International Journal of Education, Modern Management, Applied Science & Social Science (IJEMMASSS)
ISSN : 2581-9925, Volume 01, No. 03, July - September, 2019, pp.190-192

निगमीय सामाजिक उत्तरदायित्व– उपभोक्ता सम्बन्ध का प्रमुख आयाम

भगवान सहाय मीना*

प्रस्तावना

व्यावसाय की विभिन्न गतिविधियों पर सामाजिक वातावरण का विशेष प्रभाव रहता है, क्योंकि प्रत्येक व्यावसायिक गतिविधि समाज के भीतर रहकर समाज के लिए ही की जाती है। निगमीय उपक्रमों की स्थिति में तो सामाजिक पृष्ठभूमि और भी महत्वपूर्ण हो जाती है। इसका कारण उपक्रमों द्वारा समाज के लिए उपलब्ध संसाधनों के एक बडे भाग का दोहन (उपयोग) कर लेना है। इन उपक्रमों में निर्माण सेवा आदि से लेकर वस्तु विक्रय तक के सभी कार्य सामाजिक वातावरण से घिरे बाजारों में ही सम्पन्न किए जाते है। अतः व्यावसायिक उपक्रम समाज की विधमानता, प्रोत्साहन व प्रगति पर बहुत अधिक निर्भर होते है। सामाजिक वातावरण ही किसी व्यवसाय को वास्तविक स्थिरता प्रदान कर सकता है। यदि समाज किसी व्यावसाय को स्वीकार नही करता है तो इसका समापन होना निश्चित है। इस निर्भरता को ध्यान रखते हुए व्यावसाय का समाज के प्रति निश्चित रूप से उत्तरदायित्व बनता है।

व्यवसाय को चालू करना, लाभ, पूंजी की उपलब्धि एवं श्रम की प्राप्ति समाज पर निर्भर है। व्यवसाय में नियोजित पूँजी अशंधारियों, बैंक, निगम एवं सरकार की है। लाभ हानि व्यवसायों में बराबर या अनुपात में बाटा जाता है। आज की विचारधारा में व्यवसाय किसी व्यक्ति विशेष की सम्पत्ति नही अपितु समाज की सम्पत्ति मानी जाती है। आज समाज के सहयोग के अभाव में कोई भी व्यक्ति प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से किसी भी व्यवसाय का निर्माण नही कर सकता है। हमे मालूम की एक व्यवसाय को स्थापित करने एवं नियन्त्रण करने आदि के लिए समाज पर ही निर्भर रहना पड़ता है। क्योंकि अच्छे व्यवसाय को सुचारू से संचालित करने के लिए श्रम, पूंजी इत्यादि की आवश्यकता होती है और वह समाज से ही मिलती है। अच्छे व्यावसायिक वातावरण के लिए समाज से अच्छा और कोई उदाहरण नही हो सकता। व्यवसाय की स्थापना हेतु जमीन, कच्चा माल, पूँजी, सस्ते मजदूर, यातायात सुविधा, भण्डार व्यवस्था, बाजार, बैंक, बीमा इत्यादि समाज ही उपलब्ध करता है। इस प्रकार हम कहते कि समाज व्यवसाय का महत्वपूर्ण अंग है। दूसरी ओर आधुनिक समाज भी व्यवसाय पर अत्यधिक निर्भर है तथा यह निर्भरता इतनी अधिक बढ़ती जा रही है कि व्यवसायिक गतिविधियों में थोड़ी सी रूकावट भी समाज को अत्यधिक कठिनाईयों में डाल देती है। समाज भी व्यवसाय के अभाव में निःसहाय सी स्थिति हो जाती है। आज दैनिक जीवन में काम आने वाली छोटी–छोटी वस्तुओं के लिए व्यवसायी पर ही निर्भरता रहती है। आवास, भोजन, कपड़े आदि की आवश्यकताओं से लेकर अत्यधिक विलासता एवं आरामदायक सभी प्रकार की वस्तुयें/सेवाएं भी व्यवसाय के माध्यम से ही पूरी की जाती है। व्यवसाय से ही रोजगार प्राप्त होता है और समाज का जीवन स्तर एवं आय का स्तर बढ़ता है। व्यवसाय और समाज एक दूसरे के अभिन्न अंग है। समाज से आशय है व्यक्तियों का समूह से है जहाँ व्यक्ति आपसी भाईचारे, सद्भावना, नैतिकता आदि के साथ सभी एक–दूसरे के सुख–दुख में काम आये और एक–दूसरे को आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक, मौलिक अधिकार के साथ अपना जीवन यापन करे। जैसा कि हम जानते है कि व्यवसाय समाज का अंग है। समाज में रहकर ही व्यवसाय किया जा सकता है। व्यवसाय में मानवीय एवं मौलिक संसाधन का उपयोग किया जाता है। व्यवसाय पशु–पक्षियों द्वारा नही किया जाता है। यह

* शोधार्थी, राज ऋषि भर्तृहरि मत्स्य विश्वविद्यालय, अलवर, सहायक आचार्य (व्यावसायिक प्रशासन), राजकीय वाणिज्य महाविद्यालय, अलवर, राजस्थान।

मानवीय क्रिया एवं बौद्धिक क्रिया है। व्यवसाय की स्थापना एवं संचालन करने के लिए मानव एवं समाज की आवश्यकता होती है। यह कहा जा सकता है कि समाज और मानव के बिना व्यवसाय की कल्पना भी नही की जा सकती है। व्यवसाय का संचालन करने के लिए कई सिद्धान्तों एवं कार्यों को किया जाता है। जो कि व्यक्ति समाज से मिलते है। व्यवसाय संचालन के लिए नियोजन संगठन, निर्देशन, नियुक्तिकरण, समन्वय,अभिप्रेरण एवं नियंत्रण किया जाता है। जो कि एक व्यक्ति द्वारा ही सम्भव है। समाज और व्यवसाय एक–दूसरे पर पूर्ण निर्भर है। एक भी सहयोग ना करे तो व्यवसाय और समाज दोनों पंगु हो जायेगें। यह पूर्णतया सत्य है कि समाज और व्यवसाय दोनों एक–दूसरे पर आश्रित या निर्भर है। समाज के बिना व्यवसाय की कल्पना भी नही की जा सकती तथा बिना व्यवसाय समाज का भी उद्धार नही हो सकता।

व्यवसाय का सामाजिक उत्तरदायित्व की बात करे तो यह कह सकते है कि आज जो भी है यानि हमारे देश की विकासशील अर्थव्यवस्था जो समाज में व्यवसायों के माध्यम से ही है। विश्व में आज हमारे पहचान विकासशील देशों में होती है। व्यवसायों के माध्यम से ही देश की पहचान अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर बनी है। जब हम यह कहते है कि हमे जो भी मिला है वह समाज से ही मिला और व्यवसाय से तो व्यवसायियों का भी यह दायित्व बनता है कि सामाजिक उत्तरदायित्वों का भी निर्वाह करें। क्योंकि हमें जो भी मिला और मिलेगा वह समाज से ही सम्भव है। हमारा यह नैतिक दायित्व बनता है कि समाज में रोजगार, गरीबी आदि के लिए कर सामाजिक भागीदारी बढ़ाये। अच्छे समाज और राष्ट्र से अच्छे उद्योगधन्धों का निर्माण होगा। समाज में उद्योगधन्धों से वायु प्रदूषण, मृदा प्रदूषण, ध्वनि प्रदूषण इत्यादि होते है। समाज से हमें अनेक संसाधन प्राप्त होते है। अतः हमारा भी नैतिक दायित्व बनता है अर्थात् व्यवसायों का दायित्व बनता है कि वह भी अपने मुनाफे का कुछ हिस्सा समाज पर खर्च करें।

कुन्ट्ज एवं ओडोनेल के अनुसार सामाजिक उत्तरदायित्व निजी हित में कार्य करने वाले प्रत्येक व्यक्ति का ऐसा दायित्व है, जिसमें वह स्वयं आश्वस्त होता हो कि उसके द्वारा अन्य व्यक्तियों के न्यायोचित अधिकारों एवं हितों को कोई हानि न पहुचाती हो।

सामाजिक उत्तरदायित्व समाज एवं व्यवसाय के मध्य पारिवारिक आवश्यकताओं हितो व अपेक्षाओं की पूर्ति के लिए दोहरी प्रक्रिया का कार्य सम्पन्न करता है। इसके अन्तर्गत व्यवसाय अपने कार्यों व निर्णयों में सामाजिक हितों व सामाजिक कल्याण का ध्यान रखता है तथा समाज व्यवसाय के कुशल संचालन के लिए एक उपयुक्त वातावरण प्रदान करता है। व्यवसाय समाज में किया जाता है। इसलिए व्यवसायी को चाहिए कि वह मानव सेवा व सम्मानकरके अपने व्यवसाय को जीवत रख सकता है। अन्यथा नही। आज समाज का हर वर्ग अर्थात् व्यवसायी के ग्राहकों, कर्मचारियों, समुदायों, सरकार आदि में प्रति कुछ दायित्व बनाते है। उन दायित्वों को समय–समय पूरा करे।

सीएसआर से सम्बद्ध कम्पनी अधिनियम 2013 के प्रावधान निगमित सामाजिक उत्तरदायित्व 1 अप्रैल 2014 से अनिवार्य कर दिये गये है। जिन्हें अनुच्छेद 135 (1), 2014 के द्वारा कम्पनी अधिनियम 2013 में संशोधन कर अनिवार्य किया गया है। ऐसी कम्पनी जिनकी शुद्ध सम्पति (मूल्य) 500 करोड़ हो अथवा 1000 करोड शुद्ध आवर्त अथवा परिलाभ शुद्ध5 करोड रूपये है। ऐसे समस्त उद्यम (कम्पनी) इस एक्ट के दायरे में आते है। अनुच्छेद 135 (5) के अनुसार ऐसी सभी कम्पनियाँ जो अनुच्छेद 135 (1) के अन्तर्गत आती है, उन्हें अपने औसत लाभों के 5 प्रतिशत आगामी 3 वित्तीय वर्षों में व्यय करना अनिवार्य है। कम्पनी अधिनियम 2013 की अनुसूची (VII) यह सुनिश्चित करती है कि उपरोक्त व्यय की जानी वाली राशि निम्न मदों पर व्यय की जावे।

- भूख एवं गरीबी उन्मूलन
- शिक्षा को बढ़ावा देना।
- लिंग समानता को बढ़ावा देना।
- पर्यावरण सन्तुलन को सुनिश्चित करना।
- राष्ट्रीय विरासत का संरक्षण

- ग्रामीण क्षेत्रों में खेल–कूद को बढ़ावा देना।
- प्रधानमंत्री राहत कोष इत्यादि राष्ट्रीय कार्यक्रमों में योगदान करना।

प्रत्येक ऐसी कम्पनी जो अनुच्छेद 135 (1) के दायरे में आती है, उसे एक सीएसआर समिति का गठन करना भी अनिवार्य है। जिसमें न्यूनतम 3 निदेशक हो, जिसमें एक स्वतन्त्र निदेशक होना आवश्यक है। ऐसी कम्पनियों के निदेशक मण्डल को यह अनिवार्य है कि वे सीएसआर समिति के अनुसंशाओं के द्वारा निर्धारित की गई नीतियों की अनुपालना सुनिश्चित करें।

वर्तमान संदर्भ में सामाजिक उत्तरदायित्व अवधारणा का महत्व

जैसा कि विदित है कि सी.एस.आर. की अवधारणा समाज एवं निगमीय जगत के सुदृढ सम्बन्ध स्थापित करने में एक सेतु के रूप में कार्य करती है। सी.एस.आर. मूल रूप से वह सामाजिक अपेक्षाऐं है, जो वह निगमीय जगत से रखता है, लेकिन मूल प्रश्न यह है कि क्या समाज की यह अपेक्षाऐं आशानुरूप से पूरी हो पाई है। ऐसा प्रतीत होता है कि विषय के अत्यधिक महत्व एवं निगमीय जगत की शक्तिशाली भूमिका निर्वाह करने की स्थिति होने के बावजूद इस सम्बन्ध में आशातीत प्रगति नही हो पाई है। इस कारण से अध्ययन का प्रमुख उद्देश्य यही है कि इस अत्यधिक महत्वपूर्ण विषय पर निगमीय जगत किन कारणों से खरा नही उतर पाया है। उन कारणों का पता लगाना और इस प्रकार के उपाय अपनाना जिससे की आने वाले समय में निगमीय जगत अपनी सी.एस.आर. को और प्रभावी ढंग से पूरा कर समाज की भावनाओं पर खरा उतर सके।

संदर्भ ग्रंथ सूची

- माथुर, बी.एल., रूरल डवलपमेन्ट एण्ड कोर्पोरेशन, आर.बी.एस.ए. पब्लिसर्श एस.एम.एस. हाइवे जयपुर, 1998
- माथुर, बी.एस., भारत में सहकारिता, साहित्य भवन आगरा, 2000
- उपाध्याय, शर्मा, दयाल, व्यावसायिक वातावरण, आर.बी.डी. पब्लिकेशन, जयपुर 2012
- Fried man M (1970) "The Social Responsibility of Business into increase its profit", New York Times magazine, September 13.
- Kothari CR (1985), Quantitative Techniques, Vikas Publishing House Pvt. Ltd., New Delhi.
- Austin James E, "The collaboration challenge: How nonprofits and businesses succeed through strategic alliances", Jossey-Bass, San Fransisco, pp.2-11 (2000).
- B. Scholtens, "Finance as a driver of CSR" Journal of Business Ethics, Vol.68, No.1, pp. 19-35, September 2006.
- Jacob M Rose, "Corporate Directors and Social Responsibility: Ethics versus Shareholder value", Journal of Business Ethics, Vol. 73, No.3, pp.319-331, July 2007.
- Sanjay Kanti Das (2012), "CSR Practices and CSR Reporting in Indian Financial Sector", Jr. of International Journal of Business and Management Tomorrow, Vol.2 (9):1-12.
- K. Aswathappa, Essentials of Business Environment Himalaya Publishing House (Mumbai).
- The Economic Times
- The Financial Express
- https://www.google.co.in/

❖◆❖