



NEERAJ®

M.C.O.-4

व्यवसाय परिवेश

(Business Environment)

**Chapter Wise Reference Book
Including Many Solved Sample Papers**

Based on

I.G.N.O.U.

& Various Central, State & Other Open Universities

By: Ved Prakash Sharma



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

(Publishers of Educational Books)

Retail Sales Office:

1507, First Floor, Nai Sarak, Delhi - 6 | Mob.: 8510009872, 8510009878

E-mail : info@neerajbooks.com Website : www.neerajbooks.com

MRP ₹ 450/-

Published by:



NEERAJ PUBLICATIONS

(Publishers of Educational Books)

Retail Sales Office: 1507, First Floor, Nai Sarak, Delhi - 6 | Mob.: 8510009872, 8510009878

E-mail : info@neerajbooks.com Website : www.neerajbooks.com

© Copyright Reserved with the Publishers only.

Reprint Edition with Updation of Sample Question Paper Only

Typesetting by: Competent Computers, Printed at: Novelty Printing Press

Disclaimer/T&C

1. For the best & up-to-date study & results, please prefer the recommended textbooks/study material only.
2. This book is just a Guide Book/Reference Book published by NEERAJ PUBLICATIONS based on the suggested syllabus by a particular Board/University.
3. These books are prepared by the author for the help, guidance and reference of the student to get an idea of how he/she can study easily in a short time duration. Content matter & Sample answers given in this Book may be Seen as the Guide/Reference Material only. Neither the publisher nor the author or seller will be responsible for any damage or loss due to any mistake, error or discrepancy as we do not claim the Accuracy of these Solutions/Answers. Any Omission or Error is highly regretted though every care has been taken while preparing, printing, composing and proofreading of these Books. As all the Composing, Printing, Publishing and Proof Reading, etc., are done by Human only and chances of Human Error could not be denied. Any mistake, error or discrepancy noted may be brought to the publishers notice which shall be taken care of in the next edition and thereafter as a good gesture by our company he/she would be provided the rectified Book free of cost. Please consult your Teacher/Tutor or refer to the prescribed & recommended study material of the university/board/institute/ Govt. of India Publication or notification if you have any doubts or confusions regarding any information, data, concept, results, etc. before you appear in the exam or Prepare your Assignments before submitting to the University/Board/Institute.
4. In case of any dispute whatsoever the maximum anybody can claim against NEERAJ PUBLICATIONS is just for the price of the Book.
5. The number of questions in NEERAJ study materials are indicative of general scope and design of the question paper.
6. Any type of ONLINE Sale/Resale of "NEERAJ BOOKS" published by "NEERAJ PUBLICATIONS" in Printed Book format (Hard Copy), Soft Copy, E-book on any Website, Web Portals, any Social Media Platforms – Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, LinkedIn etc. and also on any Online Shopping Sites, like – Amazon, Flipkart, eBay, Snapdeal, Meesho, Kindle, etc., is strictly not permitted without prior written permission from NEERAJ PUBLICATIONS. Any such online sale activity of any NEERAJ BOOK in Printed Book format (Hard Copy), Soft Copy, E-book format by an Individual, Company, Dealer, Bookseller, Book Trader or Distributor will be termed as ILLEGAL SALE of NEERAJ BOOKS and will invite legal action against the offenders.
7. The User agrees Not to reproduce, duplicate, copy, sell, resell or exploit for any commercial purposes, any portion of these Books without the written permission of the publisher. This book or part thereof cannot be translated or reproduced in any form (except for review or criticism) without the written permission of the publishers.
8. All material prewritten or custom written is intended for the sole purpose of research and exemplary purposes only. We encourage you to use our material as a research and study aid only. Plagiarism is a crime, and we condone such behaviour. Please use our material responsibly.
9. All matters, terms & disputes are subject to Delhi Jurisdiction only.

Get books by Post & Pay Cash on Delivery :

If you want to Buy NEERAJ BOOKS by post then please order your complete requirement at our Website www.neerajbooks.com where you can select your Required NEERAJ BOOKS after seeing the Details of the Course, Subject, Printed Price & the Cover-pages (Title) of NEERAJ BOOKS.

While placing your Order at our Website www.neerajbooks.com You may also avail the “Special Discount Schemes” being offered at our Official website www.neerajbooks.com.

No need to pay in advance as you may pay “Cash on Delivery” (All The Payment including the Price of the Book & the Postal Charges, etc.) are to be Paid to the Delivery Person at the time when You take the Delivery of the Books & they shall Pass the Value of the Goods to us. We usually dispatch the books Nearly within 2-3 days after we receive your order and it takes Nearly 3-4 days in the postal service to reach your Destination (In total it take nearly 6-7 days).

Content

व्यवसाय परिवेश (Business Environment)

Question Bank – (Previous Year Solved Question Papers)

Question Paper—June-2023 (Solved).....	1-2
Question Paper—December-2022 (Solved)	1-3
Question Paper—Exam Held in March-2022 (Solved)	1-2
Question Paper—Exam Held in August-2021 (Solved)	1-2
Question Paper—Exam Held in February-2021 (Solved)	1-2
Question Paper—December, 2019 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2019 (Solved)	1-2
Question Paper—December, 2018 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2018 (Solved)	1-3
Question Paper—December, 2017 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2017 (Solved)	1-2

<i>S.No.</i>	<i>Chapterwise Reference Book</i>	<i>Page</i>
--------------	-----------------------------------	-------------

सामाजिक-राजनीतिक परिवेश (Socio-Political Environment)

1. व्यवसाय परिवेश के आयाम	1
(Dimensions of Business Environment)	
2. सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश (Socio-Cultural Environment)	15
3. व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व	29
(Social Responsibilities of Business)	
4. राजनीतिक परिवेश (Political Environment)	38

विधिक परिवेश (Legal Environment)

5. विनियामक नीतियां तथा ढाँचा	54
(Regulatory Policies and Framework)	

S.No.	Chapterwise Reference Book	Page
6.	कॉरपोरेट कानून (निगम विधि)–I (Corporate Laws–I)	63
7.	कॉरपोरेट कानून (निगम विधि)–II (Corporate Laws–II)	77
8.	श्रम विधान (Labour Legislation)	99
वित्तीय बाजार तथा उनका विनियमन (Financial Markets and their Regulation)		
9.	वित्तीय बाजार (Financial Markets)	119
10.	पूंजी बाजार (Capital Markets)	129
11.	पूंजी बाजार का विनियम (Regulation of Capital Market)	141
12.	निवेशक संरक्षण तथा कॉरपोरेट संचालन (Investors' Protection and Corporate Governance)	158
आर्थिक परिवेश (Economic Environment)		
13.	भारतीय अर्थव्यवस्था की संरचना (Structure of Indian Economy)	171
14.	आर्थिक योजना (Economic Planning)	182
15.	आर्थिक नीति (Economic Policies)	195
16.	लघु उद्योग (Small Scale Industries)	209
17.	आर्थिक सुधार (Economic Reforms)	223
अंतर्राष्ट्रीय तथा तकनीकी परिवेश (International and Technological Environment)		
18.	भुगतान शेष तथा निर्यात-आयात नीति (Balance of Payments and EXIM Policy)	234
19.	वैश्वीकरण तथा विश्व व्यापार संगठन (Globalisation and WTO)	249
20.	विदेशी निवेश तथा सहयोग (Foreign Investment and Collaboration)	263
21.	तकनीकी परिवेश (Technological Environment)	272



**Sample Preview
of the
Solved
Sample Question
Papers**

Published by:



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

www.neerajbooks.com

QUESTION PAPER

June – 2023

(Solved)

व्यवसाय परिवेश
(Business Environment)

M.C.O.-4

समय : 3 घण्टे]

[अधिकतम अंक : 100

[भारता : 70%

नोट : कोई पाँच प्रश्न कीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

प्रश्न 1. (क) “व्यवसाय पर्यावरण सदैव विकसित होता रहता है।” टिप्पणी कीजिए। व्यवसाय प्रबंधक के लिए इसके कौन-से अवयव महत्वपूर्ण हैं?

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-1, पृष्ठ-7, प्रश्न 1 (स्वपरख/अभ्यास प्रश्न) तथा पृष्ठ-9, प्रश्न 3

(ख) “पर्यावरणीय खतरा और अवसर रेखाचित्र किसी संगठन का आन्तरिक मूल्यांकन है।” इस कथन पर अपने विचार लिखिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-1, पृष्ठ-13, प्रश्न 7 (अ)

प्रश्न 2. (क) “पूँजी बाजार में प्रतिभूतियों का सूचीकरण एक लम्बी और कठिन प्रक्रिया है।” प्रतिभूतियों के सूचीकरण की प्रक्रिया को स्पष्ट करते हुए इस वक्तव्य पर टिप्पणी कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-10, पृष्ठ-132, ‘प्रतिभूतियों का सूचीकरण’

(ख) उपर्युक्त सूचीकरण प्रक्रिया को करने में सेबी की भूमिका को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-11, पृष्ठ-156, प्रश्न 12 तथा प्रश्न 13

प्रश्न 3. (क) आर्थिक परियोजना का क्या अर्थ है? इसके महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-14, पृष्ठ-182, ‘आर्थिक योजना का अर्थ’, ‘आर्थिक योजना की आवश्यकता’

(ख) भारत की राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था में सार्वजनिक क्षेत्र की भूमिका का विवेचन कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-13, पृष्ठ-176, ‘सार्वजनिक क्षेत्र की भूमिका’

प्रश्न 4. “औद्योगिक नीति भारतीय औद्योगिक क्षेत्र की रीढ़ है।” भारत की विभिन्न औद्योगिक नीतियों की समीक्षा करते हुए इस वक्तव्य पर टिप्पणी कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-15, पृष्ठ-195, ‘औद्योगिक नीति’
प्रश्न 5. (क) किसी देश के लिए लघु उद्योग के महत्त्व का वर्णन कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-16, पृष्ठ-210, ‘लघु उद्योगों का औचित्य’

(ख) लघु उद्योगों को बढ़ाने में राष्ट्रीय स्तर के प्रतिष्ठानों की भूमिका को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-16, पृष्ठ-219, प्रश्न 4

प्रश्न 6. किसी देश के आर्थिक विकास में विदेशी निवेश का महत्त्व बढ़ रहा है। सकल घरेलू उत्पाद वृद्धि और रोजगार सृजन और आधारभूत संरचना के विकास में इसके प्रभाव को स्पष्ट कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-17, पृष्ठ-227, ‘आर्थिक सुधारों का मूल्यांकन व प्रभाव’

प्रश्न 7. (क) विश्व व्यापार संगठन की स्थापना किसलिए हुई थी? यह हमारे देश के भविष्य के लिए क्यों महत्त्वपूर्ण है?

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-19, पृष्ठ-258, प्रश्न 4

(ख) टी.आर.आई.पी.एस. (TRIPS) और टी.आर.आई.एम.एस. (TRIMS) क्या हैं? वे व्यापार को किस प्रकार प्रभावित करते हैं?

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-19, पृष्ठ-259, प्रश्न 5, पृष्ठ-6 तथा पृष्ठ-260, प्रश्न 7

प्रश्न 8. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अंतर स्पष्ट कीजिए-

(क) आधारभूत अधिकार और निदेशक सिद्धांत

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-4, पृष्ठ-42, ‘मौलिक अधिकार’, ‘राज्य नीति के निर्देशात्मक सिद्धांत’

(ख) एम.आर.टी.पी. (MRTP) एक्ट और भारत का प्रतिस्पर्धात्मक कमीशन

2 / NEERAJ : व्यवसाय परिवेश (JUNE-2023)

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-7, पृष्ठ-80, 'एकाधिकारिक तथा प्रतिबंधी व्यापार आचरण (एम.आर.टी.पी) अधिनियम, 1969', पृष्ठ-86, 'भारत का प्रतिस्पर्धा आयोग'

(ग) मुद्रा बाजार और पूंजी बाजार

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-9, पृष्ठ-123, प्रश्न 2

(घ) आर्थिक वृद्धि और आर्थिक विकास

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-13, पृष्ठ-173, 'आर्थिक वृद्धि तथा आर्थिक विकास'

प्रश्न 9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-

(क) व्यवसाय के लिए जनसांख्यिकीय पर्यावरण का महत्त्व

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-1, पृष्ठ-10, '(2) जनसांख्यिकीय परिवेश'

(ख) सामाजिक प्रतिवेदन

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-3, पृष्ठ-37, प्रश्न 6 (स)

(ग) एस.आई.सी.ए. (SICA) (विशिष्ट प्रोवीजन एक्ट, 1985)

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-6, पृष्ठ-69, 'रुग्ण औद्योगिक कम्पनी (विशिष्ट प्रायोजन) अधिनियम (रु.औ.क.अ.) 1985'

(घ) कार्पोरेट शासन प्रणाली

कार्पोरेट शासन प्रक्रियाओं, रिवाजों, नीतियों, कानून तथा संस्थाओं की एक व्यवस्था है, जिनसे निगम निर्देशित या नियंत्रित होता है। कार्पोरेट प्रशासन में कई हितधारकों के बीच संबंध तथा लक्ष्य भी शामिल हैं, जिनके लिए निगम नियंत्रित होता है। कार्पोरेट शासन एक बहुआयामी विषय है। कार्पोरेट शासन का एक प्रमुख विषय संगठन के कुछ व्यक्तियों की जवाबदेही को ऐसे तंत्र के सहारे तय करना है, जो मालिक-एजेंट समस्या को समाप्त करने की कोशिश करते हैं। एक कम्पनी के कार्पोरेट शासन की गुणवत्ता, उसके शेयर की कीमत तथा पूंजी जुटाने की लागत को प्रभावित कर सकती है। यह दीर्घकालीन सामरिक लक्ष्यों को प्राप्त करने की दृष्टि से संरचना, संचालन तथा कम्पनी के नियंत्रण की प्रणाली है, ताकि शेयरधारकों, लेनदारों, कर्मचारियों, उपभोक्ताओं तथा आपूर्तिकर्ताओं की संतुष्टि एवं कानूनी तथा नियामक अपेक्षाओं के अनुपालन के अलावा पर्यावरण स्थानीय सामुदायिक जरूरतों की पूर्ति संभव हो सके।

■ ■

NEERAJ

PUBLICATIONS

www.neerajbooks.com

Sample Preview of The Chapter

Published by:



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

www.neerajbooks.com

व्यवसाय परिवेश (Business Environment)

सामाजिक-राजनीतिक परिवेश
(Socio-Political Environment)

व्यवसाय परिवेश के आयाम (Dimensions of Business Environment)



परिचय

व्यवसाय परिवेश वे परिस्थितियां होती हैं, जिनका प्रभाव प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से व्यवसायिक गतिविधियों पर पड़ता है। व्यवसाय परिवेश की प्रकृति गतिक, जटिल, बहुमुखी होती है व इसका व्यवसाय के अस्तित्व, निरन्तरता व विकास पर दूरगामी प्रभाव पड़ता है। व्यवसाय परिवेश की प्रकृति जानने के लिए किसी भी व्यवसाय के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि वह परिवेश का पूरा ज्ञान रखे, जिसके तहत वह कार्य कर रहा है। व्यवसाय परिवेश में आर्थिक नीतियां, प्रणाली तथा विकास की गति निहित है तथा गैर-आर्थिक; जैसे सामाजिक-सांस्कृतिक, राजनीतिक, तकनीकी तथा प्राकृतिक कारक, परस्पर क्रिया करते हुए रणनीतिक निर्णय-निर्माण में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं।

व्यवसाय परिवेश दो प्रकार को होता है पहला, आन्तरिक परिवेश जिसमें दो कारक होते हैं, जो नियंत्रणीय व संगठन के अंतर्गत होते हैं। दूसरा बाहरी परिवेश व्यवसायिक फर्म के नियंत्रण से बाहर अवसर उपलब्ध कराते हैं अथवा फर्म के सम्मुख चुनौतियां प्रस्तुत करते हैं। बाह्य परिवेश को विस्तृत रूप से सूक्ष्म व वृहद परिवेश बांटा जा सकता है। सूक्ष्म परिवेश में बल निहित होते हैं, यथा ग्राहक, आपूर्तिकर्ता, प्रतिस्पर्धी, विपणन मध्यस्थ, कर्मचारी तथा जनता। वृहद परिवेश विशाल सामाजिक अथवा भौतिक बलों से संबद्ध होते हैं, यथा आर्थिक, राजनीतिक तथा विधिक परिवेश, सामाजिक-सांस्कृतिक, जनसांख्यिकी, तकनीकी, अंतर्राष्ट्रीय परिवेश तथा प्राकृतिक परिवेश आदि।

व्यवसाय परिवेश का संपूर्ण परिदृश्य भारत में तीव्रता से परिवर्तित हो रहा है। विगत वर्षों में गठजोड़ सरकारों में उत्पन्न

बढ़ते हुए दबावों के कारण देश में राजनीतिक अनिश्चितता अधिक है। उदारीकरण, निजीकरण व वैश्वीकरण की आर्थिक नीतियों के कारण आर्थिक परिदृश्य बदल चुका है। संचार, सूचना व कंप्यूटरीकरण क्षेत्रों में तकनीकी परिवर्तन से संपूर्ण देश में क्रांति-सी आ गई है। भारत में बहुराष्ट्रीय कम्पनियों द्वारा विगत वर्षों में विकसित प्रतिस्पर्धा के कारण देश में उभरते ग्रामीण बाजार, व्यावसायिक संगठनों को अवसर प्रदान कर रहे हैं। भावी रणनीतियों तथा उपयुक्त रणनीतिक उद्देश्यों निर्माण के लिए, व्यवसाय परिवेश का विस्तृत विश्लेषण परिवेशीय सूक्ष्मदर्शन कहलाता है, जिसके द्वारा व्यावसायिक इकाइयां अपने संबंधित परिवेश की निगरानी करती हैं, जिससे वे उन अवसरों की पहचान कर सकें, जो लाभकारी हों तथा जोखिमों का सामना कर सकें। परिवेशीय सूक्ष्मदर्शन की प्रक्रिया में मुख्य परिवेशीय चरों की पहचान, जो व्यवसाय संगठन के संचालनों को प्रभावित करते हैं, निहित हैं। यह स्रोत प्राथमिक तथा द्वितीयक, औपचारिक अथवा अनौपचारिक, लिखित या मौखिक हो सकते हैं।

अंत में, संगठन का परिवेशीय जोखिम व अवसर का रेखाचित्र (ETOP) बनाया जाता है, जो परिवेशीय व्यवसाय में उपलब्ध अवसर व जोखिम को पहचानने में सहायता करता है।

अध्याय का विहंगावलोकन

व्यवसाय परिवेश की संकल्पना (Concept of Business Environment)

व्यवसाय परिवेश वे समस्त परिस्थितियां होती हैं, जो प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से व्यापारिक गतिविधियों से संबद्ध होती हैं।

2 / NEERAJ : व्यवसाय परिवेश

व्यवसाय परिवेश का तात्पर्य सभी बाहरी कारक हैं, जो व्यापार की कार्यप्रणाली को प्रभावित करते हैं, किन्तु कुछ विशेषज्ञों के अनुसार व्यापारिक गतिविधियां न केवल बाह्य परिवेशीय बलों, बल्कि भीतरी परिवेश से भी प्रभावित होती हैं, जो किसी व्यापारिक संगठन में सम्मिलित होती हैं; यथा व्यापारिक संगठन के उपलब्ध संसाधन, मूल्य प्रणाली, लक्ष्य व उद्देश्य आदि।

बाह्य परिवेश; यथा सामाजिक-सांस्कृतिक, राजनीतिक, आर्थिक तकनीकी, पारिस्थितिक, विधिक व नियामक आदि जिनके द्वारा व्यापार संचालित होता है, विभिन्न प्रकार के अवसर प्रदान करता है। व्यापार के सम्मुख अनेकों जोखिम व चुनौतियां भी प्रस्तुत कर सकता है। इसके विपरीत, भौतिक व मनोवैज्ञानिक संसाधनों के रूप में आंतरिक परिवेश प्रबंधन को उसके साथ सामंजस्य बैठाने में सहायक होता है। अतः किसी भी व्यापार की सफलता व अस्तित्व, आंतरिक व बाह्य दोनों ही परिवेशीय कारकों पर आधारित होते हैं। हालांकि “व्यवसाय परिवेश” पदबंध का उपयोग साधारण रूप से बाह्य कारकों तथा बलों के लिए किया जाता है, जो उस प्रतिष्ठान के नियंत्रण से बाहर तथा एक दूसरे देश के लिए भिन्न होते हैं।

व्यवसाय परिवेश का वर्गीकरण आर्थिक व गैर-आर्थिक रूप में भी किया जा सकता है। राजकोषीय नीति, औद्योगिक नीति, मौद्रिक नीति, आर्थिक परिवेश में निहित कारक होते हैं। गैर-आर्थिक परिवेश के अंतर्गत प्रणाली की प्रकृति, आर्थिक विकास की गति आदि आर्थिक विधिक-राजनीतिक, सामाजिक-सांस्कृतिक, तकनीकी व प्राकृतिक कारक होते हैं। आर्थिक व गैर-आर्थिक परिवेश को विशिष्ट रूप से न तो पृथक् किया जा सकता है और न ही पहचाना जा सकता है, क्योंकि दोनों एक-दूसरे को प्रभावित करते हैं। आर्थिक परिवेश गैर-आर्थिक परिवेश एक-दूसरे को निर्धारित करते हैं। जैसे आर्थिक परिस्थिति सामाजिक कारकों व सामाजिक नियमों से प्रभावित होती है व मूल्य लोगों की आय के स्तर से प्रभावित होते हैं।

अतः आर्थिक परिवेश तथा गैर-आर्थिक परिवेश का प्रत्येक प्रमुख तत्व एक दूसरे को प्रभावित करते हैं और प्रत्येक व्यापार की सफलता उसके द्वारा परिवर्तनों की प्रकृति, विस्तार व आयाम के पूर्वानुमान की क्षमता पर निर्भर करती है। संभवतः ये परिवर्तन परिवेशीय कारकों के दोनों ही वर्गों में होते हैं। किसी भी व्यापारिक प्रतिष्ठान की सफलता इस तथ्य पर आधारित होती है कि वह अपने आपको किस अंश तक संभावित परिवर्तनों के अनुसार ढालता है व रणनीतियों में अपेक्षित परिवर्तन करता है।

व्यवसाय परिवेश का महत्त्व

(Significance of Business Environment)

व्यवसाय परिवेश उन परिस्थितियों, बाह्य वस्तुओं, प्रभावों या परिस्थितियों से संबद्ध है, जिनके तहत व्यापार संचालित होता है तथा जो व्यापार को कई प्रकार से प्रभावित करते हैं। व्यवसाय परिवेश का उपयुक्त ज्ञान संगठन को अपने संसाधनों का अधिक

प्रभावी रूप से उपयोग तथा उसके अनुरूप स्वयं को ढालने में सहायता करता है। व्यवसाय परिवेश को भली प्रकार से समझने के लिए उसकी महत्वपूर्ण विशेषताएं इस प्रकार हैं

- **व्यवसाय परिवेश गतिशील है** व्यवसाय परिवेश से संबंधित विभिन्न कारक परिवर्तनीय होते हैं। अतः उनका प्रभाव भी व्यापार पर बदलता रहता है। अनेक उत्पादों के लिए बाजारों में आर्थिक, सामाजिक तथा तकनीकी आधुनिकीकरण के कारण पर्याप्त परिवर्तन हो चुका है। प्रबंधन को इन गतिविधियों को ध्यान में रखते हुए नवीन चुनौतियों का सामना करने के लिए अपनी रणनीतियों में पर्याप्त बदलाव करने होते हैं।
- **व्यवसाय परिवेश जटिल है** परिवेश में विभिन्न घटनाएं, कारक, परिस्थितियां व प्रभाव शामिल हैं, जो अनेक माध्यमों से उत्पन्न होते हैं तथा पृथक्करण में न होकर एक-दूसरे को प्रभावित करते हैं, परिणामस्वरूप नवीन प्रभाव उत्पन्न होते हैं। परिवेश के व्यक्तिगत कारकों को समझना सरल होता है, किन्तु इसके सम्मिलित प्रभाव को विभिन्न कारकों के मिश्रित व विरोधी प्रतिक्रियाओं के फलस्वरूप संपूर्ण रूप से समझ पाना कठिन कार्य है।
- **व्यवसाय परिवेश बहुमुखी है** किसी भी व्यवसाय परिवेश की प्रकृति प्रेक्षक के संज्ञान पर भी निर्भर करती है। परिवेश में एक विशिष्ट परिवर्तन कुछ व्यक्तियों के द्वारा एक अवसर की भांति, जबकि कुछ उसको एक संकट की भांति समझ सकते हैं, अतः स्वभावतः व्यवसाय परिवेश बहुमुखी है।
- **व्यवसाय परिवेश का दूरगामी प्रभाव होता है** व्यवसायिक परिवेशीय परिवर्तनों का व्यापार के अस्तित्व, निरन्तरता तथा विकास पर दूरगामी प्रभाव पड़ता है। कोई भी परिवेशीय परिवर्तन माल व सेवाओं के लिए मांग के साथ-साथ व्यापार की लाभदायकता को भी प्रभावित कर सकता है।

व्यवसाय परिवेश संज्ञान के महत्त्व को इस प्रकार से समझा जा सकता है

निरन्तर परिवेशीय अवलोकन राष्ट्रीय व अंतर्राष्ट्रीय स्तरों पर सामाजिक-आर्थिक व राजनीतिक-विधिक प्रभावों की से कल्पना में सहायता के साथ-साथ उसके अनुरूप सामयिक कार्यवाही के लिए तैयार करता है। यह व्यापार में अवसरों व चुनौतियों को पहचानने में भी सहायता करता है। यह तकनीकी व वैश्विक विकास के विषय में प्रतिष्ठान की दुर्बलताओं तथा सामर्थ्यों को पहचानने में भी सहायता करता है।

व्यवसाय परिवेश वर्तमान रणनीतियों का विश्लेषण, दीर्घकालीन नीतियों का निर्माण व भविष्य की रणनीतियों का विकास करने में सहायता करता है। यह प्रतिष्ठान को प्रतिस्पर्धी की रणनीतियों का विश्लेषण व उसके अनुसार आवश्यक प्रतिरोधी रणनीतियां निर्माण करने के योग्य बनाता है।

अंततः यह व्यावसायिक प्रतिष्ठान की वर्तमान परिस्थितियों के अनुसार स्वयं को अनुकूलित करने में मदद करता है तथा कभी-कभी तो परिवेश को प्रभावित करने में भी मदद करता है।

व्यवसाय परिवेश के प्रकार

(Types of Business Environment)

संपूर्ण व्यवसाय परिवेश दो प्रकार का होता है आंतरिक परिवेश तथा बाह्य परिवेश।

आन्तरिक परिवेश आन्तरिक परिवेश के विभिन्न कारक हैं जो व्यवसाय में रणनीति संबंधी निर्णयों को प्रभावित करते हैं, जिनमें से कुछ प्रमुख कारक हैं

मूल्य प्रणाली व नैतिक मानक जिन्हें संगठन ने स्वीकार कर लिया है। कंपनी का लक्ष्य, मिशन व उद्देश्य, क्योंकि ये व्यापार की प्राथमिकताओं, विकास की दिशा, दर्शन आदि निर्धारित करते हैं।

संगठनात्मक अवसंरचना जो प्रबंधन के व्यवसायीकरण की सीमा यथा उपलब्ध मानव संसाधनों की विशेषता, जैसे आत्मबल, दक्षता, प्रतिबद्धता व दृष्टिकोण आदि निर्धारित करती है।

भौतिक संपत्तियाँ व सुविधाएं; यथा उपलब्ध तकनीक की प्रकृति, उत्पादन क्षमता, वितरण प्रसार पर नियंत्रण जो विपणन क्षमता से संबंधित हैं। वित्तीय कारक, यथा कंपनी की वित्तीय संरचना, उनका संचयन, उनके स्रोत, पूंजी संरचना, वित्तीय नीतियाँ आदि तथा कॉर्पोरेट छवि तथा ब्रांड इक्विटी जिनका कंपनी ने विगत वर्षों में निर्माण किया है।

कंपनी के यह आन्तरिक माध्यम, कंपनी की क्षमता व दुर्बलता के स्तर का निर्धारण करके प्रत्येक कंपनी से अपेक्षा करते हैं कि वह इन माध्यमों का प्रभावी, रूप से उपयोग बाह्य परिवेश के अनुकूल अपनी रणनीतियाँ निर्मित करने के लिए करें, जिसके तहत यह संचालित होती हैं।

बाह्य परिवेश इस परिवेश में ऐसे विभिन्न कारक शामिल हैं, जो सामान्यतः किसी विशिष्ट प्रतिष्ठान के नियंत्रण में नहीं होते तथा जो संगठन के लिए अवसर व चुनौतियाँ उपलब्ध करवा सकते हैं। यह कारक राजनीतिक, आर्थिक, सांख्यिकी, विधिक, सामाजिक-सांस्कृतिक, तकनीक तथा प्राकृतिक हो सकते हैं। यह वास्तविक व्यवसाय परिवेश का निर्माण करते हैं, जो संगठन को अवसर व चुनौतियाँ उपलब्ध कराते हैं।

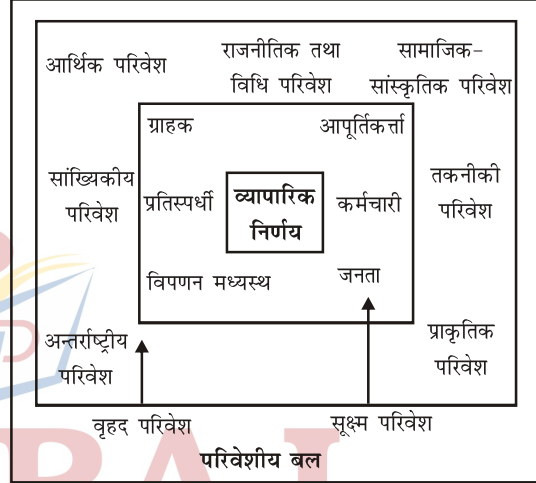
बाहरी परिवेश के कारक

(Components of Business Environment)

बाहरी परिवेश के दो रूप होते हैं सूक्ष्म तथा वृहद परिवेश। सूक्ष्म परिवेश उन परिवेशीय बलों से संबद्ध है, जिनका व्यापार के साथ संबंध तात्कालिक होता है, यथा, ग्राहक, प्रतिस्पर्धी, विपणन मध्यस्थ, आपूर्तिकर्ता, कर्मचारी व जनता। इसके विपरीत वृहद परिवेश विस्तृत सामाजिक/भौतिक बल होते हैं, जिनका प्रभाव न केवल व्यापार पर हो सकता है, वरन सूक्ष्म परिवेशकर्ता भी इससे प्रभावित होते हैं। इसमें आर्थिक, विधिक-राजनीतिक,

सांस्कृतिक-सामाजिक, तकनीकी, सांख्यिकीय, अंतर्राष्ट्रीय तथा प्राकृतिक बल सम्मिलित होते हैं।

समान उद्योग से संबंधित होने पर भी सामान्यतः सूक्ष्म परिवेशीयकर्ताओं का प्रभाव एक से दूसरे प्रतिष्ठान में अलग होता है, किन्तु वृहद परिवेशीयकर्ताओं का प्रभाव किसी उद्योग में संचालित समस्त व्यापारिक फर्मों के लिए कम। अधिक एक जैसा होता है।



सूक्ष्म परिवेश (Micro Environment)

सूक्ष्म परिवेश के विभिन्न घटक निम्नलिखित होते हैं

ग्राहक ग्राहक व्यापार की सफलता की कुंजी होते हैं अतः प्रत्येक व्यापार के लिए ग्राहकों की सोच उनकी परिवर्तित रुचियों व प्राथमिकताओं पर नजर रखना बहुत महत्वपूर्ण है। किसी उत्पाद/सेवा की ओर ग्राहक की निष्ठा उसके संतुष्टि स्तर पर आधारित होती है। नये ग्राहक बनाने व पुराने ग्राहकों को बनाए रखने के लिए प्रबंधन को ग्राहक के व्यवहार, दृष्टिकोण, संतुष्टि पर निरन्तर नजर रखनी पड़ती है।

व्यापार में अधिकतर ग्राहकों के विभिन्न वर्ग; यथा व्यक्तिगत, घरेलू, व्यापारिक फर्म, सरकार व अन्य संस्थान होते हैं। व्यापारिक फर्म की दृष्टि से एकल ग्राहक पर निर्भरता अत्यधिक जोखिमपूर्ण हो सकती है। फर्म के द्वारा दी जाने वाली थोड़ी ढील ग्राहक को उसके प्रतिस्पर्धियों की ओर मोड़ सकती है।

प्रतिस्पर्धी किसी भी व्यापारिक फर्म का वास्तविक बाजार परिस्थिति में एकाधिकार नहीं होता तथा उसे सदैव प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है। फर्म के प्रतिस्पर्धियों में समान व्यापार चला रही फर्म के अतिरिक्त अन्य उद्योगों की फर्म भी संबंधित होती हैं, जो ग्राहकों की निश्चित आय का कुछ भाग लेने के लिए प्रतिस्पर्धा कर रही हैं। समान उद्योग में अन्य व्यापारिक फर्मों से सीधी प्रतिस्पर्धा मूल्य प्रतिस्पर्धा अथवा गैर-मूल्य प्रतिस्पर्धा होती है। प्रत्येक व्यापारिक फर्म हेतु उद्योग की संपूर्ण प्रतिस्पर्धी संरचना में प्रतिस्पर्धा का स्वभाव समझना आवश्यक होता है।

4 / NEERAJ : व्यवसाय परिवेश

बाजार मध्यस्थ बाजार मध्यस्थ वे शृंखला सदस्य होते हैं, जो किसी व्यापारिक फर्म को अपना उत्पाद अंतिम क्रेता तक ले जाने में सहायता करते हैं। थोक वितरक, खुदरा वितरक फर्म, एजेंट आदि विभिन्न प्रकार के कार्य करते हैं, जो व्यापारिक फर्मों को उनके उत्पादों के प्रोत्साहन, विक्रय तथा वितरण में मध्यस्थ अत्यधिक सहयोग करते हैं। मध्यस्थ कुछ विपणन गतिविधियों के लिए वित्त की व्यवस्था के साथ-साथ व्यापारिक जोखिमों का बीमा भी करते हैं। अनेकों कंपनियों ग्राहकों तक सीधे पहुंचने के नवीन तरीके खोजने के उपरान्त भी विपणन मध्यस्थों की भूमिका को नकारा नहीं जा सकता।

आपूर्तिकर्ता विभिन्न प्रकार की आवश्यक सामग्री उपलब्ध कराने वाले यथा कच्चा माल, निर्मित सामान आदि के आपूर्तिकर्ता कहलाते हैं।

कर्मचारी तथा कर्मचारी संघ किसी भी फर्म का सफल संचालन इसके मधुर संबंधों पर निर्भर करता है। कर्मचारी असंगठित होने की दशा में उनके साथ-साथ कंपनी की मोल-भाव करने की स्थिति पर्याप्त मजबूत हो जाती है और यह कर्मचारियों को अपने द्वारा दी जाने वाली सुविधाओं को स्वीकार करने के लिये विवश करने में सफल हो जाती है। किन्तु यदि कर्मचारी संगठित हैं, तब वे निश्चित रूप से मोल-भाव करने में सक्षम होते हैं तथा प्रबंधन द्वारा शोषण से बच जाते हैं। औद्योगिक शांति बनाए रखना कर्मचारियों तथा व्यापारिक फर्मों दोनों के लिए हितकारक होता है।

जनता सामान्य बोलचाल की भाषा में जनता शब्द का अर्थ आम जनता से होता है। फिलिप कोटलर के अनुसार, 'पब्लिक वह कोई भी संघ है, जिसका कंपनी की सफलता व उसके द्वारा अपना उद्देश्य प्राप्त करने में वास्तविक तथा सक्षम रुचि या प्रभाव है।' जनता विभिन्न हित वाले संघ होते हैं, जिनकी रुचि व्यापार की कार्यप्रणाली के प्रति होती है या हो सकती है, यथा पर्यावरणविद, मीडिया संघ, उपभोक्ता संरक्षण संघ, स्थानीय प्रभावी समूह आदि।

वृहद परिवेश (Micro Environment)

व्यापारिक फर्म व उसके सूक्ष्म परिवेश में वह अधिक विशाल परिवेश में संचालित होती है, जो फर्म को अवसर व जोखिम उपलब्ध कराती है। वृहद परिवेश के मुख्य घटक इस प्रकार हैं

आर्थिक परिवेश आर्थिक परिवेश में सामान्यतः आर्थिक परिस्थितियों को सम्मिलित किया जाता है, यथा अर्थव्यवस्था का स्वभाव, आर्थिक संसाधन, आय का स्तर, आय तथा संपदा का वितरण, आर्थिक विकास की स्थिति, आदि तथा आर्थिक प्रणाली तथा नीतियाँ जिनका अनुसरण देश करता है।

राजनीतिक और विधिक परिवेश राजनीतिक प्रणाली व राजनीतिक दलों की विचारधारा व्यापारिक इकाइयों पर एक निश्चित मार्ग पर चलने के लिए अत्यधिक प्रभाव डालती है। डिमॉक के अनुसार, "वर्तमान समाज में दो सर्वाधिक शक्तिशाली संस्थान हैं व्यापार तथा सरकार, जहां पर ये एक समान स्तर पर मिलते

हैं सौहार्दपूर्ण अथवा अन्य विधि से तथा किसी देश की सार्वजनिक नीति, विदेशी तथा घरेलू नीति दोनों का निर्धारण करते हैं।"

सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश सामाजिक संरचना व समाज की संस्कृति का व्यावसायिक गतिविधियों की कार्यप्रणाली पर पर्याप्त प्रभाव पड़ता है। प्रत्येक समाज की अपनी निजी संस्कृति होती है, जिसके अंतर्गत उसके मूल्य, व्यवहार, विश्वास, आदतें, भाषाएं, प्रथा तथा समुदाय के अन्य लोगों से व्यवहार की अन्य विधियाँ सम्मिलित होती हैं। किसी भी व्यवसाय के लिए, जिसकी अपने उत्पाद तथा सेवाओं के लिए किसी बाजार में प्रवेश करने की रुचि है, उस समुदाय में निहित सांस्कृतिक संवेदनशीलता के प्रति सावधान रहना चाहिए।

जनसांख्यिकीय परिवेश जनसांख्यिकीय कारक, यथा-जनसंख्या का आकार व विकास की दर, अनुमानित जीवन; आयु, लिंग व नैतिक संयोजन, जनसंख्या का ग्रामीण-शहरी वितरण, शिक्षा का स्तर, आय विशिष्ट स्तर, परिवार का आकार, पारिवारिक जीवन चक्र, धर्म, व्यवसाय, राष्ट्रीयता आदि सभी व्यवसाय से संबंधित होते हैं। जनसांख्यिकी परिवेश एक देश से अन्य देश में भिन्न होते हैं तथा समान देश व धर्म में निहित एक स्थान से दूसरे स्थान पर भी इनमें अन्तर पाया जाता है।

तकनीकी परिवेश तकनीकी परिवेश के अंतर्गत सभी कारक सम्मिलित होते हैं, जो सेवाओं व उत्पादों के उत्पादन में प्रयुक्त की जाने वाली प्रक्रियाओं तथा मशीनों के संबंध में जानकारी से संबंधित हैं। ये विभिन्न देशों के भिन्न तकनीकी परिवेश उत्पादों के निर्माण को प्रभावित करते हैं।

अंतर्राष्ट्रीय परिवेश अंतर्राष्ट्रीय परिवेश में वे सभी कारक सम्मिलित होते हैं, जो आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक, तकनीकी, आदि जो परासांस्कृतिक, पराराष्ट्रीय व सीमा स्तर से परे संचालित होते हैं और जिनका व्यावसायिक संचालनों पर भी प्रभाव होता है।

1 जनवरी, 1995 को विश्व व्यापार संगठन (WTO) की स्थापना से नया अंतर्राष्ट्रीय परिवेश निर्मित हुआ है, जहां पर भेदभाव रहित व्यापारिक अवसर उपलब्ध कराने स्वच्छ प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देने के साथ-साथ बाजार में सभी सीमा-शुल्क अवरोधों को हटाकर प्रवेश व व्यापार से संबंधित असंतुष्टि निवारण के लिए विधिक प्रावधान उपलब्ध कराने की तरफ ध्यान दिया जाता है।

प्राकृतिक पर्यावरण किसी विशिष्ट देश में प्राकृतिक पर्यावरण की गुणवत्ता का भी व्यापार पर प्रभाव पड़ता है। कुछ ऐसे व्यवसाय हैं, जो वहीं स्थापित किये जा सकते हैं, जहाँ पर स्रोत उपलब्ध होते हैं, यथा-कच्चा माल आदि।

भारत में व्यवसाय परिवेश का उभरता परिदृश्य (Emerging Scenario of Business Environment in India)

भारत में व्यवसाय परिवेश के परिदृश्य में अत्यधिक तीव्र गति से परिवर्तन हो रहा है। भारत में व्यवसाय परिवेश के उभरते परिदृश्य की कुछ महत्वपूर्ण विशेषताएँ इस प्रकार हैं