UDGAM VIGYATI, Volume 2, 2015, (November)
Online ISSN 2455-2488
Page No.328-331

व्यवसाय और व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व

डॉ. धीरज शर्मा
सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य
शासकीय महारानी लक्ष्मीबाई
स्नातकोत्तर कन्या महाविद्यालय,
किला भवन, इन्दौर (म.प्र.)

डॉ. विशाल पुरोहित
सहायक प्राध्यापक, वाणिज्य
शासकीय महारानी लक्ष्मीबाई
स्नातकोत्तर कन्या महाविद्यालय,
किला भवन, इन्दौर (म.प्र.)

सामान्य परिचय :–

व्यावसायिक सामाजिक उत्तरदायित्व को समझने के पूर्व व्यवसाय को समझना आवश्यक होगा। व्यवसाय से आशय एक दिये कार्य से है जो लाभ कमाने के उद्देश्य से सतत् रूप से किया जाता है, यदि कोई व्यक्ति लाभ कमाने हेतु पुस्तक बेचने का कार्य दिन–प्रतिदिन–प्रतिवर्ष करता है तो यह व्यवसाय है किन्तु कोई विद्यार्थी अपनी पुरानी पुस्तक को बेचता है तो यह व्यवसाय नहीं है। क्योंकि विद्यार्थी का उद्देश्य लाभ कमाना हो सकता है। किन्तु वह यह कार्य सतत् नहीं कर रहा है। व्यवसाय में मुख्य रूप से तीन क्षेत्रों को शामिल किया जाता है।

1. व्यापार
2. उद्योग
3. पेशा

व्यापार

इसके अन्तर्गत वस्तुओं का क्रय–विक्रय किया जाता है जिसका निर्माण स्वयं नहीं किया जाता बल्कि निर्मित वस्तु का क्रय विक्रय एक से दूसरे व्यापार में किया जाता है। भारत में यह अधिक विकसित है।

उद्योग

इसके अन्तर्गत वस्तु का स्वरूप कच्चे माल से निर्मित माल में परिवर्तित किया जाता है। भारत में यह स्वरूप कम विकसित है।

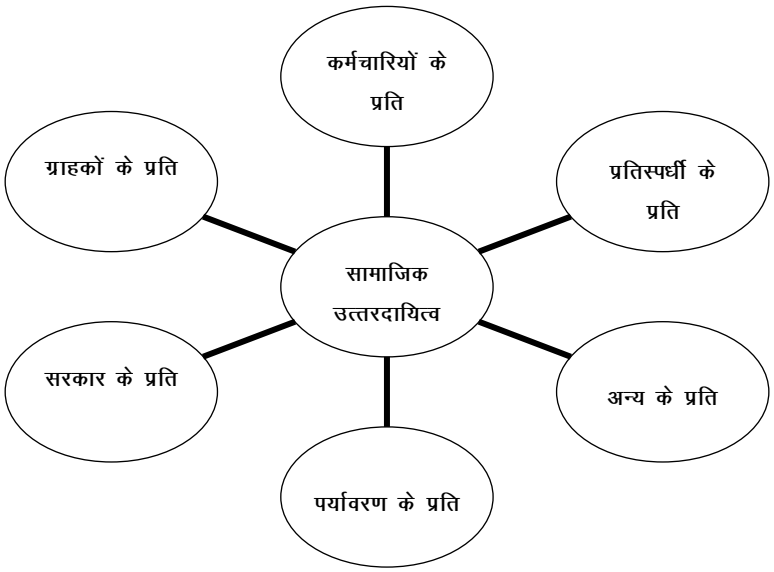
पेशा

यह व्यवसाय का सबसे कम विनियोग और अधिक लाभ देने वाला स्वरूप है। इसमें सेवाओं का विक्रय किया जाता है और आवश्यकता पड़ने पर उसका क्रय किया जाता है। यह स्वरूप भारत को न केवल राष्ट्रीय बल्कि अन्तर्राष्ट्रीय पहचान दिला चुका है। इस स्वरूप में डाक्टर, शिक्षक, वकील, साफ्टवेयर प्रोग्रामर, डेवलपर, कोचिंग संस्था आदि को शामिल करते हैं।

प्रत्येक व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व होते हैं। सामाजिक उत्तरदायित्व अर्थात् समाज के प्रति व्यवसाय के उत्तरदायित्व इन्हें निम्न बिन्दुओं में समझा जा सकता है –

UDGAM VIGYATI, Volume 2, 2015, (November)
Online ISSN 2455-2488
Page No.328-331

सामाजिक उत्तरदायित्वों में निम्न शामिल हैं –



ग्राहकों के प्रति उत्तरदायित्व –

1. श्रेष्ठ किस्म की वस्तु उपलब्ध कराना।
2. उचित कीमत पर वस्तु उपलब्ध कराना।
3. ग्राहकों से मधुर संबंध रखना।
4. कड़वे शब्दों का प्रयोग न करना।
5. समय–समय पर छूट व अन्य सुविधा उपलब्ध कराना।
6. श्रेष्ठ सेवा प्रदान करना।
7. ग्राहकों से वजन और कीमत में धोखाधड़ी न करना।
8. अधिक अवकाश न रखना।
9. ग्राहकों से मानवीय व्यवहार करना।
10. अश्लीलता न फैलाना।

कर्मचारियों के प्रति –

1. समय पर वेतन देना।
2. समय–समय पर बोनस और कमीशन देना।
3. कर्मचारियों से मानवीय व्यवहार करना।
4. मंहगाई बढ़ने पर महंगाई भत्ता देना।
5. वेतन वृद्धि देना।
6. पदोन्नति योग्यतानुसार देना।

UDGAM VIGYATI, Volume 2, 2015, (November)
Online ISSN 2455-2488
Page No.328-331

प्रतिस्पर्धी के प्रति –

1. श्रेष्ठ व्यवहार करना।
2. धोखाधड़ी न करना।
3. कुरील नीतियों का प्रयोग न करना।

सरकार के प्रति –

1. समय पर कर चुकाना।
2. सरकार के नियमों का पालन करना।
3. लाइसेंस प्राप्त करना।
4. उत्पादन मानकों को ध्यान रखना।
5. भ्रष्टाचार को बढ़ावा न देना आदि।

पर्यावरण के प्रति –

1. अमानक तत्वों का प्रयोग न करना।
2. जहरीली गैसों का प्रयोग न करना।
3. वायु प्रदूषण, जल प्रदूषण और ध्वनि प्रदूषण के साथ–साथ नाभिकिय प्रदूषण से भी पर्यावरण को बचाना।
4. जहरीली वस्तुएं जल में निस्तारित न करना।
5. जहरीले धुएं और गैसों से कर्मचारियों को बचाना और बीमा प्रदान करना।
6. सकारात्मक कार्यों के रूप में ज्यादा से ज्यादा पौधे लगाना।
7. सरकार की पर्यावरण जागरूकता नीतियों का समर्थन करना।
8. पर्यावरण की सुरक्षा हेतु सरकार द्वारा उठाए कदम का आर्थिक और नैतिक रूप से समर्थन करना।

निष्कर्ष –

व्यवसायिक सामाजिक उत्तरदायित्वों का यदि उचित प्रकार से निर्वहन व्यापारी द्वारा किया जाए तो निश्चित रूप से व्यापारी अपने दायित्वों का निर्वहन भी समाज के प्रति कर सकेगा।

वर्तमान में अनेक सामाजिक उत्तरदायित्वों की पूर्ति व्यवसायों द्वारा नहीं की जा रही है न केवल पर्यावरण को प्रदूषित किया जा रहा है बल्कि भारतीय संस्कृति और मानवीय विचारों को भी दूषित किया जा रहा है। वर्तमान परिप्रेक्ष्य में बहुराष्ट्रीय कम्पनियां केवल अपने लाभ हेतु कार्य कर रही है जिससे समाज की प्रत्येक इकाई चाहे वह विद्यालय में अध्ययनरत् विद्यार्थी हो या शिक्षित वर्ग या समाज की अन्य कोई इकाई समस्त संस्कार विहिन होते जा रहे हैं। पश्चिमी सभ्यता भारतीयों पर हावी होती जा रही है जो कि भारतीय संस्कृति, सभ्यता, परम्परा और नैतिक मूल्यों के लिए खतरनाक है। ये संस्कार विहिन कार्य इस प्रकार हैं –

1. एक विज्ञापन में बालक अपने पिताजी से सिर्फ इसलिए अच्छा व्यवहार करता बताया जाता है ताकि उसे पिताजी द्वारा मोबाइल से ई–धन की सुविधा मिले। क्या यह पिता और पुत्र के रिश्तों का गलत वर्णन नहीं है?

UDGAM VIGYATI, Volume 2, 2015, (November)
Online ISSN 2455-2488
Page No.328-331

2. विभिन्न विज्ञापनों में भारतीय वस्त्र पहने महिलाओं को अन्य पुरूष जिसमें किसी सुगंधित पावडर या इत्र का प्रयोग किया है कि और आकर्षित होते बताया जाता है। क्या यह भारतीय नारी का अपमान नहीं है?
3. रिश्ते में मिठास हेतु चाकलेट का होना क्या आवश्यक है?

अन्य ऐसे कई उदाहरण है जो विज्ञापन, उत्पाद, बाजार, टेलिविजन, इन्टरनेट के माध्यम से भारतीय समाज को दूषित कर रहे हैं। अतः सामाजिक दायित्वों का निर्वहन किया जाना अत्यंत अनिवार्य है तभी सामाजिक उत्तरदायित्वों की पूर्ति हो सकेगी और राष्ट्र, समाज और सभ्यता को बचाया जा सकेगा और सभ्य राष्ट्र निर्माण किया जा सकेगा।

संदर्भ:–

1- Foundation and fundamental of management (G.S. Sudha)
2. पर्यावरण अध्ययन (डॉ. रतन जोशी)।
3. उद्यमिता विकास (डॉ. राजीव शर्मा व राजेन्द्र शर्मा)
4. प्रबंध के सिद्धांत।
5. दैनिक नई दुनिया।