

खंड

1

भारतीय व्यवसाय का आधार

इकाई 1	
व्यवसाय का परिचय	5
इकाई 2	
तकनीकी नवप्रवर्तन एवं कौशल विकास	31
इकाई 3	
सामाजिक उत्तरदायित्व एवं नैतिकता	47
इकाई 4	
व्यवसाय में उभरते अवसर	64

कार्यक्रम डिजाइन समिति – बी.कॉम (सी.बी.सी.एस.)

प्रो. मधु त्यागी निदेशक, एस.ओ.एम.एस, इग्नू	प्रो. डी.पी.एस. वर्मा (सेवानिवृत्त) डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	प्रो. आर.के. ग्रोवर (सेवानि.) प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ, इग्नू
प्रो. आर.पी. हुडा पूर्व कुलपति, एम.डी. विश्वविद्यालय, रोहतक	प्रो. के.वी. भानुमूर्ति (सेवानिवृत्त) डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	संकाय सदस्य एस.ओ.एम.एस. इग्नू प्रो. एन.वी. नरसिम्हम प्रो. नवल किशोर
प्रो. बी.आर. अनंथन पूर्व कुलपति, रानी चेन्नम्मां विश्वविद्यालय, बेलगाँव, कर्नाटक	प्रो. कविता शर्मा डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	प्रो. एम.एस.एस. राजू डॉ. सुनील कुमार डॉ. सुबोध केशरवानी डॉ. रश्मि बंसल डॉ. मधुलिका पी. सरकार डॉ. अनुप्रिया पाण्डेय
प्रो. आई. वी. त्रिवेदी पूर्व कुलपति, एम.एल. सुखादिया विश्वविद्यालय, उदयपुर	प्रो. खुर्शीद अहमद बट डीन, वाणिज्य एवं प्रबंधन संकाय, कश्मीर विश्वविद्यालय, श्रीनगर	
प्रो. पुरुषोत्तम राव (सेवानिवृत्त) वाणिज्य संकाय उस्मानिया विश्वविद्यालय, हैदराबाद	प्रो. देवब्रत मित्रा डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स उत्तर बंगाल विश्वविद्यालय, दार्जिलिंग	

पाठ्यक्रम डिजाइन समिति

प्रो. मधु त्यागी निदेशक, एस.ओ.एम.एस, इग्नू	प्रो. ए.के. सिंह डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	संकाय सदस्य एस.ओ.एम.एस. इग्नू प्रो. एन.वी. नरसिम्हम प्रो. नवल किशोर प्रो. एम.एस.एस. राजू डॉ. सुनील कुमार डॉ. सुबोध केशरवानी डॉ. रश्मि बंसल डॉ. मधुलिका पी. सरकार डॉ. अनुप्रिया पाण्डेय
प्रो. डी. के. वैद (सेवानिवृत्त) एन.सी.ई.आर.टी. दिल्ली	प्रो. विजय कुमार श्रोत्रिया डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	
प्रो. भानु मूर्ति (सेवानिवृत्त) डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	डॉ. राजेन्द्र महेश्वरी (सेवानिवृत्त) रामानुजम कॉलेज दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	

पाठ्यक्रम निर्माण दल

प्रो. मधु त्यागी (इकाई 2) प्रो. भानु मूर्ति (इकाई 3) डॉ. सुबोध केशरवानी (इकाई 2 एवं 4)	प्रो. नवल किशोर (संपादक एवं पाठ्यक्रम समन्वयक) डॉ. सुबोध केशरवानी (संपादक एवं पाठ्यक्रम समन्वयक)
व्यवसाय संगठन : ई.सी.ओ.-01 (डॉ. सुबोध केशरवानी द्वारा संशोधित इकाई 1) प्रो. पी.के. घोष (सेवानिवृत्त), दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली डॉ. नफीस बेग (सेवानिवृत्त), ए.एम.यू. अलीगढ़ यू.पी. डॉ. आर.एन. गोयल (सेवानिवृत्त), देशबंधु कॉलेज, दिल्ली	अनुवाद डॉ. तनुश्री राँय (इकाई 1 से 4) सहायक आचार्य एस. एस. खन्ना महिला डिग्री कॉलेज इलाहाबाद विश्वविद्यालय, प्रयागराज

सामग्री निर्माण

श्री वाई. एन. शर्मा सहायक कुलसचिव (प्रकाशन) एम.पी.डी.डी., इग्नू, नई दिल्ली	श्री सुधीर कुमार अनुभाग अधिकारी (प्रकाशन) एम.पी.डी.डी., इग्नू, नई दिल्ली
--	--

अगस्त, 2019

©इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, 2019

ISBN- 978-93-89499-23-0

सर्वाधिकार सुरक्षित, इस कार्य का कोई भी अंश इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिनियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों के बारे में विश्वविद्यालय कार्यालय मैदान गढ़ी, नई दिल्ली से अधिक जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की ओर से कुलसचिव, सामग्री निर्माण एवं वितरण विभाग द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित।

लेजर टाइप सेटिंग : टेसा मीडिया एण्ड कंप्यूटर, C-206, A.F.Enclave-II, नई दिल्ली

मुद्रक : पी. स्ववायर सॉल्यूशन्स, एच-25, साईट-बी, इण्डस्ट्रीयल एरिया, मथुरा

खंड 1 भारतीय व्यवसाय का आधार

यह पाठ्यक्रम "व्यावसायिक संगठन और प्रबंध" पर पहला खंड है। यह खंड आपको व्यापार के विभिन्न आयामों से परिचित कराएगा, जिसमें प्रौद्योगिकी, नैतिक आयाम और व्यावसायिक अवसरों पर उभरती हुई सेवा शामिल है। यह खंड आपको व्यवसाय के परिचयात्मक पहलू, तकनीकी नवप्रवर्तन, कौशल विकास, सामाजिक उत्तरदायित्व, नैतिकता, और व्यवसाय में उभरते अवसरों के बारे में भी बताएगा। "भारतीय व्यवसाय का आधार" विषय पर इस खंड में चार इकाइयों का विवरण शामिल है जिनका विवरण नीचे दिया गया है:

इकाई 1 इस विशेष खंड की पहली इकाई इस बात पर जोर देती है कि उत्पादों (जैसे माल और सेवाओं) का उत्पादन या खरीद और बिक्री करके राजस्व उत्पन्न करने में व्यवसाय किस प्रकार सहायक होता है। यह इकाई विशेषताएँ और औचित्य सहित व्यापार के बुनियादी पहलुओं पर भी ध्यान केंद्रित करती है। यह भी बताता है कि व्यवसाय पेशे से कैसे अलग है।

इकाई 2 यह इकाई नवप्रवर्तन की अवधारणा, इसके मॉडल और विभिन्न प्रकारों के बारे में बताती है। यह कौशल विकास के महत्व और भारत सरकार द्वारा अपनी अलग रणनीतियों और दृष्टिकोणों सहित कौशल विकास की दिशा में की गई पहलुओं पर विचार-विमर्श करती है।

इकाई 3 प्रत्येक व्यवसाय की जिम्मेदारी है कि वह अपने अलग-अलग हितधारकों के साथ नैतिक रूप से कार्य करे। यह विशेष इकाई उन नैतिकता और जिम्मेदारियों पर ध्यान केंद्रित करती है जिनका व्यावसायिक गतिविधियों को सम्पन्न करते समय पालन करने की आवश्यकता होती है।

इकाई 4 कई उभरती हुई प्रवृत्तियाँ हैं जो व्यापार की वर्तमान स्थिति में भविष्य की दिशाओं को प्रभावित करेंगी। यह इकाई विशेष रूप से वर्तमान समय में व्यापार में उभरते रुझानों से संबंधित है।

इकाई 1 व्यवसाय का परिचय

इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 मानवीय क्रियाएँ
 - 1.2.1 गैर-आर्थिक क्रियाएँ
 - 1.2.2 आर्थिक क्रियाएँ
 - 1.2.3 आर्थिक गतिविधियों के क्षेत्र
- 1.3 व्यवसाय, पेशा और रोज़गार
 - 1.3.1 व्यवसाय
 - 1.3.2 पेशा
 - 1.3.3 रोज़गार
 - 1.3.4 व्यवसाय, पेशा एवं रोज़गार के बीच तुलना
- 1.4 व्यवसाय
 - 1.4.1 व्यवसाय की मुख्य विशेषताएँ
 - 1.4.2 व्यवसाय के उद्देश्य
- 1.5 उद्योग
 - 1.5.1 उद्योगों का वर्गीकरण
- 1.6 वाणिज्य
 - 1.6.1 व्यापार
 - 1.6.2 व्यापार में सहायक क्रियाएँ
- 1.7 सूक्ष्म, लघु और मध्यम आकार के उद्यम
- 1.8 सारांश
- 1.9 शब्दावली
- 1.10 बोध प्रश्नों के उत्तर
- 1.11 स्वपरख प्रश्न



1.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के पश्चात्, आप इस योग्य हो सकेंगे कि :

- मानवीय कार्यकलाप के स्थूल वर्गों को पहचान सकें;
- 'व्यवसाय क्या है' इसका वर्णन कर सकें;
- व्यवसाय के लक्षणों तथा उद्देश्यों को सूचीबद्ध कर सकें;
- व्यावसायिक कार्यकलाप का वर्गीकरण कर सकें;
- व्यावसायिक संगठन के स्वरूप का वर्णन कर सकें; तथा
- एमएसएमई के अर्थ और लाभ पर चर्चा कर सकें।

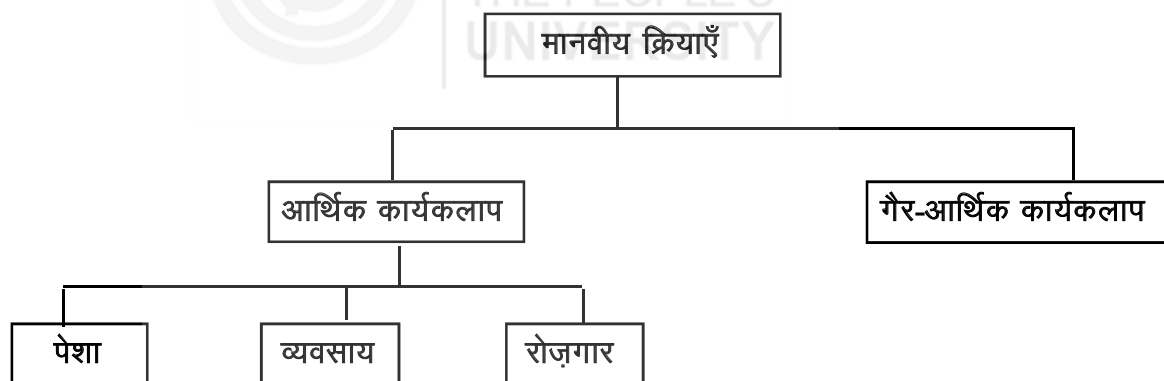
1.1 प्रस्तावना

हम अपने दैनिक जीवन में व्यवसाय, वाणिज्य, व्यापार, उद्योग आदि शब्दों का बहुत बार प्रयोग करते हैं। 'व्यावसायिक संगठन' में इन शब्दों का एक निश्चित अर्थ होता है। इस परिचयात्मक इकाई के अध्ययन से आप इन शब्दों के सही अर्थ समझ सकेंगे। इस इकाई में आप आर्थिक एवं गैर-आर्थिक कार्यकलाप के अंतर, व्यवसाय के उद्देश्यों, व्यावसायिक कार्यकलाप के वर्गीकरण, संगठन के महत्व तथा व्यवसाय में उद्यमकर्ता की भूमिका के बारे में भी जानकारी प्राप्त करेंगे।

1.2 मानवीय क्रियाएँ

सुबह बिस्तर से उठने से लेकर रात के सोने के समय तक हम कई प्रकार के कार्य करते हैं। सुबह हम बिस्तर से उठते हैं, दाँत साफ करते हैं, स्नान करते हैं और नाश्ता करते हैं। उसके बाद बच्चे पढ़ने के लिए स्कूल या कॉलेज जाते हैं, बड़े लोग काम करने के लिए कार्यालय, कारखाना, दुकान या खेत में जाते हैं तथा गृहिणियाँ घर पर काम करती हैं। शाम को हम लोग घर वापस आते हैं, भोजन करते हैं और सो जाते हैं। इस प्रकार हम सुबह से शाम तक जिन कार्यों में लगे रहते हैं, वे सब मानवीय कार्यकलाप कहलाते हैं।

यदि आप इन मानवीय कार्यकलाप का ध्यान से अध्ययन करें तो पायेंगे कि इनमें से कुछ कार्य ऐसे हैं जिन्हें करने से हमें आर्थिक लाभ होता है। जैसे कारखाने, कार्यालय या खेत में किए गए काम। कुछ अन्य कार्य करने से हमें कोई प्रत्यक्ष आर्थिक लाभ नहीं होता, जैसे – दाँत साफ करना, नाश्ता करना, स्कूल जाना, खेलना, गृहिणी द्वारा भोजन पकाया जाना आदि। इस प्रकार हम मानवीय कार्यकलाप को दो वर्गों में विभाजित कर सकते हैं - (1) गैर-आर्थिक कार्यकलाप तथा (2) आर्थिक कार्यकलाप।



चित्र 1.1 : मानवीय क्रियाओं का वर्गीकरण

1.2.1 गैर-आर्थिक क्रियाएँ (Non-economic Activities)

ये वे कार्य हैं जो मनुष्यों द्वारा स्नेह, प्रेम, सामाजिक कर्तव्य, धार्मिक कर्तव्य, शारीरिक आवश्यकता, देशभक्ति आदि भावनाओं से प्रेरित होकर किए जाते हैं, न कि धनोपार्जन के लिए। गृहिणी द्वारा परिवार के लिए भोजन बनाया जाना, बच्चों का स्कूल जाना, या विभिन्न खेल खेलना, लोगों का मंदिर या मस्जिद में प्रार्थना के लिए जाना, एक समाज सेवक द्वारा गरीबों के उत्थान के लिए कार्य करना आदि गैर-आर्थिक कार्यों के कुछ उदाहरण हैं। इन कार्यों में भाग लेने वाले व्यक्तियों को कोई प्रत्यक्ष आर्थिक लाभ प्राप्त नहीं होता।

गैर-आर्थिक गतिविधियों को गैर-मौद्रिक उद्देश्य के साथ दूसरों को सेवाएं प्रदान करने के उद्देश्य से किया जाता है। इसका एक उदाहरण गैर-सरकारी संगठनों (एनजीओ) का कार्य

है। ये गतिविधियाँ मानव की व्यक्तिगत, सामाजिक, धार्मिक, सांस्कृतिक और भावुक आवश्यकताओं की संतुष्टि के लिए सबसे पहले और सबसे महत्वपूर्ण हैं। गैर-आर्थिक गतिविधियों का वर्णन एक वित्तीय साझेदार की अनुपस्थिति द्वारा किया जा सकता है। या जहां उपभोक्ता द्वारा भुगतान की गई लागत को उत्पाद या सेवा के खर्च के अनुरूप नहीं किया जाता है। इसके कुछ मॉडल हैं:

- धर्मार्थ गतिविधियाँ: श्रम सामाजिक रूप से एकजुटता और मौद्रिक लाभों के बिना विशुद्ध रूप से लाभ के लिए खोज करना। उदाहरण के लिए सरकारी वित्त पोषित शिक्षा संस्थान, सामुदायिक कार्य या सामाजिक सहायता।
- घरेलू गतिविधि: जैसे कि कपड़े धोना, बर्तन धोना, बच्चे की देखभाल, कपड़ों की सिलाई या घर का अर्थशास्त्र।
- स्वतंत्रता: समाज के वंचित वर्ग को जीविकोपार्जन के लिए उत्थान व स्वतंत्रता के लिए मार्ग निर्देशन करना।
- स्वेच्छापूर्वक कुशलता: वे लोग जो कौशल प्रशिक्षण द्वारा वंचित वर्ग को रोजगार प्राप्त करने में सुविधा प्रदान करते हैं।

1.2.2 आर्थिक क्रियाएँ (Economic Activities)

ये वे कार्य हैं जो मनुष्यों द्वारा जीविका या धन कमाने के लिए किए जाते हैं। ये आर्थिक कार्यकलाप वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन, विनिमय एवं वितरण से संबंधित होते हैं। उदाहरण के लिए, एक डाक्टर का अस्पताल में काम करना, एक अध्यापक का स्कूल में काम करना, एक कर्मचारी का कार्यालय जाना, एक किसान का खेत में काम करना, आदि कार्य। ये सब लोग जीविकोपार्जन के लिए या धन प्राप्त करने के लिए ही ये कार्य करते हैं।

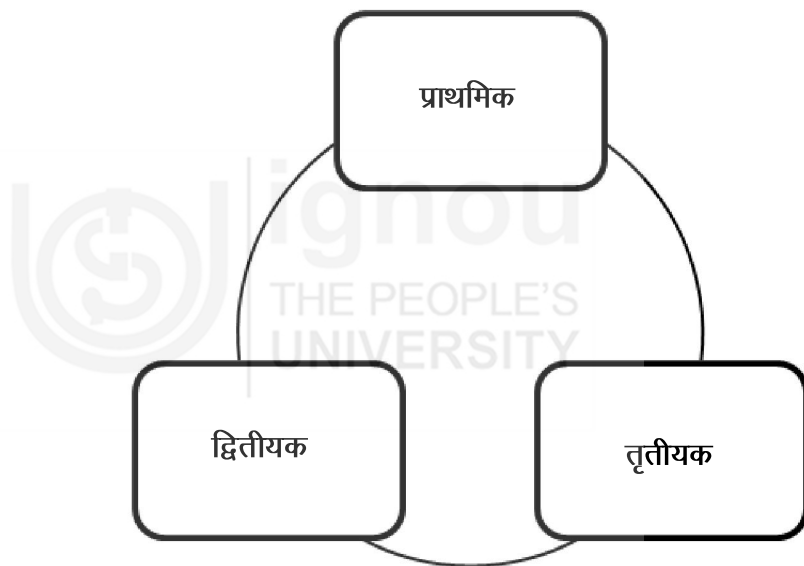
तालिका 1.1: आर्थिक और गैर-आर्थिक गतिविधियों के बीच अंतर

अंतर के आधार	आर्थिक क्रियाकलाप	गैर-आर्थिक क्रियाकलाप
अर्थ	ये वे गतिविधियाँ हैं जो वित्तीय लाभ के लिए की जाती हैं। ये गतिविधियाँ आगम उत्पन्न करती हैं जो संगठन को वित्तीय स्थिरता प्रदान कर सकती हैं, जैसे कारखाने कार्यालय में काम करना।	ये ऐसी गतिविधियाँ हैं जो सामाजिक, मनोवैज्ञानिक और मानसिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए की जाती हैं। उदाहरण के लिए, गैर-सरकारी संगठनों की कार्यप्रणाली, जैसे हेल्प एज, सेव द चिलड्रेन, क्राई इत्यादि।
प्रस्ताव	ये गतिविधियाँ एक वित्तीय उद्देश्य के साथ की जाती हैं।	ये गतिविधियाँ सामाजिक और मानसिक आवश्यकताओं के साथ की जाती हैं।
परिणाम	इन गतिविधियों के परिणामस्वरूप वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन और प्रसार होता है।	इन गतिविधियों के परिणामस्वरूप व्यक्तिगत संतोष होता है।
माप	इन्हें वित्तीय दृष्टि से मापा जा सकता है।	इन्हें व्यक्तिगत पूर्ति शर्तों में मापा जाता है।
मूल्य	ये क्रियाएँ राष्ट्रीय आय में मूल्य जोड़ती हैं।	ये गतिविधियाँ राष्ट्रीय आय में मूल्य नहीं जोड़ती हैं।

उदाहरण	एक शिक्षाविद, एक कुशल व्यक्ति, एक डॉक्टर, वकील, चार्टर्ड एकाउंटेंट आदि।	अपने ही बेटे को पढ़ाने वाली एक शिक्षक, बिना किसी शुल्क के गरीब मरीजों का इलाज करने वाले डॉक्टर, एक सॉफ्टवेयर (वेबसाइट या ऐप) विकसित करने वाला एक लड़का जो अपने पिता को उनके व्यवसाय की सुविधा में मदद करता है आदि।
--------	---	--

1.2.3 आर्थिक गतिविधियों के क्षेत्र

आर्थिक गतिविधियाँ वस्तुओं या सेवाओं का उत्पादन करके आर्थिक या वित्तीय उपलब्धि पैदा करती हैं। किसी भी देश की आर्थिक गतिविधि को निम्नलिखित खण्डों में व्यवस्थित किया जा सकता है: प्राथमिक क्षेत्र, द्वितीयक क्षेत्र और तृतीयक क्षेत्र। आर्थिक गतिविधियाँ लागत प्रभावी इरादे से शुरू की जाती हैं। वहीं दूसरी ओर गैर-आर्थिक गतिविधियों, का कोई राजकोषीय कारण नहीं है। ये गतिविधियाँ प्यार, गर्मजोशी, सामाजिक समृद्धि या आध्यात्मिक कारणों के कारण की जाती हैं।



चित्र 1.2: आर्थिक गतिविधियों के क्षेत्र

चित्र 1.2 से यह अच्छी तरह से समझा जा सकता है कि उत्पादन की आर्थिक श्रृंखला बनाने के लिए सभी क्षेत्र एक साथ काम करते हैं। प्राथमिक क्षेत्र कच्चे माल को इकट्ठा करता है, द्वितीयक क्षेत्र उपयोग करने के लिए कच्चे माल को लाता है, तृतीयक क्षेत्र बेचता है एवं अन्य दो क्षेत्रों की गतिविधियों का समर्थन करता है।

- **प्राथमिक आर्थिक क्षेत्र:** प्राथमिक क्षेत्र एक ऐसा क्षेत्र है जो माल के उत्पादन के लिए आवश्यक सामग्री को लेने से संबंधित है। ये ऐसी गतिविधियाँ हैं जो प्रकृति पर निर्भर हैं। इस क्षेत्र के उदाहरण हैं: कृषि, प्रजनन, वानिकी, मत्स्य, शिकार और खनन।
- **द्वितीयक आर्थिक क्षेत्र:** द्वितीयक क्षेत्र प्राथमिक क्षेत्र के कच्चे माल द्वारा उत्पादित वस्तुओं से संबंधित है। इसके उदाहरण में शामिल हैं: कपास, जूट आदि के कच्चे माल से बने कपड़े, भारतीय खादी उद्योग, घरों का निर्माण आदि।
- **तृतीयक आर्थिक क्षेत्र:** तृतीयक क्षेत्र से तात्पर्य सेवा प्रदान करने वाली गतिविधियों से है जो विशिष्ट क्षेत्र में देखी जा सकती हैं। इसके उदाहरण हैं: परिवहन कार्य, शिक्षा

का प्रसार, चिकित्सा सेवाएं आदि। अन्य उदाहरणों में शामिल हैं: खुदरा व्यापार, अचल संपत्ति, सरकारी और न्यायिक गतिविधियाँ, बीमा और वित्तीय सेवाएँ, स्वास्थ्य सेवाएँ, मीडिया, परिवहन और भंडारण, शैक्षिक सेवाएँ, होटल, रेस्तरां, दूरसंचार, आदि।

1.3 व्यवसाय, पेशा और रोजगार

इन आर्थिक कार्यकलापों को हम आगे तीन वर्गों में विभाजित कर सकते हैं— (अ) व्यवसाय, (ब) पेशा तथा (स) रोजगार।

1.3.1 व्यवसाय (Business)

ऐसा कोई भी कार्य जो मुख्य रूप से लाभ कमाने के उद्देश्य से किया जाता है, व्यावसायिक कार्य कहलाता है। लाभ अर्जित करने के इस उद्देश्य की पूर्ति आवश्यकताओं को पूरा करने वाली वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन द्वारा की जाती है। अतः हम व्यवसाय को इस प्रकार परिभाषित कर सकते हैं – ऐसा कोई भी कार्य जिसका संबंध लाभ कमाने के उद्देश्य से आवश्यकताओं को पूरा करने वाली वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन अथवा विनिमय से होता है। साबुन का उत्पादन, अंडों का विक्रय, टेलीविजन सेटों का उत्पादन, परिवहन आदि व्यवसाय के उदाहरण हैं। जो व्यक्ति व्यवसाय में लगा होता है वह व्यावसायी अथवा उद्यमकर्ता के नाम से जाना जाता है। इसी प्रकार किसी व्यावसायिक कार्य को करने के लिए संगठित की गई फर्म व्यावसायिक उद्यम या व्यावसायिक फर्म कहलाती है। व्यवसाय के बारे में और अधिक जानकारी आप इस इकाई में आगे प्राप्त करेंगे।

1.3.2 पेशा (Profession)

पेशा ज्ञान, शिक्षण एवं प्रशिक्षण पर आधारित विशेष प्रकार की व्यक्तिगत सेवाएं प्रदान करने वाला कोई भी कार्य करना वृत्ति या पेशा कहलाता है। डॉक्टरों, वकीलों तथा चार्टर्ड एकाउंटेंटों द्वारा प्रदान की गई सेवाएं इसी वर्ग के अंतर्गत आती हैं। साधारणतया प्रत्येक पेशा वर्ग के लिए एक पेशा निकाय होती है। उदाहरण के लिए, बार कौंसिल आफ इंडिया वकीलों की एक ऐसी ही पेशा संस्था है जो भारत में वकालत की पेशा का मार्गदर्शन तथा नियमन करती है। ऐसी पेशा संस्था संबंधित पेशा को अपनाने के लिए आवश्यक शिक्षण व प्रशिक्षण के स्वरूप तथा प्रकार निर्धारित करती है। प्रत्येक पेशा का संबंधित पेशा संस्था का सदस्य बनना आवश्यक है तथा उसे इस प्रकार की संस्था द्वारा निर्धारित आचार-संहिता का पालन करना चाहिए। पेशा प्रदान की गई सेवाओं के लिए कुछ शुल्क वसूल करते हैं।

1.3.3 रोजगार (Employment)

नियोक्ता द्वारा किसी समझौते या सेवा-नियमों के अधीन किसी व्यक्ति को सौंपा गया कार्य “रोजगार” वर्ग के अंतर्गत आता है। वह व्यक्ति जो इस प्रकार के कार्य का दायित्व ग्रहण करता है कर्मचारी कहलाता है। इस प्रकार सौंपे गए कार्य को पूरा करने के बदले में कर्मचारी नियोक्ता से मजदूरी अथवा वेतन-भत्ता, लाभांश आदि के रूप में पारिश्रमिक प्राप्त करता है। “रोजगार” को नौकरी भी कहते हैं। कारखाने में काम करना, कार्यालय में काम करना, होटल में काम करना कॉलेज में काम करना “रोजगार” के कुछ उदाहरण हैं। वृत्ति की दृष्टि से योग्य व्यक्ति भी विभिन्न व्यावसायिक संगठनों के कर्मचारियों की तरह काम कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, सरकारी/निजी अस्पतालों में काम करने वाले डॉक्टर, कारखाने में काम करने वाले इंजीनियर आदि।

रोजगार दो पक्षों के बीच एक गठबंधन है, जो अक्सर एक समझौते पर निर्भर करता है जहां काम के लिए मुआवजा दिया जाता है। एक पक्ष, जो एक कंपनी हो सकती है, लाभ, गैर-लाभ, व्यक्तियों के संगठन, सहकारी या कोई अन्य संस्था, नियोक्ता है और दूसरा कर्मचारी है। रोजगार का तात्पर्य दो पक्षों अर्थात् नियोक्ता और कर्मचारी के बीच संविदात्मक

सम्बन्ध से है। कर्मचारी भुगतान के बदले में काम करते हैं, जो कि प्रति घंटा वेतन के रूप में, एकमुश्त भुगतान या अनुबंध के आधार पर वार्षिक वेतन के रूप में हो सकता है। यह उस कर्मचारी के कार्य पर निर्भर करता है जो वह करता है या जिस क्षेत्र में वह काम करता है। कुछ प्रकार के रोजगार के तहत, कर्मचारी अपने नियमित भुगतान से परे अनुलाभ प्राप्त कर सकते हैं। इनमें अनुतोषिक (ग्रेच्युटी), बोनस भुगतान या कर्मचारी स्टॉक विकल्प योजना (ईएसओपी), स्वास्थ्य बीमा, आवास, विकलांगता बीमा या कार्यालय समय में मनोरंजक सेवा तक पहुंच शामिल हैं। रोजगार आमतौर पर रोजगार कानूनों या विनियमों या कानूनी अनुबंधों द्वारा शासित होता है।

रोजगार के प्रकार

कर्मचारियों को कई प्रकार के रोजगार के तहत भर्ती किया जा सकता है। रोजगार का प्रकार जिसके तहत एक व्यक्ति को नियोजित किया जाता है, रोजगार अनुबंध में उल्लिखित होता है। नियोजित व्यक्ति अनुबंध में वर्णित निर्देशों, काम के घंटे, काम के स्थान आदि के बारे में निर्देशों से बाध्य है। रोजगार के प्रकार निम्नानुसार हैं:

- **पूर्णकालिक रोजगार:** वह रोजगार जिसमें कोई व्यक्ति नियोक्ता द्वारा तय किए गए आधार घंटों तक काम करता है, पूर्णकालिक रोजगार के रूप में जाना जाता है। यह आमतौर पर उन लाभों के साथ होता है जो सामान्यतया अंशकालिक कर्मचारियों को पेश नहीं किए जाते हैं।
- **अंशकालिक रोजगार:** यह रोजगार का एक ऐसा रूप है जहां कर्मचारी पूर्णकालिक कर्मचारियों की तुलना में प्रति सप्ताह कम घंटे काम करते हैं। ऐसे कर्मचारी उन सभी लाभों के हकदार नहीं हैं जो पूर्णकालिक कर्मचारियों को दिए जाते हैं।
- **आकस्मिक रोजगार:** आकस्मिक कर्मचारियों की भर्ती अनियमित आधार पर की जाती है। उनकी संलिप्तता व्यवसाय की आवश्यकता पर निर्भर करती है।
- **अनुबंध रोजगार:** निश्चित अवधि के लिए या किसी विशिष्ट कार्य की अवधि के लिए किया गया रोजगार अनुबंध रोजगार कहलाता है। समझौता खत्म होते ही रोजगार खत्म हो जाता है।
- **प्रशिक्षुता:** प्रशिक्षुता किसी विशेष व्यापार या पेशे में व्यक्तियों के लिए प्रशिक्षण का अभ्यास है। शिक्षुता से गुजरने वाले व्यक्ति को प्रशिक्षु कहा जाता है। प्रशिक्षुओं को पूर्ण बीमा सुरक्षा (बीमारी, दुर्घटना, बेरोजगारी और पेंशन बीमा) का लाभ है और कार्यालय से हटाने के खिलाफ विशेष सुरक्षा है।
- **मौसमी रोजगार:** मौसमी कार्यकर्ता मौसमी आधार पर अपनी सेवाएं प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए, होटल और खानपान व्यापार में, मौसमी श्रमिक को उनके काम के समय के साथ-साथ पूर्ण बीमा सुरक्षा के संबंध में विशेष सहकारी निपटान प्रावधानों के अधीन हैं।

1.3.4 व्यवसाय, पेशा एवं रोजगार के बीच तुलना

तालिका 1.2 देखिए जो व्यवसाय, पेशा और रोजगार के बीच तुलना को दर्शाती है। यद्यपि व्यवसाय, पेशा एवं रोजगार में अंतर है फिर भी ये परस्पर निर्भर हैं। व्यावसायिक उद्यम देश में एक बहुत बड़ी संख्या में लोगों को रोजगार प्रदान करते हैं। इसी प्रकार पेशा जैसे इंजीनियर, चार्टर्ड एकाउंटेंट, लागत लेखाकार, प्रबंध परामर्शी, कानूनी विशेषज्ञ, डॉक्टर आदि जटिल तकनीकी समस्याओं के समाधान के लिए व्यावसायिक फर्मों में काम करते हैं। इस प्रकार व्यावसायिक उद्यम वृत्तिकों तथा साधारण जनता को रोजगार के अवसर प्रदान करते हैं। साथ ही व्यवसाय की सफलता भी व्यवसाय में काम करने वाले वृत्तिकों तथा कर्मचारियों पर निर्भर करती है।

ये तीनों आर्थिक गतिविधियों का एक हिस्सा निर्मित करती हैं, जिन्हें तालिका 1.2 में विभाजित किया गया है। इस अनुभाग का उद्देश्य व्यवसाय, पेशे और रोजगार के बीच अंतर करना और उसी के बारे में एक विहंगम दृष्टि प्रदान करना है।

तालिका 1.2: व्यवसाय, पेशा एवं रोजगार के बीच तुलना

अन्तर का आधार	व्यवसाय	पेशा	रोजगार
1. स्थापना की विधि	उद्यमी का निर्णय एवं अन्य कानूनी औपचारिकताएं, यदि आवश्यक हो	पेशेवर निकाय की सदस्यता एवं अभ्यास का प्रमाणपत्र	नियुक्ति पत्र एवं सेवा अनुबन्ध
2. कार्य की प्रकृति	जनता को वस्तुओं एवं सेवाओं को प्रदान करना	रुचि के अनुसार विशेषज्ञ सेवाएं प्रदान करना	सेवा अनुबन्ध या सेवा नियमों के अनुसार कार्य सम्पादित करना
3. योग्यता	कोई न्यूनतम योग्यता आवश्यक नहीं	विशिष्ट क्षेत्र में विशेषज्ञता एवं प्रशिक्षण अनिवार्य है	नियोक्ता द्वारा निर्धारित योग्यता एवं प्रशिक्षण
4. पारितोषिक या प्रतिफल	अर्जित लाभ	पेशेवर शुल्क	वेतन या मजदूरी
5. पूँजी विनियोग	व्यवसाय के आकार एवं प्रकृति के अनुसार पूँजी विनियोग की आवश्यकता	स्थापना हेतु सीमित पूँजी की आवश्यकता	किसी पूँजी की आवश्यकता नहीं
6. जोखिम	अनिश्चित एवं अनियमित लाभ, जोखिम उपस्थित	सामान्यता, नियमित एवं निश्चित शुल्क थोड़ा जोखिम	नियमित एवं तय वेतन, कोई जोखिम नहीं
7. हित हस्तांतरण	कुछ आपैचारिकताओं के साथ हस्तांतरण संभव	संभव नहीं	संभव नहीं
8. आचार संहिता	कोई आचार संहिता निर्धारित नहीं होती	पेशेवर आचार संहिता का पालन करना पड़ता है।	नियोक्ता द्वारा तय किए गए व्यवहार प्रमापों का पालन करना पड़ता है।

1.4 व्यवसाय

अभी तक आपने पढ़ा कि मनुष्यों के आर्थिक कार्यकलाप को व्यवसाय, पेशा और रोजगार में वर्गीकृत किया जा सकता है। इन तीन वर्गों में पेशा और रोजगार इस पाठ्यक्रम के कार्यक्षेत्र के बाहर हैं, यद्यपि वे भी काफी महत्वपूर्ण हैं। यहाँ मुख्य रूप से हमारा संबंध व्यवसाय से है। अतः आइए, हम व्यवसाय के बारे में अधिक विस्तार से चर्चा करें।

1.4.1 व्यवसाय की मुख्य विशेषताएँ

आप पढ़ चुके हैं कि व्यवसाय का संबंध लाभ अर्जित करने की इच्छा से आवश्यकताओं की पूर्ति करने वाली वस्तुओं के उत्पादन तथा/अथवा विनिमय और सेवाओं में किए गए मानवीय कार्यकलाप से है। आइए, अब हम व्यवसाय की मुख्य विशेषताओं का अध्ययन करें।

व्यवसाय के निम्नलिखित पाँच मुख्य लक्षण होते हैं।

- 1) **वस्तुओं और सेवाओं का कारोबार** : व्यवसाय में वस्तुओं और सेवाओं का कारोबार होता है ये वस्तुएँ उपभोक्ता वस्तुएँ हो सकती हैं जैसे मिठाई, डबलरोटी, कपड़े, जूते आदि। ये वस्तुएँ उत्पादक वस्तुएँ भी हो सकती हैं जिनका प्रयोग उपभोग के लिए अन्य वस्तुओं के उत्पादन में किया जाता है जैसे मशीनरी, उपस्कर, आदि। व्यवसाय में सेवाओं का भी कारोबार होता है। जैसे परिवहन, भंडारण, बैंक, सेवा, बीमा आदि जो अमूर्त तथा अदृश्य होती हैं।
- 2) **उत्पादन तथा/अथवा विनिमय** : आप किसी आर्थिक कार्य को व्यवसाय तभी कह सकते हैं जब उसका संबंध मूल्य के बदले वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन हस्तांतरण, विनिमय अथवा विक्रय से हो। यदि वस्तुओं का उत्पादन स्वयं के उपभोग के लिए या किसी को उपहार में देने के लिए किया जाता है, तो इन कार्यकलापों को व्यवसाय नहीं माना जाता। किसी भी व्यावसायिक कार्यकलाप में दो पक्षों का होना आवश्यक है – एक क्रेता तथा दूसरा विक्रेता। इस प्रकार के कार्यकलाप का संबंध क्रेता और विक्रेता के बीच वस्तुओं के हस्तांतरण या वस्तुओं के विनिमय से होना चाहिए। वस्तुओं का विनिमय वस्तुओं के बदले में या मुद्रा के बदले में किया जा सकता है।
- 3) **कारोबार में निरंतरता और नियमितता** : किसी एक लेनदेन को व्यवसाय नहीं माना जा सकता। किसी कार्य को व्यवसाय तभी माना जा सकता है जब उसका निष्पादन लगातार या बार-बार किया गया हो। उदाहरण के लिए, यदि कोई व्यक्ति अपने रहने का मकान बेच देता है तो उसे व्यवसाय नहीं माना जाएगा। लेकिन यदि वह बार-बार मकान खरीदता है और दूसरों को बेचता है तो इस प्रकार का कार्य व्यवसाय के अंतर्गत आता है। कोई लेनदेन कितनी जल्दी-जल्दी होना चाहिए यह कार्य की प्रकृति पर निर्भर करता है। उदाहरण के लिए, एक जहाज बनाने वाली कंपनी को एक जहाज का निर्माण करने और बेचने में काफी समय लगता है। लेकिन एक सब्जी बेचने वाला सुबह बाजार से सब्जी खरीदता है और शाम तक अपने ग्राहकों को बेच देता है। ये दोनों ही प्रकार के कार्य व्यवसाय माने जाएँगे।
- 4) **लाभार्जन – प्रमुख प्रयोजन** : लाभ अर्जित करना व्यवसाय का प्रमुख प्रयोजन है। लेकिन इसका यह अर्थ कदापि नहीं होना चाहिए कि व्यावसायिक कार्यकलाप में सेवा का कम महत्व है। वास्तव में कोई भी व्यवसाय केवल तभी प्रगति कर सकता है जब वह अपने ग्राहकों को संतुष्ट करने में समर्थ हो। व्यवसाय को बनाए रखने के लिए, उसके विकास विस्तार तथा समाज से उसके लिए मान्यता प्राप्त करने के लिए लाभ अर्जित करना अत्यंत आवश्यक है।
- 5) **जोखिम का तत्व** : प्रत्येक व्यवसाय में हानि होने की संभावना बनी रहती है। हानि होने की इस संभावना को ही जोखिम कहा जाता है। व्यवसाय में जोखिम का तत्व ऐसे अनेक कारणों से विद्यमान रहता है जिन पर उद्यम का वश नहीं होता। जोखिम दो प्रकार की होती है – (1) ऐसी जोखिम जिसकी संभावना का अनुमान लगाया जा सकता है तथा जिसका बीमा कराया जा सकता है। आग, बाढ़, चोरी आदि से होने वाली हानियाँ ऐसी जोखिम के उदाहरण हैं। (2) ऐसी जोखिम जिसकी संभावना का अनुमान नहीं लगाया जा सकता और न ही जिसका बीमा कराया जा सकता है जैसे

– बदलती हुई तकनीक, माँग में कमी, फैशन का बदलता रहना, कच्चे माल की पूर्ति में कमी आदि। इस प्रकार की सभी जोखिम पूर्ण रूप से उद्यम को ही वहन करनी पड़ती है।

1.4.2 व्यवसाय के उद्देश्य

जैसा कि आप जानते हैं व्यवसाय का प्रमुख उद्देश्य लाभ अर्जित करना है। यद्यपि व्यवसाय की सफलता में लाभ की एक महत्वपूर्ण भूमिका होती है फिर भी लाभ अर्जित करने के लिए एकमात्र उद्देश्य को लेकर व्यवसाय अधिक लम्बे समय तक नहीं चल सकता। जैसा कि हेनरी फोर्ड ने कहा है, “व्यवसाय का अर्थ केवल धन के पीछे भागना नहीं बल्कि इसका उद्देश्य समाज की सेवा करना होना चाहिए।” उर्विक के अनुसार, “जिस प्रकार भोजन करना ही जीवन का एकमात्र उद्देश्य नहीं हो सकता। उसी प्रकार लाभ अर्जित करना भी व्यवसाय का एकमात्र उद्देश्य नहीं हो सकता।” अतः समाज की सेवा व्यवसाय का एक अन्य महत्वपूर्ण उद्देश्य माना जाता है। वास्तव में कुछ लेखक तो समाज की सेवा को व्यवसाय का एक प्रमुख उद्देश्य मानते हैं और कहते हैं कि यही उद्देश्य व्यवसाय के एक महत्वपूर्ण मानवीय कार्यकलाप के रूप में बने रहने का औचित्य सिद्ध रहता है। इसलिए जहाँ व्यवसायी के लिए व्यवसाय में बने रहने के लिए लाभ अर्जित करना आवश्यक है, वहीं व्यवसाय को बनाए रखने के लिए तथा उसके विकास के लिए उसका लक्ष्य इससे कहीं अधिक ऊपर होना चाहिए।

व्यवसाय के उद्देश्यों का वर्णन तीन व्यापक शीर्षकों के अंतर्गत किया जा सकता है :

(i) आर्थिक उद्देश्य (ii) सामाजिक उद्देश्य (iii) मानवीय उद्देश्य।

1) **आर्थिक उद्देश्य** : मूलतः एक आर्थिक कार्य होने के कारण व्यवसाय के प्रमुख उद्देश्य आर्थिक हैं। कुछ आर्थिक उद्देश्य निम्न हैं :

- संतोषप्रद लाभ अर्जित करना
- नए बाजारों का पता लगाना तथा और अधिक ग्राहक बनाना
- फर्म की व्यावसायिक क्रियाओं का विकास एवं विस्तार
- नव-प्रवर्तन करना तथा वस्तुओं और सेवाओं में सुधार करना ताकि ग्राहक कम मूल्य पर और अधिक उन्नत वस्तुएँ और सेवाएँ प्राप्त कर सकें।

2) **सामाजिक उद्देश्य** : चूँकि व्यवसाय समाज का ही एक अंग है इसीलिए समाज के प्रति भी इसके कुछ कर्तव्य हैं। व्यवसाय के कुछ प्रमुख सामाजिक उद्देश्य इस प्रकार हैं :

- देश के लोगों को अधिक से अधिक रोजगार के अवसर प्रदान करना।
- समाज को अच्छी किस्म की वस्तुएँ प्रदान करना।
- उचित मूल्य पर वस्तुएँ उपलब्ध कराना।
- निवेशकर्ताओं के लिए उचित लाभ सुनिश्चित करना।
- मुनाफाखोरी तथा अन्य अनुचित व्यवहार से समाज को बचाना।
- राष्ट्रीय हितों तथा राष्ट्रीय प्राथमिकताओं को ध्यान में रखते हुए वस्तुओं का उत्पादन करना।

3) **मानवीय उद्देश्य**: व्यावसायिक गतिविधि, आम तौर पर, व्यापार के मानवीय उद्देश्यों के माध्यम से किया जाता है और इस प्रकार आर्थिक कल्याण और कर्मचारियों, कर्मचारियों की सामाजिक और मनोवैज्ञानिक संतुष्टि के साथ-साथ मानव संसाधनों के विकास को भी ध्यान में रख सकता है।

आप बस याद करिए कि हमने व्यवसाय के बारे में क्या कहा है। हमने कहा कि व्यवसाय लाभ कमाने के इरादे से वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन और / या विनिमय से संबंधित है। यह बताता है कि व्यवसाय दो पहलुओं से संबंधित है यानी उत्पादन और विनिमय। इसके आधार पर, हम व्यावसायिक गतिविधियों को दो श्रेणियों में वर्गीकृत कर सकते हैं। पहली श्रेणी में हम उत्पादन से संबंधित सभी व्यावसायिक गतिविधियों को समूहीकृत कर सकते हैं। इसी तरह, विनिमय से संबंधित सभी गतिविधियों को दूसरी श्रेणी के तहत वर्गीकृत किया जा सकता है।

पहली श्रेणी को उद्योग के रूप में जाना जाता है, जबकि दूसरी श्रेणी को 'वाणिज्य' कहा जाता है, जिसके बारे में अलग से और विस्तृत चर्चा की जाएगी।

इस प्रकार, व्यावसायिक संगठन का अर्थ है लाभार्जन के उद्देश्य की पूर्ति हेतु व्यवसाय के विभिन्न घटकों जैसे कार्यबल, कच्चे माल, मशीन, पूंजी, ऊर्जा आदि को व्यवस्थित रूप से काम पर लाना और उनकी गतिविधियों को प्रभावी ढंग से समन्वयित और नियंत्रित करना। व्यवसाय का स्वामित्व और प्रबंधन एकल व्यक्ति या साझेदारी समूह बनाने वाले व्यक्तियों के समूह या संयुक्त स्कन्ध कंपनी के रूप में या सहकारी समिति के रूप में भी किया जा सकता है। इस प्रकार, स्वामित्व और प्रबंधन के आधार पर, हम व्यावसायिक संगठन को दो श्रेणियों में वर्गीकृत कर सकते हैं (एकल स्वामित्व और साझेदारी फर्म) संगठनों के गैर-निगमीय रूप कहे जा सकते हैं। शेष दो श्रेणियों (कंपनी प्रपत्र और सहकारी समिति) को संगठन का निगमीय रूप कहा जा सकता है।

यदि आप एक व्यवसाय शुरू करने की योजना बना रहे हैं, तो आपको प्रत्येक अलग-अलग व्यावसायिक संरचना की खूबियों और अवगुणों का मूल्यांकन करना चाहिए और यह पता लगाना चाहिए कि कौन सी संरचना आपकी आवश्यकता के अनुरूप है। एक व्यवसाय संरचना संगठन का एक समूह है जिसे किसी दिए गए अधिकार क्षेत्र में कानूनी रूप से मान्यता प्राप्त है और उस विशेष प्रकार की कानूनी परिभाषा के अंतर्गत है। स्वामित्व और प्रबंधन के आधार पर व्यवसाय को निम्नलिखित श्रेणी में वर्गीकृत किया जा सकता है।

1. एकल स्वामित्व
2. साझेदारी
3. कंपनी
4. सहकारिता

आप इकाई 5 में विस्तार से जानेंगे।

बोध प्रश्न 1

- 1) आर्थिक कार्य तथा गैर-आर्थिक कार्य के बीच मुख्य अंतर क्या है?

.....

.....

.....

.....

- 2) व्यवसाय किसे कहते हैं ?

.....

.....

.....

3) "पेशे" से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

4) "रोजगार" से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

5) निम्नलिखित कार्यकलाप का व्यवसाय, पेशा तथा रोजगार में वर्गीकरण कीजिए :

कार्यकलाप

वर्गीकरण

- | | |
|---|-------|
| i) सब्जियाँ बेचना | |
| ii) किसी व्यक्ति का औषधियों की दुकान पर विक्रीकर्ता के रूप में कार्य करना | |
| iii) एक डॉक्टर का किसी सरकारी अस्पताल में कार्य करना | |
| iv) एक चार्टर्ड एकाउंटेंट द्वारा निजी प्रैक्टिस प्रारंभ करना | |
| v) बिस्कुट का उत्पादन | |
| vi) एक वकील का निजी प्रैक्टिस प्रारंभ करना | |
| vii) वस्तुओं का परिवहन | |

6) बताएँ कि निम्नलिखित कथन **सही** हैं अथवा **गलत** ।

- | | |
|---|-------|
| i) व्यवसाय का एकमात्र उद्देश्य लाभ अर्जित करना है । | |
| ii) पेशा गैर आर्थिक कार्य है । | |
| iii) रोजगार आर्थिक कार्य है । | |
| iv) व्यवसाय में जोखिम का तत्व नहीं होता । | |
| v) व्यवसाय का संबंध केवल वस्तुओं और सेवाओं के विनिमय से होता है । | |
| vi) उद्योग व्यावसायिक क्रिया का एक अंग है । | |

vii) उद्योग और वाणिज्य दोनों मिलकर व्यावसायिक कार्यकलाप होते हैं।
viii) किसी कार्य को व्यवसाय तभी माना जाता है जबकि उसका निष्पादन लगातार या बार-बार किया जाता है
ix) पेशा की स्थिति में स्वामित्व-हित का हस्तांतरण दूसरों को किया जा सकता है।
x) धन या जीविका उपार्जन करने के उद्देश्य से किये जाने वाले कार्य आर्थिक कार्यकलाप कहलाते हैं।
xi) पिता द्वारा अपने पुत्री का पढ़ाया जाना आर्थिक कार्य है।

1.5 उद्योग

जैसा कि आप पढ़ चुके हैं, उद्योग से आशय व्यावसायिक कार्यकलाप के उस अंश से है जिसका संबंध उपलब्ध भौतिक संसाधनों के प्रयोग से आवश्यकताओं की पूर्ति करने वाली वस्तुओं के उत्पादन से होता है। उद्योग प्राकृतिक संसाधनों का प्रयोग करते हैं और उन्हें अंतिम उपभोग या और उपयोग के लिए हस्तांतरित करते हैं। इसका अर्थ यह हुआ कि औद्योगिक कार्यकलाप का उद्देश्य वस्तुओं को उस रूप में उपलब्ध कराना है जिस रूप में वे उन व्यक्तियों की सुविधाओं, आवश्यकताओं तथा उद्देश्यों के अनुकूल सिद्ध हो सकें जो उन वस्तुओं का उपयोग करेंगे। इस प्रकार उद्योग वस्तुओं के रूपमूलक उपयोगिता (form utility) का सृजन करते हैं। उदाहरण के लिए, खेतों, कारखानों, खानों आदि से विभिन्न प्रकार की वस्तुएं उपलब्ध होती हैं। ये वस्तुएं जनता की सुविधाओं तथा आवश्यकताओं की पूर्ति करती हैं। संक्षेप में, उन मनुष्यों के कार्यकलाप उद्योग के अंतर्गत आते हैं जो वस्तुओं के निस्सारण, निर्माण, प्रक्रियन, उत्पादन तथा विरचन कार्यों (fabrication) में लगे हुए होते हैं।

उद्योग का एक दूसरा अर्थ भी होता है। इस दूसरे अर्थ में उद्योग से अभिप्राय कारखानों के ऐसे समूह से होता है जिसे प्रायः किसी विशेष प्रकार की उत्पाद श्रृंखला में विशिष्टता प्राप्त हो। उदाहरण के लिए, वे सब कारखाने जो उर्वरक का उत्पादन करते हैं, सामूहिक रूप से 'उर्वरक उद्योग' कहलाते हैं। इसी प्रकार मोटरों के सभी कारखाने 'मोटर उद्योग' के अंतर्गत आते हैं लेकिन वर्तमान संदर्भ में यह उपागम हमारे लिए संगत नहीं है। हमने पहला उपागम अपनाया है।

1.5.1 उद्योगों का वर्गीकरण

उद्योगों का वर्गीकरण विभिन्न विधियों से किया जाता है। इन विधियों की सूची नीचे दी गई है।

- 1) कार्य की प्रकृति के आधार पर
 - क) निस्सारक उद्योग
 - ख) जननिक उद्योग
 - ग) विनिर्माण उद्योग
 - घ) निर्माण उद्योग

- 2) उत्पादित वस्तुओं की प्रकृति के आधार पर
 - क) उपभोक्ता वस्तु उद्योग
 - ख) उत्पादक वस्तु उद्योग
- 3) निवेश के स्तर के आधार पर
 - क) भारी उद्योग
 - ख) हल्के उद्योग
- 4) कार्य के आकार के आधार पर
 - क) लघु स्तरीय उद्योग
 - ख) वृहद् स्तरीय उद्योग
- 5) कार्य क्षेत्र के आधार पर
 - क) क्षेत्रीय उद्योग
 - ख) राष्ट्रीय उद्योग
 - ग) बहुराष्ट्रीय उद्योग

चूँकि इस इकाई में विवेचन का विषय मानवीय कार्य पर ही केन्द्रित है, इसलिए हमारे लिए कार्य की प्रकृति पर आधारित वर्गीकरण ही अधिक उपयुक्त है। अतः आइये, हम लोग प्रथम वर्गीकरण के बारे में अधिक विस्तार से चर्चा करें।

क) निस्सारक उद्योग (Extractive Industries) : पृथ्वी की सतह से अथवा सतह के नीचे से अथवा वायु से या पानी से खनिज पदार्थ, पशु, पौधे, पेड़ आदि जैसे प्राकृतिक संसाधनों की खोज एवं निस्सारण से संबंधित कार्यकलाप इस वर्ग के अंतर्गत आते हैं। निस्सारक उद्योग समाप्तिकरण उद्योग भी कहलाते हैं क्योंकि प्रत्येक प्रयत्न के बाद संसाधनों में कमी आ जाती है तथा वह समाप्त होती रहती है। खनन, खेती, उत्खनन, शिकार, मछली पकड़ना आदि सभी कार्य इस वर्ग के अंतर्गत आते हैं।

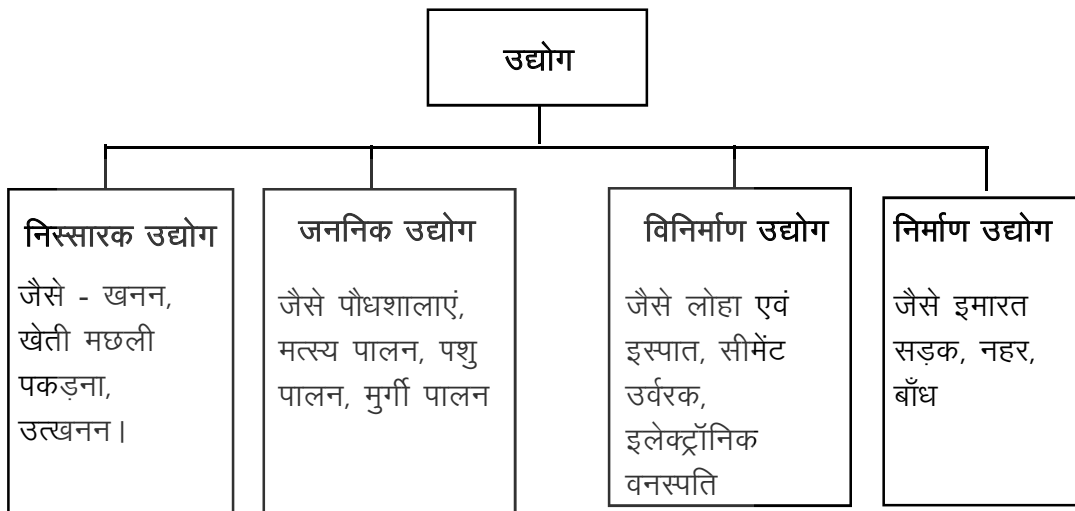
ख) जननिक उद्योग (Genetic Industries) : इस वर्ग के अंतर्गत वे कार्यकलाप आते हैं जिनका संबंध लाभ अर्जित करने के उद्देश्य से विक्रय के लिए प्रजनन द्वारा पशुओं और पौधों की प्रजाति में वृद्धि करना होता है। जननिक उद्योग के उदाहरण हैं— पौधशालाएँ, जो पौधों की प्रजाति में वृद्धि करके उनका विक्रय करती हैं, मुर्गी पालन फार्म, पशुपालन फार्म, मत्स्य पालन फार्म इत्यादि।

निस्सारण उद्योग और जननिक उद्योग में एक महत्वपूर्ण अंतर होता है। निस्सारण उद्योग में मनुष्य पृथ्वी, समुद्र या वायु से निकाली गई सम्पत्ति में वृद्धि नहीं कर सकता। लेकिन जननिक उद्योग में मनुष्य न केवल प्राकृतिक वस्तुओं के विकास में वृद्धि कर सकता है बल्कि उनका प्रजनन भी कर सकता है।

ग) विनिर्माण उद्योग (Manufacturing Industries) : विनिर्माण उद्योग वे उद्योग होते हैं जो कच्चे माल और अर्ध-निर्मित माल को तैयार माल में रूपांतरित करने में संलग्न होते हैं। साधारणतया निस्सारक उद्योगों के उत्पाद विनिर्माण उद्योगों के लिए कच्चे माल का कार्य करते हैं। दूसरे शब्दों में विनिर्माण उद्योग निस्सारक उद्योग के उत्पादों को रूपमूलक उपयोगिता प्रदान करते हैं। सीमेंट उद्योग, चीनी उद्योग, सूती वस्त्र, उद्योग, लोहा एवं इस्पात उद्योग उर्वरक उद्योग आदि विनिर्माण उद्योगों के कुछ उदाहरण हैं।

घ) **निर्माण उद्योग (Construction Industries)** : निर्माण उद्योग वे उद्योग होते हैं जिनका संबंध भवन, पुल, बाँध, सड़क, नहर, रेल की पटरी आदि का निर्माण करने से होता है। ये उद्योग विनिर्माण उद्योगों के उत्पादों (जैसे ईंट, सीमेंट, लोहा, एवं इस्पात) तथा निस्सारक उद्योगों के उत्पादों (जैसे पत्थर, लकड़ी) का उपयोग करते हैं। निर्माण उद्योगों के उत्पाद अधिकतर अचल होते हैं। उसकी संस्थापना, निर्माण अथवा संरचना प्रायः एक निश्चित स्थान पर की जाती है।

चित्र 1.3 को देखिए जिसमें उद्योगों का वर्गीकरण उदाहरण सहित दर्शाया गया है।



चित्र 1.3 : कार्य की प्रकृति के आधार पर उद्योगों का वर्गीकरण

जब हम गतिविधि की प्रकृति की बात करते हैं तो हम सेवा उद्योग को भी शामिल कर सकते हैं। ये ऐसे उद्योग हैं जो किसी भी मूर्त उत्पाद का उत्पादन नहीं करते बल्कि एक सेवा प्रदान करते हैं जैसे— पर्यटन उद्योग, मनोरंजन उद्योग आदि।

बोध प्रश्न 2

1) व्यवसाय एवं उद्योग में अंतर बताइए।

.....

.....

.....

.....

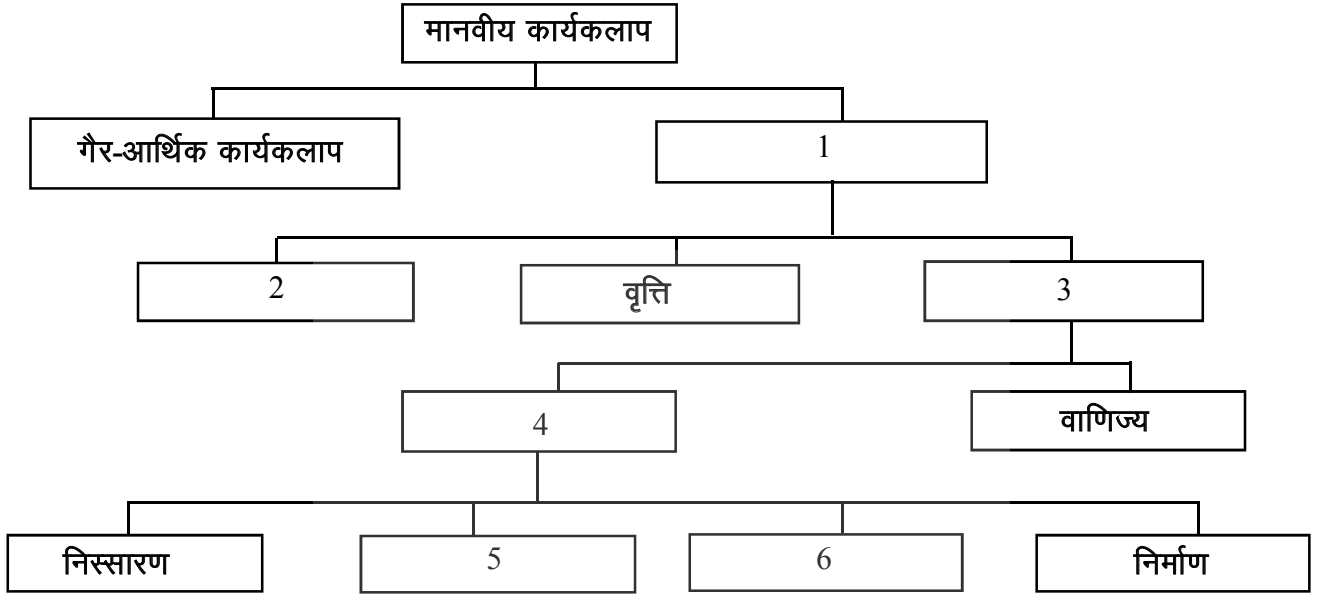
.....

2) निम्नलिखित कार्यकलाप उद्योग के किस वर्ग से संबंधित हैं :

कार्यकलाप	उद्योग का वर्गीकरण
i) समुंद्र में से मछली पकड़ना
ii) खान से कोयला निकालना
iii) कपड़ा बुनना
iv) बाँध का निर्माण
v) लकड़ी का फर्नीचर बनाना

- | | |
|------------------------------|-------|
| vi) पशु-पालन | |
| vii) रेल-पथ का विकास | |
| viii) रेल के इंजन का उत्पादन | |

3) संख्या वाले खानों में उपयुक्त शब्द भरिए।



1.6 वाणिज्य

आप पढ़ चुके हैं कि व्यावसायिक कार्यकलाप को दो वर्गों में वर्गीकृत किया जा सकता है: (1) उद्योग तथा (2) वाणिज्य। आपने यह भी पढ़ा कि औद्योगिक कार्यकलाप का संबंध आवश्यकताओं की पूर्ति करने वाली वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन से होता है। जब तक इन वस्तुओं और सेवाओं को उन लोगों तक नहीं पहुँचाया जाता जिन लोगों को उनकी आवश्यकता है तब तक ये मानवीय आवश्यकताओं को पूरा करने के अपने उद्देश्य को पूरा नहीं करतीं। इसीलिए, आवश्यक होता है कि उद्योगों द्वारा उत्पादित वस्तुओं को उचित स्थान पर, उचित समय पर, उचित मात्रा में, उचित मूल्य पर तथा उचित ढंग से उपभोक्ताओं तक पहुँचाया जाए। इन्हीं आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए वाणिज्य कार्य का आरंभ हुआ। ऐसे सभी कार्यकलाप जो इन वस्तुओं के उत्पादकों और उपभोक्ताओं में संबंध स्थापित करते हैं तथा उसके बीच वस्तुओं का निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह बनाए रखते हैं, "वाणिज्य" के अंतर्गत आते हैं।

उत्पादक से लेकर उपभोक्ता तक वस्तुओं और सेवाओं के निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह में कई रुकावटें और बाधाएँ आती हैं। उदाहरण के लिए, किसी एक व्यक्ति द्वारा उत्पादित वस्तु का किसी अन्य व्यक्ति द्वारा उपभोग किया जा सकता है। ऐसी स्थिति में जब तक उत्पादक और उपभोक्ता एक दूसरे को पहचान नहीं लेते तब तक उनके बीच वस्तुओं के विनिमय का प्रश्न ही नहीं उठता। इसी को **व्यक्ति संबंधी बाधा** कहा जाता है। इसी प्रकार किसी वस्तु का क्रय करने के लिए उपभोक्ताओं को उस वस्तु के अस्तित्व का तथा उसकी विशेषताओं का ज्ञान होना चाहिए। इसी कारण उपभोक्ताओं को इस प्रकार की सूचनाएँ उपलब्ध कराने की आवश्यकता होती है। इसी को **ज्ञान संबंधी बाधा** कहा जाता है। उत्पादन के समय और उपभोग के समय में अन्तराल के कारण उत्पन्न होने वाली बाधा **समय संबंधी बाधा** कहलाती है। कई स्थितियों में उत्पादन किसी एक स्थान पर होता है और उनका उपभोग

किसी दूसरे स्थान पर होता है। इसीलिए वस्तुओं को उनके उत्पादन के स्थान से उनके उपभोग के स्थान तक ले जाना आवश्यक होता है। इसी से स्थान संबंधी बाधा उत्पन्न होती है। वाणिज्य इन सब बाधाओं को दूर करता है और उत्पादकों तथा उपभोक्ताओं के बीच वस्तुओं के विनिमय को सुगम बनाता है। इस खंड में आगे आप विस्तृत जानकारी प्राप्त करेंगे कि इन बाधाओं को उन विभिन्न व्यावसायिक कार्यकलाप द्वारा किस प्रकार दूर किया जाता है जो वाणिज्य का ही एक भाग होते हैं।

संक्षेप में वाणिज्य का संबंध मुख्य रूप से वस्तुओं के क्रय और विक्रय से होता है तथा इसके अंतर्गत वे सभी कार्य भी आते हैं जो क्रेताओं और विक्रेताओं के बीच वस्तुओं के निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह को बनाए रखने के लिए आवश्यक हैं। इस प्रकार वाणिज्य के दो मुख्य पहलू होते हैं : (1) वस्तुओं का क्रय और विक्रय तथा (2) वस्तुओं के निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह के लिए आवश्यक कार्य। अतः हम वाणिज्य से संबंधित संपूर्ण क्षेत्र को दो वर्गों में विभाजित कर सकते हैं :

- 1) व्यापार—क्रय और विक्रय से संबंधित कार्य
- 2) व्यापार में सहायक कार्य – वे कार्यकलाप जो वस्तुओं के निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह को सुगम बनाते हैं।

1.6.1 व्यापार (Trade)

आप पढ़ चुके हैं कि वस्तुओं और सेवाओं के क्रय और विक्रय से संबंधित मानवीय कार्यकलाप व्यापार के अंतर्गत आते हैं। अतः लाभ अर्जित करने की इच्छा से किये गये वस्तुओं और सेवाओं के विक्रय, हस्तांतरण या विनिमय को व्यापार में शामिल किया जाता है। व्यापार का उद्देश्य उन व्यक्तियों को वस्तुएँ उपलब्ध कराना है जिन्हें उनकी आवश्यकता है तथा जो उनके लिए मूल्य चुकाने के लिए तैयार हैं। इस प्रकार व्यापार उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच संबंध स्थापित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है तथा व्यक्ति-संबंधी बाधा को दूर करता है।

व्यापार में संलग्न व्यक्ति 'व्यापारी' या 'बिचौलिया' कहा जाता है। उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच कई व्यापारी काम करते हैं तथा व्यक्ति-संबंधी बाधा को दूर करते हैं। व्यापार को हम दो स्थूल वर्गों में विभाजित कर सकते हैं : 1) आंतरिक व्यापार व 2) वाह्य व्यापार।

- 1) **आंतरिक व्यापार (Internal Trade)** : जब किसी देश की सीमाओं के अंदर ही व्यापार होता है तो इसे आंतरिक व्यापार कहा जाता है। इसका अर्थ यह है कि क्रय और विक्रय दोनों देश की सीमाओं के अंदर ही होने चाहिए। इसके लिए भुगतान प्रायः राष्ट्रीय चलन (Currency) में ही किया जाता है। इस आंतरिक व्यापार को अंतर्देशीय व्यापार, राष्ट्रीय व्यापार या घरेलू व्यापार या देशीय व्यापार भी कहा जाता है।

कार्य की मात्रा के आधार पर हम आंतरिक व्यापार को (क) थोक व्यापार और (ख) फुटकर व्यापार में वर्गीकृत कर सकते हैं।

क) थोक व्यापार (Wholesale Trade) : अपेक्षाकृत बड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय और विक्रय को थोक व्यापार कहते हैं। थोक व्यापार में संलग्न व्यक्ति को थोक व्यापारी कहते हैं।

ख) फुटकर व्यापार (Retail Trade) : अपेक्षाकृत छोटी मात्रा में वस्तुओं के क्रय और विक्रय को फुटकर व्यापार कहते हैं। फुटकर व्यापार में संलग्न व्यक्ति फुटकर व्यापारी कहलाता है।

आइये, अब हम विस्तार से विवेचन करें कि ये थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी किस प्रकार कार्य करते हैं तथा व्यक्ति की बाधाओं को कैसे दूर करते हैं। थोक व्यापारी निर्माताओं से बड़ी मात्रा में वस्तुएं खरीदता है और फुटकर व्यापारियों को अपेक्षाकृत कम मात्रा में बेचता है। इस प्रकार थोक व्यापारी उत्पादकों और फुटकर व्यापारियों के बीच कड़ी का काम करते हैं। फुटकर व्यापारी थोक व्यापारियों से वस्तुएँ खरीदते हैं, और उन्हें उपभोक्ताओं को और भी छोटी मात्रा में बेचते हैं। इस प्रकार फुटकर व्यापारी एक तरफ थोक व्यापारियों और दूसरी तरफ उपभोक्ताओं के बीच संबंध स्थापित करते हैं। इसी प्रकार थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी उत्पादकों तथा उपभोक्ताओं के बीच संबंध स्थापित करते हैं तथा व्यक्ति की बाधाओं को दूर करते हैं। लेकिन कभी-कभी उत्पादक केवल थोक व्यापारियों की या केवल फुटकर व्यापारियों की सेवाओं का ही उपयोग करते हैं या फिर उपभोक्ताओं से सीधे ही संपर्क स्थापित करते हैं। उत्पादक और उपभोक्ता के बीच कार्य करने वाले व्यापारियों/बिचौलियों की संपूर्ण श्रृंखला को "वितरण श्रृंखला" कहते हैं।

2) वाह्य व्यापार (External Trade) : इसे विदेशी व्यापार (Foreign Trade) या अंतर्राष्ट्रीय व्यापार (International Trade) भी कहा जाता है। जब किसी देश की सीमा से बाहर व्यापार होता है तो उसे वाह्य व्यापार कहते हैं। दूसरे शब्दों में बाहरी व्यापार से अभिप्राय राष्ट्रों के बीच के व्यापार से होता है। यह व्यापार एक वस्तु के दूसरी वस्तु से अथवा मुद्रा से विनिमय के रूप में होता है।

विदेशी व्यापार को हम तीन वर्गों में बाँट सकते हैं :

(क) आयात व्यापार (ख) निर्यात व्यापार (ग) पुनर्निर्यात व्यापार।

क) आयात व्यापार (Import Trade) : जब एक देश दूसरे देश से वस्तुएं खरीदता है तो खरीदने वाले देश के लिए वह आयात व्यापार कहलाता है। उदाहरण के लिए, भारत अमेरिका से मशीनरी खरीदता है तो यह भारत के लिए आयात व्यापार होगा।

ख) निर्यात व्यापार (Export Trade) : जब कोई देश दूसरे देश को वस्तुएं बेचता है तो बेचने वाले देश के लिए वह निर्यात व्यापार कहलाता है। उदाहरण के लिए, भारत रूस को चमड़े की वस्तुएं तथा अमेरिका को चाय बेचता है। भारत के लिए वस्तुओं की इस प्रकार की बिक्री को निर्यात व्यापार कहा जाएगा।

ग) पुनर्निर्यात व्यापार (Re-export Trade) : इसे "आयातित माल का निर्यात व्यापार" (Entrepot Trade) भी कहा जाता है। जब किसी एक देश से वस्तुओं का आयात किया जाता है तथा किसी अन्य देश को उन्हीं वस्तुओं का निर्यात किया जाता है तो ऐसे व्यापार को पुनर्निर्यात व्यापार कहते हैं। पुनर्निर्यात उन देशों द्वारा किया जाता है जिनके पास ऐसे बन्दरगाह होते हैं जो ऐसे स्थानों पर स्थित हैं जहाँ से वे पड़ोसी देशों के लिए वितरण केन्द्र का कार्य कर सकते हैं। ऐसे देश बड़ी मात्रा में वस्तुओं का आयात करते हैं तथा फिर पड़ोसी देशों को उन्हीं वस्तुओं का पुनर्निर्यात कर देते हैं।

1.6.2 व्यापार में सहायक क्रियाएँ (Aids to Trade)

वे कार्य जो व्यापार को सुविधाजनक बनाते हैं, 'व्यापार में सहायक कार्य' कहलाते हैं। इस प्रकार वे सभी मानवीय कार्यकलाप जो बाधाओं को दूर करते हैं और वस्तुओं को उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक पहुँचाने में सहायता करते हैं "व्यापार में सहायक कार्य" के अंतर्गत आते हैं। ऐसे कार्यों को 'व्यापार के सहयोगी कार्य' भी कहा जाता है। व्यापार में सहायक कार्यों के अंतर्गत आने वाले कार्यों के संपूर्ण क्षेत्र को पाँच वर्गों में विभाजित किया जा सकता है :

(1) परिवहन (2) भंडारण (3) बीमा (4) विज्ञापन तथा (5) बैंकिंग।

1) **परिवहन (Transportation)** : साधारणतया सभी वस्तुओं का उपभोग उसी स्थान पर नहीं होता जिस स्थान पर उनका उत्पादन होता है। इसलिए वस्तुओं को उनके उत्पादन स्थान से उस स्थान पर पहुँचाना होता है जहाँ उनकी माँग है। वस्तुओं को इस प्रकार एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाने से संबंधित कार्य को परिवहन कहते हैं। इस प्रकार परिवहन स्थान संबंधी बाधा को दूर करता है और वस्तुओं में स्थानमूलक उपयोगिता का सृजन करता है। परिवहन तीन प्रकार का होता है।

अ) भूमि परिवहन - सड़क, रेलमार्ग

ब) हवाई परिवहन - हवाई जहाज

स) जल परिवहन - नाव जहाज

2) **भंडारण (Warehousing)** : उत्पादन के तुरंत बाद ही वस्तुओं का उपभोग नहीं कर लिया जाता। साधारणतया उसके उत्पादन और उपभोग में कुछ समय का अन्तराल होता है इसी को समय संबंधी बाधा कहते हैं। इसीलिए वस्तुओं के उत्पादन के पश्चात् जब तक उनका उपभोग नहीं किया जाता तब तक उन्हें सुरक्षित रखा जाना चाहिए। विशेष रूप से शीघ्र नष्ट होने वाली वस्तुओं जैसे दूध, माँस, सब्जी, फल आदि को बहुत सावधानीपूर्वक सुरक्षित रखा जाना चाहिए। अन्यथा वे खराब हो जाती हैं और बेकार हो जाती हैं। इसी कारण भंडारण को व्यापार का एक अन्य सहायक कार्य माना जाता है भंडारण से आशय वस्तुओं को सुरक्षित रखने से है ताकि जब कभी भी उपभोक्ताओं को इनकी आवश्यकता हो उन्हें तुरंत उपलब्ध कराया जा सके। इस प्रकार भंडारण समय संबंधी बाधा को दूर करता है और वस्तुओं में कालमूलक उपयोगिता का सृजन करता है।

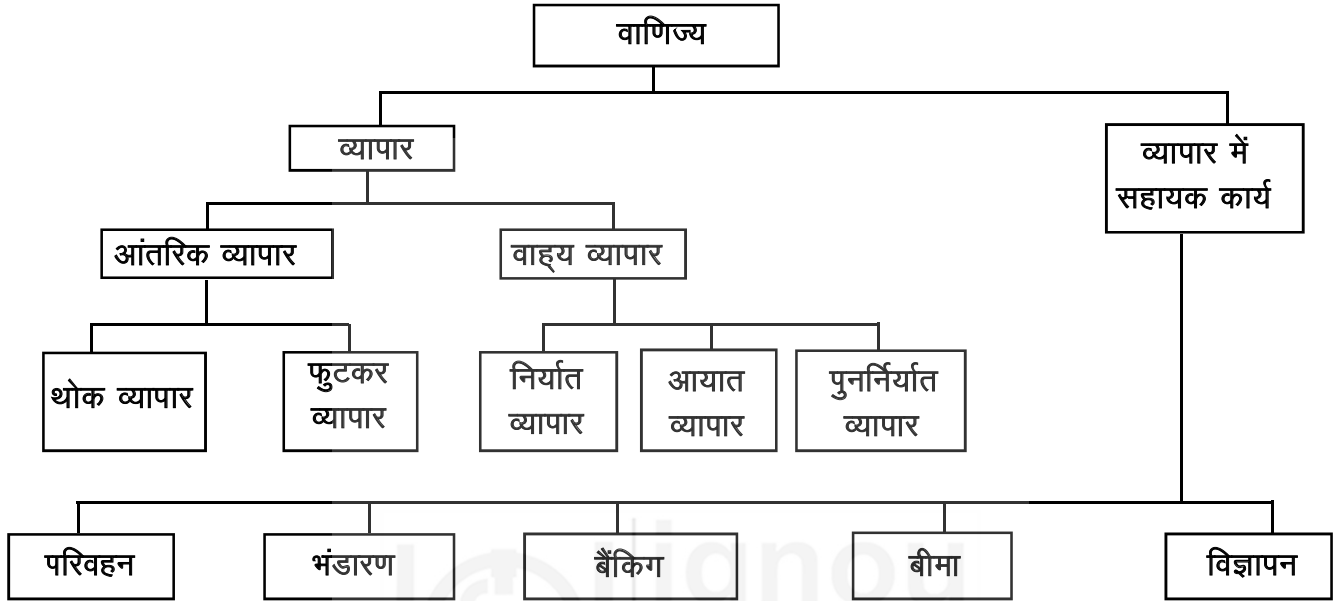
3) **बीमा (Insurance)** : उत्पादन-प्रक्रिया में अथवा रास्ते में दुर्घटना के कारण या फिर भंडार गृह में चोरी हो जाने या आग लग जाने के कारण वस्तुएं नष्ट हो सकती हैं। व्यवसायी इन जोखिमों से अपने आपको सुरक्षित करना चाहेगा। इस संबंध में बीमा कंपनियाँ उसकी सहायता करती हैं। ऐसी जोखिम से हुई क्षति की पूर्ति करने का दायित्व ये अपने ऊपर लेती हैं। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए व्यवसाय को एक बीमा पॉलिसी लेनी पड़ती है। और नियमित रूप से एक निश्चित रकम अदा करनी पड़ती है, जिसे प्रब्याजि (Premium) कहा जाता है। इस प्रकार बीमा जोखिम संबंधी बाधा को दूर करता है।

4) **विज्ञापन (Advertising)** : वस्तु का विनिमय तभी संभव है जब उपभोक्ताओं को उस वस्तु के अस्तित्व के बारे में ज्ञात हो। इसको ज्ञान संबंधी बाधा कहा जाता है। इस बाधा को विज्ञापन द्वारा दूर किया जाता है। विज्ञापन के माध्यम से उत्पादक अपनी वस्तुओं के बारे में पूर्ण जानकारी संभावित उपभोक्ताओं तक पहुँचाते हैं और उनमें उस वस्तु को खरीदने की तीव्र इच्छा पैदा करते हैं। इस प्रकार विज्ञापन उपभोक्ताओं तक वस्तुओं के बारे में पूर्ण जानकारी पहुँचाने में सहायता करता है। विज्ञापन कई माध्यमों से किया जा सकता है जैसे टेलीविजन, रेडियो, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पट विज्ञापन, दीवारों पर लगे पोस्टर, आदि।

5) **बैंकिंग (Banking)** : बैंकिंग वित्त और ऋण संबंधी बाधाओं को दूर करके वस्तुओं को उपभोक्ताओं तक पहुँचाने में सहायता करती है। आज के युग में हम बैंकों के बिना व्यवसाय के बारे में सोच ही नहीं सकते। व्यवसाय शुरू करने या उसे सुचारु रूप से

चलाने के लिए धन की आवश्यकता होती है। बैंक धन संबंधी आवश्यकता की पूर्ति करते हैं। बैंक एक ऐसा संगठन है जो जन साधारण का धन जमा के रूप में स्वीकार करता है। जिसे आवश्यकता पड़ने पर माँग द्वारा अथवा अन्य किसी प्रकार से निकलवाया जा सकता है तथा जिन लोगों को धन की आवश्यकता हो उन्हें धन उधार देता है। बैंक व्यवसाय कार्य के लिए आवश्यक कई अन्य सेवाएं भी प्रदान करते हैं।

वाणिज्य के वर्गीकरण और उप-वर्गीकरण के लिए चित्र 1.4 देखिए।



चित्र 1.4 : वाणिज्य का वर्गीकरण

बोध प्रश्न 3

1) वाणिज्य तथा उद्योग में क्या अंतर है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) आंतरिक व्यापार और वाह्य व्यापार में क्या भेद हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3) व्यापार वाणिज्य से किस प्रकार भिन्न है?

.....

.....

.....

.....

.....

4) नीचे व्यापार बाधाओं की एक सूची दी गई है। इन बाधाओं को दूर करने वाले व्यावसायिक कार्यकलाप के नाम बताइए।

बाधाएँ	व्यावसायिक कार्यकलाप का नाम
i) दूरी संबंधी बाधा
ii) समय संबंधी बाधा
iii) जोखिम संबंधी बाधा
iv) वित्त संबंधी बाधा
v) ज्ञान संबंधी बाधा
vi) व्यक्ति संबंधी बाधा

5) बताएं कि निम्नलिखित कथन सही है अथवा गलत।

- i) व्यापार का संबंध वस्तुओं के क्रय और विक्रय से होता है। ()
- ii) कम मात्रा में खरीदने और बेचने वाला व्यक्ति थोक व्यापारी कहलाता है। ()
- iii) जब किसी दूसरे देश में वस्तुएं बेची जाती हैं तब उसे निर्यात व्यापार कहते हैं। ()
- iv) क्रय तथा विक्रय को सहज बनाने वाले कार्य व्यापार में सहायक कार्यों के अंतर्गत आते हैं। ()
- v) आयात व्यापार से आशय किसी देश में वस्तुएं खरीदकर उन्हें दूसरे देश में बेचने से होता है। ()
- vi) आंतरिक व्यापार से आशय राष्ट्रीय सीमाओं के भीतर वस्तुओं के क्रय और विक्रय से होता है। ()
- vii) फुटकर व्यापारी थोक व्यापारी और उपभोक्ता के बीच संबंध स्थापित करता है। ()
- viii) वाह्य व्यापार गृह-व्यापार भी कहलाता है। ()

1.7 सूक्ष्म, लघु और मध्यम आकार के उद्यम

सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम (MSME) मंत्रालय भारत में सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों से संबंधित नियमों, विनियमों और कानूनों के निर्माण और प्रशासन के लिए सर्वोच्च निकाय है। यह क्षेत्र सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करता है और 6,000 से अधिक उत्पादों के निर्माण में लगा हुआ है – पारंपरिक से लेकर हाई-टेक चीजों तक।

विनिर्माण और सेवा क्षेत्र दोनों में सूक्ष्म, लघु और मध्यम आकार के उद्यम सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम विकास अधिनियम के तहत एम.एस.एम.ई. पंजीकरण या एस.एस.आई. पंजीकरण प्राप्त कर सकते हैं। एमएसएमई पंजीकरण विभिन्न प्रकार के लाभ प्रदान करता है जैसे कि ब्याज की दर बहुत कम होगी, कर अनुदान, पूंजी निवेश सब्सिडी और सरकारी क्षेत्र से अन्य सहायता। सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम विकास अधिनियम, 2006, निवेश के आधार पर सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों को परिभाषित करता है।

- 1) विनिर्माण और उत्पादन, प्रसंस्करण या माल के संरक्षण में लगे उद्यमों के लिए संयंत्र और मशीनरी में निवेश, और
- 2) सेवाओं को प्रदान करने में लगे उद्यमों के लिए उपकरणों में निवेश।

एमएसएमई अधिनियम, 2006 में परिभाषित संयंत्र और मशीनरी या उपकरण में निवेश के संबंध में दिशानिर्देश हैं:

तालिका 1.3: सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम

उपक्रम के क्रिया की प्रकृति	वस्तुओं के उत्पादन, प्रक्रियन या संरक्षण अथवा निर्माण में संलिप्त उपक्रमों के लिए भूमि एवं भवन के अलावा यंत्र एवं मशीनरी में विनियोग	सेवाएं प्रदान करने में संलिप्त उपक्रमों के लिए भूमि एवं भवन के अलावा उपकरणों में विनियोग (1 करोड़ रुपये तक ऋण)
सूक्ष्म	25 लाख से अधिक नहीं	10 लाख से अधिक नहीं
लघु	25 लाख से अधिक परंतु 5 करोड़ से अधिक नहीं	10 लाख से अधिक परंतु 2 करोड़ से अधिक नहीं
मध्यम	5 करोड़ से अधिक परंतु 10 करोड़ से अधिक नहीं	2 करोड़ से अधिक परंतु 5 करोड़ से अधिक नहीं

भारत सरकार के नवीनतम पद मेक इन इंडिया 'को देखते हुए, एफडीआई प्रवाह में महत्वपूर्ण उछाल के साथ, भारतीय एमएसएमई क्षेत्र तेजी से विकास और प्रमुख वैश्विक मूल्य श्रृंखलाओं के साथ एकीकरण के लिए तैयार है।

सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम या उद्योग आधार के रूप में पंजीकरण के लाभ

सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम की वृद्धि को बढ़ावा देने के लिए, भारत सरकार विभिन्न रियायतें देती है और विशेष रूप से उन इकाइयों या उद्यमों को वित्तीय सहायता प्रदान करती है जो सूक्ष्म, लघु या मध्यम उद्यम होने के योग्य हैं। एमएसएमई के तहत सभी प्रकार के उद्यम पंजीकरण प्राप्त कर सकते हैं, निर्माताओं की तरह, सेवा प्रदाता भी एमएसएमई लाभ के लिए पात्र हैं। इसलिए, उन्हें उद्योग आधार पंजीकरण प्राप्त करना भी आवश्यक है।

एमएसएमई पंजीकरण वैधानिक नहीं है। हालांकि, भारत में एमएसएमई पंजीकरण प्रक्रिया को सभी प्रकार के उद्यमों को अधिकतम लाभ प्रदान करने के लिए संकल्पित किया गया है। पंजीकरण के बाद, कोई भी उद्यम एम.एस.एम.ई.डी. अधिनियम के तहत दिए गए लाभों को प्राप्त करने के लिए योग्य हो जाता है।

- ऋण की आसान उपलब्धता
- सरकारी खरीद प्राथमिकता

- कम-ब्याज ओवरड्राफ्ट
- रियायती बिजली
- करों में छूट (एस.एस.एम.ई.डी. अधिनियम, 2006 के तहत)
- आईपी सुरक्षा पर 50 प्रतिशत की छूट
- एमएसएमई सुलह केंद्र।

बैंकिंग कानून, उत्पाद शुल्क कानून और प्रत्यक्ष कर कानून ने MSME शब्द को अपनी छूट सूचनाओं में शामिल किया है। इसलिए, पंजीकरण प्राधिकारी द्वारा जारी पंजीकरण प्रमाण पत्र को एमएसएमई होने के प्रमाण के रूप में देखा जाता है और यह एमएसएमई के लिए स्वीकृत लाभों का लाभ उठाने के लिए आवश्यक है।

सभी व्यवसाय एक विचार के साथ शुरू होते हैं। एक व्यक्ति जो एक विशेष प्रकार के व्यवसाय करने के विचार को स्वीकार करता है, संसाधनों को जुटाता है और संगठन को अस्तित्व में लाता है उसे उद्यमी कहा जाता है। उद्यमियों के चरित्र में कुछ सामान्य तत्वों में स्वतंत्रता, कड़ी मेहनत, लक्ष्यों को प्राप्त करने की इच्छा, खुलेपन, आशावादी दृष्टिकोण आदि शामिल हैं।

1.8 सारांश

मानवीय कार्यकलाप के संपूर्ण क्षेत्र को (1) आर्थिक कार्यकलाप तथा (2) गैर-आर्थिक कार्यकलाप में वर्गीकृत किया जा सकता है। आर्थिक कार्यकलाप को (1) व्यवसाय (2) पेशा, और (3) रोजगार में विभाजित किया जाता है। व्यवसाय का संबंध वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन तथा/अथवा विनिमय से है जिसका प्रमुख उद्देश्य लाभ अर्जित करना होता है। वे कार्य जिनका संबंध एक विशिष्ट प्रकार की व्यक्तिगत सेवाएँ प्रदान करने से होता है पेशा के अंतर्गत आते हैं। रोजगार का आशय नियोक्ता द्वारा किसी समझौते या सेवा-नियमों के अधीन किसी व्यक्ति को सौंपे गए कार्य से होता है।

व्यावसायिक कार्यकलाप के मुख्य लक्षण इस प्रकार हैं – (1) वस्तुओं और सेवाओं का कारोबार, (2) उत्पादन तथा/अथवा विनिमय, (3) लेन-देन में नियमितता, (4) लाभार्जन प्रमुख प्रयोजन, (5) जोखिम का तत्व, एवं (6) उद्यम। लाभ अर्जित करने के अतिरिक्त व्यवसाय के कुछ आर्थिक, सामाजिक और मानवीय उद्देश्य भी होते हैं।

व्यावसायिक कार्यकलाप को दो वर्गों (1) उद्योग तथा (2) वाणिज्य में विभाजित किया जा सकता है। औद्योगिक कार्यकलाप को 4 वर्गों में बांटा जाता है – (1) निस्सारक उद्योग (2) जननिक उद्योग (3) विनिर्माण उद्योग तथा (4) निर्माण उद्योग।

वाणिज्य को दो वर्गों में बांटा जाता है। (1) व्यापार तथा (2) व्यापार में सहायक कार्य। क्रय और विक्रय से संबंधित कार्य व्यापार के अंतर्गत आते हैं। वे कार्य जो क्रय-विक्रय को सुविधाजनक बनाते हैं तथा वस्तुओं और सेवाओं के निरंतर प्रवाह को कायम रखते हैं, व्यापार में सहायक कार्यों के अंतर्गत आते हैं। ये हैं (1) परिवहन, (2) भंडारण, (3) बैंकिंग (4) बीमा, और (5) विज्ञापन। संगठन व्यावसायिक कल्पना को यथार्थ रूप प्रदान करता है। यह आवश्यक घटकों को एकत्रित करता है, व्यवस्थित ढंग से उन्हें क्रियान्वित करता है तथा लाभ अर्जित करने के उद्देश्य से उनके कार्यकलाप को प्रभावकारी ढंग से समन्वित तथा नियंत्रित करता है। व्यावसायिक संगठन के चार प्रमुख मूल रूप हैं – (1) एकल स्वामित्व संगठन, (2) साझेदारी संगठन (3) कंपनी, तथा (4) सहकारी समिति।

सभी प्रकार के व्यवसाय एक विचार के साथ शुरू होते हैं। एक व्यक्ति जो एक विशेष प्रकार के व्यवसाय को करने के लिए किसी विचार को स्वीकार करता है, संसाधनों को जुटाता है तथा संगठन को अस्तित्व में लाता है उसे उद्यमकर्त्ता कहा जाता है। उद्यमकर्त्ताओं के चरित्र में कुछ सामान्य तत्व स्वतंत्रता, कड़ी मेहनत, लक्ष्यों को प्राप्त करने की इच्छाशक्ति, खुला दिमाग तथा आशावादी दृष्टिकोण आदि होना चाहिए।

सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम को दो वर्गों में वर्गीकृत किया गया है।

विनिर्माण उद्यम यानी किसी भी उद्योग से संबंधित वस्तुओं के उत्पादन या उत्पादन में लगे उद्यम या अंतिम नाम या चरित्र या उपयोग वाले अंतिम उत्पाद के अलावा मूल्य की प्रक्रिया में संयंत्र और मशीनरी को नियोजित करना। सेवा उद्यम उपलब्ध कराने या सेवाओं के प्रतिपादन में लगे उद्यम और उपकरणों में निवेश के संदर्भ में परिभाषित किए गए हैं।

1.9 शब्दावली

- विज्ञापन (Advertising)** : एक ऐसा कार्य जिसके द्वारा उत्पादित वस्तु की तथा उसकी विशेषताओं की जानकारी लोगों को इस ढंग से दी जाती है जिससे उसकी माँग में वृद्धि हो जाए।
- व्यापार में सहायक (Aids to Trade)** : वे कार्य जो उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक वस्तुओं और सेवाओं के निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह को सुविधाजनक बनाते हैं।
- बैंकिंग (Banking)** : एक ऐसा कार्य जो जनसाधारण को धन जमा कराने के लिए प्रोत्साहित करता है और जिनको ऐसे धन की आवश्यकता होती है उनको ऋण प्रदान करता है।
- व्यवसाय (Business)** : लाभ अर्जित करने के प्रमुख उद्देश्य से चलाया जाने वाला कार्य जो आवश्यकताओं की पूर्ति करने वाली वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन तथा/अथवा विनिमय से संबंधित हो।
- व्यावसायिक संगठन (Business Organisation)** : व्यवसाय के उद्देश्यों की प्राप्ति हेतु श्रम, शक्ति, कच्चे माल, मशीन, पूँजी, शक्ति आदि को व्यवसाय के विभिन्न घटकों को एकत्रित करना, व्यवस्थित ढंग से उन्हें काम में लाना तथा उनके कार्यकलाप को समन्वित और नियंत्रित करना है।
- वाणिज्य (Commerce)** : वे कार्यकलाप जिनका संबंध वस्तुओं और सेवाओं के क्रय तथा विक्रय से तथा क्रेताओं और विक्रेताओं के बीच वस्तुओं और सेवाओं के निरंतर और निर्विघ्न प्रवाह को कायम रखने से होता है।
- निर्माण उद्योग (Construction Industry)** : ऐसे उद्योग जो भवन, पुल सड़क बाँध, नहरे, रेल पटरी आदि के निर्माण में संलग्न हों।
- आर्थिक कार्यकलाप (Economic Activities)** : मानव द्वारा धन या जीविका के उपार्जन के लिए किए जाने वाले कार्य आर्थिक कार्यकलाप कहे जाते हैं।
- रोजगार (Employment)** : किसी समझौते या सेवा-नियमों के अधीन किसी नियोक्ता के साथ काम करने की क्रिया रोजगार कहलाती है।

उद्यमकर्ता (Entrepreneur) :	ऐसा व्यक्ति जिसने कोई व्यवसाय प्रारंभ करने की कल्पना की हो, संगठन को मूर्तरूप प्रदान किया हो व्यवसाय कार्य चला रहा हो तथा हानि की जोखिम को उठाने के लिए तैयार हो।
निर्यात व्यापार (Export Trade)	: किसी दूसरे देश को वस्तुओं का विक्रय करना।
वाह्य व्यापार (External Trade)	: देश की सीमाओं के बाहर वस्तुओं और सेवाओं का क्रय तथा विक्रय।
निस्सारक उद्योग (Extractive Industry)	: खनिज पदार्थ, पशु पेड़-पौधे आदि जैसे प्राकृतिक संसाधनों की पृथ्वी की सतह से या सतह के नीचे से या वायु से अथवा जल से खोज तथा निस्सार में संलग्न उद्योग।
जननिक उद्योग (Genetic Industry)	: पौधों और पशुओं के प्रजनन में तथा उनकी प्रजाति में वृद्धि करने में संलग्न उद्योग जिसका उद्देश्य उनके विक्रय से लाभ अर्जित करना होता है।
आयात व्यापार (Import Trade)	: किसी दूसरे देश से वस्तुओं का क्रय।
उद्योग (Industry)	: उपलब्ध भौतिक साधनों के उपयोग से वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन से संबंधित कार्य।
बीमा (Insurance)	: बीमा कंपनी को एक निश्चित प्रीमियम देकर आग, दुर्घटना आदि से होने वाली क्षति की जोखिम से अपने आपको सुरक्षित रखना।
आंतरिक व्यापार (Internal Trade)	: किसी देश की सीमाओं के भीतर वस्तुओं और सेवाओं का क्रय तथा विक्रय।
विनिर्माण उद्योग (Manufacturing Industry)	: ऐसा उद्योग जिसका संबंध कच्चे माल और अर्ध-निर्मित माल को निर्मित माल का रूप देने से हो।
गैर-आर्थिक कार्यकलाप (Non-Economic Activities)	: ऐसे कार्य जिनका संपादन मनुष्यों द्वारा स्नेह, प्रेम, सामाजिक दायित्व, धार्मिक देशभक्ति, शारीरिक आवश्यकता आदि के कारण किया जाता है, धन अर्जित करने के लिए नहीं।
पेशा (Profession)	: ऐसे कार्य जिनका संबंध पेशा ज्ञान, शिक्षण एवं प्रशिक्षण पर आधारित विशेष प्रकार की व्यक्तिगत सेवाएं प्रदान करने से हो।
पुनर्निर्यात व्यापार (Re-export Trade)	: किसी एक देश से वस्तुओं का आयात करना तथा उन्हीं वस्तुओं का किसी दूसरे देश को निर्यात करना। इसे Entrepot Trade भी कहते हैं।
फुटकर व्यापार (Retail Trade)	: थोक व्यापारियों से बड़ी मात्रा में वस्तुएँ खरीदना तथा उन्हीं वस्तुओं को उपभोक्ताओं को छोटी-छोटी मात्रा में बेचना।

द्वितीयक आर्थिक क्षेत्र (Secondary Economic Sector)	: द्वितीयक क्षेत्र प्राथमिक क्षेत्र के कच्चे माल जैसे स्वच्छ पानी, बिजली, और गैस के वितरण और उत्पादन द्वारा उत्पादित वस्तुओं से संबंधित एक खंड है।
तृतीयक आर्थिक क्षेत्र (Tertiary Economic Sector)	: तृतीयक क्षेत्र से तात्पर्य सेवा प्रदान करने वाली गतिविधियों से है, जैसे शिक्षण कार्य, चिकित्सक आदि, इस कारण से कि वे हमें केवल सेवा प्रदान कर रहे हैं।
व्यापार (Trade)	: ऐसे कार्य जिनका संबंध वस्तुओं और सेवाओं के क्रय तथा विक्रय से हो।
परिवहन (Transportation)	: वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाने से संबंधित कार्य।
भंडारण (Warehousing)	: ऐसे कार्य जिनका संबंध वस्तुओं को सुरक्षित रखने से हो ताकि उपभोक्ताओं को जब उनकी आवश्यकता हो तो उन्हें वे वस्तुएं उपलब्ध कराई जा सकें।
थोक व्यापार (Wholesale Trade)	: उत्पादकों से बड़ी मात्रा में वस्तुएँ खरीदना तथा फुटकर व्यापारियों को उन्हें छोटी-छोटी मात्रा में बेचना।

1.10 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

- 5) i) व्यावसाय ii) रोजगार iii) रोजगार iv) पेशा
v) व्यवसाय vi) पेशा vii) व्यवसाय
- 6) i) गलत ii) गलत iii) सही iv) गलत
v) गलत vi) सही vii) सही viii) सही
ix) गलत x) सही xi) गलत

बोध प्रश्न 2

- 2) i) निस्सारक ii) निस्सारक iii) विनिर्माण
iv) निर्माण v) विनिर्माण vi) जननिक vii) निर्माण viii) विनिर्माण
- 3) i) आर्थिक कार्यकलाप ii) रोजगार iii) व्यवसाय
vi) उद्योग v) जननित iv) विनिर्माण

बोध प्रश्न 3

- 4) i) परिवहन ii) भंडारण iii) बीमा iv) बैंकिंग
v) विज्ञापन iv) व्यापार
- 5) i) सही ii) गलत iii) सही iv) सही v) गलत vi) सही vii) सही viii) गलत

1.11 स्वपरख प्रश्न

- 1) मानवीय गतिविधियाँ क्या हैं? इसके दो प्रकार क्या हैं?
- 2) आर्थिक और गैर-आर्थिक गतिविधियों के बीच अंतर क्या हैं?
- 3) व्यवसाय क्या है? इसकी विशेषताओं और उद्देश्यों की व्याख्या करें।
- 4) रोजगार के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या करें?
- 5) व्यवसाय, पेशा और रोजगार के बीच अंतर बताएं।
- 6) विभिन्न आधारों पर विभिन्न प्रकार के उद्योग कौन से हैं?
- 7) व्यापार क्या है? विभिन्न प्रकार के व्यापार की व्याख्या करें?
- 8) व्यापार के लिए विभिन्न सहायक क्या हैं?
- 9) सूक्ष्म लघु और मध्यम आकार के उद्यम क्या हैं? सूक्ष्म, लघु और मध्यम या उद्योग आधार के रूप में पंजीकरण के लाभों को बताएं।

टिप्पणी : ये प्रश्न आपको इस इकाई को अधिक अच्छी तरह समझने में सहायक होंगे। इनके उत्तर लिखने का प्रयत्न कीजिए। किन्तु अपने उत्तर विश्वविद्यालय को न भेजें। ये केवल आपके अभ्यास के लिए हैं।



इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 नवप्रवर्तन
 - 2.2.1 नवप्रवर्तन का अर्थ
 - 2.2.2 आविष्कार का अर्थ
 - 2.2.3 रचनात्मकता का अर्थ
 - 2.2.4 रचनात्मकता, आविष्कार और नवप्रवर्तन में अन्तर
 - 2.2.5 नवप्रवर्तन का महत्व
- 2.3 तकनीकी नवप्रवर्तन
 - 2.3.1 नवप्रवर्तन की प्रक्रिया
 - 2.3.2 नवप्रवर्तन के प्रकार
- 2.4 मेक इन इण्डिया बनाम मेड इन इण्डिया
- 2.5 डिजिटल इण्डिया
- 2.6 कौशल विकास: दृष्टिकोण एवं रणनीतियाँ
 - 2.6.1 कौशल विकास की पहल
 - 2.6.2 राष्ट्रीय कौशल विकास निगम
- 2.7 स्टार्ट-अप इण्डिया एवं उष्मायित्र (इनक्यूबेटर)
- 2.8 सारांश
- 2.9 शब्दावली
- 2.10 स्वपरख प्रश्न



2.0 उद्देश्य

इस अध्याय के अध्ययन के पश्चात्, आप इस योग्य हो सकेंगे कि :

- नवप्रवर्तन की अवधारणा तथा नवप्रवर्तन के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कर सकें;
- तकनीकी नवप्रवर्तन के अर्थ को समझा सकें;
- नवप्रवर्तन गतिविधियों के मुद्दे एवं चुनौतियों का परीक्षण कर सकें;
- तकनीकी नवप्रवर्तन की अवधारणा की व्याख्या कर सकें;
- कौशल विकास के लिए सरकार की विभिन्न पहल की व्याख्या कर सकें; तथा
- भारत में कौशल विकास के सरकार के दृष्टिकोण को पहचान सकें।

2.1 प्रस्तावना

प्रौद्योगिकी विश्व स्तर पर सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला शब्द है और इसके विभिन्न स्वरूप हैं। प्रौद्योगिकी में आविष्कार, नवप्रवर्तन, शोध एवं विकास, प्रौद्योगिकी विकास, प्रौद्योगिकी रणनीति आदि सम्मिलित हैं। हर रोज आने वाले नए तकनीकी विकास के साथ-साथ 'नवप्रवर्तन' को भी महत्व मिला है। जीवन के हर पहलू में इसकी चर्चा हो रही है। असंगठित रूप में नवप्रवर्तन की अवधारणा सदियों से अस्तित्व में रही है लेकिन

20वीं सदी में नवप्रवर्तन की अवधारणा संगठित रूप में विकसित हुई है। इस अध्याय में नवप्रवर्तन और तकनीकी नवप्रवर्तन के विभिन्न पहलुओं पर ध्यान केंद्रित किया गया है और यह समाज के विभिन्न वर्गों में विभिन्न गतिविधियों को सुविधाजनक बनाने में कैसे मदद करती है। इस अध्याय में आप जानेंगे कि प्रौद्योगिकी कैसे विकसित हुई है और नवप्रवर्तन की अवधारणा ने किस तरह अपना वर्तमान स्वरूप लिया है। बाद के खंडों में आप नवप्रवर्तन के विभिन्न पहलुओं और विभिन्न प्रकार के नवप्रवर्तन को सीखेंगे। आप कौशल विकास के लिए तकनीकी नवप्रवर्तन की अवधारणा और विभिन्न सरकारी पहलों के बारे में भी सीखेंगे। यह अध्याय आपको ऐसी चुनौतियों की पहचान करने में भी मदद करेगा। नवप्रवर्तन की प्रक्रिया आपको वर्तमान संदर्भ में नवप्रवर्तन की भूमिका को समझने में मदद करेगा और यह भी बतायेगा कि प्रतिस्पर्धी लाभ विकसित करने में व्यवसाय की मदद कैसे कर सकती है। आप कौशल विकास के लिए विभिन्न सरकारी पहलों को भी सीखेंगे, जिसने नवीन गतिविधियों को सुगम बनाया है।

2.2 नवप्रवर्तन

अपने वर्तमान अर्थ में नवप्रवर्तन एक "नया विचार, रचनात्मक विचार, और तंत्र या तकनीक के रूप में नई कल्पनाएं" है। नवप्रवर्तन बेहतर समाधानों के अनुप्रयोग को इंगित करता है जो नई आवश्यकताओं, गर्भित आवश्यकताओं या मौजूदा बाजार की जरूरतों को पूरा करते हैं। इस प्रकार नवप्रवर्तन में संसाधनों से बेहतर मूल्यों को प्राप्त करने के लिए सूचना, विचारों और योजना के उद्देश्यपूर्ण अनुप्रयोग शामिल हैं, और वे सभी प्रक्रियाएं जिनके द्वारा नए विचारों का निर्माण होता है और रचनात्मक उत्पादों में बदल दिया जाता है, शामिल हैं।

2.2.1 नवप्रवर्तन का अर्थ

शब्द Innovation लैटिन शब्द Innovationem से आता है, जो Innovare की क्रियात्मक संज्ञा है जिसका आशय है कुछ नया बनाना अब एक महत्वपूर्ण प्रश्न उठता है: क्या एक उज्ज्वल विचार का उपयोग केवल एक बार किया जा सकता है? इस प्रश्न का उत्तर नहीं है। ऐसे कई विचार हैं जो सदियों से इस्तेमाल किए जा रहे हैं और उन्हें एक नई विचार प्रक्रिया और अधिक लचीलेपन के साथ संशोधित किया जा सकता है। टूथ ब्रश का उदाहरण लें। हम सभी बचपन से इसका इस्तेमाल करते आ रहे हैं। यदि हम थोड़ा पीछे जाते हैं और सोचने की कोशिश करते हैं, तो हम देखेंगे कि हमारे पूर्वजों ने अपने दांतों की सफाई के लिए नीम की स्टिक (दातून) का इस्तेमाल किया था। यहाँ विचार दाँतों की सफाई करना था एवं कुछ समय उपरान्त दाँतों को साफ करने के लिए नीम की दातून टूथ ब्रश के रूप में विकसित हो गई। यही विचार अब बैटरी संचालित टूथ ब्रश के रूप में उपयोग किया जाता है जहां आपको दाँतों को हाथ से साफ करने की आवश्यकता नहीं होती है। यदि हम पूरी प्रक्रिया को देखते हैं, तो हम पाते हैं कि विभिन्न युगों में और विभिन्न चरणों में एक ही विचार का विभिन्न नवीन तरीकों से उपयोग किया गया था। एक अन्य उदाहरण मोबाइल/सेल फोन का हो सकता है। यह एक उदाहरण है जहां एक विचार ने विभिन्न रूपों को लिया है और वर्तमान रूप में विकसित हुआ है। एक दशक पहले किसी ने भी मोबाइल फोन पर मेल प्राप्त करने के बारे में नहीं सोचा होगा। लेकिन अब यह एक अभिन्न अंग है। अब, यह सवाल उठता है कि 'एक नवप्रवर्तन क्या है?' यदि हम व्यावसायिक शब्दकोष को देखें तो "नवप्रवर्तन एक विचार या आविष्कार को वस्तु या सेवा में परिणत करने की प्रक्रिया है जो मूल्य का सृजन करती है जिसके लिए ग्राहक भुगतान करेंगे (business dictionary-com)। इस बिंदु पर एक और सवाल उठता है कि 'एक विचार को एक नवप्रवर्तन कैसे कहा जा सकता है?' एक विचार को केवल तभी नवप्रवर्तन कहा जा सकता है जब यह अनुकरणीय, किफायती है और एक विशिष्ट आवश्यकता को

संतुष्ट करता है, उदाहरण नासोफिल्टर जो एक श्वसन नाक फ़िल्टर है जो आपकी नाक से चिपक जाता है और हानिकारक वायु/प्रदूषकों (PM2.5) के प्रवेश को रोकता है और वे पारंपरिक प्रदूषण रोधी मास्क की तुलना में किफायती हैं। ऐसे कई नवप्रवर्तन हैं।

2.2.2 आविष्कार का अर्थ

शब्द नवप्रवर्तन और आविष्कार आंशिक रूप से शब्दार्थ को सम्मिलित करते हैं लेकिन वास्तव में काफी भिन्न होते हैं। आविष्कार का आशय एक प्रकार की संगीत कृति, एक खोज या कल्पना के किसी भी उत्पाद से हो सकता है। आविष्कार एवं नवप्रवर्तन में सर्वाधिक भ्रांति की संभावना होती है। आविष्कार एक उपकरण, युक्ति या प्रक्रिया है जो अध्ययन और प्रयोग के बाद उत्पन्न होती है। अक्सर अद्भुत जो पहले से अस्तित्व में नहीं है।

2.2.3 रचनात्मकता का अर्थ

रचनात्मकता नए और रचनात्मक विचारों को वास्तविकता में बदलने का कार्य है। यह दुनिया को नए तरीकों से पहचानने, अज्ञात पैटर्न खोजने, जाहिर तौर पर असंबंधित घटनाओं के बीच संबंध बनाने और समाधान इकट्ठा करने की क्षमता द्वारा चित्रित किया गया है। रचनात्मकता की अवधारणा के मूल तत्व हैं: बुद्धिमत्ता, गहन रुचि, ज्ञान, मौलिकता (विचार), रचनात्मक वृत्ति, गैर-अनुरूपता, साहस और दृढ़ता।

2.2.4 रचनात्मकता, आविष्कार और नवप्रवर्तन में अंतर

आविष्कार एक नवीन उत्पाद या प्रक्रिया के लिए एक विचार है। नवप्रवर्तन बाजार में नए उत्पादों, प्रक्रियाओं या सेवाओं की शुरुआत है। तकनीकी नवप्रवर्तन। नवप्रवर्तन का एक उपवर्ग है यानी नई तकनीकों पर आधारित नए उत्पादों, प्रक्रियाओं या सेवाओं की शुरुआत। तकनीकी नवप्रवर्तन आविष्कार के साथ शुरू होता है। हम अगले भाग में तकनीकी नवप्रवर्तन पर चर्चा करेंगे। पहला कदम आविष्कार का विचार एवं उस विचार को यथार्थ में बदलने हेतु शोध है। यह अक्सर एक कार्यात्मक प्राथमिक अवस्था के रूप में होता है, जिसका उपयोग पेटेंट दाखिल करने के लिए किया जा सकता है। अगला चरण प्राथमिक अवस्था को शोध एवं विकास द्वारा व्यावसायिक रूप से डिजाइन किए गए उत्पाद में परिणत करना है। अंत में, उत्पाद का उत्पादन और बिक्री होती है।

आविष्कार और नवप्रवर्तन के बीच एक महत्वपूर्ण अंतर है, विचारों से एक सफल उत्पाद में परिवर्तन वास्तव में मुश्किल है। यह परिवर्तन नवप्रवर्तन की जटिल प्रक्रिया का केंद्र है। कठिन तथ्य यह है कि कुछ ही आविष्कारों का सफलतापूर्वक नवप्रवर्तन होता है जिनमें से कम ही आविष्कार नये उत्पादों में विकसित होते हैं एवं तब भी कुछ ही नए उत्पाद व्यावसायिक रूप से सफल होते हैं।

तालिका 2.1: रचनात्मकता, आविष्कार और नवप्रवर्तन के बीच अंतर

क्र.सं.	रचनात्मकता	आविष्कार	नवप्रवर्तन
1.	रचनात्मकता नवीन विचार है जो संप्रेषित, उपयोगी और आकर्षक है।	कुछ नया बनाना।	एक उत्पाद रूप में आविष्कार करना।
2.	रचनात्मकता एक अस्पष्ट विचार है और इसे तब तक स्पष्ट नहीं किया जा सकता है जब तक इसे एक प्रारूप में नहीं बनाया जाता है।	खोज की गई या बनाई गई वस्तु दुनिया के लिए एक नया है	कुछ करने के लिए एक पैटर्न को बदलने के बारे में
3.	नई वस्तु के सोच पर आधारित	प्राथमिक वैज्ञानिक कौशल के आधार पर	रणनीतिक विपणन और तकनीकी कौशल के व्यापक समूह पर आधारित।

उपरोक्त चर्चा से स्पष्ट है कि नवप्रवर्तन एक नए उत्पाद की शुरुआत को दर्शाता है। यह मूल रूप से एक उत्पाद बनाने के लिए एक चरणबद्ध प्रक्रिया का उपयोग करके मौजूदा अवधारणा या विचार को बेहतर बनाता है जो व्यावसायिक रूप से व्यवहार्य हो। नवप्रवर्तन एक सोच को एक सफल अवधारणा में विकसित करने में मदद करता है। इसके लिए एक विशिष्ट प्रक्रिया की आवश्यकता होती है। एक नवप्रवर्तन के सफल होने के लिए नवप्रवर्तन की प्रक्रिया को अच्छी तरह से समझना आवश्यक है और एक मजबूत समर्थन प्रणाली होनी चाहिए। इससे पहले कि हम नवप्रवर्तन की प्रक्रिया पर चर्चा करें, आइए हम नवप्रवर्तन के महत्व को देखें।

2.2.5 नवप्रवर्तन का महत्व

नवप्रवर्तन समस्याओं को हल करने में मदद करता है उदाहरण के लिए आभासी ग्राहक सेवा प्रदान करना (ऑनलाइन शिकायतों, सुझावों आदि का उपयोग करके)। यह नए तरीकों में भी है, उदाहरण के लिए उन परिस्थितियों को बदलने में मदद करता है जहां तकनीकी क्षेत्र में तेजी से बदलाव हो रहे हैं। इससे व्यवसाय को प्रासंगिक बनाये रखने में भी मदद मिलती है। वैश्वीकरण के कारण दुनिया भर में व्यवसायों के लिए उपलब्ध अवसरों को नवप्रवर्तन का उपयोग करके प्राप्त किया जा सकता है। नए उत्पादों के साथ विदेशी बाजारों में प्रवेश करने के लिए व्यवसायों के लिए नवप्रवर्तन करना महत्वपूर्ण है। नवप्रवर्तन संगठनों को प्रतियोगिता का सामना करने में मदद करता है। हम सभी जानते हैं कि दुनिया अधिक से अधिक प्रतिस्पर्धी होती जा रही है। वैश्विक बाजार में बने रहने के लिए रणनीतिक और नवीन कदम उठाने चाहिए। कार्य स्थान की गतिशीलता को विकसित करने के कारण संगठनों को सुचारु रूप से चलाने के लिए नवप्रवर्तन महत्वपूर्ण है। जैसा कि आप जानते हैं कि ग्राहकों की रुचियां और प्राथमिकताएं बदलती रहती हैं, इसलिए, नवप्रवर्तन नए तरीकों से उपभोक्ताओं को संतुष्ट करने में मदद करता है।

यह सच है कि नवप्रवर्तन महत्वपूर्ण है लेकिन इसके साथ कुछ चुनौतियां और जोखिम भी जुड़े हैं। तकनीकी विफलता नवप्रवर्तन की प्रमुख चुनौतियों में से एक है। इस चुनौती को पार करने के लिए, संगठनों को नए उत्पाद के क्रियान्वयन से पहले परीक्षण के लिए कई परीक्षणों को अंजाम देना जरूरी है। अन्य जोखिम संगठन पर वित्तीय बोझ है। नवप्रवर्तन लागत के साथ आता है। आमतौर पर एक नवीन उत्पाद लंबे समय में लाभ देता है, इसलिए संगठन को वित्त की एक बड़ी चुनौती का सामना करना पड़ता है तथा संगठनों को किसी भी नवीन प्रक्रिया को लेने से पहले अपनी वित्तीय स्थिति का आकलन करने की आवश्यकता होती है। दूसरी चुनौती बाजार की विफलता है। यह बहुत हद तक संभव है कि कई परीक्षणों के बावजूद एक नवीन उत्पाद उम्मीद के मुताबिक लाभ न दे। इसके अतिरिक्त एक नवीन उत्पाद के लिए एक और चुनौती है, कि बार-बार नई तकनीक के आने से बाजार में लगातार बदलाव होता है। जब तक नवीन उत्पाद को बाजार में उतारा जाता है, तब तक यह तकनीकी उन्नयन के कारण निरर्थक हो जाता है। इसलिए, संगठनों के लिए इस तरह के जोखिमों से बचने के लिए प्रौद्योगिकी के साथ बने रहना अनिवार्य है। क्रियान्वयन की संरचनात्मक और वित्तीय क्षमता का अभाव संगठनों के लिए एक और चुनौती है। यह चुनौती आमतौर पर स्टार्ट-अप के लिए होती है क्योंकि उनके पास सुदृढ़ आधार नहीं होता है। इस मामले में वे उन भागीदारों की तलाश कर सकते हैं जो सुदृढ़ हैं। संगठनात्मक जोखिम नवप्रवर्तन के साथ जुड़े हुए हैं। आमतौर पर एक संगठन अपना सारा ध्यान नवप्रवर्तन पर केंद्रित करता है। यह संगठन की दैनिक गतिविधियों में बाधा डालता है। इसलिए, संगठनों के लिए अलग-अलग नवप्रवर्तन केन्द्र होना जरूरी है ताकि संगठन की दैनिक गतिविधियाँ बाधित न हों। इसमें अप्रत्याशित जोखिम जुड़े हैं जो अनोखे होते हैं जैसे राजनीतिक

घटनाएं आदि। संगठनों को महत्वाकांक्षी होने के बजाय उसी के लिए एक आकस्मिक योजना की आवश्यकता होती है। चुनौतियां निश्चित रूप से संगठन का एक हिस्सा हैं लेकिन जब दूर हो जाती हैं, तो ये अवसरों में बदल जाती हैं। नवप्रवर्तन कई तरह से संगठनों की मदद करता है। यह संगठन को अनुभव प्रदान करता है। इसलिए, यह अधिक रचनात्मक और नवीन संगठन बन जाता है। नवप्रवर्तन, नवप्रवर्तन करने वाले संगठन को नाम और मान्यता प्रदान करता है।

2.3 तकनीकी नवप्रवर्तन

आइए हम प्रौद्योगिकी की परिभाषा से शुरुआत करें। हालांकि प्रौद्योगिकी की कई परिभाषाएं हैं और प्रौद्योगिकी के लिए एक अनूठी परिभाषा खोजना मुश्किल है। प्रौद्योगिकी को ज्ञान के एक अनुप्रयोग के रूप में परिभाषित किया जा सकता है जो वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन और विपणन की ओर अग्रसर होता है। बेज़ के अनुसार, प्रौद्योगिकी फर्म द्वारा उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं के लिए तकनीकी ज्ञान प्रदान करके व्यवसाय को विकसित करती है। तकनीकी नवप्रवर्तन से तात्पर्य नई तकनीक से है, जिससे नए उत्पादों और सेवाओं का निर्माण होता है— इसलिए नए व्यावसायिक अवसर उत्पन्न होते हैं। इसमें नवप्रवर्तन का मूल महत्व निहित है जो आर्थिक विकास के लिए मौलिक है यानी व्यावसायिक अवसरों का निर्माण। प्रौद्योगिकी प्रबंधन का अर्थ है प्रतिस्पर्धात्मक लाभ बनाने के लिए नई तकनीक का उपयोग करना। प्रौद्योगिकी को अक्सर किसी संगठन के वैज्ञानिक और इंजीनियरिंग अनुभाग का एकमात्र प्रक्षेत्र माना जाता है। प्रौद्योगिकी के सफल उपयोग के लिए अन्य कार्यात्मक क्षेत्रों में प्रौद्योगिकी के बारे में रणनीतिक निर्णय लेने की आवश्यकता होती है, जैसे उत्पादन, विपणन बिक्री, वित्त, मानव संसाधन आदि। इसलिए, तकनीकी और कार्यात्मक क्षेत्रों को जोड़ना महत्वपूर्ण है। प्रौद्योगिकी और नवप्रवर्तन एक साथ मिलकर तकनीकी नवप्रवर्तन को जन्म देते हैं। प्रौद्योगिकी प्रबंधन का मूल उद्देश्य प्रौद्योगिकी को लागू करना और इसे बाजार में प्रचलित करना है, उदाहरणार्थ जैसे, कृषि उपज जैसे कटाई उपयोग प्रौद्योगिकी। यह मिथक कि सूचना प्रौद्योगिकी केवल कंप्यूटर और इलेक्ट्रॉनिक्स से संबंधित है, यह सच नहीं है। यह इससे कहीं अधिक है। प्रौद्योगिकी का उपयोग कर जीवन रक्षक दवाओं का निर्माण तकनीकी नवप्रवर्तन का एक और उदाहरण है। तकनीकी नवप्रवर्तन सम्पूर्ण नवप्रवर्तन विधा का एक हिस्सा है। इसलिए, तकनीकी नवप्रवर्तन की निम्नलिखित विशेषताएं हैं:

- एक नया विचार उत्पन्न करना या बनाना जो प्रौद्योगिकी, क्षमता या ज्ञान पर आधारित है; (आविष्कार)
- उत्पाद के निर्माण के लिए एक विचार को वास्तविकता में विकसित करना (प्राप्ति);
- नए विचार को लागू करना (क्रियान्वयन)

संक्षेप में, तकनीकी नवप्रवर्तन की कार्यशील परिभाषा है एक वास्तविक या कथित आवश्यकता (आविष्कार) के लिए एक नया समाधान बनाना या उत्पन्न करना जो व्यवहार्य है और इसका उत्पादन किया जा सकता है (प्राप्ति और फिर सफलतापूर्वक उत्पाद को बाजार में लागू करना अर्थात् क्रियान्वयन)।

2.3.1 नवप्रवर्तन की प्रक्रिया

नवप्रवर्तन के विभिन्न पहलुओं पर चर्चा करने के बाद, आइए अब हम नवप्रवर्तन की प्रक्रिया से संबंधित एक संक्षिप्त चर्चा करें। नवप्रवर्तन की प्रक्रिया में पाँच बुनियादी चरण हैं। ये चरण इस प्रकार हैं:

- 1) विचारों की उत्पत्ति और प्रवाहीकरण
- 2) पक्ष-समर्थन और पुनरीक्षण
- 3) प्रयोग
- 4) व्यवसायीकरण
- 5) प्रसार और क्रियान्वयन

1) **विचारों की उत्पत्ति और प्रवाहीकरण** : नवप्रवर्तन की प्रक्रिया का पहला चरण एक विचार उत्पन्न करने और फिर उसे लागू करने पर जोर देता है। एक नया विचार नया हो सकता है या किसी मौजूदा विचार को बेहतर बनाने के लिए बनाया जा सकता है। एक बहुत लोकप्रिय उदाहरण ऐप्पल (Apple) का है। ऐप्पल इनकॉर्पोरेशन (Apple inc.) द्वारा MP3 प्लेयर को पेश किए जाने के बाद आइपॉड पेश करने के लिए तीन साल तक इंतजार किया गया। यह विचार तब उत्पन्न हुआ जब MP3 प्लेयर अस्तित्व में आया लेकिन संगठन ने उत्पाद लॉन्च करने से पहले इंतजार किया। इस चरण के दौरान ग्राहकों, कर्मचारियों, पब्लिक और भागीदार / आपूर्तिकर्ताओं के नवप्रवर्तन पर विचार किया जाना चाहिए।

2) **पक्ष-समर्थन और पुनरीक्षण**: दूसरे चरण में विचारों का परीक्षण शामिल है। अधिकतम अवसर और भविष्य के दृष्टिकोण वाले विचार को चुना जाता है। पुनरीक्षण पक्ष-समर्थन से पहले का स्तर है। यदि विचार उत्पन्न करने वाले के पास अपने विचारों के पक्ष-समर्थन हेतु कौशल नहीं है, तो यह महत्वपूर्ण है कि उस क्षेत्र में काम करने वाले प्रबंधक के इस विचार को सुविधाजनक बनायें, जिसे बाद में परीक्षण के लिए माना जा सकता है।

3) **प्रयोग**: यह परीक्षण चरण है जहाँ लक्षित बाजार में चयनित विचारों का परीक्षण किया जाता है। परीक्षण निरंतर या चरणों में हो सकता है जिसमें समर्थक और परीक्षक विचार का पुनर्मूल्यांकन कर सकते हैं। इस मामले में समय सबसे महत्वपूर्ण कारक है। एक बहुत अच्छा उदाहरण Amazon है। Amazon, 2007 में किराना वितरण सेवा शुरू करने के विचार के साथ आया और इसने सिएटल के उपनगरीय इलाके में प्रयोग का परीक्षण किया। एक बार जब यह सुनिश्चित हो गया कि प्रयोग सफल है तो इसे देश के अन्य हिस्सों में लॉन्च किया।

4) **व्यवसायीकरण**: इस चरण का मुख्य उद्देश्य एक विचार के लिए बाजार में साख बनाना और इसके संभावित प्रभाव पर ध्यान केंद्रित करना है। नवप्रवर्तन किए गए उत्पाद को केवल तभी लक्षित बाजार में लॉन्च किया जा सकता है जब वह ग्राहकों की मांगों को पूरा करता है।

5) **प्रसार और क्रियान्वयन**: इस चरण में दो स्तर होते हैं यानि प्रसार और क्रियान्वयन। प्रसार वह स्तर है जहां एक संगठन नवप्रवर्तन को स्वीकार करता है और क्रियान्वयन वह स्तर होता है, जब विचार विकसित या निर्मित होता है।

यदि उपरोक्त चरणों को उचित संसाधनों के साथ लागू किया जाता है, तो नवप्रवर्तन सफल हो सकता है।

2.3.2 नवप्रवर्तन के प्रकार

नवप्रवर्तन को दो आयामों में विभाजित किया जा सकता है: प्रौद्योगिकी और बाजार और इन आयामों के आधार पर नवप्रवर्तन के चार प्रकार हैं (लोपेज़, 2015):

- 1) वृद्धिशील नवप्रवर्तन
- 2) बाधाकारी नवप्रवर्तन
- 3) वास्तुकला नवप्रवर्तन
- 4) उग्र नवप्रवर्तन

1) वृद्धिशील नवप्रवर्तन: यह सबसे लोकप्रिय प्रकार का नवप्रवर्तन है जो मौजूदा प्रौद्योगिकी का उपयोग करता है जिससे ग्राहक के लिए मूल्य बढ़ जाता है। आमतौर पर एक समय में सभी प्रकार के संगठन वृद्धिशील नवप्रवर्तन में संलग्न होते हैं। उदाहरण के लिए फेसबुक। 2004 में अपनी स्थापना के बाद से इस सामाजिक नेटवर्क कंपनी ने विभिन्न रूपों में वृद्धिशील नवप्रवर्तन का उपयोग किया है।

2) बाधाकारी नवप्रवर्तन: इस प्रकार के नवप्रवर्तन को गोपनीय (गुप्त) नवप्रवर्तन के रूप में भी जाना जाता है। यह संगठनों के मौजूदा बाजार के लिए नई प्रौद्योगिकी प्रक्रियाओं का उपयोग करता है। यह प्रकृति में गुप्त है क्योंकि यह तकनीक बाजार में मौजूदा तकनीक की तुलना में निम्नस्तरीय है और अधिक महंगी है। नई तकनीक शुरू में उपयोग करने के लिए काफी कठिन है जब तक कि यह पुरानी तकनीक को पार नहीं करती है और सभी मौजूदा संगठनों को विघटित करती है। इस मामले में नई तकनीक के लिए जाने वाला संगठन एक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करता है। Apple का iPhone बाधाकारी नवप्रवर्तन का एक उदाहरण है जिसमें उसने मोबाइल फोन बाजार को उथल-पुथल किया।

3) वास्तुकला नवप्रवर्तन: इस प्रकार का नवप्रवर्तन सीख, कौशल और समग्र प्रौद्योगिकी लेता है और उसको विभिन्न बाजार में लागू करता है। कंप्यूटर व्यवसाय में आईबीएम, डेल आदि जैसे संगठन डिजाइन अनुरूप थोड़ा संशोधन के साथ निरंतर प्रौद्योगिकियों का उपयोग कर रहे हैं। इस प्रकार का नवप्रवर्तन कम जोखिम भरा है।

4) उग्र नवप्रवर्तन: इस तरह का नवप्रवर्तन आम तौर पर नए विचारों को जन्म देता है, जिससे पुराने की समाप्ति होती है जिससे क्रांतिकारी तकनीक का निर्माण होता है। इसका एक अच्छा उदाहरण उद्यमियों द्वारा उपयोग किए जा रहे वित्तपोषण के एक प्रारूप के रूप में जनसमूह निधिकरण है।

संगठन विभिन्न प्रकार के नवप्रवर्तनों का उपयोग करते हैं जो उनकी आवश्यकताओं के अनुरूप हैं।

अपनी प्रगति की जाँच करें 1

1) नवप्रवर्तन क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) तकनीकी नवप्रवर्तन की विशेषताएं क्या हैं?

.....

.....

.....

.....

3) विभिन्न प्रकार के नवप्रवर्तन का नाम बताइए?

.....

.....

.....

.....

2.4 मेक इन इंडिया बनाम मेड इन इंडिया

मेक इन इंडिया

‘मेक इन इंडिया’ भारत सरकार की पहल है और इसे 2014 में लॉन्च किया गया था। इस पहल की अवधारणा का जन्म स्वतंत्रता पूर्व भारत में 1901 में हुआ था। दादाभाई नौरोजी को इस अवधारणा का जनक माना जाता है जब वे ब्रिटिश आर्थिक नीति के हिस्से के रूप में कच्चे माल के निर्यात से असहमत थे। मेक इन इंडिया ‘की मूल अवधारणा उद्योगपतियों को विदेशी प्रत्यक्ष निवेश (एफडीआई) के माध्यम से भारत में अपनी विनिर्माण इकाइयों को स्थापित करने के लिए प्रोत्साहित करती है ताकि विनिर्माण के संबंध में भारत को वैश्विक मानचित्र पर रखा जा सके। इस कार्यक्रम का उद्देश्य इस प्रकार है:

- रोजगार की समस्या को हल करने के लिए;
- सकल घरेलू उत्पाद जीडीपी वृद्धि दर में सुधार करना।

ये उद्देश्य अत्यधिक महत्वकांक्षी हैं लेकिन यदि इसे अच्छी तरह से लागू किया जाए तो यह भारतीय अर्थव्यवस्था को बढ़ावा देगा और राष्ट्र के ठोस बुनियादी ढांचे को बनाने में मदद करेगा। इस नीति में कुछ कमियां भी हैं। भारत के सामर्थ्य का उपयोग करने के लिए एफडीआई को आमंत्रित करने की योजना भारत को एक असुरक्षित स्थिति में ला सकती है। जोखिम अधिक है क्योंकि लाइसेंस की लागत आदि के संदर्भ में व्यय अधिक है। इससे पूंजी का बहिर्वाह भी हो सकता है। इससे बेरोजगारी बढ़ेगी और जीडीपी पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा जो जव मेक इन इंडिया ‘कार्यक्रम के उद्देश्यों के विरुद्ध है। मेक इन इंडिया ‘कार्यक्रम की मुख्य बातें हैं:

- विनिर्माण क्षेत्र में निवेश करने के लिए एफडीआई;
- रक्षा क्षेत्र में निवेश करने के लिए एफडीआई;
- रक्षा खरीद के तहत विदेशी रक्षा उपकरणों का लाइसेंस प्राप्त विनिर्माण।
- कमियों के बावजूद यह योजना लाभप्रद हो सकती है। इस योजना की कमियों को दूर करने के लिए ‘मेड इन इंडिया’ एक विकल्प हो सकता है।

मेड इन इंडिया

मेड इन इंडिया यह भारत में निर्मित उत्पादों के लिए दिया गया एक नाम है। आपने अक्सर देखा होगा कि उत्पादों जैसे परिधान, सहायक सामग्री और एक्सेसरीज, उपभोक्ता टिकाऊ वस्तुओं इत्यादि जैसे उत्पादों के विनिर्देशों में मेड इन इंडिया, मेड इन यूएसए, मेड इन चाइना आदि अनुशीर्षक (caption) उल्लिखित रहता है कैसे एक उत्पाद को 'मेड इन इंडिया' का प्रचार वाक्य (tag) मिलता है। किसी उत्पाद को भारत में निर्मित 'मेड इन इंडिया' के रूप में केवल तभी टैग किया जा सकता है जब उत्पाद का निर्माण स्वदेशी कारकों के साथ किया गया है जो भूमि, श्रम, पूंजी, उद्यमशीलता और प्रौद्योगिकी हैं। मेड इन इंडिया 'मेक इन इंडिया' द्वारा उत्पन्न चुनौतियों को पार कर सकता है। यह कैसे किया जा सकता है? यह भारत में बने उत्पादों को बढ़ावा देकर किया जा सकता है। इससे राष्ट्रीय प्रतिभाओं और संसाधनों का उपयोग करने में मदद मिलेगी जिससे रोजगार के अवसर पैदा होंगे। इसे स्टार्ट-अप को बढ़ावा देने के लिए एक मंच के रूप में भी इस्तेमाल किया जा सकता है। मेड इन इंडिया को बढ़ावा देने का मुख्य लाभ देश की ब्रांड छवि को बढ़ावा देना और देश को वैश्विक स्तर पर स्थापित करना होगा। स्वदेशी रूप से बने उत्पाद जैसे जूट उत्पाद राष्ट्र की अर्थव्यवस्था को बढ़ावा देते हैं। 'मेड इन इंडिया' 'मेक इन इंडिया' द्वारा उत्पन्न जोखिमों को दूर कर सकता है। तालिका 2.2 में मेड इन इंडिया 'और' 'मेक इन इंडिया' के बीच बुनियादी अंतर दर्शाया गया है।

तालिका 2.2: 'मेक इन इंडिया' और 'मेड इन इंडिया' के बीच अंतर

क्र.सं.	विवरण	'मेक इन इंडिया'	'मेड इन इंडिया'
1.	उत्पादन के कारक	विदेशी	घरेलू
2.	ब्रांड छवि	कोई ब्राण्ड सृजित नहीं करता बल्कि यह एक उपकरण है।	एक ब्राण्ड है जैसे कि अमूल।

2.5 डिजिटल इंडिया

www.digitalindia.gov.in के अनुसार डिजिटल इंडिया एक सरकारी पहल है जो 2015 में शुरू की गई थी। इस पहल का उद्देश्य भारत को एक डिजिटल राष्ट्र में बदलना है। इसका उद्देश्य अनेक औपचारिकताओं को पूरा करने में शामिल कागजी कार्रवाई को कम करना है जैसे पासपोर्ट सेवाएं, मतदाता पहचान पत्र, ड्राइविंग लाइसेंस आदि। इसका उद्देश्य काम पूरा होने की गति को बढ़ाना है और ग्रामीण क्षेत्र को शहरी क्षेत्रों से जोड़ना है। विभिन्न सेवाओं को अंकीकरण करने से आम जनता को मदद मिलेगी। डिजिटल इंडिया कार्यक्रम की कुछ विशेषताएं हैं और वे इस प्रकार हैं:

- पूरे देश में मजबूत डिजिटल बुनियादी ढांचे के परिणामस्वरूप राष्ट्र के नागरिकों को प्रामाणिक डिजिटली पहचान मिली।
- इलेक्ट्रॉनिक और कौशल लेनदेन के रूप में ऑनलाइन सेवाओं के लिए सुशासन।
- डिजिटल साक्षरता के माध्यम से डिजिटल सशक्तिकरण।

इन विशेषताओं के आधार पर, डिजिटल इंडिया के उद्देश्य इस प्रकार हैं:

- तेज गति की इंटरनेट सेवाएं प्रदान करना।
- सरकारी सेवाओं में सुधार और डिजिटलीकरण करके ई-गवर्नेंस प्रदान करना।
- वस्तुओं और सेवाओं के इलेक्ट्रॉनिक वितरण के संदर्भ में ई-क्रांति लाना।

- ऑनलाइन मंच के माध्यम से बुनियादी जानकारी प्रदान करना।
- सूचना प्रौद्योगिकी क्षेत्र में रोजगार के अधिक अवसर प्रदान करना।

फरवरी, 2019 के कार्यक्रम के अनुसार, जोकि 'डिजिटल इंडिया' के विकास के कार्यसूची का विस्तार है, भारत सरकार भारत भर में कक्षाओं को आधुनिक बनाने के लिए निवेश करने की योजना बना रही है। यह पहल भारत के सभी राज्य के स्कूलों और कॉलेजों में व्यापक डिजिटल पहल के हिस्से के रूप में डिजिटल बोर्डों को शामिल करने के लिए है। यह हालिया विकास है और डिजिटल इंडिया की अवधारणा के अतिरिक्त है। इसी तरह कई ऐसे कार्यक्रम शुरू किए गए हैं जो आम जनता के हित में काम करते हैं। कुछ कार्यक्रम इस प्रकार हैं:

- इंटरनेट साथी: महिलाओं में डिजिटल साक्षरता में सुधार।
- अपनी उंगलियों पर सरकारी सेवाएं।
- DIGIDHA – डिजिटल जेम-गवर्नमेंट ई मार्केट प्लेस पर कौशलेस जाएं
- ऑनलाइन बाजार – स्मार्ट सरकारी खरीदारों के लिए
- तेजी से मूल्यांकन प्रणाली (आर ए एस)
- डीग कोकर (Dig Cocker)

ऐसे कई और कार्यक्रम हैं जो भारत को डिजिटल रूप से सशक्त बनाने और एक ज्ञान अर्थव्यवस्था बनाने के लिए शुरू किए गए हैं और कतार में हैं।

2.6 कौशल विकास: दृष्टिकोण एवं रणनीतियाँ

भारत सरकार की कौशल विकास और उद्यमिता मंत्रालय (MSDE), कौशल भारत कार्यक्रम की देखरेख करती है। स्किल इंडिया एक पहल है जिसे देश के युवाओं (www-msde.gov.in) को सशक्त बनाने के उद्देश्य से शुरू किया गया है ताकि उनकी रोजगार क्षमता बढ़े और अधिक उत्पादक कार्य वातावरण तैयार हो सके। इस तरह की पहल का उद्देश्य देश की 65 प्रतिशत युवा आबादी की जरूरतों को पूरा करना है। स्किल इंडिया एक ऐसा कार्यक्रम है जो देश भर के विभिन्न क्षेत्रों में लगभग 40 पाठ्यक्रम प्रदान करता है।

2.6.1 कौशल विकास की पहल

देश भर में विभिन्न आईटीआई द्वारा प्रदान किए जाने वाले विभिन्न पाठ्यक्रमों के माध्यम से युवाओं में बिग एनालिटिक्स, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, इंटरनेट ऑफ थिंग्स, 3 डी प्रिंटिंग आदि के क्षेत्र में नए युग के कौशल का उपयोग किया जा रहा है। कौशल विकास और उद्यमिता 2015 पर एक राष्ट्रीय नीति और राष्ट्रीय कौशल विकास नीति 2009 में कौशल भारत मिशन के क्या करे और क्या नहीं के बारे में बताया गया है। राष्ट्रीय कौशल विकास मिशन का जोर 2020 तक देश के 500 मिलियन युवाओं के कौशल को विकसित करने पर है। हालांकि यह एक महत्वाकांक्षी कार्यक्रम है, फिर भी यह देश के युवाओं के लिए संभावनाएं रखता है। MSDE की मुख्य पहलें इस प्रकार हैं:

- कानपुर में 2016 में प्रथम भारतीय कौशल संस्थान की स्थापना की गई। देश भर में ऐसे 6 संस्थानों की स्थापना के प्रस्ताव की योजना बनाई गई है।
- प्रधान मंत्री कौशल विकास योजना (पीएमकेवीवाई): यह एमएसडीई के कौशल प्रशिक्षण की प्रमुख योजना है और भारत में सबसे बड़ी कौशल प्रमाणन योजना है।

- MSDE, PMKVY के तहत अनौपचारिक प्रशिक्षण केंद्रों द्वारा मान्यता प्राप्त अपने पूर्ववर्ती शिक्षण (RPL) कार्यक्रमों के माध्यम से अर्जित कौशल को भी पहचानता और प्रमाणित करता है।
- नेशनल अप्रेंटिसशिप प्रमोशन स्कीम (NAPS): यह योजना 2016 में प्रशिक्षुता प्रशिक्षण ट्रेनिंग को बढ़ावा देने के उद्देश्य से शुरू की गई थी।
- प्रशिक्षण की दोहरी प्रणाली यह योजना दोहरे तरीके से प्रशिक्षण का अवसर प्रदान करती है अर्थात् आमने-सामने शिक्षण (आईटीआई) और उद्योगों में। इससे प्रशिक्षुओं की रोजगार क्षमता बढ़ेगी।
- MSDE के लिए अंतरिक्ष आधारित दूरस्थ शिक्षा कार्यक्रम (SDLP): इस कार्यक्रम का उद्देश्य आम लोगों को व्यावसायिक प्रशिक्षण सुविधाएं प्रदान करना है।

लोगों को ज्ञान का आधार प्रदान करने और उन्हें कौशल आधारित नौकरियों से सुसज्जित करने के लिए कई और अनौपचारिक कौशल आधारित प्रशिक्षण कार्यक्रम चल रहे हैं।

हमने देखा है कि भारत सरकार कौशल विकास के लिए कई योजनाएं पेश कर रही है। यहां यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि MSDE भी कौशल विकास और उद्यमिता के क्षेत्रों में विभिन्न देशों के साथ सहयोग कर रहा है। कुछ सहयोग इस प्रकार हैं:

- आपसी योग्यता पर यूई और कतर के साथ समझौता ज्ञापन।
- बिजली क्षेत्र में कौशल प्रशिक्षण के लिए फ्रांस के साथ समझौता ज्ञापन
- सर्वोत्तम प्रथाओं को साझा करने पर स्विट्जरलैंड के साथ समझौता ज्ञापन
- उत्कृष्टता केंद्र स्थापित करने के लिए भागीदार के रूप में सिंगापुर और एनएसडीसी के साथ समझौता ज्ञापन।
- इन सभी पहलों ने देश को देश के युवाओं के कौशल प्रदान करने में एक कदम आगे बढ़ाया।

2.6.2 राष्ट्रीय कौशल विकास निगम (NSDC)

राष्ट्रीय कौशल विकास निगम (NSDC) को MSDE के राष्ट्रीय कौशल विकास मिशन के एक सार्वजनिक निजी भागीदारी कंपनी के रूप में स्थापित किया गया था। एनएसडीसी का उद्देश्य भारत में कौशल परिदृश्य को सुविधाजनक बनाना है। एनएसडीसी की अवधारणा तीन स्तंभों पर आधारित है। ये इस प्रकार हैं:

- 1) **सृजन:** गुणवत्ता परक व्यावसायिक प्रशिक्षण संस्थानों की स्थापना में सुविधा।
- 2) **कोष:** अनुदान और समानता के रूप में धन प्रदान करना।
- 3) **सक्षम :** कौशल विकास के लिए आवश्यक समर्थन प्रणालियों की स्थिरता सुनिश्चित करने के लिए जिसमें उद्योग संचालित क्षेत्र कौशल परिषद (एसएससीएस) शामिल हैं।

NSDC की दृष्टि और मिशन इस प्रकार है:

एनएसडीसी का विजन: कौशल की मांग और आपूर्ति के बीच मौजूदा अंतर के लिए कुशल जनशक्ति के लिए भारत में बढ़ती आवश्यकता को पूरा करना।

मिशन एनएसडीसी का मिशन इस प्रकार है।

- महत्वपूर्ण उद्योग की भागीदारी के माध्यम से अंतरराष्ट्रीय मानकों के लिए कौशल का

उन्नयन और मानकों, पाठ्यक्रम और गुणवत्ता आश्वासन के लिए आवश्यक रूपरेखा विकसित करना।

- उपयुक्त सार्वजनिक-निजी भागीदारी (पीपीपी) मॉडल के माध्यम से कौशल विकास के लिए निजी क्षेत्र की पहल को बढ़ाना, समर्थन और समन्वय करना; निजी क्षेत्र से महत्वपूर्ण परिचालन और वित्तीय भागीदारी के लिए प्रयास करते हैं।
- विशेष रूप से उन क्षेत्रों में वित्तपोषण लाकर "बाजार-निर्माता" की भूमिका निभाएं जहां बाजार तंत्र अप्रभावी या गायब है।
- ऐसी पहल को प्राथमिकता देना एकतरफा प्रभाव के विपरीत गुणक या उत्प्रेरक प्रभाव हो सकता है।

NSDC के विजन और मिशन को ध्यान में रखते हुए इसका मुख्य उद्देश्य निम्न है

- मुख्य रूप से कार्यक्रमों में निजी क्षेत्र की पहलों को बढ़ावा देने और वित्त पोषण प्रदान करने के लिए भारत में लोगों के कौशल को बढ़ाने के समग्र लक्ष्य में महत्वपूर्ण योगदान देना। एनएसडीसी के उद्देश्य में सभी तीन स्तंभ शामिल हैं, जिसके आधार पर इसका गठन किया गया था।

NSDC के माध्यम से MSDE ने कौशल भारतीय मिशन के बड़े जनादेश के तहत उद्योग के साथ सहयोग करने के लिए कई पहल की हैं। NSDC के पास एक सरल-से-सरल सुविधा प्रणाली है, जो निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) जैसी विभिन्न पहलों के लिए उद्योगों के लिए एक मंच प्रदान करती है। यह कौशल विकास परियोजनाओं को प्रभावित करने के लिए कॉरपोरेट्स, गैर सरकारी संगठनों, सरकारी संगठनों आदि जैसे हितधारकों के विभिन्न निगमों के साथ साझेदारी में काम करता है, जिनमें उच्च प्रभाव होता है। एनएसडीसी ने अपनी स्थापना के बाद से कंपनियों (सीएसआर) नियम, 2013 के तहत सीएसआर प्रतिबद्धताओं को पूरा करने के लिए नाल्को, एसबीआई कार्ड, जीई पावर, एनटीपीसी आदि के साथ सहयोग किया है। एनएसडीसी कौशल विकास कार्यक्रमों के लिए राष्ट्रीय कौशल योग्यता संरचना (एनएससीएफ) के माध्यम से प्रमाणन भी प्रदान कर रहा है। यह सब राष्ट्र भर में सभी कौशल विकास कार्यक्रमों को संरेखित करने के लिए किया जाता है। एनएसडीसी के विजन, मिशन और उद्देश्य पर विचार करने के बाद, यह कहा जा सकता है कि एनएसडीसी पीपीपी मॉडल के तहत कौशल विकास मिशन के जनादेश की सुविधा प्रदान कर रहा है।

2.7 स्टार्ट-अप इंडिया और उष्मायित्र (इन्क्यूबेटर)

स्टार्ट-अप इंडिया

स्टार्ट-अप इंडिया एक मजबूत पारिस्थितिकी तंत्र के निर्माण के प्रमुख उद्देश्य के साथ भारत सरकार का एक प्रमुख कार्यक्रम है जो स्टार्टअप व्यवसायों की वृद्धि के लिए अनुकूल है। जो बदले में रोजगार के लिए बड़े पैमाने पर अवसरों के लिए एक स्थायी आर्थिक विकास देगा। स्टार्ट-अप इंडिया कार्यक्रम में 19-बिंदु कार्य योजना है जिसमें कई ऊष्मायन केंद्र, आसान प्रतिभा, कर लाभ और व्यवसाय स्थापित करने में आसानी और तेजी से निकास तंत्र होगा। यह 2016 में लॉन्च किया गया था। इस पहल का मुख्य उद्देश्य नवोन्मेष नवप्रवर्तन और डिजाइन है।

स्टार्ट-अप इंडिया की कार्य योजना

कार्य योजना में तीन स्तंभ हैं जो निम्नानुसार हैं:

- सरलीकरण और भूमिजोत (Landholding)
- सहायता और प्रोत्साहन अनुदान
- उद्योग – अकादमिक साझेदारी और ऊष्मायन।

सरलीकरण और भूमिजोत : यह स्तंभ स्टार्ट-अप के लिए विनियमन, एकल बिंदु संपर्क, अवैध समर्थन प्रणाली, आराम मानदंडों और तेजी से निकास तंत्र से संबंधित मुद्दों पर केंद्रित है। मूल उद्देश्य स्टार्ट-अप की स्थापना के लिए औपचारिकताओं को कम करना है।

सहायता और प्रोत्साहन अनुदान : स्टार्ट-अप के लिए साख, साख गारंटी, पूंजीगत लाभ पर कर लाभ, विनियोग आदि प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित करता है। इसका उद्देश्य विभिन्न चरणों में धन और कर छूट प्रदान करना है।

उद्योग-अकादमिक साझेदारी और ऊष्मायन : नवप्रवर्तन के प्रदर्शन के लिए उद्योग के साथ शैक्षिक संस्थानों के सहयोग पर ध्यान केंद्रित करता है, उष्मायित्रों (इनक्यूबेटरों) के लिए क्षेत्र की विशेषज्ञता का लाभ उठाना, नवप्रवर्तन केंद्रों का निर्माण करना, जैव प्रौद्योगिकी जैसे विभिन्न क्षेत्रों में स्टार्ट-अप को बढ़ावा देना, छात्रों के लिए नवप्रवर्तन केंद्रित कार्यक्रमों का शुभारंभ करना आदि भी इसके उद्देश्य हैं। इस स्तंभ की महत्वपूर्ण विशेषता स्व-रोजगार और प्रतिभा उपयोग कार्यक्रम के साथ अटल इनोवेशन मिशन का शुभारंभ है।

विस्तृत कार्य योजना 2016 की रिपोर्ट www.startupindia.gov.in पर उपलब्ध है। हम कह सकते हैं कि स्टार्ट-अप इंडिया कार्यक्रम समकालीन समय में युवा दिमाग की जरूरत को पूरा करता है।

उष्मायित्र (इनक्यूबेटर)

इनक्यूबेटर मूल रूप से एक संगठन है जो अपनी वृद्धि और सफलता को तेज करने के लिए स्टार्ट-अप कंपनियों को मार्ग दिखाता है। स्टार्ट-अप इंडिया कार्यक्रम राज्यों में ऊष्मायन केंद्र स्थापित करने के लिए ऊष्मायन समर्थन देता है। अटल इनोवेशन मिशन का उद्देश्य सार्वजनिक और निजी क्षेत्र में अटल इनक्यूबेशन सेंटर (एआईसीएस) की स्थापना करना है। इसका उद्देश्य स्थापित ऊष्मायन केंद्रों (ईआईसीएस) को सुविधाजनक बनाना है। अप्रैल, 2019 तक 13 एआईसीएस को मंजूरी दी गई है, जिसमें 10 करोड़ रुपये की राशि भी ईआईसीएस को दी जा रही है। राज्य सरकारें भी इस अवधारणा को बढ़ावा दे रही हैं उदाहरणार्थ यूपी सरकार ने 8 इनक्यूबेटर स्थापित करने का समर्थन किया है जिसमें IIT BHU, IIM- लखनऊ (नोएडा कैम्पस IIT – कानपुर, KNIIT सुल्तानपुर और I B hubs & UPDESCO लखनऊ शामिल हैं, हिमाचल की सरकार ने विभिन्न क्षेत्रों में इनक्यूबेटर स्थापित करने के लिए 7 शैक्षणिक संस्थानों को मंजूरी दी है जिसमें शामिल हैं इंजीनियरिंग, खाद्य प्रसंस्करण, जैव प्रौद्योगिकी, कृषि आदि हर राज्य सरकार अलग-अलग तरह का आचरण करती है। पीपीपी मॉडल के तहत विभिन्न अन्य इनक्यूबेटरों को भी स्थापित किया गया है। कुछ उदाहरण नेशनल साइंस एंड टेक्नोलॉजी एंटरप्रेन्योरशिप डेवलपमेंट बोर्ड, विज्ञान और प्रौद्योगिकी विभाग, विज्ञान और प्रौद्योगिकी सरकार, भारत सरकार के सहयोग से इंडियन एंजल नेटवर्क (आईएएन) इनक्यूबेटर हैं। ऐसे कई उदाहरण हैं। इसलिए, इनक्यूबेटर ऐसे संगठन हैं जो स्टार्ट-अप को बढ़ावा देते हैं।

अपनी प्रगति की जाँच करें 1

1) मेक इन इंडिया के उद्देश्य बताइए।

.....

.....

.....

.....

.....

2) डिजिटल इंडिया पहल के तहत कौन से कार्यक्रम शामिल हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

3) राष्ट्रीय कौशल विकास निगम के तीन स्तंभों के नाम बताइए?

.....

.....

.....

.....

.....

4) इनक्यूबेटर क्या हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

2.8 सारांश

नवप्रवर्तन एक विचार या आविष्कार को एक वस्तु या सेवा में बदलने की प्रक्रिया है जो मूल्य का सृजन करती है जिसके लिए ग्राहक भुगतान करेंगे। यह एक नए उत्पाद की शुरुआत को संदर्भित करता है। यह मूल रूप से किसी उत्पाद को बनाने के लिए एक चरणबद्ध प्रक्रिया का उपयोग करके मौजूदा अवधारणा या विचार को बेहतर बनाता है जो व्यावसायिक रूप से व्यवहार्य है।

रचनात्मकता नवीन विचार है जो आकर्षक और उपयोगी होते हैं जबकि आविष्कार नवीन उत्पाद या प्रक्रिया के लिए एक विचार है और नवप्रवर्तन आविष्कार को एक उत्पाद में बदलना है जो कि रणनीतिक, विपणन और तकनीकी कौशल का एक व्यापक क्षेत्र पर आधारित है।

नवप्रवर्तन तकनीकी क्षेत्र के तेजी से हो रहे परिवर्तनों को हल करने और उन्हें अपनाने में मदद करता है। नवप्रवर्तन के विभिन्न प्रकार हैं जैसे कि वृद्धिशील नवप्रवर्तन, विघटनकारी नवप्रवर्तन, वास्तुकला नवप्रवर्तन और कट्टरपंथी नवप्रवर्तन।

मेक इन इंडिया भारत सरकार की पहल है जो उद्योगों को रोजगार की समस्या को हल करने और जीडीपी विकास दर में सुधार लाने के उद्देश्य से एफडीआई के माध्यम से भारत में अपनी विनिर्माण इकाइयों को स्थापित करने के लिए प्रोत्साहित करती है।

मेड इन इंडिया भारत में निर्मित उत्पादों को दी गई एक टैग लाइन (प्रचार वाक्य) है। उत्पादों को 'मेड इन इंडिया' का टैग लाइन केवल तभी दिया जा सकता है, जब उत्पाद का निर्माण भारत के स्वदेशी कारकों से किया गया है जो भूमि, श्रम, पूंजी, उद्यमशीलता और प्रौद्योगिकी हैं।

डिजिटल इंडिया एक सरकारी पहल है जो 2015 में भारत को एक डिजिटल राष्ट्र में बदलने के उद्देश्य से शुरू की गई है, ताकि काम की गति तीव्र हो सके और ग्रामीण क्षेत्रों को शहरी क्षेत्रों से जोड़ा जा सके।

कौशल विकास और उद्यमिता मंत्रालय (MSDE) भारत सरकार देश के लिए विभिन्न कौशल विकास कार्यक्रमों की देखभाल करती है। MSDE की मुख्य पहलें हैं: 1) प्रथम भारतीय कौशल संस्थान की स्थापना 2) प्रधानमंत्री कौशल विकास योजना 3) राष्ट्रीय शिक्षुता प्रोत्साहन योजना 4) प्रशिक्षण की दोहरी प्रणाली 5) अंतरिक्ष आधारित दूरस्थ शिक्षा कार्यक्रम आदि।

स्टार्टअप इंडिया 2016 में लॉन्च किया गया एक प्रमुख कार्यक्रम है, जिसका उद्देश्य एक मजबूत पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण करना है जो स्टार्टअप व्यवसाय के विकास के लिए अनुकूल है। स्टार्टअप इंडिया की कार्य योजना में तीन स्तंभ हैं: 1) सरलीकरण और भूमि जोत, 2) सहायता और प्रोत्साहन, 3) उद्योग शैक्षणिक भागीदारी और ऊष्मायन।

इनक्यूबेटर्स वह संगठन हैं जो स्टार्टअप रणनीति कंपनियों को सिद्धांत विकास और सफलता को गति देने के लिए सहायता करता है।

2.9 शब्दावली

- रचनात्मकता** : रचनात्मकता एक ऐसा घटक है जिससे कुछ नया और मूल्यवान बनता है। निर्मित वस्तु अमूर्त हो सकती है जैसे कि एक विचार, एक वैज्ञानिक सिद्धांत, एक संगीत रचना, या एक मजाक या एक भौतिक वस्तु जैसे एक आविष्कार, एक साहित्यिक कार्य, या एक पेंटिंग।
- आविष्कार** : एक आविष्कार एक अद्वितीय या नवीन उपकरण, विधि, रचना या प्रक्रिया है।
- नवतप्रवर्तन** : नवप्रवर्तन एक विचार या आविष्कार को एक वस्तु या सेवा में तब्दील करने की प्रक्रिया है जो मूल्य पैदा करता है जिसके लिए ग्राहक भुगतान करेंगे।
- तकनीकी नवप्रवर्तन** : तकनीकी नवप्रवर्तन नवप्रवर्तन की एक विस्तारित अवधारणा है। यह वह प्रक्रिया है जहां एक संगठन (या एक संरचित संगठन के बाहर काम करने वाले लोगों का समूह) एक ऐसी यात्रा में शामिल होता है जहां नवप्रवर्तन के स्रोत के रूप में प्रौद्योगिकी के महत्व को बाजार की प्रतिस्पर्धा में वृद्धि के लिए एक महत्वपूर्ण सफलता कारक के रूप में पहचाना गया है।

- मेक इन इंडिया** : मेक इन इंडिया, अर्थव्यवस्था के 25 क्षेत्रों को कवर करने वाला एक प्रकार का स्वदेशी आंदोलन, 25 सितंबर 2014 को भारत सरकार द्वारा शुरू किया गया था ताकि कंपनियों को भारत में अपने उत्पादों के निर्माण के लिए प्रोत्साहित किया जा सके और विनिर्माण में समर्पित निवेशों से उत्साहित किया जा सके।
- मेड इन इंडिया** : मेड इन इंडिया भारत में निर्मित उत्पादों को दी गई एक टैग लाइन है। उत्पादों को केवल तभी 'मेड इन इंडिया' का टैग दिया जा सकता है, जब उत्पाद भारत में निर्मित किया गया हो।
- डिजिटल इंडिया** : डिजिटल इंडिया एक सरकारी पहल है जो 2015 में भारत को डिजिटल राष्ट्र में बदलने के उद्देश्य से शुरू की गई है, ताकि काम की गति पूरी हो सके और ग्रामीण क्षेत्रों को शहरी क्षेत्रों से जोड़ा जा सके।
- स्टार्टअप इंडिया** : स्टार्टअप इंडिया 2016 में शुरू किया गया एक प्रमुख कार्यक्रम है, जिसका उद्देश्य एक मजबूत पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण करना है जो स्टार्टअप व्यवसाय के विकास के लिए अनुकूल है।
- इनक्यूबेटर** : इनक्यूबेटर संगठन है जो स्टार्टअप रणनीति कंपनियों को सिद्धांत विकास और सफलता को गति देने के लिए मार्ग दिखाता है।

2.10 स्वपरख प्रश्न

- 1) नवप्रवर्तन की प्रक्रिया को समझाइए।
- 2) रचनात्मकता, आविष्कार और नवप्रवर्तन के बीच अंतर बताएं।
- 3) तकनीकी नवप्रवर्तन क्या है?
- 4) 'मेक इन इंडिया' 'मेड इन इंडिया' से कैसे भिन्न है?
- 5) डिजिटल इंडिया प्रोग्राम क्या है? इसकी विशेषताएं और उद्देश्य क्या हैं?
- 6) कौशल विकास के विभिन्न दृष्टिकोणों और रणनीतियों की व्याख्या करें।
- 7) स्टार्ट अप इंडिया की कार्ययोजना पर चर्चा करें।

टिप्पणी : ये प्रश्न आपको इस इकाई को अधिक अच्छी तरह समझने में सहायक होंगे। इनके उत्तर लिखने का प्रयत्न कीजिए। किन्तु अपने उत्तर विश्वविद्यालय को न भेजें। ये केवल आपके अभ्यास के लिए हैं।

संरचना

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 व्यवसाय का सामाजिक उत्तरदायित्व
- 3.3 सामाजिक उत्तरदायित्व के उपागम
 - 3.3.1 निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व के सिद्धान्त
 - 3.3.2 निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व की कार्यसूची
 - 3.3.3 निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व प्रथाओं की विशिष्ट रूपरेखा
- 3.4 नैतिकता
- 3.5 व्यावसायिक नैतिकता
- 3.6 निगमीय उत्तरदायित्व
- 3.7 निगमीय उत्तरदायित्व का परिप्रेक्ष्य परिवर्तन
 - 3.7.1 प्रथम परिवर्तन : व्यवसाय का दर्शनशास्त्र
 - 3.7.2 द्वितीय परिवर्तन : समाज एवं प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति
- 3.8 भारत में निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व
- 3.9 सारांश
- 3.10 शब्दावली
- 3.11 स्वपरख प्रश्न



3.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के पश्चात् आप निम्न हेतु सक्षम होंगे—

- व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व की धारणा का वर्णन कर सकें;
- सामाजिक उत्तरदायित्व के उपागमों की व्याख्या कर सकें;
- नैतिकता की अवधारणा का विवेचन कर सकें;
- नैतिकता की अवधारणा को व्यावसायिक नैतिकता पर लागू कर सकें;
- निगमीय उत्तरदायित्व के संरचना का मूल्यांकन कर सकें; तथा
- भारत में निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व का परीक्षण कर सकें।

3.1 प्रस्तावना

निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व (Corporate Social Responsibility) जो सी एस आर (CSR) के नाम से लोकप्रिय है, व्यावसायिक नैतिकता से घनिष्ठ रूप से सम्बन्धित है। प्रायः विद्वान यह मानते हैं कि ये दोनों अवधारणाएं एक दूसरे से भिन्न हैं। इस इकाई में हम इन दो सम्बन्धित अवधारणाओं का अध्ययन करेंगे।

आप व्यापार की सामाजिक जिम्मेदारी और विभिन्न सामाजिक जिम्मेदारी के विभिन्न उपागमों के बारे में सीखेंगे। आप आगे व्यापार नैतिकता, निगमीय जिम्मेदारी और निगमीय

3.2 व्यवसाय का सामाजिक उत्तरदायित्व

सी एस आर' एक स्व नियमित व्यावसायिक प्रतिरूप है जो निगम या संगठन को स्वयं अपने प्रति, अपने साझेदारों तथा समुदाय के प्रति संयुक्त रूप से उत्तरदायी बनने में सहायता करता है। निगमीय सामाजिक कर्तव्य के निर्वाह द्वारा जिसे निगमीय नागरिकता भी कहा जाता है, संगठन इस बात का अनुभव कर सकते हैं कि समाज के समस्त भागों पर उसका क्या प्रभाव पड़ रहा है जिसमें राजकोषीय, व्यावहारिक, सामाजिक तथा जैविक पक्ष सम्मिलित होता है। 'सी एस आर' में स्थान पाने का तात्पर्य यह है कि अपने सामान्य प्रबन्धन प्रक्रिया के दौरान संगठन इस प्रकार से कार्य कर रहा है जो उदासीन रहने के बजाय समाज एवं वातावरण को उन्नत बनाने में योगदान दे। जब एक बार हम इस धारणा को समझ लेते हैं तो इसे व्यावसायिक नैतिकता पर लागू कर सकते हैं। निगमीय उत्तरदायित्व का उद्गम हाल के वर्षों में हुआ है एवं यह नैतिकता तथा 'सी एस आर' को परस्पर जोड़ती है। 'सी एस आर' का उद्गम भारत में एक प्रथा के रूप में हो चुका है। अतः भारत में 'सी एस आर' के बारे में अध्ययन करना महत्वपूर्ण है। सामाजिक उत्तरदायित्व पर 'आई एस ओ परामर्शदाता वर्ग' का यह मानना है कि "निगमीय/प्रामाणिक सामाजिक उत्तरदायित्व" शब्द का कोई एक कानूनी अर्थ नहीं है। यह पाया गया कि अधिकांश परिभाषाएं वित्तीय, प्राकृतिक एवं सामाजिक घटकों के अन्तर्सम्बन्धों तथा संगठन की क्रियाओं के प्रभाव पर आधारित हैं। इस इकाई में हम निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व के विभिन्न अवधारणाओं एवं परिभाषाओं तथा उन कारकों के सम्बन्ध में विवेचन करेंगे जो विभिन्न देशों में व्यावसायिक संगठनों को सामाजिक उत्तरदायित्व के निर्वाह हेतु प्रेरित करते हैं। सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा के अनुसार, व्यावसायिक निर्णय लेते समय प्रबन्धकों का उद्देश्य मात्र लाभों या अंशधारियों के मूल्य का अधिकतमीकरण ही नहीं होता वरन् समाज के अन्य सदस्यों जैसे श्रमिकों, ग्राहकों एवं समुदाय के हितों की सेवा करना एवं रक्षा करना भी है।

आज के युग में अन्य पक्षकारों, समुदाय एवं पर्यावरण के हितों की रक्षा एवं समर्थन आवश्यक है। व्यावसायिक उपक्रमों का विभिन्न पक्षकारों तथा समाज के प्रति सभी मायनों में सामाजिक जवाबदेही ही पक्षकारों एवं समाज के प्रति व्यावसायिक उपक्रमों के सामाजिक उत्तरदायित्व के सामान्य अनुबन्ध का परिणाम माना जाता है।

सामाजिक अनुबन्ध नियमों का एक समुच्चय है जो समाज के विभिन्न तत्वों के मध्य तय किये हुए अंतरसम्बन्धों को परिभाषित करती है। सामाजिक अनुबन्ध में प्रायः प्रतिदान का प्रावधान सम्मिलित रहता है जिसका तात्पर्य होता है किसी के बदले में कुछ देना। सामाजिक अनुबन्ध में अनुबन्ध का एक पक्षकार कुछ देता है एवं अन्य से एक निश्चित वस्तु या व्यवहार की आशा रखता है।

निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व की परिभाषाएं

विश्व व्यवसाय परिषद् द्वारा दी गयी संधारणीय विकास की परिभाषा में यह उल्लेख किया गया है कि "निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व व्यवसाय द्वारा श्रमशक्ति एवं उसके परिवार तथा साथ ही स्थानीय समुदाय एवं समाज के जीवन की गुणवत्ता को उन्नत करते हुए नैतिकतापूर्ण व्यवहार करने एवं आर्थिक विकास में योगदान देने की निरंतर प्रतिबद्धता है।"

विश्व भर में विभिन्न समाजों में 'सी एस आर' को विभिन्न प्रकार से देखा जाता है। विभिन्न देशों में विभिन्न परिभाषाओं के कुछ उदाहरण निम्नांकित हैं:-

“सी एस आर संधारणीय आजीविका हेतु क्षमता निर्माण है। यह सांस्कृतिक अंतरों का सम्मान करती है एवं अपने कर्मचारियों, समुदाय तथा सरकार के कौशल निर्माण हेतु व्यावसायिक अवसरों को ढूँढती है।” — घाना

“सी एस आर व्यवसाय द्वारा समाज को वापस देने से सम्बन्धित है, ” — फिलीपीन्स

सी एस आर की एक वृहद् परिभाषा जो विभिन्न दृष्टिकोणों को समाविष्ट करती है, उसके अनुसार सी एस आर इस बारे में है कि कम्पनियां किस प्रकार अपनी व्यावसायिक प्रक्रियाओं का प्रबन्धन करती है ताकि समाज पर एक सम्पूर्ण सकारात्मक प्रभाव उत्पन्न किया जा सके। यह परिभाषा मैलनबेकर द्वारा दी गयी है।

संगठनों को अपने कार्यों के दो हिस्सों के लिए जवाबदेह होने की आवश्यकता है:

- 1) उनके प्रशासन की प्रकृति – व्यक्तियों एवं क्रियाविधियों दोनों के लिए आंतरिक चक्र तथा
- 2) विभिन्न क्षेत्रों में समाज पर उनके प्रभाव की प्रकृति एवं मात्रा

अब हम व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व के विभिन्न उपागमों के बारे में विचार करेंगे। ये उपागम विभिन्न प्रकार से समझे जाते हैं। इनके बारे में इस इकाई के अगले खण्ड में अध्ययन किया जायेगा।

3.3 सामाजिक उत्तरदायित्व के उपागम

सामाजिक उत्तरदायित्व एक शालीन संरचना है एवं यह सुझाव देती है कि कोई भी इकाई चाहे वह एक संगठन हो अथवा एक व्यक्ति, उसका यह दायित्व है कि वह समाज के लाभ हेतु कार्य करे। सामाजिक उत्तरदायित्व एक ऐसा कर्तव्य है जो प्रत्येक व्यक्ति को निभाना पड़ता है जिससे वित्तीय प्रणाली एवं परितंत्र (ecosystem) के मध्य संतुलन बना रहे। परंपरागत दृष्टिकोण के अनुसार, एक उपक्रम का अस्तित्व मूल रूप से लाभार्जन हेतु ही होता है। इस नकद आधारित दृष्टिकोण में जब व्यावसायिक मूल्यों को महत्वपूर्ण माना जाता है तब आगम आधारित उपागम के कारण नैतिक समस्याएं उत्पन्न हो जाती हैं। व्यवसाय के समक्ष असमंजस की स्थितियां आ जाती हैं, जैसे “संगठन के वे कौन से दायित्व हैं जिनसे यह सुनिश्चित किया जा सके कि रोजगार अथवा पदोन्नति की प्रत्याशा रखने वाले व्यक्तियों के साथ उचित व्यवहार किया गया है? हितों में मतभेद को कैसे सुलझाया जाये?” एवं “किस प्रकार की विज्ञापन रणनीति अपनायी जानी चाहिए ?” ये मुद्दे सम्पूर्ण मौद्रिक जगत के लिए महत्वपूर्ण हैं, अतः जब संगठनों को उनके दैनिक कार्य में वृहद् वित्तीय एवं नागरिक कर्तव्यों से युक्त इकाई के रूप में माना जाता है तब व्यावसायिक नैतिकता में भी इसी अनुरूप वृद्धि होती है।

3.3.1 निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व के सिद्धान्त

वर्तमान में कुछ ऐसे महत्वपूर्ण मुद्दे हैं जिनके बारे में समझना एवं उनका प्रबंधन वित्तीय वर्चस्व की जंग से भी आगे है। विस्तृत रूप में, इन नये दायित्वों से निपटने के लिए तीन सैद्धान्तिक तरीके हैं:—

- 1) निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व सिद्धान्त
- 2) पक्षकार सिद्धान्त एवं
- 3) त्रि-अधर रेखा

- 1) **निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व सिद्धान्त** — निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व विवेकपूर्ण व्यावसायिक प्रथाओं एवं निगम के संसाधनों के प्रति योगदान द्वारा समुदाय के कल्याण को उन्नत करने हेतु लिया गया निर्णय है। विवेकपूर्ण क्रियाओं में ऐसी क्रियाओं एवं योगदान को अपने तरीके से चुनने के स्वैच्छिक निर्णय सम्मिलित होते हैं जिससे उनके व्यवसाय का समाज पर पड़ने वाले सकारात्मक प्रभाव को अधिकतम तथा नकारात्मक प्रभाव को न्यूनतम किया जा सके।
- 2) **पक्षकार सिद्धान्त** — यह सिद्धान्त कहता है कि नेटवर्क व्यक्ति संगठन में साझेदार होते हैं एवं उनकी आवाज भी कॉर्पोरेट विकल्पों में जोड़ी जानी चाहिए। यह उल्लेख करता है कि संगठन द्वारा पक्षकारों के हितों की रक्षा की जानी चाहिए।
उदाहरणार्थ, जब एक निर्माणी संयंत्र आधुनिक अपशिष्ट उत्पन्न करती है तब 'सी एस आर' दृष्टिकोण उत्पादन रेखा के स्वामियों पर अपशिष्ट को सुरक्षापूर्वक नष्ट करने का कर्तव्य डालती है। यह सिद्धान्त आस-पास के क्षेत्र में रहने वाले उन व्यक्तियों के साथ प्रारम्भ होती है जिनकी स्थिति को क्षति पहुँच सकती है एवं इसके साथ ही व्यावसायिक नैतिकता के लिए इस बिन्दु पर माँग की जाती है कि उन्हें भी स्वच्छ वायु एवं जल का अधिकार है।
- 3) **त्रि-अधर रेखा** — त्रि-अधर रेखा की अवधारणा आर्थिक मुद्दों के साथ दो और अधर रेखाएं सामाजिक एवं पर्यावरणीय मुद्दे भी जोड़ती है। इन तीनों को एक साथ प्रायः "लाभ (Profit), लोग (People), ग्रह (Planet) अथवा तीन स्तम्भ के रूप में सम्बोधित किया जाता है। इस सिद्धान्त का उद्देश्य व्यावसायिक प्रथाओं में संधारण के लक्ष्य को आगे बढ़ाना है।

3.3.2 निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व की कार्यसूची

राष्ट्रीय सामाजिक उत्तरदायित्व योजनाएं काफी हद तक अंकित एवं सामाजिक चरों का पश्च प्रभाव (after effect) होता है एवं ये वर्तमान मौद्रिक तथा राजनैतिक आवश्यकताओं के अनुरूप विकसित होते रहते हैं। उदाहरणार्थ, भारत में सामाजिक उत्तरदायित्व की अभिप्रेरणा परोपकारिता व मानव प्रेम जैसे विचारों पर आधारित है परंतु फिर भी ये वर्तमान में बाजार प्रगति एवं वैश्विक चुनौती के परिप्रेक्ष्य में विस्तृत प्रतिक्रिया से प्रभावित होती है। इसी प्रकार, दक्षिण अफ्रीका में संगठनों के लिए परोपकार भाव से उपहार देना एवं रंगभेद (राजनीतिक स्तर पर स्वीकृत जातिगत भेदभाव) के समय अपने अध्यक्ष से समर्थन की आशा करना स्वाभाविक है। 1994 के चुनावों के पश्चात् व्यावसायिक तंत्र ने वृद्धिशील विस्तृत सामाजिक उत्तरदायित्व कार्यप्रणाली निर्मित करना प्रारंभ किया एवं प्रशासनात्मक शक्ति द्वारा यह सुदृढ़ हुआ। वर्तमान में दक्षिण अफ्रीका में यह योजना राजनीतिक स्तर पर स्वीकृत जातिगत भेदभाव की विरासत के प्रति प्रतिक्रिया की आवश्यकता के कारण सुदृढ़तापूर्वक संरचनाकृत किया गया है जिसका तात्पर्य यह है कि कुछ विशिष्ट मुद्दों को प्राथमिकता दी गयी है। न केवल देशों के मध्य वरन् प्रत्येक देश के भीतर भी सामाजिक उत्तरदायित्व कार्यसूची में सहमति पायी जाती है।

परंतु सभी के लिए एक नीति नहीं हो सकती। विभिन्न देशों में विशिष्ट आवश्यकताएं एवं योग्यताएं होती हैं जो 'सी एस आर' अभिप्रेरण को निर्धारित करेंगी। उदाहरणार्थ, दक्षिण अफ्रीका में यह ठोस मान्यता है कि सामाजिक उत्तरदायित्व का लक्ष्य अधिक रोजगार अवसरों के सृजन हेतु देश को सशक्त बनाने में सहायता करना है। दुनिया के सुदूर भागों

या जहाँ राष्ट्रीय सरकार की सीमाएं नहीं हैं, वहाँ पर कार्यरत संगठन यह पाते हैं कि वे खुले उत्पादों पर निर्भर करते हैं, जैसे चिकित्सीय सेवाएं, प्रशिक्षण या अवसंरचना।

यहाँ तक कि केवल एक देश की सीमाओं के अंतर्गत भी सामाजिक उत्तरदायित्व के प्रायः पूर्णतया भिन्न एवं कुछ दशाओं में तो विरोधी संगठन होते हैं। व्यावसायिक तंत्र के भीतर भी सामाजिक उत्तरदायित्व के विभिन्न विशिष्ट संगठन होते हैं जैसा कि संगठन के आकार, स्थान, क्षेत्र, ब्राण्ड दृश्यता, कानूनी गठन एवं निगमीय सभ्यता द्वारा प्रदर्शित होता है।

3.3.3 निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व प्रथाओं की विशिष्ट रूपरेखा

महोर 2010 ने सी एस आर प्रथाओं की विशिष्ट रूपरेखा को तीन वर्गों में विभाजित किया है। ये तीन वर्ग हैं व्यावसायिक दशा, सामाजिक मूल्य एवं समन्वयता परिचारक आइए हम अब सीखते हैं—

सी एस आर का व्यावसायिक दशा मॉडल मुख्यतया 'सी एस आर' पहल द्वारा सकारात्मक व्यावसायिक परिणाम सृजित करने की क्षमता से परिचालित होता है। चूँकि अंशधारियों की सेवा सर्वाधिक महत्वपूर्ण होती है अतः आर्थिक परिणामों से ठोस संगति सी एस आर पहल को परिचालित करती है। व्यावसायिक दशा मॉडल के अधीन कार्य करने वाली कम्पनियां सामान्यतया 'सी एस आर' मुद्दों के प्रति प्रतिक्रियात्मक उपागम अपनाती हैं एवं विभिन्न समूहों से दबाव के कारण अथवा प्रतिस्पर्धात्मक लाभ हेतु ऐसी क्रियाओं में संलिप्त रहते हैं।

वहीं दूसरी ओर 'सी एस आर' के सामाजिक मूल्य मॉडल में ऐसी कम्पनियां सम्मिलित होती हैं जो विशिष्ट सामाजिक कारण से जुड़े होते हैं एवं यह संगठनात्मक ढाँचे में प्रत्येक प्रकार से समाहित होती हैं, इस 'कारण' के चिह्न कम्पनी में सभी जगह दृष्टिगोचर होते हैं।

समन्वयता परिचारक 'सी एस आर' मॉडल के अधीन कार्यशील कम्पनियों का उद्देश्य व्यवसाय के विभिन्न पक्षकारों की माँगों को समन्वित एवं संतुलित करना होता है। अन्य शब्दों में ये कम्पनियां व्यावसायिक दशा मॉडल की भाँति लाभ अधिकतमीकरण उद्देश्य पर केन्द्रित रहती हैं परंतु उसके साथ ही ये 'सी एस आर' के महत्व को भी समझते हैं एवं उसे कुशलतापूर्वक संचालित करते हैं।

टडलर एवं ज्वार्ट (2006) के द्वारा 'सी एस आर' के चार उपागम निष्क्रिय, प्रतिक्रियाशील, सक्रिय एवं अग्रसक्रिय के रूप में वर्णित किया है। यहाँ यह ध्यातव्य है कि ये उपागम सामाजिक विकास के विभिन्न चरणों में उत्पन्न हुए हैं तथा वे ना तो परस्पर अपवर्जी हैं एवं ना ही वे 'सर्वश्रेष्ठ प्रथा के मॉडल का प्रतिनिधित्व करते हैं।

3.4 नैतिकता

नैतिकता या नैतिक दर्शनशास्त्र, दर्शनशास्त्र का एक ऐसा खण्ड है जिसमें अच्छे एवं बुरे आचरण नीति के विचारों को निर्धारित, संरक्षित एवं प्रणालीकृत करना सम्मिलित है जो विचारों को विशिष्टीकृत करके मानवीय नैतिक गुणवत्ता की जाँच करती है, जैसे महान एवं घृणित, अच्छा एवं बुरा, बुद्धिमत्ता एवं बुरी आदत, न्याय एवं दुराचार इत्यादि। विद्वतापूर्ण निवेदन के क्षेत्र में नैतिक तर्क; नैतिक मनोविज्ञान, भावबोधक नैतिकता एवं मूल्य सिद्धान्त के क्षेत्रों के साथ चिन्हित किया जाता है। अतः नैतिकता ऐसे नियम है जो हमें यह सिखाती है कि क्या सही है एवं क्या गलत।

नैतिक दर्शनशास्त्र / नैतिकता		
मानवीय क्रियाओं का अध्ययन जो प्राणियों (मनुष्यों एवं जन्तुओं) को क्षति पहुँचाने योग्य हो सकती है एवं वे सिद्धान्त जो लोगों को कार्य करते समय प्रभावित करते हैं।		
अधि नैतिकता	निर्देशात्मक नैतिकता	प्रायोगिक नैतिकता
<ul style="list-style-type: none"> ● नैतिक ज्ञान की प्रकृति ● नैतिक दावों को न्यायोचित उठराने हेतु उचित आधार ● नैतिक प्रमापों एवं इकाइयों की अभौतिक अवस्था 	<ul style="list-style-type: none"> ● कौन सी चीजे एक 'अच्छा जीवन' गठित करती है। ● मुझे क्या करना चाहिए एवं मुझे कौन होना चाहिए ● विभिन्न नैतिक सिद्धान्तों का विकास, विश्लेषण एवं समीक्षा 	<ul style="list-style-type: none"> ● पेशो, संस्थानों एवं सार्वजनिक नीति का क्षेत्र ● व्यावहारिक नैतिक उत्तरों को उत्पन्न करती है। ● नैतिक सिद्धान्तों को प्रयोग में लाती है।

तालिका 3.1: नैतिकता

अधि नैतिकता (Metaethics) नैतिकता की प्रकृति एवं नैतिक तर्क वितर्क के बारे में चर्चा करती है। यह इस बात से सम्बन्धित है कि हमारा क्या आशय होता है जब हम "अच्छा", "बुरा", "सही", "गलत" जैसे शब्दों का प्रयोग करते हैं। यह नैतिकता की निर्देशात्मक प्रणाली नहीं है। यह हमें ये नहीं बताता कि हम क्या कर सकते हैं एवं क्या नहीं कर सकते। क्या नैतिकता प्रासंगिक है एवं क्या हम सामान्तया व्यक्तिगत परिस्थितियों से प्रेरित होकर कार्य करते हैं, ये सभी अधि-नैतिक चर्चा के उदाहरण हैं। यहाँ तक कि अधि नैतिकता, निर्देशात्मक नैतिकता एवं प्रायोगिक नैतिकता के मध्य सैद्धान्तिक शोधन की रेखा खींचना स्वयं में ही अधिनैतिक विश्लेषण है।

निर्देशात्मक नैतिकता – हमारे नैतिक आचरण की विषय-वस्तु के निर्धारण में रुचि रखती है। निर्देशात्मक नैतिक सिद्धान्त कार्य निर्देश प्रदान करते हैं, व्यावहारिक प्रश्नो मुझे क्या करना चाहिए के उत्तर देने की क्रियाविधि है।

प्रायोगिक नैतिकता – मानवीय क्रियाओं के सुस्पष्ट क्षेत्रों का प्रबन्धन करती है एवं उन मुद्दों के बारे में कसौटी निर्धारित करती है जो इन क्षेत्रों के अंतर्गत उत्पन्न हो सकती है। प्रायोगिक नैतिकता के आधुनिक क्षेत्र का उद्गम 1960 के अंत एवं 1970 के मध्य में हुआ था। विभिन्न पुस्तकें एवं साइट्स इस हेतु निर्मित हुए, जैसे व्यावसायिक नैतिकता, कम्प्यूटर नैतिकता एवं अभियांत्रिकी नैतिकता।

अपनी प्रगति जाँचिए 1

1) निगमिय सामाजिक उत्तरदायित्व क्या हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) सी.एस.आर. के पक्षकार सिद्धान्त और त्रिअधर रेखा में अन्तर बताइए।

.....

.....

.....

.....

.....

3) निर्देशात्मक और प्रायोगिक नैतिकता में अन्तर बताइए।

.....

.....

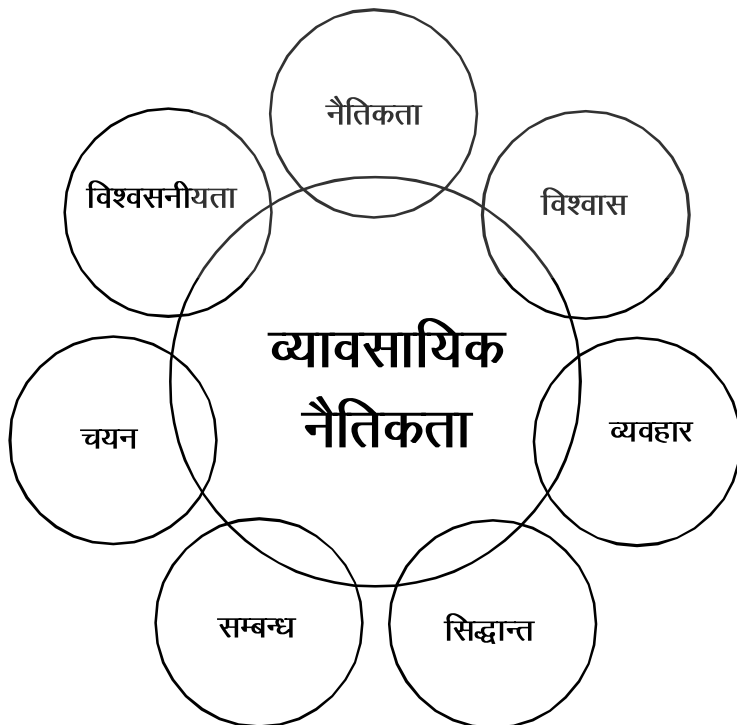
.....

.....

.....

3.5 व्यावसायिक नैतिकता

व्यावसायिक नैतिकता आनुषंगिक नैतिकताओं का एक ऐसा प्रकार है जो एक व्यावसायिक तंत्र के अन्तर्गत नैतिक प्रमाणों का, उन विविध नैतिक मुद्दों का जो व्यावसायिक तंत्र के अंतर्गत उत्पन्न हो सकते हैं, एवं किन्हीं अपवादात्मक दायित्वों या प्रतिबद्धता जो उन लोगों पर लागू होते हैं जो व्यापार में संलिप्त हैं, उन सभी का विश्लेषण करती है। एक नियम के रूप में, व्यावसायिक नैतिकता एक नियामक विधा है जहाँ विशिष्ट नैतिक मापों पर जोर दिया जाता है एवं तत्पश्चात् उन्हें जोड़ा जाता है। यह इस बारे में सुस्पष्ट निर्णय लेते हैं कि क्या सही है अथवा गलत या अन्य शब्दों में यह इस बात की गारण्टी देता है कि क्या किया जाना चाहिए अथवा क्या नहीं किया जाना चाहिए। चित्र 3.1 देखिए जो व्यावसायिक नैतिकता के प्रमुख घटकों को दर्शाता है।



चित्र 3.1: व्यावसायिक नैतिकता के प्रमुख घटक

यद्यपि कुछ ऐसे अपवाद हैं, परंतु सामान्यतया व्यावसायिक नीति दार्शनिक नैतिकताओं की स्थापना अथवा अधिकांश मौलिक नैतिक प्रमाणों के समर्थन के बारे में कम चिन्हित होते हैं वरन् उन मुद्दों तथा विशेष दायित्वों के बारे में अधिक चिन्तित होते हैं जो व्यावसायिक संगठनों पर लागू हो सकते हैं।

तर्कशास्त्रियों एवं अन्य लोगों में जनता की नजर में व्यवसाय के पीछे के अभिप्रेरणा के सम्बन्ध में मतभेद होता है। उदाहरणार्थ, कुछ लोगों का मानना यह है कि व्यवसाय के पीछे का महत्वपूर्ण कारण उसके स्वामियों को देय प्रतिफल या सार्वजनिक व्यापारिक संगठनों की दशा में उसके निवेशको के प्रतिफल में वृद्धि करना है। फलस्वरूप इस दृष्टिकोण के अंतर्गत केवल उन क्रियाओं का समर्थन किया जाना चाहिए जो लाभ एवं निवेशकों के सम्मान में वृद्धि करती हैं। कुछ लोगों का विश्वास है कि प्रमुख संगठन जो सम्भवतया वाणिज्यिक लक्ष्य पर केन्द्रित हो वही होते हैं जो लाभ वृद्धि को अन्य सभी बातों की तुलना में सबसे उपर रखते हैं। किसी भी दशा में कुछ लोगों का यह मानना है कि व्यक्तिगत उत्तरदायित्व की यह माँग है कि व्यवसाय को नियमों का पालन करना चाहिए एवं मौलिक नैतिक मार्गदर्शन से जुड़े रहना चाहिए क्योंकि ऐसा करने में लापरवाही बरतने से भारी जुर्माना, लाइसेंस की क्षति अथवा संगठन का पंजीकरण भी निरस्त हो सकता है। व्यावसायिक विश्लेषक मिल्टन फ्रीडमैन इस विचारधारा के मुख्य समर्थक थे।

विभिन्न विद्वानों का यह मानना है कि व्यवसाय के नैतिक दायित्व होते हैं जो केवल उसके स्वामियों या निवेशको के हित तक ही सीमित नहीं होते एवं इन दायित्वों में मात्र नियमों के पालन से कहीं अधिक बातें निहित होती हैं। उनका मानना है कि व्यवसाय का उसके तथाकथित साझेदारों एवं उन व्यक्तियों के प्रति नैतिक दायित्व होते हैं जिनमें व्यवसाय सम्पादित करने की इच्छा होती है, इनमें कर्मचारी, ग्राहक, व्यापारी, नजदीकी परितंत्र, अथवा यहाँ तक कि समाज भी सम्मिलित होते हैं। उनका यह कहना है कि साझेदारों के कुछ अधिकार होते हैं कि व्यवसाय कैसे कार्य करते हैं एवं प्रशासन की वरीयता भी समाहित होती है।

व्यावसायिक नैतिकता एवं सामाजिक उत्तरदायित्व के मध्य सम्बन्ध

प्रायः ऐसा अनुभव किया जाता है कि ये दोनों बातें पृथक वक्तव्य हैं। व्यावसायिक नीतिशास्त्र को व्यापारी या स्वामी या प्रबन्धक से सम्बन्धित एक गुण के रूप में देखा जाता है एवं निगमिय सामाजिक उत्तरदायित्व को प्रायः अलग माना जाता है, व्यवसाय के एक दायित्व के रूप में जिसका व्यावसायिक नीतिशास्त्र से सम्बन्धित होना अनिवार्य नहीं है। अतः व्यावसायिक नीतिशास्त्र की सामान्य बोधगम्यता सामान्य नीतिशास्त्र एवं नैतिकता के साथ भ्रांति उत्पन्न करती है। यह सोच महान प्रबंध विचारको जैसे पीटर ड्रकर को यह उल्लेख करने हेतु प्रेरित करती है, “ना तो व्यवसाय की कोई पृथक नीतिशास्त्र है एवं ना ही इसकी आवश्यकता है।” पीटर ड्रकर सहित कई प्रबंध विचारकों का यह मानना है कि व्यावसायिक नीतिशास्त्र की कोई आवश्यकता नहीं है क्योंकि नीतिशास्त्र व्यक्तिगत प्रकृति का होता है एवं जो व्यक्ति व्यवसाय में सम्मिलित होते हैं उन्हें नैतिक आयामों का पालन करना पड़ता है, न कि व्यवसाय को। उनकी यह सोच है कि संगठनों की कुशलतापूर्वक रचना एवं संचालन उनके सामाजिक कर्तव्य की संतुष्टि के बिना भी किया जा सकता है। उनका एकमात्र कर्तव्य कुशल एवं प्रभावकारी तरीके से मूल्य का सृजन एवं उपभोक्ताओं को इसकी सुपुर्दगी है। उनका नैतिक दायित्व बाजार में प्रभावशाली कीमतन प्रणाली के माध्यम से पूरा किया जाता है। उत्पादन के कारक जैसे कच्ची सामग्री, पूँजी, श्रम एवं अन्य संसाधन जिनका उपयोग व्यवसाय द्वारा समाज से ग्रहण करके किया जाता है उन्हें बाजार में विद्यमान कीमतन प्रणाली द्वारा स्थापित भुगतानों के माध्यम से पर्याप्त रूप से क्षतिपूर्ति

दी जाती है। इसका तात्पर्य यह है कि व्यावसायिक नीतिशास्त्र केवल व्यवसायी या प्रबन्धक के व्यक्तिगत नैतिक व्यवहार से सम्बन्धित होते हैं।

इस सम्बन्ध में नयी सोच ने एक नवीन अवधारणा की आधुनिक नींव डाली जो "निगमीय उत्तरदायित्व" कहलाता है। यह नया उपागम व्यावसायिक नीतिशास्त्र को व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व से जोड़ती है। वास्तव में, यह दर्शाता है कि ये दोनों अवधारणाएं किस प्रकार एक ही सिक्के के दो पहलू हैं।

3.6 निगमीय उत्तरदायित्व

अब किसी भी चर्चा को आगे बढ़ाने से पहले यह महत्वपूर्ण है कि हम व्यावसायिक दर्शनशास्त्र एवं व्यवसाय के दर्शनशास्त्र के मध्य अंतर्भेद करें। व्यावसायिक दर्शनशास्त्र व्यवसाय के लक्ष्य एवं ध्येय से सम्बन्धित होता है। यह किसी विशेष व्यवसाय के 'क्यों' की व्याख्या करता है। यह किसी विशेष व्यवसाय के पीछे की प्रमुख परिचालन शक्ति होती है। व्यावसायिक दर्शनशास्त्र किसी विशिष्ट व्यवसाय के उद्देश्य एवं क्रियात्मक उद्देश्य निर्धारित करते हैं। परंतु व्यवसाय के दर्शनशास्त्र का वृहद् परिप्रेक्ष्य है। यह सभी व्यवसायों के 'क्यों' की व्याख्या करता है, न कि किसी विशेष व्यवसाय का। प्रत्येक विधा के अस्तित्व के लिए यह अनिवार्य है कि उसकी कोई नैतिक संरचना हो। यदि इसकी कोई नैतिक संरचना नहीं है तो ऐसी विधा का अस्तित्व खतरे में पड़ जाता है। यह नैतिक संरचना ऐसी विधा में सन्निहित दर्शनशास्त्र के द्वारा प्रदान की जाती है। जब किसी विधा पर दर्शनशास्त्र लागू किया जाता है तो यह प्रायोगिक दर्शनशास्त्र बन जाता है। अतः व्यवसाय का दर्शनशास्त्र प्रायोगिक दर्शनशास्त्र है। इसका आशय एक ज्ञान विषय के रूप में व्यवसाय के नैतिक मार्गनिर्देशों की बोधगम्यता है। जैसे चिकित्सा ज्ञान का एक क्षेत्र है वैसे ही व्यवसाय भी ज्ञान का एक क्षेत्र है। दर्शनशास्त्र ज्ञान से सम्बन्धित है। यह इस प्रश्न का उत्तर देता है कि व्यवसाय की क्या भूमिका है एवं इस निर्णय का नैतिक आधार क्या है कि इसने अपनी भूमिका का निर्वाह किया है अथवा नहीं। क्लेम्पनर (2006) ने भी उल्लेख किया है, "व्यवसाय के नियमों एवं प्रथाओं की बोधगम्यता व्यवसाय के दर्शनशास्त्र के मुख्य कार्यों में से एक है। इसका एक स्वरूप 'व्यावसायिक नीतिशास्त्र' के नाम से जाना जाता है। एक अन्य मुख्य कार्य यह समझना है कि व्यवसाय कैसे सम्भव है।

निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व के व्यावसायिक लाभ

निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व (सी.एस.आर.) के लाभ निम्नवत हैं—

- बेहतर ब्राण्ड मान्यता
- सकारात्मक व्यवसाय ख्याति
- विक्रय एवं ग्राहक निष्ठा में वृद्धि
- परिचालन लागत बचत
- बेहतर वित्तीय निष्पादन
- प्रतिभा को आकर्षित करने एवं कर्मचारियों को रोक रखने की अधिक क्षमता
- संगठनात्मक वृद्धि
- पूँजी तक सरल पहुँच

व्यवसाय का दर्शनशास्त्र विचार करता है उन आधारभूत सिद्धान्तों पर जो व्यावसायिक उपक्रमों के निर्माण एवं परिचालन में सन्निहित हैं, व्यवसाय की प्रकृति एवं उद्देश्य पर,

उदाहरणार्थ मुख्यतया यह एक सम्पत्ति है अथवा सामाजिक संस्था, समाज में इसकी भूमिका पर एवं उन नैतिक दायित्वों पर जो इसके साथ संलग्न है।" यह परिभाषा व्यवसाय के दर्शनशास्त्र के 3 अंतरसम्बन्धित पहलुओं को चिन्हित करती है। वे हैं:-

- i) व्यवसाय की प्रकृति
- ii) समाज में व्यवसाय की भूमिका एवं
- iii) समाज के प्रति नैतिक दायित्व

परम्परागत रूप में इन पहलुओं का भिन्न निर्वचन था। उनका पारंपरिक निर्वचन निम्न था:

- i) **व्यवसाय की प्रकृति** – इसे 'सम्पत्ति संस्था' के रूप में माना जाता था जो केवल किसी भी लागत पर लाभ अर्जित करने हेतु अस्तित्व में आते हैं एवं इनका अस्तित्व बाकी समाज से पूर्णतया भिन्न एवं स्वतंत्र होता है।
- ii) **समाज में व्यवसाय की भूमिका** – इसका एकमात्र उद्देश्य वस्तुओं एवं सेवाओं के उत्पादन द्वारा समाज के सदस्यों के लिए मूल्य सृजित करना एवं उसके माध्यम से लाभ अर्जित करना है। अन्य सामाजिक एवं पर्यावरणीय मुद्दों के बारे में चिन्ता करने की आशा इससे नहीं की जाती।
- iii) **समाज के प्रति नैतिक दायित्व** – इसका कोई अतिरिक्त नैतिक दायित्व नहीं होता क्योंकि यह अपने समस्त दायित्वों का भुगतान उत्पादन के कारकों को कीमतन प्रणाली के द्वारा उत्पादन में उनके योगदान के अनुरूप क्षतिपूर्ति देकर करती है।

पारंपरिक निर्वचन के अनुसार कोई व्यावसायिक नीतिशास्त्र है ही नहीं। यदि व्यवसाय का कोई नैतिक दायित्व है तो वह उत्पादन के कारकों को क्षतिपूर्ति देकर इसकी पूर्ति करता है। अतः कोई पृथक नीतिशास्त्र समुच्चय अथवा नीतिशास्त्र संहिता व्यवसाय पर लागू नहीं होता। अतः व्यावसायिक नीतिशास्त्र का प्रश्न केवल यही तक सीमित है कि उद्यमी कैसे आचरण करते हैं एवं यह सामान्य या व्यक्तिगत नैतिकता पर निर्भर करता है। कोई भी सामाजिक कार्यक्रम या क्रियाएँ जो व्यवसाय द्वारा सम्पादित की जाती हैं, वे स्वैच्छिक होती हैं। अतः ऐसा कोई पृथक व्यावसायिक नीतिशास्त्र या नैतिकता नहीं है जो केवल व्यवसाय पर लागू होता हो। अतः वर्तमान संकेतांक के रूप में व्यावसायिक नैतिकता व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व से भिन्न है। अतः इस स्वरूप में व्यवसाय का सामाजिक उत्तरदायित्व स्वाभाविक रूप से परोपकारिता की श्रेणी में आता है।

3.7 निगमीय उत्तरदायित्व का परिप्रेक्ष्य परिवर्तन

समय के साथ परिप्रेक्ष्य में काफी परिवर्तन हुए हैं। ये परिवर्तन अनेकों कारकों के कारण हुए हैं। ये कारक उद्यमियों को व्यावसायिक नैतिकता के पालन हेतु प्रभावित करते हैं। इनमें से कुछ कारक निम्न प्रकार हैं, जैसे गैर-सरकारी संगठनों का बढ़ता प्रभाव, उन्नत सूचना प्रौद्योगिकी से युक्त मीडिया की अत्यन्त प्रभावपूर्ण पहुँच, कॉरपोरेट घोटाले जैसे एनरॉन एवं सत्यम का आरंभिक प्रभाव, सामाजिक रूप से उत्तरदायी विनियोग में वृद्धि, कर्मचारियों की बदलती प्रत्याशा, अधिक जागरूक एवं माँग करने वाले उपभोक्ता, कभी समाप्त न होने वाले सामाजिक अभियान एवं मुद्दे, इत्यादि। इन कारकों के अलावा यह वैश्वीकरण का भी युग है जहाँ सरकार की भूमिका काफी हद तक कम हो गयी है अतः व्यवसाय से अब परिवर्तित होती हुई सामाजिक प्रत्याशाएं हैं। इस बात की आवश्यकता है कि विभिन्न देश श्रम, पर्यावरण, गुणवत्ता इत्यादि के समान प्रमाणों पर सहमत हो एवं वैश्विक तौर पर उदय होते हुए प्रमाणों का पालन करें।

आजकल उपभोक्ता काफी मुखर हो गये हैं, न केवल अपने अधिकारों के प्रयोग के बारे में वरन् वे इस बात की भी माँग करते हैं कि व्यवसाय को स्पष्ट रूप से अपनी नीतियों, व्यावसायिक प्रक्रियाओं एवं प्रथाओं का उल्लेख करना चाहिए। अतः उद्यमियों को समाज की प्रत्याशाओं के प्रति अवश्य ही अग्रसक्रिय होना चाहिए। आज व्यवसाय परोपकारिता में संलिप्त होकर अच्छे एवं नैतिक व्यवसाय का लेबल प्राप्त नहीं कर सकता। इसके लिए कुछ और अधिक की आवश्यकता होती है एवं वह भी गहन स्तर पर।

सामाजिक उत्तरदायित्व कहता है कि इन बड़े बदलावों के परिणामस्वरूप दो प्रकार के परिवर्तन हुए हैं। ये परिवर्तन व्यापार के दर्शन हैं और समाज के प्रति। आइए हम उन्हें सीखते हैं

3.7.1 प्रथम परिवर्तन : व्यवसाय का दर्शनशास्त्र

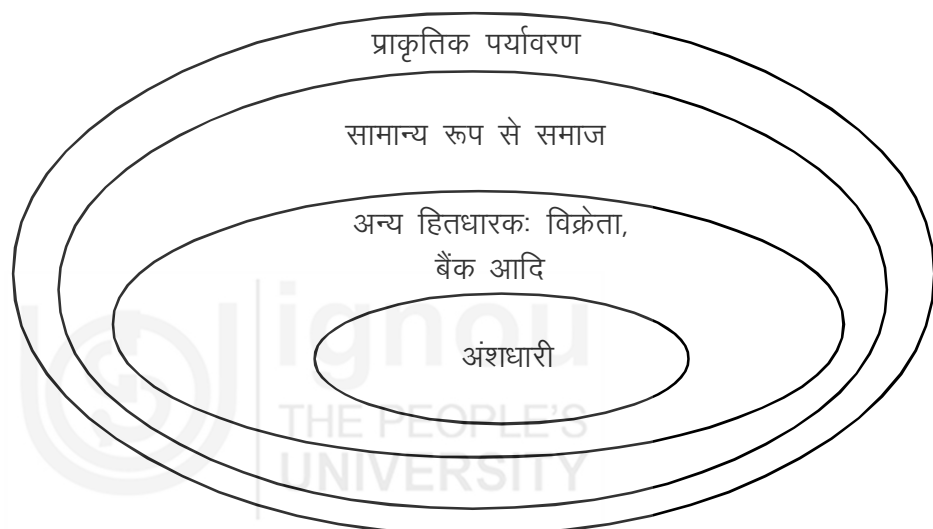
प्रथम परिवर्तन व्यवसाय के दर्शनशास्त्र से सम्बन्धित है। “नवीन परिप्रेक्ष्य ने व्यवसाय एवं समाज के इस वर्गीकरण को तोड़ दिया है एवं अब यह अनुभव किया जाने लगा है कि सामाजिक एवं पर्यावरणीय मुद्दे पूर्णतया केवल सरकार द्वारा वैधानिक संरचना के माध्यम से आरोपित एक पक्षीय प्रक्रिया से सुलझाये नहीं जा सकते। तीनों इकाइयों – सरकार, व्यवसाय एवं समाज की भूमिका, सम्बन्ध तथा आयाम परिवर्तित हो चुके हैं।” अतः व्यवसाय एक सम्पत्ति संस्था की अपेक्षा सामाजिक संस्था है। यदि यह एक सामाजिक संस्था है तो इसे समाज द्वारा सौंपे गये कर्तव्यों का पालन करना पड़ेगा। यदि यह समाज द्वारा सौंपे गये कर्तव्यों को पूर्ण नहीं करता तो समाज व्यवसाय को बंद करने में सशक्त है।

अतः समाज व्यवसाय के समापन हेतु कसौटियाँ निर्धारित करता है। अतः प्रथम परिवर्तन के अनुसार व्यवसाय का दर्शनशास्त्र मात्र व्यवसाय के परिचालन हेतु संरचना ही निर्मित नहीं करता वरन् यह व्यवसाय के समापन हेतु परिसर भी तय करता है जैसा कि वह अवलोकित करता है। व्यवसाय के समापन हेतु परिसर तय करके व्यवसाय का दर्शनशास्त्र समाज को सशक्त बनाता है क्योंकि अंततोगत्वा समाज ही है जिसे यह निर्धारित करना चाहिए कि एक व्यवसाय को चालू रहना चाहिए अथवा नहीं, न कि उद्यमी।

इसके अतिरिक्त व्यवसाय प्राकृतिक वातावरण के प्रति भी उत्तरदायी होता है। आधुनिक परिदृश्य में ‘पर्यावरणीय जवाबदेही’ (Environmental Accountability) शब्द का उद्भव पर्यावरण हेतु चिंता के महत्व को दर्शाता है जिसने आज गति पकड़ी है। 90 के दशक के प्रारम्भ तक उद्यमियों ने पर्यावरणीय मुद्दों के प्रति कम रुचि दर्शायी थी। पर्यावरणीय अधोगति को विकासशील अर्थव्यवस्थाओं के लिए आवश्यक लागत के रूप में माना जाता था। उस समय लगभग सभी अर्थव्यवस्थाएँ पारितंत्र (Ecosystem) की अपेक्षा आर्थिक वृद्धि को प्राथमिकता देते थे। परंतु अनेकों प्राकृतिक अव्यवस्थाओं के कारण जो विगत कुछ वर्षों में घटित हुए हैं, जैसे वैश्विक उष्णता, ओजोन स्तर में कमी, ग्रीनहाउस गैस प्रभाव, एशियाई ब्राउन क्लाउड एवं अनेकों अप्रत्याशित प्राकृतिक आपदाओं ने पर्यावरणीय मुद्दों के प्रति ध्यान आकर्षित किया है। अब पूरा विश्व इस तथ्य को मानने लगा है कि स्वच्छ जल, शुद्ध वायु एवं उपजाऊ भूमि का संरक्षण, उपभोक्ताओं के लिए निम्न लागत वाली वस्तुओं के उत्पादन अथवा व्यवसाय हेतु लाभ से अधिक महत्वपूर्ण है। आजकल कई और मुद्दों जैसे पर्यावरणीय लेखांकन, पर्यावरणीय अधोगति एवं पर्यावरणीय प्रबंधन का उदय हो रहा है। हम लोगो के लिए यह समझना आवश्यक हो गया है कि हमारा प्राकृतिक पर्यावरण या पारितंत्र हमारे लिए अत्यन्त महत्वपूर्ण है। यदि पारितंत्र विनष्ट हो जायेगा तो हमारी आगामी पीढ़िया कैसे जीवित रह पायेगी? अतः प्राकृतिक वातावरण महत्वपूर्ण रूप से विचारणीय है।

परंतु वहीं दूसरी ओर इसकी अपनी कोई आवाज नहीं है। फलस्वरूप कोई भी व्यक्ति प्राकृतिक पर्यावरण को उन्मुक्त क्षति पहुँचा सकता है, वह भी बिना किसी दायित्व या सजा के। अतः किसी को प्राकृतिक पर्यावरण के लिए प्रतिनिधि बनना पड़ेगा एवं उसकी ओर से आवाज उठाना पड़ेगा। आजकल सामान्य जनता प्राकृतिक पर्यावरण के महत्व को समझ चुकी है एवं इसके लिए उसने आवाज उठाना प्रारंभ किया है। सरकार प्राकृतिक संसाधनों के प्रयोग पर विभिन्न प्रतिबंध लगा रही है एवं वह भी अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर जैसे ग्रीनहाउस गैस के उत्सर्जन हेतु मानदंड तय करना (क्योटो प्रोटोकॉल) अब यदि सरकार एवं सामान्य जनता प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति अपने उत्तरदायित्व का अनुभव कर रही है तो व्यवसाय इससे अलग कैसे रह सकता है। अतः व्यवसायों को भी प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति अपने उत्तरदायित्व पर विचार करना चाहिए। वास्तव में, यह मुख्य रूप से प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति उत्तरदायी है क्योंकि यह प्राकृतिक पर्यावरण में परिचालित हो रही है एवं उससे संसाधनों का दोहन कर रही है।

3.7.2 द्वितीय परिवर्तन : समाज एवं प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति



चित्र 3.2 : समाज के प्रति व्यवसाय का निगमिय उत्तरदायित्व

प्रथम परिवर्तन व्यावसायिक नीतिशास्त्र के एक पूर्णतया नये आयाम में परिणत हुआ है। द्वितीय परिवर्तन दार्शनिक संरचना के मूल स्तम्भों में से एक स्तम्भ की ओर अग्रसर होता है, जो है नीतिशास्त्र या नैतिकता। अतः व्यावसायिक नीतिशास्त्र अत्यन्त वृहद् आयाम के साथ व्यवसाय के दर्शनशास्त्र में से ही उदित हुआ है एवं इसे व्यवसाय के प्रत्येक पहलू पर लागू किया जाना चाहिए। चूँकि व्यावसायिक नैतिकता प्रारंभ से एवं प्रत्येक स्तर पर लागू होता है, अतः पूर्व में ही यह भली भाँति ज्ञात होना चाहिए कि व्यवसाय में विभिन्न प्रतिभागी कौन हैं एवं वे एक दूसरे से कैसा पारस्परिक व्यवहार करते हैं। प्रतिभागी आंतरिक हो सकते हैं, जैसे अंशधारी, कर्मचारी, प्रबंधक, संचालक मण्डल के सदस्य इत्यादि एवं बाह्य भी जैसे ग्राहक, पूर्तिकर्ता, सरकार, श्रम संघ, स्थानीय समुदाय, समाज इत्यादि। हालांकि सर्वाधिक महत्वपूर्ण प्रतिभागी है— प्राकृतिक पर्यावरण।

अतः व्यावसायिक नीतिशास्त्र के अनुसार, व्यवसायों का सभी प्रतिभागियों के प्रति नैतिक उत्तरदायित्व होता है एवं यदि व्यवसाय इन प्रतिभागियों के साथ नैतिक आचरण नहीं करते तो ये अनैतिक आचरण व्यवसाय के समापन के लिए आधार सृजित करते हैं। यह चित्र 3.2 विभिन्न प्रतिभागियों के प्रति व्यवसाय के उत्तरदायित्व को स्पष्ट रूप से दर्शाता है। प्रतिभागियों के प्रति व्यवसाय के उत्तरदायित्व को प्राथमिकता के क्रम में नीचे दर्शाया गया है:

- i) प्राकृतिक पर्यावरण
- ii) समाज
- iii) अन्य हितधारक, विक्रेता, बैंक इत्यादि एवं
- iv) अंशधारी

अतः व्यवसाय की प्रमुख एवं प्रथम प्राथमिकता प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति प्रतिक्रिया है, तब समाज के प्रति एवं उसके पश्चात् अन्य हितधारकों जैसे विक्रेताओं अथवा बैंकर के प्रति एवं सबसे अंत में अंशधारियों के प्रति। परंतु जो घटित होता है, वह इसके बिल्कुल विपरीत है। व्यवसाय मुख्यतया अंशधारियों के लिए कार्य करता है क्योंकि अंशधारियों का इसके उपर तत्काल प्रभाव होता है। उसके बाद यह अन्य पक्षकारों जैसे बैंकर या विक्रेता के लिए कार्य करता है क्योंकि उनका भी इसके उपर प्रभाव पड़ता है। तत्पश्चात् व्यवसाय समाज के प्रति एवं सबसे अंत में प्राकृतिक पर्यावरण के प्रति अपने उत्तरदायित्व पर विचार करता है क्योंकि ये कुछ कहते नहीं है। यदि प्राकृतिक पर्यावरण की अपनी कोई आवाज होती तो व्यवसाय अवश्य ही मुख्य रूप से इनकी सुनते एवं प्रकृति के विवेक के अनुरूप कार्य करते परंतु चूंकि ऐसा नहीं है, अतः व्यवसायों ने इससे बचने का सरल मार्ग खोज निकाला है ताकि प्रकृति के बारे में चिंता ना करनी पड़े।

हमें व्यावसायिक दर्शनशास्त्र एवं व्यवसाय के दर्शनशास्त्र के मध्य निश्चित रूप से अंतर करना पड़ेगा। यही निगमीय उत्तरदायित्व का आधार बनता है। दो परिप्रेक्ष्य परिवर्तन है जो समाज के प्रति व्यवसाय के निगमीय उत्तरदायित्व को प्रशस्त करते हैं। निगमीय उत्तरदायित्व में निहित है:—

- 1) निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व
- 2) निगमीय प्रशासन
- 3) पर्यावरणीय जवाबदेही



3.8 भारत में निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR)

कम्पनी अधिनियम 2013 के अनुसार संगठन अपने लाभ का कुछ अंश विविध क्षेत्रों में लगा सकते हैं, उदाहरणार्थ— शिक्षा, समाज के वंचित वर्ग, लैंगिक समानता एवं गरीबी तथा भूख।

राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देश

भारत सरकार के निगमीय मामलों के मंत्रालय द्वारा निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व स्वैच्छिक दिशा निर्देश 2009 की घोषणा की गयी। यह स्वैच्छिक 'सी एस आर' नीति छः केन्द्रीय घटकों पर आधारित है— सभी पक्षकारों की परवाह, नैतिक कार्य, श्रमिकों के अधिकारों के लिए सम्मान एवं कल्याण, मानव अधिकारों का सम्मान, पर्यावरण हेतु सम्मान तथा सामाजिक एवं समावेशी विकास हेतु क्रियाएँ।

ये दिशानिर्देश संगठनों को श्रमिकों, ग्राहकों और वित्तीय विशेषज्ञों आदि के लाभों के लिए काम करने के अवसर प्रदान करते हैं। भारतीय प्रतिभूति और विनियम बोर्ड (SEBI) ने यह भी सुझाव दिया है कि 100 सर्वश्रेष्ठ कंपनियों को उनके वार्षिक रिपोर्ट के अंश के रूप में व्यवसाय दायित्व रिपोर्ट प्रस्तुत करनी चाहिए। भारत के राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देश, व्यवसाय के सामाजिक, पर्यावरणीय और आर्थिक जिम्मेदारियों (एनवीजी) पर, मननशील व्यवसाय की निम्न परिकल्पना करता है।

“जिम्मेदार व्यावसायिक आचरण” से तात्पर्य अंशधारियों एवं अन्य हित समूहों की माँगों के मध्य संतुलन बनाये रखते हुए आर्थिक, सामाजिक एवं पर्यावरणीय तौर पर संधारणीय तरीके से परिचालित होने की व्यवसाय की प्रतिबद्धता से है। यह उन जोखिमों एवं प्रभावों के प्रबन्धन से सम्बन्धित है जो व्यवसाय के उसके उद्देश्यों को पूर्ण करने की क्षमता को प्रभावित करते हैं।

निगमीय मामलों के मंत्रालय 2011 के अनुसार राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देशों का निर्माण सकारात्मक ढाँचागत परिस्थितियों के सृजन के उद्देश्य से किया गया है जिससे आर्थिक विकास में व्यवसाय की भूमिका को उन्नत किया जा सके जो सामाजिक एवं पर्यावरणीय तौर पर संधारणीय हो एवं साथ ही वैश्विक बाजार में समावेश एवं बढ़ी हुई प्रतिस्पर्धात्मकता को सुनिश्चित किया जा सके।

राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देशों ने अनुवर्ती कम्पनी बिल 2012 में अनिवार्य ‘सी एस आर’ प्रावधान हेतु एक नींव के रूप में कार्य किया। राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देश समस्त प्रकार के आकार, स्वामित्व एवं स्थान वाले व्यवसायों के लिए एक मार्गदर्शक था जो उन्हें त्रि-अक्षर रेखा (लोग, ग्रह एवं लाभ) की ओर अग्रसर होने में सक्षम बनाता था। राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देश अद्वितीय है, न केवल उसमें जो वह प्रस्तुत करते हैं, अर्थात् “भारत विशिष्ट व्यावसायिक उत्तरदायित्व की विस्तृत बोधगम्यता,” वरन् उस तरीके में भी जिसमें इनकी रचना की गयी है।

अनिवार्य नियम—कम्पनी अधिनियम 2013 एवं ‘सी एस आर’

निगमीय मामलों के मंत्रालय ने कम्पनी अधिनियम 2013 की अनुसूची VII एवं धारा 135 तथा साथ ही कम्पनी (निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व नीति) नियम 2014 को अधिसूचित किया है जो 1 अप्रैल 2014 से लागू हुआ है।

1 अप्रैल 2014 से प्रत्येक कम्पनी चाहे वह निजी सीमित हो या सार्वजनिक सीमित, यदि उसका शुद्ध मूल्य 500 करोड़ रुपये हो अथवा 1,000 करोड़ रुपये का विक्रय हो या 5 करोड़ रुपये का शुद्ध लाभ हो तो उसे पूर्ववर्ती तीन वित्तीय वर्षों के औसत शुद्ध लाभ का कम से कम 2% निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व की क्रियाओं पर व्यय करना पड़ेगा। ‘सी एस आर’ क्रियाएँ व्यवसाय के सामान्य परिचालन के दौरान सम्पन्न नहीं की जानी चाहिए एवं अवश्य ही 2013 अधिनियम की अनुसूची VII में उल्लिखित क्रियाओं में से कोई क्रिया होनी चाहिए। किसी राजनीतिक दल को दिया गया अंशदान ‘सी एस आर’ क्रिया नहीं मानी जाती एवं केवल भारत में सम्पन्न क्रियाओं को ही ‘सी एस आर’ व्यय की गणना हेतु विचार किया जाता है।

अपनी प्रगति जाँचिए 2

1) व्यावसायिक नैतिकता से आपका क्या अभिप्राय है??

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व के तीन लाभों की पहचान करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3) राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देशों द्वारा निर्धारित सीएसआर के घटकों को सूचीबद्ध करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.9 सारांश

भारत में जनता की नजर में व्यवसाय की भूमिका में वृहद् परिवर्तन हुआ है। संगठनों ने 'सी एस आर' क्रियाओं को स्वेच्छापूर्वक अपनाना प्रारंभ कर दिया है। व्यवसाय का सामाजिक उत्तरदायित्व प्रबंध अवधारणाओं में अध्ययन का एक नवीन क्षेत्र है। इसे सामान्यतया निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व या 'सी.एस.आर.' कहा जाता है। 'सी एस आर' की कई परिभाषाएं हैं। मैलनबेकर ने इसे समाज में व्यवसाय की भूमिका के रूप में परिभाषित किया है। व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व अथवा 'सी एस आर' के कई उपागम हैं। प्रथमतया 'सी एस आर' के तीन सिद्धान्त हैं। विभिन्न देशों के 'सी एस आर' के विभिन्न एजेंडा हैं। 'सी एस आर' प्रथाओं की भी कई विशिष्ट रूपरेखा हैं।

व्यावसायिक नीतिशास्त्र प्रायोगिक नीतिशास्त्र की एक शाखा है। व्यावसायिक नीतिशास्त्र एवं सामाजिक उत्तरदायित्व के मध्य सम्बन्ध नैतिक दर्शनशास्त्र की जड़ों में निहित है। प्रायः लोग इन दो अवधारणाओं को पृथक समझने की भूल करते हैं। व्यावसायिक नैतिकता को प्रायः व्यापारी का एक व्यक्तिगत गुण एवं 'सी एस आर' को परोपकारिता के रूप में माना जाता है। हमें निश्चित ही व्यावसायिक दर्शनशास्त्र एवं व्यवसाय के दर्शनशास्त्र के मध्य अंतर करना होगा। यह निगमीय उत्तरदायित्व का आधार बनती है। दो परिप्रेक्ष्य परिवर्तन हैं जिसने समाज के प्रति व्यवसाय के निगमीय उत्तरदायित्व को अग्रसर किया हैं। निगमीय उत्तरदायित्व में निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व, निगमीय प्रशासन एवं पर्यावरणीय जवाबदेही सन्निहित है। भारत में 'सी एस आर' की नीति संरचना राष्ट्रीय स्वैच्छिक दिशानिर्देश एवं

‘सी एस आर’ के सम्बन्ध में कम्पनी अधिनियम 2013 के तहत दिये गये अनिवार्य नियमों के द्वारा तय होती है।

अतः नैतिक होने के लिए क्रियाओं एवं आचरण में नैतिकता बरतना आवश्यक है। एक सम्पूर्ण इकाई के रूप में हम नैतिक रूप से विचारशील बनने की आवश्यकता को समझते हैं। निश्चित रूप से ‘नैतिक’ शब्द की स्पष्ट परिभाषा में अंतर हो सकता है परंतु हमें अपने स्वयं के नैतिक मान्यताओं का पालन करना चाहिए।

3.10 शब्दावली

- सामाजिक उत्तरदायित्व** : सामाजिक उत्तरदायित्व से आशय व्यक्तियों एवं कम्पनियों का उनके पर्यावरण एवं सभ्यता के श्रेष्ठतम हित हेतु कदम उठाने के दायित्व से है।
- निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व** : निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) यह है कि कंपनियाँ समाज पर समग्र सकारात्मक प्रभाव डालने के लिए अपनी व्यावसायिक गतिविधियों का संचालन कैसे करती हैं। इसमें स्थिरता, सामाजिक प्रभाव और नैतिकता शामिल है।
- निगमीय नैतिकता** : यह प्रायोगिक नीतिशास्त्र या पेशेवर नीतिशास्त्र का एक स्वरूप है जो नैतिक सिद्धान्तों एवं उन नैतिक समस्याओं का परीक्षण करता है जो व्यावसायिक पर्यावरण में उत्पन्न हो सकते हैं।
- व्यावसायिक योजना** : व्यावसायिक योजना एक मार्ग मानचित्र है जो शीर्षक प्रदान करता है ताकि एक व्यवसाय अपने भविष्य की रूपरेखा बना सके एवं उसे बाधाओं को दूर करने के लिए प्रेरित करता है।
- परिप्रेक्ष्य परिवर्तन** : परिप्रेक्ष्य परिवर्तन एक विधा के मूल विचारों एवं प्रयोगात्मक प्रथाओं में मूलभूत परिवर्तन है।
- निगमीय उत्तरदायित्व** : निगमों का उन समूहों एवं व्यक्तियों के प्रति जवाबदेही होती है जिन्हें वह प्रभावित कर सकती है, अर्थात् उसके पक्षकार एवं समाज।
- पक्षकार सिद्धान्त** : पक्षकार सिद्धान्त संगठनात्मक प्रशासन एवं व्यावसायिक नैतिकता का एक सिद्धान्त है जो दैनिक परिचालन में निहित गुणवत्ताओं एवं नीतिशास्त्र के साथ सौदेबाजी करती है।
- त्रि-अधर रेखा** : यह एक अभिव्यक्ति है जो सामाजिक एवं प्राकृतिक मुद्दों के लिए व्यवसाय के बजटीय अंश पर जोर देने

को बढ़ावा देती है। यह त्रि-अक्षर रेखा संगठन के सामाजिक दायित्व के स्तर, उसके मौद्रिक मूल्य एवं प्राकृतिक प्रभाव का अनुमान लगाती है।

- व्यावसायिक नैतिकता** : व्यावसायिक नैतिकता संलग्न नैतिकताओं का एक प्रकार है जो व्यावसायिक तंत्र के अन्तर्गत नैतिक प्रमापों को विश्लेषित करती है, उन विभिन्न नैतिक मुद्दों पर विचार करती है जो व्यावसायिक तंत्र में उत्पन्न हो सकते हैं एवं उन अपवादात्मक दायित्वों या प्रतिबद्धताओं का ध्यान रखती है जो उन लोगों पर लागू होता है जो व्यापार में संलिप्त है।
- कम्पनी पक्षकार** : संगठन के पक्षकार वह प्रत्येक व्यक्ति है जो संगठन के चयन एवं क्रियाओं द्वारा प्रभावित हो सकते हैं अथवा प्रभावित कर सकते हैं।
- पेशेवर नैतिकता** : इसमें असंख्य व्यावहारिक नैतिक मुद्दे एवं कारक सम्मिलित है जो संगठनों के स्पष्ट उपयोगितावादी क्षेत्रों या व्यावसायिक देशों के सम्बन्ध में उत्पन्न होती है।

3.11 स्वपरख प्रश्न

- 1) निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व के विभिन्न सिद्धांतों की व्याख्या करें?
- 2) नैतिकता से आपका क्या तात्पर्य है? नैतिकता के विभिन्न प्रकार क्या हैं?
- 3) व्यावसायिक नैतिकता से आपका क्या अभिप्राय है? व्यावसायिक नैतिकता के प्रमुख घटक बताइए।
- 4) निगमीय उत्तरदायित्व शब्द की व्याख्या कीजिए? इसके विभिन्न घटक क्या हैं?
- 5) भारत में निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व को लागू करने में कंपनी अधिनियम 2013 की क्या भूमिका है?
- 6) व्यावसायिक नैतिकता और सामाजिक उत्तरदायित्व के बीच संबंध बताइए।

नोट: ये प्रश्न आपको इकाई को बेहतर ढंग से समझने में मदद करेंगे। उनके लिए उत्तर लिखने का प्रयास करें। लेकिन अपने जवाब विश्वविद्यालय को न भेजें। वे आपके अभ्यास के लिए हैं।

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 व्यवसाय में इंटरनेट का प्रयोग
 - 4.2.1 वस्तुओं का अंतर्जाल
 - 4.2.2 प्रौद्योगिकीय क्रान्ति
- 4.3 व्यवसाय में उभरती प्रवृत्तियां
 - 4.3.1 स्वचालन
 - 4.3.2 ब्लॉकचेन
 - 4.3.3 कृत्रिम बुद्धिमत्ता
 - 4.3.4 मशीनी अधिगम
 - 4.3.5 सामाजिक खरीददारी
 - 4.3.6 रोबोटिक्स
 - 4.3.7 ई-टेलिंग
 - 4.3.8 फुटकर उद्यमिता
- 4.4 व्यवसाय पर प्रौद्योगिकी का प्रभाव
- 4.5 ई-कॉमर्स
 - 4.5.1 ई-कॉमर्स का अर्थ
 - 4.5.2 परंपरागत वाणिज्य बनाम ई-कॉमर्स
 - 4.5.3 ई-कॉमर्स की विशेषताएँ
 - 4.5.4 ई-कॉमर्स के लाभ
 - 4.5.5 ई-कॉमर्स के दोष
- 4.6 एम कॉमर्स
 - 4.6.1 स्मार्टफोन का प्रयोग करते हुए ऐप आधारित व्यवसाय
 - 4.6.2 व्यवसाय में बटुआ एवं प्लास्टिक मुद्रा
- 4.7 फ्रैन्चाइजिंग (विशेष विक्रय अधिकार)
 - 4.7.1 फ्रैन्चाइजिंग के लाभ
- 4.8 संभार तंत्र (लॉजिस्टिक्स) एवं आपूर्ति श्रृंखला व्यवसाय
 - 4.8.1 संभार तंत्र का महत्व
- 4.9 बहिःस्रोतन एवं अपतटीय क्रिया
 - 4.9.1 बहिःस्रोतन
 - 4.9.2 अपतटीय क्रिया
 - 4.9.3 बहिःस्रोतन एवं अपतटीय क्रिया में अंतर
- 4.10 सारांश
- 4.11 शब्दावली
- 4.12 स्वपरख प्रश्न

4.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप योग्य हो सकेंगे कि :

- यह मूल्यांकन कर सकें कि व्यवसाय को बढ़ाने में अवसर किस प्रकार एक महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करते हैं
- उन प्रवृत्तियों के बारे में विवेचन कर सकें जो व्यवसाय में परिवर्तन ला रहे हैं
- वेबसाइट से एप्लीकेशन आधारित व्यवसाय में परिप्रेक्ष्य परिवर्तन की व्याख्या कर सकें
- प्लास्टिक मुद्रा एवं ई-वॉलेट के उपयोग के प्रभाव का मूल्यांकन कर सकें तथा
- डिजिटल व्यवसाय का बाजार स्थल प्रवृत्तियों के साथ संघर्ष का परीक्षण कर सकें।

4.1 प्रस्तावना

इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को व्यावसायिक पर्यावरण में हो रहे उन विविध परिवर्तनों के बारे में जागरूक करना है जो बढ़ी हुई व्यावसायिक अवसरों की ओर अग्रसर होती है। इस ब्लॉक के द्वितीय इकाई में आपने यह जाना कि किस प्रकार डिजिटाइजेशन जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में अपना मार्ग ढूँढ रही है। इस इकाई में आप यह जानेंगे कि किस प्रकार डिजिटाइजेशन व्यावसायिक क्रियाओं में प्रबल व प्रचंड परिवर्तनों का मार्ग प्रशस्त करती है। आज के युग में बिल गेट्स, मार्क जुकरबर्ग एवं एलन मस्क जैसे उद्यमी सफलता के पथप्रदर्शक हैं परंतु इनमें से किसी ने भी पदानुक्रम के शिखर से आरंभ नहीं किया था। फेसबुक का सृजन हार्वर्ड के छात्रावास के एक कमरे में नगण्य लागत पर हुआ एवं माइक्रोसॉफ्ट की स्थापना गेट्स द्वारा विद्यालय छोड़ने का निर्णय लेने के 2 वर्ष पश्चात् ही हो गयी।

विश्व के व्यवसाय इतिहास पर नजर डालने से हम यह पाते हैं कि बाजार स्थल दृढ़ निश्चयी उद्यमियों के लिए प्रारंभ करने हेतु परिपक्व होता है। कुछ व्यक्तियों के पास बाजार के ऊपर आधिपत्य जमाने हेतु व्यावसायिक अन्तः दृष्टि हो सकती है परंतु वे प्रारंभ करने के लिए किसी एक विचार तक स्वयं को सीमित करने में सक्षम नहीं हो पाते। परंतु जैसा कि वॉल्ट डिजनी ने कहा है, “यदि आप स्वप्न देख सकते हैं तो आप उसे पूरा कर सकते हैं।”

इंटरनेट ने हमारे जीवन को इतने अधिक तरीके से प्रभावित किया है जिसकी कल्पना करना कठिन है। हमें प्रायः यह एहसास ही नहीं होता कि एक दशक पूर्व किस प्रकार हम अन्य तरीके से अपनी प्रतिक्रिया देते जब इंटरनेट का इतना प्रभाव नहीं था एवं यह बढ़ता ही जा रहा है। इस इकाई में आप व्यवसाय में इंटरनेट के प्रयोग, व्यवसाय में उभरती प्रवृत्तियों तथा व्यवसाय पर प्रौद्योगिकी के प्रभाव के बारे में जानेंगे। इसके साथ ही आप ई-वाणिज्य के लक्षणों, लाभो एवं दोषो के बारे में भी अध्ययन करेंगे। इसके अतिरिक्त आपको फ्रैन्चाइजिंग, संभार तंत्र एवं आपूर्ति श्रृंखला व्यवसाय, बहिःस्रोतन व अपतटीय क्रिया के बारे में भी बताया जायेगा।

4.2 व्यवसाय में इंटरनेट का प्रयोग

यह कल्पना करना अत्यंत कठिन है कि आज के समय में कोई व्यवसाय इंटरनेट के प्रयोग के बिना कैसे कार्य कर सकता है। इंटरनेट के प्रयोग ने व्यवसाय के दैनिक परिचालन के तरीके को काफी परिवर्तित कर दिया है जिसमें यह भी सम्मिलित है कि वे परस्पर एक दूसरे

के साथ एवं ग्राहकों के साथ कैसे व्यवहार करते हैं। सूचनाओं को अनायास ही किसी भी स्थान पर कुछ सेकेण्ड में भेजा जा सकता है। इंटरनेट विपणन एवं विज्ञापन हेतु एक आवश्यक साधन बन गया है। एक व्यवसाय वेबसाइट के उपयोग अथवा ऑनलाइन विज्ञापन के माध्यम से अपने ग्राहकों के साथ वार्ता कर सकते हैं। अनेक व्यवसाय अब इंटरनेट का उपयोग ग्राहकों को अपने वर्तमान संवर्धन क्रियाओं के प्रति सतर्क करने हेतु एक साधन के रूप में करते हैं। यह उन व्यवसायों के लिए अत्यन्त लाभदायक हो सकता है जो युवा वर्ग पर अधिक ध्यान केन्द्रित करते हैं।

4.2.1 वस्तुओं का अन्तर्जाल (Internet of Things)

इंटरनेट ऑफ थिंग्स (आई ओ टी) यंत्रो, वाहनो एवं घरेलू उपकरणों का एक तंत्र (network) है जिसमें इलेक्ट्रॉनिक्स, सॉफ्टवेयर, चालक एवं कनेक्टिविटी निहित होता है जो वस्तुओं को जुड़ने, पारस्परिक क्रिया करने एवं समंक विनिमय की अनुमति देती है। 'आई ओ टी' में हमारी दुनिया को परिवर्तित करने की शक्ति है।

हम एक ओर इसके अविश्वसनीय तेजी के साक्षी बन रहे हैं वहीं दूसरी ओर इस रुपान्तरण को प्रारंभ करने में थोड़ा झिझकते भी हैं। जैसा कि आप सोच सकते हैं कि आज से दस वर्ष पश्चात् जीवन इससे कहीं अधिक भिन्न होगा जैसा कि 2019 में दिखायी देता है। 'आई ओ टी' के विकास के कारण नवप्रवर्तन परिवर्तन की गति तीव्र हो रही है। परंतु फिर भी 'आई ओ टी' को अभी भी व्यर्थ तकनीकी भाषा समझा जाता है। इन सभी विभिन्न अपसारी वस्तुओं को एक कर उनके बारे में चर्चा करना कठिन है। इन वर्तमान एवं आगामी नवप्रवर्तनों को समझने के उद्देश्य से यह देखा जाये कि 'आई ओ टी' संभावना को निर्मित करने के लिए कौन से डिजाइन बन रहे हैं।

वित्तीय प्रणाली में संधारणीय वृद्धि सभी क्षेत्रों में उन्नति से आती है जिनमें अवसंरचना क्षेत्र में विकास, निर्माणी तथा सेवाओं के अंतर्गत आने वाले क्षेत्रों की वृद्धि हेतु एक प्रमुख आवश्यकता है। भारत जैसे विकासशील अर्थव्यवस्था के संधारणीय वृद्धि हेतु सर्वाधिक महत्वपूर्ण आवश्यकताओं में से एक है विविध क्षेत्रों में विभिन्न आगामी व्यवसायों में वृद्धि के लिए अवसंरचना का विकास। नयी तकनीकों जैसे मोबाइल, क्लाउड कमप्यूटिंग एवं कृत्रिम बुद्धिमत्ता ने ग्राहक आचरण को परिवर्तित कर दिया है एवं बाजार स्थलों को अस्त व्यस्त कर दिया है। परिणामस्वरूप हमारी विपणन प्रथाओं को भी निश्चित ही आगे बढ़ना पड़ेगा। सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी क्रांति के कारण आज के मानव जाति के समुदायो एवं समाज के मध्य अंतराफलक में तीव्र एवं चरम तेजी आयी है। हमारी भारतीय सामाजिक व्यवस्था भी आधुनिक विश्व की आवश्यकताओं का सामना करने हेतु विशाल परिवर्तनों से गुजर रही है। पहले कभी भी सूचनाएं इतनी त्वरित एवं निःशुल्क उपलब्ध नहीं थी जैसा आजकल है। जब समंक की कीमत में कमी आयी तो सूचनाओं की पूर्ति या उपलब्धता ने समंक प्रचुरता सृजित की। इसे बार-बार 'बिग डेटा' के नाम से सम्बोधित किया गया। कम्पनियां उत्तरोत्तर उनकी मुख्य क्षमताओं (वह करना जिसमें वह श्रेष्ठ है एवं अन्य सभी गैर-मूल्य क्रियाओं को अधिक उपयुक्त खिलाड़ियों के लिए छोड़ना) पर जोर दे रही हैं एवं अपने आपूर्ति श्रृंखला साझेदारों के साथ सुदृढ़ सम्बन्ध निर्मित करने पर कार्य कर रही हैं जिनके पास अपरिहार्य सामंजस्य क्षमता होती है। सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि कम्पनियां कितनी भली भाँति एक टीम के रूप में व्यावसायिक सीमाओं के बाहर भी महत्वपूर्ण प्रक्रियाओं एवं क्रियाओं के साथ सामंजस्य करती हैं ताकि ग्राहक आवश्यकताओं एवं माँग की पूर्ति की जा सके।

4.2.2 प्रौद्योगिकीय क्रान्ति

प्रौद्योगिकीय विस्फोट से आशय दैनिक जीवन में प्रौद्योगिकी के बढ़ते हुए विविध प्रयोगों से हैं। नवप्रवर्तन परामर्श फर्म गार्टनर इंक का अनुमान है कि इस वर्ष पूरे विश्व में 6.4 बिलियन सम्बन्धित वस्तुओं का प्रयोग किया जायेगा जो पिछले वर्ष की अपेक्षा 30% अधिक है। ऐसा अनुमान है कि 2020 तक यह संख्या कई गुना बढ़कर 21 बिलियन तक हो जायेगी।

उद्योग 4.0

यह नाम नवप्रवर्तन के संगठन में कम्प्यूटरीकरण एवं सूचना संवहन के वर्तमान पैटर्न को दिया गया है। इसमें डिजिटल भौतिक संरचना, 'आई ओ टी', क्लाउड कम्प्यूटिंग एवं संज्ञानात्मक गणना निहित होता है। उद्योग 4.0 को सामान्यतया चतुर्थ औद्योगिक क्रांति के नाम से जाना जाता है। काफी समय पूर्व स्थापित निर्माणी उद्योग महत्वपूर्ण परिवर्तन अनुभव कर रहे हैं जो जानकार निर्माणी या उद्योग 4.0 के प्रारंभ की ओर संकेत दे रहे हैं। निरन्तर 'आई ओ टी' पर आधारित उन्नयन संयंत्रों को अधिक उत्तम, अधिक सुरक्षित एवं स्वाभाविक रूप से तर्कपूर्ण बनाते हैं। 'आई ओ टी' आधुनिक इकाई को संगठन व्यवस्था के एक पूर्णतया भिन्न क्षेत्र के साथ जोड़ती है जो निर्माणी क्रियाओं में प्रयुक्त होती है।

4.3 व्यवसाय में उभरती प्रवृत्तियां

आज की दुनिया मुख्यतया अभ्यास अर्थव्यवस्था है। ग्राहक संगीत समारोह, भोजन, भ्रमण पर व्यय करने हेतु बिल्कुल तैयार है। यह इस ज्ञानवर्धक अर्थव्यवस्था की नयी विशेषताओं में से है। आधुनिक परिदृश्य में संगठनों की रुचि पुराने व्यवसायों के साथ नये तरीके से सामंजस्य स्थापित करने की अपेक्षा नवीन निर्माण में अधिक है।

उद्यमियों ने परियोजना पहचान के महत्व को समझा है। अब तक भारत में हम पिन से लेकर हवाई जहाज तक एवं कील से लेकर पनडुब्बी तक सभी वस्तुओं के निर्माण की संभावनाओं की खोज करते रहे हैं। कम्पनियां एवं व्यक्ति हमारे उद्यमियों के लिए व्यावसायिक अवसरों की पहचान हेतु 'स्वोट' (ताकत, कमजोरी, अवसर एवं खतरा) विश्लेषण सम्पन्न करते हैं। पीटर डॉसन ने अपनी पुस्तक में उल्लेख किया है कि वाणिज्यीकरण की शाश्वत अवस्था उस तरीके को परिवर्तित कर देता है कि संगठन किस प्रकार कार्य करे। महान मंदी ने जीवन एवं व्यवसाय की संरचना को ही परिवर्तित कर दिया है एवं ऐसे बदलाव खड़े किए हैं जो उपक्रमों एवं संगठनों को परिवर्तित कर रही हैं। हवस समूह द्वारा किए गए अर्थपूर्ण ब्राण्ड शोध के दौरान वे विश्व भर में 30,000 व्यक्तियों से मिले। उन्होंने 33 देशों में 1500 ब्राण्ड को 15 उद्यमों में विभाजित किया। उन्हें निम्न बातें ज्ञात हुईं :

उभरती प्रवृत्ति या उपनति एक ऐसा विषय क्षेत्र है जिसकी रुचि एवं उपयोगिता में समय के साथ वृद्धि हुई है। वहीं दूसरी ओर, यह किसी परिस्थिति, उत्पादन या प्रक्रिया में धीरे-धीरे होने वाले परिवर्तनों का मूल रूप अथवा समंक बिन्दुओं की श्रेणी की सामान्य प्रवृत्ति या औसत है जो समय के साथ एक निश्चित दिशा की ओर अग्रसर होती है जो रेखा या वक्र या ग्राफ द्वारा प्रदर्शित किया जाता है।

व्यावसायिक उपलब्धियों को सर्वाधिक तात्कालिक रूप से प्रभावित करने वाले कारकों में से सबसे महत्वपूर्ण है अर्थव्यवस्था। सार्वभौमिक संयोजनों के लिए इसका तात्पर्य है स्थानीय एवं वैश्विक दोनों स्तरों पर पैटर्न पर नजर रखना। मुद्रा से सम्बन्धित परिवर्तन सभी संगठनों के लिए मुद्दों का वृहद् क्षेत्र दर्शा सकती है जिसके कर्मचारी विश्व भर में फैले हो सकते हैं। व्यावसायिक पैटर्न तेजी से विकसित हो रहे हैं। ऐसा लगता है कि नवप्रवर्तन

एक ऐसे संगत तीव्रतर दर से बढ़ रहा है जो शायद ही हमने पहले देखा हो। हममें से अधिकांश लोग इस उन्नति के प्रभावों को अनुभव कर रहे हैं। व्यावसायिक बुद्धिमत्ता एवं विश्लेषी काफी माँग में है क्योंकि संगठनों के द्वारा अपने व्यावसायिक परिणामों, ग्राहक सम्बन्धों एवं परिचालन कुशलता को उन्नत करने हेतु सूचना सम्पत्ति का प्रयोग किया जाने लगा है। कुछ उभरती व्यावसायिक प्रवृत्तियों की व्याख्या नीचे की गई है :

4.3.1 स्वचालन

कृत्रिम बुद्धिमत्ता एवं उन्नत उपकरणों से परिचालित स्वचालन कार्य के उस स्वरूप को बदल देती है जो हमें ज्ञात है। हम प्रचलित आजीविकाओं का नियति यंत्रीकरण कर उन्हें अस्तित्व से बाहर कर रहे हैं। इन उथल-पुथल के कुछ उदाहरण निम्नवत हैं :

- पिज्जा हट ने ऑर्डर लेने एवं भुगतान प्रक्रिया के लिए वेटर को रोबोट से प्रतिस्थापित किया।
- वॉलमार्ट ने स्वचालन का प्रयोग करके 7000 लेखांकन एवं बीजक कर्मचारियों को रोबोट से प्रतिस्थापित कर दिया।
- आईफोन निर्माता फॉक्स कॉन ने 60,000 कर्मचारियों को रोबोट से प्रतिस्थापित कर दिया।
- वेन्डीज ने उनके निम्नतम भुगतान वाले कर्मचारियों को रोबोट से प्रतिस्थापित कर दिया।

स्वचालन जैसे परिपक्व होता है, कार्य वृद्धिशील बुद्धिमत्ता से सही कृत्रिम बुद्धिमत्ता की ओर आ जाता है। किसी को निश्चित रूप से यह ज्ञात नहीं होता कि कृत्रिम बुद्धिमत्ता उस शीर्ष बिन्दु पर कब पहुँगी परन्तु प्रत्येक उद्योग इससे प्रभावित होगा।

4.3.2 ब्लॉकचेन

ब्लॉकचेन को 1991 में स्टुअर्ट हैबर और स्कॉट स्टोर्नेटा द्वारा डिजिटल रिकॉर्ड की विश्वसनीयता को सुनिश्चित करने की एक विधि के रूप में विकसित किया गया था। हैबर और स्टोर्नेटा ने विश्व का प्रथम व्यावसायिक ब्लॉकचेन निर्मित किया। ब्लॉकचेन प्रविष्टियों की सूची बनाने की प्रथा है जो पूरा होने के बाद बदला नहीं जा सकता। यह बात सूची पर भी समान रूप से लागू होती है। ब्लॉकचेन पर ब्लॉक, डाटा के आभासी टुकड़ों (स्निपेट्स) से मिलकर बनते हैं। विशेष रूप से इनके तीन खण्ड हैं—

- ब्लॉक विनिमयों के सम्बन्ध में डेटा स्टोर करते हैं, उदाहरणार्थ, ऑनलाइन व्यवसाय से आपके नवीनतम खरीद की तिथि, समय एवं राशि
- ब्लॉक इस बारे में डेटा स्टोर करते हैं कि विनिमय में कौन रुचि ले रहे हैं। आपके वास्तविक नाम का उपयोग करने के बजाय, उपयोगकर्ता के समान एक अद्वितीय डिजिटल हस्ताक्षर का उपयोग करते हुए बिना किसी पहचान के डेटा के साथ आपकी खरीददारी दर्ज की जाती है।
- ब्लॉक में डेटा इस प्रकार से स्टोर किया जाता है जो उन्हें विभिन्न ब्लॉक से पृथक रखता है। जिस प्रकार आपके और मेरे नाम हैं जो हमें एक दूसरे से अलग करते हैं, उसी प्रकार प्रत्येक ब्लॉक एक विशेष कोड स्टोर करता है, जिसे 'हैश' कहा जाता है जो हमें अन्य ब्लॉक से इसे अलग करने में सक्षम बनाता है।

4.3.3 कृत्रिम बुद्धिमत्ता

प्रौद्योगिकी में आयी हालिया तेजी ने हमारे ऐसे एप्लीकेशन की माँग में वृद्धि की है जिनमें कृत्रिम बुद्धिमत्ता एवं मशीनी अधिगम सम्मिलित होता है। इसने उद्योग को कृत्रिम बुद्धिमत्ता एवं मशीनी अधिगम साधनों में अपनी विशेषज्ञता विकसित करने हेतु प्रेरित किया ताकि उत्पादों में कौशल को लागू किया जा सके। कृत्रिम बुद्धिमत्ता का प्रजातंत्रीकरण हो गया है। माइक्रोसॉफ्ट का कहना है कि कृत्रिम बुद्धिमत्ता विन्डोज 10 का प्रयोग करने वाले बिलियन गैजेट्स के एक वृहद् अंश में उपस्थित है। गूगल ने टेन्सरफ्लो (Tensor Flow) जारी किया। बर्कले कृत्रिम बुद्धिमत्ता शोध ने कैफे (Caffe) जारी किया एवं एपैचे ने एपैचे एम एक्स नेट (Apache MXNET) जारी किया। अमेज़ॉन ने कृत्रिम बुद्धिमत्ता के विविध स्पष्ट प्रणालियों एवं सेवाओं के साथ कार्य करने हेतु डिजाइनर्स के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता का मंच निर्मित किया है। विशिष्ट क्षेत्रों में तीव्र विकास एवं व्यय से स्वचालन में वृद्धि हुई है।

4.3.4 मशीनी अधिगम

मशीनी अधिगम सीखने का वह क्षेत्र है जो कम्प्यूटर को सुस्पष्ट रूप से प्रोग्राम किए बिना ज्ञान प्राप्त करने की क्षमता देता है। मशीनी अधिगम आज तक हमारे समक्ष आयी सर्वाधिक रोमांचक तकनीकों में से एक है। मशीनी अधिगम कलन गणित एवं सांख्यिकीय मॉडल का वैज्ञानिक अध्ययन है जिनका प्रयोग कम्प्यूटर प्रणाली वास्तविक कार्य सम्पन्न करने हेतु करते हैं, यह स्पष्ट निर्देशों के बजाय पैटर्न एवं निष्कर्षों पर भरोसा करते हैं। मशीनी अधिगम कृत्रिम बुद्धिमत्ता का अनुप्रयोग है जो सिस्टम को स्पष्ट प्रोग्राम के बिना यंत्रवत रूप से सीखने एवं उस ज्ञान से प्रगति करने की क्षमता देता है। मशीनी अधिगम उन कम्प्यूटर प्रोग्राम के विकास पर ध्यान केन्द्रित करता है जो डेटा का उपयोग करते हैं एवं उसका प्रयोग स्वयं के सीखने हेतु करते हैं।

- मशीनी अधिगम के शुरुआती ग्रहणकर्ता व्यासायिक मूल्यों के सृजन हेतु परिचालात्मक व्यावसायिक वातावरण में प्रक्रियाओं को सन्निहित करके मशीनी अधिगम को यंत्रवत करने के तरीके ढूँढ रहे हैं। यह वास्तविक समय में अधिक प्रभावी तथा सटीक अधिगम व निर्णयन में सक्षम बनाता है।
- आज व्यवसायों के लिए, डेटा परिमाण में वृद्धि के साथ ही डेटा प्रसार में भाषण, चित्र, ऑडियो, वीडियो में एकत्रण की गति में भी वृद्धि हो रही है।
- आज के युग में संगठन प्रमुख व्यावसायिक क्रियाओं में मशीनी अधिगम को सम्मिलित कर सकते हैं जो फर्म की डेटा धाराओं के साथ जुड़े होते हैं जिसका उद्देश्य वास्तविक समय में सीखने के दौरान अपनी निर्णयन प्रक्रिया को उन्नत करना होता है।

4.3.5 सामाजिक खरीददारी

पिछले दशक में जैसे ही ई-कॉमर्स का विकास हुआ है उसके साथ ही इसने अनेकों नयी शाखाओं को जन्म दिया है एवं उनके आकार में परिवर्तन किया है। इस वृहद् ई-कॉमर्स की विविध शाखाओं में से एक है- सामाजिक (सोशल) वाणिज्य एवं यह अपना मार्ग प्रशस्त कर रही है।

सामाजिक खरीददारी (सोशल शॉपिंग) एक नया शब्द है जो उस प्रगति को दर्शाता है जहाँ सोशल नेटवर्क के प्रयोगकर्ता अपने ब्राउजिंग अनुभव में अवरोध डाले बिना उन उत्पादों को प्राप्त कर सकते हैं जो उनके समक्ष नजर आते हैं। सोशल शॉपिंग से पहले संगठन को सोशल नेटवर्क पर विज्ञापन डालना पड़ता है एवं जो कोई भी उनके उत्पाद को क्रय करना

चाहते हैं उन्हें विज्ञापन पर क्लिक करना पड़ता है जिससे कम्पनी वेबसाइट का पेज खुलता है एवं आगे क्रय प्रक्रिया के चरण आते रहते हैं। एक बार जब उनकी क्रय प्रक्रिया सम्पन्न हो जाती है तब वे अपने सोशल नेटवर्क पर ब्राउजिंग को पुनः प्रारम्भ कर सकते हैं। सोशल शॉपिंग की प्रमुख विशेषता यह है कि प्रयोगकर्ता अपने सोशल नेटवर्क ब्राउजिंग को त्यागे बिना उत्पाद प्राप्ति की प्रक्रिया कर सकते हैं।

ऐडवीक के अनुसार शीर्ष 500 खुदरा व्यापारियों ने 2017 में सोशल शॉपिंग से लगभग \$ 6.5 बिलियन अर्जित किया है। सोशल शॉपिंग, उन्नयन के पथ पर है। यह हमारी इस धारणा को बदल देगा कि हम चलायमान वस्तुओं एवं उनके प्रशासन को किस प्रकार देखते हैं, चूँकि यह अपेक्षाकृत एक नया माध्यम है इसलिए इसके लिए वैकल्पिक क्रियाविधि की आवश्यकता पड़ती है। सोशल शॉपिंग ई-कॉमर्स की एक ऐसी विधि है जिसमें खरीददारों के मित्र भी खरीददारी के अनुभव में सम्मिलित हो जाते हैं।

4.3.6 रोबोटिक्स

रोबोटिक्स रोबोट के डिजाइन, निर्माण, संचालन और उपयोग के साथ साथ उनके नियंत्रण, संवेदी प्रतिक्रिया और सूचना प्रक्रियन के लिए कम्प्यूटर प्रणाली से संबंधित है। इन प्रौद्योगिकियों का उपयोग ऐसी मशीनों को विकसित करने के लिए किया जाता है जो मनुष्यों का स्थानापन्न हो सकती हैं और मानवीय क्रियाओं को दोहरा सकती हैं। रोबोट का उपयोग असंख्य कार्यों एवं विविध उद्देश्यों के लिए किया जा सकता है जिसमें व्यवसाय भी सम्मिलित है। व्यवसायों के लिए रोबोट द्वारा किये जाने वाले सबसे आम कार्यों में से एक है औद्योगिक क्षेत्र में उत्पाद संयोजन। निर्माणी रोबोट जोड़ाई, छटाई, संयोजन तथा उठाने एवं रखने जैसी क्रियाओं को इतनी अधिक गति एवं क्षमता के साथ सम्पन्न करते हैं जिसे प्राप्त करने के बारे में मानव श्रमिक कभी सोच भी नहीं सकते। आज अधिकांश रोबोट का उपयोग पुनरावर्ती क्रियाओं या ऐसे कार्यों के लिए किया जाता है जो मनुष्यों के लिए अत्यन्त खतरनाक माना जाता है। एक रोबोट ऐसे इमारत में जाने के लिए बिल्कुल सही है जहां एक बम के होने की संभावना है। रोबोट का उपयोग कारखानों में कारों, कैंडी बार एवं इलेक्ट्रॉनिक्स के संयोजन के लिए भी किया जाता है।

4.3.7 ई-टेलिंग

इलेक्ट्रॉनिक रिटेलिंग (ई-टेलिंग) शब्द ऐसे किसी भी व्यवसाय से उपभोक्ता (बिजनेस टू कनज्यूमर-B2C) लेनदेन के लिए प्रयुक्त होता है जो इंटरनेट पर सम्पन्न होता है। सामान्य शब्दों में ई-टेलिंग वस्तुओं की ऑनलाइन बिक्री है। ई-टेलिंग एवं ई-कॉमर्स के मध्य मुख्य अन्तर यह है कि ई-टेलिंग इंटरनेट पर खुदरा वस्तुओं के विक्रय की क्रिया है जबकि ई-कॉमर्स इंटरनेट पर इलेक्ट्रॉनिक साधनों से सम्पन्न किये जाने वाले वाणिज्यिक लेनदेन है। आगामी खण्डों में हम ई-कॉमर्स के बारे में विस्तार से चर्चा करेंगे। ऑनलाइन खरीददारी को जारी रखने हेतु ई-टेलर्स के पास चुनने के लिए लेनदेन के कई स्वरूप होते हैं जैसे व्यवसाय से व्यवसाय, उपभोक्ता से व्यवसाय अथवा उपभोक्ता से उपभोक्ता लेनदेन। व्यवसाय में ई-टेलिंग के विविध प्रभाव हैं। उनमें से कुछ नीचे वर्णित हैं-

- एक मंच के रूप में ई-टेलिंग व्यवसायों और उपभोक्ताओं के बीच की बाधाओं को भी समाप्त कर देगा, क्योंकि उत्पाद और व्यवसाय के बारे में जानकारी आसानी से सुलभ हो जाती है, जिससे जानकारी आसानी से उपलब्ध हो जाती है।
- ई-टेलर्स व्यक्तिगत रूप से अपने उपभोक्ताओं से जुड़ सकते हैं और उपभोक्ता अपने अनुसार उचित प्रतिक्रिया दे सकते हैं, जिससे यह एक उत्कृष्ट ग्राहक सेवा उपकरण बन सकता है।

- यह ग्राहकों और व्यवसायों को इस कारण से चुनने के लिए विकल्पों का एक व्यापक प्रदर्शन भी प्रदान करता है क्योंकि वे अधिक लोचदार भुगतान और मूल्य निर्धारण प्रणाली प्रदान करते हैं और वे व्यवसायों को प्रतियोगिता की जांच करने के लिए अधिक अवसर प्रदान करते हैं।

4.3.8 फुटकर उद्यमिता

फुटकर उद्योग इस दशक में एक बड़ी तेजी अवलोकित कर रही है। विशेषज्ञ भविष्य में और अधिक वृद्धि की आशा कर रहे हैं। वृद्धि दर 15% है एवं वर्तमान में इसमें भारत के सकल घरेलू उत्पाद का 10% निहित है। ये आँकड़े उद्योग के विशाल वृद्धि की व्याख्या करने हेतु पर्याप्त है। यह भावी फुटकर व्यवसाय में निवेश करने हेतु सही समय भी दर्शाता है जिससे उपभोक्तावाद के वरदान का अंश बना जा सके। आकर्षक अर्थव्यवस्था अनेकों शानदार फुटकर ब्राण्ड के लिए एक वैश्विक गन्तव्य बनता जा रहा है। वे भारतीय बाजार में निवेश तथा परिचालन करना चाहते हैं जिससे भारतीय जनसंख्या के जीवन स्तर में वृद्धि, होगी। कुछ कारक जैसे कार्यशील जनसंख्या में वृद्धि, बढ़ी हुई प्रयोज्य आय घरेलू आय, समृद्धि, परिवर्धित जीवनशैली, माँग एवं व्यवसाय के लिए सरकारी सहायता इस उद्योग की तेजी में वृहद् स्तर पर योगदान दे रहे हैं। यदि आप अपने स्वयं का व्यवसाय प्रारंभ करने के बारे में सोच रहे हैं तो यह निवेश करने एवं एक शानदार भविष्य के निर्माण हेतु उदीयमान मंच में प्रवेश करने का सही समय है।

अपनी प्रगति जाँचिए 1

- 1) भारत में ई-कॉमर्स तेजी का क्या प्रभाव है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- 2) रोबोटिक्स से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

- 3) किसने भारत को विश्व का सर्वाधिक तेजी से विकसित होने वाली उभरती अर्थव्यवस्थाओं में से एक बनाया है?

.....

.....

.....

.....

.....

4) व्यवसाय में स्वचालन के कुछ उदाहरण दीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

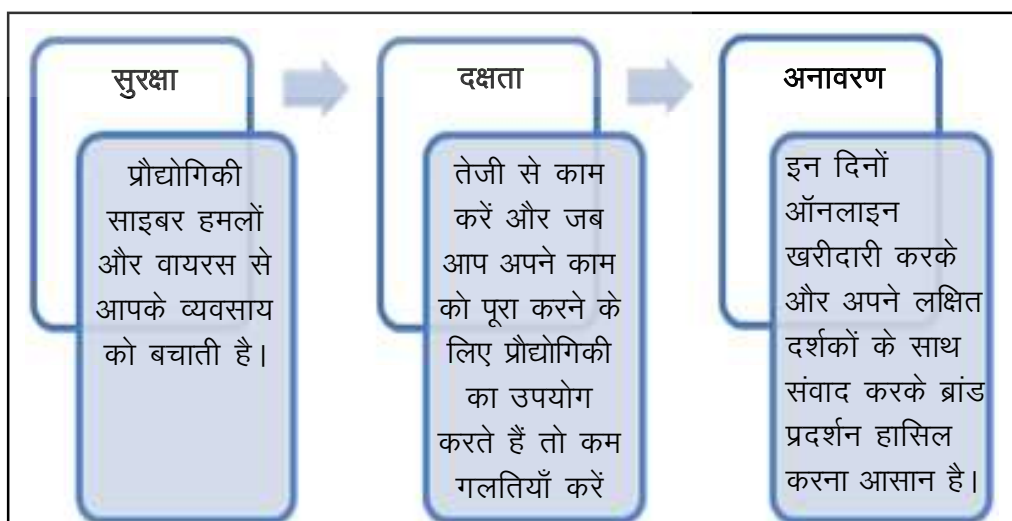
4.4 व्यवसाय पर प्रौद्योगिकी का प्रभाव

व्यवसाय तकनीकी वातावरण में परिवर्तनो द्वारा प्रभावित होते है। प्रौद्योगिकी क्रांति लाती है एवं व्यवसाय के समक्ष जोखिम, अवसर तथा खतरा लेकर आती है। कुछ व्यवसाय बदलती तकनीकों का अभ्यास करती है ताकि उत्पादों एवं प्रक्रियाओं को आगे ले जाया जा सके अथवा नये उत्पादों एवं प्रक्रियाओं को उत्पन्न करती है जो बाजार एवं लाभ में वृद्धि करेंगी। हमने यह भी देखा है कि किस प्रकार ज्ञान ने व्यवसाय को रुपान्तरित किया है एवं निरन्तर कर रहा है।

पाषाण युग, लौह युग, कांस्य युग, स्टील युग हमारे इतिहास के चार युगों को प्रौद्योगिकी के आधार पर परिभाषित किया गया है। यह व्यापार की वस्तु का नवप्रवर्तन एवं रुपान्तरण है जो व्यवसाय में रुपान्तरण लेकर आती है जो प्रौद्योगिकी से प्रगति को प्रशस्त करती है जिससे हमारे आस-पास का विश्व बदल जाता है।

व्यवसाय हेतु प्रौद्योगिकी से उत्पन्न लाभ

एक उपक्रम का आकार चाहे कुछ भी हो, प्रौद्योगिकी के मूर्त एवं अमूर्त दोनों लाभ है। यह एक व्यवसाय को उन विचारों को सृजित करने एवं परिणाम उत्पन्न करने में सहायता करती है जिनकी ग्राहक माँग करते है। प्रौद्योगिकी अवसंरचना व्यवसाय की सभ्यता, प्रभावोत्पादकता एवं सम्बन्धों को प्रभावित करती है। नीचे दिया गया चित्र यह दर्शाता है कि प्रौद्योगिकी का व्यावसायिक परिचालन पर महत्वपूर्ण प्रभाव है :



चित्र 4.1: व्यापार पर प्रौद्योगिकी के प्रभाव

व्यवसाय में तकनीकी उन्नयन के अनेक लाभ उल्लेखनीय हैं, उनमें से कुछ मुख्य लाभ निम्न प्रकार हैं :

- **व्यावसायिक लागत को कम करना** — लघु व्यवसाय स्वामी नवप्रवर्तन का प्रयोग करके व्यावसायिक लागत में कमी ला सकते हैं। व्यावसायिक नवप्रवर्तन कार्यालयी परिचालनो को यंत्रचालित करते हैं, उदाहरणार्थ रिकार्ड रखना, लेखांकन, पे रोल एवं वित्त। इसी प्रकार उद्यमी ज्ञान का प्रयोग करके महत्वपूर्ण व्यावसायिक या ग्राहक समंको को सुरक्षित रखने के उपाय अपना सकते हैं।
- **संप्रेषण में सामंजस्य** — प्रौद्योगिकी संप्रेषण प्रक्रिया में सामंजस्य स्थापित करने में सहायता करती है। ई-मेल, वेबसाइट एवं व्यक्तिगत डिजिटल उत्पाद एप्लीकेशन जिन्हें 'ऐप' के नाम से जाना जाता है, वह कम्पनियों को उपभोक्ताओं के साथ संप्रेषण को आगे बढ़ाने में सहायता करती है। अनेक प्रकार के सूचना प्रौद्योगिकी से युक्त संप्रेषण विधियां कम्पनियों को आर्थिक बाजार में उनके संप्रेषण के साथ प्रगति का मार्ग प्रशस्त करती है। कम्पनियां इन इलेक्ट्रॉनिक संप्रेषण विधियों के माध्यम से ग्राहकों की आलोचना के बारे में जान सकते हैं। ये विधियां मोबाइल उपकरणों के द्वारा कम्पनियों को ग्राहकों तक तुरन्त पहुँचने में सहायता करती है।
- **व्यवसाय में सम्भाव्य विस्तार** — प्रौद्योगिकी लघु व्यवसायों को नये बाजारों तक पहुँचने का मार्ग प्रदान करते हैं। उपभोक्ता वस्तुओं या सेवाओं को केवल प्रतिबन्धित बाजार में बेचने की अपेक्षा लघु व्यवसाय क्षेत्रीय, राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय बाजारों तक पहुँच सकते हैं। फुटकर वेबसाइट लघु व्यवसायों के लिए विभिन्न असमान आर्थिक बाजारों में उत्पादों को बेचने की सर्वाधिक प्रचलित तकनीक है। वेबसाइट खरीददारों को न्यूनतम प्रयास पर यह विकल्प देती है कि वे कभी भी वस्तुओं को क्रय कर सकते हैं। उद्यमी इंटरनेट का प्रयोग करके विचारपूर्ण वेब संवर्धन के द्वारा नये बाजारों एवं ग्राहकों को प्राप्त करने हेतु प्रचार कर सकते हैं।
- **प्रतिफल** — व्यावसायिक प्रौद्योगिकी वैश्विक एवं स्थानीय व्यावसायिक वातावरण में संगठनों को विभिन्न उप-अनुबन्धों के द्वारा परस्पर जुड़ने में सहायता करती है। बहिःस्त्रोतन टेका (Outsourcing) संगठनों को व्यय कम करने एवं उनके द्वारा किये जा रहे व्यावसायिक कार्य को पूर्ण करने पर ध्यान केन्द्रित करने हेतु प्रेरित करते हैं। तकनीकी सहायता एवं ग्राहक सेवा दो महत्वपूर्ण कार्य हैं जिनके लिए संगठन उप-अनुबन्ध करते हैं। उद्यमी वाह्य टेका की संभावना के बारे में सोच सकते हैं यदि उनके पास उपयुक्त कार्यालय पहुँचने योग्य श्रम शक्ति न हो। नवप्रवर्तन संगठनों को उनकी क्षमता को सबसे कम महँगे क्षेत्रों तक संकुचित रखने में सक्षम बनाती है जिसमें विदेशी राष्ट्र भी सम्मिलित होते हैं। पूरा विश्व सार्वभौमिक निरन्तर कनेक्टिविटी के कारण एक गहन समायोजन अनुभव कर रहा है। यह समस्त वस्तुओं के लिए, फुटकर से लेकर डाक संरचना तक कम्प्यूटरीकृत परिवर्तन की आवश्यकता को जन्म देती है। यह हमारी मूल आवश्यकताओं को परिवर्तित कर रही है एवं साथ ही व्यवसाय के वेग में भी वृद्धि कर रही है। अपने चालू व्यवसायों को बनाये रखने एवं उनमें प्रगति हेतु उद्यमियों को परंपरागत विधियों को परिवर्तित करना पड़ेगा।

व्यवसाय में तीव्र गति से परिवर्तन

जब व्यावसायिक पर्यावरण बदल गया है एवं इन परिवर्तनों को आत्मसात् करने के अनुरूप कार्य किए जा रहे हैं तो यह विवेकशीलता व्यवसायों को परिवर्तन प्रबंधन में सुविधा प्रदान करती है। कम्पनियों में उन्नति तब आती है जब उनके पास सही स्थान पर ऐसे कुशल

प्रबन्धक होते हैं जो इस बात का अनुमान लगा सके कि कब परिवर्तन घटित करने की आवश्यकता है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता, रोबोटिक्स एवं स्वचालन जैसे नये साधनों के उदय के साथ संगठनों को आगे बढ़ाने के नये तरीके सामने आये हैं। प्रबंधकीय बोधगम्यता एवं पहचान से सम्बन्धित पारंपरिक नेतृत्व मॉडल आज के तीव्र गति से बदलती व्यावसायिक पर्यावरण में सफल एवं प्रगतिशील बनने हेतु पर्याप्त नहीं है। इन तीव्र गति परिवर्तनों को व्यवसाय में पुनः उत्पन्न करने की आवश्यकता है।

4.5 ई-कॉमर्स

‘ई-बिजनेस’ शब्द का प्रतिपादन 1996 में आई बी एम के विपणन एवं इंटरनेट टीम के द्वारा किया गया। 1997 में आई बी एम विपणन ने अपनी एजेन्सी ऑगिलवि एण्ड मैदर के साथ मिलकर सूचना प्रौद्योगिकी समाधानों में अपनी पकड़ एवं विशेषज्ञता का प्रयोग स्वयं को इंटरनेट पर व्यवसाय सम्पन्न करने के क्षेत्र में नेता के रूप में प्रस्तुत किया जिसे ‘ई बिजनेस’ शब्द के द्वारा इंगित किया गया।

ई-व्यवसाय (ई- बिजनेस) का आशय इंटरनेट पर व्यवसाय सम्पादित करने से है जिसका तात्पर्य केवल क्रय एवं विक्रय से नहीं है वरन् इसमें ग्राहकों की सेवा तथा व्यवसाय साझेदारों के साथ संयोजन भी सम्मिलित है। ई- व्यवसाय में ग्राहक सेवा (ई- सेवा) तथा अन्तरा-व्यवसाय कार्य शामिल है। ई-व्यवसाय के कुछ उदाहरण इस प्रकार है : एक ऑनलाइन प्रणाली जो रहतिये का हिसाब रखती है एवं विशिष्ट स्तरों पर सतर्क करती है, ई-व्यवसाय है रहतिया प्रबंधन एक व्यावसायिक प्रक्रिया है। जब यह इलेक्ट्रॉनिक तौर पर सम्पन्न किया जाता है तब यह ई-व्यवसाय का हिस्सा बन जाता है। नये कर्मचारियों के लिए ऑनलाइन प्रवर्तन कार्यक्रम इसके ऑफलाइन स्वरूप को आंशिक या पूर्णतया स्वचालित कर देती है।

4.5.1 ई-कॉमर्स का अर्थ

ई-कॉमर्स को ऐसे वाणिज्यिक लेनदेनों के रूप में परिभाषित किया जाता है जो इलेक्ट्रॉनिक साधनों का प्रयोग करके सम्पन्न किये जाते हैं, इसमें वस्तुओं या सेवाओं की सुपुर्दगी या तो इलेक्ट्रॉनिक तौर पर अथवा उनके मूर्त या अमूर्त रूप में की जाती है। ई-कॉमर्स ऑनलाइन सेवाओं या इंटरनेट पर उत्पादों के क्रय या विक्रय की क्रिया है। इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स कई प्रौद्योगिकियों से युक्त है जैसे मोबाइल कॉमर्स, इलेक्ट्रॉनिक कोष हस्तांतरण, आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन, इंटरनेट विपणन, ऑनलाइन लेनदेन प्रक्रियन, इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज, रहतिया प्रबंधन प्रणाली एवं स्वचालित समंक एकत्रण प्रणाली। ई कॉमर्स के कुछ उदाहरण निम्नवत है :

- अ) **ऑनलाइन खरीददारी** : इंटरनेट पर वस्तुओं का क्रय एवं विक्रय ई-कॉमर्स के सबसे लोकप्रिय उदाहरणों में से है।
- ब) **इलेक्ट्रॉनिक भुगतान** : जब हम ऑनलाइन वस्तुएं क्रय कर रहे हैं तो ऑनलाइन भुगतान की प्रणाली होना भी आवश्यक है।

ई-कॉमर्स में आयी तेजी के साथ क्रेडिट / डेबिट कार्ड एवं मोबाइल वॉलेट का उपयोग करने वाले लोगों की संख्या में अत्यधिक वृद्धि हुई है। नवप्रवर्तनशील वित्तीय सेवाएं आज की आवश्यकता है। भारत के पास विश्व की तेजी से बढ़ती इंटरनेट जनसंख्या है एवं यह ई-कॉमर्स के वृहद् संभाव्यता का परिचायक है। 2019 में ई-कॉमर्स क्षेत्र लगभग \$ 30 बिलियन था।

4.5.2 परंपरागत वाणिज्य बनाम ई-कॉमर्स

वे दिन अब चले गये जब व्यवसाय वस्तुओं एवं सेवाओं का व्यापार परंपरागत तरीके से किया करते थे, उदाहरणार्थ, ग्राहक को बाजार में जाना पड़ता, वह वस्तुओं का अवलोकन करता एवं पूर्व-निर्धारित राशि का भुगतान कर उन्हें प्राप्त करता। वेब आधारित व्यवसाय के आने के पश्चात् व्यक्ति वस्तुओं का क्रय, बिलो का भुगतान अथवा रोकड़ का हस्तांतरण केवल एक क्लिक से कर सकता है।

दोनों विधियों के अपने लाभ एवं दोष हैं। पारंपरिक वाणिज्य एवं ई-वाणिज्य के मध्य अन्तर की चर्चा नीचे की गयी है।

सारणी 4.1: परंपरागत वाणिज्य बनाम ई-वाणिज्य

तुलना हेतु आधार	परंपरागत वाणिज्य	ई-वाणिज्य
अर्थ	परंपरागत वाणिज्य व्यवसाय की एक शाखा है जो उत्पादों एवं सेवाओं के विनिमय पर केन्द्रित होती है एवं इसमें वे सभी क्रियाएं सम्मिलित होती हैं जो विनिमय को किसी भी प्रकार से प्रेरित करती हो।	ई वाणिज्य का आशय वाणिज्यिक लेनदेनों अथवा सूचना के विनिमय को इंटरनेट पर इलेक्ट्रॉनिक तरीके से सम्पन्न करने से है।
लेनदेन का प्रक्रियन	हस्तचालित	स्वचालित
सुगम्यता/पहुँच	सीमित समय	24 × 7
भौतिक निरीक्षण	क्रय से पूर्व वस्तुओं का भौतिक निरीक्षण किया जा सकता है।	क्रय से पूर्व वस्तुओं का भौतिक निरीक्षण नहीं किया जा सकता।
ग्राहक वार्ता	आमने-सामने	स्क्रीन के द्वारा
व्यवसाय का क्षेत्र	एक विशेष क्षेत्र तक सीमित	वैश्विक पहुँच
सूचना विनिमय	सूचना विनिमय हेतु कोई समरूप मंच नहीं	सूचना विनिमय हेतु एक समरूप मंच प्रदान करता है
भुगतान	रोकड़, चेक, क्रेडिट कार्ड, इत्यादि	क्रेडिट कार्ड, कोष हस्तांतरण, ई-वॉलेट इत्यादि
वस्तुओं की सुपुर्दगी	तुरंत	समय लगता है
विपणन	एक मार्गी विपणन	एक से एक (One to One) विपणन

4.5.3 ई-कॉमर्स की विशेषताएँ

ई-कॉमर्स के साइट्स अथाह बाजारों तक पहुँच प्रदान करते हैं। ई-कॉमर्स से सम्बन्धित 10 लक्षण अग्र प्रकार हैं :

- 1) **ऑनलाइन खरीददारी में वास्तविक खरीददारी का अनुभव** — सामान्य जनता इस अनिश्चितता का सामना नहीं करना चाहती जहाँ वह वास्तविक विक्रय प्रतिनिधियों से वार्तालाप करके वस्तु क्रय न कर पाये। ऐसा नहीं है कि ई-कॉमर्स साइट्स आपको यह प्रसन्नता प्रदान नहीं कर सकती। अधिकांश ऑनलाइन फुटकर विक्रेताओं के कार्यालय होते हैं जो वेब पर बात करते हैं, प्रस्ताव ढूँढते हैं एवं आपके प्रत्येक पूछताछ का समाधान करते हैं। ऑनलाइन सदस्यता तो आपको वस्तु को रोक रखने एवं सम्पर्क करने का भी अवसर देते हैं (उदाहरणार्थ, स्टाइल मिनट, बिच बॉक्स) एवं कुछ तो आपको प्रारंभ से ही बात करने का मौका देते हैं जब आप कैटलॉग से खरीददारी करते हैं।
- 2) **लेनदेन हेतु मोबाइल एवं एंड्रॉयड ऐप्स का उपयोग** — मोबाइल फोन के द्वारा कार्य क्षेत्रों को संकुचित कर दिये जाने के कारण क्रय हेतु इन गैजेट्स के उपयोग में बहुत शीघ्र ही वृद्धि होगी। इसके अतिरिक्त इन साइट्स को निश्चित ही एक एप्लीकेशन के रूप में कार्य करना चाहिए एवं अत्यन्त प्रतिक्रियाशील होना चाहिए। हमारे पास अब अनेक प्रकार के एप्लीकेशन्स हैं जो खरीददारों को स्वयं ही वस्तुएं ढूँढने, किश्त वॉलेट का प्रयोग करने, कूपन कोड व कार्ड नम्बर को सुरक्षित रखने में सहायता करते हैं एवं संगठनों के उपयुक्त संवर्धन हेतु 'जी पी एस' का उपयोग करते हैं। ऐसे और भी एप्लीकेशन्स हैं जो आपको विभिन्न दुकानों पर उपलब्ध समान प्रकार की वस्तुओं की लागत में तुलना करने का अवसर देते हैं।
- 3) **बहु-श्रृंखला** — आजकल क्रेता अत्यधिक सरल विनिमय का अनुमान रखते हैं एवं यह आशा करते हैं कि एक बार जो उत्पाद 'कार्ट' में जोड़ दिया जाता है वह ग्राहक सेवा या स्टोर के माध्यम से सुगम्य हो जाता है। इससे यह आवश्यकता उत्पन्न होती है कि सूचना प्रौद्योगिकी से जुड़े अधिकारी व्यावसायिक समूह, ई-कॉमर्स प्वाइंट ऑफ सेल संरचना एवं ग्राहक सम्बन्ध प्रबंधन संरचना में अधिक संसाधनों का निवेश करें।
- 4) **बिग डाटा** — इसे हडूप रणनीति भी कहा जाता है जो वृहद् सूचना प्रबन्धन से सम्बन्धित है। यह एक ऐसा विचार है जो ई कॉमर्स साइट्स के स्वामियों का ध्यान आकर्षित करता रहा है एवं इसकी जड़े काफी गहरी हैं। यह असंबद्ध सूचनाओं एवं ऑनलाइन सूचनाओं को एक साथ समन्वित करता है जिसका लक्ष्य यह है कि फुटकर उद्यमियों की मूल नेतृत्व सीमा को उन्नत किया जा सके। यह फुटकर उद्यमियों को क्रेताओं की छुपी हुई इच्छाओं को समझने में सक्षम बनाता है।
- 5) **अनुकूलन एवं निजीकरण** — एक अस्थिर बाजार में व्यक्ति को परिवर्तन हेतु सदैव तैयार रहना चाहिए, सामान्य रूप से नहीं वरन् निजीकरण के लिए। अनुकूलित प्रस्ताव बाजार में अधिक प्रमुखता प्राप्त करते हैं।
- 6) **परिवर्तन अनुपात की अपेक्षा ग्राहक संलिप्तता को महत्व देना** — आज तक परिवर्तन दरों को सर्वाधिक वरीयता दी जाती थी। परंतु ई-कामर्स गन्तव्यों में वृद्धि के साथ नये ग्राहकों को जुटाना गहन होगा। सामान्यतया फुटकर व्यापारी वर्तमान ग्राहकों को छीनने पर निर्भर करेंगे। ग्राहक प्रतिबद्धता यह सुनिश्चित करेगी कि आपके साइट्स के प्रयोगकर्ता में वृद्धि हो।
- 7) **पुश नोटिफिकेशन** — पुल ब्राउजिंग अब तक का सबसे आधुनिक पैटर्न है पर वह दिन दूर नहीं जब पुश नोटिफिकेशन इससे आगे बढ़ जायेगा। होमपेज पर संदेश, नोटिस आते रहते हैं जो विशिष्ट सूचनाएं प्रदान करते हैं।

- 8) **सोशल नेटवर्किंग साइट्स** – जैसा कि दूरस्थ अंतरव्यैक्तिक संप्रेषण स्थान सर्वविद्यमानता में बढ़ रहा है, फुटकर व्यापारियों को निश्चित ही इस मंच का प्रयोग अपने मदों के विज्ञापन एवं विपणन हेतु करना चाहिए। फेसबुक, ट्विटर, लिंकेडिन वह स्थान है जहाँ आपको सबसे नवीनतम छूट एवं प्रस्तावों के बारे में सूचना मिलेगी।
- 9) **मोबाइल प्वाइंट ऑफ सेल (POS) एवं मोबाइल द्वारा पहुँच** – मोबाइल पी ओ एस एक ऐसा विचार है जिसमें प्रत्येक प्रतिनिधि कार्य करता है एवं चार्जिंग काउन्टर पर जाये बिना ग्राहक को क्रियान्वयन की अनुमति देता है। एंड्रॉयड 4.2 जेलीबीन एवं आई ओ एस 6 ऐसे एप्लीकेशन्स की अनुमति देता है जो ग्राहक को ऐसे एप्लीकेशन्स के साथ असीमित कार्य करने देता है।
- 10) **सर्व श्रृंखला उपभोक्ताओं को फुटकर उद्यमियों का समर्थन** – अब बाजार में ऐसे मोबाइल एप्लीकेशन्स उपलब्ध हैं जो आपको लागतों का विश्लेषण करने, वेब पर सर्वेक्षण की जाँच करने एवं मित्रों को वस्तु का प्रस्ताव देने देते हैं, अतः फुटकर उद्यमियों को उनके विभिन्न श्रृंखलाओं को एक में समामेलित करना होगा ताकि क्रेताओं को समर्थन दिया जा सके।

4.5.4 ई-कॉमर्स के लाभ

ई-कॉमर्स ने सभी व्यवसायों को उनकी वैश्विक उपस्थिति को प्रदर्शित करने का समान अवसर प्रदान कर व्यवसाय को निर्देशित करने के विचार को ही उन्नत कर दिया है। इसी प्रकार इसने ग्राहकों को इंटरनेट खरीददारी एवं सरल विनिमय की सुविधा प्रदान की है। ई-कॉमर्स व्यवसाय की प्रस्तुति के साथ पत्राचार पहले की अपेक्षा सरल हो गया है एवं अन्य सभी वस्तुओं में भी सुधार आया है।

- 1) **यह वैश्विक पहुँच में सहायता करता है** : ई-कॉमर्स से युक्त व्यवसाय की पहुँच पूरे विश्व भर के लोगो तक है। प्रभावी रूप से सभी ई-कॉमर्स व्यवसाय आभासी बहुराष्ट्रीय निगम बन गये हैं। ई-कॉमर्स ने बाजार स्थल को राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय बाजारों तक बढ़ा दिया है। आंतरिक एवं वेब आधारित ई-कॉमर्स परंपरागत व्यावसायिक विधियों की अपेक्षा कहीं अधिक भौगोलिक रूप से बिखरे हुए ग्राहक आधार एवं अधिक व्यावसायिक साझेदारों तक पहुँचने में सहायता करती है।
- 2) **यह अत्यन्त लागत प्रभावी भी है** : ई-कॉमर्स चिन्ताओं के निवारण हेतु अत्यन्त व्यावहारिक समाधान के रूप में उभरा है क्योंकि यह प्रदर्शन, उत्पादन, विपणन, स्कन्ध प्रशासन, ग्राहक सेवा, इत्यादि के व्ययों में कमी लाती है। इसके अतिरिक्त यह व्यवसाय को आगे बढ़ाने हेतु आवश्यक प्रारंभिक भार को भी कम करती हैं। इसी प्रकार यह ग्राहकों से सम्बन्धित समंको को चिन्हित एवं एकत्रित करते हैं जो प्रभावी संवर्धनात्मक तकनीक सृजित करने में सहायता करते हैं।

4.5.5 ई-कॉमर्स के दोष

इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के महत्वपूर्ण कमियां/दोष निम्नवत हैं :

ई-कॉमर्स में व्यक्तिगत स्पर्श की कमी – सभी भौतिक फुटकर विक्रेताओं की व्यक्तिगत कार्यप्रणाली नहीं होती परंतु हम कुछ ऐसे फुटकर विक्रेताओं के बारे में जानते हैं जो मानवीय सम्बन्धों को महत्व देते हैं। परिणामस्वरूप इन फुटकर दुकानों पर खरीददारी संतोषजनक एवं स्फूर्तिदायक होती है। 'अभी खरीदे' (Purchase Now) पर क्लिक करना एवं

आभासी क्रय टोकरी में जमा करना, इन क्रियाओं में विक्रेता के व्यक्तिगत स्पर्श की कमी होती है।

प्रणाली एवं समंक अखण्डता – कम्प्यूटर वायरस एक ऐसा प्रोग्राम होता है जो अपनी प्रतिकृति निर्मित कर लेता है जब प्रोग्राम कोड का डाला गया हिस्सा क्रियान्वित किया जाता है। यह एक दुर्भावनापूर्ण प्रोग्राम होता है। ऐसे वायरस से डेटा की सुरक्षा जो अनावश्यक देरी उत्पन्न करते हैं एवं समस्त संग्रहित सूचनाओं को मिटा सकते हैं, एक अनिवार्यता है ताकि वेबसाइट सुरक्षा के लिए विभिन्न तकनीकी एवं मानवीय खतरो के प्रति लागत प्रभावी प्रतिक्रिया सृजित किया जा सके।

ई-कॉमर्स वस्तुओं में देरी लाती है – ई-कॉमर्स साइट्स उत्पाद को ग्राहकों के हाथ तक पहुँचाने में काफी समय लेती है। यहाँ तक कि त्वरित सुपुर्दगी में भी क्रेता को वस्तु अगले दिन ही प्राप्त हो पाती है। कुछ उन्नत वस्तुएं जैसे डिजिटल पुस्तक अथवा म्यूजिक रिकार्ड की दशा में एक ऑनलाइन व्यवसाय वास्तव में एक भौतिक स्टोर से उत्पाद प्राप्त करने की अपेक्षा त्वरित होता है।

4.6 एम कॉमर्स

एम वाणिज्य या एम कॉमर्स (मोबाइल कॉमर्स) स्मार्ट मोबाइल फोन के द्वारा वस्तुओं एवं सेवाओं का क्रय एवं विक्रय है। ई-कॉमर्स के एक प्रकार के रूप में एम कॉमर्स, प्रयोगकर्ताओं को डेस्कटॉप कम्प्यूटर की आवश्यकता के बिना ही ऑनलाइन खरीददारी के मंच तक पहुँचने में सक्षम बनाती है एवं इसके लिए एप्लीकेशन आधारित घटक का प्रयोग करती है जिसे सामान्य भाषा में ऐप कहा जाता है। एम कॉमर्स व्यवसाय में एक अत्यन्त महत्वपूर्ण कार्य का निर्वाह करता है। यह ऐसा कई महत्वपूर्ण एप्लीकेशन्स के माध्यम से करती है जैसे स्थान (location) आधारित सेवाएं जो ग्राहकों को उनके मोबाइल के माध्यम से एक झलक में ही यह ज्ञात करने में सहायता करती है जिससे वह अपने वर्तमान स्थान के समीप स्थित सेवाओं को ढूँढ सके। इसके साथ ही वे महत्वपूर्ण क्रय समंक के बारे में जान सकते हैं, नये बाजारों तक पहुँच सकते हैं एवं सही समय पर संदेश दे सकते हैं।

4.6.1 स्मार्टफोन का प्रयोग करते हुए ऐप आधारित व्यवसाय

व्यावसायिक सॉफ्टवेयर या एक व्यावसायिक एप्लीकेशन ऐसा कोई भी सॉफ्टवेयर या कम्प्यूटर प्रोग्राम का समुच्चय है जो व्यावसायिक प्रयोगकर्ताओं द्वारा विभिन्न व्यावसायिक क्रियाओं को सम्पन्न करने हेतु प्रयोग किया जाता है। इन व्यावसायिक एप्लीकेशन का उपयोग उत्पादकता को बढ़ाने, उत्पादकता को मापने एवं अन्य व्यावसायिक कार्यों को परिशुद्धता से सम्पादित करने हेतु किया जाता है।

यह खण्ड मोबाइल एप्लीकेशन मूल्य श्रृंखला में मुख्य खिलाड़ियों को चिन्हित करने पर प्रकाश डालेगा :

- विस्तृत पूर्वानुमानो एवं सांख्यिकीय सामग्री से लाभ
- मोबाइल एप्लीकेशन बाजार में व्यावसायिक अवसरों को पहचानना
- कल के सर्वाधिक लाभदायक मुद्रीकरण रणनीतियों का अनुमान लगाना
- मोबाइल नेटवर्क ऑपरेटर्स के लिए बाजार अवसरों के बारे में जानना
- विद्यमान मोबाइल ऐप मंचों का मूल्यांकन करना

मोबाइल फोन के लिए विशेष रूप से बनाये गये सॉफ्टवेयर को लगभग 10 वर्षों से अधिक हो गये हैं एवं एप्लीकेशन स्टोर के संवर्धन से पूर्व मोबाइल विषय-वस्तु एवं एप्लीकेशन्स के परिचालन को नियमित रूप से पोर्टल के माध्यम से चिन्हित किया जाता है जिनका निरीक्षण प्रणाली प्रशासको द्वारा किया जाता है।

4.6.2 व्यवसाय में बटुआ एवं प्लास्टिक मुद्रा

प्लास्टिक मुद्रा का उदय व्यावसायिक लेनदेनों को सम्पन्न करने के एक महत्वपूर्ण तरीके के रूप में हुआ है। छः शहरो दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता, चेन्नई, बेंगलोर एवं हैदराबाद के कार्डधारको के मध्य किए गए नवीनतम अमेरिकी एक्सप्रेस 'शेयर ऑफ वॉलेट' अध्ययन यह दर्शाता है कि कार्ड का उपयोग रेस्तरां में खाने एवं खरीददारी के लिए सर्वाधिक होता है, यद्यपि यह भ्रमण सम्बन्धित व्ययों के लिए भी लोकप्रिय है, जैसे हवाई टिकट, होटल एवं कार का भाड़ा, इत्यादि। भारत सरकार द्वारा 8 नवम्बर 2016 को घोषित भारत के प्रथम बड़े विमुद्रीकरण एवं फलस्वरूप हुए रोकड़ की कमी तीव्र गति से बढ़ती देश की अर्थव्यवस्था में अवरोध के स्वरूप में आया पर 38 करोड़ स्मार्टफोन प्रयोग-कर्ताओं में से 23.3 करोड़ गैर बैंकिंग लोग जो प्लास्टिक मुद्रा मंच का बिल्कुल भी प्रयोग नहीं कर रहे थे वे प्रत्यक्ष रूप से डिजिटल लेनदेन से जुड़ गये। इसमें कोई आश्चर्य नहीं जब नन्दन नीलकनी, भारत के सबसे विख्यात सूचना प्रौद्योगिकी विशेषज्ञों में से एक एवं आधार कार्ड के सृजनकर्ता; 1,000 एवं 500 के नोटो के विमुद्रीकरण का पक्ष लेते हुए यह कहते हैं कि डिजिटल लेनदेन अगले तीन से छः महीनो में उस दर से बढ़ेगा जो अन्यथा तीन से छः वर्षों में होता।

एक ई-बटुआ अथवा एक डिजिटल बटुआ जैसे पेट्टीएम एक आभासी बटुआ है जिसमें आप अपना धन जमा कर सकते हैं एवं इन बटुओं का उपयोग डिजिटल भुगतान सेवाओं के लिए किया जा सकता है। डिजिटल भुगतान सेवाओं से आशय ऐसी बातों से है जैसे भौतिक चलन की आवश्यकता के बिना व्यवसाय पर भुगतान करने में सक्षम होना। इन बटुओं का प्रयोग भुगतान अदा करने एवं भुगतान प्राप्त करने दोनों के लिए किया जा सकता है। ये बटुए भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा नियमित होते हैं एवं प्रयोगकर्ताओं को गैर 'के वाई सी' (अपने ग्राहक को जाने- Know Your customer) खातों में 20,000 रुपये तक का शेष (balance) रखने की अनुमति देता है एवं 'के वाई सी' खातों में यह सीमा उच्चतर है एवं 1,00,000 रुपये तक है। लोकप्रिय ई-बटुओं के उदाहरण हैं फ्री चार्ज, मोबिक्विक, पे टी एम, इत्यादि।

एक इलेक्ट्रॉनिक मुद्रा प्रक्रियन मंच आपको शून्य से प्रारंभ किये बिना अपना स्वयं का भुगतान व्यवसाय निर्मित करने का अवसर देता है। यह सभी प्रकार के भुगतानों एवं हस्तांतरण के लिए एक पूर्ण भुगतान प्रणाली है। भले ही आप वित्तीय सेवा कम्पनी परिचालित कर रहे हो या फुटकर नेटवर्क अथवा टेलीकॉम ऑपरेटर, ई- बटुए व्यवसायों को अद्यतन तकनीकी प्रवृत्तियों से युक्त रखते हैं।

अपनी प्रगति जाँचिए 2

1) प्रौद्योगिकी व्यावसायिक लागतों को कम करने में कैसे सहायता करती है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) ई-कॉमर्स क्या है? ई-कॉमर्स के कुछ उदाहरण दीजिए।

.....
.....
.....
.....

3) ई-कॉमर्स के दोष क्या है?

.....
.....
.....
.....

4) भारत में ई-बटुओं एवं डिजिटल बटुओं की नियामक संस्था कौन है?

.....
.....
.....
.....

4.7 फ्रैन्चाइजिंग (विशेष विक्रय अधिकार)

एक फ्रैन्चाइज़ परिचालन में मूल व्यवसाय का स्वामी जिसे फ्रैन्चाइज़र के नाम से जाना जाता है, वह अपने ब्रान्ड के उपयोग करने का अधिकार एक उद्यमी जिसे फ्रैन्चाइज़ी कहा जाता है, को अनिवार्य रूप से बेचते हैं। प्रतिफल में फ्रैन्चाइज़ी फ्रैन्चाइज़र के व्यावसायिक मॉडल का पालन करने एवं विक्रय इकाइयों के प्रतिशत के आधार पर फ्रैन्चाइज़र को अधिकार शुल्क का भुगतान करने हेतु सहमत होते हैं।

फ्रैन्चाइजिंग व्यावसायिक विकास हेतु एक महत्वपूर्ण क्रियाविधि के रूप में उभर रहा है। इसके क्रियान्वयन की दशा में एक फ्रैन्चाइज़र अपना तकनीकी ज्ञान, कार्यप्रणाली, संरक्षित नवप्रवर्तन, अपनी कार्य योजना का उपयोग, ब्राण्ड एवं अपने चिन्हित वस्तुओं को बेचने एवं प्रशासन का लाइसेन्स फ्रैन्चाइज़ी को प्रदान करता है। परिणामस्वरूप फ्रैन्चाइज़ी कुछ निश्चित राशि का भुगतान करते हैं एवं फ्रैन्चाइज़ी अनुबन्ध में उल्लिखित विशिष्ट प्रतिबद्धताओं की पूर्ति के लिए सहमति देते हैं। फ्रैन्चाइज़ (Franchise) एक ऐंग्लो फ्रेंच निगमन है जो फ्रैन्क से उत्पन्न हुआ है जिसका अर्थ है स्वतंत्र एवं इसका उपयोग एक वस्तु एवं एक क्रिया दोनों रूप में किया जाता है। फ्रैन्चाइज़र के लिए स्थापित संरचना का उपयोग एक चयनात्मक व्यावसायिक विकास तकनीक है जो निगमीय दुकानों या 'श्रृंखला स्टोर्स' के माध्यम से क्रियाशील होती है।

4.7.1 फ्रैन्चाइजिंग के लाभ

व्यवसाय क्रय करते समय फ्रैन्चाइज़ के बारे में सोचने का सबसे महत्वपूर्ण कारण यह है कि आप एक प्रणाली क्रय कर रहे हैं। चूँकि इसमें पूर्व से ही स्थापित, स्वीकृत प्रणाली होती है अतः उपलब्धि की संभावना भी अधिक होती है यदि आप इसका पालन करें। इन प्रणालियों की रचना बेहतर कुशलता प्राप्त करने एवं प्रत्येक फ्रैन्चाइज़ के विक्रय को बढ़ाने हेतु किया जाता है।

पूँजी - फ्रैन्चाइज़र की पूँजी आवश्यकता कम होगी क्योंकि प्रत्येक फ्रैन्चाइज़ड श्रृंखला को खोलने के लिए फ्रैन्चाइज़ी पूँजी प्रदान करेगा।

प्रभावशाली प्रबंध : प्रत्येक फ्रैन्चाइज़ड इकाई का स्थानीय प्रबंधन अत्यंत अभिप्रेरित एवं सहायक होगा। वे फ्रैन्चाइड इकाई की देखभाल अपने स्वयं की सम्पत्ति की भाँति करते हैं एवं यह प्रवृत्ति उच्चतर विक्रय एवं लाभ स्तर की ओर अग्रसर होती है।

कम कर्मचारी : कर्मचारियों की संख्या जिनकी आवश्यकता एक फ्रैन्चाइज़र को फ्रैन्चाइज तंत्र के परिचालन हेतु पड़ती है वह कम्पनी स्वामित्व वाली इकाइयों के तंत्र के परिचालन हेतु आवश्यक संख्या से कहीं कम होती है।

वृद्धि की गति : एक फ्रैन्चाइज तंत्र उतनी तीव्रता से वृद्धि कर सकता है जितनी तीव्रता से एक फ्रैन्चाइज़र अपने फ्रैन्चाइज़ियों की भर्ती एवं प्रशिक्षण हेतु आवश्यक अवसंरचना को विकसित कर सकता है।

दैनिक परिचालन में कम संलिप्तता : फ्रैन्चाइज़र को प्रत्येक इकाई के दैनिक परिचालन में सम्मिलित होने की आवश्यकता नहीं पड़ती है।

जोखिम एवं जवाबदेही : फ्रैन्चाइज़र अपनी पूँजी जोखिम में नहीं डालता एवं ना ही उसे पञ्ज अनुवंश, रोज़गार अनुबन्ध इत्यादि पर हस्ताक्षर करने पड़ते हैं।

प्रचार एवं समर्थन : फ्रैन्चाइज़र लक्ष्य ग्राहकों तक अधिक कुशलतापूर्वक पहुँच पाता है।

विश्वव्यापी विकास : अंतरराष्ट्रीय वृद्धि सरल एवं तीव्र होती है क्योंकि फ्रैन्चाइज़ी के पास स्थानीय बाजार ज्ञान होता है।

4.8 संभार तंत्र (लॉजिस्टिक्स) एवं आपूर्ति श्रृंखला व्यवसाय

जहाँ तक इतिहास में लेखा प्राप्त होता है, उसके अनुसार व्यक्तियों को जिन वस्तुओं की आवश्यकता होती थी, उसकी सुपुर्दगी सामान्यतया वहाँ नहीं होती थी जहाँ उनके उपभोग की आवश्यकता हुआ करती थी अथवा ये उत्पाद उस समय उपलब्ध नहीं होते थे जब व्यक्तियों को उनके उपभोग की आवश्यकता होती थी। पोषण एवं विभिन्न मर्दें सामान्यतया बिखरी हुई होती थी एवं वर्ष के विशेष अवसरों पर प्रचुरता में उपलब्ध होती थी। पहले लोग वस्तुओं को उनके तत्काल क्षेत्रों पर भक्षण करने का निर्णय लेते थे अथवा उत्पादों को पसंदीदा स्थलों पर ले जाते थे एवं बाद में उपयोग हेतु रख लेते थे।

जैसे-जैसे संभारतंत्र संरचना में वृद्धि होती है, उपयोग एवं उत्पत्ति भौमकीय रूप से अलग होना प्रारंभ हो जाते हैं। जिलों को उन मर्दों में कुछ विशेषज्ञता होती है जिनकी सुपुर्दगी सामान्यता प्रभावी ढंग से की जा सकती है। आधिक्य को मौद्रिक रूप से अन्य सुपुर्दगी क्षेत्रों में भेजा जा सकता है एवं स्थानीय रूप से सृजित न होने वाले आवश्यक वस्तुओं का आयात किया जाता है। यह व्यापारिक क्रियाविधि समान स्तर की प्राथमिकता वाले बिन्दुओं का प्रमाप तय करते हैं। इस समरूप प्रमाप को जब विश्व बाजारों से जोड़ा जाता है तो यह उस वैश्विक विनिमय की असामान्य स्थिति को स्पष्ट करती है जो आज घटित हो रही है। कुशल संभारतंत्र संरचना विश्व संगठनों को इस तथ्य को बदलने में सक्षम बनाती है कि भूमि एवं वहाँ रहने वाली सामान्य जनसंख्या समान रूप से लाभदायक नहीं होती है। संभार तंत्र विनिमय का सार है। यह हम सभी के लिए जीवन के एक उच्चतर वित्तीय मार्ग को प्रशस्त करता है।

4.8.1 संभार तंत्र का महत्व

संभारतंत्र फर्म के प्रदाताओं एवं ग्राहकों के लिए मूल्य तथा संगठन के साझेदारों के लिए अभिप्रेरणा के सृजन से सम्बन्धित है। संभारतंत्र में मूल्य को समय एवं स्थान के रूप में संप्रेषित किया जाता है। वस्तुओं एवं सेवाओं का तब तक कोई मूल्य नहीं है यदि वे उन ग्राहकों के स्वामित्व में न हो जो उन्हें जब (समय) एवं जहाँ (स्थान) उपभोग करना चाहते हो। उदाहरणार्थ, एक खेल घटना (gamesa event) में छूट का क्रेताओं के लिए कोई मूल्य नहीं है यदि उनके लिए उस समय एवं स्थान पर पहुँचना संभव न हो जहाँ वह घटना घट रही है। उत्तम संभार तंत्र प्रबंधन स्टोर नेटवर्क में प्रत्येक क्रिया को मूल्य सम्मिलन के एक तरीके के रूप में देखते हैं। मूल्य तब जुड़ता है जब ग्राहक किसी वस्तु या सेवा के लिए उस पर व्यय रकम से अधिक भुगतान करने हेतु तत्पर रहता है। पूरे विश्व भर में असंख्य संगठनों के लिए संभार तंत्र अनवरत रूप से एक अनिवार्य मूल्य के रूप में परिणत होता है जिसमें विविध कारणों से प्रक्रिया भी सम्मिलित होती है।

‘प्राप्ति’ (Procurement) को उन समस्त क्रियाओं के रूप में परिभाषित किया जाता है जो उपयोगकर्ता की आवश्यकताओं के अनुरूप वस्तुओं एवं सेवाओं को प्राप्त करने हेतु आवश्यक होते हैं। प्राप्ति प्रक्रिया को ‘आपूर्तिकर्ता सम्बन्ध प्रबन्धन’ के नाम से भी संबोधित किया जाता है। व्यावहारिक भण्डारगृह में विपणन, शोध एवं विकास, वित्त, उत्पादन, क्रय एवं संभार तंत्र समाहित होता है। इन क्रियाविधियों की क्रियाएं एक उपयोगी भण्डारगृह के अंदर निहित होती हैं पर फिर भी सम्पूर्ण क्रियाविधि एक क्षमता के अंतर्गत निहित नहीं हो सकती है। प्रत्येक क्रियाविधि प्रमुख एवं परिचालनात्मक आयामों पर प्रस्तुत किए जाते हैं। मुख्य अंश प्रत्येक क्रियाविधि की नींव एवं प्रमुख प्रशासन निहित होता है एवं उपयोग हेतु रुपरेखा प्रदान करता है। यह आपूर्ति श्रृंखला से विभिन्न व्यक्तियों को फर्म के साथ समामेलित करने का महत्वपूर्ण प्रारंभिक चरण है। परिचालन खण्ड क्रियाविधि का क्रियान्वयन है जब एक बार यह स्थापित हो जाता है।

4.9 बहिःस्रोतन एवं अपतटीय क्रिया

बहिः स्रोतन (Out sourcing) एवं अपतटीय क्रिया (Offshoring) ऐसे दो शब्द हैं जिनसे प्रत्येक व्यवसायी परिचित होता है चाहे वे अपने व्यवसाय की किसी क्रिया का बहिः स्रोतन करते हो अथवा नहीं। अधिकांश समय इन दोनों शब्दों का प्रयोग एक दूसरे के स्थान पर कर लिया जाता है अथवा कुछ लोगो को यह भ्रम होता है कि ये दोनों एक एवं समान हैं। यद्यपि इन दोनों में कुछ मौलिक अन्तर है। बहिः स्रोतन इस बात की ओर संकेत देता है कि एक संगठन किसी वाह्य पक्ष को कार्य का ठेका देते हैं जबकि अपतटीय क्रिया किसी वैकल्पिक देश में कार्य को पूर्ण करने की ओर इंगित करता है। सबसे बड़ा विरोधाभास यह है कि बहिःस्रोतन का अपतटीय क्रिया किया जा सकता है पर अपतटीय क्रिया में बहिःस्रोतन सम्मिलित नहीं होता।

4.9.1 बहिःस्रोतन

सरल शब्दों में, बहिःस्रोतन का आशय किसी तृतीय पक्ष को आपके व्यवसाय के कुछ निश्चित कार्यों को सम्पन्न करने हेतु ठेका देने की क्रिया से है। बहिःस्रोतन परिचालन लागतों को कम करने हेतु किया जा सकता है क्योंकि बहिःस्रोतन एक आंतरिक दल को नियुक्त करने की अपेक्षा अधिक लागत प्रभावी होता है।

1980 के दशक के अन्त एवं 1990 के दशक के मध्य में बहिःस्रोतन एक भली भाँति ज्ञात व्यावसायिक तकनीक में परिणत हो चुका था जिससे बढ़ती हुई कई लागतों एवं अनवरत

रूप से विश्व भर में फैले वाणिज्यिक केन्द्रों का सामना किया जा सके। मूल रूप से बहिःस्रोतन निश्चित व्यावसायिक क्षमताओं हेतु वाह्य पक्षों के विशिष्ट सहयोग का उपयोग करने का एक तरीका है। एक समय ऐसा था जब बहिःस्रोतन वृहद्, वैश्विक उपक्रमों तक ही सीमित था परन्तु आज सभी आकार के संगठन बहिःस्रोतन के लाभों को समझते हैं। कई बार बहिःस्रोतन के लाभ एक वृद्धि प्रक्रिया नहीं होती वरन् वह एक आवश्यकता होती है। अपने व्यवसाय को विकसित करने, किसी मद को प्रारंभ करने अथवा क्रियाओं के निरीक्षण हेतु अधिकांशतया प्रमुख विश्वसनीय उपागम होता है किसी वाह्य व्यापारी को निश्चित लक्ष्य देना।

4.9.2 अपतटीय क्रिया

अपतटीय क्रिया (offshoring) एक देश से दूसरे देश में व्यावसायिक प्रक्रिया का पुनर्स्थापन है, विशेषतया एक परिचालन प्रक्रिया जैसे निर्माण अथवा समर्थन प्रक्रियाएँ जैसे लेखांकन। सामान्यतया, यह कम्पनी व्यवसाय की ओर इंगित करता है यद्यपि राज्य सरकारें भी अपतटीय क्रिया का उपयोग कर सकते हैं। अपतटीय क्रिया से आशय एक कम्पनी द्वारा अधिकतम लागत लाभ अर्जित करने हेतु अपनी विभिन्न सेवाओं या कार्यों को किसी अन्य देश में सम्पन्न करवाने से है। अपतटीय क्रिया सामान्यतया एक ऐसे देश को ढूँढ कर किया जाता है जहाँ विनिमय दर आपके व्यवसाय को विशिष्ट मौद्रिक लाभ प्रदान करता है। पश्चिमी देशों जैसे संयुक्त राज्य अमेरिका या ब्रिटेन में स्थित कम्पनियों, अपने व्यवसाय से सम्बन्धित अपतटीय क्रिया भारत, फिलीपाइन्स एवं चीन जैसे देशों में करते हैं।

4.9.3 बहिःस्रोतन एवं अपतटीय क्रिया में अन्तर

जैसा कि ऊपर विवेचन किया गया है, बहिःस्रोतन किसी संगठन द्वारा वाह्य पक्ष को कार्य का ठेका देने की ओर इंगित करता है जबकि अपतटीय क्रिया लागत प्रभावी दृष्टिकोण से कार्य के अधिकांश भाग को किसी वैकल्पिक देश में पूर्ण करने की ओर संकेत करता है। सबसे बड़ा विरोधाभास यही है कि बहिःस्रोतन को अपतटीय क्रिया से पूरा किया जा सकता है एवं वह भी नियमित तौर पर जबकि अपतटीय क्रिया में निरन्तर पुनः आबंटन सम्मिलित नहीं होता।

सारणी 4.2: बहिःस्रोतन एवं अपतटीय क्रिया के मध्य तुलना

तुलना हेतु आधार	बहिःस्रोतन	अपतटीय क्रिया
अर्थ	बहिःस्रोतन का आशय व्यावसायिक क्रियाओं का वाह्य संगठन को कार्यभार देना है।	अपतटीय क्रिया से आशय व्यावसायिक क्रियाओं का किसी अन्य देश में पुनर्स्थापन से है।
यह क्या इंगित करता है?	कार्यों का तृतीय पक्ष को स्थानान्तरण	क्रियाओं अथवा कार्यालय का स्थानान्तरण
उद्देश्य	प्रमुख व्यावसायिक क्रियाओं पर ध्यान केन्द्रित करना	निम्न श्रम लागत
कार्य सम्पन्न किया जाता है	गैर-कर्मचारियों द्वारा	संगठन के कर्मचारियों द्वारा
स्थान	देश के भीतर अथवा बाहर	देश के बाहर

1) बाजारों का आधुनिक वर्गीकरण क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

2) विश्व के कुछ सबसे बड़ फ्रैन्चाइजी का नामोल्लेख कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

3) आपूर्ति श्रृंखला प्रबन्धन के उद्देश्य क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

4) अपतटीय क्रिया के क्या लाभ है?

.....

.....

.....

.....

.....

4.10 सारांश

इंटरनेट ने हमारे जीवन को इतने अधिक तरीकों से प्रभावित किया है जो हम सोच भी नहीं सकते। इंटरनेट के विकास ने व्यवसाय के दैनिक परिचालन को काफी परिवर्तित किया है जिसमें यह भी सम्मिलित है कि वे एक दूसरे से एवं अपने ग्राहकों के साथ कैसे सम्पर्क स्थापित करते हैं।

वस्तुओं का अन्तर्जाल (इंटरनेट ऑफ थिंग्स) उपकरणों का एक तंत्र है जो वस्तुओं को जुड़ने, अभिक्रिया करने एवं समंक विनिमय की अनुमति देता है। इसमें हमारी दुनिया को बदलने की क्षमता है।

प्रौद्योगिकी नवप्रवर्तन एक ऐसा नाम है जो कम्प्यूटरीकरण के वर्तमान पैटर्न एवं नवप्रवर्तन संगठन में प्रयुक्त सूचना विनिमय को दिया गया है। इसमें डिजिटल भौतिक संरचना, वस्तुओं का अन्तर्जाल, क्लाउड कम्प्यूटिंग एवं संज्ञानात्मक कम्प्यूटिंग शामिल हैं। व्यवसाय की कुछ उभरती हुई प्रवृत्तियां हैं— (1) स्वचालन, (2) ब्लॉकचेन, (3) कृत्रिम बुद्धिमता, (4) मशीनी अधिगम, (5) सामाजिक खरीददारी, (6) रोबोटिक्स, (7) ई-टेलिंग (8) फुटकर उद्यमिता।

व्यवसाय तकनीकी वातावरण में हुए परिवर्तनों से प्रभावित होते हैं। प्रौद्योगिकी क्रांति लाती है एवं व्यवसायों के लिए जोखिम, अवसर तथा खतरे प्रस्तुत करती है। प्रौद्योगिकी (1) व्यावसायिक चक्र को कम करके (2) संप्रेषण समन्वय व (3) व्यापार में संभावित वृद्धि के द्वारा व्यवसायों को अनेक लाभ प्रदान करते हैं।

ई-कॉमर्स का आशय इंटरनेट पर व्यवसाय सम्पन्न करने से है जिसमें ग्राहक सेवा एवं अन्य व्यावसायिक कार्य सम्मिलित होते हैं। ई-कॉमर्स साइट्स ने वृहद् बाजारों तक पहुंच प्रदान की है। ई-कॉमर्स साइट्स के विविध लक्षण हैं – (1) ऑनलाइन खरीददारी में वास्तविक खरीददारी का अनुभव (2) लेनदेन हेतु मोबाइल एवं एंड्रॉइड ऐप का उपयोग करना (3) बहु-श्रृंखला (4) बिग डेटा (5) अनुकूलन और निजीकरण (6) रूपांतरण अनुपात की तुलना में ग्राहक संलिप्तता को मान्यता (7) पुश नोटिफिकेशन (8) सोशल नेटवर्किंग साइट्स (9) मोबाइल प्वाइंट ऑफ सेल एवं मोबाइल के माध्यम से पहुँच (10) सर्व-श्रृंखला वाले ग्राहकों को फुटकर व्यापारियों का समर्थन।

ई-वॉलेट वह आभासी बटुआ है जिसमें आप अपना धन जमा कर सकते हैं एवं इन बटुओं का प्रयोग डिजिटल भुगतान सेवाओं को प्राप्त करने हेतु किया जा सकता है।

फ्रैन्चाइजिंग फ्रैन्चाइजर एवं फ्रैन्चाइजी के मध्य एक अनुबंध है जिसमें फ्रैन्चाइजर मूल व्यवसाय का मालिक होता है और वह ब्राण्ड के उपयोग करने का अधिकार एक उद्यमी को बेचता है जो फ्रैन्चाइजी कहलाता है।

बहिःस्रोतन से तात्पर्य परिचालन लागत को कम करने हेतु कुछ कार्यों को सम्पन्न करने के लिए तृतीय पक्ष कम्पनी को ठेका देने से है जबकि अपतटीय क्रिया व्यावसायिक प्रक्रिया का एक देश से दूसरे देश में पुनस्थापन है।

4.11 शब्दावली

वस्तुओं का अन्तर्जाल (IOT) : वस्तुओं का अन्तर्जाल (Internet of Things– IOT) उपकरणों, वाहनो एवं घरेलू उपकरणों का एक तंत्र है जिसमें इलेक्ट्रॉनिक्स, सॉफ्टवेयर, परिचालक एवं कनेक्टिविटी निहित होता है जो वस्तुओं को जुड़ने, अभिक्रिया करने एवं समंक विनिमय में सक्षम बनाती है।

उद्योग 4.0 : यह निर्माणी प्रौद्योगिकियों में स्वचालन एवं समंक विनिमय की वर्तमान प्रवृत्ति को दिया गया एक नाम है।

ब्लॉकचेन : ब्लॉकचेन को एक ऐसे डिजिटल विकेन्द्रित खाते के रूप में परिभाषित किया जाता है जो समस्त क्रिप्टोकॉरेंसी लेनदेनों का हिसाब रखता है।

- ई-कॉमर्स (E-Commerce)** : ई-कॉमर्स का आशय वाणिज्यिक लेनदेनों अथवा सूचना विनिमय को इंटरनेट पर इलेक्ट्रॉनिक तौर पर सम्पन्न करने से है।
- ई-बटुआ (E-Wallets)** : ई-बटुआ एक आभासी बटुआ है जिसमें आप अपनी धनराशि जमा कर सकते हैं एवं इन बटुओं का प्रयोग डिजिटल भुगतान सेवओं का लाभ उठाने के लिए किया जा सकता है।
- फ्रैंचाइजिंग (Franchising)** : फ्रैंचाइजिंग व्यवसाय का एक ऐसा स्वरूप है जिसमें किसी उत्पाद, सेवा या विधि का स्वामी (फ्रैंचाइज़र) समबद्ध डीलर (फ्रैंचाइज़ी) के माध्यम से वितरण करवाता है।
- बहिःस्रोतन (Outsourcing)** : बहिःस्रोतन का आशय अपने व्यवसाय के कुछ निश्चित कार्यो को सम्पन्न करने हेतु तीसरे पक्ष को कार्य का ठेका देना है।

4.12 स्वपरख प्रश्न

- 1) वस्तुओं के अंतर्जाल (IOT) का एक संक्षिप्त विवरण दीजिए।
- 2) व्यवसाय में उभरती विविध प्रवृत्तियां कौन सी हैं?
- 3) आज के समय में प्रौद्योगिकी ने व्यवसाय को कैसे प्रभावित किया है एवं इसके क्या लाभ हैं?
- 4) ई-कॉमर्स एवं परंपरागत कॉमर्स में क्या अन्तर है?
- 5) ई-कॉमर्स के लक्षण क्या हैं?
- 6) डिजिटल वॉलेट क्या है?
- 7) संभार तंत्र क्या है? संभार तंत्र के महत्व का उल्लेख कीजिए।
- 8) बहिःस्रोतन क्या है? यह अपतटीय क्रिया से किस प्रकार भिन्न है?

नोट: ये प्रश्न आपको इकाई को बेहतर ढंग से समझने में मदद करेंगे। उनके लिए उत्तर लिखने का प्रयास करें। लेकिन अपने जवाब विश्वविद्यालय को न भेजें। वे आपके अभ्यास के लिए हैं।

NOTES



NOTES

