BIHAR SHODH SAMAAGAM, VOL. 2, ISSUE 1, p.p 27-30 (2024)

व्यवसाय में सामाजिक मूल्य
जहान्वी देव

परिचय :–

व्यावसायिक इकाइयों को सामाजिक आकांक्षाओं का ध्याान रखते हुए व्यावसायिक क्रियाएँ करनी चाहिए तथा लाभ अर्जित करना चाहिए। समाज में रहने वाले प्रत्येक व्यक्ति के कुछ सामाजिक उत्तरदायित्व हैं। उसे सामाजिक मूल्यों को आदर करना चाहिए तथा व्यवहार कुशल होना चाहिए। प्रत्येक व्यावसायिक इकाई को लाभ अर्जित करने के लिए औद्योगिक तथा वाणिज्य क्रियाएँ करने का अधिकार समाज से प्राप्त है। लेकिन यह भी आवश्यक है कि वह ऐसी कोई कार्यवाही न करे जो समाज के दृष्टिकोण से अवांछनीय है। कुछ ऐसी कार्यवाहियाँ हैं जो लाभ तो अधिक प्रदान करती हैं लेकिन समाज पर उनका प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है। जैसे :– माल उत्पादन एवं विक्रय में मिलावट, भ्रामक विज्ञापन, करों का भुगतान न करना, वातावरण को प्रदूषित करना तथा ग्राहकों का शोषण। कुछ अन्य ऐसे क्रियाकलाप हैं जो उद्यम की छवि को भी सुधारते हैं तथा लाभार्जन में वृद्धि भी करते हैं, जैसे – उच्च कोटि के माल की पूर्ति करना, स्वस्थ कार्यस्थल वातावरण बनाना, देय करों का समय पर भुगतान करना, कारखानें में प्रदूषण रोकने के लिए उपयुक्त उपकरण लगवाना तथा ग्राहकों की शिकायतों को सुनना तथा उन पर उचित कारंवाई करना है। वास्तव में यह सत्य है कि सामाजिक उत्तरदायित्व तथा सच्चा नैतिकतापूर्ण व्यवहार ही किसी व्यावसायिक उद्यम को दीर्धकालीन सफलता प्रदान करना है।

आज के समय में, चाहे वह सरकारी क्षेत्र हो या निजी, जिनमे उद्योग, सरकार, कृषि, खनन, उर्जा, यातायात, निर्णायक उद्योग तथा उपभोक्ता सम्मिलित है, सभी गंदगी फैलाते हैं तथा कूड़ा–कड़कट उद्योग तथा उपभोक्ता सम्मिलित है, सभी गंदगी फैलाते हैं तथा कूड़ा–कड़कट फैलाते है। इन प्रदूषित करने वाली वस्तुओं में उत्पादन के समय छाँटकर अलग निकाली गयी वस्तुएँ या उपभोक्ताओं द्वारा परिव्यक्त वस्तुएँ होती है। इन्हीं वस्तुओं के द्वारीा प्रदूषण उत्पन्न होता है।

प्रस्तावना :–

सामाजिक दृष्टिकोण से व्यवसाय का मुख्य कार्य समाज को आवश्यक वस्तुएँ एवं सेवाएँ उपलब्ध कराना है। व्यक्तिगत दृष्टिकोण से व्यावसायिक इकाइयों का मुख्य उद्देश्य लाभ कमाना है। यह भी कहा जा सकता है कि व्यावसायिक इकाई के मुख्य उद्देश्य तथा सामाजिक उद्देश्यों में टकराव नहीं होना चाहिए। यद्यपि व्यावसायिक इकाइयों के संचालनकर्ताओं के निर्णय एवं क्रियाकलाप सदैव जनता की आकांक्षाओं के अनुरूप होंगे, यह सदैव सही नहीं है। एक उद्यम आर्थिक कार्यो (जैसे–आटा, लागत तथा लाभ) में बहुत उच्च कोटि का हो सकता है, लेकिन सामाजिक कार्य पालन में उतना अच्छा नहीं हों, जैसै–उत्पाद की पूर्ति उचित मात्रा में उचित मूल्य पर करना। इससे यह प्रश्न सामने खड़ा हो जाता है कि सामाजिक दृष्टिकोण से क्या उचित है तथा क्या अनुचित। इस प्रश्न का उत्तर इसलिए और भी आवश्यक है कि व्यावसायिक उद्यमों का जन्म समाज से होता है तथा समाज से ही प्रभावित होते है। अतः उन्हें अपने आप को स्थापित करने तथा अपने बारे में व्याख्या करने के लिए सामाजिक मूल्यों को प्राथमिकता देनी चाहिए। व्यावसायिक नैतिकता व्यक्तिगत हितों तथा सामाजिक हितों में सामंजस्य स्थापित करने की एक विधि है।

व्यावसायिक नैतिकता की अवधारणा :–

नैतिकता मूलतः ग्रीक भाषा शब्द 'एथिक्स' है जिसका अर्थ होता हैं, चरित्र मानक, आदर्श या नैतिकता से है, जो एक समाज में प्रचलित होते हैं। यह हम एक कार्य निर्णय या व्यवहार को नैतिकता मानें जो समाज की मान्यताओं या सिद्धांतो के अनुरूप है तो यह नैतिक ही होगा। इससे इस बात को बल मिलेगा कि क्या यह अपने आप में पूर्ण सिद्धांत अपने आप में पूर्ण नैतिकता मूल्य है। दूसरी ओर बहुतों का यह मानना है कि हमारे समाज में विगत कुछ वर्षो में व्यावहारिक मूल्यों में परिवर्ततन आया है। जो सिद्धांत व्यवसाय के लिए अधिक कठोर हुए हैं उकने उदाहरण हैं –लोगों से कैसे व्यवहार किया जाए, पर्यावरण संरक्षण कार्यस्थल पर सुरक्षा एंव कर्मचारियों के अधिकार आदि। इन सब में कुछ समय से परिवर्तन आया है, यह हम स्पस्ट देख सकते हैं।

व्यावसायिक नैतिकता का सीधा संबंध व्यावसायिक उद्देश्य, चलन तथा तकनीक से है, जो समाज के साथ–साथ चलन में

जहान्वी देव
वाणिज्य विभाग
ग्लोकल विश्वविद्यालय, हामपुर

रहतें है। एक व्यावसायिक को चाहिए कि वह सही मूल्य वसूल करें, सही तोल कर दें, ग्राहकों के सद्भावनापूर्ण व्यवहार करे। विश्व में यह धारणा प्रबल हो चुकी हैं कि समाज के विकास के लिए व्यावसायिक इकाइयों के द्वारा नैतिक मूल्यों का पालन अति आवश्यक है। नैतिकतापूर्ण व्यवसाय एक अच्छा व्यवसाय होता है। यह जनता में विश्वास पैदा करता है तथा अपनी साख में भी वृद्धि करता है। लोगों में विश्वास जगारक अधिक लाभ अर्जित करता है। नैतिकता का पालन हमारे जीवन स्तर को उपर उठानें में सहायक है तथा जो कार्य हम करते हैं, उसे सरहना भी मिलती है।

व्यवसाय के प्रति निष्ठा : संकल्पना

सामाजि कार्य व्यवसाय के अन्तर्गत व्यवसाय के प्रति निष्ठा, महत्पूर्ण और मूल मूल्यों में एक है। प्लेओ ने एथेंस के कानून के एिल सांक्रेटीज की प्रतिबद्वता पर अपने काम में निष्ठा के बारें में उल्लेख किया। उन्होंने कहा कि 'केवल एक व्यक्ति जो सिर्फ वफादार हो सकता है, और वह वफादारी असली दर्शन की सिस्थि है'। इमानदारी विश्व भर में हर व्यक्ति के अवचेतन गहराई में छिपा एक गुण है। कहा जाता है कि इमानदारी का विकास इस जाल के माध्यम से उभरा है जो मानव अस्तित्व को बांधता है। समाज की स्थापना के बाद से ही व्यक्ति जीवित रहने के लिए एक दूसरे के साथ एक दूसरे पर निर्भर रहते है। उनके पास एक समुदाय में एक साथ बंधने की क्षमता है। एक समुदाय का अस्तित्व हर व्यक्ति के सामूहिक योगदान पर निर्भर करता है। इसीलिए जीवित रहने के लिए, किसी व्यक्ति को अपने जीवन की बनुयादी आवश्यकताओं को पूरा करने लिए एक समुदाय के साथ मिलना चाहिए।

अमेरिकी दार्शनिक जोसिया रॉयस के अनुसार अपनी पुस्तक द–फिलोसफी ऑफ लॉयल्टी (1908) में निष्ठा एक पुण्य है वास्तव में एक प्राथमिक सद्गुण ''सभी गुणों का हृदय, सभी कर्तव्यों में केन्द्रीय कार्य है। '' उन्होंने कहा कि ईमानदारी 'एक व्यक्ति निर्मित व्यावहारिक और व्यापक निष्ठा है'। ईमानदारी में गहनता है कि यह केवल एक आकस्मिकत त्रृण नहीं हैं, बल्कि किसी कारण के प्रति पूर्ण समर्पण है।''

ईमानदारी विभिन्न रूपों में हो सकती है, व्यक्तिगत निष्ठा, परिवार की निष्ठा, राष्ट्र राज्य की ईमानदारी, धार्मिक ईमानदारी, व्यावसायिक ईमानदारी––––आदि। इसका महत्व इस तथ्य में हैं कि ''एक व्यक्ति जो स्पस्ट बुद्धिजीवी है और उसे ज्ञात है कि एक एक आदर्श के संरक्षण के लिए अंतिम बलिदान क्या होगा ''। किसी भी सभ्य समाज और मानवीय समाज में ईमानदारी को आवश्यक घटक माना गया है।

ईमानदारी को मुख तौर पर तीन हिस्सों में वर्गीकृत किया जा सकता हैः उत्पादक ईमानदारी, मौद्रिक ईमानदारी और सरल ईमानदारी।

उत्पादक ईमानदारी :– उत्पादक ईमानदारी व्यवसाय के मूल्यों और नैतिकता को प्रस्तुत करने और व्यवसाय की वृद्धि के लिए कार्य करते हुए, व्यवसाय में सक्रिय भागीदारी से संबंधित है। उत्पादक ईमानदारी के उच्च स्तरीय संबंधित व्यावसायिक अपने व्यवसाय की उत्पादकता और दक्षता की वृद्धि के लिए प्रयास करते है। वे व्यवसाय के संबंध में अपने ज्ञान और कौशल को बढ़ाने की चेष्टा करते है जिससे कि वे अपने प्रयासों और योगदानों के माध्यम से सामाजिक मांग और परिवर्तनों के संबंध में उनके व्यवसाय अनुकूशीलता का विकास कर सकें।

मौद्रिक ईमानदारी :– मौद्रिक ईमानदारी से तात्पर्य है कि व्यावसायिक, व्यवसाय के प्रति ईमानदार है, इसे केवल नौकरी पाने के लिए आजीविका के स्त्रोत के रूप में समझा जाता है। व्यवसाय में प्रतिबद्वाता का आभाव है, अगर उनके व्यावसायिक क्षेत्र के बाहर बेहतर अवसर मिलते है तो व्यावसायिक, व्यवसाय से दूसरे व्यवसाय को अपना लेते हैं, अधिक मौद्रिक लाभ व्यावसायिक के प्रदर्शन को बेहतर कर सकता है।

सरल इमानदारी :–सरल इमानदारी, जिसे प्रामाणिक ईमानदारी के रूप में भी जाना जाता है, यह कर्तव्य की भावना और नैतिक प्रतिबद्वता पर आधारित है। वह सांस्कृतिक मूल्यों संगइनात्मक समाजीकरण का परिणाम है और पारस्परिक रूप से आत्मनिर्भर जैसे शिक्षा, अनुभव और अभिव्यक्ति जैसे बाहरी प्रभावों के माध्यम से सीखने का परिणाम है। व्यवासायिक व्यवसाय में प्रतिबद्वता अनुभव करते है और व्सावसायिक मूल्य, और नैतिकता का पालन करते हैं। यह व्यक्ति द्वारा अपने कार्य है क्योंकि व्यक्ति को इसे एक विशिष्टि व्यवसाय के रूप में करना है।

व्यवसाय तथा पर्यावरण संरक्षण :–

व्यवसाय में पर्यावरण सरंक्षण एक विषम समस्या है। जो व्यावसायिक प्रबंधकों तथा निर्णायकों को साहस के साथ सामना करने के लिए प्रेरित करती है। पर्यावरण की परिभाषा में मनुष्य के आस–पास के प्राकृतिक तथा मानव–निर्मित दोनों ही वातावरण को सम्मिलित किया जाता है। ये वातावरण प्राकृतिक संसाधनों में भी है और जो मानव जीवन के लिए उपयोगी है।

इन संसाधनो को प्राकृतिक संसाधन भी कहा जा सकता है, जिसमें–भूमि, जल, हवा, वनस्पति तथा कच्चा माल इत्यादि सम्मिलित हैं। मानव–निर्मित संसाधन जैसे–सांस्कृतिक विरासत, सामाजिक–आर्थिक संस्थान तथा मनुष्य इत्यादि। पर्यावरण जिसमें– भूमि, जल, वायु, मनुष्य, पेड़–पौधे तथा पशु–पक्षी सभी को सम्मिलित किया जाता है, को पतन से बचाते हुए इसका संरक्षण करना आवश्य होता है ताकि वातावरण को संतुलित किया जा सके। यह सर्वविदित है कि शुद्ध वातावरण का व्रीव गति से ह्रास हो रहा है जिसका कारण विशेषतः औद्योगिक गतिविधियों में वृद्धि है। सामान्यतः देश के महानगरों, जैसे, कानपुर, जयपुर, दिल्ली, कोलकाता तथा अन्य नगरों में यह आम दृश्य है। इन महागनरों के कारखानों से निकले उत्सर्जन मनुष्य जाति के के स्वास्थय पर कुप्रभाव डालते हैं।

पर्यावरण संरक्षण में व्यवसाय की भूमिका :–

सबसे महत्वपूर्ण है पर्यावरण को बचाना इसे नष्ट होने से बचाने का उत्तरदायित्व हम सभी का है। चाहें वह स्वयं सरकार हो, व्यावसायिक उद्यम हों, उपभोक्ता हों, कर्मचारी हों या समाज के अन्य सदस्य, सभी को इसे प्रदूषित होने से बचाने के लिए कूछ न कुछ अवश्य करना चाहिए। खतरनाक प्रदूषण उत्पादों पर रोक लगाने के लिए सरकार अधिनियम बना सकती है। उपभोक्ता कर्मचारी तथा समाज के सदस्य ऐसे उत्पदादकों के उपभोग को बंद कर सकते हैं जो पर्यावरण के लिए घातक हैं। पर्यावरण संबंधी समस्याओं को सुलझाने के लिए व्यावसायिक इकाइयों को स्वंय आगे आना चाहिए। व्यवसायिक इकाइयों की यह भी सामाजिक जिम्मेदारी हैं कि वे केवल प्रदूषण जनित बातों पर ही ध्यान केंद्रित न करें बल्कि पर्यावरण संसाधनों की सुरक्षा का भी उत्तरदायित्व अपने उपर लें। वे यह भी समझती हैं कि प्रदूषण नियंत्रण से संबंधित समस्याओं को कैसे सुलझाया जा सकता है जिसमें उत्पादन प्रक्रिया में पिरवर्तन करने, संयत्रों के रूप में बदलाव करके, संयंत्रों के रूप में बदलाव करके, घटिया किस्म के कच्चे माल के प्रयोग के स्थान पर उच्च कोटि के कच्चे माल का प्रयोग करके, प्रदूषण को नियंत्रित करने में सहायता प्रदानक कर सकती है। प्रदूषण नियंत्रण के कुछ उपाय निम्नलिखित है।

(क) उच्च स्तरीय प्रबंधकों द्वारा पर्यावरण सुरक्षा तथा प्रदूषण नियंत्रण के लिए वचनवद्ध होकर कार्य करना।

(ख) इस बात का विश्वास दिलाना कि उद्यम की प्रत्येक इकाई पर्यावरण सुरक्षा तथा प्रदूषण नियंत्रण के लिए वचनवद्ध है।

(ग) अच्छे किस्म के कच्चे माल के क्रय के लिए नियम बनाना, उच्च कोटि की तकनीक अपनाना, कचरे के निष्पादन के लिए वैज्ञानिक तकनीक अपनाना ताकि प्रदूषण का नियंत्रण हो।

(घ) प्रदूषण नियंत्रण से संबंधित सरकार द्वारा बनाये गए नियमों का पालन करना।

(ड.) जोखिम भरे द्रव्य पदार्थो का उचित व्यवसाय हेतु सरकारी कार्यक्रमों में सहयोग करना। इसमें प्रदूषित नदियों की सफाई, वृक्षारोपण तथा वनों की कटाई को रोकना आदि हो सकते हैं।

(च) समय–समय पर प्रदूषण नियंत्रण कार्यक्रम की लागत एंव प्रतिफल का मूल्यांकन करना ताकि पर्यावरण सुरक्षा हेतु प्रगतिशली कार्यवाही की जा सके।

(छ) प्रदूषण नियंत्रण कार्यक्रम के सफल क्रियान्वयन हेतु आपूर्तिकर्ता, डीलर्स तथा क्रेताओं के तकनीक ज्ञान तथा अनुभवों का लाक्ष प्राप्त करने हेतु समय पर कार्यशालाओं का आयोजन करना।

निष्कर्ष :–

निष्कर्षतः कहा जा सकता हैं कि व्यवसाय किसी भी देश के समाज या लोगों बची अपनी समस्त गतिविधियों को संचालित करता है। अतः व्यवसाय को उस समाज के विभिन्न सामाजिक–सांस्कृतिक घटकों जैसे– सामाजिक मूल्य, प्रथाएँ, आस्थाएँ, घारणाएँ, सामाजिक व्यवस्था, भौतिकवाद, धर्म, संस्कार––––––आदि प्रमुख रूप से प्रभावित करते हैं।

व्यवसाय मानव समाज का एक अनिवार्य अंग है। हम चाहे गरीब या अमीर हैं हमारे चारों ओर के व्यावसायिक क्रिया कलापों ने हमारी आवश्कयताओं की पूर्ति करके एंव जीवन स्तर में सुधार करके हमारे जीवन को आरामदेह बना दिया है। आज व्यावसायिक गतिविधियों विज्ञान एवं प्राद्योगिकी के विकास एंव श्रेष्ठ संचार प्रणलियों के कारण बड़ी तेजी से बदल रही है। आधुनिक उत्पादन एवं वितरण पद्वतियों ने आज के व्यावसायिक जगत को एक अंतराष्ट्रीस बाजार बना दिया है। एक देश में उत्पादित वस्तुएँ एंव सेवाएँ आज सरलता से दूसरे देशों में उपलब्ध है। वैज्ञानिक प्रबंध, उन्नत सूचना एंव संचार प्रौद्योगिकी का प्रयो ने व्यावसायिक क्रियाओं की जटिलता को बहुत राहत प्रदान की है।

हस सभी उपभोक्ता है तथा प्रत्येक व्यवसाय का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की संतुष्टि होना चाहिए। लेकिनल व्यवहार में व्ययसायी भिन्न–भिन्न प्रकारों से उपभोक्ता का शोषण करना है। कभी व्यवसायी कम गुणवत्ता वाली वस्तुओं का विक्रय करते

हैं तो कभी अधिक मूल्य वसूलते है। इसका कारण है कि हम एक उपभोक्ता के रूप में अपने अधिकार एंव उत्तरदायित्व के प्रति सचेत नहीं है। हर व्यवसाय का उद्देश्यों के अन्तर्गत अच्छी वाली वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन तथा पूर्ति, उचित व्यापारिक, प्रथाएँ अपनाना, समाज के लोक कल्याणकारी कार्यो में योगदान तथा कल्याणकारी सुविधाओं में योगदान करना सम्मिलित है।

संदर्भ सूची :–

1. पायने, एफ, वाट् इज फ्रोफेशन वर्क, रावत पब्लिकेशन, जयपुर, 2007
2. थॉमस, जी, कोड ऑफ एथिक्स फॉर सोशल वर्कर्रस, आई. जी. ए. ओ. न्यू. नई दिल्ली, 2015
3. शुक्ला, एम. सी., बिजनेस ऑरगनिजेशन एण्ड मैनेजमेंट, एस, चॉर पब्लिशन, 2008
4. सिग्ला, आर. के बिजनेस स्टंडीस, इंडिया, इंटरप्राइजेस पब्लिशन, 2020
5. दैनिक सामाचार पत्र, प्रभात खबर, भागलपुर, 6 मार्च 2022
6. वानी, सहुहास प्रल्हाद, एवं के. की. राजू, कॉरपोरेट सोश रिसपोन्सबिलिटि, सेबी, पब्लिशन, 2018
7. अग्रवाल, संजय के. कॉरपोरेट सोशल रिसपोन्सबिलिटि इन इण्डिया, सेज पब्लिशन इंडिया प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली, 2008