही समावेश होतो. वस्तूविकास हा वस्तू नियोजनानंतरचा पुढचा टप्पा आहे. फार मोजक्या लेखकांनी वस्तूविकास ह्या संज्ञेची सुस्पष्ट व नेटकी व्याख्या करण्याचा प्रयत्न केला आहे. विल्यम स्टॅटन याचे मते, "वस्तूविकास संज्ञेमध्ये वस्तूसंशोधन इंजिनियरिंग आणि डिझाईनसंबंधी तांत्रिक क्रियांचा समावेश होतो."

"Product Development encompasses the technical activities of product research, engineering and design."

प्रस्तुत व्याख्येनुसार उपभोक्त्याच्या अपेक्षा लक्षात घेऊन वस्तूच्या वैशिष्ट्यांमध्ये गुणामध्ये व स्वरूपामध्ये बदल करण्यासाठी करण्यात येणारे संशोधन वस्तूच्या डिझाईनमध्ये बदल करण्यासाठी करण्यात येणारा प्रयत्न आणि नंतर उपभोक्त्यांना हव्या असलेल्या सर्व गुणांनी युक्त असलेल्या वस्तूचे करण्यात येणारे उत्पादन ह्या तीन बाबींशी संबंधित असलेल्या तांत्रिक क्रियांचा वस्तूविकास ह्या संज्ञेमध्ये समावेश होतो.

विपणन व्यवस्थापनामध्ये Product Item, product Line आणि Product Mix या संज्ञांचा वारंवार उपयोग करण्यात येत असल्यामुळे ह्या संज्ञांचा नेटका अर्थ माहीत असायला हवा. Product Item म्हणजे कारखान्यात उत्पादन करण्यात आलेली व विशिष्ट नाव असलेली वस्तू उदा. सीलिंग फॅन. Product Line म्हणजे विभिन्न कारणांसाठी परस्परांशी निगडित असलेल्या वस्तूंचा समूह च्या वस्तू परस्परांशी निगडित आहे.

वस्तू विकासाचा संबंध वस्तुरेषेशी आहे. तिपसन आणि डार्लिंग यांच्या मते वस्तूविकास ही प्रक्रिया आहे ज्यामुळे विशिष्ट कालावधीमध्ये, साधारणतः एक वर्षाच्या काळात कारखान्यात करण्यात येणाऱ्या वस्तू समुहामध्ये नवीन वस्तूंचा समावेश केला जातो, काही वस्तूंचे उच्चाटन केले जाते. (ह्या वस्तूंचे उत्पादन बंद केले जाते) तर वस्तूंच्या गुणवैशिष्ट्यांमध्ये (Item Specification) सुधारणा केली जाते.

"Product development involves the adding dropping and modification of item specification in the product line for a given period of time usually one year."  
(Lipson & Darling)

### नवीन वस्तू विकास व्यूहरचना :-

वस्तू व्यवस्थापन ही व्यापक संज्ञा असून त्यामध्ये वस्तुविकास व्यूहरचनेचा अंतर्भाव होतो. हे वस्तू व्यवस्थापनाचे उद्दिष्ट साध्य करण्यासाठी वस्तुविकास व्यूहरचनेचा संबंध उद्योगाची उत्पादनक्षमता आणि उपभोक्त्यांची मागणी यामध्ये मेळ घालण्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या क्रियेशी असतो. क्षमता आणि उपभोक्त्यांची मागणी यामध्ये मेळ घालण्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या क्रियेशी असतो.

### चांगल्या उत्पादन डिझाईनची वैशिष्ट्ये :-

#### १) उपयोगिता आणि सुरक्षितता (Utility and safety) :-

उत्पादन डिझाईन हे वापरण्यास सोपे असे असावे त्याचप्रमाणे ते सुरक्षित उत्पादन डिझाईन हे उपयोगिता निर्माण करणारे असावे तयार केलेले उत्पादन सहज हाताळता आले पाहिजे त्यामध्ये सुरक्षितता असावी.

#### २) निगा राखणे (Easy Maintenance) :-

उत्पादन डिझाईन असे असावे की त्याची निगा राखता येईल.

#### ३) कमी किंमत (Low Cost) :-

उत्पादन खर्च आणि वितरण खर्च हा भागून त्याची किंमत ही कमी असावी.

#### ४) आकर्षक (Attractive) :-

उत्पादन डिझाईन हे आकर्षित असावे ग्राहकांना आकर्षित करण्याची वैशिष्ट्ये त्यात असावी.

#### ५) आकर्षक स्वरूप (Attractive Appearance) :-

उत्पादन डिझाईन हे आकर्षक असावे. वापरण्यास सोपे असावे. ग्राहकाने त्याचा सहज स्विकार केला पाहिजे. त्यामध्ये आकर्षकता असावी.

---

### ३.१० ब्रँडींग / मुद्रांकन (Branding)

---

आंतरराष्ट्रीय व्यापारामध्ये आपली वस्तू वेगळी दाखवता यावी यासाठी आपल्या वस्तूला विशिष्ट नाव, वाक्य, चिन्ह, किंवा मुद्रा दिली जाते. यालाच मुद्रांकन असे म्हणतात. अशा नावामुळे किंवा मुद्रामुळे आपल्या वस्तूंची स्वतंत्र ओळख निर्माण होते.

अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशनने मुद्रांकन किंवा चिन्हांकनाची व्याख्या पुढीलप्रमाणे केली आहे.

"एखाद्या विक्रेत्याचा किंवा विक्रेत्यांच्या समूहाचा माल स्वतंत्रपणे ओळखता यावा आणि त्याच्या स्पर्धकापासून तो वेगळा करता यावा या हेतूने मालाला विशिष्ट नाव, संज्ञा, प्रतीक किंवा नक्षीकाम किंवा या सर्वांचे संयुक्तीकरण करून मुद्रा देणे म्हणजे मुद्रांकन होय."

**व्याख्या :-**

"नवीन वस्तूंच्या बाबतीत करण्यात येणारे संशोधन, चौकशी, त्यांच्या विकास व्यापारीकरण सध्या उत्पादन करण्यात येणाऱ्या वस्तूंमध्ये नसलेल्या वस्तूंचे उत्पादन बंद करण्यासाठी करण्यात येणाऱ्या क्रियेला वस्तुविकास व्यूहरचना असे म्हणतात."

वस्तुविकास व्यूहरचना ह्या संज्ञेमध्ये विभिन्न क्रियांचा समावेश होतो. कारखान्यात सर्व दृष्टींनी किफायतशीर ठरणाऱ्या वस्तूंचेच उत्पादन करण्यात यावे ह्या उद्दिष्टांच्या पूर्ततेसाठी ह्या सर्व क्रिया करण्यात येतात. हे कार्य फक्त कारखानदारच करतात असे नव्हे. शेवटी उत्पादित वस्तूंची विक्री करण्याची जबाबदारी विपणनांच्या क्षेत्रांमध्ये जे मध्यस्थ स्वीकारतात त्या सर्वांना ह्या कार्यात रस असतो. एखाद्या कंपनीच्या कारखानदार व मध्यस्थांना निर्णय घेणे शक्य व्हावे ह्याकरिता करण्यात येणाऱ्या सर्व क्रियांची वस्तुविकास व्यूहरचना केली जाते.

**३.११ वस्तु विकास व्यूहरचनेत विचारात घेतले जाणारे घटक**

- १) बाजारामध्ये ज्या वस्तूंची विक्री करून नफा मिळविता येईल अशा वस्तूंचे कारखान्यात उत्पादन करता येईल काय ह्याबाबत बारकाईने तपासणी करणे. त्या वस्तूंचे उत्पादन लाभकारक ठरेल असे वाटते त्या वस्तूंचे उत्पादन करणे आणि नंतर हे उत्पादन कार्य लाभकारक ठरावे ह्या करिता आवश्यक असणारे सर्व प्रयत्न करणे.
- २) उत्पादनाचे कार्य अधिकाधिक येणाऱ्या किफायतशीर ठरावे ह्याकरिता कारखान्यात उत्पादन करण्यात येणाऱ्या वस्तूंमध्ये सुधारणा करणेबाबत विचार करणे.
- ३) ज्या वस्तूंचे उत्पादन किफायतशीर किंवा लाभकारक ठरत नाही किंवा मिळणारा नफा अत्यंत कमी असतो अशा वस्तूंचे उत्पादन बंद करण्याबाबत विचार करणे.

डेव्हिड रिझर्व्हन यांनी केलेली व्याख्या - "विपणनदृष्ट्या मुद्रा म्हणजे एखादे अक्षर, शब्द, नाव, प्रतीक, किंवा साधन किंवा या सर्वांचे संयुक्तीकरण करणे होय. उत्पादकाचा माल वेगळा ओळखता यावा हा त्याचा हेतू होय."

**३.१२ चांगल्या मुद्रेची वैशिष्ट्ये**

- १) मुद्रा ही त्या वस्तूची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करणारी असावी.
- २) मुद्रेचे नाव सोपे, छोटे व सहज उच्चारता येण्यासारखे असते.
- ३) स्पर्धकांच्या किंवा इतरांच्या मुद्रेपेक्षा आपली मुद्रा स्पष्टपणे वेगळी असावी.
- ४) निवडलेली मुद्रा कायदेशीर असावी व नोंदणीयोग्य असावी.
- ५) निवडलेली मुद्रा जाहिरात करण्यास योग्य असावी.

### ३.१३ मुद्रांकनाचे फायदे

- १) मुद्रांकनामुळे मागणीची निर्मिती होते व विक्रयवृद्धीस साहाय्य मिळते.
- २) स्पर्धकांच्या मालापेक्षा आपली वस्तू स्वतंत्रपणे ओळखता येते. वस्तूला स्वतंत्र प्रतिमा मिळते.
- ३) मुद्रांकन हे दर्जा व प्रमाण यांची हमी देते.
- ४) मुद्रांकनामुळे जाहिरात होते.
- ५) मुद्रांकनांच्या नावलौकिकामुळे उत्पादकास आपले नवे उत्पादन बाजारपेठेत सहजतेने आणता येते.
- ६) किंमतीतील चढउतार कमी होऊन किंमती स्थिर राहण्यास मदत होते.

### ३.१४ मुद्रांकनाचे महत्त्व

- १) मुद्रांकनामुळे उत्पादकाची एक स्वतंत्र ओळख निर्माण करता येते.
- २) मुद्रांकनामुळे वस्तू वेगळी दाखवून स्पर्धा करणे शक्य होते.
- ३) जाहिरात व विक्री वृद्धी करणे सुलभ होते.
- ४) ग्राहकांना वस्तूची निवड करणे सुलभ होते.
- ५) वस्तूचे प्रदर्शन करणे शक्य होते.
- ६) मुद्रांकनामुळे बोधचिन्हाबाबतची प्रामाणिकता निर्माण करता येते व वाढीस लावता येते.
- ७) योग्य मुद्रांकन ग्राहकांच्या मनात विश्वास निर्माण करते यामुळे बोधचिन्हांचा विस्तार करता येतो.
- ८) ग्राहकांना बोधचिन्हांच्या साहाय्याने वस्तू ओळखता येतात त्यामुळे ग्राहकांच्या प्रतिक्रिया आजमावणे शक्य होते.
- ९) उत्पादक व विक्रेते यांच्या दृष्टीने मुद्रांकनाला अतिशय महत्त्व आहे.
- १०) मुद्रांकनामुळे वस्तूच्या गुणवत्तेत वाढ होऊन मूल्य वाढते.

### ३.१५ मुद्रांचे प्रकार (Types of Brand)

मुद्रांचे विविध विविध प्रकार पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

- १) स्वतंत्र मुद्रा Individual Brand Name
- २) कुटुंब मुद्रा Family Brand Name
- ३) एकछत्री मुद्रा Umbrella Brand
- ४) संयुक्त पद्धत Combination Method
- ५) मध्यस्थांची मुद्रा Middlemen's Brand
- ६) व्यापार चिन्ह Trade Mark



### १) स्वतंत्र मुद्रा (Individual Brand Name) :-

जेव्हा एकच उद्योजक एकाच वस्तूचे पण विविध प्रकार उत्पादन करतो तेव्हा प्रत्येक वस्तूसाठी विपणनही स्वतंत्रपणे केले जाते. उदा. निरमा प्रॉडक्ट संच अंघोळीसाठी असलेल्या साबणाचे नाव 'निरमा' आहे, तर कपडे धुण्याच्या साबणाचे नाव 'निरमा' आहे.

### २) कुटुंब मुद्रा (Family Brand Name) :-

काही उद्योजक आपल्या कुटुंबाचे नाव मुद्रेसाठी वापरतात. उदा. गोदरेज कपडे फर्निचर इत्यादी वस्तू कितीही असो त्यांच्या आधी असलेले नाव सर्वांना एकच असते. उदा. टाटा मीठ, टाटा पीठ, टाटा चहा इत्यादी त्यामुळे विविध प्रकारच्या वस्तूंच्या जाहिरातीस कमी खर्च येतो.

### ३) एकछत्री मुद्रा (Umbrella Brand) :-

काही कंपन्या विविध प्रकारच्या वस्तू उत्पादन करतात पण त्या सर्व वस्तूंच्या मुद्रांकनाबरोबर कंपनीचे नाव येते. उदा. हिंदुस्थान लिक्वर ही कंपनी असंख्य प्रकारची उत्पादने बाजारात आणते. या सर्व वस्तूवर Manufactured by Hindustan Lever Ltd असे छापलेले असते. अशा पद्धतीच्या मुद्रांकनाला एक छत्री मुद्रांकन असे म्हणतात.

### ४) संयुक्त पद्धत (Combination Method) :-

या पद्धतीत प्रत्येक वस्तूला स्वतंत्र मुद्रानाम असते. पण त्याचबरोबर एक छत्री मुद्राही असते म्हणून या पद्धतीस संयुक्त पद्धत असे म्हणतात. टाटा मीठ, टाटा चहा, टाटा मोबाईल इत्यादी.

### ५) मध्यस्थांची मुद्रा (Middlemen's Brand) :-

बरेच उत्पादक आपले उत्पादन आपल्या मुद्रानावाने बाजारात विकण्यास असमर्थ असतात. अशा वेळी बाजारपेठेसाठी आवश्यक आधार असलेल्या मध्यस्थांबरोबर हे उत्पादक करार करतात अशा वेळी मध्यस्थ स्वतःचे मुद्रानाम या उत्पादनासाठी वापरतात.

### ६) व्यापार चिन्ह (Trade Mark) :-

व्यापार चिन्ह म्हणजे कायदेशीर सुरक्षितता लागलेली व एकाच विक्रेत्याला मिळालेली मुद्रा होय. जेव्हा मुद्रानाम कायदेशीरपणे नोंदविलेली असते, तेव्हा त्याला व्यापारचिन्ह म्हणतात. म्हणून सर्व व्यापारचिन्हे ही मुद्रा असतात पण सर्वच मुद्रा ह्या व्यापारचिन्ह नसतात. व्यापारचिन्ह The Trade and Merchandise Marks Act, 1958 नुसार नोंदविली जातात. त्यासाठी ही संस्था कायद्याने निर्माण करण्यात आली आहे.

---

## ३.१६ छापांची चाचेगिरी (Brand Piracy)

---

प्रसिद्ध वस्तूंच्या नावाची, छापांची चोरी व चाचेगिरी आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत मोठ्या प्रमाणावर चालते. ग्राहकोपयोगी वस्तूंच्या बाबतीत चाचेगिरीचे प्रमाण जास्त आहे. टुथपेस्ट, साबण तेल, प्लॅस्टिक व काचेच्या वस्तू छापांच्या चाचेगिरीचे पुढील तीन प्रकार सांगता येतील.

### १) नक्कल करणे (Imitation) :-

लोकप्रिय छापांची नक्कल केली जाते. उदा. इटलीचे कारखानदार स्वस्त जीन्स उत्पादित करून त्याला Calvinina असे लेबल लावतात. उल्हासनगरमध्ये अनेक वस्तू उत्पादित करून त्यावर प्रसिद्ध कंपन्यांचे छाप मारले जातात.

### २) बनावट वस्तू (Faking) :-

प्रसिद्ध छापांच्या नावासारखे हुबेहुब छापांच्या नावाने उत्पादन करणे. उदा. युरोपियन अनेक कंपन्या चुकीच्या छापाचा वापर करतात. ग्राहकांमध्ये गोंधळ निर्माण करतात. उदा. फ्रान्समध्ये Lewis व जर्मनीत Levys नावाच्या छापाचा वापर करून त्या वस्तू बाजारात आणतात. किंवा भारतामध्ये VIP या नावाचा वापर VIV किंवा Vimal याचा WIMV असा केला जातो.

### ३) अग्रक्रमाधिकार (Preemption) :-

या प्रकारात देश नावाच्या छापांची घटक नोंदणी करण्यास परवानगी देतात. व्यक्ति तिच्या नावाने अनेक सुप्रसिद्ध नावाचे छाप नोंदवू शकतील व नंतर या छापाचे अनुकरण करणाऱ्यांना किंवा बहुराष्ट्रीय कंपन्यांना या नावाची विक्री करते.

छापांच्या चाचेगिरीमुळे गैरव्यापारी प्रथांची स्पर्धा वाढते. परकीय चलन मिळविण्यासाठी बहुराष्ट्रीय कंपन्या ही त्याचा उपयोग करतात. यामुळे खऱ्या छाप वाल्यांना त्याचा त्रास होतो. ह्यासाठी आंतरराष्ट्रीय कायद्याने अशा प्रकारांना आळा बसावा म्हणून पुढील उपाय सुचविले आहे.

- १) आयात दरांच्या देशातून मुद्रा काढून घेणे.
- २) नक्कल करणाऱ्यांवर कायदेशीर कारवाई करणे.
- ३) WTO कडे तक्रार करणे.
- ४) मूळ उत्पादनावर विशिष्ट खूण करून त्याचे संरक्षण करणे.
- ५) आयातदर देशाच्या शासकीय संमतीने छापांची नोंदणी करणे.
- ६) ग्राहकांमध्ये छापांविषयी जागृती निर्माण करून तसे वातावरण तयार करणे.

## ३.१७ प्रश्न

१. वस्तू विकास नियोजन म्हणजे काय ? वस्तू विकास नियोजनाची गरज आणि महत्त्व सांगा.
२. वस्तू विकास म्हणजे काय ? त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.
३. वस्तू विकास प्रक्रियेतील टप्पे सांगा.
४. वस्तू विकासाचे क्षेत्र सांगा.
५. नवीन वस्तू विकस व्यूहरचनेवर टिपा लिहा.
६. ब्रॅन्डींग म्हणजे काय ? वस्तूविकास व्यूहरचनेत विचारात घेतले जाणारे घटक सांगा.
७. मुद्रांकन म्हणजे काय ? त्याची वैशिष्ट्ये आणि फायदे सांगा.

८. मुद्रांकनाचे महत्त्व सांगा.
९. मुद्रांकनाचे विविध प्रकार सांगा.
१०. छापांची चाचेगिरी म्हणजे काय ? ती कशी प्रकारे करतात त्यावर उपाय सुचवा.



## प्रकरण २

### आंतरराष्ट्रीय व्यापारी करार

#### घटक रचना:

- ४.० उद्दिष्टे
- ४.१ प्रास्ताविक
- ४.२ GATT
- ४.३ जागतिक व्यापार संघटना
- ४.४ युरोपियन युनियन
- ४.५ एशियन
- ४.६ सार्क
- ४.७ अंक्टाड
- ४.८ सारांश
- ४.९ प्रश्न

---

#### ४.० उद्दिष्टे

---

- गॅट कराराची स्थापना उद्दिष्टे, कार्ये, तत्त्वे यांचा अभ्यास करणे.
- जागतिक व्यापार संघटनेची माहिती करून घेणे.
- युरोपियन युनियनची स्थापना, कार्ये अभ्यासणे.
- दक्षिण पूर्व आशियाई संघटनेची वैशिष्ट्ये अभ्यासणे.
- सार्कची माहिती अभ्यासणे.
- संयुक्त राष्ट्र व्यापार आणि विकास परिषदेच्या कार्याची माहिती अभ्यासणे.

---

#### ४.१ प्रास्ताविक

---

आंतरराष्ट्रीय व्यापारात आयात निर्यात व्यापाराचा समावेश होतो. आंतरराष्ट्रीय व्यापार करत असताना काही व्यापारी करार महत्त्वाचे असतात. प्रत्येक देश हा निर्यात वाढीचा प्रयत्न करत असतो व येणाऱ्या आयातीवर निर्बंध घालतो. आंतरराष्ट्रीय व्यापार्याच्या वाढीस दुसऱ्या महायुद्धानंतर विशेष प्रयत्न करण्यात आले, ते प्रयत्न म्हणजेच विविध व्यापारी करार करण्यात आले ते पुढील प्रमाणे :

## ४.२ GATT (General Agreement on Trade and Tariff)

स्थापना: १ जाने १९४८ साली गॅटची स्थापना झाली. दुसऱ्या महायुद्धानंतर जागतिक व्यापाराला गती देण्यासाठी GATT ची स्थापना करण्यात आली. दुसऱ्या महायुद्धाच्या काळात आयातीवर निर्बंध घालून निर्यात वाढीचा प्रयत्न करण्यात आला होता. त्यामुळे आंतरराष्ट्रीय व्यापारात अडचणी निर्माण व्हायला सुरुवात झाली. त्यामुळे प्रत्येक देशाचा विकास व्हायला मध्ये अडथळे यायला सुरुवात झाली. आयात निर्यातीचा संतुलन ठेवून बांधण्यासाठी १३६ राष्ट्र एकत्र येऊन जकात व व्यापारसंबंधी सर्व साधारण करार केला. यातूनच ही गॅट संघटना उदयाला आली. जीनीव्हा येथे एक परिषद भरवून या GATT ची संस्था स्थापण्यात आली. त्यानंतर या सनदेवर अनेक देशांनी सह्या करून सभासदत्व प्राप्त केले.

गॅटमुळे विकसित राष्ट्र होण्यास मदत झाली. शिवाय व्यापार वाढला व अल्पविकसित देशांनाही एक दिशा मिळाली.

### ४.२.१ गॅटचे उद्देश :-

- १) भेदरहित व्यापारास उत्तेजन देणे.
- २) परस्पर पुरकता व पारदर्शकता व्यापाराच्या वाटाघाटीत प्रस्थापित करणे.
- ३) जकातीमध्ये उदारीकरण निर्माण करणे.
- ४) देशांतर्गत उद्योगांना संरक्षण देण्यासाठी केवळ जकातीचा वापर करणे.

व्यापारी धोरणाच्या वाटाघाटीसंबंधी अनेक परिषदेच्या फेऱ्या झाल्या आहेत. त्या पुढीलप्रमाणे :

- I. जिनीव्हा परिषद १९४७
- II. अँनेसी परिषद १९४९ फ्रान्स.
- III. टॉरिन्चे परिषद १९५०-५१ इंग्लंड
- IV. स्वित्झर्लंड १९५५-५६
- V. जिनीव्हा १९५४-६२
- VI. जिनीव्हा १९६३-६७
- VII. टोकियो १९७३-७९
- VIII. डिले ईस्ट उरुग्वे १९८६-९४

इत्यादी ठिकाणी विविध परिषदा झाल्या. यात अधिक जकातीचे दर कमी करणे किंवा ते स्थिर करण्यात आले याचा परिणाम जागतिक व्यापार ८०% वर गेला. जकाती व व्यापार विषयक करारात अनेक अडचणी आल्या. त्यावर अनेक देशांनी टिकाही केल्या. त्या पुढीलप्रमाणे:

### ४.२.२ टिका :-

- १) विविध देशांना भरावे लागणारे जकात अडथळे पूर्णतः नाहिसे करण्यात आले.
- २) शेती या महत्त्वाच्या व्यवसायावर कोणतेही नियम नव्हते.

### ४.२.३ गॅटची उद्दिष्ट्ये :-

- १) गॅटच्या स्थापनेचा प्रमुख उद्देश म्हणजे जकातीचा दर शक्य तितका कमी करून व्यापार विकासात येणारे अडथळे दुर करणे.
- या प्रमुख उद्दिष्ट्यावरून व्यापारापासून लाभ मिळवून देणारी ही उद्दिष्ट्ये पूर्ण करणे आवश्यक आहे.

- १) आंतरराष्ट्रीय व्यापार व उत्पन्नात वाढ करणे.
- २) आंतरराष्ट्रीय स्तरावर उपलब्ध असणाऱ्या साधनसामग्रीचा पर्याप्त वापर करणे.
- ३) सभासद लोकांच्या रहाणीमानात वाढ घडवून आणणे.
- ४) लोकांच्या वास्तव उत्पन्नात व परिणामकारक मागणीत वाढ घडवून आणणे.

### ४.२.४ कार्ये :-

- १) जगातील देशांचा आपापसातील व्यापार वाढावा यासाठी जास्तीत जास्त प्रयत्न करणे.
  - २) जागतिक बाजारपेठेत जागतिक व्यापारात वृद्धी होण्यास मदत करणे.
  - ३) विकसित राष्ट्रांच्या प्रयत्नांमुळे विकसनशील देशात शेतकी क्षेत्राला बाधा पोचणार नाही याचाही विचार केला गेला.
- अशी विविध गॅटची कार्ये होय.

### ४.२.५ गॅट कराराची तत्त्वे :-

विविध गॅटची उद्दिष्ट्ये साध्य करण्यासाठी गॅटने पुढील तत्त्वांचा स्विकार केला.

#### १) विविधात्मक धोरणे ठरविणे :-

व्यापारातील पक्षपात दुर करण्यासाठी सर्व सभासदांना सवलती देणे. शिवाय यामध्ये आंतरराष्ट्रीय व्यापारात विविध देशातून पक्षपाती धोरणाचा स्विकार करायला नको म्हणून या करारात भाग घेणारे देश जास्ती पसंती देश या तत्त्वाचा अवलंब करतात.

#### २) आयातीवर परिणामात्मक निर्बंध :-

गॅट करारात आयातीवर परिणामात्मक निर्बंध लादण्याचा विरोध आहे, परंतु पुढील बाबी याला अपवाद ठरवण्यात येतात.

- a) कृषी उत्पादन आणि इतर प्राथमिक उत्पादने यांचे स्वदेशातील उत्पादन या निर्बंधानुसार होत आहे. या आधारावर आयात कोटा निश्चित करता येईल.
- b) सभासद देशांचा व्यापारशेष प्रतिकूल असेल तर तो देश आयात कोटा पद्धतीचा वापर करू शकतो. पण त्या अगोदर आंतरराष्ट्रीय नाणेनिधीची परवानगी घेणे आवश्यक आहे.

### ३) जकातीच्या दररात कोटा आणि जकात कपातीविषयी वाटाघाटी :-

वेगवेगळ्या देशातील आयात निर्यातीविषयी करार करून जकातीच्या दररात कपात करून आणता येऊ शकते.

## ४.३ जागतिक व्यापार संघटना

### प्रस्तावना :-

१ जानेवारी १९९५ पासून WTO करार अस्तित्वात आला. १२४ देशांनी सह्या या करारावर केल्या आहेत. व WTO च्या वेगवेगळ्या २८ करारांना मान्यता दिली आहे. १५ एप्रिल १९९४ रोजी जागतिक व्यापार संघटनेच्या स्थापनेबद्दलचा करार झाला.

### ४.३.१ उद्दिष्टे :-

- १) विदेशी व्यापारातील जकात व बिगर जकाती अडथळे कमी करणे.
- २) विभेदी स्वरुपाचा व्यापार रद्द करणे.
- ३) सभासद राष्ट्रात पूर्व रोजगार प्रस्थापित करून रहाणीमानाचा दर्जात वाढ घडवून आणण्यासाठी प्रयत्न करणे.
- ४) अल्प विकसित राष्ट्रांना विदेशी व्यापारात जास्त फायदे मिळवून देणे.
- ५) जागतिक साधनसामुग्रीचा पर्याप्त वापर करणे.
- ६) जागतिक पर्यावरण संरक्षण व संवर्धन करणे.
- ७) कायमस्वरुपी एकसंघ व्यापारपद्धती निर्माण करणे.
- ८) सभासद राष्ट्रात तंटा निर्माण झाल्यास वादनिवारण मार्गे भांडणे सोडवणे व मैत्रीचे वातावरण निर्माण करणे.

### ४.३.२ कार्ये :-

- १) जागतिक व्यापारासाठी रचनात्मक आकृतीबंध साचा तयार करणे.
- २) विविध करारांच्या अंमलबजावणीसाठी सर्वसामान्य समजेल अशी यंत्रणा तयार करणे.
- ३) सदस्य राष्ट्रांसाठी विदेशी व्यापाराची आचारसंहिता तयार करणे.
- ४) व्यापारासंबंधीचे तक्रारीचे निवारण मंडळामार्फत निवारण करणे.
- ५) आंतरराष्ट्रीय व्यापारात वाढ घडवून आणण्यासाठी एक समान व्यासपीठ तयार करणे.
- ६) सभासद राष्ट्रांच्या आर्थिक प्रगतीवर देखरेख ठेवणे व त्यांना मार्गदर्शन देणे.
- ७) सभासद राष्ट्रांतील विदेशी व्यापारासंबंधी सांख्यिकीय माहितीचा पुरवठा करणे.
- ८) भविष्यकालीन शिथिल (व्यापार) करण्यासाठी व त्याच्या वाटाघाटीसाठी एक समान व्यासपीठ तयार करणे.
- ९) सभासद राष्ट्रांचा व्यापार ठरवून दिलेल्या मार्गदर्शक तत्त्वानुसार होतो की नाही याची तपासणी करून बघणे.
- १०) जागतिक व्यापारविषयक धोरणाच्या साह्याने जागतिक बँक व नाणेनिधींना सहकार्य किंवा मदत करणे.

### ४.३.३ करार :-

#### १) व्यापारी करार :-

दोन देशांनी आपापसातील व्यापार वाढावा या उद्देशाने आपापसात केलेल्या कराराला व्यापारी करार असे म्हणतात. हे दोन देश कोणत्या देशात कोणत्या वस्तूंची किती प्रमाणात व कोणत्या वस्तूंचा आयात करावी याची यादी एकमेकांना सादर करून ठरवली जातात. ह्या गोष्टी असतांना राष्ट्रीय धोरण व भविष्यकालीन योजना यांचा आधार घेतात. तसेच युरोपियन राष्ट्रांना व्यापार वाढवण्यास आवश्यक भांडवली वस्तूंची मदत यांना मिळवली जाते.

#### २) द्विपक्षीय व्यापार करार :-

यामध्ये दोन देशातील राजकीय संबंध व विश्वास यावर अवलंबून असते. शिवाय यामध्ये दोन देशातील व्यापाऱ्यांचा करार फक्त केला जातो. या करारामुळे दोन देशातील जवळचे आर्थिक व व्यापारी संबंध जुळतात व या कराराच्या यशासाठी दोन्ही देशांकडून निर्यात बरोबरीने झाली पाहिजे असे त्याचे धोरण असते या करारात पुढील गोष्टींचा समावेश असतो.

#### i) कराराचा कालावधी :-

यामध्ये विशिष्ट कराराचा कालावधी दिला जातो व त्याच कालावधीमध्ये त्याच्या कार्याची पूर्तता ही केली पाहिजे.

#### ii) पैसे चुकवण्याचे चलन :-

दिलेल्या कालावधीत चलन त्यांचे चुकवले पाहिजे अन्यथा पुढील आयात व निर्यातीच्या कार्यात अडथळे येवू शकतात.

#### iii) विनिमय दर :-

विनिमय दर हा ठरलेल्या प्रमाणातच द्यावा लागतो तो दर या करारात दिलेला असतो.

#### iv) विशिष्ट वस्तूसाठी निर्यातीचा वाटा :-

विशिष्ट वस्तूसाठी ठरावीक वाटा ठरवलेला असतो तोच निर्यातीत द्यावा त्यापेक्षा जास्त किंवा कमीची निर्यात करू नये.

#### v) निर्यात व आयात केलेल्या वस्तूंची यादी :-

निर्यात व आयातीत दिलेल्या वस्तूंची यादी प्रमाणेच वस्तू निर्यात किंवा आयात करावी कारण त्यापेक्षा जास्त प्रमाणात वस्तू पाठवली गेली तर त्याचा तोटा सहन करायची तयारी ठेवावी लागते. अश्या या करारात तत्त्वे खूप महत्त्वाची आहेत.

#### आपली प्रगती तपासा

१. गॅटची स्थापना कधी व का झाली ?
२. गॅट करारात कोणती तत्त्वे अवलंबिली आहेत ?
३. जागतिक व्यापार संघटनेची उद्दिष्टे सांगा.

---



---



## ४.४ युरोपियन युनियन

युरोपमधील ६ देशांनी विविध देशांना घेवून ही युरोपियन युनियन संस्था स्थापन केली व यामध्ये देश पुढीलप्रमाणे बेल्जीयम, फ्रान्स, जर्मनी, नेदरलँड, लॅक्झेम्बर्ग, युरोप; युरोपियन आर्थिक समुदायाची स्थापना करण्यासाठी १९५७ मध्ये या ६ देशांनी स्वाक्षऱ्या केल्या. सुरुवातील ६ देशांनी सहभाग घेतल्यानंतर १५ सभासद संख्या झाली आहे.

नंतर १ जाने १९७३ मध्ये इंग्लंड, स्वीडन, इ. राष्ट्रांचा समावेश होता त्यामुळे सध्या १५ देशांची सभासद संख्या झाली आहे. बेल्जीयम येथे मुख्य कार्यालय आहे. याच संस्थेला युरोपीय कॉमन मार्केट असेही म्हणतात.

### ४.४.१ कार्ये / उद्दिष्टे :-

- १) शेती व वाहतूकीसाठी सर्वसाधारण धोरण ठरवणे.
- २) सभासद राष्ट्रांच्या जास्तीत जास्त आर्थिक विकासासाठी युरोपियन गुंतवणूक बँकेची स्थापना करणे.
- ३) विविध कामगारांच्या कल्याणासाठी युरोपीयन सामाजिक निधीची सोय करणे.
- ४) कामगार सेवा व भांडवल इ. ची देवाणघेवाण सभासद राष्ट्रात खुली करणे.
- ५) सभासद राष्ट्रांसाठी जकात दर व विविध सांख्यिकी नियंत्रणे काढून टाकणे.

युरोपियन संघ हा जास्तीत जास्त शक्तीशाली व प्रभावी बनावा यासाठी विविध कार्ये करण्यात आली जाते. १९९९ मध्ये "युरो" हे युरोपियन चलन स्विकारण्यात आले. नंतर पुढे युरोपियन युनियन चलन स्विकारण्यात आले. नंतर पुढे युरोपियन युनियन व भारत यात सलोख्याचे संबंध निर्माण झाले. युरोपियन संघामधील अनेक देशांशी भारताने द्विपक्षीय करार केले आहेत. भारत युरोपियन संघामधील देशांना कापड, ताग, पॉलिश, रसायने, सागरी उत्पादने यांची निर्यात करतो. अशाप्रकारे युरोपियन युनियन संघाने भारताचे निर्याती करणासाठी प्रयत्न केले.

## ४.५ एशियन (दक्षिण पूर्व अशियायी राष्ट्रांची संघटना ASEAN)

एशियनची स्थापना ८ ऑगस्ट १९६७ ला झाली. या संघटनेतील देश पुढील मलेशिया थायलंड, इंडोनेशिया, फिलिपाईन्स, सिंगापूर हे देश प्रतिनिधीत्व करतात. या सभासदातील सर्व राष्ट्र ही विकसनशील आहेत. या देशांमध्ये नैसर्गिक साधन सामुग्री व श्रमशक्ती विपूल प्रमाणात आहे. साखर, कॉफी, पेट्रोल, रॉकेल, लाकूड, बॉक्सवूड, कोळसा यांचे जास्तीचे उत्पादन सभासद देशांना पुरवले जाते.

### ४.५.१ खालीलप्रमाणे एशियन संघटनेची उद्दिष्टे आहेत :-

- १) परस्परातील आर्थिक विकासाला गती देणे.
- २) सभासद राष्ट्रांसाठी व्यापार नियंत्रणे मोठ्या प्रमाणात कमी करणे.
- ३) आंतरराष्ट्रीय व्यापार वाहतूक यांचा विकास साधणे.

४) एशियन राष्ट्रांना व्यापारात स्थिरता देणे.

#### ४.५.२ वैशिष्ट्ये :-

- १) परस्पर देशात व्यापार वाढवण्यासाठी ही संघटना अस्तित्वात आली आहे.
- २) या संघटनेचे सभासद देश हे विकसनशील आहेत.
- ३) दक्षिण पूर्व आशियाई राष्ट्रांचा हा एक व्यापारी गट आहे.
- ४) एशियन डेव्हलपमेंट बँक ऑफ मनीला या बँकेकडून या गटाला मोठ्या प्रमाणात आर्थिक साह्य प्राप्त झाले आहे.

एशियनच्या कार्यकारी अधिकाऱ्यांची पहिली सभा १९९६ रोजी श्री. इंद्रकुमार गुजराल यांच्या अध्यक्षतेखाली घडली होती. एशियन राष्ट्रांच्या सदस्यांना अधिकाधिक सहकार्याशिवाय पर्याय नाही. असे त्यांनी मत व्यक्त केले.

ऑक्टोबर २००३ मध्ये आशियाई गुंतवणूक व शिखर परिषदेत भारतातील माजी पंतप्रधान अटलबिहारी वाजपेयी यांनी आपल्या भाषणात असे सांगितले आहे की व्यापारी अडथळे दूर करण्यासाठी भारत सध्या प्रयत्नशील असून २००७ पर्यंत एशियन समवेत ३ अब्ज डॉलरचा व्यापार करण्यावर भर राहिल.

आशिया हे जागतिक स्तरावर सेवा पूरवण्याचे मोठे केंद्र ठरू शकेल. या उपलब्ध संधीचा जास्तीत जास्त फायदा उठवता यावा म्हणून आशियाई देशातील परस्परसंबंध अधिक बळकट करून एकत्रित काम केले पाहिजे.

#### ४.६ सार्क (SAARC)

सार्कची निर्मिती ही दक्षिण आशियातील विभागीय सहकार्यासाठी दक्षिण आशियाई संघटन सार्कची स्थापना झाली. दक्षिण आशियाईचा प्रादेशिक विकास घडवून आणणे हा मूळ हेतू घेवून ही संघटना स्थापन करायचे ठरवले. त्यानुसार बांग्लादेशाचे अध्यक्ष झिया उल रेहमान याने व्यक्त केले व त्यानुसार दक्षिण आशियाई देशांना भेट दिली. भारत, पाकिस्तान, नेपाळ, भूतान, श्रीलंका आणि मालदिव इ. देशांना त्यांनी आव्हान दिले होते व नंतर शिखर परिषद बोलावण्यात आली. या बैठकीत आपापसात प्रादेशिक सहकार्य करण्याच्या दृष्टीने एक मूलभूत चौकट तयार करण्यात आली.

सार्कचे मुख्यालय काठमांडू, नेपाळ, याठिकाणी नोव्हेंबर १९८१ ऑगस्ट, १९८२ मार्च, १९८३ जुलै १९८३ या काळात ७ देशांच्या विदेशी सचिवांनी बैठकी घेवून परस्परांना विदेशी व्यापारात कसे सहकार्य करता येईल या विषयी योजना आखण्यात आली.

#### ४.६.१ सार्कची उद्दिष्ट्ये :-

- १) दक्षिण आशियाई लोकांच्या कल्याणात्मक जीवनमानात वाढ घडवून आणणे.
- २) दक्षिण आशियाई राष्ट्रांत स्वावलंबन वाढवणे.
- ३) बाहेरील विविध देशांचे संबंध वाढवणे.

- ४) आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील हितसंबंधाबाबत परस्परातील सहकार्य वाढवणे.
- ५) आंतरराष्ट्रीय व आंतर प्रादेशिक संघटनांशी एक समान हेतू व उद्दिष्ट्यांनी सहकार्य करणे.
- ६) सात देशातील परस्परातील विश्वास दृढ करणे व देशासमोर असलेल्या समस्यांची जाणीव ठेवणे.
- ७) आर्थिक, तांत्रिक, वैज्ञानिक, राजकीय, सांस्कृतिक इ. क्षेत्रांमध्ये परस्परांना सहकार्य व मदत देवून प्रगती करणे अशी सार्कची उद्दिष्ट्ये आहेत.

#### ४.६.२ सार्कची तत्त्वे :-

- १) प्रादेशिक एकात्मता राजकीय व सार्वभौमत्व राजकीय स्वातंत्र्य दुसऱ्या देशांच्या अंतर्गत व्यवहारात हस्तक्षेप न करणे याच तत्त्वावर सभासदांचे सहकार्य असेल.
- २) द्विपक्षीय व बहुपक्षीय कराराशी हे सहकार्य विसंगत असणार नाही.
- ३) सहकार्य द्विपक्षीय व बहुपक्षीय व्यापाराला पुरक असेल.

सार्कची विविध संमेलने झाली त्यामध्ये विविध संहिता सांगण्यात आल्या.

#### १) सार्कचे पहिले अधिवेशन (८ डिसेंबर १९८५ – ढाका) :-

या संमेलनात संघटनांची स्थापना व संहिता यांचा स्विकार करण्यात आला.

- १) एकूण जगाच्या  $\frac{१}{५}$  लोकसंख्या सार्क राष्ट्रात आहे या लोकांच्या दारिद्र्य, उपासमार, बेकारी इ. समस्या सोडविणे.
- २) उपलब्ध साधन सामग्रीचा वापर, आर्थिक वाढीच्या दरात वाढ, आपापसातील संघर्ष शांततेने सोडवणे व परस्परांची नाती वाढवणे.

#### २) सार्कचे दुसरे अधिवेशन (१६, १७ नोव्हेंबर १९८६ – बॅंगलोर)

- १) तिसरे संमेलन (२ एप्रिल १९८७ – काठमांडू)
- २) चौथे संमेलन (२९ ते ३१ डिसेंबर १९८८ – इस्लामाबाद)
- ३) पाचवे संमेलन (१९९० – मालदिव)
- ४) सहावे संमेलन (२१ डिसेंबर १९९१ – कोलंबो)
- ५) सातवे संमेलन (१०, ११ एप्रिल १९९३ – ढाका)
- ६) आठवे संमेलन (२ ते ४ मे १९९५ – नवी दिल्ली)
- ७) नववे संमेलन (१२ ते १४ मे १९९७ – मालदिव)
- ८) दहावे संमेलन (२५ ते ३१ जुलै १९९८ – कोलंबो)
- ९) अकरावे संमेलन (५, ६ जानेवारी २००२ – काठमांडू)
- १०) बारावे संमेलन (४ ते ६ जून २००४ – इस्लामाबाद)
- ११) तेरावे संमेलन (१३, १४ नोव्हेंबर २००५ – ढाका)

अशाप्रकारे सार्कची विविध संमेलने भरवण्यात आली व राष्ट्र खुल्या व्यापाराशी सहमती व्यक्त करण्यात आली २००४ च्या संमेलनात एक घोषणापत्र सादर करण्यात आले. त्यामध्ये खालील मुद्दे :-

फेब्रुवारी १९९३ मध्ये सार्क अंक्टाड करारावर सही करण्यात आली.

- १) विवाद, संघर्ष, मतभेद यावर शांततेच्या मार्गाने उपाय योजना करणे.
- २) शस्त्रांचा वापर न करणे इतरांच्या कारभारात हस्तक्षेप न करणे.
- ३) सभासद राष्ट्रांच्या विशेष समस्यांबाबत जागरूक रहाणे.

अशा प्रकारे विविध राष्ट्रांशी सलोख्याचे संबंध ठेवून अधिकाधिक व्यापार वाढवण्यात मदत झाली.

#### आपली प्रगती तपासा

१. युरोपियन युनियनमध्ये कोणत्या देशांचा समावेश होतो ?
२. एशियन किंवा दक्षिण पूर्व आशियाई राष्ट्रांची संघटनेची उद्दिष्ट्ये सांगा.
३. सार्कची तत्त्वे कोणती ते सांगा.

---

#### ४.७ अंक्टाड (UNCTAD)

---

- १) प्राथमिक वस्तू निर्माण करणाऱ्या यांत्रिक वस्तू वित्तिय स्थितीचा तंत्रज्ञानाचे हस्तांतरण यामधील व्यापाराला उत्तेजन देणे.
- २) विकसनशील देशामधील आर्थिक सहकार्याला वाव देणे ही उद्दिष्ट्ये आहेत.

अंक्टाडच्या संघटनेमध्ये संस्थात्मक रचनेमध्ये प्रमुखांमध्ये व्यापार विकास मंडळ, संचालक, समिती, कार्यकारी समिती विशेष समिती यांचा समावेश होतो.

#### ४.७.१ कार्ये :-

यामध्ये महत्त्वाचे उद्दिष्ट्य मानले गेले ते ECAFE क्षेत्रामधील आर्थिक विकासासाठी सार्वजनिक व खाजगी गुंतवणूकीला चालना देणे उपलब्ध संसाधनांचा भरपूर उपयोग करणे आर्थिक विकासासाठी धोरणे व योजना आखणे व त्याला महत्त्व प्राप्त करून देणे आर्थिक

विकासासाठी लागणाऱ्या तांत्रिक मदतीला पुरवठा करणे, उद्दिष्टे व ध्येय पूर्तीसाठी प्रोत्साहन देणे. अल्प विकसित देशांच्या विकासासाठी वित्त पुरवठा करणे.

अशाप्रकारे अंक्टाडचे उद्दिष्टे व कार्ये खूप चांगली आहे व त्यामूळेच सभासदांना विकासासाठी अधिक स्रोतांचा पुरवठा मिळाला आहे.

---

## ४.८ सारांश

---

१. आंतरराष्ट्रीय व्यापाऱ्यांच्या वाढीस दुसऱ्या महायुद्धानंतर करण्यात आलेले विशेष प्रयत्न म्हणजेच विविध व्यापारी करार.
२. दुसऱ्या महायुद्धानंतर आयात निर्यातीचे संतुलन ठेवून विकास साधण्यासाठी १३६ राष्ट्रे एकत्र आली व जकात व व्यापारासंबंधी सर्व साधारण करार केला. यातूनच 'गॅट' (GATT) ही संघटना उदयास आली.
३. १ जानेवारी १९९५ पासून १२४ देशांनी सह्या करून जागतिक व्यापार संघटना (WTO) अस्तित्वात आणली.
४. युरोपमधील १५ देशांनी एकत्र येऊन युरोपियन युनियन संस्था स्थापन केली. या संस्थेचे बेल्जियम येथे मुख्य कार्यालय आहे. याच संस्थेला युरोपियन कॉमन मार्केट असेही म्हणतात.
५. दक्षिण पूर्व आशियायी राष्ट्रांची संघटना (ASEAN) ८ ऑगस्ट, १९६७ ला स्थापन झाली. या संघटनेतील सर्व राष्ट्र विकसनशील आहेत. या देशांमध्ये नअसर्गिक साधन सामग्री व श्रमशक्ती विपुल प्रमाणात आहे. जास्तीचे उत्पादन सभासद देशांना पुरविले जाते.
६. दक्षिण आशियातील विभागीय सहकार्यासाठी दक्षिण आशियाई संघटन (SAARC) ची स्थापना झाली. सार्कचे मुख्यालय काठमांडू, नेपाळ येथे आहे.
७. विकसनशील देशामधील आर्थिक सहकार्याला वाव देण्यासाठी व तंत्रज्ञानाच्या हस्तांतरण व्यापाराला उत्तेजन देण्यासाठी संयुक्त राष्ट्र व्यापार आणि विकास परिषद (अंक्टाड) ची स्थापना १९९४ मध्ये झाली.

---

## ४.९ प्रश्न

---

१. गॅटची स्थापना का झाली ? त्याची उद्दिष्टे व तत्त्वे विषद करा.
२. जागतिक व्यापारी संघटना कराराची माहिती द्या.
३. युरोपियन युनियन स्थापना व उद्दिष्टे स्पष्ट करा.
४. दक्षिणपूर्व आशियाई राष्ट्रांच्या संघटनेची माहिती द्या.
५. सार्कची निर्मिती कशी झाली ? सार्कच्या अधिवेशनांची माहिती द्या.
६. संयुक्त राष्ट्र व्यापार व विकास परिषद का स्थापन झाली ते स्पष्ट करा.



## प्रकरण ३

### परदेशी बाजारपेठांची चाचपणी

#### घटक रचना:

- ५.० उद्दिष्टे
- ५.१ व्यापारी प्रतिनिधी मंडळे
- ५.२ व्यापार विकास मंडळे
- ५.३ व्यापारी जत्रा, प्रदर्शन व उत्सव
- ५.४ विदेशी कार्यालये
- ५.५ सारांश
- ५.६ प्रश्न

---

#### ५.० उद्दिष्टे

---

- व्यापारी प्रतिनिधी मंडळाची कार्ये व उद्दिष्टे यांचा अभ्यास करणे.
- व्यापार विकास मंडळाची उद्दिष्टे अभ्यासणे.
- व्यापार जत्रेची माहिती घेणे.
- व्यापारी प्रदर्शन म्हणजे काय त्याचा अभ्यास करणे.
- व्यापारी उत्सवाचे फायदे समजावून घेणे.
- विदेशी कार्यालयांचे महत्त्व जाणून घेणे.

---

#### ५.१ व्यापारी प्रतिनिधी मंडळे

---

निर्यात व्यापार वृद्धीसाठी स्थापना केलेली व्यापारी प्रतिनिधी मंडळे आहेत. या व्यापारी प्रतिनिधी मंडळामुळे निर्यातीसंबंधी माहिती मिळवण्यासाठी उपयोगी पडतात. ही मंडळे निर्यातदारांना मार्गदर्शन व सल्ला देण्याचे कार्य करतात.

#### उद्दिष्टे :-

- १) निर्यात व्यापारात जास्तीत जास्त निर्यात ही वस्तूची झाली पाहिजे.
- २) यातील प्रत्येक प्रतिनिधीचे कर्तव्य आहे की जास्तीत जास्त निर्यात हा सुबक व कौशल्य वापरून केली पाहिजे जेणेकरून आयात कमी व निर्यात जास्त झाली पाहिजे.

**कार्य :-**

- १) निर्यातदारांच्या विदेशी बाजारपेठेचे संशोधन करावे लागते. विविध मार्गांनी माहिती गोळा करून शिस्तबद्ध निर्यात कार्यक्रम तयार करणे.
- २) कार्यक्रमातून जागतिक स्पर्धेत टिकून रहाण्यासाठी उत्पादनाच्या गुणवत्तेत वाढ व्यापारावरील निर्बंध, ग्राहकांची पसंती इ. घटक विचारात घेवून हा निर्यात कार्यक्रम तयार करावा लागतो.
- ३) बाजारपेठ संशोधनासाठी विविध उपक्रम या मंडळाने करावी.

---

**५.२ व्यापार विकास मंडळे**


---

या मंडळाची स्थापना १९७१ मध्ये निर्यात धोरण संसद कायदा १९७० नुसार करण्यात आली. यामध्ये परीक्षक विविध प्रकारे संपर्क साधून व्यापारविषयक माहिती गोळा करणे आणि ती माहिती संग्रही करून ती माहिती निर्यातदाराला दिली जाते. या व्यापार विकास मंडळाची उद्दिष्टे पुढीलप्रमाणे :

**उद्दिष्टे :-****१) निर्यात उत्पादनाविषयी माहिती गोळा करणे :-**

प्राथमिक उत्पादित वस्तूंची माहिती गोळा भरून ती माहिती दिर्घकालीन निर्यात वृद्धीसाठी पुरविणे हे आहे. विविध प्रकारचे तंत्रज्ञान व यंत्रसामग्री वापरून लघू व मध्यम उद्योगांना पुरवणे हे कार्य व्यापार विकास मंडळातून होते.

**२) समन्वय साधणे :-**

भारतीय निर्यातदार व विदेशी आयातदार यांच्यात समन्वय साधणे हे कार्य त्या विकास मंडळाचे आहे.

**३) खरेदीदाराची चांगल्या पद्धतीने निवड करणे :-**

विशिष्ट उत्पादित वस्तू कशाप्रकारे विकली जाईल याकडे लक्ष दिले जाते. तसेच निर्यात व्यापारात कशी वाढ होईल हे देखील पाहिले जाते.

**४) करारानुसार पॅकिंगसेवा ही बघितली जाते.****५) निर्यातवाढीसाठी जास्तीत जास्त मदत करणे :-**

जास्त निर्यात करण्याची कुवत असल्यास त्या निर्यातदारास विविध प्रकारे मदत देवून निर्यात वाढीस चालना देणे.

व्यापार विकास मंडळाचे मुख्य कार्यालय दिल्ली येथे आहे. त्याचप्रमाणे व्यापार विकास मंडळाचे ३ कार्यालये विदेशातही आहे.

१) न्यूयार्क, २) टोकियो, ३) फ्रँकफूट इ. ठिकाणी आहे.

व्यापार विकास मंडळात विविध सेवा दिल्या जातात.

- १) करपरती मिळविण्यासाठी सदस्यांना अर्ज पाठवणे.
- २) नियमित सदस्यांच्या सभा आयोजित करणे.
- ३) आयातदारांना आमंत्रित करून त्यांची सभा आयोजित करणे.
- ४) व्यापार, जत्रा, प्रदर्शन भरवण्यास भाग पाडणे.

इ. सेवा दिल्या जातात अशा प्रकारे व्यापार विकास मंडळ खूप महत्त्वाचे निर्यात वाढवण्यासाठी कार्य करतात.

### आपली प्रगती तपासा

१. व्यापारी प्रतिनिधी मंडळाची कार्ये सांगा.
२. व्यापार विकास मंडळाचे महत्त्वाचे कार्य सांगा.

---



---



---



---



---



---

### ५.३ व्यापारी जत्रा, प्रदर्शन व उत्सव

उत्सवाच्या माध्यमातून विक्री वाढवणे हा प्राचीन काळापासून चालत आलेला एक महत्त्वाचा प्रकार आहे. उत्सवामध्ये व्यापारी, प्रदर्शन, उत्सव यांचा समावेश होतो.

#### ५.३.१ व्यापारी जत्रा :-

यामध्ये उत्सव = व्यापारी जत्रा + प्रदर्शन + सांस्कृतिक कार्यक्रम अशी याची व्याख्या करता येईल.

यामध्ये विविध देशातील निर्यातदार एकत्र येवून व्यापारासाठी लागणारे व जास्तीत जास्त उत्पादन वाढवण्यासाठी काय उपाय केले जातात त्याची माहिती व उत्पादित साधने मिळतात. व्यापार जत्रा हा वस्तू विक्रीसाठी एक चांगला पर्याय समजला जातो. तसेच वस्तूंची विक्रीपण केली जाते.



**व्यापारी जत्रेचे प्रकार :-**

- १) सामान्य व्यापार जत्रा
- २) विशेष व्यापार जत्रा

**१) सामान्य व्यापार जत्रा :-**

विविध प्रकारच्या वस्तू विक्रीस निभावल्या जातात.

**२) विशेष व्यापार जत्रा :-**

या प्रकारात काही विशिष्ट प्रकारच्या वस्तू विक्रीसाठी आणल्या जातात. व्यापार जत्रेत सहभागी होण्यासाठी मोठ्या प्रमाणात पैसा खर्च करावा लागतो. व्यापार जत्रा, प्रदर्शन भरण्यापूर्वी काही तयारी करावी लागते. त्यासाठी खालील मुद्दे विचारात घ्यावे लागतात.

**पूर्वतयारी :-**

- १) सरकारकडून परवानगी घेणे.
- २) बाजार संशोधन पूर्व अहवाल तयार करणे.
- ३) प्रगतीपुस्तक तयार करणे.
- ४) प्रदर्शन किंवा जत्रेचे ठिकाण निश्चित करणे.
- ५) पासपोर्ट, व्हिसा, हवाई वाहतूक, जल वाहतूक आरक्षित करणे.
- ६) रहाण्याची सोय करणे.
- ७) जाहिरात साहित्य प्रसिद्धी तयार करणे.
- ८) वस्तू उत्पादनाचे नियोजन करणे.
- ९) देखभाल करण्यासाठी जबाबदार व्यक्तीची योजना करणे.

**व्यापार जत्रा उत्सव चालू असतांना :-**

- १) स्टॉलची योग्य प्रकारे मांडणी करणे.
- २) ग्राहकांच्या शंकाचे समाधान करणे.
- ३) भेटी देण्याऱ्यांची नोंदवही तयार करणे.
- ४) ग्राहकांना विक्री साहित्य पुरवणे.
- ५) ग्राहकांशी व्यक्तिगत संबंध वाढवणे.
- ६) दैनंदिन अहवाल तयार करणे.

**व्यापार जत्रा उत्सव संपल्यानंतर :-**

- १) स्टॉल व्यवस्थित काढून ठेवणे.
- २) ज्याची मदत मिळाली आहे अशा सर्वांना आभारपत्र पाठवणे.
- ३) तात्पूरत्या सेवकांचे वेतन देणे.

- ४) व्यापार जत्रेच्या काळात झालेल्या मागणीची नोंद / चौकशी इ. विषयीचा अहवाल करणे.
- ५) सेवा योजकांचे वेतन देणे.
- ६) सरकारकडून निर्यात प्रोत्साहनासाठी मिळणारे आर्थिक सहाय्य मिळवणे.

#### व्यापार जत्रेचे फायदे :-

- १) जत्रेमुळे ग्राहकांचा वस्तुंबद्दलचा अहवाल किंवा ग्राहकांचे मत ताबडतोब मिळते.
- २) स्पर्धकांच्या वस्तुंविषयीची माहिती व आवड समजते.
- ३) विक्री वृद्धीसाठी याचा फायदा होवू शकतो.
- ४) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत वस्तू सादर करण्यासाठी निर्यातदाराला वाव मिळतो.
- ५) निर्यातदाराला विपणनाच्या योजना यावरून आखता येतात.
- ६) विविध वस्तूंचा मागणीचा आधार घेवून निर्यातदाराला वस्तू आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत सादर करता येते.

#### व्यापारी जत्रेची कार्ये :-

- १) इतर देशात केल्या जाणाऱ्या निर्यातीच्या प्रयत्नांना प्रोत्साहन दिले जाते.
- २) या जत्रेत सहभागी व्हायचे नसेल तर निर्यात संस्थेसमोर इतर कोणते पर्याय उपलब्ध आहेत याचा विचार करावा लागतो.
- ३) यामध्ये विविध कामांचा योजना व त्याची अंमलबजावणी ही सरकारी नियमांनुसार करावी.

#### ५.३.२ प्रदर्शन :-

प्रदर्शन हे एका निर्यात कंपनी पुरते मर्यादित असते. प्रदर्शनात विविध वस्तूंची मांडणी केली जाते. काही वेळा वस्तू विक्रीसाठी ऑर्डरही स्विकारली जाते. त्याचप्रमाणे वस्तूंची माहिती निर्यातदारापर्यंत पोचवली जाते हा प्रमुख उद्देश आहे.

व्यापार जत्रा व प्रदर्शन या दोघांचे उद्देश समान आहेत. विक्रीवाढ, निर्यात व्यापार जास्तीत जास्त उत्पादन हाच अंतिम महत्त्वाचा हेतू आहे. वस्तूला मिळणारी प्रसिद्धी व लोकप्रियता ही जास्तीत जास्त महत्त्वाची आहे व याचा परिणाम निर्यातदारावर चांगला झालेला दिसून येतो.

#### ५.३.३ उत्सव :-

उत्सवाबाबत सहभागी होण्यासाठी विविध मुद्दे निर्यात कंपनीला विचारात घ्यावे लागतात.

- १) उत्सवात सहभागील होण्यासाठी किती खर्च करावा लागेल याचाही विचार करावा लागेल.
- २) उत्सवात सहभागी होण्यामुळे विक्रीत वाढ घडून येण्याची शक्यता किती आहे.
- ३) उत्सवात सहभागी झाल्यामुळे जो खर्च झालेला असेल त्याची भरपाई कशी करता येईल याचा विचार करतात.
- ४) ज्या ठिकाणी उत्सव भरणार आहे त्या बाजारपेठेच्या संदर्भात निर्यात धोरण काय आहे.

## उत्सवाचे फायदे :-

### १) उत्सवामुळे ग्राहकांच्या प्रत्यक्ष गाठीभेटी होतात :-

प्रत्यक्ष गाठीभेटी मुळे विश्वास संपादन करता येतो शिवाय त्यामुळे ग्राहकांच्या मनात पूर्वगृह होत नाही. त्यामुळे हे खूप फायदेकारक ठरतात.

### २) नवीन उत्पादनाची ग्राहकांना माहिती :-

उत्सव, प्रदर्शन, जत्रा यामुळे ग्राहकांना नवीन उत्पादनाची माहिती मिळते. शिवाय नवीन कुठल्या बाजारपेठेत कोणती वस्तू, दर्जा, स्वरूप काय आहे हे देखील समजते त्यांचा वापर कसा करावा व त्यांची तांत्रिक वैशिष्ट्ये समजली जातात व त्याचा ग्राहकांना उपयोग होतो.

### ३) आधुनिकीकरणाची माहिती :-

विविध तंत्रज्ञान वैशिष्ट्ये वस्तूंची गुणधर्मता नवीन नवीन काय आहे याची माहिती समजते. शिवाय निर्यात व्यापारात जास्तीत जास्त वस्तूंची निर्मिती कमीत कमी वेळात कशी होईल यांचे यंत्र निर्मिती देखील समजून घेता येते उत्पादकांचे तंत्रज्ञान, पॅकींग, कच्चा माल इ. विषयी माहिती मिळवता येते. व त्यांची इतरांची तुलना करून जास्तीत जास्त उत्पादकता वाढवता येते.

### ४) ग्राहकांचा प्रतिसाद अभ्यासता येतो :-

उत्सवाच्या ठिकाणी ग्राहकांच्या प्रत्यक्ष भेटी होत असल्यामुळे ग्राहक आपल्या वस्तूंची किती प्रमाणात खरेदी करत आहे याची बरोबरी करता येते.

### ५) वस्तूला प्रसिद्धी व प्राप्ती मिळते :-

व्यापार जत्रा / उत्सव यात सहभागी झालेले लोक वस्तूंची खरेदी करू लागतात व त्यामुळे प्रत्यक्ष वापरामुळे प्रसिद्धी त्या वस्तूला मिळते.

### ६) गर्दीचा फायदा घेणे :-

व्यापार जत्रा, प्रदर्शन व उत्सवात विविध अनेक ठिकाणाहून धार्मिक किंवा इतर कारणांसाठी एकत्र येतात त्यावेळी ग्राहकांशी एकाच वेळी संपर्क साधता येतो. म्हणजेच गर्दीचा फायदा घेता येतो.

### ७) देशाचा नावलौकिक वाढतो :-

इतर देशात व्यापार जत्रा भरवल्यामुळे ग्राहक देशाची माहिती इतर देशात जावून पोहोचते व त्यामुळे देशाचा नावलौकिक वाढतो व त्याचा फायदा दिर्घ कालावधी पर्यंत मिळवता येतो.

८) वस्तु व्यापाराविषयीचे प्रात्यक्षिक करुन दाखवता येते :-

बऱ्याच वेळी वस्तूची विक्री ही सिलबंद पॅकिंगमध्ये असते. त्यामुळे ग्राहकांच्या मनात शंका निर्माण होते. त्यामुळे प्रात्यक्षिक करुन दाखवल्यावर मनातील शंका दूर होते व शंकांचे निरसन होते.

९) मोफत नमून्याचे वाटप :-

आपल्या वस्तूची जास्तीत जास्त जाहिरात, प्रसिद्धी प्रसार व्हावा यासाठी मोफत त्या वस्तूचे नमून्यांचे वाटप केले जाते. त्यामुळे त्याचा फायदा भविष्यात मोठ्या प्रमाणात होतो.

१०) सवलतीच्या दराने विक्री करणे :-

जास्तीत जास्त किंमती म्हणून जास्तीत जास्त नफा हे विक्रीचे तत्त्व आता मागे पडत चालले आहे आता त्याच्या जागी विरुद्ध नवीन कमीत कमी किंमत आकारुन जास्तीत जास्त विक्री करणे. व त्यातून जास्तीत जास्त नफा प्राप्त होतो. व त्यामुळे व्यापारजत्रा, उत्सव व प्रदर्शने यामध्ये सवलतीच्या दराने आकारुन जास्तीत जास्त नफा मिळवला जातो.

११) नवीन बाजारपेठा निर्माण करणे :-

व्यापार जत्रा किंवा उत्सवात सहभागी झाल्यामुळे वस्तूची विक्री वाढते व वस्तूला कायमस्वरुपी ग्राहक मिळतो. त्यामुळे हळूहळू नव्याने बाजारपेठा निर्माण व्हायला सुरुवात होते.

१२) मागणीची नोंद करुन घेता येते :-

कोणत्या वस्तूची मागणी किती प्रमाणात हवी आहे. अनेक वेळा ग्राहकांकडे ती वस्तू खरेदी करण्यासाठी ग्राहकाकडे रोख पैसा नसतो. त्यामुळे त्या वस्तूची मागणीची नोंद करुन घेतात व नंतर ती वस्तू त्यांना मिळते. असे विविध उत्सवाचे फायदे आहेत.

**आपली प्रगती तपासा**

१. व्यापारी जत्रेचे प्रमुख प्रकार कोणते ?
२. व्यापारी जत्रेसाठी कोणती पूर्वतयारी करावी लागते ?
३. व्यापारी उत्सव म्हणजे काय ?

---



---



---



---



---



---

## ५.४ विदेशी कार्यालये

निर्यात व्यापारासाठी निर्यातदाराला अनेक विभागातून प्रयत्न करावे लागतात. ज्या देशात निर्यात करायची आहे त्या देशाची माहिती उपलब्ध करून देणे, विदेशी व्यापाराविषयी माहिती अपुरी पडत असेल तर निर्यातदारांना निर्यात वाढीसाठी आपले कार्यालय सुरु करावे लागले. कार्यालयामार्फत विदेशी बाजारपेठेविषयी उपलब्ध करून घेतली जाते. हे कार्यालय सर्व दृष्टीकोनातून माहिती मिळवून देणारे आहे. बाजारपेठेतील इतर स्पर्धक वस्तू तसेच संभाव्य ग्राहक इ. विषयी माहिती मिळविली जाते. वस्तूंच्या लोक प्रियतेविषयी आकर्षण विषयी विदेशात प्रदर्शने व उत्सव भरवली जातात. यासाठी विदेशी कार्यालये मदत करतात.

या विविध कार्यालयामार्फत पुढीलप्रमाणे माहिती उपलब्ध होते.

### १) संभाव्य ग्राहक :-

संभाव्य ग्राहकामध्ये ग्राहकाला त्या वस्तूची किंवाहूना त्या बाजारपेठेतील प्रत्येक वस्तूची माहिती व वस्तूची चाचपणी करता आली पाहिजे. शिवाय ग्राहक हा विक्रेत्याला साजेसा असावा. शिवाय त्याला वस्तूही वेळच्या वेळी मिळाली की नाही किंवा त्या वस्तूची आवड निवड ही विक्रेत्याला माहिती पाहिजे. म्हणून यात संभाव्य ग्राहक खूप महत्त्वाचा आहे.

### २) किंमत धोरण :-

किंमत धोरणामध्ये जी किंमत बाजारपेठेने ठरवून दिलेली आहे त्याचाच अवलंब विक्रेत्याने करावा लागतो. त्यामुळे किंमत ही बाजारपेठेच ठरवतो व हे धोरण अवलंबणेच आवश्यक असते.

### ३) विदेशी बाजारपेठेतील स्पर्धक :-

विदेशी बाजारपेठेत विविध देशातून स्पर्धक आलेले असतात. त्यामुळे यात स्पर्धा जास्त असते.

### ४) विदेशी बाजारपेठेतील अत्याधुनिक साधने :-

विदेशी बाजारपेठेत नवनवीन यंत्रतंत्रज्ञानातून तयार झालेली साधने असतात. त्यामुळे वस्तूला मिळणारी मान्यता ही विदेशी बाजारपेठेत असते. शिवाय यामध्ये एकच वस्तू विविध प्रकारच्या बघायला मिळू शकतात. कारण ती अत्याधुनिक साधनातून निर्माण केलेली असते. त्यामुळे ग्राहक व विक्रेता यात समजुतीचे व सलोख्याचे वातावरण निर्माण होते.

### ५) संभाव्य निर्यात वस्तू व आपल्या निर्यात वस्तूंमधील फरक :-

संभाव्य निर्यात वस्तू या कधी तरीच निर्माण होणाऱ्या असतात व आपल्या निर्यात वस्तू या नेहमी निर्माण होणाऱ्या असतात त्यामुळे ग्राहकाला त्या वस्तूची माहिती असते. त्यामुळे त्याला जास्त मान्यता असते हाच फरक इथे दिसून येतो.

विदेशात विदेशी कार्यालये का उघडण्यात येत आहे याची कारणे नमूद करावी लागतात व त्यासाठी आवश्यक ती कागदपत्रे जोडली जातात. या कागदपत्रांच्या छाननीसाठी RBI विदेशी कार्यालये निर्माण करण्यास मान्यता देते किंवा नाकारली जाते. तसेच जर मान्यता दिली गेली तर GR – 3 हा भरून द्यावा लागतो नंतर सरकारी निर्यातदारांना प्रोत्साहन देत असते. त्यासाठी निर्यात प्राप्त निर्यातदारांना संघटना बनवल्या जातात. निर्यातदाराला विदेशी कार्यालयामार्फत विविध सुविधा मिळू शकतात. यातून विपणन विकासाची स्थापना होते.

विदेशी कार्यालयांमुळे विविध ग्राहकांची आवडीनिवडी, वस्तूंची पॅकिंग, किंमत धोरण, निर्यात ठरवणे सोपे जाते. देशाचा निर्यात व्यापार वाढावा म्हणून १९६३-६४ मध्ये MDF ची स्थापना करण्यात आली.

अशाप्रकारे विदेशी कार्यालये हा घटक निर्यातीसाठी खूप महत्त्वाचा समजला जातो.

---

#### ५.५ सारांश

---

१. व्यापारी प्रतिनिधी मंडळे निर्यातदारांना मार्गदर्शन व सल्ला देण्याचे कार्य करतात.
२. व्यापार विकास मंडळाचे परीक्षक व्यापारविषयक माहिती गोळा करून ती निर्यातदाराला देतात.
३. व्यापारी जत्रेमध्ये उत्पादन वाढीसाठी माहिती मिळते तसेच वस्तूंची विक्रीपण केली जाते. व्यापारी जत्रेचे सामान्य व्यापार जत्रा व विशेष व्यापार जत्रा असे प्रकार आहेत.
४. प्रदर्शन हे एका निर्यात कंपनीपुरते मर्यादित असते. प्रदर्शनामध्ये विविध वस्तू मांडल्या जातात आणि ऑर्डर्स स्वीकारल्या जातात.
५. उत्सवाच्या माध्यमातून विक्री वाढवणे हा प्राचीन काळापासून चालत आलेला महत्त्वाचा प्रकार आहे. यामध्ये व्यापारी प्रदर्शन, जत्रा व सांस्कृतिक कार्यक्रम यांचा समावेश होतो.
६. निर्यातदारांना निर्यात वाढीसाठी विदेशात आपले कार्यालय सुरू करावे लागते. विदेशी कार्यालयांमुळे विविध ग्राहकांची आवडी निवडी, वस्तूंचे पॅकिंग, किंमत धोरण, निर्यात धोरण ठरवणे सोपे जाते.

---

#### ५.६ प्रश्न

---

१. व्यापारी प्रतिनिधी मंडळे व व्यापार विकास मंडळे यांची निर्यातदारांना निर्यात वाढविण्यासाठी कशी मदत होते त्याची माहिती द्या.
२. व्यापारी जत्रा म्हणजे काय ? त्याचे प्रमुख प्रकार सांगून त्याचे फायदे स्पष्ट करा.
३. व्यापारी उत्सवामुळे निर्यातदाराला कोणते फायदे होतात ?
४. विदेशी कार्यालयाची निर्यातदारांना कोणत्या प्रकारे मदत होते ते सांगा.





## प्रकरण ४

### निर्यात किंमत

#### घटक रचना:

- ६.० उद्दिष्टे
- ६.१ प्रास्ताविक
- ६.२ निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणारे घटक
- ६.३ निर्यात किंमतीची उद्दिष्टे
- ६.४ निर्यातीसाठीची प्रस्तावित किंमत
- ६.५ निर्यात सवलती
- ६.६ निर्यात किंमत उदाहरणे
- ६.७ सारांश
- ६.८ प्रश्न

---

#### ६.० उद्दिष्टे

---

- निर्यात किंमत म्हणजे काय त्याची माहिती घेणे.
- निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणाऱ्या घटकांचा अभ्यास करणे.
- निर्यात किंमतीची उद्दिष्टे कोणती ते जाणून घेणे.
- निर्यातीसाठीची प्रस्तावित किंमत म्हणजे काय त्याची माहिती घेणे.
- किंमत निविदांच्या प्रकारांचा अभ्यास करणे.
- किंमत धोरण ठरवण्याचे तंत्र म्हणजे काय ते अभ्यासणे.
- निर्यात किंमतीसाठी आवश्यक टप्पे/पायऱ्या अभ्यासणे.
- किंमत ठरवण्याबाबतची धोरणे अभ्यासणे
- विविध निर्यात सवलतींची माहिती घेणे.

---

#### ६.१ प्रास्ताविक

---

एका विशिष्ट वेळेत बाजारपेठेत ग्राहकांकडून वस्तू आणि सेवांच्या मोबदल्यात दिलेली पैशातील वस्तू किंवा सेवा म्हणजे किंमत होय. किंमत म्हणजे जी ग्राहकाने विक्रेत्याला वस्तू किंवा सेवेच्या मोबदल्यात द्यायची असते. निर्यात किंमत म्हणजे अशी किंमत की ज्या किंमतीला

खरेदीदार आयातदार वस्तू स्विकारतो. निर्यात व्यवस्थापकाचे योग्य किंमत धोरण पुढील प्रमाणे असते.

"Lowest Price and Highest Profit greater than highest price and lowest profit."

"उच्च किंमती व कमी नफा याऐवजी कमी किंमती व उच्च नफा हे तत्त्व विचारात घेतले जाते."

विदेशी बाजारपेठ स्पर्धेच्या दृष्टीकोनानुसार मुक्तबाजारपेठ असते. त्यामुळे या बाजारपेठेत टिकून राहण्यासाठी गुणवत्ता व किंमत या दोन घटकांचा विचार करावा लागतो. कोणत्याही वस्तूची किंमत ही त्या वस्तूच्या उत्पादन खर्च मागणी, नफा यावर अवलंबून असते. वस्तूच्या किंमतीवर स्पर्धकांची संख्या, त्यांच्या वस्तूचा दर्जा याचा देखील परिणाम होतो.

किंमत निश्चित केली जात असतांना उत्पादन खर्च + नफा तसेच बाजारमागणीचा दोन दृष्टीकोनातून विचार केला जातो.

## ६.२ निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणारे घटक

निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणारे घटक पुढीलप्रमाणे :-

### १) मागणी :-

अर्थशास्त्राच्या सिद्धांतानुसार मागणी पुरवठ्याच्या किंमतीवर जास्त परिणाम होतो. जर मागणीचे प्रमाण पुरवठ्यापेक्षा जास्त असेल तर किंमत जास्त आकारता येवू शकते. ग्राहकांच्या आवडीनिवडी, पसंती, यावरून मागणी बदलू शकते. एखाद्या वस्तूची किंवा सेवेची उपयुक्तता जास्त असेल किंवा गुणवत्ता चांगली असेल तर मागणीचे प्रमाण जास्त असते. त्याप्रमाणे वस्तूची मागणी कोणत्या प्रमाणात आहे त्याप्रमाणे वस्तूची मागणी कोणत्या प्रमाणात आहे त्याप्रमाणे बाजारात वस्तूची किंमत निश्चित होते.

### २) नफा :-

कोणत्याही वस्तूची उत्पादन व विक्री या प्रक्रियेत नफा आवश्यक असतो. तसेच भांडवल गुंतवणूकीवर ठरावीक दराने नफा मिळावा म्हणून काही वस्तूच्या उत्पादन खर्चाच्या काही टक्के रक्कम नफा म्हणून निश्चित केली जाते.

### ३) शासकीय धोरण :-

अनेक वेळा सरकारमार्फत ग्राहकांच्या हितासाठी किंमतीवर नियंत्रण ठेवले जाते व त्याचा परिणाम निर्यात दाराच्या किंमत धोरणावर होतो. म्हणून निर्यातदाराला विविध देशातील सरकारची धोरणे माहित असणे आवश्यक आहे.

### ४) बाजार रचना :-

बाजारपेठेतील पर्यायी वस्तू स्पर्धक, ग्राहकांचे लोकमत इ. घटकांचा प्रभाव किंमतीवर होत असतो. निर्यातदाराच्या किंमत धोरणावर बाजारपेठ रचना पण अवलंबून असते.



५) **बाजारपेठेचे स्वरूप :-**

बाजारपेठेच्या स्वरूपाच्या निर्यात किंमतीवर परिणाम होत असतो. निर्यात दाराला वस्तूच्या मागणीचा विचार करावा लागतो. निर्यातदाराला ग्राहकांच्या मनोवृत्तीविषयी माहिती असणे खूप गरजेचे आहे.

६) **वितरण व्यवस्था :-**

उत्पादक स्वतः आपल्या वस्तूची विक्री करत असेल तर तो किंमत कमी ठेवतो, कारण मध्यस्थांची संख्या वगळल्याने वस्तूची किंमत राहू शकते. याउलट वस्तू विक्रीची जबाबदारी मध्यस्थांकडे असेल तर वस्तूची किंमत देखील वाढते कारण मध्यस्थांना देखील त्याची किंमत द्यावी लागते किंबहुना घेते.

७) **मालाची पाठवणी करण्याचा कालावधी :-**

निर्यात किंमतीचे धोरण ठरवतांना निर्यात दाराला मालाची पाठवणी करणे त्याचे वेळापत्रक, घटकांचा विचार करावा लागतो. जर मालाची पाठवणी लवकर करायची असेल तर त्याची किंमत जास्त ठेवावी लागते.

८) **ग्राहकांची परिस्थिती :-**

निर्यात वस्तू ज्या ग्राहकांना विकली जाते त्या संभाव्य ग्राहकांची आर्थिक परिस्थिती बघितली जाते. शिवाय त्याचा जीवनाकडे पहाण्याचा दृष्टीकोन कसा आहे यावरून निर्यात किंमत ही ठरविली जाते.

९) **उत्पादनाचे स्वरूप :-**

निर्यात वस्तूची किंमत त्या वस्तूच्या स्वरूपावरून ठरवली जाते. वस्तू नाशवंत असेल तर किंमत कमी ठेवली जाते. याउलट वस्तू जास्तीत जास्त टिकावू असेल तर किंमत जास्त ठेवता येते. तसेच वस्तू अत्यावश्यक किंवा चैनीची आहे यावरूनही ही किंमत ठरवली जाते.

१०) **कर सवलती :-**

निर्यात वस्तूची किंमत ठरविताना वस्तूवरील वेगवेगळे कर आणि जकातीचे दर जास्त असतील तर त्याची किंमतही जास्त ठेवावी लागते. याउलट कर आणि जकातीचे दर कमी असतील तर त्याची किंमतही जास्त ठेवावी लागते. याउलट कर आणि जकातीचे दर कमी असतील तर किंमत कमी ठेवणे शक्य असते.

अशा प्रकारे निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणारे घटक आहेत.

### ६.३ निर्यात किंमतीची उद्दिष्टे

#### १) नफा मिळवणे :-

निर्यातदार मोठ्या प्रमाणात भांडवल गुंतवणूक करून गुंतवलेल्या भांडवलावर जास्त नफा मिळावा म्हणून काही जोखीम स्विकारावी लागते. त्या जोखमीचा मोबदला म्हणजे नफा असतो. दर वस्तूच्या किंमतीमागे नफा समाविष्ट केलेला असतो.

#### २) विदेशी बाजारपेठ हस्तगत करणे :-

नवीन निर्यातीदारांच्या दृष्टीकोनातून विदेशी बाजारपेठेत प्रवेश करणे महत्त्वाचे असते. सर्वसाधारणपणे कोणत्याही बाजारपेठेत जुन्या विक्रेत्यांच्या वस्तू लोकप्रिय असतात. व त्यांच्यात वस्तूंना बाजारपेठेत मागणी असते. कोणत्याही नवीन निर्यातदाराला विदेशी बाजारपेठेत प्रवेश करणे खूप अवघड असते.

#### ३) ग्राहकाभिमुखता :-

निर्यात वस्तूची किंमत ही नेहमी ग्राहकांना परवडेल अशी असावी लागते. म्हणजेच ग्राहकांनी दिलेल्या किंमती ग्राहकांना जास्तीत जास्त समाधान मिळाले पाहिजे.

#### ४) निर्यात वाढ :-

निर्यात वस्तूची किंमत कमी असावी की ज्यामुळे निर्यातीत मोठ्या प्रमाणात वाढ होवू शकेल. निर्यात वाढीमुळे निर्यातदाराला नफा मिळतो. पण त्याचबरोबर अर्थव्यवस्थेला फायदा होतो. निर्यात वाढीतून चलन (विदेशी) मिळवता येते की ज्याच्या साह्याने अत्यावश्यक असलेली विदेशी भांडवली यंत्रसामग्री, अत्याधुनिक तंत्रज्ञान यांची आयात करता येते.

#### ५) स्पर्धाकांचे खच्चीकरण :-

विदेशी बाजारपेठेत अनेक देशातील विदेशी स्पर्धक भरपूर असतात. त्याचप्रमाणे नवीन नवीन यंत्र तंत्रज्ञानामुळे कमीत कमी किंमतीत जास्तीत जास्त गुणवत्तेचा दर्जा चांगला ठेवल्यामुळे विदेशी बाजारपेठेवर त्यांचा प्रभाव होतो. यामुळे या परिस्थितीत निर्यात कमी ठेवून ग्राहकांना जास्तीत जास्त आकर्षित करता येते. अशा प्रकारे स्पर्धाकांचे खच्चीकरण होते.

#### ६) स्वतःचे अस्तित्त्व टिकवून ठेवणे :-

बऱ्याच वेळी निर्यात वस्तूसाठी उत्पादन खर्च जास्त असतो. त्यामुळे किंमत कमी ठेवणे शक्य नसते. त्यावेळी ना नफा ना तोटा या तत्वाला धरून वेळ प्रसंगी तोटा सहन करण्याची तयारी हवी. त्यामुळे नुकसान सहन करून विक्री करावी लागते. त्यामुळे दिर्घकाळात नफा हे उद्दिष्टे साध्य करता येते.

### ७) विदेशी बाजारपेठेवर वर्चस्व :-

विदेशी बाजारपेठ ही स्पर्धेचीच बाजारपेठ असते. यात विविध देशातील निर्यातदारांचा यात संबंध असतो. यात पुढील स्पर्धेत टिकून रहाण्यासाठी व आपले वर्चस्व प्रस्थापित करण्यासाठी निर्यातदाराला योग्य किंमतीचे धोरण ठेवावे लागते.

### ८) उत्पादन क्षमतेचा पुरेपुर वापर :-

कोणत्याही उत्पादनासाठी स्थिर उत्पादन खर्च व बदलता उत्पादन खर्च महत्त्वाचे असतात. स्थिर उत्पादन खर्च हा एकाच वेळी त्याची किंमत ही स्थिर ठेवावी लागते. नंतर स्थिर खर्चाची क्षमता निश्चित होते. जेवढी क्षमता आहे तेवढे उत्पादन घेतले जात नाही कारण देशी बाजारपेठेत सर्वच्या सर्व वस्तूंना नेहमी मागणी नसते. पण तीच विक्री विदेशी बाजारपेठेत केल्यास मागणी वाढते. म्हणून उत्पादन क्षमतेचा पुरेपुर वापर करावा.

### ९) जास्तीत जास्त नफ्याचे प्रमाण वाढवणे :-

निर्यातदार उत्पादक मोठ्या प्रमाणात भांडवल गुंतवणूक करत असतो या भांडवलावर व्याज मिळावे यासाठी अपेक्षा असतात. त्याचप्रमाणे भांडवल गुंतवणूक करत असतांना जोखीमही तेवढीच सांभाळावी किंवा घ्यावी लागते. त्यातही नफ्याचे प्रमाण जास्तीत जास्त कसे वाढेल याचा विचार करावा लागतो.

अशा प्रकारे निर्यात किंमतीची उद्दिष्ट्ये आहेत.

### आपली प्रगती तपासा

१. निर्यात किंमत म्हणजे काय ?
२. निर्यात किंमतीवर प्रभाव टाकणारे घटक सांगा.

---



---



---



---



---

## ६.४ निर्यातीसाठीची प्रस्तावित किंमत (Export Price Quotations)

### प्रस्तावना :-

निर्यात व्यापारामध्ये किंमत निश्चितीची प्रक्रिया क्लिष्ट स्वरूपाची असते. प्रत्येक निर्यातदाराला वस्तूची किंमत, अटी, नियम ठरवावे लागतात. व ही सर्व माहिती या निवीदामध्ये समाविष्ट असतात. यामध्ये पुढील घटक

- १) निर्यातदार व आयातदार पक्ष

- २) निर्यात वस्तूचे वर्णन
- ३) निर्यात वस्तूची किंमत
- ४) किंमत देण्याच्या पद्धती
- ५) निर्यात किंमत पत्रकाची मूदत
- ६) लवाद किंवा मध्यस्थ
- ७) निवेदकांचा कालावधी
- ८) वस्तू पाठवायचे वेळ व ठिकाण

विदेशी बाजारपेठेसाठी किंमत पत्रक तयार करत असतांना पुढील घटक विचारात घेतले जातात.

- १) घटक खर्च
- २) वितरणावरील खर्च

- १) घटक खर्चात यांचा समावेश होतो :-
  - a) कारखान्यातील उत्पादन खर्च
  - b) आवरण खर्च
  - c) उत्पादन शुल्क
  - d) साठवणूकीवरील खर्च

- २) वितरणावरील खर्च :-
  - a) स्थानिक वाहतूक खर्च
  - b) बंदरावरील खर्च
  - c) जहाज वाहतूक खर्च
  - d) सागरी विमा
  - e) विदेशी बंदरावरील खर्च
  - f) विदेशातील आयात कर

#### ६.४.१ किंमत निवीदांचे प्रकार (Types of Export Quotations):

##### १) FOB Price Quotations:

FOB किंमत = उत्पादन खर्च + स्थानिक वाहतूक खर्च + जहाज भरणा खर्च + निर्यातदारांचा नफा - निर्यात उत्तेजने

##### २) C&F (Cost & Freight) :-

यामध्ये FOB किंमत + सागरी प्रवासाचे भाडे असते.

##### ३) CIF (Cost Insurance Freight) :-

FOB यामध्ये किंमत + सागरीप्रवासाचे भाडे + वस्तूचा विमा असतो.

#### ४) FOR किंमत (Free on Rail) :-

ज्यावेळी रेल्वेमध्ये माल चढवला जातो तेव्हा रेल्वे वॉगनमध्ये चढवणारा खर्चही यात समाविष्ट असतो. त्यानंतरचा खर्च आयातदाराला करावा लागतो. नेहमी व्यवहारात ही किंमत वापरली जात नाही तरी कमीत कमी वेळा वापरली जाते.

#### ५) Ex Factory Cost Price Quotation :-

यालाच कारखान्याबाहेरील खर्च असेही म्हणतात. या प्रकारच्या किंमत परिपत्रकात वस्तूच्या निर्मितीसाठी येणारा कारखान्यातील खर्च वस्तू निर्माण झाल्यानंतर बांधणी खर्च, गोदामधील खर्च इ. सर्व खर्चाचा समावेश होतो. त्यानंतरचा खर्च आयातदार ग्राहकाला करावा लागतो.

#### ६) FAS Price Quotation (free along side ship) :-

कारखान्यात वस्तू तयार झाल्यापासून ते बंदरापर्यंतचा येणारा खर्च यामध्ये समाविष्ट असतो. बंदरावर वस्तू पोहचल्यानंतर जहाजभरणा करणे, त्यानंतर ती वस्तू विदेशी बाजारपेठपर्यंत पोहोचण्याची जबाबदारी आयात व्यापाराची असते.

#### ७) सर्वसमावेशक किंमत निविदा :-

या प्रकारात निर्यात वस्तू आयातदाराच्या गोदामात पोहोचण्यापर्यंत सर्व खर्चाचा यात समावेश असतो म्हणजेच FOB, CIF, C&F, FOR जहाज भरणा खर्च, विदेशात माल उतरवून घेणारा खर्च, विदेशातील स्थानिक खर्च इ. येतात.

#### ६.४.२ निर्यात किंमत ठरवण्याचे धोरण :-

एका विशिष्ट वेळी बाजारपेठेत ग्राहकांकडून वस्तू आणि मोबदल्यात दिलेली पैशातील राशी म्हणजेच किंमत.

किंमत धोरण ठरवण्याचे तंत्र म्हणजेच स्वतःच्या उत्पादनाची किंमत व इतर स्पर्धकांच्या उत्पादनाची किंमत यातील संबंध विचारात घेणे होय.

निर्यात व्यवस्थापकाचे महत्त्वाचे कार्य हे निर्यात किंमत ठरवणे होय. जेव्हा किंमत ठरवली जाते तेव्हा ग्राहकांच्या हिताकडे दुर्लक्ष करून चालत नाही. ग्राहकांना जास्तीत जास्त समाधान मिळवून देणे हा त्यांचा हेतू असतो. त्यामुळे ही प्रक्रिया अतिशय क्लिष्ट व चिकीत्सक आहे.

किंमत निश्चित केली जात असतांना उत्पादन खर्च + नफा तसेच बाजार मागणीचा दोन दृष्टीकोनातून विचार ही केला जातो.

### ६.४.३ निर्यात किंमतीसाठी आवश्यक पायऱ्या :-

#### १) पहिली पायरी :-

यामध्ये उत्पादनासाठी येणारा एकूण खर्च काढावा लागतो व यात वितरणासाठी येणारा खर्च तर माल ग्राहकांपर्यंत पोहोचोपर्यंतचा खर्च यामध्ये करावा लागतो.

#### २) दुसरा टप्पा :-

विशिष्ट प्रकारच्या वेषटनासाठी येणारा खर्च, कागद पत्र छाननीसाठी येणारा खर्च ते बंदरापर्यंत वस्तू पोहोचण्याचा खर्च व बंदरापर्यंत माल हाताळणीचा खर्च यात समावेळ असतो व नंतर हा सर्व खर्च सरकारकडून मिळणाऱ्या अनुदानातून वजा केला जातो.

#### ३) तिसरा टप्पा :-

बाजारपेठेची विशिष्ट वस्तूची पहाणीकरून वस्तूची वैशिष्ट्ये व परदेशी बाजारपेठेतील वस्तूची किरकोळ बाजारातील विक्रीची किंमत माहित करून घेतली जाते.

#### ४) चौथा टप्पा :-

घाऊक व किरकोळ विक्रेत्याचा नफा नक्की केला जातो व परदेशी बाजारपेठेत वस्तूची किंमत ठरवावी लागते.

#### ५) पाचवा टप्पा :-

CIF परदेशात असणारे किंमत ठरवली जाते. (Cost, Insurance, Freight)

#### ६) सहावा टप्पा :-

यामध्ये सागरी वाहतूकीसाठी होणारा विमा खर्च जहाजभाडे खर्चाचा अंदाज घेतला जातो व हा खर्च वजा करून किंमत आकारली जाते.

#### ७) सातवा टप्पा :-

FOB किंमत ही खर्चापेक्षा जास्त पाहिजे.

#### ८) आठवा टप्पा :-

यामध्ये विक्री कमी ठेवून नफा कमवायचे की नफ्याचे प्रमाण कमी ठेवून जास्तीत जास्त विक्री करायची हे ठरवले जाते.

#### ९) नववा टप्पा :-

यात व्यवस्थापनाची उद्दिष्ट्ये साध्य करण्यासाठी FOB किंमत ठरवावी लागते.

**१०) दहावा टप्पा :-**

FOB किंमत बाजारपेठेच्या किंमतीपेक्षा जास्त असेल तर तोटा सहन करून विक्री थांबवावी लागते. त्यामुळे जास्तीचा तोटा सहन करण्याची क्षमता ठेवावी लागते.

**११) अकरावा टप्पा :-**

विविध गोष्टींचा यात निर्यातदाराला विचार करावा लागतो की वस्तू प्रथमच निर्यात करतो का? वस्तू परदेशी बाजारपेठेत पहिल्यांदाच जात आहे का? यात वस्तूची किती गरज आहे यांचा यात विचार केला जातो.

**१२) बारावा टप्पा :-**

या सर्वांना होकार असेल तर यांचा परिणामी कधीतरी तोटाही सहन करावा लागतो याची तयारी आहे का हे बघितले जाते.

**१३) तेरावा टप्पा :-**

वरील सर्वांचे उत्तर नकारात येत असेल तर परिणामी निर्यात थांबवण्याशिवाय काहीच पर्याय नसतो.

**६.४.४ किंमत ठरवण्याबाबतची धोरणे (Export Pricing Policies) :-**

- १) जेव्हा नवीन उत्पादित वस्तू बाजारपेठेत सादर केली जाते तेव्हा वस्तूची किंमत ही थोडी कमीच ठेवली पाहिजे.
- २) किंमत ठरवण्याचा सोपा उपाय म्हणजे उत्पादनासाठी होणारा सर्व खर्च मिळवून त्यात नफा म्हणून विशिष्ट रक्कम मिळवणे.
- ३) प्रथम उच्च किंमत व नंतर बाजारानुसार किंमत करणे.

अशा प्रकारे किंमत ठरवण्याचे मार्ग किंवा धोरणे आहेत.

---

**६.५ निर्यात सवलती**

---

निर्यात वस्तूचे निर्यात मूल्य जर स्पर्धक मूल्यापेक्षा कमी असेल तर त्या वस्तूला मोठ्या प्रमाणात मागणी रहाते. नफ्यांचे प्रमाण कमी न होता किंमत कमी ठेवल्यामुळे निर्यातकाची नुकसान भरपाई व्हावी म्हणून निर्यातदार विविध आर्थिक सवलती काढतात, त्या पुढीलप्रमाणे

**१) रोख मदत किंवा सहाय्य :-**

ठरावीक वस्तूच्या व्यापारात वस्तूची किंमत स्पर्धक वस्तूच्या तुलनेत अधिक असेल तर ही किंमत कमी करण्यासाठी सरकार निर्यातदाराला ठरावीक किंमत देते व त्यामुळे कमी किंमत ठेवून निर्यातकाला नफा मिळवता येतो. आंतरराष्ट्रीय व्यापारात FOB किंमत नेहमीच वापरली जाते.

## २) Excise कराची परती (उत्पादन कराची परती) :-

निर्यातकाला त्या कराचा विशिष्ट हिस्सा निर्यातीनंतर परत मिळतो, त्यालाच उत्पादन कराची परती म्हणतात. हे कर परत मिळवण्यासाठी AR.4A या नावाने form भरावे लागतात. त्यासोबत एक अर्ज कर अधिकाऱ्याकडे द्यावे लागते.

## ३) विक्रीकराची सवलत :-

वस्तूचे उत्पादन केल्यानंतर त्याची विक्री करतांना राज्य व केंद्र सरकार विक्री कर आकारते. त्यामुळे वस्तूची किंमत वाढते. बाहेरच्या देशात वस्तूची किंमत कमी रहावी म्हणून विशिष्ट निर्यात वस्तूना केंद्र व राज्य सराकर विक्री करातून वगळते.

## ४) आयात सवलत :-

निर्यात वस्तू उत्पादनासाठी काही अत्यावश्यक यंत्रसामग्री, कच्चा माल, यंत्राचे सुटे भाग, इ. आयातीवर सवलत दिली जाते.

## ५) Market Vikas Nidhi (MDF) Market Development :-

कमी व्याजदरात अर्थपुरवठा करणे, निर्यातदाराला कमी किंमतीत व्याज मिळवून देणे, विविध प्रकारचे करपरतीसाठी निर्यातकाला मदत करणे इ. कार्ये कडून केली जातात. जसजसे निर्यातीचे दर वाढत जातात तसतसे औद्योगिक विकासाचे प्रमाण वाढत जातात.

वरील सर्व मिळवण्यासाठी पुढील अटी आवश्यक असतात.

- I. जी वस्तू निर्यात करायची आहे ती भारतात तयार झाली पाहिजे.
- II. निर्यातदार हा नोंदणीकृत असला पाहिजे.

## आपली प्रगती तपासा

१. विदेशी बाजारपेठेसाठी किंमत पत्रक तयार करताना कोणते घटक विचारात घेतले जातात ते सांगा.
२. किंमत ठरवण्याबाबतची धोरणे सांगा.
३. निर्यात सवलतीचे महत्त्व सांगा.

---



---



---



---



---



---



## ६.६ निर्यात किंमत उदाहरणे (FOB)

FOB किंमत काढा.

कारखाना किंमत ४०,०००/-

वेष्टनाचा खर्च ६,०००/-

वाहतूक खर्च ४,०००/-

कर परतावा FOB किंमत च्या १०%

फायद्याची तरतूद किंमत FOB च्या १०%

FOB किंमत x मानू,

$$\begin{aligned} \text{FOB Cost} &= \text{कारखाना किंमत} + \text{वेष्टनाचा खर्च} + \text{वाहतूक खर्च} \\ &= ४०,००० + ६,००० + ४,००० \\ &= ५०,००० \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{नफा} &= \frac{१०}{१००} \times ५०,००० \\ &= ५,००० \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{FOB R} &= \text{FOB Cost} + \text{Profit} \\ &= ५०,००० + ५,००० \\ &= ५५,००० \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{करपरती} &= \frac{१०}{१००} \times X \\ &= ०.१ \end{aligned}$$

$$\text{FOB किंमत} + \text{मिळणाऱ्या सवलती} = \text{FOB R}$$

$$X + ०.१ X = ५५,०००$$

$$१.१ X = ५५,०००$$

$$\begin{aligned} X &= \frac{५५,०००}{१.१} \\ &= ५०,००० \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{करपरती} &= \frac{१०}{१००} \times ५०,००० \\ &= ५,००० \end{aligned}$$

$$\text{FOB किंमत} + \text{मिळणाऱ्या सवलती} = \text{FOB R}$$

$$५०,००० + ५,००० = ५५,०००$$

$$५५,००० = ५५,०००$$

ना नफा ना तोटा (No Profit, No Loss)

उदाहरणे :- १) FOB किंमत काढा.

कारखान्याबाहेरील खर्च ५०,०००/-

जहाजभरणा खर्च

- I. बांधणी खर्च १,०००/-
- II. स्वास्तिक वाहतूक २,०००/-  
रोख मदत २०% FOB किंमती च्या  
कर परतावा ५% FOB किंमती च्या  
अपेक्षित नफा ७,०००/-

२) FOB किंमत काढा.

कारखाना किंमत १०,०००/-

वेष्टनाचा खर्च १,५००/-

वाहतूक खर्च १,०००/-

कर परतावा FOB किंमती च्या १०%

(नफा) फायद्याची तरतूद FOB खर्चाच्या १०%

C & F x काढा.

१) पुढील माहितीच्या C & F आधारे किंमत काढा.

FOB किंमत २०,०००/-

वजन १५ मेट्रिक टन

परिमाण १२ क्युबा मी

भाडे तपशील वजनी – ४०० रु. मेट्रीक टन

परिमाण ३०० रु क्युबा मी

अधिक मोठे बॉक्स असतील तर २०% सरचार्ज

C & F x मानू,

वाहतूक भाडे  $१५ \times ४०० = ६,०००$

$$\begin{aligned} \text{सरचार्जर्स} &= \frac{२०}{१००} \times ६,००० \\ &= १,२०० \end{aligned}$$

वाहतूक भाडे + सरचार्जेस = एकूण भाडे

$$६,००० + १,२०० = ७,२०० \text{ _____ समी १)}$$

परिमाण भाडे  $१२ \times ३०० = ३६००$

$$\begin{aligned} \text{सरचार्जेस} &= \frac{२०}{१००} \times ३,६०० \\ &= ७२० \end{aligned}$$

$$३,६०० + ७२० = ४,३२० \text{ _____ समी २)}$$

C + F

$$२०,००० + ७,२०० = २७,२००$$

$$C + F = २७,२००$$

उदाहरणे १) पुढील माहितीच्या आधारे वाहतूक भाडे व खर्चभाडे काढा (C + F)

$$\text{FOB किंमत} = २५,०००/-$$

वजन २५ मेट्रिक टन

परिमाण २० क्युबा मिटर

भाडे तपशील वजनी ५०० रु. मॅट्रीक टन

परिमाण ७०० रु. क्युबा मी

मोठे बॉक्स म्हणून १५% सरचार्जेस

$$२) \text{ FOB किंमत} = १०,०००/-$$

वजन १० मेट्रीक टन

परिमाण १० क्युबा मि.

वाहतूक भाडे तपशील – वजनी ३०० रु टन

परिमाण ३०० रु क्युबा मी.

अधिक मोठे बॉक्स म्हणून २५% सरचार्जेस

CIF काढा.

$$१) \text{ FOB किंमत} १०,०००$$

भाडे ३,७५०

विमा हफ्ता १% विमा उतरविलेल्या रक्कमेच्या

विमा उतरवलेली रक्कम ११० CIF किंमती च्या

$$१) \text{ CIF किंमत} \times \text{मानू,}$$

$$२) \text{ विमा रक्कम} = \frac{११०}{१००} \times X = १.१X$$

$$३) \text{ विमा हफ्ता} = \frac{१}{१००} \times १.१X = ०.०११X$$

$$४) \text{ CIF} = \text{खर्च} + \text{भाडे} + \text{विमा}$$

$$X = ०.०११X = १०,००० + ३,७५० + ०.०११X$$

$$X - ०.०११X = १०,००० + ३,७५०$$

$$= ०.९८९X - १३७५०$$

$$X = \frac{१३७५०}{०.९८९}$$

$$X = १३९०२.९३२$$

$$५) \text{ विमा रक्कम} = \frac{११०}{१००} \times १३,९०२.९३२ = १५,२९३.२२५$$

$$६) \text{ विमा हफ्ता} = \frac{१}{१००} \times १५,२९३.२२५ = १५२.९३२$$

$$७) \text{ CIF} = \text{खर्च} + \text{भाडे} + \text{विमा हफ्ता}$$

$$१३,९०२.९३२ = १०,००० + ३,७५० + १५२.९३२$$

$$१३,९०२.९३२ = १३,९०२.९३२$$

No Profit No Loss

**उदाहरणे :-**

CIF काढा.

FOB किंमत २५,०००

भाडे ५,०००

विमा हफ्ता २% विमा उतरवलेल्या रक्कमेच्या

विमा उतरवलेली रक्कम ११०% CIF किंमती च्या

---

## ६.७ सारांश

---

- उच्च किंमती व कमी नफा यापैकी कमी किंमती व उच्च नफा हे तत्त्व निर्यात किंमत धोरण ठरवताना विचारात घेतले जाते.
- विदेशी बाजारपेठेसाठी किंमत पत्रक तयार करताना पुढील घटक विचारात घेतले जातात.  
(१) घटक खर्च (२) वितरणावरील खर्च

३. निर्यात किंमत धोरण ठरवण्याचे तंत्र म्हणजेच स्वतःच्या उत्पादनाची किंमत व इतर स्पर्धकांच्या उत्पादनाची किंमत यातील संबंध विचारात घेणे.
४. निर्यातवस्तूचे निर्यात मूल्य जर स्पर्धक मूल्यापेक्षा कमी असेल तर त्या वस्तूला मोठ्या प्रमाणात मागणी रहाते. नफ्याचे प्रमाण कमी न होता किंमत कमी ठेवल्यामुळे निर्यातकाची नुकसान भरपाई व्हावी म्हणून निर्यातदार विविध आर्थिक सवलती काढतात.

---

### ६.८ प्रश्न

---

१. निर्यात किंमत म्हणजे काय ते सांगून निर्यात किंमतीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा.
२. निर्यात किंमतीवर कोणत्या घटकांचा प्रभाव असतो ते स्पष्ट करा.
३. निर्यातीसाठी प्रस्थावित किंमत म्हणजे काय ते सांगून किंमत निवीदांचे प्रकार स्पष्ट करा.
४. निर्यात किंमत ठरविण्यासाठीचे आवश्यक टप्पे कोणते आहेत ते सांगा.
५. निर्यात सवलतींची माहिती द्या.



## प्रकरण ५

# निर्यात अर्थपुरवठा (Export Finance)

### घटक रचना:

- ७.० उद्दिष्टे
- ७.१ प्रास्ताविक
- ७.२ निर्यातदाराला अर्थपुरवठ्याची गरज
- ७.३ माल निर्यातीनंतरचे कर्ज
- ७.४ सवलती व प्रेरणा
- ७.५ सारांश
- ७.६ प्रश्न

---

### ७.० उद्दिष्टे

---

- ह्या घटकांचा अभ्यास केल्यानंतर
- निर्यात अर्थपुरवठा म्हणजे काय ? त्याची कारणे
- बांधणी कर्ज
- बांधणी कर्जाची कार्यपध्दत
- बांधणी कर्जाचे प्रकार
- मालनिर्यातीनंतरची कर्जे
- माल निर्यातीनंतरच्या कर्जाची कार्यपध्दत
- माल निर्यातीनंतर कर्जाचे प्रकार
- निर्यातीसाठी सवलती व प्रेरणा
- निर्यातवृध्दी मंडळ

---

### ७.१ प्रास्ताविक

---

निर्यात व्यापारामध्ये इतर व्यापाराप्रमाणे अर्थपुरवठा खूप महत्त्व आहे. ज्याप्रमाणे शरीरात रक्त महत्त्वाचे असते त्याचप्रमाणे व्यापारामध्ये अर्थ. निर्यात व्यापारामध्ये आजच्या या युगामध्ये मोठी स्पर्धा असल्याने जादा अर्थपुरवठ्याची आवश्यकता तीव्रतेने भासते. परकीय

चलनाच्या उपलब्धतेसाठी आणि औद्योगिक विकास साधण्यासाठी निर्यातवाढीची गरज असते. त्यामुळे निर्यातदारांना पुरेसे भांडवल उपलब्ध झाले तरच ते निर्यातवाढ करू शकतील. जागतिक बाजारपेठेत फक्त वस्तूंचा दर्जा, किंमती, विशिष्ट वेळीच मालाची पाठवणी करणे याबाबतीतच स्पर्धा असते असे नाही तर निर्यातदारांमध्येही परकीय ग्राहकांना मालाची किंमत देण्याच्या पध्दतीबाबतही स्पर्धा आहे. बाजारपेठाची माहिती मिळविणे, वाहतूक, विमा हप्ते, ग्राहकांकडून पैसे वसूल न होण्याची जोखीम, औद्योगिक जत्रा व प्रदर्शने यामध्ये सहभाग व वस्तूचे नाविन्य टिकविणे यासाठी अर्थाची गरज असते.

भारत सरकारने सुध्दा निर्यातीला विशेष महत्त्व दिले आहे. त्यासाठी भारत सरकार निर्यातदारांना सढळहस्ते अर्थपुरवठा कसा होईल याकडे लक्ष पुरवते.

## ७.२ निर्यातदाराला अर्थपुरवठ्याची गरज

पुढील कारणासाठी निर्यातदाराला अर्थपुरवठ्याची गरज भासते

- १) निर्यात वस्तूच्या उत्पादनासाठी कच्चा मालाची खरेदी.
- २) निर्यात वस्तूचे उत्पादन करणे.
- ३) निर्यात मालाची रक्कम प्राप्त होईपर्यंत कर्जाची उपलब्धता.
- ४) निर्यात सवलती निर्यातीनंतर मिळतात तोपर्यंत अर्थपुरवठा.
- ५) दीर्घकालीन अर्थपुरवठा.

निर्यातदाराला हा अर्थपुरवठा पुढील दोन टप्प्यांमध्ये करण्यात येतो.

- अ) बांधणी कर्ज / निर्यातपूर्व कर्जपुरवठा (ईम्ब्रूभूर)
- ब) माल निर्यातीनंतरचे कर्ज (इट्टू पज्जसहूभूर)

### ७.२.१ बांधणी कर्ज (ईम्ब्रूभूर) :

बांधणी कर्जाला “माल पाठवण्यापूर्वी कर्ज” असेही म्हणतात. निर्यातमाल रवाना होण्यापूर्वीच्या काळात बँकाकडून अर्थसहाय्य दिले जाते त्यास बांधणी कर्ज असे म्हणतात.

रिझर्व्ह बँकेने बांधणी कर्जाची व्याख्या पुढीलप्रमाणे केली आहे. “निर्यातदाराला निर्यात वस्तूच्या उत्पादनासाठी कच्चा मालाच्या खरेदीसाठी बँकेने केलेला अर्थपुरवठा म्हणजे बांधणी कर्ज होय.”

या व्याख्येवरून निर्यात मालाच्या कच्च्या मालाची खरेदी करणे, त्यावर प्रक्रिया करणे, उत्पादन, बांधणी, बंदरापर्यंत माल पाठवणे इ. कारणांसाठी बँकेकडून कर्जपुरवठा होतो. हा कर्जपुरवठा खेळत्या भांडवलाची गरज निर्माण झाल्याने होतो. याचा अर्थ हा कर्जपुरवठा अल्पकालावधीसाठी असतो.

### ७.२.२ बांधणी कर्जाची कार्यपध्दत :

निर्यातदाराला बांधणी कर्ज मिळविण्यासाठी पुढील कार्यपध्दतीतून जावे लागते.

#### १) बँकेकडे अर्ज करणे :

निर्यातदाराने त्याच्या बँकेकडे बँकेच्या विहित नमुन्यात बांधणी कर्जासाठी अर्ज केला पाहिजे. अर्जासोबत निर्यातवस्तूच्या पुराव्यासाठी काही कागदपत्रे, जोडावी लागतात. उदा. निर्यात व्यापारासंबंधी करार, आयातदाराकडून मिळालेले पतपत्र इत्यादी.

#### २) अर्जाची छाननी –

निर्यातदाराने बँकेकडे अर्ज सादर केल्यानंतर बँक अर्जाची छाननी करते आणि सर्व आवश्यक कागदपत्रे जोडली आहेत का तसेच निर्यातदाराची पत पतपत्रावरून ठरवते व कर्जाचा निर्णय घेते.

#### ३) कर्जाची रक्कम :

अर्जाची छाननी झाल्यावर अर्ज सर्व नियमांना अनुसरून असल्यास बँक (इं) किंमत, पतपत्र किंवा मालाची बाजारातील किंमत यापैकी कमी असणाऱ्या रक्कमेइतकी कर्ज मंजूर करते.

#### ४) कर्जठराव व कर्जवाटप :

कर्ज मंजूर केल्यानंतर कर्जाचे वाटप करण्यापूर्वी बँक अधिकारी निर्यातदाराबरोबर कर्जाचा ठराव करून घेतात आणि नंतरच कर्जाचे वाटप हप्त्याहप्त्याने करतात.

#### ५) कर्जावर नियंत्रण :

दिलेले कर्ज निर्यातदार निर्यातपूर्व कार्यासाठीच करतो आहे किंवा नाही यावर नियंत्रण ठेवावे लागते अन्यथा निर्यातदार शिक्षेला पात्र ठरतो.

#### ६) परतफेड :

निर्यातदाराला निर्यातीचे पैसे किंवा सरकारकडून सवलतीचे पैसे मिळाल्यानंतर त्वरित कर्जाची परतफेड करावी लागते. हे कर्ज अल्पकालावधीसाठी असते.

### ७.२.३ बांधणी कर्जाचे प्रकार :

#### १) रोख बांधणी कर्ज :

निर्यात करण्यात येणाऱ्या वस्तूसाठी हा कर्जपुरवठा केला जातो. या प्रकारात निर्यातदाराला काहीही ताण न घेता कर्ज दिले जाते. माल खरेदी केल्यानंतर तो तारण ठेवावा अशी बँकेची अपेक्षा असते.



**२) गहाण कर्ज :**

गहाण कर्ज घेण्यासाठी निर्यातदाराला मालाचा ताबा बँकेकडे गहाण ठेवावा लागतो व कर्ज घ्यावे लागते हे कर्ज कच्चा मालावर प्रक्रिया करण्यासाठी दिले जाते.

**३) तारण कर्ज :**

यामध्ये निर्यातदाराला निर्यातयोग्य माल बँकेच्या गोदामामध्ये तारण म्हणून ठेवल्यानंतर हे कर्ज मिळते. निर्यातीचे पैसे मिळाल्यानंतर त्यातूनच या कर्जाची वसूली केली जाते.

**४) बँक टू बँक पतपत्रावर कर्ज :**

जेव्हा निर्यातदार निर्यात वस्तूच्या उत्पादनासाठी अन्य उत्पादकाकडून किंवा व्यापाऱ्याकडून कच्चा माल किंवा वस्तू खरेदी करतो तेव्हा अर्थातच निर्यातदाराला काही रक्कम गुंतवावी लागते. जेव्हा रक्कम गुंतवणे शक्य नसेल तेव्हा निर्यातदार त्याला आयातदाराकडून जे पतपत्र मिळालेले असते त्याच्या आधारे त्याच्या बँकेस संबंधित व्यापाऱ्याच्या नावाने पतपत्र काढण्यासाठी विनंती करतो. पतपत्राचा आधारे पतपत्र काढले जाते म्हणून या प्रकारास बँक टू बँक पतपत्र म्हणतात. या पतपत्राच्या आधारावर निर्यातदाराला कर्ज मिळू शकते. आणि आयातदाराकडून जेव्हा पतपत्राची रक्कम बँकेकडून येते तेव्हा बँक प्रथम संबंधित व्यापाराची रक्कम आगोदर देऊन बाकी रक्कम निर्यातदाराला दिली जाते.

**५) रेड क्लॉज पतपत्रावर कर्ज :**

या प्रकारात बँक, निर्यातदारास कच्चा माल खरेदी, उत्पादन प्रक्रिया या कारणांसाठी आगाऊ रक्कम देण्याचा अधिकार असतो. जेवढी रक्कम दिली असेल तो उल्लेख किंवा शेरा पतपत्रावर लिहीलेला असतो.

**६) करपरताव्यावरील कर्ज :**

काही वेळा निर्यात करण्यासाठी कच्चा मालाची, यंत्रसामुग्रीचे भाग, बांधणी साहित्य इत्यादीची आयात निर्यातदाराला आयात कर भरून करावी लागते. हा आयात कर त्या वस्तूची निर्यात केल्यानंतर निर्यातदाराला परत मिळतो. या परत मिळणाऱ्या करपरताव्यावरसुद्धा निर्यातदाराला कर्ज मिळते.

**७) निर्यातगृहामार्फत कर्ज :**

निर्यातदाराला त्याने विनाहरकत प्रमाणपत्र आणल्यास निर्यातदारास बँकेकडून त्या प्रमाणपत्रावर कर्ज मिळते.

### आपली प्रगती तपासा

१. निर्यात व्यापार म्हणजे काय ?
२. निर्यातदाराला अर्थपुरवठ्याची गरज का भासते ?
३. निर्यातदाराला अर्थपुरवठा कोणत्या दोन टप्प्यांमध्ये करता येतो ?
४. बांधणी कर्ज म्हणजे काय ?

---

### ७.३ माल निर्यातीनंतरचे कर्ज (Post shipment credit)

---

निर्यात माल जहाजाने पाठवला म्हणजेच निर्यात माल देशाबाहेर गेला की, या प्रकारचा कर्जपुरवठा केला जातो. निर्यातमाल निर्यात केल्याबरोबर त्याची संपूर्ण किंमत मिळत नाही. ही किंमत मिळण्यासाठी काही कार्यपध्दती पूर्ण करणे आवश्यक असते. यासाठी काही कालावधीची गरज असते. या दरम्यान मिळणारा कर्जपुरवठा म्हणजे निर्यातीनंतरचा कर्जपुरवठा होय.

रिझर्व्ह बँकेने या कर्जाची व्याख्या पुढीलप्रमाणे केली आहे.

“ निर्यातदाराला त्याच्या बँकेकडून निर्यात वस्तू देशाच्या बाहेर पाठवल्यानंतर पाठविलेल्या वस्तूची संपूर्ण रक्कम मिळेपर्यंत जो कर्जपुरवठा केला जातो त्यास माल निर्यातीनंतरचे कर्ज असे म्हणतात.

निर्यात वस्तू पाठवल्यानंतर निर्यातदार आयातदाराच्या नावे हुंडी काढतो. रक्कम मिळेपर्यंत किंवा भारत सरकारकडून सवलतीची रक्कम मिळेपर्यंत निर्यातदाराला कर्जाची आवश्यकता असते. म्हणजेच पुढील कारणांसाठी या कर्जाची गरज असते.

- १) माल निर्यात केल्यानंतर मालाचे पैसे मिळेपर्यंतच्या कालावधीसाठी कर्जाची गरज.
- २) जहाजभाडे व सागरीभाडे देण्यासाठी
- ३) ण्ड किंमतीप्रमाणे निर्यातकेल्यास विम्याचे पैसे देण्यासाठी
- ४) इ.सी.जी.सी कडून घेतलेल्या विम्याचे हप्ते भरण्यासाठी
- ५) आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शने व व्यापारी जत्रा भरवण्यासाठी
- ६) जाहीरात व प्रसिध्दीसाठी
- ७) विक्रियत्तर सेवा देण्यासाठी
- ८) परदेशी एजंटचे कमीशन देण्यासाठी
- ९) बंदरावरील खर्च व इतर कर देण्यासाठी

### ७.३.१ मालनिर्यातीनंतरच्या कर्जाची कार्यपध्दत :

#### १) बँकेकडे अर्ज करणे :

निर्यातदाराला त्याच्या बँकेकडे बँकेच्या विहित नमुन्यात माल निर्यातीनंतरच्या कर्जासाठी अर्ज केला पाहिजे. तसेच या अर्जाबरोबर जहाजाविषयक कागदपत्रे व बँकेला हवी असणारी इतर कागदपत्रे जोडणे आवश्यक असते.

#### २) अर्जाची छाननी :

निर्यातदाराने बँकेकडे अर्ज केल्यानंतर बँक अर्जाची व सर्व कागदपत्रांची छाननी करणे आणि निर्यात माल व निर्यातदाराची पत पाहून कर्जाचा निर्णय घेते.

#### ३) कर्ज मंजूर करणे :

अर्जाची छाननी झाल्यानंतर बँकेच्या नियमाप्रमाणे अर्ज असेल तर बँक कर्ज करते. हे कर्ज अल्पमुदतीसाठी सवलतीच्या व्याजदराने मंजूर करते.

#### ४) कर्जाचा ठराव :

कर्ज मंजूर झाल्यानंतर बँक औपचारिकता म्हणून निर्यात-दाराकडून कर्ज ठराव करून घेते.

#### ५) कर्जवाटप :

कर्जाचा ठराव झाल्यानंतर कर्ज एकरक्कमी मंजूर केले जाते व कर्जवाटप हप्त्याने केले जाते.

#### ६) कर्जावर नियंत्रण :

निर्यातदाराने या कर्जाचा वापर निर्यातीसाठीच करावा यासाठी बँक निर्यातदारावर लक्ष ठेवते.

#### ७) परतफेड :

निर्यातीचे व सरकारकडचे सवलतीचे पैसे मिळाल्यानंतर त्वरित निर्यातदाराला कर्जाचे पैसे बँकेला द्यावे लागतात.

### ७.३.२ मालनिर्यातीनंतरच्या कर्जाच्या पध्दती / प्रकार :

#### १) पतपत्राच्या तारणावर निर्यात हुंडी वटवणे :

आयातदाराकडून निर्यातदाराला जे पतपत्र मिळते त्या पतपत्राच्या तारणावर निर्यातदार बँकेकडून हुंडी मंजूर करून घेतो.

#### २) मालाच्या तारणावर कर्ज :

निर्यात व्यापारामध्ये निर्यातदार परदेशी एजंटस्ना माल विक्रीसाठी पाठवतात. या परिस्थितीत माल पाठवण्याची योग्य ती कागदपत्रे बँकेला सादर केल्यास बँक निर्यातदाराला कर्ज देते.

### ३) करपताव्यावर कर्ज :

उत्पादनासाठी लागणारा कच्चा माल किंवा इतर वस्तूंची आयात करताना निर्यातदाराला प्रथम कर भरावा लागतो. नंतर तो कर प्रत्यक्ष निर्यातीनंतर परत मिळतो. या परत मिळणाऱ्या करपरताव्यावर निर्यातदाराला कर्ज मिळते.

### ४) संभाव्य निर्यातीवर कर्जपुरवठा :

परदेशी ग्राहक भारतात आल्यास त्यांना केलेली विक्री, अशा प्रकारच्या विक्रीसाठी कर्जपुरवठा बँकेकडून केला जातो. खास परदेशी ग्राहकांसाठी विक्री किंवा पुरवठा करणे यास संभाव्य निर्यात असे म्हणतात.

### ५) अडवून ठेवलेल्या पैशावर कर्ज :

आयातदार काही भांडवली वस्तू किंवा प्रकल्प निर्यातीमध्ये निर्यातदाराला पूर्ण रक्कम देत नाही काही रक्कम तो स्वतःकडे राखून ठेवतो, कारण भांडवली वस्तू व प्रकल्पाचा कालावधी जास्त असतो. या राखून ठेवलेल्या पैशावर सुध्दा बँक कर्ज देते.

## ७.४ सवलती व प्रेरणा (रूम गहमहूनेद ज्दी)

भारताचा आर्थिक विकास साध्य करावयाचा असेल तर निर्यातवादीशिवाय दुसरा पर्याय नाही. भारत सरकारने जास्तीत जास्त निर्यात व्हावी म्हणून निर्यातीचे क्षेत्र विकसित केले. निर्यातवाढ व्हावी यासाठी निर्यातदाराला उत्तेजन देणे आवश्यक असते. भारतात वस्तूंच्या उत्पादनाचा खर्च जास्त असल्याने निर्यातदाराला वस्तूंच्या गुणवत्तेवर जास्त लढा देत येत नाही. परंतु आजच्या या आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील स्पर्धेत टिकून रहायचे असेल तर निर्यात वस्तूची किंमत व गुणवत्ता या दोन्ही गोष्टींवर लक्ष केंद्रित केले पाहिजे. आंतरराष्ट्रीय व्यापाराची माहिती, तसेच त्यातील घडामोडी याचीही माहिती असणे आवश्यक आहे. निर्यातवादीसाठी भारतीय निर्यातदारांना अनेक सवलती व प्रेरणा दिल्या जातात.

### सवलती व प्रेरणा

#### १) अर्थसहाय्य :

निर्यातदाराला अनेक कारणांसाठी अर्थसहाय्याची गरज असते. उदा. कच्चा मालाची खरेदी, त्यावर प्रक्रिया इ. काही वेळा निर्यातीनंतर मिळणाऱ्या सवलती मिळेपर्यंत सुध्दा अल्पमुदतीच्या कर्जाची आवश्यकता असते. निर्यात वस्तूंच्या उत्पादनासाठी व्यापारी बँका, स्टेट बँका, औद्योगिक विकास बँक, रिझर्व्ह बँक यांच्याकडून कर्जपुरवठा करण्यात येतो. तसेच इ.सी.जी.सी. कडूनही कर्जपुरवठ्याच्या बाबतीत हमी स्वीकारली जाते. म्हणजेच निर्यातदाराला निर्यातपूर्व कर्जपुरवठा, निर्यातीतोर कर्जपुरवठा, सवलतीच्या व्याजदराने कर्जपुरवठा करून अर्थसहाय्य केले जाते.

#### २) वाहतूक सुविधा :

निर्यातीमध्ये निर्यातवस्तूंच्या वाहतूकीला अग्रक्रम दिला जातो. बंदर किंवा विमानतळापर्यंत रेल्वेने निर्यातवस्तूची वाहतूक केल्यास वाहतूक भाड्याच्या ५०% पर्यंत सवलती मिळतात. निर्यात वाहतूक ही मोठ्या प्रमाणात जहाजाने केली जाते. कारण अवजड वस्तू

विमानाने पाठवणे शक्य नसते. निर्यातदारांना तत्पर सेवा, वाहतूक दर योग्य ठेवणे आणि कार्यक्षम सेवा पुरवठ्याच्या सुविधा दिल्या जातात. नाशवंत वस्तूंची वाहतूक उदा. औषधे, फळे, फुले आणि भाज्यांची विमानाने केली जाते. विमान वाहतूक भाड्यातही निर्यातदारांना सवलत दिली जाते.

### ३) बाजारपेठ संशोधन प्रशिक्षण :

निर्यातदाराला आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेची माहिती असणे आवश्यक असते. निर्यातदाराला आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत आपल्या मालाचा जास्तीत जास्त मागणी कशी प्राप्त करता येईल यासाठी सतत सतर्क व प्रयत्नशील रहावे लागते. भारतामध्ये काही संस्थाकडून अशाप्रकारे बाजारपेठ संशोधनाचे प्रशिक्षण दिले जाते. तसेच याद्वारे करपध्दती, स्पर्धक वस्तू, आयातविषयक फायदे, बाजारपेठांच्या बाबत माहिती मिळवता येते.

### ४) संस्थापक प्रमाणबद्ध सुविधा :

भारतात निर्यातवाढ व्हावी म्हणून भारत सरकारने विविध संस्था व एजन्सी सुरु केल्या आहेत. भारतीय विदेशी व्यापार संस्था प्रशिक्षणाची सुविधा देते. भारतीय बांधणी संस्था बांधणीविषयी माहिती देते. निर्यात वृद्धी मंडळ निर्यात वाढीसाठी प्रयत्न करते. वाद मंडळ आयातदार व निर्यातदार यांच्यातील वाद सोडवते आणि तसेच निर्यात तपासणी मंडळ वस्तूंचा दर्जा व गुणवत्ता यावर लक्ष्य ठेवते.

### ५) विपणन विकास निधीकडून मदत :

विदेशी कार्यालय, अभ्यास दौरे, आंतरराष्ट्रीय प्रवास खर्च, प्रदर्शने, नमुना पाठवणे, संशोधन व विकास, चर्चासत्रे, जाहीरात इत्यादी बाबतीत मदत देण्यासाठी १९६३-६४ मध्ये “विपणन विकास निधीची स्थापना करण्यात आली. या निधीतून वरील सर्व कारणांसाठी भरघोस मदत दिली जाते.

### ६) करपरती :

निर्यात वस्तू उत्पादनात अनेक प्रकारचे कर भरावे लागतात. वस्तूच्या वास्तव किंमतीपेक्षा निर्यात किंमत कमी व्हावी म्हणून वस्तू उत्पादनावर जे कर लादले जातात त्यापैकी काही कर कमी करणे आवश्यक असते. भारत सरकारने यासाठी करपरती योजना सुरु केली. कच्चा मालाची आयात व बांधणी सामग्रीची आयात करताना भरलेली जकातीची रक्कम ती वस्तू निर्यात केल्यानंतर परत मिळते म्हणजेच करपरती होत. करपरती ही एफ ओ. बी. किंमतीच्या काही टक्के किंवा निव्वळ रक्कम दिलेली असते.

### ७) अबकारी करात सवलत :

निर्यात मालावर केंद्रीय अबकारी करात सरकारकडून सवलत मिळते ही सवलत निर्यातदाराला दोन प्रकारे मिळते.

- अ) **सवलती अंतर्गत निर्यात** : यामध्ये निर्यातदाराला सुरुवातीला कर भरावा लागतो व नंतर तो परत मिळतो.
- ब) **बॉन्ड अंतर्गत निर्यात** : या प्रकारामध्ये निर्यातदाराला अबकारी कर भरावाच लागते नाही. पण निर्यातदाराला अबकारी कर अधिकाऱ्याकडे बॉन्ड तयार करून द्यावा लागतो.

**८) प्राप्तीकर सवलत :**

भारतीय आयकर कायद्यानुसार निर्यातीपासून मिळणाऱ्या उत्पन्नावर निर्यातदाराला सवलत मिळते. निर्यातीपासून मिळणाऱ्या उत्पन्नावर २००३-२००४ पासून ६०% सवलत देण्यात आली.

**९) कच्चा माल उपलब्धता :**

भारतातील लघुउद्योजक आणि मोठ्या उद्योजकांना कच्चा माल योग्य वेळी, योग्य दरात व चांगल्या दर्जाचा उपलब्ध होईल याकडे शासन लक्ष पुरवते. यासाठी “औद्योगिक कच्चा माल सहाय्य केंद्र” (१९७७) या योजनेद्वारे कच्चा माल पुरवण्यासाठी सहाय्य केले जाते.

**१०) आयात परवाना :**

निर्यात वस्तूच्या उत्पादनासाठी कच्चा माल, यंत्रसामुग्री इत्यादीबाबत आयात करणे आवश्यक असते. निर्यातीसाठी आयात व आयातीमधून निर्यात असे हे तंत्र आहे. यासाठी आयात परवाना सहज व सुलभ पध्दतीने मिळतो.

**११) विदेशी चलन उपलब्धता :**

निर्यातवाढीसाठी परदेशामध्ये विदेशी कार्यालय सुरु करणे आवश्यक असते, त्या देशात जाहीरात करणे आवश्यक असते, तसेच आदेश मिळवण्यासाठी इतर देशात जाणे आवश्यक असते. या कारणांसाठी निर्यातदाराला आवश्यक खर्चासाठी विदेशी चलन उपलब्ध करून दिले जाते. संशोधनासाठी सुध्दा विदेशी चलनाची आवश्यकता असते. निर्यात वस्तू मंडळे ही निर्यात वृद्धी मंडळाप्रमाणेच कार्य करत असतात. यामध्ये फरक फक्त असा आहे की निर्यात वस्तू मंडळे ही पारंपारिक वस्तूंच्या निर्यातीबाबत काळजी घेतात.

नऊ वस्तूसाठी नऊ वस्तूमंडळे पुढीलप्रमाणे आहेत.

- १) कॉफी बोर्ड
- २) चहा बोर्ड
- ३) रबर बोर्ड
- ४) रेशीम बोर्ड
- ५) वेलची बोर्ड
- ६) काथ्या बोर्ड
- ७) तंबाखू बोर्ड
- ८) हातमाग बोर्ड
- ९) हस्तव्यवसाय बोर्ड

वरील सर्व मंडळे त्या त्या वस्तूंच्या बाबतीत उत्पादनाबाबत संशोधन करणे, जाहीरात प्रदर्शन व कार्यपध्दत इ. बाबतीत मार्गदर्शन करते.

### निर्यात वृद्धी मंडळ (Export promotion council)

सध्या भारतात जवळ जवळ २० निर्यातवर्धन मंडळे आहेत. कंपनी कायदा १९५६ नुसार त्यांची ना नफा ना तोटा या तत्वावर नोंद झाली आहे. निर्यातवाढीसाठी वस्तूप्रमाणे प्रयत्न झाले. निर्यात वस्तूनुसार स्वतंत्र मंडळांची निर्मिती करण्यात आली.

#### आपली प्रगती तपासा

१. मालनिर्यातीनंतरचे कर्ज म्हणजे काय ?
२. मालनिर्यातीनंतरचा कर्जाच्या कोणत्या पध्दती आहेत ?
३. निर्यात वृद्धी मंडळाचे प्रमुख कार्य कोणते ?

---



---



---



---



---

### ७.५ सारांश

१. बाजारपेठांची माहिती मिळविणे, वाहतूक, वीमा हाप्ते, ग्राहकांकडून पैसे वसूल न होण्याची जोखीम, औद्योगिक जत्रा व प्रदर्शने यामध्ये सहभाग व वस्तूचे नाविन्य टिकवणे यासाठी निर्यातदाराला अर्थाची गरज असते.
२. निर्यातदाराला अर्थपुरवठा दोन टप्प्यांमध्ये करण्यात येतो.  
(१) बांधणी कर्ज / निर्यातपूर्व कर्जपुरवठा (२) माल निर्यातीनंतरचे कर्ज
३. रिझर्व्ह बँकेने बांधणी कर्जाची व्याख्या पुढीलप्रमाणे केली आहे. "निर्यातदाराला निर्यात वस्तूच्या उत्पादनासाठी कच्च्या मालाच्या खरेदीसाठी बँकेने केलेला अर्थपुरवठा म्हणजे बांधणी कर्ज होय.॥
४. बांधणी कर्जपुरवठा अल्पकालाबंधीसाठी असतो. बांधणी कर्जाचे विविध प्रकार आहेत.
५. रिझर्व्ह बँकेच्या व्याख्येनुसार, "निर्यातदाराला त्याच्या बँकेकडून निर्यात वस्तू देशाच्या बाहेर पाठवल्यानंतर पाठविलेल्या वस्तूची संपूर्ण रक्कम मिळेपर्यंत जो कर्जपुरवठा केला जातो त्यास माल निर्यातीनंतरचे कर्ज असे म्हणतात. ॥
६. निर्यात वाढीसाठी भारतीय निर्यातदारांना अनेक सवलती व प्रेरणा दिल्या जातात. तसेच निर्यातवाढीसाठी जवळजवळ २० निर्यातवर्धन मंडळाची स्थापना झाली.

---

**७.६ प्रश्न**

---

१. बांधणी कर्ज म्हणजे काय ते सांगून त्याची कार्यपध्दती स्पष्ट करा.
२. मालनिर्यातीनंतरचे कर्ज म्हणजे काय ते सांगून त्याची कार्यपध्दती स्पष्ट करा.
३. निर्यातवाढीसाठी भारतीय निर्यातदाराला कोणत्या सवलती व प्रेरणा दिल्या जातात ते सांगा.







## निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था (मंडळ)-भाग १

### Agencies for Export promotion

#### घटक रचना:

- ८.० उद्दिष्टे
- ८.१ प्रास्ताविक
- ८.२ निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्थांची वैशिष्ट्ये
- ८.३ भारतातील निर्यातवृद्धी संस्था
- ८.४ निर्यात वृद्धीमंडळ
- ८.५ निर्यात वस्तू मंडळ
- ८.६ निर्यात प्रकिया विभाग/क्षेत्र आणि मुक्त व्यापार क्षेत्र
- ८.७ प्रश्न

---

#### ८.० उद्दिष्टे

---

ह्या घटकांमध्ये

- निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था कोणत्या आहेत हे आपणास समजेल.
- निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्थांची वैशिष्ट्ये समजावून घेता येतील.
- भारतीय निर्यात वृद्धी संस्था या मध्ये भारतामध्ये अनेक निर्यातवृद्धी संस्था आहेत त्यांचा सविस्तर अभ्यास करता येईल.
- निर्यात वृद्धी मंडळ
- निर्यात वृद्धी मंडळाची सद्य स्थिती समजावून घेता येईल.
- निर्यात वृद्धी मंडळाची कार्ये
- निर्यात वृद्धी मंडळाकडून कोणत्या सेवा सुविधा पुरविल्या जातात त्यांचा सविस्तर चर्चा करता येईल.
- निर्यात वस्तू मंडळाची स्थापना
- निर्यात वस्तू मंडळाची कार्ये समजावून घेता येईल.
- निर्यात वस्तू मंडळाकडून पुरविल्या जाणाऱ्या सेवा.

- निर्यात प्रकिया क्षेत्र आणि मुक्त व्यापार क्षेत्र.
- निर्यात प्रकिया क्षेत्र आणि मुक्त व्यापार क्षेत्राकडून पुरविल्या जाणाऱ्या सेवा/सुविधा/फायदे.

---

## ८.१ प्रास्ताविक

---

निर्यात वृद्धीचे महत्त्व भारतीय सरकार आणि व्यवसाय संस्थांच्या सर्व स्तरावर समजले आहे. भारत सरकार निर्यात वृद्धीसाठी अनेक उपाय योजना करत आहे. त्यामध्ये निर्यात धोरणांमध्ये वेळोवेळी बदल करत आहे. नवीन नवीन योजना आखत आहे. त्यासाठी विविध संघटना स्थापन करत आहे. त्या संस्था भारतातील निर्यात वाढविण्यासाठी प्रयत्न करत आहे. काही संस्था ह्या अनेक वर्षांपासून निर्यात वाढविण्यासाठी प्रयत्न करत आहे. अनेक संस्था ह्या निर्यातदारांना अर्थपुरवठा व सुविधा पुरवत आहेत. निर्यात-आयात बँका EXIM Bank, राज्य वित्तिय महामंडळे SFC'S, राज्य औद्योगिक विकास महामंडळ SIDC'S, राज्य औद्योगिक गुंतवणूक महामंडळे SITC'S, भारतीय पत्र हमी महामंडळ मर्यादित Export Credit Guarantee Corporation of India Ltd., ECGC, MMTTC, इत्यादीचे मोलाचे सहकार्य आहे. प्रत्येक संस्थेची उद्दिष्टे, कार्ये वेगवेगळी आहेत. त्याची वैशिष्ट्ये देखिल वेगवेगळी आहेत. या प्रकरणामध्ये आपल्याला त्यांच्या कार्याचा व भूमिकेचा अभ्यास करायचा आहे.

---

## ८.२ निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्थांची वैशिष्ट्ये Features of Export Promotion Agencies/organization

---

- १) सेवा पुरविणाऱ्या संघटना **Bascially service organizations:** निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था ह्या मोठ्या प्रमाणात निर्यात व्यापाराला सेवा पुरविण्यासाठी स्थापन झालेल्या आहेत. त्या निर्यात व्यापाराच्या कार्यासाठी मदत करतात.
- २) सकारात्मक प्रतिमा तयार केली जाते **Create favourable image:** निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था (Agencies) निर्यातीबाबत जनजागृती करतात, व भारतीय संभाव्य निर्यात दारांना त्याप्रकारचे सहकार्य करतात व भारतीय निर्यातदारांचा सकारात्मक प्रकिया तयार करण्याचे काम या संस्था करतात.
- ३) सहज सेवा उपलब्ध करून देतात **Easy availability of services:** निर्यातदारांना सर्व सेवा सहज उपलब्ध करून देण्याच्या उद्देशानेच या संस्था स्थापन झालेल्या आहेत. आर्थिकदृष्ट्या मदत देखिल त्या करतात. सर्व भारतीय निर्यातदारांना, आर्थिक सहकार्य, निर्यात व्यापाराबाबत सहकार्य करण्याचे काम यांच्याकडून केले जाते. निर्यातदारांचा जास्तीत जास्त फायदा कसा होईल याकडे त्यांचे लक्ष असते.
- ४) सेवेमधील अडचणी दूर केल्या जातात **Government initiative in formation:** सरकारकडून अशा संस्थाना आर्थिक मदत करतात. भारतीय निर्यातदारांना सढळ मदत

मिळविण्यासाठी त्याच्याकडून प्रयत्न केले जातात. त्याचप्रमाणे विदेशी ग्राहकांना देखिल सहकार्य करतात.

५) बिगर वित्तीय सेवा पुरविणे **Provide non financial services:** या संस्थाकडून आर्थिक तसेच बिगर आर्थिक मदत देखिल पुरविले जाते. त्यामध्ये निर्यातदारांना विविध सुविधा पुरविल्या जातात. त्यांना लायसन्स मिळवून देणे, बँकेकडून कर्ज पुरवठा होण्यासाठी सहकार्य करणे. इतर कागदपत्रे तयार करण्यासाठी सहकार्य करणे.

६) सरकारची मान्यता – **Government recognition:** निर्यातदारांना सरकारकडून मान्यता मिळविण्यासाठी मदत करणे. अनेक निर्यातदारांना त्याच्याकडून याबाबत सहकार्य मिळत असते.

७) विदेशी व्यापार संघटनेपेक्षा वेगळे **Different from foreign trade**

**organization :** निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संघटना या निर्यात विपणन करणाऱ्या संघटनापेक्षा वेगळ्या आहेत. उदा. निर्यात व्यापारांला मदत करणाऱ्या संस्था या STCपेक्षा वेगळ्या आहेत.

---

### ८.३ भारतातील निर्यातवृद्धी संस्था

---

भारतामध्ये खालील निर्यातवृद्धी संस्था भारतात कार्यरत आहेत

- 1) Export promotion councils EPC'S
- 2) Commodity Boards (CB'S)
- 3) The Marine Products Export Development Authority (MPEDA)
- 4) Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA)
- 5) Federation of India Export Organisation (FIEO)
- 6) Indian Institute of Foreign Trade (IIFT)
- 7) Indian Council of Arbitration (ICA)
- 8) Indian Institute of Packaging (IIP)
- 9) Free Trade Zones (FTZ'S) and Export Processing Zones (FIZ/EPZ'S)
- 10) Special Economic Zones (SEZ'S)
- 11) Techno parks
- 12) M. Visvesvaraya Industrial Research and Development Center (MVIRDS)
- 13) Chambers of Commerce
- 14) Indian Trade Promotion Organization (ITPO)

## ८.४ निर्यात वृद्धी मंडळ EXPORT PROMOTION COUNCILS (EPC'S)

या संस्था कापड, जूट, जेम्स ज्वेलरी यासारख्या वस्तू निर्यात करण्यासाठी प्रयत्न करतात. त्याचप्रमाणे निर्यात व्यापारासाठी सल्ला देण्याचे काम करतात. भारतीय कंपनी कायदा १९५६ प्रमाणे या EPC'S ची स्थापना झालेली असते. याच्याकडून निर्यात व्यापारासाठी सहकार्य व सल्ला दिला जातो. निर्यात आयात बँकांकडे देखिल या संस्थेची नोंदणी झालेली असते.

### ८.४.१ EPC'S ची सद्य स्थिती:

देशामध्ये २० EPC च्या संस्था कार्यरत आहेत. त्यापैकी १० प्रशासकिय नियंत्रण हे वाणिज्य मंत्रालयाच्या नियंत्रणाखाली आहेत. त्या केमिकलस, इतर उत्पादने, कापड, खादी ग्रामोद्योग, रेशीम कारपेट, मरिन पॉडक्ट, चामडे उत्पादने, जेम्स, ज्वेलरी, खेळाचे साहित्य, प्लॅस्टीक, मसाल्याचे पदार्थ, इंजिनियरींग वस्तू, तंबाखू, कॉम्प्युटर, सॉफ्टवेअर इ.

EPC ची कार्ये functions/Activities- EPC सल्ला देण्याचे कार्य करतात. प्रशासकिय कार्य केली जातात. सर्व निर्यातदारांचा वस्तू यांच्याकडून निर्यात केल्या जातात. या संस्थाकडून सेवा पुरविणाऱ्या निर्यातदाराकडून वर्गणी रुपाने फी घेतली जाते.

सर्व सभासदाना सभासद व नोंदणीचे सर्टिफिकेट दिले जाते. त्यामुळे त्यांना विविध सुविधा मिळतात. निर्यात व्यापारासाठी सरकारकडून प्रोत्साहन दिले जाते. खालील कार्ये यांच्याकडून केली जातात.

- १) माहिती पुरविणे Providing information
- २) सहकार्य करणे
- ३) माहिती गोळा करणे
- ४) विविध संस्थांची संपर्क साधणे
- ५) व्यापारी प्रतिनिधी पाठविणे
- ६) परदेशातून ऑफर मिळविणे
- ७) नोंदणी करणे
- ८) निर्यातदारांना प्रोत्साहन देणे
- ९) EIC ला सहकार्य करणे
- १०) मार्गदर्शन करणे
- ११) निर्यातीला विविध संधी उपलब्ध करून देणे
- १२) भांडणे तंटे मिटविणे
- १३) वाहतूकीच्या समस्या मिटविणे
- १४) सर्टिफिकेट देणे

### ८.४.२ EPC'S कडून पुरविल्या जाणाऱ्या सेवा (निर्यातदारांना निर्यातवृद्ध मंडळ) Services offered by EPC'S – To exporters:

- १) व्यापार विषयक माहिती देणे Providing information on trade inquiries
- २) योग्य वखरी / विश्वसनिय माहिती पुरविणे Supplying reliable information
- ३) व्यापारी प्रतिनिधी मिळून देणे.
- ४) प्रसिध्दी देणे Providing publicity
- ५) निर्यातदारांच्या समस्या सोडविणे Solving problems of exporters
- ६) उत्पादन / वस्तू प्रदर्शित करणे
- ७) भांडणे मिटविणे Setting disputes
- ८) विविध फायदे मिळवून देणे
- ९) सर्व प्रकारचे मार्गदर्शन करणे
- १०) विदेशी बाजारपेठांची माहिती देणे
- ११) सरकारला मदत करणे
- १२) निर्यात व्यापार विषयक जागृतता निर्माण करणे

#### EPC चे महत्त्व / भूमिका Importance/Role of EPC's

EPC कडून भारतीय निर्यातदारांना मार्गदर्शन दिले जाते. नवीन येणारे पॅकेज व त्याबद्दल माहिती पुरविण्याचे काम केले जाते. जागतिक बाजारपेठेविषयी कल्पना देणे. निर्यातवृद्धी होण्यासाठी निर्यातदारांना मार्गदर्शन करणे.

---

### ८.५ निर्यात वस्तू मंडळ:

---

#### कमॉडिटी बोर्ड (विक्रय वस्तू मंडळ) COMMODITY BOARDS (CB's):

EPC प्रमाणेच कमॉडिटी बोर्डची स्थापना झालेली आहे. कमॉडिटी बोर्ड हे EPC ला साह्यभूत अशी संस्था आहे. EPC प्रमाणेच त्याचे कार्ये आहे. कमॉडिटी बोर्डकडून विशेषतः चहा, कॉफी इत्यादीचा निर्यातीला अधिक प्रोत्साहन देतात. पारंपारिक वस्तूप्रमाणेच बिगर पारंपारिक वस्तूसाठी निर्यातीस प्रोत्साहन देतात.

**कमॉडिटी बोर्डचे कार्ये :** Activities of commodity Boards - कमॉडिटी बोर्ड निर्यातीस प्रोत्साहन देतात. विपणन संशोधन, प्रसिध्दी, निर्यातदारांना उत्पादकाना सहकार्य करणे. विदेशी उत्पादकांमध्ये संबंध निर्माण करून निर्यातीस प्रोत्साहन देण्याचे कार्ये कमॉडिटी बोर्डकडून केले जाते. या बोर्डकडून परदेशामध्ये विविध कार्यालये चालू केली जातात. यामध्ये आंतरराष्ट्रीय व्यापारी जगामध्ये सहभागी होणे, प्रदर्शन यामध्ये सहभागी होणे, विपणन सर्व्हे, इतर संशोधात्मक कार्ये केली जातात.

निर्यात वस्तूचे उत्पादन दर्जेदार व्हावे निर्यातदाराला वेळोवेळी उत्पादन व निर्यात या बाबतीत मार्गदर्शन व्हावे, त्यायोगे त्या वस्तूच्या निर्यातीत वाढ व्हावी म्हणून वाणिज्य मंत्रालयाच्या

नियंत्रणाखाली आठ वस्तूसाठी आठ स्वायत्त नियामक वस्तू मंडळे स्थापन करण्यात आली यास कर्मांडिटी बोर्ड असे म्हणतात.

कर्मांडिटी बोर्डमुळे निर्यातदाराला आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेची माहिती संभाव्य ग्राहक, वस्तूची किंमत, वस्तूचे स्पर्धक, संशोधन, वस्तूचा दर्जा, कच्चा माल कार्यपध्दत, वाहतूक, प्रदर्शन, उत्पादनमंत्र, उत्पादनासाठी आवश्यक असणारी यंत्रसामुग्री व जाहिरात या बाबतीत मौलिक माहिती मिळते.

**आठ वस्तूसाठी पुढीलप्रमाणे आठ वस्तूमंडळे अस्तित्वात आहेत.**

- १) कॉफी बोर्ड - कॉफी अॅक्ट १९४२ अन्वये कॉफी बोर्डची स्थापना झाली. उत्पादनबाबत संशोधन करणे, जाहिरात प्रदर्शन कार्यपध्दत याबाबत मार्गदर्शन करणे ही याची कार्ये होत.
- २) रबर बोर्ड - रबर अॅक्ट १९४७ अन्वये अस्तित्वात आले. रबर उत्पादनाबाबतीत संशोधन करून उत्पादकांना व निर्यातदारांना मदत करते.
- ३) रेशीम बोर्ड - सेन्ट्रल सिल्क अॅक्ट १९४९ अन्वये अस्तित्वात आले. रेशीम उत्पादनाबाबतीत संशोधन करून उत्पादक व निर्यातदारांना मार्गदर्शन करण्यात येते.
- ४) काथ्या बोर्ड Coir Board - नारळाच्या काथ्या व त्यापासून विविध वस्तू निर्मितीसाठी १९५३ च्या कायद्यानुसार सदर बोर्ड अस्तित्वात आले. संशोधन, बाजारपेठ इ. बाबतीत उत्पादक व निर्यातदार यांना मार्गदर्शन होते.
- ५) चहा बोर्ड Tea Board - १९५५ च्या कायद्यान्वये अस्तित्वात आले. संशोधन, उत्पादन व विक्री या बाबतीत मार्गदर्शन केले जाते.
- ६) वेलची बोर्ड Cardamom Board - कार्डमम अॅक्ट १९६५ अन्वये अस्तित्त्व आले. केरळ राज्यात मुख्य कार्यालय असून उत्पादन, संशोधन विकास व्यवस्था या बाबतीत मार्गदर्शन केले जाते.
- ७) हस्त व्यवसाय बोर्ड Handicrafts Board - दिल्ली येथे मुख्य कार्यालय असून उत्पादन तंत्र, संशोधन, वस्तूची विक्री व्यवस्था, प्रदर्शन, जाहिरात इ. बाबतीत मार्गदर्शन जाहिरात इ. बाबतीत मार्गदर्शन केले जाते.
- ८) हातमाग बोर्ड Handloom Board - हातमाग उत्पादन यंत्रासाठी 'समेल' व वाराणसी येथे संस्था असून ३ वर्षांचा कोर्स आहे. विणकाम, छापकाम इ. बाबतीत मार्गदर्शन केले जाते. प्रदर्शन भरविले जातात. जाहिरातीद्वारे वस्तूला मागणी मिळविली जाते.

वरीलप्रमाणे आठ वस्तू मंडळे अस्तित्वात असून उत्पादक व निर्यातदार यांना त्या वस्तूच्या उत्पादन व निर्यातीबाबतीत मौलिक माहिती दिली जाते.

कमॉडिटी बोर्ड किंवा निर्यात वस्तू मंडळाकडून दिल्या जाणाऱ्या सेवा / फायदे:

- १) सरकारला सल्ला देणे
- २) नोंदणीची सुविधा
- ३) व्यापारी जत्रा आणि प्रदर्शनामध्ये सहभागी होणे.
- ४) निर्यात प्रोत्साहनपर बक्षिसे मिळतात.
- ५) व्यापारी प्रदर्शनातून फायदे मिळविणे.

---

**८.६ निर्यात प्रकिया विभाग / क्षेत्र आणि मुक्त व्यापार क्षेत्र / विभाग Export processing Zone/Free Trade Zone (EPZ's /FTZ's):**

---

विकसित देशात श्रम (मजुरी) सेवा विकसनशील देशाच्या तुलनेत महाग पडते. अर्थातच त्यामुळे वस्तूचे उत्पादन शुल्क वाढते. म्हणून असे विकसित देश वस्तूवर प्रकिया करण्यासाठी त्या वस्तू विकसनशील देशाकडे पाठवितात. या तंत्राचा फायदा उठविण्याच्या दृष्टीने म्हणजे रोजगार निर्मिती व परकीय चलन मिळविण्याच्या उद्देशाने भारतात पुढील दोन निर्यात प्रकिया विभाग निर्माण केले आहेत.

**१) The Kandla free trade zone KPTZ:** प्रथमतः १९६५ मध्ये kandle येथे निर्यात प्रकिया विभागाची निर्मिती करण्यात आली. आवश्यक त्या सेवा उदा. वाहतूक, वीजपुरवठा, कच्चा माल पुरवठा इ. पुरवण्यात आला.

**२) सांताक्रूझ इलेक्ट्रॉनिक निर्यात प्रकिया विभाग SEEPZ– Santracruz Electronics Export Processing Zone** - सांताक्रूझ येथे १९७६ मध्ये सदर निर्यात प्रकिया विभागाची निर्मिती करण्यात आली. विशेषतः रेडिओ, टी.व्ही व इतर इलेक्ट्रॉनिक वस्तूवर प्रकिया करणे, जुळणी करणे हे कार्य येथे पार पाडले जाते. यासाठी अनेक सवलती व सुविधा पुरविण्यात आल्या आहेत. उदा. आयात परवाना सवलत जकात कर सवलत, परदेशी दौऱ्यासाठी विदेशी विनिमय तसेच उद्योगांसाठी विकसित जमीन, वीजपुरवठा, पाणी पुरवठा, रेल्वे व रस्ता वाहतूक इ. सुविधाही पुरविल्या जातात.

**८.६.१ मुक्त व्यापार क्षेत्र आणि निर्यात प्रकिया विभागाचे फायदे किंवा सुविधा Facilities / Advantages of EPZ's / FTZ's:**

- १) मुक्त व्यापार क्षेत्र हा औद्योगिक विभाग असून तो समुद्र किनारी, किंवा विमानतळाजगत स्थापन झालेल्या असतात.
- २) या उद्योगांकडून उत्पादित होणाऱ्या वस्तू निर्यात केल्या जातात.
- ३) यांच्याकडून पायाभूत सुविधा पुरविल्या जातात. सरकारकडून देखिल विविध सवलती व सुविधा दिल्या जातात.

४) निर्यात वृद्धीसाठी विशेष सुविधा पुरविल्या जातात. त्याचप्रमाणे प्रोत्साहन पर सवलती दिल्या जातात.

- अ) आयात करण्यासाठी (भांडवली वस्तू) काही ड्यूटी कमी केली जाते.
- ब) कच्चा मालावरील अबकारी करामध्ये सवलत दिली जाते.
- क) सेंट्रल एक्साईस पासून मुक्त केले जाते.
- ड) तंत्रज्ञान आयात करण्यासाठी सुलभ अटी
- इ) आयात परवाना मिळतो.

### Export from EPZ and EOU's

Years	EPZ's / SEZ's		EOU's		Total	
	Export Rs.crores	% share in Total export	Export (Rs. crores)	% share in Total Exports	Exports (Rs. crores)	% share in Total exports
1990-91	907	2.8	698	2.1	1605	4.9
1993-94	1960	2.8	3086	4.4	5046	7.2
1998-99	5253	3.8	12058	8.6	17311	12.4
2000-01	8552	4.2	15912	7.8	24464	12.0
2001-02	9190	4.4	18743	9.0	27933	13.4
2002-03	10057	3.9	22616	8.9	32673	12.8
2003-04	13854	4.7	27896	9.4	41368	14.2

### ८.७ प्रश्न

१. निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्थांची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
२. भारतामध्ये कोणत्या निर्यात वृद्धी संस्था कार्यरत आहेत.
३. निर्यात वृद्धी मंडळाची सद्य स्थिती आणि त्यांची कार्ये सांगा.
४. निर्यात वस्तू मंडळाची कार्ये सांगा.
५. निर्यात वस्तू मंडळाकडून मिळणारे फायदे सांगा.
६. निर्यात प्रकिया विभाग आणि मुक्त व्यापार क्षेत्र यावर टिप लिहा.





**निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था (मंडळ)-भाग २  
(आयात-निर्यात बँक, भारतीय लघुउद्योग विकास  
बँका, निर्यातपण आणि हमी महामंडळ) भाग २  
Agencies for Export promotion - Part 2  
(ECGC, Exim Bank, STC, MMTL)**

**घटक रचना:**

- १.० उद्दिष्टे
- १.१ प्रास्ताविक
- १.२ निर्यातपत आणि हमी महामंडळ ECGC
- १.३ निर्यातपत आणि हमी महामंडळाची उद्दिष्टे
- १.४ ECGC ची कार्ये
- १.५ ECGC च्या स्विकारणाऱ्या जोखीमा
- १.६ ECGC आणि विमापॉलिसी
- १.७ भारतीय निर्यात-आयात बँक
- १.८ भारतीय लघुउद्योग विकास बँक SIDBI
- १.९ ECGC आणि विमा पॉलिसी
- १.१० प्रश्न

---

**१.० उद्दिष्टे**

---

- निर्यात वृद्धी विषयी सविस्तर अभ्यास करणे
- निर्यात पत आणि हमी महामंडळ याविषयी माहिती मिळविणे
- निर्यात पत आणि हमी महामंडळाची उद्दिष्टे
- ECGC ची कार्ये कोणती आहेत या विषयी सविस्तर अभ्यास या युनिट मध्ये करायाचा आहे.
- ECGC च्या कोणत्या जोखीमा आहेत, त्या कोणत्या स्विकारतात याविषयी अभ्यास करणे
- राजकीय जोखीम व व्यापारी जोखीम या विषयी सविस्तर माहिती मिळवणे.

- ECGC आणि विमा पॉलिसी याविषयी सविस्तर माहिती मिळविणे.
- भारतीय आयात निर्यात बँक
- भारतीय आयात निर्यात बँकेची कार्ये समजावून घेणे
- भारतीय लघुउद्योग विकास बँकेविषयी माहिती मिळविणे.
- भारतीय लघुउद्योग विकास बँकेची उद्दिष्टे समजावून घेणे.
- भारतीय लघुउद्योग विकास बँकेच्या विविध योजना समजावून घेणे
- ECGC आणि विमा पॉलिसी याविषयी सविस्तर माहिती मिळविणे.

---

## १.१ प्रास्ताविक

---

निर्यातदाराला अर्थपुरवठा बँका आणि इतर वित्तीय संस्थांकडून केला जातो. स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतर देशाच्या विकासासाठी अनेक प्रयत्न केले गेले. कोणतेही राष्ट्र आज स्वयंपूर्ण नाही. जी राष्ट्रे आधुनिक तंत्रज्ञानात आघाडीवर आहेत त्यांनाही खनिजासाठी दुसऱ्या राष्ट्रांवर अवलंबून रहावेच लागते. जी राष्ट्रे विकसनशील आहेत अशांना आधुनिक तंत्रज्ञान व यंत्रसामग्री यासाठी विकसित देशांवर अवलंबून राहावे लागते. देशाचा विकास साधावयाचा असेल तर आधुनिक तंत्रज्ञान व यंत्रसामग्री आयात केली पाहिजे व परकीय देणी भागविण्यासाठी निर्यातीवर लक्ष केंद्रित केले पाहिजे.

देशाचा निर्यात व्यापार वाढावा म्हणून भारत सरकारने वाणिज्य मंत्रालय अंतर्गत निर्यातवाढ खाते निर्माण केले. या खात्याअंतर्गत उत्पादनखाते आणि सल्लाखाते अशा दोन खात्यांची निर्मिती केली. शासनाने निर्यातीला उत्तेजन मिळावे, लोकांना निर्यातीबाबत योग्य मार्गदर्शन व्हावे यासाठी सार्वजनिक तसेच खाजगी क्षेत्रात संघटना निर्मिती केली. निर्यात व्यापारात सल्ला देणे, मार्गदर्शन करणे, माहिती पुरविणे, आवश्यक सुविधा निर्यात करून देणे इ. कारणासाठी देशात अनेक संघटना कार्यरत आहेत त्यापैकी काही संघटनांची आपण माहिती या घटकात घेणार आहोत.

---

## १.२ निर्यात पत आणि हमी महामंडळ ECGC

---

Export Credit Guarantee Corporation of India Ltd. निर्यात व्यापारामध्ये निर्यातपत आणि हमी महामंडळ मोलाची कामगिरी करत आहे. निर्यात व्यापारामध्ये परदेशातील आयातदारांशी संबंध येतात. निर्यात व्यवहार हे मोठ्या रकमेचे असतात. त्यामुळे निर्यात व्यापारात मोठ्याप्रमाणात जोखीम नसते. या जोखीमेला तोंड देता यावे म्हणून निर्यात पत आणि हमी महामंडळाची स्थापना जुलै १९५७ मध्ये निर्यात जोखीम विमा महामंडळाची Export Risk Insurance Corporation ची स्थापना केली. सन १९६४ मध्ये या महामंडळाचे रुपांतर निर्यात पत व हमी महामंडळामध्ये करण्यात आले. हे महामंडळ भारत सरकारच्या अधिपत्याखाली चालते. या महामंडळाच्या संचालक पदावर बँका विमा व्यापार उद्योग व सरकारचे प्रतिनिधी असतात. हे महामंडळ निर्यातदारांना प्रत्यक्ष अर्थपुरवठा करत नाही. तर अर्थपुरवठा करणाऱ्या संस्था व बँकाना हमी देते व त्याचा विमा उतरवते.

### १.३ निर्यातपत आणि हमी महामंडळची उद्दिष्ट्ये Objectives of ECGC

- १) निर्यात पत आणि हमी महामंडळ निर्यातदारांना संरक्षण देते. त्याचप्रमाणे राजकीय आणि व्यापारी यांच्याकडून संरक्षण दिले जाते.
- २) निर्यात पत आणि हमी महामंडळ निर्यातदारांना त्यांची निर्यात वाढविण्यासाठी प्रोत्साहन देतात.
- ३) भारतीय निर्यातदारांनी निर्यात करण्यास भिऊ नये म्हणून त्यांना मदत व सहकार्य करते.
- ४) भारतीय निर्यात वाढावी म्हणून निर्यातदाराना अर्थपुरवठ्यासाठी हमी देणे आणि निर्यात व्यापारातील जोखीम स्विकारणे.
- ५) भारतीय निर्यात व्यापाराच्या दिशा ठरविण्याचे काम करते.
- ६) निर्यातदारांना भारत सरकारच्या निर्यात धोरणानुसार मार्गदर्शन करणे.

### १.४ ECGC ची कार्ये Functions of ECGC

- १) व्यापारी बँकांकडून वित्तपुरवठा होण्यासाठी मदत करणे त्याचप्रमाणे इतर वित्तीय संस्थांकडून वित्तपुरवठा मिळण्यासाठी हमी देणे.
- २) परदेशी व्यापाराबाबत असणारी माहिती पुरविणे
- ३) निर्यात वाढण्यासाठी व विभक्तीकरणासाठी मदत करणे.
- ४) निर्यातदारांना अर्थपुरवठ्याची हमी देणे व जोखीम स्विकारणे.
- ५) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठा उपलब्ध करून देण्यासाठी मदत करणे
- ६) व्यापारी जोखीम व राजकीय जोखीम स्विकारणे.
- ७) व्यापारी, विमा कंपन्याकडे नसणाऱ्या सेवा व सुविधा पुरविण्यासाठी मदत करणे.

### १.५ ECGC च्या स्विकारणाऱ्या जोखीम Risks covered by ECGC

निर्यात पत आणि हमी महामंडळे निर्यात व्यापारासाठी पुढील प्रकारच्या जोखीम स्विकारतात.

- अ) व्यापारी जोखीम Commercial Risk
- ब) राजकीय जोखीम Political Risk

**अ) व्यापारी जोखीम Commercial Risk:** - निर्यात व्यापारामध्ये निर्यातदाराचा परदेशी खरेदीदारांशी संबंध येत असतो. यावेळी आयातदार माल स्विकारेल का? पैसे वेळेमध्ये देतील का? याविषयी कोणत्याही प्रकारची खात्री देत नसते. या प्रकारच्या जोखीमा निर्यातदारांसमोर असतात. त्यामुळे

- १) आयातदाराची दिवाळखोरी
- २) निर्यातदाराचे पैसे वेळेवर न मिळणे
- ३) निर्यातदाराचा कोणतीही चूक नसताना आयातदाराने माल न स्विकारणे.

वरील सर्व जोखमी स्विकारण्याची जबाबदारी ECGC घेत असते.

**ब) राजकीय जोखीम Political Risk:** - कोणत्याही व्यापारामध्ये राजकीय जोखीम असते. निर्यात हा आंतरराष्ट्रीय व्यापार असल्यामुळे त्यामध्ये राजकीय जोखीम ही अधिक असते. निर्यातदाराला ज्या देशाकडे माल निर्यात करायचा आहे त्या देशातील कायदेशीर नियम, युद्ध व राजकीय परिस्थिती या प्रकारची जोखीम निर्यातदारासमोर असते. पुढील प्रकारची राजकीय जोखीम स्विकारते.

- १) भांडणे, तंटे यामुळे मालाच्या दर्जाचे नुकसान झाल्यास त्याबाबतची जोखीम ECGC स्विकारते.
- २) युद्ध, देशांतर्गत भांडणे आयातदाराच्या देशामध्ये सुरु असेल तर त्याबाबतची जोखीम ECGC स्विकारते.
- ३) सर्वसाधारण व सागरी विम्याबाबतची जबाबदारी घेतली जाते. चोरी होणे, आग लागणे व मालाची नासधूस याबाबतची जोखीम स्विकारणे.
- ४) निर्यातदारांचे अभिकर्ते दिवाळखोर झाल्यास पैसे मिळण्याची हमी देणे.
- ५) आयातदाराच्या देशाने परकीय चलनावरील नियंत्रण वाढविणे.
- ६) राजकीय बदलामुळे आयातदाराच्या देशातील आयात धोरण बदलणे किंवा पूर्वीचे रद्द होणे.
- ७) निर्यातीचा करार केल्यानंतर निर्यातदाराच्या निर्यात परवाना रद्द होणे किंवा त्यावर नवीन बंधणे लादणे.
- ८) माल जहाजात भरल्यानंतर आयातदाराच्या देशाने आयातदाराच्या आयात परवाना रद्द करणे किंवा त्यावर निर्बंध लादणे.
- ९) इतर प्रकारची जोखीम की जी व्यापारी जोखेमेअंतर्गत येत नाही व त्यावर आयातदार व निर्यातदार यांचेही नियंत्रण नाही.

खालील प्रकारच्या जोखमेचा विमा (हमी) हे महामंडळ घेत नाही.

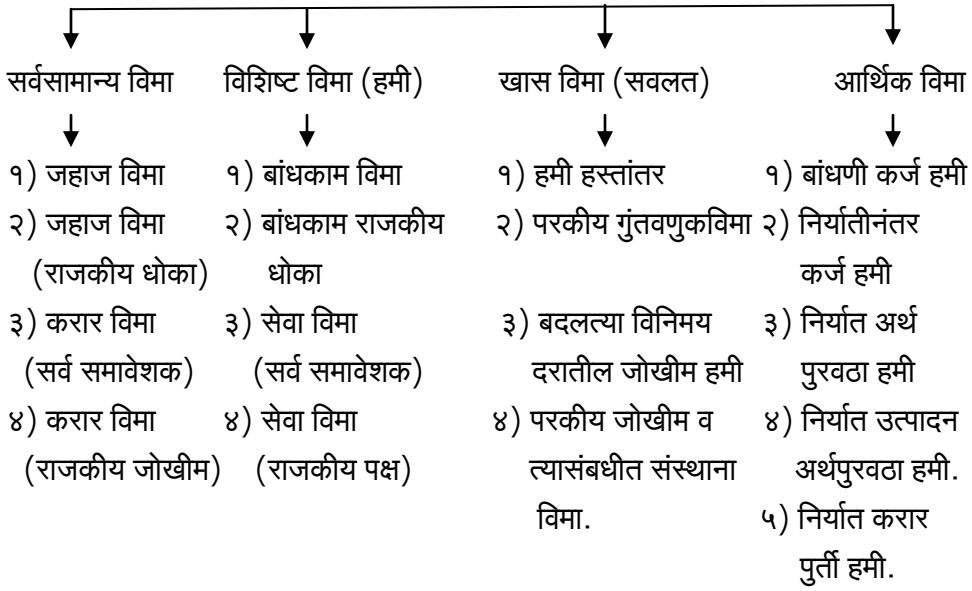
- १) मालाच्या गुणवत्तेच्या वादावरून झालेला तोटा
- २) आयातदाराने आवश्यक ती कागदपत्रे सादर न केल्याने झालेला तोटा
- ३) मालाच्या स्वरूपावरून झालेले नुकसान
- ४) निर्यातदार किंवा त्यांच्या प्रतिनिधीच्या कृतीवरून झालेले नुकसान
- ५) विनिमय दरात बदल झाल्यामुळे झालेले नुकसान
- ६) जर निर्यातदाराचा एजंट दिवाळखोर झाल्यास
- ७) निर्यातदाराने झालेल्या अटीचे पालन केले नसल्यास.

## १.६ ECGC आणि विमा पॉलिसी Policies and Issues By ECGC

ECGC कडून खालील विमा पॉलिसी व हमी घेतली जाते

- A) Standard Policies सर्वसामान्य विमा
- B) Specific policies विशिष्ट हमी / विमा
- C) Financial Guarantees आर्थिक विमा
- D) Special schemes खास विमा / सवलत

### ECGC विमा पॉलिसी



**अ) सर्वसामान्य विमा Standard Policies:** - सर्वसामान्य विमा प्रकारामध्ये व्यापारी व राजकीय धोके स्विकारले जातात. अशा प्रकारचे धाके स्विकारण्यासाठी ECGC कडून पुढील चार विमा पॉलिसी दिल्या जातात.

- १) जहाज विमा Shipment Policy: सर्व समावेशक अशा प्रकारचा हा विमा आहे. या विमापत्रामध्ये व्यापारी व राजकीय या दोन्ही प्रकारच्या धोक्यात समावेश केला आहे.
- २) जहाज विमा (राजकीय धोका): Shipment (Political Risk) Policy या जहाजविम्यामध्ये फक्त राजकीय जोखीमच स्विकारली जाते.
- ३) करार विमा Contract Risk: करार विमा पत्र हे सर्वसमावेशक आहे या विमापत्रामध्ये व्यापारी व राजकीय धोक्यात जबाबदारी स्विकारली जाते
- ४) करार विमा (राजकीय जोखीम): यामध्ये निर्यात मालाची वाहतूक सुरु झाल्यापासून विमा उतरवला जातो. कराराच्या तारखेपासून विमापत्र सुरु होते आणि त्याच तारखेपासून राजकीय धोका स्विकारले जातात.

**ब) विशिष्ट विमा Specific Policy:** - विशिष्ट विमा पॉलीशीस बांधकाम सेवा विमा असेही म्हणतात. विशिष्ट अशा विम्याचा निर्यातदारांची गरज लक्षात घेऊन ECGC ने अशा प्रकारच्या विम्याची सोय केली आहे.

विशिष्ट विमापत्राचे विविध प्रकार पुढीलप्रमाणे आहेत.

- १) बांधकामासंबंधी विमा (सर्व सामवेशक)
- २) बांधकामासंबंधी विमा (राजकीय धोका)
- ३) सेवा विमा (सर्व समावेशक)
- ४) सेवा विमा (राजकीय पक्ष)

भारतीय निर्यातदार परदेशामध्ये बांधकाम करीत असेल तर बांधकामासाठी प्रत्यक्ष वापरात येणारी यंत्र सामग्री व व्यवहारातील देवघेव या संदर्भात राजकीय व सर्वसमावेशक धोके ECGC कडून स्विकारले जातात.

परदेशातील आयातदारांना भारतीय निर्यातदार काही सेवा पुरवित असतील आणि या व्यवहारामध्ये आयातदाराकडून पैसे मिळाले नाहीत तर राजकीय व सर्वसमावेशक धोके कडून स्विकारले जातात. सेवामध्ये तंत्रज्ञान सेवा, रॉयल्टीज, भाडेपत्र व कॉफी रॉईट्स इ. समावेश होतो.

**क) खास विमा Special Policy** – खास विमा किंवा खास योजना निर्यात विपणनातील विविध क्षेत्रासाठी सुरु केली आहे. या योजना निर्यातदार व निर्यातदारांचा समावेश होतो.

**१) हमी हस्तांतर Transfer Guarantee**– निर्यातदाराला निर्यातीचे पैसे त्याच्या बँकेमार्फत मिळतात. परंतु विविध कारणामुळे विदेशी आयातदारांच्या बँकेकडून पतपत्राच्या आधारे निर्यात व्यवहाराचे पैसे येण्यास विलंब लागल्यास किंवा काही रक्कम आली नाही तर ECGC कडून भारतीय बँकेला हमी मिळते ही हमी सर्वसमावेशक असते.

**२) परकीय गुंतवणूक विमा Overseas Investment Insurance**– परदेशात प्रकल्पाची स्थापना किंवा भागाच्या स्वरूपात गुंतवणूक केली असेल तर त्यापासून निर्माण होणाऱ्या जोखमेची जबाबदारी ECGC कडून परकीय गुंतवणूक विमा योजनेद्वारे स्विकारली जाते. अशा प्रकारची जोखीम जी फक्त १५ वर्षांपर्यंत स्विकारली जाते.

**३) बदलत्या विनिमय दरातील जोखीम हमी Exchange fluctuation Risk cover** – भांडवली वस्तू बांधकाम अभियंता (Engineering) आणि मार्गदर्शक सेवा पुरविण्याच्या निर्यातदारांच्या जोखमेची हमी ECGC स्विकारली जाते. अशा प्रकारच्या निर्यातीचे पैसे परकीय चलनात मिळाले तर परकीय चलनातील बदलाची जोखीम ECGC कडून स्विकारली जाते.

**४) परकीय खरेदीवर व त्यासंबंधी संस्थाना विमा Insurance cover for Buyers and lines of cash** – विकसनशील देशातील आयातदार मशिनरी व साधनसामुग्री आयात करणारा असतील तर अशा आयातदाराना भारतातील काही वित्तसंस्था अर्थपुरवठा करतात. परकीय खरेदीदारांना किंवा त्यांना अर्थपुरवठा करणाऱ्या संस्थांना उद्भवणाऱ्या

धोक्याचा विमा ECGC कडून दिला जातो. यामुळे निर्यातदाराला लगेच पैसे मिळविण्याची सोय होते.

**ड) आर्थिक हमी Packing credit Guarantee** – निर्यातीचा करार पूर्ण करण्यासाठी निर्यातदाराला विविध बँका व वित्त संस्थांकडून कर्ज घ्यावी लागतात. ECGC अशा बँकाना व वित्त संस्थांना निर्यातदाराच्या वतीने हमी देते. ही हमी देण्यासाठी ECGC किरकोळ हप्ता आकारते. ECGC ने स्विकारलेल्या हमीमुळे बँका व वित्त संस्था निर्यातदाराला तत्पर कर्जपुरवठा करतात. ECGC पुढील बाबतीत निर्यातदाराच्या बँकेला किंवा वित्त संस्थेला हमी देते.

**१) बांधणी कर्ज हमी Packing credit Guarantee** – बांधणी कर्जास निर्यात पूर्व कर्ज असेही म्हणतात. यामध्ये कच्च्या मालाची खरेदी, त्यावरील प्रकिया, बांधणी व इतर खर्च समावेश होतो. बांधणी कर्जाची परतफेड करण्याची हमी ECGC निर्यातदाराच्या बँकेला देते. या हमीसाठी ECGC दर शेकडा दर महा ५ पैशापासून ७५ पैशापर्यंत हप्ता म्हणून घेते. हा हप्ता दिलेल्या हमीच्या प्रमाणावर अवलंबून असतो.

**२) निर्यातीनंतरचे कर्ज हमी Post shipment Export credit Guarantee** – माल निर्यातीसाठी पाठविल्यानंतर निर्यातदाराला विविध कारणासाठी पैशाची गरज भासते. हा कर्जपुरवठा निर्यातदाराला त्याच्या बँक कागदपत्राच्या आधारे केला जातो. हे कर्ज परत करण्यास निर्यातदार असमर्थ ठरला तर ECGC बँकेला नुकसानाच्या ७५% नुकसानभरपाई म्हणून देते.

**३) निर्यात अर्थपुरवठा हमी Export finance Guarantee** – वस्तूची प्रत्यक्ष निर्यात केल्यानंतर निर्यातदाराला किंमती रोख साहाय्य, करपरती, आयात सवलत इ. आर्थिक मदत मिळते. ही मदत मिळेपर्यंत निर्यातदाराला FOB किंमतीच्या जास्तीत जास्त ७५% किंवा प्रत्यक्ष मिळण्यास मदत यापैकी कमी असणाऱ्या रकमेवर कर्ज मिळते. सदर कर्जाला ECGC कडून हमी मिळते. नुकसानाच्या ७५% नुकसानभरपाई दिली जाते.

**४) निर्यात उत्पादन अर्थपुरवठा हमी Export production finance Guarantee** – ही हमी निर्यातदाराला बांधणी कर्जासाठी दिलेल्या बँकाना किंवा वित्तसंस्थांना मिळते. संबधीत मार्गदर्शक नियमाप्रमाणे हा कर्जपुरवठा देशांतर्गत उत्पादन खर्चाप्रमाणे मिळतो. हा कर्जपुरवठा ठराविक उत्पादनातच मिळतो. उदा. तयार कपडे, टेक्सटाईल, वूलन आणि केमिकल्स इ. एकूण नुकसानीच्या २/३ इतकी नुकसानभरपाईची हमी ECGC बँकेला देते.

**५) निर्यात करारापूर्वी हमी Performance Guarantee** – निर्यातदाराने निर्यातीसंबंधी करार पूर्ण करण्यास बँकेकडून किंवा वित्त संस्थेकडून कर्ज घेतल्यास त्यास ECGC कडून हमी मिळते. उत्पादक निर्यातदारांना याचा चांगला फायदा होतो. एकूण नुकसानीच्या ७५% नुकसान भरपाई मिळते.

ECGC च्या हमी योजनेमुळे भारतातील निर्यातदारांना कर्जपुरवठा करणाऱ्या बँकांना व वित्त संस्थाना संरक्षण मिळाले आहे. निर्यातविषयक सर्व जोखीम स्विकारून व सवलतीच्या दरामध्ये कर्जपुरवठा करून ECGC निर्यात वृद्धीचे काम करून भारतीय अर्थव्यवस्था विकासास हातभार लावीत आहे.

## १.७ भारतीय निर्यात – आयात बँक Export-Import Bank of India [EXIM]

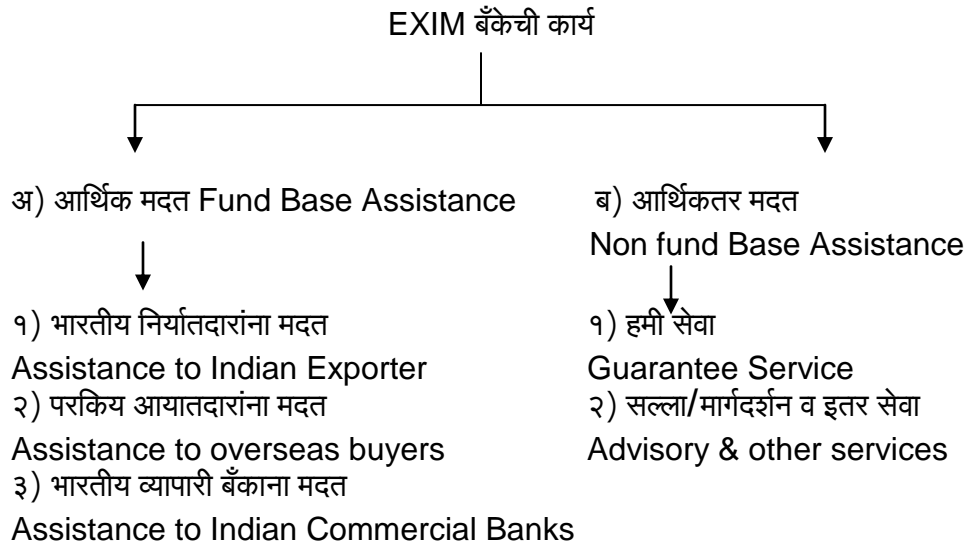
या बँकेची स्थापना १ जानेवारी १९८२ रोजी झाली. १ मार्च १९८२ पासून प्रत्यक्ष कार्य सुरु झाले. EXIM बँक ही एक सार्वजनिक क्षेत्रातील बँक आहे. या बँकेचे मुख्य कार्यालय मुंबई येथे आहे व त्या बँकेच्या प्रमुख शाखा महत्वाच्या शहरांमध्ये आहेत. ही बँक मध्यम दिर्घ मुदतीचा कर्ज पुरवठा निर्यातदारांना निर्यातवृद्धीसाठी करते.

### भारतीय निर्यात-आयात बँकेची उद्दिष्ट्ये (Objectives and purposes of EXIM Bank):

- १) आयात-निर्यात करणाऱ्या उद्योगांना सेवा व वित्तपुरवठा करणे. फक्त भारतातच नव्हे तर इतर देशांना कर्जपुरवठा केला जातो.
- २) परदेशातील संयुक्त साहस उपक्रमांना वित्त पुरवठा करणे.
- ३) भारतातील उत्पादन करणाऱ्या व निर्यात करणाऱ्या निर्यातदारांना कर्जपुरवठा मंजूर करणे व अॅडव्हान्सेस मंजूर करणे. निर्यात करणाऱ्या उद्योगांना ज्या बँका कर्जपुरवठा करतात त्यांना साहाय्य करण्याचे काम करतात.
- ४) प्रादेशिक व जागतिक सुधारण्यासाठी मदत करणाऱ्यांना कर्ज मंजूर करणे.
- ५) संशोधन व विकास आणि तांत्रिक प्रगतीसाठी कर्जपुरवठा करणे.
- ६) जागतिक व प्रादेशिक विकास करणाऱ्यांना सह अर्थपुरवठा करणे.

### भारतीय आयात-निर्यात बँकेची कार्ये / भूमिका

#### Functions / Role of EXIM Bank: -





अ) आर्थिक मदत किंवा निधी आधारातील मदत  
**Fund Based Assistance**

१) भारतीय निर्यातदारांना मदत **Assistance of Indian Exporter**

- अ) डेफर्ड कर्जपुरवठा निर्यातदारांना विविध स्वरूपात करणे.
- ब) निर्यात तसेच लिजवर मशीनरी आयात करण्यासाठी कर्जपुरवठा करणे.
- क) परदेशातील भारतीय संयुक्त साहस उपक्रमांना वित्तपुरवठा करणे.
- ड) १००% निर्यातीभिमुख उद्योग (१००% EOO) आणि मुक्त व्यापार क्षेत्र यामधील उद्योगांना कर्जपुरवठा करणे.
- इ) उत्पादन कार्यासाठी यंत्रसामग्री, व कच्चा माल, आधुनिक तंत्रज्ञान आयात करण्यासाठी वित्तपुरवठा करणे.
- फ) संभाव्य वित्तपुरवठा उत्पादनासाठी यंत्रसामग्री व कच्चा मालाची आयात करण्यासाठी मदत करणे.
- ग) संभाव्य निर्यातदारांना निर्यातीसाठी वित्त पुरवठा करणे.
- ह) निर्यातदारांना निर्यात विकास निधीसाठी वित्त पुरवठा करणे.

२) परकीय आयातदारांना मदत **Assistance to overseas buyers**

- अ) भारतीय भांडवली वस्तू व तत्सम वस्तू आयात करण्यासाठी परकीय आयातदारांना वित्तीय मदत केली जाते.
- ब) भारतीय वस्तू जास्तीत जास्त आयात करण्यासाठी EXIM बँक आयातदारांच्या परदेशी बँकेत वित्तीय पुरवठा करते. कारण त्या बँकेने आयातदारास आयातीसाठी कर्ज द्यावे.
- क) ठराविक निर्यातदार व आयातदार यांना ज्या बँका कर्ज देतात अशा बँकांना कर्जपुरवठा करणे.

३) भारतीय व्यापारी बँकांना मदत **Assistance to Indian Commercial Bank**

- अ) निर्यात देयकांच्या पुर्नवरणावळीच्या मार्गाने EXIM बँक भारतीय व्यापारी बँकांना वित्तसाहाय्य करतात. हे अर्थसाहाय्य अल्प मुदतीचे असते.
- ब) आयात-निर्यात वित्तसाहाय्य क्षेत्रातील अग्रणी बँक या नात्याने EXIM बँक भारतीय सरकारी बँकानी दिलेल्या कर्जासाठी पुर्नकर्ज सुविधा उपलब्ध करून देतात.

ब) आर्थिकेतर मदत **Non Fund Based Assistance**

- १) **हमी सेवा Guarantee Service:-** हमीच्या स्वरूपात सुध्दा EXIM बँक सहाय्य करते. यामध्ये निधीचे हस्तांतर होत नाही. भारतीय व्यापारी बँकाच्या बरोबरीने EXIM बँक

हमी पुरवत असते. ही हमी परकीय आयातदार मालक आणि बँकासाठी दिलेली असते. ही हमी भारतीय निर्यातदाराच्या वतीने दिलेली असते. या हमीचे स्वरूप पुढीलप्रमाणे आहे.

- बोली बंधपत्र
- अग्रिम देणे
- कार्य हमी
- प्रतिधारण पैसा हमी
- परकीय देशात वित्तसहाय्य उभे करण्याबाबत हमी इ.

२) **मार्गदर्शन व इतर सेवा Advisory and other services** – आयात निर्यातीसारख्या श्वास क्षेत्रातील अग्रणी बँक या नात्याने RBI व इतर बँकांच्या मार्फत EXIM बँक विनिमय दरातील हालचाली व यासंबंधी घटकांच्या माहिती उपलब्ध करून देते.

- भारतीय निर्यात वृद्धीच्या दृष्टीने इतर साहाय्यक सेवा उपलब्ध करून देणे.
- परदेशात कर्जउभारणीस मदत व मार्गदर्शन करणे
- लघुउद्योजकांना परकीय बाजारपेठ व उत्पादन क्षेत्र याविषयी सल्ला देणे.
- Forfeitingयोजनेसंबंधी माहिती पुरविणे.

---

## १.८ भारतीय लघुउद्योग विकास बँक Small Industries Development Bank of India –

---

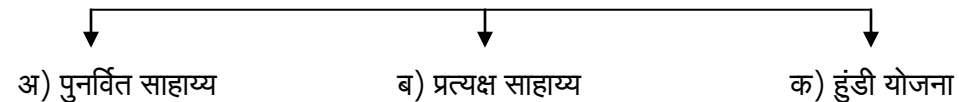
२ एप्रिल १९९० रोजी लोकसभेत मंजूर केलेल्या खास ठरावानुसार भारतीय लघुउद्योग विकास बँका (SIDBI) ची स्थापना करण्यात आली. भारतीय औद्योगिक विकास बँकेच्या (IDBI) पूर्ण मालकीची आणि साहाय्यक बँक म्हणून भारत सरकारने भारतीय लघुउद्योग विकास बँकेची स्थापना केली. या बँकेचे मुख्यालय लखनौ येथे असून ५ विभागीय कार्यालये आहेत. या बँकेचे अधिकृत भांडवल २५० कोटी रुपये इतके होते आणि हे भांडवल १००० कोटीपर्यंत पाठविण्याची तरतूद ठेवली आहे. स्थापनेनंतर लगेचच या बँकेने लघुउद्योग विभागाची ४००० कोटी रुपयाची देणी सुध्दा ताब्यात घेतली.

### उद्दिष्टे Objectives of SIDBI

- १) लघुउद्योगासाठी प्रमुख आर्थिक संस्थांना वृद्धी आर्थिक विकास निधी पुरविणे.
- २) देशातील लघुउद्योगांचे प्रवर्तन वित्तसाहाय्य आणि इतर साहाय्य करणाऱ्या संस्थामध्ये समन्वय साधणे.

भारतीय लघुउद्योग बँकेच्या तीन योजना पुढीलप्रमाणे आहेत.

#### SIDBI च्या योजना



**अ) पुनर्वित्त साहाय्य – Refinance Assistance SIDBI पुनर्वित्त साहाय्य पुढील संस्थांना पुरविते**

- १) राज्य वित्तीय महामंडळ SFC's
- २) राज्य औद्योगिक महामंडळे SIDC's
- ३) राज्य औद्योगिक महामंडळे SIIC's

पुनर्वित्त साहाय्य यामध्ये पुढील मदत केली जाते.

१) **बीज भांडवल Seed Capital** – राष्ट्रीय सहभाग निधी, महिला उद्यम निधी, महिला विकास निधी याद्वारे भारतीय लघुउद्योग विकास बँक कर्ज मदत करित असते. आणि ठराविक कर्ज देणाऱ्या मध्यस्थाद्वारे भारतीय विकास बँक तिची बीज भांडवल योजना राखित असते.

२) **पर्यटन वित्त योजना Tourism Finance Scheme** – पर्यटन विषयक कार्यात गुंतलेल्या संस्थांसाठी पर्यटन वित्त योजनेची या बँकेने आखणी केली. यामध्ये करमणूक केंद्र, सास्कृतिक केंद्रे, परिषद सभागृह आणि मनोरंजन पार्क इ. समावेश होतो.

३) **साधनसामग्री वित्तसाहाय्य Equipment Finance-** चांगले व्यवस्थापन असलेल्या चालू स्थितीतील उद्योगांच्या आधुनिकीकरणासाठी अथवा तांत्रिक दर्जा सुधारण्यासाठी गरजेनुसार वित्तसाहाय्य करण्यासाठी SIDBI ने ही योजना सुरु केली आहे.

४) **एक खिडकी योजना Single Window Scheme -** SIDBI ची कार्यपध्दती किचकट व विलंब लावणारी आहे अशी तक्रार लघुउद्योजक करतात. यासाठी SIDBI ने कार्यात सुलभता आणण्यासाठी एक खिडकी योजना (SWS) राबविण्यास सुरवात केली.

५) **कालावधी वित्त योजना Term Finance Scheme-** लघुउद्योगांना त्याचा विकास व वृद्धी करण्यासाठी दिर्घकालीन वित्त साहाय्य देण्याची तरतुद SIDBI ने केली आहे.

**ब) प्रत्यक्ष साहाय्य Direct Finance** – लघुउद्योगांच्या उत्पादित मालाच्या निर्यातीसाठी प्राथमिक कर्ज देणाऱ्या संस्थांनी दिलेल्या कर्जासाठी प्रत्यक्ष वित्तसाहाय्य SIDBI करते यामध्ये पुढील योजनांचा समावेश होतो.

१) **ISO ९००० योजना** – ज्या लघुउद्योगांची भूतकालीन कार्यक्षमता चांगली आहे. त्या लघुउद्योगांना ISO ९००० गुणवत्तेसाठी नोंदणी केली असेल तर त्यासाठी लावणारे वित्त साहाय्य SIDBI करते.

२) **साहस भांडवल निधी Venture Capital fund** – तांत्रिक अथवा व्यवसायाची पात्रता असलेल्या तरुणांकडे उद्योगाच्या विविध कल्पना असतात. परंतु अशा तरुणांना बँकेकडे तारण ठेवूनसुद्धा कर्ज मिळत नाही. अशा तरुणांना मदत करण्यासाठी SIDBI ने साहस भांडवल निर्मिती केली आहे.

३) **प्रकल्प वित्त योजना Project Financing scheme** – नवीन लघुउद्योगांच्या निर्मितीसाठी SIDBI ने प्रकल्प वित्त योजना सुरु केली आहे. निर्यातीभिमुख व तांत्रिक दर्जावृद्धी असणाऱ्या लघुउद्योगांना प्रत्यक्ष कर्जपुरवठा केला जातो.

४) **निर्यातपूर्व परकीय चलनातील वित्त पुरवठा Preshipment credit in foreign currency** – मशिनरी खरेदी, आधुनिकीकरण व तांत्रिकीकरणासाठी SIDBI लघुउद्योगांना प्रत्यक्ष कर्जपुरवठा करते.

क) **हंडी योजना Bills scheme-** हंडी योजनेमध्ये SIDBI ने वटणावळ Discount of Bill आणि पुनर्वटणावळ Rediscounting यांचा समावेश केला आहे. लघुउद्योगांनी विक्री केलेल्या यंत्रसामग्रीचे देयके अथवा लघुउद्योगांच्या कारखान्यात उत्पादित केलेल्या यंत्रसामग्रीच्या विक्रीच्या देयकाची वटणावळ आणि पुनर्वटणावळ भारतीय लघुउद्योग विकास वाटप केलेल्या वित्तसाहाय्याची विशेष नोंद घेण्यासारखी आहे. इतर वित्तसंस्थाप्रमाणे SIDBI ला सुध्दा विविध समस्यांना तोंड द्यावे लागत आहे. विशेषतः जागतिक स्पर्धेच्या वातावरणाप्रमाणे देशांतर्गत छोट्या-मोठ्या सर्व उद्योगांना समस्या निर्माण झालेल्या आहेत. यामुळेच कर्ज मागणी करण्याच्या अभावामुळे निधी नुसताच पडून राहण्याच्या समस्येला भारतीय लघुउद्योग बँकेला तोंड द्यावे लागत आहे. अशा परिस्थितीत मंदी अल्पकाळात संपून SIDBI च्या योजनांचा प्रतिसाद मिळून अल्पकाळातच यश मिळेल अशी अपेक्षा केली पाहिजे.

ड) **भारतीय पत हमी महामंडळ मर्यादित Export Credit Guarantee Corporation of India Ltd.** - निर्यातदाराचा परदेशातील आयातदाराशी व्यापारी संबंध येत असतो. निर्यात व्यवहार हे मोठ्या रकमेचे असतात. त्यामुळे व्यापारामध्ये जोखीमही मोठी असते. जोखीम मोठी आहे म्हणून निर्यातदार मोठ्या प्रमाणावर निर्यात करीत नाहीत. म्हणून अशा प्रकारची जोखीम कमी करण्यासाठी भारत सरकारने जुलै १९५७ मध्ये 'निर्यात' जोखीम विमा महामंडळाची Export Risk Insurance corporation स्थापना केली. सन १९६४ मध्ये या महामंडळाचा रुपांतर निर्यात पत व हमी महामंडळात करण्यात आले. १९८३ पासून हे महामंडळ पूर्णपणे भारत सरकारच्या अधिपत्याखाली काम करते. वाणिज्य मंत्रालयाच्या अधिपत्याखाली याचे कामकाज चालते. या महामंडळाच्या व्यवस्थापनावर संचालक म्हणून बँका, विमा, व्यापार उद्योग व सरकारचे प्रतिनिधी असतात. हे महामंडळ निर्यातदारांना प्रत्यक्ष अर्थपुरवठा करीत नाही तर अर्थपुरवठा करणाऱ्या संस्था व बँकाना हमी देते व त्यांचा विमा उतरते.

### उद्दिष्टे

या महामंडळाची उद्दिष्टे पुढीलप्रमाणे आहेत.

- १) भारतीय निर्यातदारांनी निर्यात करण्यास भिऊ नये म्हणून त्यांना मदत करते.
- २) भारतीय निर्यात वाढावी म्हणून निर्यातदारांना अर्थपुरवठ्यासाठी हमी देणे आणि निर्यात व्यापारातील जोखीम स्विकारणे.
- ३) निर्यातीसाठी आयातीस मदत करणे.
- ४) भारत सरकारच्या धोरणानुसार मदत करणे.
- ५) भारतीय निर्यात व्यापाराची दिशा ठरविणे.

**ECGC स्विकारणाऱ्या जोखीम –**

निर्यात पत हमी महामंडळ निर्यात व्यापारातील पुढील दोन प्रकारच्या जोखीम स्विकारणे.

अ) व्यापारी जोखीम Commercial Risk

ब) राजकीय जोखीम Political Risk

**अ) व्यापारी जोखीम Commercial Risk-** निर्यात व्यापारामध्ये निर्यातदाराच्या परदेशी खरेदीदाराशी संबंध येत असतो. यावेळी आयातदार माल स्विकारेल ? मालाचे पैसे वेळेवर मिळतील का ? याची खात्री नसते. अशा प्रकारचा व्यापारी जोखीम निर्यातदारासमोर असते. ही जोखीम पुढील कारणावरून निर्माण होते.

- ❖ आयातदाराची दिवाळखोरी
- ❖ निर्यात मालाचे पैसे वेळेवर न मिळणे
- ❖ निर्यातदाराची कोणतीही चूक नसताना आयातदाराने माल न स्विकारणे.

वरील सर्व जोखमा स्विकारण्याची जबाबदारी ECGC घेते.

**ब) राजकीय जोखीम Political Risk** – आंतरराष्ट्रीय व्यापार म्हणजे त्यात राजकीय जोखीम ही आलीच. माल ज्या देशात निर्यात करणारा आहोत त्या देशातील कायदेकानून युध्द व बदलती राजकीय परिस्थिती या प्रकारची जोखीम निर्यातदारासमोर असते. ECGC पुढील प्रकारची राजकीय जोखीम स्विकारते.

- युध्द, क्रांती किंवा देशांतर्गत यादवी आयातदाराना देशामध्ये सुरु असेल तर.
- आयातदाराच्या देशाने परकीय चलनावरील नियंत्रण वाढविणे
- राजकीय बदलामुळे आयातदाराच्या देशातील आयात धोरण बदलणे किंवा पूर्वीचे रद्द होणे.
- निर्यातीचा करार केल्यानंतर निर्यातदाराला निर्यात परवाना रद्द होणे किंवा त्यावर नवीन बंधने लादणे.
- माल जहाजात भरल्यानंतर आयातदाराच्या देशाने आयातदाराचा आयात परवाना रद्द करणे किंवा त्यावर निर्बंध लादणे.
- इतरप्रकरणी जोखीम की जी व्यापारी जोखमेअंतर्गत येत नाही व त्यावर आयातदार व निर्यातदार यांचेही नियंत्रण सहज नाही.

खालील प्रकारच्या जोखमेचा विमा (हमी) हे महामंडळ घेत नाही.

- १) मालाच्या गुणवत्तेच्या वादावरून झालेला तोटा.
- २) आयातदाराने आवश्यक ती कागदपत्रे सादर न केल्याने झालेला तोटा
- ३) मालाच्या स्वरूपावरून झालेला तोटा
- ४) निर्यातदार किंवा त्यांच्या प्रतिनिधीच्या कृतीवरून झालेले नुकसान
- ५) विनिमय दरात बदल झाल्यामुळे झालेले नुकसान

## ९.९ ECGC आणि विमा पॉलिसी

निर्यात व्यापारातील राजकीय व व्यापारी धोके स्विकारण्यासाठी ECGC काही विमा पॉलिसी देते या विमा पॉलिसी पुढील प्रकार सांगता येतील.

- अ) सर्व सामान्य विमा Standard policies
- ब) विशिष्ट विमा Specific policies
- क) खास विमा Special policies
- ड) आर्थिक हमी Packing credit Guarantee

**अ) सर्वसामान्य विमा Standard policies** – सर्व सामान्य विमा प्रकारामध्ये व्यापारी व राजकीय धोके स्विकारले जातात. अशा प्रकारचे धोके स्विकारण्यासाठी ECGC कडून पुढील चार विमा पॉलिसी दिल्या जातात.

**१) जहाजविमा Shipment Policies** – सर्वसमावेशक अशाप्रकारचा हा विमा आहे. या विमापत्रामध्ये व्यापारी व राजकीय या दोन्ही प्रकारच्या धोक्याचा समावेश केला आहे.

**२) जहाजविमा (राजकीय धोका) Shipment (Political Risk) Policy** या जहाजविम्यामध्ये फक्त राजकीय जोखीमच स्विकारली जाते.

**३) करारविमा Contract Policy** – करार विमा पत्र हे सर्वसमावेशक आहे. या विमापत्रामध्ये व्यापारी व राजकीय धोक्याची जबाबदारी स्विकारली आहे.

**४) करार विमा (राजकीय जोखीम)** यामध्ये निर्यातमालाची वाहतूक सुरु झाल्यापासून विमा उतरवला जातो. कराराच्या तारखेपासून विमापत्र सुरु होते आणि त्यात तारखेपासून राजकीय धोका स्विकारले जातात.

**ब) विशिष्ट विमा Specific policies** – विशिष्ट विमा पॉलिसीला बांधकाम सेवा विमा असेही म्हणतात. विशिष्ट अशा विम्याची निर्यातदारांची गरज लक्षात घेऊन ECGC ने अशा प्रकारच्या विम्याची सोय केली आहे. विशिष्ट विमापत्रे विविध प्रकार पुढीलप्रमाणे आहेत.

- १) बांधकामासंबंधी विमा
- २) बांधकामासंबंधी विमा
- ३) सेवा विमा (सर्व समावेशक)
- ४) सेवा विमा (राजकीय धोका)

भारतीय निर्यातदार परदेशामध्ये बांधकाम करित असेल तर बांधकामासाठी प्रत्यक्ष वापरात येणारी यंत्रे सामुग्री व व्यवहारातील देवघेव या संदर्भात राजकीय व सर्वसमावेशक बँक ECGC कडून स्विकारले जातात.

परदेशातील आयात दारांना भारतीय निर्यातदार काही सेवा पुरवित असतील आणि या व्यवहारामध्ये आयातदाराकडून पैसे मिळाले नाहीत तर राजकीय व सर्वसमावेशक धोके ECGC कडून स्विकारले जातात. सेवामध्ये तंत्रज्ञान सेवा, रॉयल्टीज, भाडेपत्र व कॉपी राईट्स इ. समावेश होतो.

**क) खास विमा Special policies-** खास विमा किंवा खास योजना ECGC ने निर्यात विपणनातील विविध क्षेत्रासाठी सुरु केली आहे. या योजना निर्यातदार व निर्यातदारांना अर्थपुरवठा करणाऱ्या बँकासाठी ECGC ने सुरु केल्या आहेत. यामध्ये पुढील योजनाचा समावेश होतो.

**१) हमी हस्तांतर Transfer Guarantee** – निर्यातदाराला निर्यातीचे पैसे त्याच्या बँकेमार्फत मिळतात. परंतु विविध कारणामुळे आयातदाराच्या बँकेकडून पतपत्राच्या आधारे निर्यात व्यवहाराचे पैसे येण्यास विलंब लागल्यास किंवा काही रक्कम आली नाही तर ECGC कडून भारतीय बँकेला हमी मिळते. ही हमी सर्वसमावेशक असते.

**२) परकीय गुंतवणूक विमा Overseas Investment Insurance-** परदेशात प्रकल्पाची स्थापना किंवा भागाच्या स्वरूपात गुंतवणूक केली असेल तर त्यापासून निर्माण होणाऱ्या जोखमेची जबाबदारी ECGC कडून परकीय गुंतवणूक विमा योजनेद्वारे स्विकारली जाते. अशा प्रकारची जोखीम जी फक्त १५ वर्षांपर्यंतच स्विकारली जाते.

**३) बदलत्या विनिमय दरातील जोखीम हमी Exchange Fluctuation Risk cover** – भांडवली वस्तू बांधकाम अभियंता आणि मार्गदर्शक सेवा पुरविणाऱ्या निर्यातदाराच्या जोखमेची हमी ECGC कडून स्विकारली जाते. अशा प्रकारच्या निर्यातीचे पैसे परकीय चलनात मिळाले तर परकीय चलनातील बदलाची जोखीम ECGC कडून स्विकारली जाते.

**४) परकीय खरेदीवर व त्या संबधातील संस्थांना विमा Insurance cover for Buyers credit & lines of credit** – विकसशील देशातील आयातदार भारतातून मशिनरी व साधनसामग्रीची आयात करणार असतील तर अशा आयातदाराना भारतातील काही वित्त संस्था अर्थपुरवठा करतात. परकीय खरेदीदारांना किंवा त्यांना अर्थपुरवठा करण्याच्या संस्थांना उद्भवणाऱ्या धोक्याचा विमा ECGC कडून दिला जातो. यामुळे निर्यातदाराला लगेच पैसे मिळविण्याची सोय होते.

**ड) आर्थिक हमी Packing credit Guarantee** – निर्यातीचे करार पूर्ण करण्यासाठी निर्यातदाराला विविध बँका व वित्त संस्थाकडून कर्ज घ्यावी लागतात. ECGC अशा बँकाना व वित्त संस्थाना निर्यातदाराच्या वतीने हमी देते. हमी देण्यासाठी ECGC किरकोळ हप्ता Premium आकारते. ECGC ने स्विकारलेल्या हमीमुळे बँका व वित्त संस्था निर्यातदाराला नंतर कर्जपुरवठा करतात. ECGC पुढील बाबतीत निर्यातदाराच्या बँकेला किंवा वित्त संस्थेला हमी देते.

**१) बांधणी कर्ज हमी Packing credit Guarantee-** बांधणी कर्जास निर्यात पूर्व कर्ज असेही म्हणतात. यामध्ये कच्चा मालाची खरेदी त्यावरील प्रकिया, बांधणी व इतर खर्च इ. समावेश होतो. बांधणी कर्जाची परतफेड करण्यास निर्यातदार असमर्थ ठरला तर त्याने घेतलेल्या कर्जाची परतफेड करण्याची हमी ECGC निर्यातदाराच्या बँकेला देते. या हमीसाठी ECGC दर शेकडा दर महा ५ पैशापासून ७५ पैशापर्यंत हप्ता Premium लावून देते. हा हप्ता दिलेल्या हमीच्या प्रमाणावर अवलंबून असतो.

२) **निर्याती नंतरचे कर्ज हमी Post shipment Export credit Guarantee** – माल निर्यातीसाठी पाठविल्यानंतर निर्यातदाराला विविध कारणासाठी पैशाची गरज भासते. हा कर्ज पुरवठा निर्यात दाराला त्याची बँक कागदपत्राच्या आधारे देते. हे कर्ज परत करण्यास निर्यातदार असमर्थ ठरला तर ECGC बँकेला नुकसानीच्या ७५ % नुकसानभरपाई म्हणून देते.

३) **निर्यात अर्थपुरवठा हमी Export Finance Guarantee**- वस्तूची प्रत्यक्ष निर्यात केल्यानंतर निर्यातदाराला किमंती रोख साहाय्य कर परती, आयात सवलत इ. आर्थिक मदत मिळते. ही मदत मिळेपर्यंत निर्यातदाराला FOB किमंतीच्या जास्तीत जास्त ७५% किंवा प्रत्यक्ष मिळणारी मदत यापैकी कमी असणाऱ्या रकमेवर कर्ज मिळते. सदर कर्जाला ECGC कडून हमी मिळते. नुकसानाच्या ७५% नुकसानभरपाई दिली जाते.

४) **निर्यात उत्पादन अर्थपुरवठा हमी Export production Finance** – ही हमी निर्यातदाराला बांधणी कर्जासाठी दिलेल्या बँकांना किंवा वित्तसंस्थाना मिळते. संबंधीत मार्गदर्शक नियमाप्रमाणे हा कर्जपुरवठा देशांतर्गत उत्पादन खर्चाप्रमाणे मिळतो. हा कर्जपुरवठा ठराविक उत्पादनातच मिळतो. उदा. तयार कपडे, टेक्सटाईल, वूलन, कारपेट आणि केमिकल्स इ. एकूण नुकसानीच्या २/३ इतकी नुकसानभरपाईच्या हमी ECGC देते.

५) **निर्यात करारपूर्वी Performance Guarantee**- निर्यातदाराने निर्याती संबंधीचे करार पूर्ण करण्यात बँकेकडून किंवा वित्त संस्थेकडून कर्ज घेतल्यास त्याचा ECGC हमी मिळते. उत्पादक निर्यातदारांना याचा चांगला फायदा होतो. एकूण नुकसानीच्या ७५% नुकसान भरपाई मिळते.

ECGC च्या हमी योजनेमुळे भारतातील निर्यातदारांना कर्जपुरवठा करणाऱ्या बँकांना व संस्थाना संरक्षण मिळाले आहे. निर्यात विषयक सर्व जोखीम स्विकारून व सवलतीच्या दरामध्ये कर्जपुरवठा करून ECGC निर्यात वृद्धीचे काम करून भारतीय अर्थव्यवस्था विकासास हातभार लावीत आहे.

---

## ९.१० प्रश्न

---

१. ECGC म्हणजे काय ? त्याची उद्दिष्टे कोणती ?
२. ECGC पुरवित असलेल्या विविध आर्थिक हमीची चर्चा करा ?
३. ECGC च्या विविध विमा पॉलिसी थोडक्यात स्पष्ट करा.
४. भारतीय निर्यात-आयात बँकेची उद्दिष्टे सांगा ?
५. भारतीय आयात-निर्यात बँकेची कार्ये किंवा भूमिका सांगा ?
६. भारतीय लघुउद्योग विकास बँका SIDBI योजना स्पष्ट करा.
७. व्यापारी जोखीम व राजकीय जोखीम यावर सविस्तर टिप लिहा.
८. निर्यात-आयात बँका यावर सविस्तर टिप लिहा.





## निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था-भाग ३

### घटक रचना:

- १०.० उद्दिष्टे
- १०.१ प्रास्ताविक
- १०.२ विषय विवेचन - निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था
  - १०.२.१ निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७
  - १०.२.२ निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ ची उद्दिष्टे
  - १०.२.३ निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ ची वैशिष्ट्ये
  - १०.२.४ निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ धोरणाचा अन्वयार्थ
  - १०.२.५ निर्यातीची नकारात्मक यादी
  - १०.२.६ निर्यात प्रतिबंधित वस्तू
  - १०.२.७ निर्यात मर्यादित वस्तू
  - १०.२.८ कॅनालाईज संस्थेमार्फत निर्यात वस्तू
- १०.३ भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना
- १०.४ भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची उद्दिष्टे
- १०.५ व्यापारी जत्रा, प्रदर्शने सहभाग तपासणी यादी
- १०.६ खनिज व धातू व्यापार महामंडळ (MMTC)
- १०.७ MMTC ची उद्दिष्टे
- १०.८ MMTC ची भूमिका
- १०.९ प्रश्न

---

### १०.० उद्दिष्टे

---

- निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्थाविषयी माहिती घेणे.
- निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ जाणून घेणे.
- निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ ची वैशिष्ट्ये.
- निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ अन्वयार्थ.
- निर्यातीची नकारात्मक यादीचा अभ्यास करणे.
- निर्यात प्रतिबंधित यादी.
- निर्यात मर्यादित वस्तू.
- कॅनालाईज संस्थेमार्फत निर्यात वस्तू.

- भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेचा अभ्यास करणे.
- भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची उद्दिष्टे पहाणे.
- व्यापारी जत्रा, प्रदर्शने यांचा सखोल अभ्यास करणे याबाबतचा अभ्यास करून निष्कर्ष काढणे.
- खनिज व धातू व्यापार महामंडळ (MMTC) ची उद्दिष्टे, वैशिष्ट्ये यांचा अभ्यास करणे.
- MMTC ची भूमिका पहाणे केलेला विस्तार याविषयी सविस्तर चर्चा करणे.

---

## १०.१ प्रास्ताविक

---

स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतर देशाच्या विकासावर जे अनेक प्रयत्न झाले, त्यापैकी निर्यातवृद्धी हा एक प्रयत्न आहे. कोणतेही राष्ट्र आज स्वयंपूर्ण नाही. जी राष्ट्रे आधुनिक तंत्रज्ञानात आघाडीवर आहेत त्यांनाही खनिजासाठी दुसऱ्या राष्ट्रावर अवलंबून राहावेच लागते. निर्यात आणि आयात यांच्याशी संबंधित धोरणाला EXIM Policy असे म्हणतात. निर्यात व आयात धोरण देशपातळीवर तयार केले जाते. भारतामध्ये केंद्र सरकारद्वारे हे धोरण देशपातळीवर तयार केले जाते. भारतामध्ये केंद्रसरकारद्वारे हे धोरण वेळोवेळी जाहीर केले जाते. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठांच्या पर्यावरणाचा अभ्यास करून केंद्र सरकारचे वाणिज्य मंत्रालय निर्यात आयात धोरणाचे निर्णय व कार्यपद्धतीचे निर्णय घेते. अशा प्रकारची धोरणे सुनिश्चित उद्दिष्टे डोळ्यासमोर ठेवून करतात आणि त्यासाठी प्रयत्न केले जातात. प्रत्येक देश स्वतःचे निर्यात आयात धोरण तयार करित असतो. देशातील अर्थ व्यवस्थेच्या गरजा पूर्ण करण्याकरिता निर्यात आयात धोरण गतीक्षम व प्रगतिके केले जाते. देशातील, आयात दारांनी निर्यात दारांनी निर्यात संघटनांनी आणि विविध उद्योगसंस्थांनी या धोरणाचा योग्य अभ्यास करावा व स्वतःचे धोरण ठरवावे हा धोरणाचा उद्देश आहे.

---

## १०.२ विषय विवेचन - निर्यात वृद्धी करणाऱ्या संस्था :

---

### १०.२.१ निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ :

निर्यातीच्या क्षेत्रात अस्तित्वात असलेली प्रमाणात्मक निर्बंधाची पद्धती Quantitative Restriction पूर्णतः निकालात काढून निर्यातीला खुला वाव देणाऱ्या नवीन आयात निर्यात धोरणाची घोषणा केंद्रिय वाणिज्य मंत्री मुरासोली मारन यांनी ३१ मार्च २००२ रोजी केली. या धोरणाची प्रत्यक्ष अंमलबजावणी १ एप्रिल २००२ पासून झाली आणि हे धोरण ३१ मार्च २००७ पर्यंत कार्यरत राहिल. हे धोरण दहाव्या पंच वार्षिक योजनेशी संलग्न राबविण्याचे ठरविण्यात आले. १० व्या पंचवार्षिक योजनेचा कालावधीही २००२ ते २००७ असा ५ वर्षांचा आहे.

### १०.२.२ निर्यात - आयात धोरण २००२ - ०७ ची उद्दिष्टे (Objective) :

- १) एकुण जागतिक व्यापारात भारतीय निर्यातीचा वारा केवळ ०.७% असून तो १% वाढविण्याचा प्रयत्न या धोरणात करण्याचे ठरविले आहे.

- २) आधारभूत आर्थिक वाढीसाठी कच्चा माल, ग्राहकपयोगी व भांडवली वस्तू तसेच उत्पादनाचे इतर घटक इ. पुरवठा करून उत्पादन व सेवा व्यवसायामध्ये वाढ करणे.
- ३) भारतीय शेती, उद्योगधंदे व सेवा पुरविणाऱ्या संस्था यांनी जागतिक बाजारपेठेत त्यांची स्पर्धाशक्ती वाढविण्यासाठी आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर करून कार्यक्षमतेत वाढ करून नवनवीन रोजगाराच्या संधी उपलब्ध करण्यात आणि जागतिक बाजारपेठेत आपल्या मालाकडे लक्ष ठेवून घेण्यासाठी मालाचा दर्जा व गुणवत्ता वाढविणे.
- ४) चांगल्या प्रतीच्या मालाचे व सेवांचे ग्राहकांना वितरण करणे, आंतरराष्ट्रीय किंमतीमध्ये या वस्तू स्थानिक बाजारपेठेमध्ये ग्राहकांना उपलब्ध करून देणे.

राज्य सरकार, भारत सरकारने सर्व विभाग, वाणिज्य आणि उद्योग मंत्रालय, विदेशी व्यापार प्रमुख व्यापार प्रमुख व त्याच्या सर्व शाखा व सर्वांच्या समन्वयातून उद्दिष्टांकडे वाटचाल करण्याचे ठरविण्यात आले.

### १०.२.३ आयात - निर्यात धोरण २००२ - ०७ ची प्रमुख वैशिष्ट्ये :

- १) निर्याती वरील बहुतेक सर्व निर्बंध रद्द करणे.
  - २) कृषी मालाच्या निर्यातीसाठी वाहतूक सवलती.
  - ३) ग्रामोद्योग आणि हस्तकला वस्तूंच्या निर्यातीस प्राधान्य देणे.
  - ४) विशेष आर्थिक विभागात परदेशी बँकांना शाखा उघडण्यास परवानगी.
  - ५) हार्डवेअर क्षेत्रात अधिकाधिक सवलती देणे.
  - ६) आफ्रिकी देशांत निर्यात करण्यावर भर देणे.
  - ७) निर्यातीसाठी राज्यांना द्यावयाच्या अर्थसाहाय्यात वाढ करणे.
  - ८) निर्यात मालाच्या उत्पादनासाठी आवश्यक असणाऱ्या इंधनाच्या किंमतीत कपात करणे.
  - ९) हिरे आणि दागिने उद्योग.
- १) **निर्यातीवरील बहुतेक सर्व निर्बंध रद्द** - निर्यात क्षेत्रात अस्तित्वात असलेली प्रमाणात्मक निर्बंध पद्धती Quantitative Restrictions पूर्णतः रद्द करण्यात आली. थोडक्यात निर्यातीवरील सर्व निर्बंध रद्द करण्यात आले आणि खुल्या धोरणाचा अवलंब करण्यात आला.
- २) **कृषी मालाच्या निर्यातीसाठी वाहतूक सवलती** - या धोरणात कृषी क्षेत्रास सर्वाधिक प्राधान्य देण्यात आले असून ताग आणि कांदा वगळता अन्य सर्व शेती मालाच्या निर्यातीवर असलेली बहुतेक बंधने उठविण्यात आली आहेत. फळे, भाज्या, फुले, दुग्धजन्य उत्पादने पोल्ट्री उत्पादने यांच्या निर्यातीसाठी वाहतूक अनुदानही देण्यात येणार आहे. रशियाला निर्यात होणाऱ्या लोणी गहु, डाळी, भुईमुग, तेल आणि काजू या वस्तूवरील निर्यात निर्बंधही उठविण्यात आले आहेत.

निर्यातीमध्ये कृषी क्षेत्राचा सहभाग वाढावा यासाठी २० कृषी निर्यात विभागाच्या Agri Export Zones स्थापना करण्याचे ठरविण्यात आले आहे. भारतीय शेतकऱ्यांना आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ सहज उपलब्ध व्हावी यासाठी कृषी निर्यात विभागांची निर्मिती करण्याचे ठरविण्यात आले.

- ३) **ग्रामोद्योग आणि हस्तकला वस्तूंच्या निर्यातीस प्राधान्य** - भारतामध्ये कलाकुसरीच्या व हस्तकौशल्याने अनेक वस्तू तयार केल्या जातात. अशा वस्तूंना जगभर मोठ्या प्रमाणावर मागणी असते. त्यांना निर्यातीसाठी प्रोत्साहन देणे त्याचप्रमाणे ग्रामोद्योग आणि हस्तकला क्षेत्रास अनेक फायदेशीर सवलती या धोरणाद्वारे देण्यात आल्या आहेत.
- ४) विशेष आर्थिक विभागात परदेशी बँकांना शाखा उघडण्यास परवानगी देणे, जागतिक व्यापारी संघटना संपूर्ण जगावर प्रभाव असताना आंतरराष्ट्रीय स्पर्धेत आता भारतही मागे राहू शकत नाही. त्यामुळे या आयात - निर्यात धोरणात विशेष आर्थिक विभाग Special Economic Zones (SEZ) स्थापन करण्यावर भर देण्यात आला असून या विभागात परदेशी बँकांना त्यांच्या शाखा उघडण्यास परवानगी देण्यात येईल. १३ नवे विशेष आर्थिक विभाग स्थापन करण्यास केंद्र सरकारने यापूर्वीच मंजूरी दिली आहे.

सन २००० रोजी चीन भेटीनंतर भारतामध्ये आर्थिक विभागाची स्थापना करण्याचे ठरविले. पूर्वी अस्तित्वात असलेले EPZ चे रूपांतर SEZ मध्ये करण्यात आले.

विशेष आर्थिक विभागातील उद्योगांना पुढील सवलती पुरविण्यात येतील.

- अ) माहिती तंत्रज्ञानामध्ये सवलत.
  - ब) कर्जाची सुविधा उपलब्ध - विदेशी वित्त संस्थाकडून सुद्धा कर्ज घेता येतील.
  - क) विना जकात स्थानिक बाजारपेठेत वितरणान्या परवाना.
  - ड) विशेष आर्थिक विभागाचे स्थानिक बाजारपेठेतील केलेली विक्री निर्यात गृहित धरून निर्यातीचे सर्व नियम. उदा. आयकर व जकातीचे लागू करण्यात येतील.
- ५) **हार्डवेअर क्षेत्रास अधिकाधिक सवलती** - हार्डवेअर, निर्यातीच्या क्षेत्रात भारताला आघाडी देण्यासाठी इलेक्ट्रॉनिक्स हार्डवेअर टेक्नॉलॉजी पार्क Electronic Hardware Technology Park (EHTP) स्थापन केले जाणार असूनही उत्पादने माहिती तंत्रज्ञानाशी संबंधित असल्याने जागतिक व्यापार संघटनेच्या तरतुदीनुसार त्यांना शुन्यकर योजनेचा लाभ दिला जाईल. निर्यात वाढीच्या DPCB व EPCG या सवलती यापुढेही चालू ठेवल्या जाणार आहेत.

सॉफ्टवेअरच्या निर्यातीत तर भारत अग्रेसर आहेच आता संगणकीय हार्डवेअर निर्यात उद्योगासारख्या नव्या, उद्योगाची स्पर्धाशक्ती वाढविण्यासाठी तंत्रज्ञान उद्योगांची आयात - निर्यात धोरणात केलेली तरतूद योग्य ठरेल.

- ६) **आफ्रिकी देशांत निर्यात करण्यावर भर** - आगामी काळात निर्यातीसाठी आफ्रिकन देशांवर लक्ष केंद्रित केले जाणार आहे. या देशांना पाच कोटी पर्यंतही निर्यात करणाऱ्या उद्योगांना एक्सपोर्ट हाऊस हा (Export House) दर्जा दिला जाणार आहे.

- ७) **निर्यातीसाठी राज्यांना घावयाच्या अर्थसाह्यात वाढ** - निर्यातवृद्धीसाठी राज्यांना देण्यात येणाऱ्या अर्थसाह्यात भरीव वाढ झाली असली तरी पायाभूत सुविधा अधिक निर्माण करणे त्यांना शक्य झाले नसते. यासाठी धोरणात राज्यांना अनेक सुविधा पुरविण्यात आल्या आहेत. Infrastructural Development for Export (ASIDE) नावाची योजना सुरु केली या योजनेनुसार मिळणारा निधी हा त्या राज्याशी एकुण निर्यात व निर्यात वृद्धी दर या नुसार दिला जाईल. एकुण निधीच्या ८०% रक्कम वरील आधारानुसार राज्यांना दिली जाईल. तर उरलेली २०% रक्कम ही केंद्र सरकार पायाभूत सुविधासाठी स्वतःकडे ठेवून घेते.
- ८) **निर्यात मालाच्या उत्पादनासाठी आवश्यक असणाऱ्या इंधनाच्या किमतीत कपात** - निर्यात उद्योगाला अखंडित वीज पुरवण्यासाठी देण्यात आली आहे. अशा ऊर्जा प्रकल्पासाठी निर्यातीच्या तुलनेत करमुक्त इंधन उपलब्ध करून दिले जाईल.
- ९) **हिरे आणि दागिने उद्योग** - हिरे उद्योगात अधिक बाजारपेठ काबीज करणे व्यावसायिकांना शक्य व्हावे या उद्देशाने पैलू न पाडलेल्या हिऱ्यावरील सीमाशुल्क रद्द करण्यात आले आहे. हिरे आणि दागिने उद्योगात निर्याती साठीचा परवाना पद्धती रद्द करण्यात आली आहे. या उत्पादनाच्या संदर्भात मूल्यावर्धित कराचा दर १०% वरून ७% टक्के इतका करण्यात आला आहे.

वरील सर्व वैशिष्ट्यासह आखण्यात आलेले सन २००२ - ०७ हे धोरण वास्तव व्यापक निर्यात धोरणाचे मुख्य वैशिष्ट्ये आहे. त्याचबरोबर केंद्रिय व्यापार मंत्री मुरासोली मारन यांनी त्रिगुणात्मक त्रिसुत्रीचा अवलंब हे एक आणखी महत्त्वाचे वैशिष्ट्ये आहे. यामध्ये निर्यातीमध्ये आजवर अग्रेसर असणाऱ्या क्षेत्रांच्या बलस्थानांचे रक्षण करणे उदयान्मुख निर्यात क्षेत्राची स्पर्धात्मकतेची मशागत करणे आणि जागतिक बाजारपेठेत स्थिरावत असणाऱ्या भारतीय निर्यातदारांचे तेथील स्थान अधिक बुलंद करण्यासाठी त्यांना देण्यात येणाऱ्या करविषयक सवलतीचे सुसुत्रीकरण करणे.

#### १०.२.४ २००२ - २००७ असा आयात निर्यात धोरणाचा अन्वयार्थ (Implication of EXIM Policy 2002 - 07) :

- १) **विकासाच्या डावपेचातील महत्त्वाचा घटक म्हणजे आंतरराष्ट्रीय व्यापार आहे.** त्याचप्रमाणे आर्थिक वाढ, रोजगार निर्मिती आणि गरिबी कमी करण्याचे महत्त्वाचे साधन म्हणजे आंतरराष्ट्रीय व्यापार होय. यासाठी आंतरराष्ट्रीय व्यापाराचे महत्त्व लक्षात घेऊनच या धोरणाची आखणी करण्यात आली आहे.
- २) **आयात** - निर्यात धोरण २००२ - ०७ यामध्ये सर्वप्रकारच्या निर्यातीवरील नियंत्रणे हटविणे, हे या धोरणातील एक अत्यंत महत्त्वाचे असे पाउल आहे. यापूर्वी अनेक वस्तूंच्या आयातीवरील संख्यात्मक नियंत्रणे उठविण्याचा निर्णय झाला तेव्हा परदेशी वस्तूंनी भारतीय बाजारपेठ ओसडून वाहू लागतील व परिणामी भारतीय उद्योजकांच्या घराचे वासे मोजायचीच पाळी येईल. अशी भिती व्यक्त करण्यात आली होती. ती शंका अनाटायी असल्याचे आज सिद्ध होत आहे. त्याचप्रमाणे आता निर्यातीवरील सर्व संख्यात्मक बंधने

उठविल्याने अनेक वस्तूंचा देशीय बाजारपेठेत तुटवडा पडण्याची भीती बाळगण्याचे कारण नाही. किंबहुना काही उद्योगसंस्थाकडील अतिरिक्त उत्पादन क्षमतेचा पुरेपुर वापर होण्यासाठीच आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत भक्कम स्थान निर्माण करणे अगत्याचे झाले आहे.

- ३) **कार्यपद्धतीच सुलभीकरण (Simplification of Procedures and Formalities)** : पायाभूत सुविधांचा अभाव, सदोष जकात, व्याजाचे दर, औद्योगिक संबंध आणि कर संरचना इ.चा निर्यातीवर विपरित परिणाम होतो. नवीन धोरणामध्ये असे अनेक बदल केले आहेत की जेणेकरून निर्यातीवर त्यांचा विपरित परिणाम होणार नाही.

निर्यात कार्यपद्धती सहज आणि त्वरित करता यावी यासाठी अनेक नियम या धोरणामध्ये केले आहेत. यासाठी DFGT (Directorate General of Foreign Trade) च्या कार्यालयात आधुनिक माहिती व तंत्रज्ञानाच्या साहाय्याने सर्व कार्य केली जातात. DFGT ३२ कार्यालये संपूर्ण संगणिकृत (Fully Computerised) करण्यात आली आहेत. निर्यात दाराला कोणतेही काम करण्यासाठी कार्यालयात जावे लागत नाही. ऑनलाईन सर्व कामे होतात.

- ४) **विशेष आर्थिक विभाग SFZS** – विशेष आर्थिक क्षेत्रास शाखा उघडण्यास भारतीय बँकांना परवानगी देण्यात आली. निर्यातदारांना जागतिक पातळीच्या समकक्ष दराने निधी उपलब्ध करण्यासाठी विशेष निर्यात विभागातील भारतीय बँकांच्या शाखांना परदेशी शाखांचा दर्जा दिल्याने या शाखांसाठी रोकड गंगाजली, किमान रोकड साठा यासंदर्भात तरतुदीचा अडसर राहणार नाही. अशा प्रकारचे दोन महत्त्वपूर्ण बदल विशेष आर्थिक विभागाच्या बाबतीत या धोरणात घेण्यात आले.

- ५) **कृषी क्षेत्र** – कृषी विकास हा आजही भारतीय अर्थव्यवस्थेचा कणा आहे. आणि या क्षेत्राच्या पुनरुत्पादनावर एकुण अर्थकारणाच्या प्रगतीचा वेग अवलंबून आहे हे पटण्याचे अर्थसंकल्पीय तरतुदी आणि देशाचे आयात – निर्यात धोरण यात एक आंतरिक सुसंवाद आढळून येतो. कृषी मालाच्या निर्यातीवर दिलेला भर हे या आयात – निर्यात धोरणाचे मुख्य वैशिष्ट्य आहे.

कृषी क्षेत्राच्या विकासासाठी या धोरणामध्ये 'कृषी प्रक्रिया विभाग' (Agro Processing Zones) निर्माण केले आहेत. ग्रामीण भारतामध्ये रोजगार निर्मिती करून अधिक मिळकत करून देण्यासाठी योग्य ते बदल योजलेले आहेत. यासाठी भारतीय कृषीची उत्पादनक्षमता वाढवून कृषी मालाचा दर्जा विदेशाच्या मागणीइतका वरच्या स्तरावर नेण्याचे प्रयत्न होत आहेत.

कोकणातील सिंधदुर्ग रायगड, रत्नागिरी व ठाणे हे जिल्हे हापूस आंब्यासाठी शासनाने कृषी निर्यात क्षेत्र म्हणून घोषित केले आहे. कोकणाचा सुप्रसिद्ध हापूस आंबा राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत नेण्यासाठी पणन महामंडळ व केंद्र शासनाच्या मदतीने आंबा निर्यात क्षेत्र स्थापन करण्याबाबत विशेष कृषी आराखडा फेब्रुवारी २००२ मध्ये तयार करण्यात आला आहे.

- ६) लघु उद्योग, हस्त उद्योग आणि कुटिर उद्योग शेतकी उत्पादनाच्या निर्याती बरोबरच लघु उद्योग, हस्त उद्योग आणि कुटिर उद्योगांनी तयार केलेल्या उत्पादनाच्या निर्यातीस प्रेरणा देण्याची या आयात – निर्यात धोरणाची दिशा योग्य असली तरी ते काम सोपे नाही.

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील अतिशय जाचक असे गुणवत्तेबाबत निकष जंतूनाशकांची फवारणी, वेष्टन, साठवणूक याबाबतचे किचकट अटी आणि त्यांच्या पडद्याआडून प्रगत देशांतर्गत खेळले जाणारे राजकारण याला पुरुन उरणे हे खरे आव्हान आहे.

- ७) **आफ्रिकन देशावर लक्ष केंद्रित** – आगामी काळात निर्यातीसाठी आफ्रिकन देशावर लक्ष केंद्रित केले जाणार आहे. सध्याच्या धोरणात आफ्रिकेतील नायजेरिया, दक्षिण आफ्रिका, मॉरिशस, केनिया, इथिओपिया, टांझानिया व धाना या देशांमध्ये नवी मार्केट शोधण्याचे प्रयत्न झाले. या देशांना ५ कोटी पर्यंत निर्यात करणाऱ्या उद्योगांना Export House हा दर्जा दिला जाणार आहे. तिरुपूर (होजियरी) पनिपत (रजया) लुधियानाला लोकरीचे कपडे अशा शहरातील विशिष्ट उद्योगांना निर्यात वाढीसाठी विशेष सवलतीची तरतुद या धोरणात आहे.

**८) बाजारपेठाच विविधिकरण : आयात – निर्यात धोरण २००२ – ०७ यामध्ये**

- अ) देशामध्ये Business Centre निर्माण करण्यात आले आहेत याला भारतीय निर्यातदार आणि व्यावसायिक भेटी देतात आणि
- ब) भारतीय निर्यातदारांसाठी कायमस्वरूपी व्यापारी प्रदर्शने भरविणे अशाप्रकारे आयात – निर्यात धोरण २००२ – ०७ या पाच वर्षात निर्यातीचे उद्दिष्ट सध्याच्या दुप्पट म्हणजे ८० अब्ज डॉलर ठेवण्यात आले आहे.

भारताचा विदेशी व्यापाराच्या दृष्टिने सन २००२ हे एक महत्त्वाचे वर्ष आहे. सन २००२ – ०७ या पाच वर्षांच्या नव्या धोरणाचे हे पहिले वर्ष आहे. १० व्या पंचवार्षिक योजनेपर्यंत हे धोरण सुरु राहिल. मार्केट, गुंतवणूक व तंत्रज्ञान या क्षेत्रामध्ये आंतरराष्ट्रीय अर्थ व्यवस्थेने देऊ केलेल्या संधीचा फायदा घेतल्याशिवाय वृद्धीदरामध्ये वाढ होणार नाही. असे या नव्या धोरणातून दाखवून दिले आहे.

**१०.२.५ निर्यातीची नकारात्मक यादी (Negative List of Export) :**

ज्या वस्तूंची निर्यात करण्यास मनाई केली आहे किंवा काही बंधने घातली आहेत अशा वस्तूंची यादी म्हणजे निर्यातीची नकारात्मक यादी होय. निर्यातीच्या नकारात्मक यादीचे तीन प्रकारामध्ये वर्गीकरण करता येईल.

- अ) निर्यात प्रतिबंधित वस्तू (Prohibited Items)
- ब) निर्यात मर्यादित वस्तू (Restricted Items)
- क) कॅनालाईज संस्थेमार्फत निर्यात वस्तू (Canalised Items)

**१०.२.६ निर्यात प्रतिबंधित वस्तु (Prohibited Items) :** निर्यात प्रतिबंधित वस्तूंची निर्यात करता येत नाही. १-१-१९९६ ला अशा वस्तूंची यादी केली यामध्ये खालील वस्तूंचा समावेश होता.

- १) सर्व वन्य प्राणी
- २) परकीय पक्षी
- ३) लाल चंदन किंवा इतर लाकुड
- ४) DGFT ने नमूद केल्याप्रमाणे चंदनी लाकुड
- ५) DGFT ने सांगितलेली रसायने
- ६) लाकुड व लाकडी उत्पादने
- ७) प्राण्यांची चरबी किंवा तेल
- ८) मानवी हाडे व सांगाडा
- ९) गायीचे मांस
- १०) सर्व प्रकारची वनस्पती रोपे

**१०.२.७ निर्यात मर्यादित वस्तु (Restricted Items) :** अशा प्रकारच्या वस्तूंची निर्यात ही मुक्तपणे करता येत नाही. परकीय व्यापाराच्या महासंचालकांच्या विशेष पूर्व परवाना पद्धतीनेच अशा वस्तूंची निर्यात करता येते. यातील महत्त्वाच्या काही वस्तू पुढीलप्रमाणे :

- १) गुरेढोरे
- २) उंट
- ३) रासायनिक खते
- ४) देशीय केसाळ प्राण्याचे कातडे
- ५) धोरणामध्ये नमूद केल्याप्रमाणे मानवी त्वचा (कातडी)
- ६) वाळलेला चारा

**१०.२.८ कॅनालाईज संस्थेमार्फत निर्यात वस्तु (Canalised Items) :** अशा प्रकारच्या यादीतील वस्तूंची निर्यात ही कॅनालाईज संस्थामार्फत करता येते. पुढील वस्तूंची निर्यात अशा प्रकारच्या संस्थेमार्फत केली जाते.

- |                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| १) पेट्रोलियम वस्तू      | = Indian Oil Corporation Ltd. |
| २) कांदा                 | = नाफेड NAFED                 |
| ३) निष्फळ व टाकारु अभ्रक | = MMTTC आणि MITCO             |
| ४) लोह आणि खनिजे         | = MMTTC, MOIC                 |
| ५) Gum Karaya            | = TRIFED                      |
| ६) Nigar Seeds           | = NAFED, TRIFED               |

आयातीचे व निर्यातीचे उदारीकरण झाल्यापासून निर्यातीच्या नकारात्मक यादीचे महत्त्व कमी झाले आहे. ही यादी सुद्धा कमी झाली आहे. WTO च्या करारामुळे आयात निर्यात उदार झाली आहे. त्यामुळे निर्यातीची ही नकारात्मक यादी कालबाह्य ठरणार आहे.



निर्यात धोरण २००२ – ०७ च्या दुरुस्तीनुसार (३१ मार्च २००३) आयात – निर्यातीचे उदारीकरण केले आहे. २००३ – ०४ या नवीन निर्यात – आयात धोरणानुसार आयातीच्या नकारात्मक यादीतून ६९ वस्तू कमी करण्यात आल्या आहेत. तसेच निर्यातीच्या यादीतून ५ वस्तू वरील सर्व नियंत्रणे व बंधने कमी करण्यात आली आहेत.

---

### १०.३ भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना (Indian Trade Promotion Organisation)

---

जानेवारी १९९२ मध्ये व्यापार विकास परिषद TDA आणि भारतीय व्यापार जत्रा परिषद TFAI (Trade Fair Authority of India) या दोन्हीचे एकत्रीकरण करून भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना ITPO अस्तित्वात आली. या दोन्ही संघटनांची कार्ये ITPO करते. निर्यात वृद्धी करणे, तंत्रज्ञानाची आयात करून वस्तूंचा दर्जा सुधारणा करणे, भारतीय कंपन्यांना वस्तू विकासात सहाय्य करणे आणि निर्यात विकास कार्यक्रम आयोजित करणे इ. कार्ये भारतीय वृद्धी संघटनांना करावी लागतात.

देशीय व आंतरराष्ट्रीय व्यापारी जत्रा व प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होणे आणि प्रसिद्धी करणे या महत्त्वाच्या कार्यासाठी भारत सरकारने भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना निर्माण केली. या संघटनेचे मुख्य कार्यालयात नवी दिल्ली येथे आहे. भारतामध्ये या संघटनेची पाच विभागीय कार्यालये आहेत. मुंबई, बंगलोर, कानपूर, चेन्नई आणि कोलकत्ता याठिकाणी विभागीय कार्यालये आहेत. तसेच जर्मनी, जपान, अमेरिका व UAE या ठिकाणी परदेशी कार्यालये आहेत. भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना पुढील कार्ये करते.

- १) **व्यापारी जत्रा व प्रदर्शनांचे आयोजन करणे (भारतात व परदेशात) (Organising Trade Fairs And Exhibitions in India & Abroad)**- भारतीय व्यापारी वृद्धी संघटना वेळोवेळी भारतामध्ये व भारताबाहेर जागतिक स्तरावर प्रदर्शन भरविते. भारतीय निर्यात वस्तूंची जागतिक स्तरांवर माहिती व्हावी म्हणून अशा प्रकारची प्रदर्शने व जत्राचे आयोजन या संघटनेकडून केले जाते.
- २) **व्यापारी जत्रा आणि प्रदर्शने यांची प्रसिद्धी देणे (Giving Publicity to Trade Fair and Exhibition)** – ही संघटना विविध प्रकाशनाद्वारे व्यापारी जत्रा व प्रदर्शने यांची प्रसिद्धी करते, त्यामुळे या प्रदर्शनांना व जत्रांना परकीय व्यापारी भेट देतील व याचा फायदा भारतीय निर्यातदारांना होईल. शेती मालाबाबत अशी प्रदर्शने व व्यापारी जत्रा भरविल्या जातात.
- ३) **व्यापारी जत्रांसाठी जागेचे आरक्षण करणे (Booking of Space in Overseas Trade Fair)** ITPO कडून परदेशामध्ये भारतीय निर्यातदारासाठी स्टॉलच्या जागेचे आरक्षण करून देते, त्यामुळे भारतीय निर्यातदारांना अशा प्रदर्शनामध्ये सहभागी होता येते.
- ४) **व्यापारी मंडळे यांना आमंत्रण देणे – (Inviting Trade Delegations from Abroad & Sending Indian Trade Delegation Abroad)** व्यापारी जत्रा व

प्रदर्शने यामध्ये सहभागी होण्यासाठी परकीय व्यापारी मंडळे यांना आमंत्रित करणे तसेच भारतीय व्यापारी मंडळे परकीय बाजारपेठेचा सर्वे करण्यासाठी पाठविणे.

- ५) **भारतीय निर्यातदारांना मार्गदर्शन सेवा पुरविणे (Providing Consultancy Services to India Exporter)** – ITPO कडून भारतीय निर्यातदारांची उत्पादने दाखविली जातात. त्याप्रमाणे भारतीय निर्यातदारांच्या मालाचे प्रदर्शन व जत्रा भारतात व भारताबाहेर भरविणे, जत्रा व प्रदर्शनामध्ये सहभागी होण्यासाठी मार्गदर्शन करणे.
- ६) **चर्चासत्र व कार्यक्षेत्रांचे आयोजन (Organising Seminars & Workshops)**  
– ITPO कडून विविध चर्चासत्र व कार्यशाळेचे आयोजन केले जाते. या चर्चासत्रातून व कार्यशाळेमधून भारतीय व परदेशी निर्यातदारांना जत्रा व प्रदर्शनाबाबत मार्गदर्शन व चर्चा केली जाते. व्यापारी माहिती यामधून पुरविली जाते. (Trade Information Center is its headquarters in New Delhi) या मंडळातून महत्त्वाची माहिती आणि निर्यात व्यापारासंबंधीची माहिती दिली जाते.
- ७) **इतर कार्ये (Miscellaneous Functions)** –
- अ) विविध कार्यक्रमांचे आयोजन करून निर्यातदारांना मार्गदर्शन करणे.
- ब) भारतीय व परदेशी निर्यातदारांना निर्यातसंबंधी माहिती पुरविणे.
- क) निर्यातवृद्धी होण्यासाठी संशोधन कार्यक्रम राबविणे त्यामध्ये भारतीय व परदेशी निर्यातदारांना फायदा होतो.
- ड) जागतिक व्यापारी संघटनेचे सभासद होण्यासाठी मार्गदर्शन करणे.

---

### १०.४ भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची उद्दिष्टे (Objectives of ITPO)

---

- १) निर्यात वृद्धी व वाढ करणे (To develop & promote exports) - निर्यात वृद्धी होण्यासाठी विविध तंत्रज्ञानाची माहिती जत्रा व प्रदर्शनामधून देणे त्या प्रकारच्या जत्रा व प्रदर्शने भारतात व परदेशात भरविणे.
- २) प्रसिद्धी देणे (To undertake publicity) – परिपत्रके, व इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाद्वारे भारतीय उद्योगांची व त्याच्या उत्पादनाची प्रसिद्धी करणे.
- ३) निर्यात वाढण्यासाठी व सुधारणा होण्यासाठी विविध कार्यक्रमांचे आयोजन करणे (To organize export development programmes) - निर्यातीमध्ये सुधारणा होण्यासाठी, निर्यात वाढण्यासाठी खरेदीदार व विक्रेता यांच्यामध्ये चर्चा घडून आणणे त्यांना विविध प्रकारचे कंत्राट मिळून देणे. विशिष्ट उत्पादनासंबंधी, व विशिष्ट बाजारपेठेसंबंधी माहिती पुरविणे.
- ४) भारतीय बाजारपेठेविषयी माहिती देणे.
- ५) खरेदीदारांच्या परदेशी दौरे व जत्रा यांचे आयोजन करणे (To organize visit of buyers and trade delegations.)

## **१०.५ व्यापारी जत्रा व प्रदर्शन तपासणी यादी (Checklist for participation in Trade fairs and Exhibitions)**

देशांतर्गत तसेच जागतिक बाजारपेठेत मालाची विक्री मोठ्या प्रमाणावर करण्यासाठी व्यापारी जत्रा व प्रदर्शने यांना पर्यायच उरत नाही. आंतरराष्ट्रीय व्यापारी जत्रा व प्रदर्शने जागतिक व्यापार केंद्रामध्ये WTC आयोजित केल्या जातात. उदा. लंडन, न्युयॉर्क, टोकियो, पॅरीस इ. अशा प्रकारच्या जत्रा व प्रदर्शनामुळे मोठ्या प्रमाणावर ऑर्डर मिळू शकतात. खरेदीदारांशी प्रत्यक्ष संपर्क साधता येतो. व प्रदर्शनामुळे मोठ्या प्रमाणावर ऑर्डर मिळू शकतात. खरेदीदारांशी प्रत्यक्ष संबंधामुळे अनेक समस्या सुटू शकतात. यासाठी भारत सरकार भारतीय निर्यातदारांना अशा जत्रा व प्रदर्शनामध्ये सहभागी होण्यासाठी सोयी व सुविधा पुरवून प्रवृत्त करतात. भारतीय व्यापारी वृद्धी संघटना व्यापारी जत्रा व प्रदर्शने याचे वारंवार आयोजन 'प्रगती मैदान' नवी दिल्ली येथे करतात. यामध्ये परकीय व्यापाऱ्यांचा सहभाग मोठ्या प्रमाणावर असतो. यामुळे निर्यात वृद्धीस चालना मिळते.

भारतातील उत्पादक व निर्यातदार आंतरराष्ट्रीय व्यापारी जत्रा व प्रदर्शने यामध्ये सहभागी होतात. यापासून मिळणारे फायदे जरी जास्त असले तरी यासाठी होणारा खर्चही मोठ्या प्रमाणावर होतो. यासाठी योग्य नियोजन करून सहभाग घेतल्यास मोठ्या प्रमाणावर प्रसिद्धी व निर्यात वृद्धी होते. थोडक्यात व्यापारी जत्रा व प्रदर्शने यामधील सहभाग यांचा निर्णय नियोजन पूर्वक घ्यावा लागतो. यामध्ये सहभागी होण्यासाठी निर्यातदार किंवा उत्पादक यांना कोणती तयारी करावी लागते याची तपासणी यादी पुढील प्रमाणे आहे :

### **अ) सहभागी होण्या अगोदर (Before Participation) –**

- १) नियोजित व्यापारी जत्रा व प्रदर्शनांची माहिती गोळा करणे.
- २) विपणन आराखडा व नियोजन करणे.
- ३) सहभागासाठी सरकारी पूर्तता करणे.
- ४) प्रदर्शनामध्ये योग्य जागा किंवा बाजू आरक्षित करणे.
- ५) प्रदर्शनाला जाण्यासाठी विमानाचे तिकिट आरक्षित करणे आणि हॉटेलमध्ये खोली सुद्धा आरक्षित करावी लागते.
- ६) माहितीपत्रक कोणाला पाठवायचे याची यादी करून त्याप्रमाणे त्यांना कळविणे.
- ७) जकात कार्यपद्धती पूर्ण करण्यासाठी एजंटाची नेमणूक करणे.
- ८) प्रदर्शन सहभागासाठी कर्मचाऱ्यांची नेमणूक करणे.
- ९) जाहिरात व प्रसिद्धी साधनसामग्री तयार करणे.
- १०) अंदाजपत्रक ठरविणे.

**ब) सहभागी होताना (During Participation) –**

- १) आकर्षकरित्या स्टॉलची मांडणी करणे.
- २) भेटीदाराचे स्वागत, त्याची पाहणचार व विक्रीविषयी सर्व साहित्य पुरविणे.
- ३) भेटीदारांच्या प्रश्नाला व समस्यांना समाधानकारक उत्तर देणे.
- ४) भेटीदारांची यादी तयार करून सतत त्यांच्या संपर्कात राहणे.
- ५) नवीन उत्पादनाची माहिती गोळा करणे. उदा. या उत्पादनाचा बाजारपेठेतील कल असणारी स्पर्धा व उपलब्ध ठिकाण इ.
- ६) नियमित अहवाल तयार करणे यामध्ये व्यावसायिक व भेटीदाराविषयी माहिती असणारी.
- ७) प्रदर्शन सहभागाची माहिती विडीया व प्रेसला देणे.
- ८) सहभागासाठी व इतर अडचणी व समस्या असल्यास आयोजकांना कळविणे.

**क) सहभागी झाल्यानंतर (After Participation) –**

- १) आयोजकाच्या सूचना व नियमाप्रमाणे स्टॉलचे विसर्जन करणे.
- २) मिळालेल्या आदेशांच्या Order पाठपुरावा करणे.
- ३) आयोजक व भेटीदारांना आभार पत्रे पाठविणे.
- ४) प्रदर्शनासाठी नेमलेल्या तात्पुरत्या कर्मचाऱ्यांचे व एजंटाची देणी Payment भागविणे.
- ५) प्रदर्शन सहभागाविषयी थोडक्यात अहवाल तयार करणे.
- ६) सरकारकडून मिळणाऱ्या सवलती मिळविणे.

---

**१०.६ खनिज व धातू व्यापार महामंडळ (MMTC) (Minerals and Metals Trading Corporation)**


---

राज्य व्यापार महामंडळाची ही एक पूरक संघटना आहे. कच्चे लोखंड, कच्चे मँगॅनिज इ. खनिजे निर्यात करणे, त्याचबरोबर जरूर ते धातू आयात करणे या उद्देशाने सन १९६३ मध्ये या महामंडळाची स्थापना करण्यात आली.

निर्यातवृद्धीसाठी वरीलप्रमाणे संघटना अस्तित्वात आहेत. निर्यातवृद्धीच्या दृष्टीकोनातून प्रयत्नशील राहाणे हे प्रधान उद्दिष्ट प्रत्येक संघटनेचे आहे. ही भारतातील सर्वात मोठी कंपनी असून व त्यांचा उलाढाल ही US\$ Six Billion इतका आहे. ही कंपनी लोखंडाचे सर्वात जास्त निर्यात करणारी कंपनी आहे. MMTC ही संपूर्ण सरकारी मालकीची कंपनी आहे. MITCO ही देखील तिच्या बरोबरच काम करते. MMTC ची ती दुय्यम कंपनी आहे. मिनरल, मेटल, फर्टिलायझर, रॉ मटेरिअल, अॅग्रो प्रॉडक्ट, कोल, हायड्रोकार्बन ही मिनरल व मेटल निर्यात करते. आयातदारांची सर्व गरज या कंपनीकडून भागविली जाते.

## १०.७ खनिज व धातू व्यापार महामंडळाची उद्दिष्टे

### Objectives of MMTC :

- १) भारताला निर्यात करण्यासाठी स्थापना करणे (To organize and Undertake exports from Import into India) - खनिजे, कच्चे लोखंडे, धातू, लोखंड याबाबतीत निर्यात करण्यास प्रोत्साहन देणे.
- २) निर्यातदारांसाठी नवीन बाजारपेठ उपलब्ध करून देणे (To explore and develop new markets for the export) – खनिजे, कच्चे लोखंड, याबाबतीत निर्यातदारांना नवीन नवीन बाजारपेठेत उपलब्ध करून देणे.
- ३) विशेष आयोजन पार पाडणे (To Implement special arrangements) - या कंपनीकडून अनेक देशांशी संबंध येतो. अनेक व्यवहार या कंपनीच्या मध्यस्थीने पार पाडले जातात. आयात-निर्यात, अंतर्गत व्यापार, वाटप याविषयी कार्ये केले जाते.
- ४) खाणी खरेदी करणे, भाडे तत्त्वावर घेणे (To purchase, take on lease or otherwise acquire any mines) – खाणी संबंधीचे राईट्स, भूमी संपादन करणे, खाणी भाडे तत्त्वावर घेणे, इ.

## १०.८ खनिज व धातू व्यापार महामंडळाची भूमिका (Role of MMTC)

MMTC ही भारतातील सर्वात व्यापारी कंपनी आहे. या कंपनीकडून देशांशी व्यापार केला जातो. आशिया, युरोप, आफ्रिका, अमेरिका इ. MMTC चे भारतामध्ये ७६ कार्यालये अस्तित्वात असून त्यांच्याकडून सर्व कारभार केला जातो. घाउक व्यापार, किरकोळ व्यापार यांच्याकडून पार पाडला जातो. त्यांना Golden Super Star Trading House Status आहे. मोठ्या प्रमाणात सोने व चांदी विक्री केली जाते. त्याचप्रमाणे कच्चे हिरे, फर्टिलायझर, धातू.

२००३-०४ MMTC ने ९१७८ कोटींची उलाढाल केली आहे. तर निर्यात हा १९२० कोटी रुपयाची केली आहे. तर आयात ६७६१ कोटी व स्वदेशात ४९७ कोटीची उलाढाल केली आहे. सन २००२-०३ ला MMTC ची उलाढाल रुपये २३३६ कोटींची केली आहे. अशा रितीने MMTC ची उलाढाल प्रचंड प्रमाणात वाढत आहे. व्यापारी कंपन्यांमध्ये MMTC चा पहिला क्रमांक आहे. २००६-०७ ला MMTC ने २३२०५ कोटींची उलाढाल केली आहे. निर्यात ही ३४२७ कोटीची आहे. आयात ही १८४३३ कोटीची आहे. तर स्वदेशात १३३४ कोटीची उलाढाल केली आहे. MMTC चा २००५-०६ ला एकूण १६३६२ कोटी भाग आहे.

MMTC has promoted wholly-owned subsidiary namely MMTC Transational pte Ltd (MTPL). The Company had the prestigious Global Trader Status awarded to it by Singapore Trade Development Board in 2000. त्याचप्रमाणे ने बरोबर करार केला आहे. काउंटर, ट्रेड करार ही झिम्बाब्वे, बरोबर केला आहे. त्याचप्रमाणे ट्रॅक्टर, बसेस, इलेक्ट्रिक साहित्य इत्यादीची निर्यात मोठ्या प्रमाणात करत आहे.

---

**१०.९ प्रश्न**

---

१. निर्यात आयात धोरण २००२-०७ यावर सविस्तर चर्चा करा.
२. निर्यात आयात धोरण २००२-०७ ची उद्दिष्टे स्पष्ट करा.
३. निर्यात आयात धोरण २००२-०७ ची वैशिष्ट्ये सविस्तर स्पष्ट करा.
४. आयात-निर्यात धोरण २००२-०७ चा अन्वयार्थ यावर सविस्तर टिप लिहा.
५. आयात-निर्यात धोरण २००२-०७ च्या धोरणानुसार निर्यातीची नकारात्मक यादी सांगा.
६. भारतीय व्यापारी वृद्धी संघटना यावर सविस्तर टिप लिहा.
७. भारतीय व्यापारी वृद्धी संघटनेची उद्दिष्टे सांगा.
८. खनिज व धातू व्यापार महामंडळ यावर सविस्तर टिप लिहा.
९. MMTC ची उद्दिष्टे व भूमिका स्पष्ट करा.



## प्रकरण ६

### निर्यात कागदपत्रे व सहाय्य - भाग १ (Export document and Incentives)

#### घटक रचना:

- ११.० उद्दिष्टे
- ११.१ प्रस्ताविक
- ११.२ निर्यात कागदपत्रे व सहाय्य
- ११.३ पतपत्रे
- ११.४ पतपत्राचे फायदे
- ११.५ पतपत्राची कार्यपध्दत
- ११.६ पतपत्रातील पक्ष
- ११.७ पतपत्राचे प्रकार
- ११.८ सारांश
- ११.९ प्रश्न

---

#### ११.० उद्दिष्टे

---

- ह्या घटकांचा अभ्यास केल्यानंतर
- पतपत्रे म्हणजे काय हे समजून घेता येईल
- निर्यात व्यापारातील व्यवहारांच्या पध्दती
- पतपत्रांची व्याख्या
- पतपत्राचे फायदे
- पतपत्रांची कार्यपध्दत
- पतपत्र काढण्यासाठी लागणारे टप्पे किंवा पायऱ्या
- पतपत्रातील प्रश्न
- पतपत्रांचे प्रकार

## ११.१ प्रास्ताविक

निर्यात व्यापारात विक्रेता म्हणजे निर्यातदार व ग्राहक म्हणजे आयातदार यांच्यात भौगोलिक अंतर फारच असते. शिवाय दोन भिन्न देश असल्यामुळे कायदे, नियम, भिन्न असतात. दोन्ही देशांच्या शासनाची मान्यता असल्याशिवाय विदेशी व्यापार होत नाही. अर्थातच यासाठी गुंतागुंतीची कार्ये पध्दत व अनेक प्रकारची कागदपत्रे आवश्यक असतात. निर्यात कार्यपध्दती निर्यात दस्तावेजाच्या आधारेच पूर्ण होते. यापैकी काही दस्तावेज माल जहाजात चढविण्यापूर्वी तयार करावे लागतात. तर काही दस्तावेज कस्टम कार्यपध्दती पूर्ण केल्यानंतर तयार करावे लागतात. यापैकी काही दस्तावेज जहाज कंपनीकडून मिळतात. हे सर्व कागदपत्रे पूर्ण केल्यानंतर निर्यातीची कार्यपध्दती पूर्ण होते. निर्यात विपणनामध्ये अनेक दस्तावेज तयार करावे लागतात. निर्यातीचे पैसे मिळविण्यासाठी यापैकी काही दस्तावेजांचा उपयोग होतो. काही दस्तावेज तयार करून आयातदारास पाठवावे लागतात. निर्यातदाराला निर्यात कार्यपध्दत आणि ही कार्यपध्दत पूर्ण करण्यासाठी तयार कराव्या लगणान्या दस्तावेजांचा माहिती असावी ही सर्व कागदपत्रे तयार करण्याची पध्दती व तयार केल्यानंतर कोठे घ्यायची याविषयी माहिती निर्यातदारास असणे आवश्यक असते. निर्यातीचे अर्थ यश हे निर्यात दस्तावेज तयार करणे व योग्य वेळेमध्ये योग्य ठिकाणी पाठवणे यात असते.

## ११.२ निर्यात कागदपत्रे व सहाय्य (जि.द.म.स.ह. ह. ग.म.ह.ग.)

निर्यातव्यापार हा परदेशांशी होत असतो. निर्यात व्यापारामध्ये खरेदीदार (आयातदार) व विक्रेता (निर्यातदार) हे एकमेकांपासून दूर असतात. निर्यात व्यापारातील रक्कम देशीय व्यापारापेक्षा मोठी असते. त्याचप्रमाणे या रकमेची देवघेव समोरासमोर होऊ शकत नाही तर ती खालील पैकी एका पध्दतीने केली जाते.

### निर्यात व्यापारातील व्यवहाराच्या पध्दती : (जि.द.म.स.ह. ह. ग.म.ह.ग.)

- १) पतपत्राद्वारे रक्कम मिळवणे (जि.द.म.स.ह. ह. ग.म.ह.ग.)
- २) आगाऊ रक्कम देणे (ग.म.ह.ग.)
- ३) पैसे स्वीकारून कागदपत्र देणे (जि.द.म.स.ह. ह. ग.म.ह.ग.)
- ४) स्वीकृतीनंतर कागदपत्र देणे (जि.द.म.स.ह. ह. ग.म.ह.ग.)
- ५) कन्साईमेंट पध्दतीने (जि.द.म.स.ह. ह. ग.म.ह.ग.)

निर्यात व्यापाराच्या व्यवहारांच्या पध्दतीमध्ये सर्वात जास्त प्रचलित असणारी पध्दत म्हणजे पतपत्राद्वारे रक्कम मिळविणे होय. निर्यात व्यापारामध्ये वेळ व अंतर कमी करण्याच्या दृष्टीने काही प्रयत्न झाले. सध्या आंतरराष्ट्रीय व्यापाराचे आकारमान खूप विस्तृत झाले आहे. देशादेशात उधारीचे व्यवहार वाढत चालले आहेत. यामधील समस्या कमी करण्यासाठी ज्या तांत्रिक व शास्त्रीय सुधारणा घडून आल्या त्यापैकी एक सुधारणा म्हणजे पतपत्रांचा शोध होय.



### ११.३ पतपत्रे (Letter of credit)

निर्यात व्यापारामध्ये निर्यात व्यवहारातील रक्कम ही निर्यातीनंतर मिळते. आयातदार व निर्यातदार यांच्यामध्ये भौगोलिक अंतर जास्त असते. निर्यात व्यवहारातील रक्कम आयातदाराकडून खात्रीपूर्वक मिळावी म्हणून आयातदार माल खरेदीचा आदेश दिल्यानंतर आयात देशातील बँकेमार्फत निर्यातदाराच्या बँकेकडे निर्यात व्यवहारातील रक्कम देण्याच्या बाबतीत पतपत्र देतो. पतपत्राच्या काही महत्त्वाच्या व्याख्या खालीलप्रमाणे सांगता येतील.

- १) “पतपत्र म्हणजे आयातदाराच्या बँकेने, आयातदाराच्या वतीने निर्यातदाराला व्यवहाराची रक्कम देण्याबाबत दिलेले पत्र होय. यामध्ये बँकेने, निर्यातदाराने आयातदाराच्या नावे काढलेली हुंडी पाठविताच स्वीकारली जाईल याबद्दल वचन दिलेले असते.”
- २) “पतपत्र म्हणजे खरेदीच्या वतीने मिळालेले व बँकेने आशवासित केलेले अधिकृत चलनच होय.”
- ३) ‘A letter of credit is an attorney whereby the obligation to pay on exporter is undertaken by a bank.’
- ४) इंटरनॅशनल चेंबर ऑफ कॉमर्सच्या मते, “पतपत्र म्हणजे बँकेचे लेखी पत्र पुरवण्याचे आश्वासन की ज्या आश्वासनामुळे हुंड्या व ड्राफ्ट विशिष्ट अटीवर बँक स्वीकारते व व्यापार व्यवहार पूर्ण करण्यास मदत करते.”

आंतरराष्ट्रीय व्यापारास निर्यात व्यवहाराच्या पूर्ततेसाठी पतपत्राची पध्दत सर्वत्र प्रचलित आहे. आयातदाराची बँक आयातदाराकडून पतपत्राच्या सुरक्षिततेसाठी काही रक्कम डिपॉझिट म्हणून घेते. जर आयातदाराने हुंडी स्वाकारली नाही तर डिपॉझिटची रक्कम बँक जप्त करते. व्यवहाराची रक्कम निर्यातदार देशाच्या चलनात दिली जाते.

#### आपली प्रगती तपासा

१. निर्यात व्यापारात व्यवहाराच्या कोणत्या पध्दती प्रचलित आहेत ते सांगा.
२. पतपत्र म्हणजे काय ते व्याख्या देऊन स्पष्ट करा.

---



---



---



---



---



---

## ११.४ पतपत्राचे फायदे

### ११.४.१ निर्यातदाराला होणारे फायदे :

- १) **बांधणी कर्जाची उपलब्धता : provides packing credit**  
निर्यातदाराला पतपत्राच्या आधारे बँकेकडून बांधणी कर्ज सहज उपलब्ध होते.
- २) **पैसे अडकून रहात नाहीत : Avoids blocking of funds.**  
पतपत्राच्या आधारावर निर्यातदाराला निर्यातीचे पैसे लगेच मिळू शकतात. याबरोबर त्याला बँकेला आवश्यक असणारी सर्व कागदपत्रे सादर करावी लागतात. ही सर्व कागदपत्रे पतपत्रातील अटीप्रमाणे असावी लागतात की ज्यामुळे त्याला निर्यातीचे पैसे लगेच प्राप्त होतात म्हणजेच त्याचे पैसे अडकून रहात नाहीत.
- ३) **कर्ज बुडण्याची भिती नाही : Avoid bad debts**  
खाते उघडणाऱ्या बँकेकडून निर्यातीच्या पैशाची हमी मिळाल्याने निर्यातदाराला कर्ज अडकून रहाण्याची भिती रहात नाही. जर पतपत्र हे निश्चित पतपत्र असेल तर निर्यातदाराला निश्चित बँकेकडून व खाते उघडणाऱ्या बँकेकडून दुहेरी हमी मिळते.
- ४) **कर्ज रहात नाहीत : No liability**  
निश्चित पतपत्र व विनाअटीच्या पतपत्राच्या बाबतीत निर्यातदाराने बँकेकडे त्याच्याशी संबंधित असणारी सर्व कागदपत्रे बँकेकडे सादर केल्यास निर्यातदाराच्या जबाबदारी संपते.
- ५) **पैसे मिळण्याची निश्चिती : Certainty of payment**  
आयातदाराने पतपत्राद्वारे पैसे देण्याची पध्दत वापरली असल्यास आयातदार मालाची स्वीकृती नाकारू शकत नाही त्यामुळे पैसे मिळण्याची निश्चिती असते.

### ११.४.२ आयातदाराला होणारे फायदे :

- १) **माल मिळण्याची निश्चिती : Certainty of shipment of goods**  
निर्यातदाराला माल जहाजात चढवल्याशिवाय व बँकेकडे संबंधित कागदपत्रे सादर केल्याशिवाय पतपत्राचा फायदा घेता येत नाही. त्यामुळे आयातदाराला आपला माल मिळेल याची खात्री असते.
- २) **माल वेळेत उपलब्ध : Delivery on time**  
निर्यातदाराने निर्यातीच्या व्यवहारांची सर्व कागदपत्रे वेळेत सादर केल्याने ती खाते उघडणाऱ्या बँकेला वेळेत मिळतात व त्यामुळे आयातदाराला सर्व कागदपत्रे व माल वेळेत उपलब्ध होतो.
- ३) **ओव्हरड्राफ्टची सवलत : Overdraft facility**  
आयातदाराकडे पैसे अपुरे असतील तरी मालाचा ताबा ओव्हरड्राफ्टच्या सवलतीमुळे मिळू शकतो.

- ४) **पैसे अडकून रहात नाहीत : Funds are not blocked.**  
निर्यातदाराला आगाऊ पैसे देऊन आयातदाराला आपले पैसे अडकून ठेवावे लागत नाहीत.

---

### ११.५ पतपत्राची कार्यपध्दत (Mechanism of a letter of credit)

---

आंतरराष्ट्रीय व्यवहारामध्ये जेव्हा आयातदाराला निर्यातदाराकडून मालाची मागणी करावयाची असते तेव्हा निर्यातदार आयातदाराकडून रक्कम मिळण्याची खात्री झाल्याशिवाय माल निर्यातीला तयार होत नाही. म्हणून आयातदार त्याच्या देशातील बँकेकडे विनंती अर्ज करतो. अर्जासोबत आयात परवाना, विनिमय पत्र, करारपत्र इत्यादी कागदपत्रे द्यावी लागतात. आयातदाराची बँक आयातदाराला पतपत्राच्या किंमतीइतकी रक्कम बँकेत ठेव म्हणून ठेवण्यास सांगते. त्यानंतर पतपत्र काढणारी बँक निर्यातदाराच्या बँकेकडे पतपत्र स्वीकृतीसाठी पाठवते. मध्यस्थ बँकेने ते स्वीकारल्यानंतर माल पाठवल्यानंतर निर्यातदार आवश्यक ती कागदपत्रे मध्यस्थ बँकेमार्फत पतपत्र काढणाऱ्या बँकेकडे पाठवतो. निर्यातदाराकडून आलेली सर्व कागदपत्रे योग्य असल्यास आयातदाराकडून पैसे घेऊन आयातदाराची बँक पतपत्र निर्यातदाराकडे पाठविते.

#### पतपत्र काढण्यासाठी लागणाऱ्या पायऱ्या : (Steps involved in the opening of the letter of credit)

- १) **बँकेला विनंती करणे : Request to the bank**  
आयातदार आपल्या बँकेला निर्यातदार पतपत्र काढण्यासाठी विनंती करतो त्यासाठी आयातदाराला आगाऊ रक्कम बँकेकडे जमा करावी लागते किंवा त्याला त्याच्या चालू खात्यात पुरेशी रक्कम आहे हे दाखवावे लागते व नंतरच त्याला पतपत्र मिळते. या पतपत्राच्या आधारेच आयातदार व निर्यातदार यांच्यात निर्यात मालविक्रिचा करार होतो.
- २) **पतपत्र देणे : Issue of letter of credit**  
खाते उघडणारी बँक हे पतपत्र पुढे मध्यस्थ बँकेला किंवा मार्गदर्शक बँकेला देते.
- ३) **पतपत्राचा ताबा : Possession of letter of credit**  
निर्यातदाराला पतपत्राचा पक्का ताबा पाहिजे असतो. निर्यातदार शक्यतो निश्चितपतपत्राची मागणी करत असतो. त्यानंतर निर्यातदार पतपत्राचा ताबा घेतो.
- ४) **कागदपत्रे जमा करणे : Submission of documents**  
माल जहाजामध्ये चढवल्यानंतर निर्यातदार निर्यातीची सर्व कागदपत्रे मार्गदर्शक बँकेकडे जमा करतो.

५) **कागदपत्राची छाननी : Scrutiny of documents**

मार्गदर्शक बँक निर्यातदाराने दिलेल्या कागदपत्रांची आयातदाराच्या आवश्यकतेनुसार पूर्तता आहे किंवा नाही याची छाननी करते. जर कागदपत्रे योग्य असतील तर बँक निर्यातदाराला निर्यातीची रक्कम देते.

६) **कागदपत्रे आयातदाराला देणे : Documents to importer**

मार्गदर्शक बँक खाते उघडणाऱ्या बँकेकडे निर्यातदारानी पाठवलेली निर्यातीची कागदपत्रे पाठवते व नंतर ती सर्व कागदपत्रे आयातदाराकडे सुपूर्द केली जातात.

**आपली प्रगती तपासा**

१. पत्रपत्राचा व्यवहार कसा चालतो ते सांगा
२. पत्रपत्राचे निर्यातदाराला कोणते फायदे होतात ते स्पष्ट करा.
३. पत्रपत्राचे आयातदाराला होणारे फायदे कोणते ते सांगा.

---



---



---



---

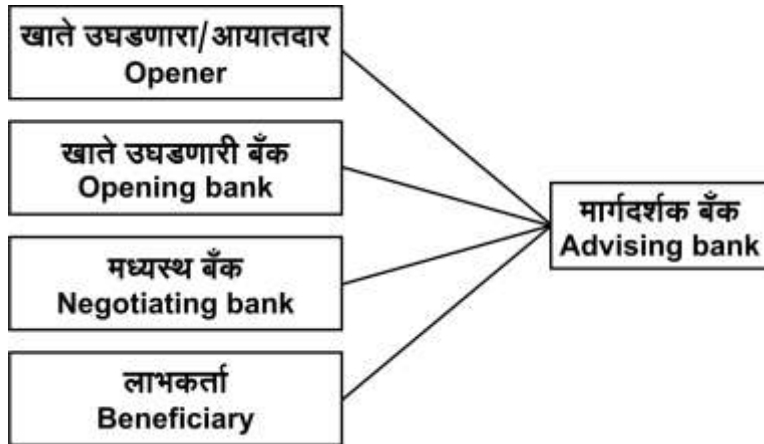


---



---

**११.६ पत्रपत्रातील पक्ष (Parties to a letter of credit)**



१)	खाते उघडणारा / अर्जदार	आयातदार
२)	खाते उघडणारी बँक	आयातदाराची बँक
३)	मार्गदर्शक बँक	खाते उघडणाऱ्या बँकेची शाखा /निर्यातदाराच्या देशातील बँक की ज्या बँकेमार्फत पत्रव्यवहार होतो.

४)	मध्यस्थ बँक	निर्यातदाराची बँक की ज्या बँकेकडे निर्यातदार आवश्यक ती कागदपत्रे पाठवण्यासाठी देतो.
५)	लाभकर्ता	निर्यातदार की ज्याच्या नावे पतपत्र काढले जाते.

### ११.७ पतपत्राचे प्रकार (Types of letter of credit)

पतपत्रांचे प्रामुख्याने खालील प्रकार पडतात.

१) **रद्द करता येणारे पतपत्र : Revocable letter of credit**

या प्रकारात आयातदार कोणत्याही क्षणी निर्यातदाराची संमती न घेता पतपत्र रद्द करण्याचा निर्णय घेऊ शकतो. शक्यतो निर्यातदार अशाप्रकारे पतपत्र स्वीकारत नाही.

२) **रद्द न होणारे पतपत्र : Irrevocable letter of credit**

आयातदार किंवा त्याची बँक निर्यातदाराच्या सूचनेशिवाय या पतपत्रात कोणताही बदल करू शकत नाहीत किंवा ते रद्द ही करू शकत नाहीत. निर्यातदार हे पतपत्र सुरक्षिततेसाठी स्वीकारतो.

३) **निश्चित पतपत्र : Confirmed L/C**

निर्यातदाराला आयातदाराच्या देशाबद्दल जास्त माहिती नसते. त्यामुळे निर्यातदार आयातदाराच्या बँकेला निश्चित पतपत्र तयार करण्यास सांगतो. निर्यातदाराने जर हे पतपत्र त्याच्या बँकेला सादर केले तर त्याला पतपत्राच्या आधारावर कर्ज मिळू शकते. हे पतपत्र आयातदार व निर्यातदार या दोन्ही पक्षांच्या बँकेच्या दृष्टीने अतिशय सुरक्षित असते. कारण निश्चित पतपत्र हे रद्द न होणारे पतपत्र असते.

४) **अनिश्चित पतपत्र : Unconfirmed L/C**

ज्या पतपत्रावर निश्चित किंवा पक्के हा शब्द लिहीलेला नसेल तर त्या पतपत्रास अनिश्चित पतपत्र असे म्हणतात. यामुळे पतपत्राच्या कर्जाची जबाबदारी स्वीकारण्यास निर्यातदाराची बँक तयार होत नाही.

५) **हस्तांतरणीय पतपत्र : Transferable L/C**

कित्येक वेळा मालाची प्रत्यक्ष निर्यात, निर्यातदार स्वतः न करता त्रयस्थामार्फत करतो. अशावेळी त्यालाही त्याच्या सेवेचा मोबदला घ्यावयाचा असतो. म्हणून पतपत्रे त्याच्या नावाने हस्तांतरित केली जातात. अशा हस्तांतरणयुक्त पतपत्रांना 'हस्तांतरणीय पतपत्रे' असे म्हणतात.

६) **अहस्तांतरणीय पतपत्र : Non-transferable L/C**

जेव्हा पतपत्र दुसऱ्याच्या नावाने हस्तांतर करता येत नाहीत तेव्हा त्यास अहस्तांतरणीय पतपत्र असे म्हणतात.

७) **नियंत्रित पतपत्र : Restricted L/C**

या पध्दतीत आयातदाराच्या बँकेस कमिशन, चलन यांचा फायदा होतो. कारण आयातदाराची बँक स्वतःच्या शाखेवरच मध्यस्थ बँक म्हणून पतपत्र काढते. परंतु निर्यातदार अशी पतपत्रे स्वीकारत नाही. कारण निर्यातदाराच्या बँकेला कमिशन व चलनाचा फायदा घेता येत नाही. तसेच अन्य बँका या पतपत्रावर अर्थपुरवठा करण्यास तयार नसतात.

८) **अबध्द पतपत्र : Clean L/C**

या पतपत्रामध्ये निर्यातदाराने काढलेली हुंडी स्वीकारण्याबाबत व रक्कम देण्याबाबत कोणतीही अट असत नाही. या प्रकारामध्ये बँक आयातदाराच्या सूचनेनुसार निर्णय घेते.

९) **रेड क्लॉज पतपत्र : Red clause L/C**

या प्रकारामध्ये निर्यातदाराच्या बँकेला निर्यातदाराला कच्चा माल खरेदी, उत्पादन प्रक्रिया या कारणांसाठी आगाऊ रक्कम देण्याचा अधिकार असतो. जेवढी रक्कम दिली असेल तो उल्लेख किंवा शेरा पतपत्रावर लिहीला जातो. हे पतपत्र लाल शाईने प्रिंट केलेले असते. म्हणून त्यास रेड क्लॉज पतपत्र म्हणतात.

१०) **ग्रीन क्लॉज पतपत्र : Green clause L/C**

या पतपत्रात निर्यातपूर्व कर्ज देण्याची परवानगी असतेच पण त्याबरोबर बंदरावरील गोदामामध्ये साठविण्यासाठी खर्चही देण्याची परवानगी दिलेली असते. तसेच हे पतपत्र हिरव्या शाईने प्रिंट केले जाते म्हणून त्यास ग्रीन क्लॉज पतपत्र म्हणतात.

---

**११.८ सारांश**

---

१. निर्यात विपणनामध्ये अनेक दस्तऐवज तयार करावे लागतात. निर्यातीचे अर्थ यश हे निर्यात दस्तऐवज तयार करणे व योग्य वेळेमध्ये योग्य ठिकाणी पाठवणे यामध्ये आहे.
२. निर्यात व्यापारामध्ये व्यवहाराच्या विविध पध्दती आहेत. त्यामध्ये सर्वात जास्त प्रचलित असणारी पध्दत म्हणजे पतपत्राद्वारे रक्कम मिळवणे होय.
३. पतपत्र म्हणजे खरेदीदाराच्या वतीने मिळालेले व बँकेने आश्वसित केलेले अधिकृत चलनच होय.
४. पतपत्राचे निर्यातदाराला व आयातदाराला विविध फायदे होतात.
५. पतपत्रामध्ये भाग घेणारे पक्ष पुढीलप्रमाणे:  
खाते उघडणारा (आयातदार), खातेउघडणारी बँक, मध्यस्थ बँक व लाभकर्ता हे सर्व पक्ष मार्गदर्शक बँकेद्वारे आपापली कार्ये करतात.
६. पतपत्राचे विविध प्रकार असतात. उदा. उद्द करता येणारे पतपत्र, रद्द न करता येणारे पतपत्र वगैरे.

---

**११.९ प्रश्न**

---

- १) पतपत्राचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- २) अ) पतपत्र म्हणजे काय ?  
ब) पतपत्राची कार्यपध्दत स्पष्ट करा.
- ३) पतपत्राचे विविध प्रकार सांगून त्याची माहिती सविस्तर लिहा.
- ४) पतपत्राचे फायदे सांगा.
- ५) पतपत्र काढण्यासाठी कोणत्या पायऱ्या विचारात घ्याव्या लागतात.
- ६) टिपा लिहा.
  - अ) पतपत्राची कार्यपध्दत.
  - ब) पतपत्र काढण्यासाठी कार्यपध्दत.
  - क) पतपत्रातील पक्ष
  - ड) पतपत्रांचे प्रकार



## निर्यात कागदपत्रे व सहाय्य -भाग २ (Export Documents & Incentives)

### घटक रचना:

- १२.० उद्दिष्टे
- १२.१ निर्यात कागदपत्रे / दस्तऐवज
- १२.२ जहाज भरणा पत्र
- १२.३ उपकप्तानाची पावती
- १२.४ जहाज पावती
- १२.५ उत्पादन उगम प्रमाणपत्र
- १२.६ व्यापारी बीजक
- १२.७ वकीलाती बीजक
- १२.८ सारांश
- १२.९ प्रश्न

---

### १२.० उद्दिष्टे

---

- जहाज भरणा पत्रातील प्रमुख घटकांची माहिती घेणे.
- पतपत्रांची व्याख्या अभ्यासणे.
- जहाजभरणापत्रकांचे प्रकार अभ्यासणे.
- कप्तानाची पावती म्हणजे काय त्याचा अभ्यास करणे.
- कप्तानाच्या पावतीचे महत्त्व आणि उपयोग अभ्यासणे.
- कप्तानाच्या पावतीत समाविष्ट असणारे घटकांची माहिती घेणे.
- उपकप्तानाच्या पावतीचे प्रकार कोणते ते अभ्यासणे.
- जहाजपावती म्हणजे काय ते समजावून घेणे.
- उत्पादन उगम प्रमाणपत्र व उत्पादन उगम पतपत्राचे महत्त्व आणि उपयोग अभ्यासणे.
- व्यापारी बीजक म्हणजे काय ते अभ्यासणे.
- वकीलाती बीजकाची माहिती घेणे.



## १२.१ निर्यात कागदपत्रे / दस्तऐवज (Export Documents)

१. पतपत्र (Letter of Credit)
२. जहाज भरणा पत्र
३. उपकप्तानाची पावती
४. जहाज पावती
५. उत्पादन उगम प्रमाणपत्र
६. व्यापारी बीजक
७. वकिलाती बीजक

## १२.२ जहाज भरणा पत्र (Bill of lading)

निर्यात व्यापारामध्ये हवाईमार्गापेक्षा जहाज मार्गाचा अवलंब जास्त करण्यात येतो. माल निर्यात करण्यासाठी माल जहाजावर चढवणे आवश्यक असते. कस्टम विभागाकडून कागदपत्रांची पूर्तता झाल्यानंतर निर्यातदार जहाजाचा माल चढवतो व माल जहाजामध्ये चढवल्यानंतर निर्यातदार जहाजाच्या कप्तानाकडून माल चढवल्याची पोहच होते व नंतर ही पोहचपावती जहाजकंपनीच्या कार्यालयामध्ये दाखवून जहाजावर माल चढवण्याबाबतचा अंतिम पुरावा म्हणजे जहाज भरणा पत्र. थोडक्यात जहाज वाहतूक करणारा व जहाज कंपनी यांच्यातील करार म्हणजे जहाजभरणापत्रक होय. जहाजातील मालाच्या हक्काचे हे पत्र आहे.

### १२.२.१ जहाज भरणापत्रातील प्रमुख घटक :-

- १) जहाजकंपनीचे नाव व पत्ता
- २) जहाजाचे नाव
- ३) माल जहाजामध्ये चढवल्याची तारीख व प्रवास क्रमांक
- ४) मूळ प्रमाणपत्रांची संख्या
- ५) माल जहाजात भरलेले बंदर व तारीख
- ६) माल पोहचणारे बंदर
- ७) संवेष्टनांची संख्या
- ८) जहाज भाडे दिले आहे किंवा द्यावयाचे आहे.
- ९) जहाज भरणापत्रक काढणाऱ्या अधिकाऱ्याची सही.

### १२.२.२ जहाज भरणापत्रकाचे प्रकार :-

#### १) भाडे पूर्तता पत्र (Freight paid B/L):-

जेव्हा निर्यातदाराने जहाजाच्या वाहतूकीचे भाडे दिलेले असते तेव्हा त्यास भाडे पूर्तता पत्र असे म्हणतात.

**२) भाडे जमा करण्याबाबतचे पत्र (Freight Collect Bill) :-**

जेव्हा निर्यातीचा करार हा एफ. ओ. बी. किंमतीवर झालेला असतो आणि जेव्हा निर्यातदार जहाजाच्या वाहतूकीचे भाडे भरत नाही म्हणजेच आयातदाराला भाडे द्यावे लागते. म्हणून त्यास भाडे जमा करण्याबाबतचे पत्र म्हणतात.

**३) निर्दोष जहाज भरणापत्रक (Clean B/L) :-**

जेव्हा मालाच्या दर्जाबद्दल / गुणवत्तेबद्दल / स्थितीबद्दल जहाज कंपनी प्रतिकूल शंका देत नाही. तेव्हा त्यास निर्दोष जहाज भरणा पत्रक असे म्हणतात.

**४) दोषयुक्त जहाज भरणापत्रक :-**

जेव्हा जहाज कंपनी मालाच्या दर्जाबद्दल किंवा स्थितीबद्दल प्रतिकूल शंका देते म्हणजेच मालाची स्थिती दोषयुक्त असते म्हणून त्यास दोषयुक्त जहाज भरणापत्रक असे म्हणतात.

**५) शिळे जहाज भरणापत्रक :-**

जहाज कंपनीने जहाज भरणापत्रक दिलेले असताना निर्यातदाराने दिर्घकाळ बँकेत जमा न करता स्वतःकडेच ठेवून घेतले तर त्यास शिळे जहाजभरण पत्र म्हणतात. हे पत्रक वेळेत बँकेमध्ये जमा न केल्यास निर्यातदाराला व तसेच आयातदाराला विविध अडचणींना तोंड द्यावे लागते.

**६) प्रत्यक्ष जहाज भरणापत्रक :-**

जेव्हा निर्यात मालाची वाहतूक माल जहाजात भरलेल्या बंदरापासून माल पोहचणाऱ्या बंदरापर्यंत प्रत्यक्षरित्या केली जाते तेव्हा त्यास प्रत्यक्ष जहाज भरणा पत्र म्हणतात.

**७) मार्फत जहाज भरणापत्रक :-**

जहाजात भरलेला माल जेव्हा आदेशाने दिले जाणारे पत्र म्हणजे आदेश जहाजभरणापत्र होय.

**८) आदेश जहाज भरणापत्रक :-**

एका विशिष्ट व्यक्तीच्या आदेशाने दिले जाणारे पत्र म्हणजे आदेश जहाजभरणापत्र होय.

जहाज कंपनीचा हुंडीचा फॉर्म भरून निर्यातदार जहाजकंपनीला तपासणीकरता व संमतीकरता देतो. याच्या चार प्रती असतात. त्या जहाज कंपनीला सादर कराव्या लागतात. जहाज कंपनी मान्यता प्राप्त वजनमापाच्या आकारावर माल वाहतूकीच्या रक्कमेचे मोजमाप करते. वाहतूकीची रक्कम भरल्यावर हा दस्तऐवज सहीशिक्क्यानिशी परत करते. त्यानंतर जहाजकंपनी निर्यातदाराला जहाजभरणा पत्रक देते. त्यावर निर्यातीच्या अटी पाठीमागच्या बाजूला लिहिलेल्या असतात.

हे पत्रक निर्यातदार, आयातदार व जहाजकंपनी या तिघांच्याही दृष्टीकोनातून महत्त्वाचे असते. आयातदार या हुंडीच्या आधारे मालाची सोडवणूक करतो. निर्यातदाराला या पत्रकाच्या आधारावर सरकारकडून सवलती मागता येतात. आणि जहाजकंपनी या पत्रकाच्या आधारे जहाजभाडे जमा करते.

---

### १२.३ उपकप्तानाची पावती (Mate's Receipt)

---

या पावतीला जहाज पावती असेही म्हणतात. जहाजाच्या उपकप्तानाने जी पावती दिलेली असते त्यास जहाजपावती असे म्हणतात. निर्यातदार जेव्हा जकातीचे व्यवहार व अन्य बाबींची पूर्तता करून निर्यात करावयाचा माल जहाजाने पाठवण्यासाठी बंदरावर नेतो. जहाज कंपनीच्या उपकप्तानास माल बोटीवर घेण्यासाठी ताब्यात घेण्याची विनंती करतो. जहाजाच्या उपकप्तानास निर्यात संमती पत्रक आणि जहाज कंपनीचा माल ताब्यात घेण्यासाठीचा आदेश मिळाल्याबद्दल पावती देतो, त्यास उपकप्तानाची पावती / जहाज पावती असे म्हणतात.

#### १२.३.१ उपकप्तानाच्या पावतीचे महत्त्व / उपयोग :-

- १) जहाजात माल भरणा केल्याचा पुरावा म्हणून उपयोग होतो.
- २) ही पावती म्हणजे माल वाहतूकीसाठी जहाज कंपनीच्या ताब्यात दिल्याचा पुरावा असतो.
- ३) निर्यातदार किंवा त्याचा प्रतिनिधी उपकप्तानाची पावती जमा करून जहाज कंपनीकडून जहाज भरणापत्रक होतो.
- ४) हे पत्रक हस्तांतरणीय असते.

#### १२.३.२ उपकप्तानपावतीतील समाविष्ट असणारे घटक :-

- १) जहाजाचे नाव व जहाज कंपनीचे नाव व पत्ता
- २) माल जहाजात भरल्याची तारीख
- ३) मालाचे स्वरूप (दर्जा व संख्या)
- ४) मालाचे संवेष्टन व त्यावरील खूण
- ५) माल भरण्याचे बंदर व माल पोहोचण्याचे बंदर
- ६) निर्यातदाराचे नाव व पत्ता
- ७) आयातदाराचे नाव व पत्ता
- ८) प्रवास क्रमांक व तारीख
- ९) जहाज भाडे भरले आहे की नाही याचा तपशील

### १२.३.३ उपकप्तानाच्या पावतीचे प्रकार :-

#### १) निर्दोष पावती (Clean Receipt) :-

निर्यात मालाची बांधणी समाधानकारक आहे व त्यामध्ये कोणताही दोष नाही आहे हे निर्दोष पावतीवरून समजते.

#### २) सशर्त पावती (Qualified Receipt) :-

सशर्त पावती म्हणजे निर्यात मालाची बांधणी ही दोषयुक्त आहे व तो माल खराब झाल्यास त्याला जहाज कंपनीला जबाबदार धरले जात नाही. उपकप्तान मालावर तसा शेरा मारतो व मालाच्या बांधणीविषयक काही शर्ती पूर्ण करण्यास सांगतो.

#### आपली प्रगती तपासा

१. निर्यात दस्तऐवज कोणते आहेत ते सांगा.
२. जहाज भरणापत्रातील प्रमुख घटक कोणते आहेत ?
३. जहाज भरणापत्र म्हणजे काय ?
४. उपकप्तानाची पावती म्हणजे काय ?
५. उपकप्तानाच्या पावतीचे प्रकार सांगा.

### १३.४ जहाज पावती (SHIPPING BILL)

जहाज पावती हे कस्टमचे सर्वात प्रमुख व महत्त्वाचे कागदपत्र आहे. जहाजामध्ये माल चढवण्याची परवनगी घेण्यासाठी जहाज पावती कस्टम अधिकाऱ्याकडून मागवली जाते. जहाज भरणापत्र हे जहाज पावतीवरून तयार करण्यात येते. जहाजाने माल पाठवताना ज्या बाबींची आवश्यकता असते, अशा सर्व बाबी यामध्ये असतात. कस्टम अॅथॉरिटीकडे पुढील तीन प्रकारचे जहाज पावती फॉर्म असतात.

- १) **करपात्र जहाज पावती :-** ज्या मालावर कर आकारला जातो, अशी जहाजपावती ही पावती. पिवळ्या रंगाची असते.
- २) **करमुक्त जहाज पावती :-** ज्या मालावर कर आकारला जात नाही अशी जहाज पावती. ही पांढऱ्या रंगाची असते.

३) करपरती जहाज पावती :- ज्या मालावरील शुल्काचे पैसे परत मिळतात; ती जहाज पावती. ही हिरव्या रंगाची असते.

यापैकी एका पावतीची निवड निर्यातदाराला करावी लागते. जकात विभागात ही पावती दिल्यानंतर त्याची तपासणी होवून जकात ठरवली जाते. जकात भरल्यानंतर निर्यात करावयाचा माल जहाजात चढवण्याची संमती मिळते. या पत्रकामध्ये पुढील तपशील असतो.

- १) निर्यातदाराचे नाव व पत्ता
- २) आयातदाराचे नाव व पत्ता
- ३) प्रतिनिधीचे नाव (असल्यास)
- ४) माल निर्यातीचे बंदर
- ५) माल पोहचवण्याचे बंदर
- ६) जहाजाचे नाव
- ७) मालाचे वर्णन
- ८) मालाची बांधणी
- ९) बोधचिन्ह
- १०) इतर आवश्यक तपशील

जहाज पावती ही वेगवेगळ्या संघटनांना तपासणीसाठी आवश्यक असते. ही पावती पाच प्रतींमध्ये तयार करावी लागते. विविध संस्थांना एकएक प्रत द्यावी लागते.

- १) जकात कार्यालयाची प्रत (Custom Copy)
- २) करपरतीसाठी प्रत (Drawback Copy)
- ३) निर्यातवृद्धी प्रत (Export Promotion Copy)
- ४) बंदर विश्वस्तांसाठी प्रत (Port Trust Copy)
- ५) निर्यातदाराची प्रत (Exporters Copy)

जहाज पावतीचा उपयोग जकात अधिकाऱ्याला निर्यात मालाची किंमत ठरवण्यासाठी होतो. तसेच बंदराच्या विश्वस्त अधिकाऱ्यांकडून घेण्यासाठी ही पावती महत्त्वाची असते. यामुळे निर्यातदाराला करपरतीची रक्कम किती मिळणार हेही समजते.

---

### १३.५ उत्पादन उगम प्रमाणपत्र (Certificate of Origin)

---

आयात-निर्यात व्यापारामध्ये व्यापारासंबंधी काही देशांचे करार असतात. करारानुसार निर्यात करावयाचा माल हा निर्यातदाराच्या देशातच तयार झाला आहे असे निर्देशित करणारे पत्र म्हणजे उत्पादन उगम प्रमाणपत्र होय. आयातदाराच्या देशाकडून हे पत्रक मागवले जाते. ते निर्यातदाराने द्यावयाचे असते. माल हा त्याच विशिष्ट देशातून आयात केला गेला आहे, याबद्दल बंदर व जकात अधिकारी कागदोपत्री पुरावा, प्रमाणपत्राची मागणी करतात. म्हणून निर्यातदार विश्वासाह रितिने हा माल त्याच्याच देशातील आहे असे जाहीर करून विश्वासपूर्वक खात्रीने सांगतो. निर्यातदाराला असे पत्रक आपल्या देशात चेंबर ऑफ कॉमर्स, निर्यात वर्धन महामंडळे,

व्यापारी संघटना इ. संस्थाकडून मिळते. हे प्रमाणपत्र देण्यासाठी या संस्थांना भारत सरकारने अधिकार दिलेले आहेत. वकिलाती बीजकामध्ये हे प्रमाणपत्र आवर्जून पाहिले जाते.

थोडक्यात उत्पादन उगम प्रमाणपत्र म्हणजे प्रमाणपत्रात नमूद केलेला माल त्याच देशात उत्पादित किंवा निर्माण झाल्याचा पुरावा होय.

उत्पादन उगम प्रमाणपत्राचे पुढील तीन प्रकार आहेत.

### १) मालाची सोडवणूक करण्यासाठी प्रमाणपत्र (Certificate for Clearance) :-

सर्वच देशांतील आयातदारांना त्यांचा माल सोडवून घेण्यासाठी या प्रमाणपत्राची गरज असते. निर्यातदारांना हे प्रमाणपत्र सर्वसाधारणपणे चेंबर ऑफ कॉमर्स व व्यापारी संघटनांकडून प्राप्त होते.

### २) सामान्य अग्रक्रम पद्धतीखाली मिळणारे प्रमाणपत्र (Certificate for availing concessions under GSP) :-

अग्रक्रमाच्या तरतूदीसाठी या प्रमाणपत्राची आवश्यकता असते. गृपनुसार ज्या देशाला अग्रक्रम दिला जातो. त्यापासून फायदा मिळवण्यासाठी हे प्रमाणपत्र सादर करावे लागते. हे प्रमाणपत्र साधारणपणे सेंट्रल सिल्क बोर्ड, निर्यात महामंडळ, जूट कमिशनर यांच्याकडून प्राप्त होते. ते तीन प्रतींमध्ये आवश्यक असते.

### ३) कॉमनवेल्थ सभासद अग्रक्रम प्रमाणपत्र (Common Wealth Preference):-

कॉमनवेल्थ प्राधान्यतेनुसार मिळणाऱ्या सवलती मिळवण्यासाठी हे प्रमाणपत्र सादर करावे लागते.

### १२.५.१ उत्पादन उगम प्रमाणपत्राचे महत्त्व / उपयोग :-

#### अ) निर्यातदाराला होणारे उपयोग :-

- १) या प्रमाणपत्रामुळे माल हा भारतीय आहे हे सिद्ध होते.
- २) निर्यात देशाच्या जकात विभागाकडून मालाची सोडवणूक करण्याकरता निर्यातदाराला या प्रमाणपत्राचा उपयोग होतो.

#### ब) आयातदाराला होणारे उपयोग :-

- १) आयातदाराला मालाची स्वीकृती त्वरित प्राप्त होते.
- २) आयातदार त्याला मिळणाऱ्या सवलतीसाठी
- ३) आयातदाराला मालाच्या उत्पादनाचा पुरावा मिळतो.

## १२.६ व्यापारी बीजक (Commercial Invoice)

निर्यातदाराला द्यावा लागणारा हा एक महत्त्वाचा दस्तऐवज आहे. देशी व्यापारामध्ये ज्याप्रमाणे बीजकाची आवश्यकता असते. त्याचप्रमाणे निर्यात व्यापारांतही बीजकाची आवश्यकता असते. निर्यातदाराने माल पाठवलेल्या वस्तूंचे हे एक बील होय. व्यापारी पद्धतीने जी माहिती आवश्यक असते ती सर्व माहिती या बीजकामध्ये असते म्हणून यास व्यापारी बीजक असे म्हणतात. यामध्ये निर्यात केलेल्या वस्तूंची संपूर्ण माहिती असते. यास मूळ प्रमाणपत्र असे म्हणतात. ही जणू निर्यात मालाची "कुंडलीच" असते. (Horoscope) याला विशेष प्रकारचा फॉर्म असतो असे नसते तर प्रत्येक निर्यातदार आपल्या सोयीनुसार हा तयार करतो. कॅनडा व अमेरिका यासारख्या काही देशांमध्ये यांचा प्रमाणित नमुना आहे. यामध्ये पुढील बाबींचा समावेश असतो.

- निर्यातदाराचे नाव व पत्ता
- आयातदाराचे नाव व पत्ता
- आदेश व करार क्रमांक
- मालाचे वर्णन
- बांधणीची माहिती
- निर्यातीच्या अटी व नियम
- माल पोहोचणाऱ्या बंदराचे नाव
- मालाचे आकारमान वजन-प्रमाण
- दर-प्रकार
- रक्कम देण्याच्या पद्धती
- पत्रपत्र नंबर
- वाहन प्रकार
- विमा तपशील
- विनिमय दर
- निर्यातदाराची सही

व्यापारी बीजकामुळे आयातदाराला जकात किती भरावी, निर्यातीची निव्वळ रक्कम, आयात सवलती आणि बँकेकडून कर्ज मिळवणे सोपे जाते.

### आपली प्रगती तपासा

१. जहाज पावती फॉर्मचे प्रकार सांगा.
२. जहाज पावती कोणत्या संघटनांना तपासणीसाठी द्यावी लागते ?
३. उत्पादन उगम प्रमाणपत्र म्हणजे काय ?
४. उत्पादन उगम प्रमाणपत्राचे प्रकार सांगा.
५. व्यापारी बीजक म्हणजे काय ?

---



---



---



---



---



---



---



---

## १२.७ वकीलाती बीजक (Consular Invoice)

---

या बीजकाला व्यापारी प्रतिनधीचा दाखला असेही म्हणतात. निर्यात व्यापार हा दोन भिन्न देशामध्ये होतो. यामुळे परस्पर देशातील सरकारांची या निर्यात व आयात व्यापाऱ्याला मान्यता असावी लागते, ही मान्यता आहे किंवा नाही हे पडताळून पाहण्यासाठी वकीलाती बीजक सादर करावे लागते. या बीजकामध्ये पुढील तपशील महत्त्वाचा असतो.

### अ) निर्यात देशाचा परवाना :-

निर्यात देश वकीलाती बीजकावर माल देशातून बाहेर पडण्यास संमती देतो. यामध्ये निर्यात वस्तू त्याची प्रमाण संख्या, शेरा, तपासणी परवाना इत्यादीबाबतचा तपशील येतो.

### ब) आयात देशांची संमती :-

आयात देशाच्या बंदरावर माल आल्यानंतर आयातीला आयात देशाची संमती अगोदरच घेतली जाते, मात्र त्याबाबतचा तपशील सारांशाने या बीजकामध्ये व्यक्त केलेला असतो. आयात परवाना क्रमांक, आयात वस्तू संख्या, विनिमय इ. बाबतचा तपशील असतो.

हे बीजक निर्यातदार आयातदारास पाठवतो. आंतरराष्ट्रीय व्यापारवाढीसाठी प्रत्येक देश आपले व्यापारी प्रतिनधी इतर विविध देशात नेमले जातात. निर्यातदार ज्या देशात माल निर्यात करणार आहे त्या देशाचा त्याच्या देशात कार्य करणाऱ्या प्रतिनिधीकडून असा दाखला मिळवतो व आयात व्यापाऱ्याकडे पाठवतो. जकात अधिकारी आयात व्यापाऱ्याने असा दाखला सादर केल्यानंतर बीजकातील किंमत ग्राह्य धरून जकात ठरवली जाते तेव्हाच निर्माण होते. यामुळे जकातीसंबंधीचे व्यवहार पूर्ण करण्यासाठी वेळ वाचतो. वस्तू तत्परतेने सोडवण्यासाठी आणि बांधणी उघडण्याचा त्रास वाचवण्यासाठी या दाखल्याचा उपयोग होतो. या बीजकावर व्यापारी प्रतिनिधीची सही झाली की निर्यातदाराला परकीय चलन किंवा निर्यात नियंत्रण यापासून मुक्तता मिळते.



---

## १२.८ सारांश

---

१. जहाज वाहतूक करणारा व जहाज कंपनी यांच्यातील करार म्हणजे जहाज भरणापत्रक होय.
२. जहाज भरणापत्रकाच्या आधारे आयातदार मालाची सोडवणूक करतो. निर्यातदाराला या पत्रकाच्या आधारावर सरकारकडून सवलती मागता येतात आणि जहाजकंपनी या पत्रकाच्या आधारे जहाजभाडे जमा करते.
३. जहाजाचा उपकप्तान माल ताब्यात मिळाल्याबद्दल जी पावती देतो त्यास उपकप्तानाची पावती / जहाज पावती असे म्हणतात.
४. उपकप्तानाच्या पावतीचे निर्दोष पावती व सशर्त पावती असे दोन प्रकार आहेत.
५. जहाजाने माल पाठवताना ज्या बाबींची आवश्यकता असते अशा सर्व बाबी जहाज पावतीमध्ये असतात. जहाजामध्ये माल चढविण्याची परवानगी घेण्यासाठी जहाज पावती कस्टम अधिकाऱ्यांकडून मागवण्यात येते.
६. जहाजपावतीचे करपात्र, करमुक्त व करपरती असे तीन प्रकार आहेत.
७. उत्पादन उगम प्रमाणपत्र म्हणजे प्रमाणपत्रात नमूद केलेला माल त्याच देशात उत्पादित किंवा निर्माण झाल्याचा पुरावा होय. आयातदाराच्या देशाकडून हे पत्रक मागवले जाते.
८. व्यापारी पध्दतीने जी माहिती आवश्यक असते ती सर्व माहिती व्यापारी बीजकामध्ये असते. निर्यातदाराने माल पाठवलेल्या वस्तूंचे हे एक बिल असते.
९. व्यापारी बीजकामुळे आयातदाराला जकात किती भरावी, निर्यातीची निव्वळ रक्कम, आयात सवलती आणि बँकेकडून कर्ज मिळवणे सोपे जाते.
१०. निर्यात व्यापारामध्ये निर्यात व आयात व्यापाराला परस्पर देशातील सरकारांची मान्यता आहे किंवा नाही हे पडताळून पाहण्यासाठी वकिलाती बीजक सादर करावे लागते. या बीजकाला व्यापारी प्रतिनिधीचा दाखला असेही म्हणतात. या बीजकावर व्यापारी प्रतिनिधीची सही झाली की निर्यातदाराला परकीय चलन किंवा निर्यात नियंत्रण यापासून मुक्तता मिळते.

---

## १२.९ प्रश्न

---

१. पतपत्र म्हणजे काय? जहाज भरणापत्रातील प्रमुख घटक सांगा.
२. पतपत्रांची व्याख्या करून पतपत्रांचे विविध प्रकार सांगा.
३. कप्तानाची पावती म्हणजे काय? कप्तानाच्या पावतीचे महत्त्व आणि उपयोग सांगा.
४. कप्तानाच्या पावतीमध्ये कोणत्या घटकांचा समावेश असतो.
५. उपकप्तानाच्या पावत्यांचे प्रकार सांगा.
६. जहाजपावती म्हणजे काय?

७. उत्पादन उगम पतपत्र म्हणजे काय ? त्याचे प्रकार सांगा.
८. उत्पादन उगम पतपत्रांचे महत्त्व आणि उपयोग सांगा.
९. व्यापारी बीजक म्हणजे काय ? व्यापारी बीजकामध्ये कोणत्या बाबींचा समावेश होतो ?
१०. बीजक म्हणजे काय ? या बीजकामध्ये कोणता तपशील असतो ?

