VPM CLASSES

NTA UGC NET

COMMERCE

SAMPLE THEORY - *(Hindi Medium)*

- व्यवसाय की अवधारणा
- व्यवसाय के आधार
- व्यवसाय एवं वातावरण के सम्बन्ध की प्रकृति
- वातावरण के घटक एवं प्रकार

9001894070

www.vpmclasses.com

UGC NET - COMMERCE
SAMPLE THEORY
PAPER - II

- व्यवसाय की अवधारणा
- व्यवसाय के आधार
- व्यवसाय एवं वातावरण के सम्बन्ध की प्रकृति
- वातावरण के घटक एवं प्रकार

VPM CLASSES

For IIT-JAM, JNU, GATE, NET, NIMCET and Other Entrance Exams

Web Site www.vpmclasses.com E-mail-vpmclasses@yahoo.com

व्यवसाय की अवधारणा (Concept of Business)

व्यवसाय का अर्थ– व्यवसाय का शाब्दिक अर्थ मनुष्य को व्यस्त रखने वाली क्रियाओं से है। अर्थशास्त्रीय अर्थ में, व्यवसाय से तात्पर्य उन समस्त मानवीय आर्थिक क्रियाओं से है जो वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन और वितरण के लिये की जाती हैं तथा जिनका उद्देश्य पारस्परिक हित है। संक्षेप में धनोपार्जन के लिये मनुष्य द्वारा की जाने वाली क्रियाएँ व्यवसाय की श्रेणी में सम्मिलित की जाती हैं।

परिभाषा (Definition)– व्यवसाय की परिभाषा विभिन्न विद्वानों ने उसकी प्रकृति, तत्वों, उद्देश्य तथा कार्यों को प्रकट करते हुए दी है। कुछ प्रमुख परिभाषाएँ इस प्रकार हैं–

1. ''व्यवसाय एक ऐसा कार्य है जिसकी मुख्य जोखिम मौद्रिक हानि तथा जिसका मुख्य उद्देश्य मौद्रिक लाभ है।''
2. ''व्यवसाय में वे समस्त क्रियाएँ सम्मिलित हैं जिनका सम्बन्ध वस्तुओं या सेवाओं के निर्माण व विक्रय से होता है।

व्यवसाय के विभिन्न उद्देश्य

व्यवसाय के उद्देश्यों को स्पष्ट करने के लिए विभिन्न विद्वानों के विचार जानना आवश्यक हैं। कुछ प्रमुख विचार एवं कथन निम्न प्रकार हैं–

आर्थर वार्नर (Arthur E. Warner)– '' व्यवसाय के उद्देश्य के साथ –साथ ग्राहकों, व्यापारियों, बैंकरों, स्वाामियों तथा कर्मचारियों के हितों को शामिल करते हैं। औघोगिक अर्थव्यवस्था में व्यावसायिक लक्ष्य प्रत्येक को प्रभावित करते हैं।''

व्यवसाय के उद्देश्यों के सम्बन्ध में निम्नलिखित बातें महत्त्वपूर्ण हैं–

(i) व्यवसाय के सभी उद्देश्य एक दूसरे से सम्बन्धित (linked to -gether)होते हैं।

(ii) व्यवसाय के उद्देश्य विभिन्न समूहों के हितों से जुड़े हुए होते हैं। वे समस्त व्यावसायिक समाज को प्रभावित करते हैं।

(iii) व्यवसाय संगठन के लक्ष्यों को एक बार निर्धारित करके इसके तहखाने (Vault) में नहीं रखा जा सकता; वे निरन्तर परिवर्तित किये जा सकते हैं।

(iv) व्यवसाय के लक्ष्य वर्तमान एवं भविष्य की आवश्यकताओं के सन्दर्भ में निर्धारित होने चाहिये।

बसु, साहू एवं दत्ता द्वारा व्यवसाय के निम्नलिखित उद्देश्य वर्णित किये गये हैं–

तात्कालिक उद्देश्य

(अ) लाभ प्राप्ति।

(ब) उपभोक्ता–आवश्यकता पूर्ति।

(स) उत्पादित व निर्मित वस्तु का मूल्य कम करना।

अन्तिम उद्देश्य

(अ) व्यावसायिक ख्याति स्थापित करना।

(ब) स्वस्थ प्रतिस्थापन नीति का निश्चयन।

(स) एकाधिकार प्राप्त करना।

(द) आवश्यक वस्तुओं का अधिकतम उत्पादन कर राष्ट्रीय आय की वृद्धि में योगदान करना।

व्यवसाय, सरकार व समाज एक दूसरे से घनिष्ठ रुप से सम्बन्धित है तथा पारस्परिक रुप से प्रभावित करने वाले हैं। इस भूमिका के सन्दर्भ में व्यवसाय के निम्नलिखित उद्देश्य हैं–

1. इकाई के विकास का उद्देश्य
2. आर्थिक उद्देश्य
3. सामाजिक उद्देश्य
4. मानवीय उद्देश्य
5. राष्ट्रीय उद्देश्य

व्यवसाय के आधार (Bases of Business)

आज व्यवसाय के दो प्रमुख आधार माने जाते हैं– व्यक्तिगत व सामाजिक आधार। यद्यपि दोनों पृथक प्रतीत होते हैं लेकिन आन्तरिक रुप से दोनों ही एक दूसरे से अत्यधिक सह–सम्बन्धित हैं। व्यक्तिगत आधार लाभ से प्रेरित है सामाजिक आधार अस्तित्व को बनाये रखने हेतु सेवा–कार्य से सम्बन्धित है। दोनों का पृथक विस्तृत वर्णन अग्र प्रकार से हैं–

व्यक्तिगत या आर्थिक आधार (Individual or Economic Basis)

व्यवसाय लाभ प्राप्ति के लिए किया जाता है। लाभ की प्रेरणा ही व्यवसाय की जन्मदाता है। जिन संस्थाओं का उद्देश्य लाभ अर्जन नहीं होता है, उन्हें व्यवसाय के अन्तर्गत सम्मिलित नहीं किया जाता हैं– उदाहरणार्थ, सार्वजनिक वाचनालय, सार्वजनिक औषधालय एवं विभिन्न धार्मिक संस्थाएँ। लाभ के बिना कोई भी कारोबार न तो उन्नति कर सकता है, न ही संचालित किया जा सकता है।

VPM CLASSES

लाभ को व्यवसाय का आर्थिक आधार माना गया है। लाभ की प्रेरणा से व्यवसाय आगे बढ़ता रहता है, विकास करता है तथा अभिवृद्धि एवं सम्पन्नता की ओर अग्रसर होता है, सामान्यतः लाभ कमाने के लिए ही व्यावसायिक क्रियाओं का संचालन व अभिपूर्ति की जाती है। कोई भी व्यवसाय आत्म–संतुष्टि के लिए नहीं चलाया जाता है । आर्थिक सुदृढता प्रत्येक व्यवसाय की आवश्यकता है जो कि लाभार्जन के द्वारा ही बनी रह सकती है।

व्यवसाय में आर्थिक आधार का महत्त्व (Importance of Economic Basis in Business)

व्यवसाय में आर्थिक आधार के महत्त्व पर प्रकाश डालते हुए राल्फ हॉविज लिरवते हैं कि ''लाभ व्यावसायिक क्रिया का नवजीवन स्त्रोत है। लाभ के बिना व्यावसायिक क्रियाओं का संचालन नहीं किया जा सकता और इस प्रकार वहाँ अन्ततः कोई व्यवसाय हो ही नहीं सकता जहाँ लाभ का विचार मौजूद नहीं होता ।''

व्यवसाय का सामाजिक आधार (Social Basis of Business)

उन्नीसवीं शताब्दी की समाप्ति तक व्यवसायी सामाजिक मूल्यों की अवहेलना करते रहे तथा उनका उद्देश्य अधिकतम लाभ प्राप्त करना ही था लेकिन बीसवीं शताब्दी की परिस्थितियों ने इस क्षेत्र में एक नवीन विचारधारा को जन्म दिया जिसे ''व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व'' के नाम से जाना जाता है। इसी विचारधारा के फलस्वरुप स्वतन्त्र व्यापार नीति को कुछ सीमा तक परिवर्तित किया गया।

पीटर ड्रकर ने भी उल्लेख किया है ''व्यवसाय में केवल लाभ पर ही विशेष ध्यान देने से प्रबन्धकों को इतना दोषपूर्ण निर्देश मिलता है कि वे उस व्यवसाय का अस्तित्व ही खतरे में डाल सकते हैं तथा अधिकतम लाभ प्राप्ति की भावना से प्रेरित होकर भविष्य की उपेक्षा कर सकते है।''

व्यवसाय के सामाजिक आधार के मूल तत्त्व (Basic Elements of Social Basis of Business)

व्यवसाय के सामाजिक आधार में मुख्य रुप से निम्नलिखित तत्त्वों का समावेश किया जाता हैं–

1. जनहित एवं कल्याण के लिए कार्य करना।
2. अनेक प्रकार के व्यावसायिक खतरों से सामान्य जन की रक्षा करना।
3. सामाजिक उत्तरदायित्व का सही ढंग से निर्वाह करना।
4. व्यवसाय की वैधानिक आपूर्तियों एवं आवश्यकताओ पर पूरा ध्यान देना।
5. पर्यावरण की रक्षा करना।
6. श्रम एवं कर्मचारी वर्ग के साथ मानवीय दृष्टिकोण से कार्य करना।
7. ग्राहक सेवा एवं सन्तुष्टि पर अधिकतम ध्यान देना।

VPM CLASSES

8. स्कन्ध– धारकों एव विनियोजकों के हितों की रक्षा करना।
9. व्यावसायिक नीतिशास्त्र का अनुपालन करना।
10. सरकार, प्रशासन एवं सामाजिक संस्थाओं के प्रति उत्तरदायी होना तथा अपने उत्तरदायित्त्वों को निभाना।

व्यवसाय में सामाजिक आधार का महत्त्व (Importance of Social Basis in Business)

एडवार्ड कोल के विचार में '' आज व्यवसाय के सामने सबसे बड़ी चुनौती निरन्तर बदल रही सामाजिक अपेक्षाओं एवं राष्ट्रीय लक्ष्यों का मुल्यांकन करके उचित सामाजिक व्यवहार (कार्य) करना है।''

बहुलवादी समाज की स्थापना जिसमें वैयक्तिवादी विचाधारा पर बहुत कम ध्यान दिया जाता है। इसमें सामूहिक हित को सर्वोपरि माना गया है।

संवैधानिक व्यवस्थाएँ जिनसे समाज के सभी पक्षों की रक्षा पर ध्यान दिया गया हैं। व्यवसाय के पनपने व अग्रसर होने के लिए भी हमारे संविधान में अनेक व्यवस्थाओं का समावेश किया गया हैं।

व्यवसाय एवं वातावरण के सम्बन्ध की प्रकृति (Nature of Relationship between Business and Environment)

1. **पारस्परिक निर्भरता–** व्यवसाय का सम्पूर्ण वातावरण– आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक, वैधानिक, तकनीकी, नैतिक एवं सांस्कृतिक घटकों से मिलकर निर्मित होता है। हाल ही में सितम्बर 2002 में 'इकॉनोमिक टाइम्स उत्कृष्टता पुरस्कार' प्राप्त करने वाले डॉ. एम. एस स्वामीनाथम ने यह स्पष्ट किया है कि 'एक अच्छा वातावरण ही एक अच्छा व्यवसाय (A good environment is a good business) है।' यह कथन वातावरण व व्यवसाय के सम्बन्धों की प्रकृति को समझने में काफी उपयोगी है।
2. **गतिशील–** व्यवसाय का समस्त वातावरण गतिशील है। अतः समय के साथ–साथ व्यवसाय की पर्यावरण समस्याएँ भी बदलती रहती हैं। जैसे अप्रवासन नियमों के बदल जाने से किसी व्यवसायी के लिए विदेशों से कुशल व तकनीकी श्रम का आयात करना सरल हो जाए।
3. **समाज में परिवर्तन का माध्यम–** व्यवसाय का बाह्य (external) वातावरण इस बात का सूचक नहीं है कि उपक्रम वातावरण को प्रभावित करने की क्षमता नहीं रखता। प्रत्येक व्यवसाय, समाज एवं राष्ट्र के परिवेश को पर्याप्त रुप से प्रभावित करने की क्षमता रखता है।
4. **अनिश्चितताएँ एवं बाधाएँ–** व्यवसाय का बाह्य वातावण व्यवसायी के नियन्त्रण के बाहर होता है। व्यवसायी के लिए बाह्य प्रभावों का उचित ढंग से मूल्यांकन कर पाना तथा समस्त बाहरी दबावों व नवीन समावेशों का पूर्णरुप से पूर्व निर्धारण कर पाना तथा वातावरण की गहराइयों का ठीक से अध्ययन

VPM CLASSES

कर पाना अत्यन्त कठिन होता है। ऐसी अनियन्त्रित एवं अनिश्चित प्रकृति के कारण व्यवसाय में हर कदम पर बाधाएँ उत्पन्न होती हैं।

5. **अनियन्त्रित घटकों का असीमित प्रभाव** – बाहरी घटक केवल अनियन्त्रित ही नहीं होते हैं बल्कि उनका प्रभाव असीमित होता है। सरकारी नीतियाँ, नये वैधानिक प्रावधन, नये विधान, वैज्ञानिक शोध, प्रौद्योगिकी, सामाजिक दशाएँ ,राजनीति व सत्ता परिवर्तन, विदेशी समीकरण, विदेशी प्रभाव–दबाव आदि।

6. **आकस्मिक परिवर्तनों के खतरे–** व्यावसायिक जगत को वातावरण में हुए आकस्मिक परिवर्तनों के खतरों को सहना पड़ता है, चाहे वे उसकी क्षमताओं के बाहर ही क्यों न हो । नये खतरे अनेक रुपों में जैसे– विद्युत संकट, ब्याज की दरों मे तीव्र वृद्धि या कमी, मन्दी, अनेक सुस्थापित बाजारों का ध्वस्त होना आदि–आदि, व्यवसाय के सामने आते रहते हैं।

7. **बड़े परिवर्तनों की पहचान करना व्यवसाय का दायित्व–** व्यावसायिक वातावरण सतत् रुप से गतिशील व परिवर्तनशील है लेकिन वातावरण में हो रहे बड़े परिवर्तनों की सही पहचान करने का दायित्व व्यवसाय पर है।

8. **विषम दशाएँ और व्यवसाय की अनुकूलशीलता–** वातावरण व्यवसाय के मार्ग में बाधाएँ, सीमा–रेखाएँ दबाव व प्रतिबन्ध खड़े करता है, लेकिन व्यवसाय में इतनी अनुकुलशीलता होना जरुरी है कि वह इन विषम दशाओं के होते हुए इनकी सीमाओं में अपना कार्य निष्पादन सही ढंग से कर सके।

9. **बदलते हुए परिदृश्य पर निरन्तर निगाहें रखना–** व्यवसाय को हमेशा इस प्रकार से सजग रहना चाहिए कि वह यह सुनिश्चित करे कि वातावरण का बदलता हुआ परिदृश्य बिना देखे नहीं गुजर जाय। इससे न केवल उसे अपनी व्यावसायिक व्यूह– रचनाएँ तैयार करने में सहायता मिलेगी बल्कि वातावरण के परिवर्तन–अध्ययन से वातावरण– पूर्वानुमान करने व समझने मे भी यह क्रिया काफी सहायक होगी।

व्यावसायिक वातावरण के अध्ययन की महत्ता (Significance of Study of the Business Environment)

व्यवसायिक वातावरण एक ओर जहाँ देश के आर्थिक विकास, समृद्धि एवं रोजगार का मार्ग प्रशस्त करता है; वहाँ दूसरी ओर उपयुक्त व्यावसायिक वातावरण के अभाव में गरीबी, भुखमरी, बेरोजगारी एवं अशान्ति की स्थितियाँ सम्पूर्ण अर्थतन्त्र को झकझोर देती हैं।व्यावसायिक वातावरण के अध्ययन की महत्ता को अग्रलिखित सन्दर्भों से समझा जा सकता हैं–

1. **आन्तरिक वातावरण की पूर्ण जानकारी–** व्यवसाय की नीतियां, लक्ष्य, साधन, संगठन व्यवसाय के लिए अत्यन्त आवश्यक है। निर्णयन एवं भावी योजनाओं व व्यूह रचनाओं के निर्माण के लिए व्यवसाय के

VPM CLASSES

पास एक ऐसी विकसित 'प्रबन्ध सूचना प्रणाली' होनी चाहिए जिससे व्यवसाय के आन्तरिक वातावरण की जानकारी पूर्णतः एवं शीघ्रता से उपलब्ध हो सके।

2. **व्यवसाय की समस्याओं व चुनौतियों की जानकारी–** इससे पहले कि व्यवसाय की समस्याएँ एवं नयी–नयी चुनौतियाँ व्यवसाय के ऊपर हावी हो जायें, व्यवसाय के लिए जरुरी है कि इनकी पूरी जानकारी रखें तथा इनके समाधान व इनका मुकाबला करने की युक्तियों पर विचार करें।

3. **गतिशील व्यवहार के लिए–** आन्तरिक वातावरण के साथ व्यवसाय के बाहरी वातावरण, आर्थिक–सामाजिक राजनीतिक दशाओं एवं नवीन घटनाओं के प्रति जागरुक रहना व्यवसाय के लिए जरुरी होता है।

4. **आर्थिक प्रणालियों के स्वरुप का अध्ययन–** यह सर्वविदित है कि आर्थिक प्रणाली का स्वरुप व्यवसाय को कई प्रकार से प्रभावित करता है। पूँजीवादी प्रणाली, समाजवादी व साम्यवादी प्रणाली तथा मिश्रित आर्थिक व्यवस्था अलग–अलग ढंग से व्यवसाय पर प्रभाव डालती हैं।

5. **खतरों के प्रति सतर्कता–** खुला वातावरण व अर्थव्यवस्थाओं के खुलेपन से जहाँ एक ओर नये अवसर तैयार हुए हैं तो दूसरी ओर प्रतिपल नये खतरों, संकटों व समस्याओं के उत्पन्न हो जाने की आशंका बनी रहती है। आर्थिक नीतियों, माँग वृद्धि व कमी, उपभोग प्रवृत्ति, क्रय प्राथमिकताएँ, प्रतिस्पर्धा आदि में होने वाले परिवर्तन व्यवसाय के लिए अनेक चुनौतियाँ खड़ी कर देते हैं, इन सबका सामना करने के लिए व्यावसायिक वातावरण का मुल्यांकन व अध्ययन करते रहना जरुरी होता है।

6. **शासन प्रणाली एवं उसकी प्रकृति–** किसी भी देश की शासन व्यवस्था एवं उसकी प्रकृति उस देश के व्यवसाय, व्यावसायिक स्वतन्त्र, व्यवसाय के आकार व प्रकार, व्यावसायिक प्रगति एवं समृद्धि पर काफी प्रभाव डालती हैं।

7. **अन्तर्राष्ट्रीय घटनाओं, प्रभावों व दबावों को समझना– अन्तर्राष्ट्रीय** स्तर पर होने वाले आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक परिवर्तनों से कोई भी राष्ट्र व वहाँ का व्यवसाय प्रभावित हुए बिना नहीं रह सकता । और इन सबका असर व्यवसाय पर पड़े बिना नहीं रह सकता है।

8. **सरकार की आर्थिक नीतियाँ–** सरकार द्वारा घोषित औद्योगिक नीति, अनुज्ञापन नीति, आयात– निर्यात नीति, विदेशी विनिमय नीति, मूल्य नीति, राजकोष व कराधान नीति आदि व्यवसाय पर स्पष्ट रुप से प्रभाव डालती हैं। इस सन्दर्भ में मुख्य बात यह है कि व्यवसाय को न केवल इन नीतियों की जानकारी होना ही आवश्यक है, बल्कि इनमें किये गये नीतिगत एवं प्रक्रिया सम्बन्धी परिवर्तनों तथा इनके तुरन्त व दीर्घकालीन प्रभावों का आकलन भी जरुरी हैं।

9. **व्यावसायिक लाभदेयता –** व्यवसाय में लाभ के अवसरों का अधिकाधिक उपयोग वातावरण के प्रति एवं विशेषकर प्रतिस्पर्धा के प्रति जागरुक रहकर ही किया जा सकता है। प्रतिस्पर्धियों के विरुद्ध सुदृढ़ उपायों तथा प्रतिक्रिया– योजनाओं को अपनाने के लिए वातावरण का पर्याप्त अध्ययन आवश्यक है।

10. **व्यावसायिक विकास एव सफलता–** व्यवसाय का विकास, विस्तार, विविधीकरण एवं सफल प्रगति के मार्ग, व्यावसायिक वातावरण के साथ पूर्ण सामंजस्य बनाये रखने पर ही दिखायी देते हैं। वातावरण के साथ सामंजस्य, समायोजन एवं संघर्ष व्यवसाय की सफलता का मार्ग प्रशस्त करते हैं। इसीलिए बीटेल एवं बर्क का कथन है कि परिवर्तन के साथ फलने–फूलने के लिए व्यवसाय को वातावरण के साथ जीना आवश्यक है।

11. **संसाधानों का अनुकूलतम उपयोग करने के लिए–** संसाधनों को मूलतः दो भागों में विभाजित किया जा सकता हैं– प्राकृतिक एवं मानवीय संसाधन। देश के प्राकृतिक संसाधन व्यवसाय की प्रकृति, उसका स्थानीयकरण, परिमाण एवं प्रगति निर्धारित करते हैं। प्रबन्ध तो आधुनिक व्यवसाय का मेरुदण्ड है।

12. **वैज्ञानिक एवं प्रौद्योगिक विकास की परिस्थितियाँ–** नये उत्पादों, नये डिजायनों एवं उत्पादन की नवीन तकनीकों को अपनाने के लिए नये–नये प्रौद्योगिकीय विकास एवं वैज्ञानिक प्रगति की जानकारी रखना आवश्यक होता है।

13. **बाजार की परिस्थितियाँ–** वस्तुओ की माँग का सृजन, एकाधिकारी प्रवृत्तियाँ, मन्दी व तेजी का दौर, लाभ प्रवृतियाँ तथा राज्य द्वारा संचालित व्यावसायिक गतिविधियों की सही जानकारी रखना व्यवसाय के लिए अत्यन्त आवश्यक माना जाता है।

14. **व्यावसायिक दीर्घकालीन व्यूहरचना के लिए–** व्यवसाय की दीर्घकालीन नीतियाँ, विकास योजनाएँ एवं व्यूहरचनाएँ तैयार करने के लिए बातावरण के विभिन्न घटकों की समग्र जानकारी करना व्यवसाय के लिए अत्यन्त जरुरी है।

वातावरण के घटक एवं प्रकार (Components and Types of Environment)

व्यवसाय–परिवेश अत्यन्त विशाल एवं जटिल है। यह विभिन्न घटकों का जाल सूत्र है। साथ ही व्यावसायिक वातावरण प्रतिपल परिवर्तनशील है। इसकी शक्तियाँ (forces) , दशाएँ एव प्रभाव निरन्तर गतिशील है। व्यवसाय, प्रगति एवं विकास दो तत्वों पर निर्भर करता हैं । इसका बाह्य परिवेश वह है जिसमें यह पोषित एवं विकसित होता है।

VPM CLASSES

व्यावसायिक वातावरण के प्रकारः

इसको मुख्य रुप से दो भागों में बाँटा जा सकता हैं–

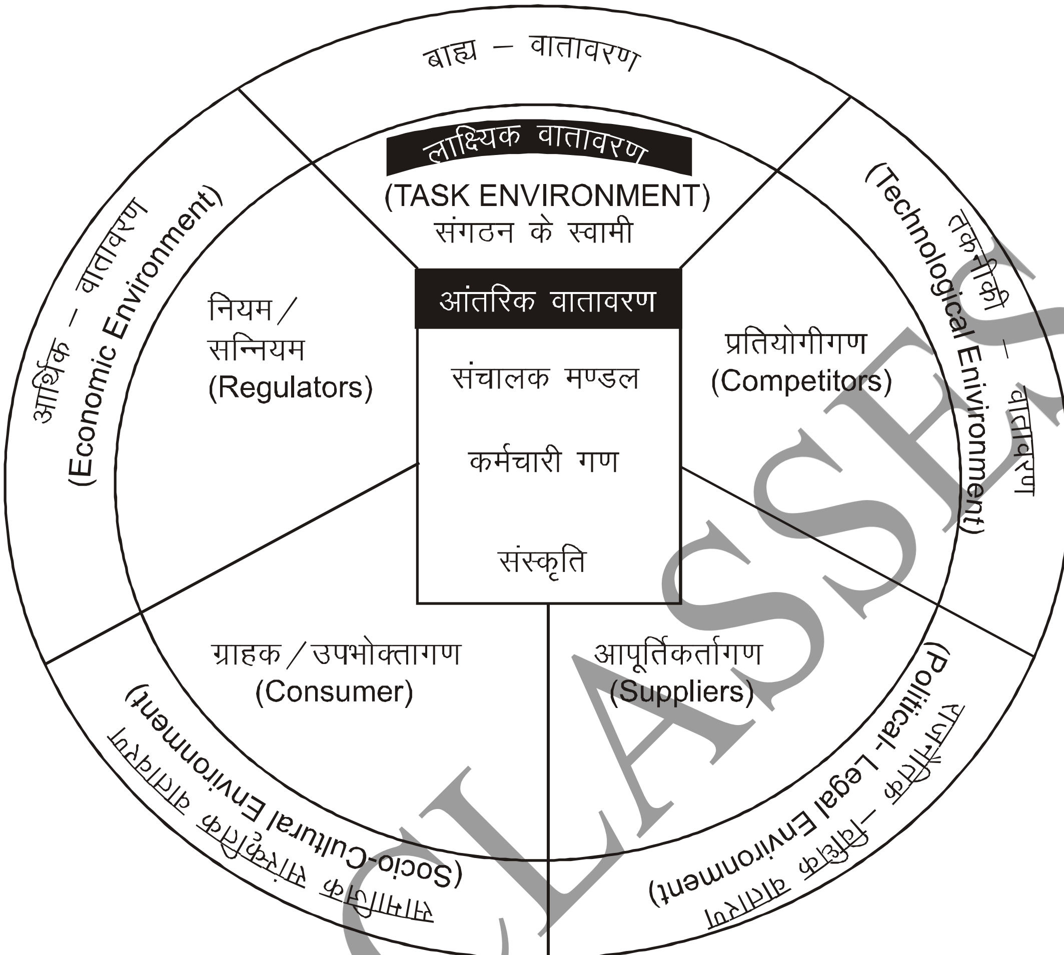
I. आन्तरिक वातावरण (Internal Environment), तथा

II. बाह्य वातावरण (External Environment)

व्यवसाय का आन्तरिक वातावरण (Internal Environment of Business)– यह माना जाता है कि व्यवसाय के आन्तरिक वातावरण पर नियन्त्रण रखना आसान होता है एवं यह नियन्त्रण योग्य है। लेकिन, इसमें भी निरन्तर जटिलताएँ एवं बाधाएँ उत्पन्न होती रहती हैं। इसलिए व्यवसाय के आन्तरिक वातावरण की पहचान करना तथा इसे पूर्णरुप से समझना व्यवसाय का प्रथम दायित्त्व हो जाता है। व्यवसाय के आन्तरिक वातावरण में निम्नलिखित घटक महत्त्वपूर्ण माने जाते हैं–

1. व्यावसायिक एवं प्रबन्धकीय नीतियाँ।
2. व्यावसायिक लक्ष्य एवं उद्देश्य।
3. व्यावसायिक विचारधाराएँ, प्रबन्धकीय दर्शन एवं दृष्टिकोण।
4. व्यावसायिक संसाधनों की उपलब्धि कार्यशीलता एवं उपादेयता।
5. व्यावसायिक क्षमता एवं वृद्धि सम्भावनाएँ।
6. उत्पादन प्रणाली, अभिकल्पना यन्त्र एवं तकनीकें।
7. श्रम एवं प्रबन्ध की कुशलता व सक्षमता का स्तर।
8. कार्य का समग्र वातावरण।
9. व्यावसायिक संगठन संरचना, विकेन्द्रीकरण, विभागीयकरण, दायित्त्व, भूमिकाएँ शक्ति, समूह, दबाव।
10. व्यावसायिक योजनाएँ एवं व्यूहरचनाएँ।
11. व्यावसायिक प्रबन्ध सूचना प्रणाली एवं सम्प्रेषण व्यवस्था।
12. सामाजिक दायित्त्वों के प्रति दृष्टिकोण।
13. व्यावसायिक दृष्टि।

VPM CLASSES



व्यावसायिक वातावरण के घटक

व्यवसाय का बाह्य वातावरण (External Environment of Business)– व्यवसाय किसी रिक्तता (vacuum) में संचालित नहीं किया जाता, वरन् समाज के अन्तर्गत कार्यशील विभिन्न शक्तियों, दशाओं एवं तत्त्वों की अनुक्रिया (in response to) में किया जाता है। ये वातावरण की वास्तविकताएँ (environmental relaities) व्यवसाय के संचालन एवं प्रगति को प्रभावित करती रहती हैं।बाह्य वातावरण के विभिन्न प्रकारों का अध्ययन निम्नलिखित शीर्षकों के अन्तर्गत किया जा सकता हैं–

1. **भौतिक वातावरण**

1960 के बाद महसूस किया जाने लगा है कि बड़े और विकसित राष्ट्रों की औद्योगिक क्रियाओं ने विश्व के भौतिक वातावरण की अपूर्णीय क्षति की है। माँग–प्रारूप, विपणन, लागत संरचना, सामग्री उपयोग,

मूल्य, पूर्ति–प्रवाह, व्यापार प्रसार, उपभोक्ता व्यवहार एवं व्यवसाय को दी जाने वाली सामाजिक स्वीकृति को गहनता से प्रभावित करता है। अब यह स्वीकार किया जाने लगा है कि वातावरण नियन्त्रण, सन्तुलन एवं स्वच्छता की समस्या वैधानिक ही नहीं बल्कि व्यावसायिक पहल की भी है।

भौतिक वातावरण में प्रमुखतः निम्नलिखित का समावेश किया जाता है–

- **प्राकृतिक संसाधन**– भूमि, खनिज, तेल, कोयला, सौर–ऊर्जा, कच्चा माल एवं जल।
- **जलवायु**– वर्षा, नमी, तापमान, बर्फीले और रेगिस्तानी प्रभाव।
- **स्थानाकृति**– पहाड़, पठान, मैदान, समुद्र, नदियाँ, नहरें, बन्दरगाह आदि।
- **पर्यावरण**–प्राकृतिक वातावरण जो पंच महाभूतों (पृथ्वी, जल, वायु, अग्नि, आकाश) से बना है। इसमें वन सम्पदा एवं वन संरक्षण भी महत्वपूर्ण है।

भौतिक वातावरण में मनुष्य द्वारा निर्मित व विकसित भौतिक सुविधाओं को भी सम्मिलित किया जाता है। ये ऐसी भौतिक सुविधाएँ है जो व्यवसाय, वाणिज्य एवं उद्योगों के विकास के लिए एक पूर्व शर्त एवं एक सुदृढ़ आधार मानी जाती हैं।

2. जनसांख्यिकीय वातावरण

व्यवसाय के लिए जनसंख्या का असीम महत्त्व है। व्यावसायिक क्रियाओं द्वारा जनित सेवाएं तथा उत्पाद मनुष्यों के लिए ही लक्षित किये जाते है। इस विपणन प्रधान युग में जनसंख्या के विभिन्न आयामों जैसे– आयु, घनत्व, जन्मदर, मृत्युदर, आवागमन प्रवृति, भौगोलिक फैलाव, जनसंख्या का वितरण आदि का इतना अधिक महत्त्व हो गया है, जितना पहले कभी नहीं था। बाजारों के विकास एवं प्रगति में जनसंख्या के हर वर्ग का स्थान हैं।

3. आर्थिक वातावरण

प्रत्येक प्रकार का व्यवसाय आर्थिक वातावरण को चाहता हैं। पूँजी, संयन्त्र एवं मशीनें, भवन, स्टॉक, कार्यालय उपकरण, नकद संसाधन आदि, व्यवसाय को गहन रूप से प्रभावित करते है। अर्थव्यवस्था में कुशल श्रमिकों एवं तकनीशियनों की उपलब्धि एवं कीमत भी व्यवसाय के लिए विचारणीय होती है। देश की कीमत स्तर, उत्पादकता, सरकार की कर एवं राजकोषीय नीतियाँ भी महत्वपूर्ण घटक हैं– व्यवसाय के साहसी एवं प्रबन्धक तथा इसके ग्राहक। जोखिमों को झेलने का साहस, नवाचार की योग्यता व प्रशिक्षित प्रबन्ध, व्यवसाय की प्रतिस्पर्धात्मक स्थिति को सुदृढ़ बनाता है। व्यवसाय के आर्थिक वातावरण के मुख्यतः तीन घटकों का समावेश होता है–देश की आर्थिक प्रणाली, देश की आर्थिक नीतियाँ तथा देश में विद्यमान आर्थिक दशाएँ–

1. **आर्थिक प्रणाली (Economic System)** व्यवसाय की दृष्टि से किसी देश में पहुँच व प्रवेश के लिए तथा वहां के आर्थिक वातावरण को समझने के लिए उस देश में प्रचलित आर्थिक प्रणाली का जानना व समझना बहुत जरूरी हैं।आर्थिक प्रणालियां मुख्य रूप से तीन प्रकार की हैं–

(क) पूंजीवादी आर्थिक प्रणाली– इसके अन्तर्गत निजी उद्यम की बहुलता होती है। अर्थव्यवस्था के खुलेपन के कारण पूंजीवादी प्रणाली को स्वतंत्र या खुले बाजार की अर्थव्यवस्था भी कहा जाता है। इसकी प्रमुख विशेषताएं निम्नलिखित हैं –

⇒ निजी सम्पति व लाभ की प्रेरणा

⇒ मूल्य तन्त्र की बाजार क्रियाशीलता ।

⇒ उपभोक्ता–सम्प्रभुता का महत्वपूर्ण स्थान।

⇒ उपक्रम स्वतन्त्रता।

⇒ व्यवसाय एवं पेशों के चयन की स्वतन्त्रता।

⇒ उत्पादन के साधनों में पूंजी का सर्वोपरि स्थान।

⇒ बजत एवं विनियोजन की पूर्ण स्वतन्त्रता।

⇒ संसाधन आबंटन व विनियोजन निर्णयन में बाजार शक्तियों का अधिपत्य।

⇒ सरकार की सीमित भूमिका।

(ख) समाजवादी आर्थिक प्रणाली– समाजवादी आर्थिक प्रणाली मुख्यतः राज्य द्वारा संचालित प्रणाली है। सरकार ही विकास की प्राथमिकताओं, उत्पादन के स्वरूपों एवं साधनों को निर्धारित करती है। समाजवादी आर्थिक प्रणाली की कुछ प्रमुख विशेषताएं अग्रलिखित हैं–

⇒ केन्द्रीय नियोजन की प्रधानता

⇒ सरकार की बढ़ती हुई भूमिका एवं व्यापक हस्तक्षेप

⇒ केन्द्रीय अभिकरणों की प्रधानता।

⇒ मूल्यों एवं मजदूरी का सरकार द्वारा निर्धारण।

⇒ आय वितरण में समानता पर जोर

⇒ उपभोक्ता सम्प्रभुता का निम्नतम स्थान।

⇒ स्वतंन्त्र प्रतिस्पर्धा का अभाव।

⇒ व्यवसाय, पेशे, धन्धे, रोजगार आदि की पूर्ण स्वतंत्रता का अभाव।

(ग) मिश्रित आर्थिक प्रणाली– मिश्रित आर्थिक प्रणालियों मे पूंजीवाद व समाजवादी आर्थिक प्रणालियों का मिला जुला प्रभाव होता है। इस प्रणाली मे सार्वजनिक क्षेत्र एवं निजी क्षेत्र का सह अस्तित्व होता है। सार्वजनिक अथवा राजकीय क्षेत्र सरकार के प्रबन्ध एवं संचालन में रहता है, लेकिन निजी क्षेत्र मे उनके महत्व, प्रभाव क्षेत्र, विदोहन क्षमता, कल्याण पक्ष तथा अर्थव्यवस्था में उनकी स्थिति के आधार पर करती है। सरकारी सहभागिता के लिए ऐसी आर्थिक प्रणाली में काफी सम्भावनाएं रहती हैं। सरकार की सहभागिता के प्रारूप भी अनेक प्रकार के हो सकते हैं जो स्थिति, उद्देश्य एवं सरकारी नीतिगत निर्णयों पर आधारित होते हैं।

मिश्रित आर्थिक प्रणाली की कुछ प्रमुख विशेषताएं इस प्रकार है–

⇒ केन्द्रीय नियोजन

⇒ सार्वजनिक, निजी, सहकारी एवं संयुक्त क्षेत्रो की विद्यमानता।

⇒ निजी क्षेत्र को पर्याप्त प्रोत्साहन एवं स्थान

⇒ आर्थिक क्रियाओं पर सरकार द्वारा नियंत्रण एवं विनियमन।

⇒ रोजगार, पेशे एवं व्यवसाय के चयन की स्वतन्त्रता।

⇒ बचत एवं विनियोजन की स्वतन्त्रता।

⇒ नीतियां, प्राथमिकताएं एवं संसाधन आबंटन सरकार द्वारा निर्धारित। ,

⇒ सरकार एवं सरकारी संस्थाओं की अधिकाधिक भूमिका।

⇒ सार्वजनिक वितरण प्रणाली सरकार द्वारा संचालित।

⇒ प्रतिबन्ध रहित उपभोग प्रारूप।

2. **आर्थिक नीतियां (Economic Policies)**– किसी देश की आर्थिक नीतियां उस देश में पनपने वाले व्यवसाय, उद्योग एवं आर्थिक क्रियाओं को महत्वपूर्ण ढंग से प्रभावित करती है। आर्थिक क्रियाओं मे उतार–चढाव, वृद्धि–संकुचन, स्थानीयकरण, निर्यात संवर्द्धन, विस्तार, विकास, शोध, प्रतिस्पर्धा आदि उस देश की आर्थिक नीतियों का निर्धारण आर्थिक समानता, रोजगार सृजन, स्थायित्व, गरीबी निवारण, मुद्रा

स्फीति एवं संकुचन पर नियन्त्रण, साधन आबंटन, आय वृद्धि, आन्तरिक बचत एवं विनियोजन अभिवृद्धि, पूंजी निर्माण, निर्यात संवर्धन, विदेशी विनियोजन, विदेशी विनिमय संतुलन आदि लक्ष्यों की प्राप्ति के लिये किया जाता है।

एक देश की आर्थिक नीतियों में निम्नलिखित नीतियां मुख्यतः सम्मिलित हैं–

1. औद्योगिक नीति।
2. औद्योगिक अनुज्ञापन नीति।
3. विशिष्ट उद्योगों के लिए नीति।
4. मौद्रिक नीति।
5. राजकोषीय नीति
6. कर नीति।
7. सार्वजनिक व्यय नीति।
8. सार्वजनिक ऋण नीति।
9. घाटे की वित्त व्यवस्था नीति।
10. आय, रोजगार एवं मूल्य नीति।
11. आयात–निर्यात नीति।
12. खनिज नीति एवं प्राकृतिक संसाधनों के उपयोग एवं विदोहन के लिए नीति।
13. आर्थिक मूलभूत ढांचे से सम्बन्धित नीति तथा इसके अन्तर्गत
14. आन्तरिक विनियोजन एवं विदेशी विनियोजन नीति।
15. कृषि नीति।

3. **आर्थिक दशाएँ (Economic Conditions)**– आर्थिक **दशाएँ** एक ओर आर्थिक गति का सूचक मानी जाती है तो दूसरी ओर आर्थिक विकास की सम्भावनाओ का आधार प्रस्तुत करती है। व्यवसाय के लिए आर्थिक दशाओं का महत्व व्यावसायिक सम्भावनाओं व अवसरों की पूर्ति से जुड़ा हुआ है। व्यवसाय के लिए लोगों का उपयोग स्तर व प्रारूप, जीवन स्तर तथा जन सामान्य की आर्थिक समृद्धि अनेक दृष्टियों से महत्वपूर्ण है। व्यवसाय इनके आधार पर अपने विस्तार एवं विकास, नये बाजारों की खोज, नये उत्पादों की शुरूआत, विज्ञापन रणनीति, व्यावसायिक उपक्रमों का स्थानीयकरण, सौ प्रतिशत निर्यात

उपक्रमों की स्थापना, विभिन्न उत्पादों का सम्मिश्रण, नयी उत्पादक अभिकल्पनाएं, नये मॉडल आदि के बारें में योजनाएं एवं कार्यक्रम तैयार करता है।

सामान्यतया प्रमुख आर्थिक दशाएं निम्नलिखित हैं –

1. प्राकृतिक संसाधनों की पूर्ति।
2. मानवीय संसाधनों का उपयोग।
3. आर्थिक विकास एवं प्रगति का स्तर।
4. राष्ट्रीय उत्पादन, राष्ट्रीय आय तथा वितरण।
5. पूंजी निर्माण।
6. विदेशी पूंजी।
7. उद्योगों की प्रकृति, प्रकार व उत्पादन।
8. उपभोग का स्तर।
9. देश में प्रचलित सामान्य मूल्य स्तर।
10. बाजार का आकार।
11 उद्यमशीलता एवं साहस।
12. व्यावसायिक ढांचा।
13. देश का औद्योगिक विकास।
14. देश में आर्थिक मूलभूत ढांचा।
15. देश में लोक कल्याणकारी कार्य।
16. विदेशी व्यापार व विदेशी मुद्रा अर्जन।
17. नवाचार एवं कौशल निर्माण।
18. मौद्रिक ढांचा, ब्याज की दरें तथा बैकिंग प्रणाली।

4. **प्रौद्योगिकी वातावरण (Technological Environment)**–तकनीकी प्रगति के कारण ही उद्योगों में क्रांति संभव हुई है। तकनीकी विकास के क्षेत्र में निम्नलिखित परिवर्तन महत्वपूर्ण हैं, जो उद्योग व व्यवसाय क स्वरूप को प्रतिदिन बदल रहे है–

1. वस्तुओं के वितरण हेतु समय व दूरी पर नियन्त्रण की योग्यता में वृद्धि।
2. विद्युत एवं आणविक शक्ति के उत्पादन,संचय एवं वितरण की विस्तृत क्षमता।

VPM CLASSES

3. कच्चे माल के नये स्वरूप तथा वस्तुओं के गुणों मे विभिन्न परिवर्तन नई धातुएं, संश्लेषित पदार्थ, प्लास्टिक व नये रसायन।

4. उत्पादन प्रक्रियाओं का यन्त्रीकरण व स्वचालन।

5. वस्तुओं के विश्लेषण के प्रति मानवीय संवेदन क्षमता में वृद्धि– रेडार, इलेक्ट्रॉन, माइक्रोस्कोप, दूर–दृष्टि उपकरण आदि।

6. विभिन्न बीमारियों व उपचार के ज्ञान में वृद्धि–पोलियों के टीके, गर्दों का प्रत्यारोपण, संक्रामक रोगों का प्रति जीवाणु उपचार आदि।

5. सामाजिक वातावरण (Social Environment)

व्यवसाय का सामाजिक वातावरण समाज की प्रवृतियों, इच्छाओं, आकांक्षाओं, शिक्षा एवं बौद्धिक स्तर, मूल्य, विश्वास ,रीति–रिवाज, एवं परम्पराओं आदि घटकों से निर्मित होता है। समाज के लक्ष्यों एंव मूल्यों की अवहेलना करके व्यवसाय प्रतिष्ठित नहीं हो सकता। सामाजिक परिवेश के प्रति संचेतना ही व्यावसायिक संस्थाओं की गरिमा बढ़ाती है।

6. राजनीतिक, शासकीय एवं प्रशासनिक वातावरण (Political, Government and Administrative Enviroment)–

राजनीति, सरकार, प्रशासन तथा व्यवसाय के बीच होने वाली अन्तःक्रियाएं व्यवसाय की कार्यशीलता को प्रभावित करती हैं। व्यवसाय की अनेक संरचनाओं का जन्म राजनीतिक निर्णयों के कारण होता है। कई बार ऐसे राजनीतिक निर्णय होते है जो व्यवसाय की अभिवृद्धि में सहायक होते है, लेकिन कई बार विपरीत प्रभाव डालने वाले राजनीतिक निर्णय भी होते है। कुछ ऐसे राजनीतिक निर्णय भी होते है जो व्यवसाय की पूरी दिशा ही बदल देते है। राजनीतिक निर्णयों को व्यवसाय द्वारा एक व्यापक परिवेश में स्वीकार किया जाता है तथा इनके अनुसार अपनी कार्य विधि में समायोजन के प्रयास किये जाते है। लेकिन ऐसा बहुत कम होता है कि राजनीतिक निर्णय व्यवसाय के व्यापक हित में ही लिए जाये।

व्यवसाय के लिए प्रशासकीय वर्ग भी काफी भारी पड़ता हैं। राजनीतिक एवं शासकीय निर्णयों की अनुपालना प्रशासनिक स्तर पर की जाती है धीमी गति, मनमानी, भ्रष्टाचार, कार्य में बाधाएं खड़ी करना आदि कारणों से प्रशासनिक तन्त्र चर्चाओं के घेरे मे रहता है। तभी इसे नौकरशाही व लालफीताशाही जैसे नामों से जाना जाने लगा है। अतः व्यवसाय के लिए राजनीतिक, शासकीय तथा प्रशासकीय वातावरण से परिचित होना तथा समयानुसार इस वातावरण से व्यावसायिक हितों की पूर्ति करना आवश्यक होता है।

VPM CLASSES

7. वैधानिक वातावरण (Legal Environment)

किसी देश का वैधानिक वातावरण उसके आर्थिक, सामाजिक एवं राजनीतिक जीवन को प्रभावित करता है। वैधानिक वातावरण से व्यवसाय को संरक्षण भी मिलता है तथा वह सही ढंग से कार्य करने के लिए भी बाध्य किया जा सकता है। वैधानिक ढांचे के द्वारा जनहित की अभिवृद्धि के प्रयास किये जाते है। कानून के द्वारा सामाजिक कल्याण एवं जन आकांक्षाओं के लिए व्यावसायिक क्रियाओं पर अनेक प्रतिबन्ध लगाये जाते है। वैधानिक वातावरण का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है। इसके द्वारा आर्थिक जगत में व्यवसाय के सभी पहलुओं पर नियन्त्रण रखा जाता है व्यवसाय से सम्बन्धित क्रियाऐं जैसे– अनुज्ञापन, एकाधिकार व प्रतिबन्धित संव्यवहार, प्रतिभूति निर्गमन, स्कन्ध एवं उपज विपणि, संविदा, सम्पति एवं सम्पदा, एजेन्सी, विनियम साध्य प्रलेख, बैंको की क्रियाएं, प्रत्याभूति, निक्षेप,साझेदारी, बीमा, विदेशी विनियम, उपभोक्ता हित, व्यावसयिक अपराध, प्रदुषण आदि–आदि वैधानिक वातावरण के अन्तर्गत मानी जाती है। देश में व्यवसाय एवं उद्योगों को प्रभावित करने वाले निम्नलिखित अधिनियम महत्वपूर्ण माने जाते है–

1. भारतीय कम्पनी अधिनियम
2. भारतीय अनुबन्ध अधिनियम
3. वस्तु विक्रम अधिनियम
4. भारतीय साझेदारी अधिनियम
5. उद्योग विकास एवं नियमन अधिनियम
6. एकाधिकार एवं प्रतिबन्धित व्यापार व्यवहार अधिनियम
7. प्रतिभूति प्रसंविदा नियमन अधिनियम
8. विदेशी विनिमय प्रबन्धन अधिनियम
9. प्रतिभूति एवं विनियम बोर्ड अधिनियम
10. भारतीय कारखाना अधिनियम
11. औद्योगिक विवाद अधिनियम
12. न्यूनतम मजदूरी अधिनियम
13. बोनस भुगतान अधिनियम
14. कर्मचारी क्षतिपूर्ति अधिनियम
15. आवश्यक वस्तु अधिनियम
16. बाट एवं माप तौल अधिनियम
17. चोर बाजारी निवारण अधिनियम
18. खाद्य अमिश्रण निवारण अधिनियम
19. रूग्ण औद्योगिक कंपनी (विशेष प्रावधान)अधिनियम
20. पर्यावरण संरक्षण अधिनियम
21. व्यापार एवं वस्तु चिन्ह अधिनियम
22. पेटेन्ट्स अधिनियम
23. जल प्रदुषण अधिनियम
24. वायु प्रदुषण निवारण व नियन्त्रण अधिनियम
25. कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम
26. कर्मचारी भविष्य निधि अधिनियम

VPMCLASSES

8. नैतिक वातावरण (Ethical Environment)

व्यापार को समाज के नैतिक स्तरों का पालन करना होता है। जटिल व्यावसायिक परिवेश में नैतिक सिद्धांत एवं संहिताएं प्रबन्धकों के व्यवहार का मार्गदर्शन करती है। नैतिक मापदण्डों एवं आदर्शों को ध्यान में रखकर ही व्यवसाय के साधनों तथा साध्यों का निर्धारण होता है। व्यावसायिक क्रियाओं को नीतिशास्त्र के अनुकूल संचालित करने के लिए कानून तथा सरकार विशेष बल दे रही है।

9. सांस्कृतिक वातावरण (Cultural Environment)

बाजार एवं मांग को प्रभावित करके ही राष्ट्र की संस्कृति व्यवसायियों के निर्णयों को प्रभावित करती है। सम्पूर्ण विश्व में बढ़ रहे नारी स्वतन्त्रता आन्दोलन, औषय–संस्कृति , युवा–केन्द्रिय समाज, हिप्पीवाद आदि सांस्कृतिक मूल्य व्यावसायिक नीतियों को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करते रहे हैं। समाज व संस्कृति व्यवसाय के मूल आधार हैं। कोई भी व्यवसाय देश की सांस्कृतिक विरासत एवं मूल्यों की अनदेखी नहीं कर सकता, यदि उसे अपने अस्तित्व को बनाये रखना है।

व्यवसाय एवं आर्थिक वातावरण (Business and Economic Environment)

व्यावसायिक वातावरण के व्यापक परिवेश में आर्थिक पक्ष का महत्वपूर्ण स्थान है। वातावरण को निर्मित करने में तीन महत्वपूर्ण शक्तियां कार्य करती है–

1. उस देश की आर्थिक प्रणाली,
2. वहां की आर्थिक नीति, एवं
3. उस देश में विद्यमान आर्थिक दशाएँ

देश में विद्यमान आर्थिक दशाएं वहां के व्यावसायिक विकास तथा स्तर को गहराई से प्रभावित करती हैं। व्यवसाय के लिए आर्थिक दशाओं का महत्व व्यावसायिक सम्भावनाओं व अवसरों की पूर्ति से जुड़ा हुआ है। आर्थिक दशाओं को नियोजन एवं विकास का आधार मानकर उस देश की सरकार अनेक आर्थिक कार्यक्रमो का संचालन करती हैं देश में प्रचलित जीवन–स्तर, उपभोग प्रवृतियां तथा आर्थिक समृद्धि व्यवसाय के लिए अनेक दृष्टियों से महत्वपूर्ण है। व्यवसाय इनके आधार पर अपने विकास एवं विस्तार, नये बाजारो का निर्माण, नये उत्पादों की शुरूआत, विज्ञापन एवं विपणन रणनीति, उत्पाद अभिकल्पनाऐं नये मॉडल आदि के बारे में योजनाएं एवं कार्यक्रम तैयार करता है।

VPM CLASSES