



NEERAJ®

I.B.O. - 1

अन्तराष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश

(International 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: Payal Jain, M.A., Economics



**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 ₹ 300/-

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

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश (International 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)	1-3
Question Paper—Exam Held in February-2021 (Solved)	1-3
Question Paper—December, 2019 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2019 (Solved)	1-3
Question Paper—December, 2018 (Solved)	1-2
Question Paper—June, 2018 (Solved)	1-2
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>
--------------	-----------------------------------	-------------

संकल्पनाएँ तथा आयाम (Concepts and Dimensions)

1. अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश—परिचय	1
(Introduction to International Business Environment)	
2. अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार के सिद्धान्त (Theories of International Trade)	13
3. भुगतान शेष (Balance of Payments)	22
4. व्यापार नीति के साधन (Instruments of Trade Policy)	32

वैश्वीकरण : प्रक्रिया व शक्तियाँ (Globalisation: Process and Powers)

5. वैश्वीकरण : एक विहंगावलोकन (Globalisation: An Overview)	41
--	----

S.No.	Chapterwise Reference Book	Page
6.	अन्तर्राष्ट्रीय निवेश (International Investments)	49
7.	परराष्ट्रीय निगम (Transnational Corporations)	57
8.	प्रौद्योगिकी हस्तान्तरण (Technology Transfer)	63
विश्व व्यापार प्रणालियाँ तथा संस्थाएँ (World Trade Systems and Institutions)		
9.	विश्व व्यापार (World Trade)	71
10.	बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली (Multiparty Trade System)	78
11.	क्षेत्रीय आर्थिक समूहीकरण (Regional Economic Groupings)	88
12.	अन्तर्राष्ट्रीय उत्पाद समझौते (International Commodity Agreements)	96
13.	अन्तर्राष्ट्रीय वित्तीय संस्थाएँ (International Financial Institutions)	103
विधिक परिवेश (Legal Environment)		
14.	विदेशी व्यापार की विधिक रूपरेखा (Legal Framework of Foreign Trade)	112
15.	अनुबन्ध का उपयुक्त कानून अथवा लैक्स कॉसऊ (The Proper Law of the Contract or the Lex Causae)	126
16.	अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मतभेदों का निपटान	134
	(Settlement of International Trade Disputes)	
समकालीन विकास तथा मुद्दे (Contemporary Development and Issues)		
17.	अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार तथा पर्यावरण (International Trade and Environment)	141
18.	सेवाओं में अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार (International Trade in Services)	152
19.	अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार नैतिकता (International Trade Ethics)	158
20.	इलेक्ट्रॉनिक कामर्स (Electronic Commerce)	166



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

Published by:



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

www.neerajbooks.com

QUESTION PAPER

June – 2023

(Solved)

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश
(International Business Environment)

I.B.O.-1

समय : 3 घण्टे]

[अधिकतम अंक : 100

नोट : दोनों भाग अ एवं ब के उत्तर दीजिए।

भाग-अ

प्रश्न 1. निम्नलिखित में से किन्हीं चार कथनों पर टिप्पणियाँ कीजिए—

(क) “अपने भुगतान संतुलन खातों में घाटे वाले देश आमतौर पर अपनी अर्थव्यवस्थाओं से विदेशी मुद्रा की आवाजाही पर नियंत्रण लगाते हैं।”

उत्तर—भुगतान संतुलन लेन-देन को दो खातों में विभाजित करता है—चालू खाता और पूंजी खाता। कभी-कभी पूंजी खाते को वित्तीय खाता कहा जाता है, जिसमें एक अलग, आमतौर पर बहुत छोटा, पूंजी खाता अलग से सूचीबद्ध होता है। चालू खाते में माल, सेवाओं, निवेश आय और वर्तमान स्थानांतरण में लेन-देन शामिल हैं।

पूंजी खाता, व्यापक रूप से परिभाषित, वित्तीय साधनों और केन्द्रीय बैंक भंडार में लेन-देन शामिल हैं। संकीर्ण रूप से इसमें केवल वित्तीय साधनों में लेन-देन शामिल हैं। चालू खाता राष्ट्रीय उत्पादन की गणना में शामिल है, जबकि पूंजी खाता शामिल नहीं है।

यदि कोई देश किसी वस्तु (एक चालू खाता लेन-देन) का निर्यात करता है, तो यह प्रभावी रूप से विदेश पूंजी का आयात करता है, जब उस वस्तु के लिए भुगतान किया जाता है (एक पूंजी खाता लेन-देन)। यदि कोई देश पूंजी के निर्यात के माध्यम से अपने आयात को वित्तपोषित नहीं कर सकता है, तो उसे अपने भंडार को कम करके ऐसा करना चाहिए। इस स्थिति को अक्सर पूंजी खाते की संकीर्ण परिभाषा का उपयोग करते हुए भुगतान घाटे के संतुलन के रूप में संदर्भित किया जाता है, जिसमें केन्द्रीय बैंक के भंडार शामिल नहीं होते हैं। हकीकत में, व्यापक रूप से परिभाषित भुगतान संतुलन को परिभाषा के अनुसार शून्य तक जोड़ा जाना चाहिए।

व्यवहार में, विदेशी मुद्रा अनुवादों के कारण होने वाली विसंगतियों सहित, एक अर्थव्यवस्था और बाकी दुनिया के बीच हर लेन-देन की सही गणना करने की कठिनाई के कारण सांख्यिकीय विसंगतियां उत्पन्न होती हैं।

(ख) “भारत के वैश्वीकरण के युग में महत्वपूर्ण तरीके से प्रवेश नहीं किया है।”

उत्तर—संदर्भ—देखें अध्याय-5, पृष्ठ-46, प्रश्न 3

(ग) “बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ अपनी बाजार शक्ति के माध्यम से, एक अल्पाधिकार (ओलिगोपोली) या एकाधिकार (मोनोपोली) वाले बाजार की स्थिति बनाती हैं।”

उत्तर—एक अल्पाधिकार बाजार (एक अल्पाधिकार) के पीछे प्राथमिक विचार यह है कि कुछ कंपनियाँ समान वस्तुओं और सेवाओं की पेशकश करते हुए एक विशेष बाजार या उद्योग में कई कंपनियों पर शासन करती हैं। एक अल्पाधिकार बाजार में प्रतिस्पर्धियों की सीमित संख्या के कारण प्रतिस्पर्धा सीमित है, जिससे प्रत्येक फर्म को सफलतापूर्वक संचालित करने की अनुमति मिलती है। यह स्थिति आमतौर पर फर्मों के बीच नियमित साझेदारी पैदा करती है और सहयोग की भावना को बढ़ावा देती है।

ओलिगोपोलिस्टिक मार्केट—इसका उपयोग विशिष्ट बाजार, उद्योग या कंपनी की संरचना की व्याख्या करने के लिए किया जाता है। कुछ सामान्य कंपनियों के बीच साझा किए जाने पर एक बाजार को ओलिगोपोलिस्टिक या अत्यधिक केंद्रित माना जाता है। फर्मों में एक ओलिगोपोलिस्टिक मार्केट, जो पहले से मौजूद छोटे व्यवसायों के लिए कुछ लोगों के वर्चस्व वाले बाजार में काम करना संभव बनाता है।

यदि बाजार में एक फर्म वस्तुओं और सेवाओं पर अपनी कीमतें कम करती है, इष्टतम विक्री वृद्धि प्राप्त करती है, तो प्रत्यक्ष प्रतिस्पर्धा में कंपनियाँ आमतौर पर इस तरह के मूल्य प्रतिस्पर्धाओं में प्रवेश नहीं करती हैं और इसके बजाय, अपने समान और सेवाओं को बेहतर बनाने के लिए अनुसंधान में और अधिक पैसा लगाने की कोशिश करती हैं और विज्ञापन में जो समान उत्पादों वाली अन्य कंपनियों की तुलना में उनकी श्रेष्ठता को उजागर करती हैं।

एकाधिकार बाजारों को समझना—एक एकाधिकार बाजार एक शुद्ध एकाधिकार की विशेषताओं के साथ एक बाजार संरचना है। एक एकाधिकार तब मौजूद होता है, जब एक आपूर्तिकर्ता कई उपभोक्ताओं को एक विशेष वस्तु या सेवा प्रदान करता है। एक एकाधिकार बाजार में, एकाधिकार या नियंत्रित करने वाली कंपनी का बाजार पर पूर्ण नियंत्रण होता है, इसलिए यह एक अच्छी या सेवा की कीमत और आपूर्ति निर्धारित करती है।

विशुद्ध रूप से एकाधिकार बाजार प्रवेश के लिए पूर्ण बाधाओं के अभाव में दुर्लभ और शायद असंभव भी हैं, जैसे प्रतिस्पर्धा पर प्रतिबंध या सभी प्राकृतिक संसाधनों का एकमात्र अधिकार।

एकाधिकार जो किसी वस्तु या सेवा की कीमत और आपूर्ति निर्धारित करता है, मूल्य निर्माता कहलाता है। एक एकाधिकार एक लाभ अधिकतमकर्ता है, क्योंकि वस्तु या सेवा की आपूर्ति और कीमत को बदलकर यह अधिक लाभ उत्पन्न कर सकता है। उस बिंदु का निर्धारण करके जिस पर उसका सीमांत राजस्व उसकी सीमांत लागत के बराबर होता है, एकाधिकार उत्पादन के उस स्तर पर पता लगा सकता है, जो उसके लाभ को अधिकतम करता है।

आमतौर पर केवल एक विक्रेता एक वस्तु या सेवा के उत्पादन और वितरण को नियंत्रित करता है, अन्य कंपनियां बाजार में प्रवेश नहीं कर सकती हैं आमतौर पर प्रवेश के लिए उच्च बाधाएं होती हैं, जो ऐसी बाधाएं होती हैं, जो किसी कंपनी को बाजार में प्रवेश करने से रोकती हैं। बाजार में संभावित प्रवेशकों को नुकसान होता है, क्योंकि एकाधिकार के पास पहला प्रस्तावक लाभ होता है और एक संभावित नवागंतुक को कम करने के लिए कीमतों को कम कर सकता है और उन्हें बाजार हिस्सेदारी हासिल करने से रोक सकता है।

(घ) “बौद्धिक सम्पदा राष्ट्रीय सीमाओं को लांघ नहीं सकती है।”

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-8, पृष्ठ-66, ‘बौद्धिक सम्पत्ति अधिकार’

(ङ) “वैश्विक स्तर पर व्यापार उदारीकरण की सापेक्ष धीमी प्रगति पर असंतोष ने क्षेत्रीय समूहों के गठन में योगदान दिया है।”

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-11, पृष्ठ-94, ‘(2) वैश्विक उदारीकरण के धीमे विकास के संबंध में प्रतिक्रिया’

(च) “अंतर्राष्ट्रीय व्यापार विवादों के निपटारे के लिए अंतर्राष्ट्रीय व्यापार कानून और प्रक्रियाएं बहुत सरल हैं।”

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-16, पृष्ठ-135, ‘अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मतभेदों के निपटान के मुख्य मुद्दे’ तथा पृष्ठ-134, ‘अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मतभेदों के निपटान के तरीके’

भाग-ब

नोट : निम्नलिखित में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

प्रश्न 2. अंतर्राष्ट्रीय व्यावसायिक पर्यावरण को परिभाषित कीजिए। स्वदेश का वातावरण किसी फर्म के विदेशी व्यापार संचालन को कैसे प्रभावित करता है? स्पष्ट कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-1, पृष्ठ-8, प्रश्न 1 तथा पृष्ठ-9 प्रश्न 2

प्रश्न 3. भुगतान संतुलन से आप क्या समझते हैं? चालू खाते के विभिन्न घटकों का वर्णन कीजिए। चालू खाते और पूंजी खाते में अंतर स्पष्ट कीजिए। पूंजी खाते के घटकों का वर्णन कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-3, पृष्ठ-26, प्रश्न 1 तथा पृष्ठ-27, प्रश्न 1 तथा पृष्ठ-28, प्रश्न 2

प्रश्न 4. टैरिफ और नॉन-टैरिफ बाधाओं में भेद बताइए, जा आमतौर पर अंतर्राष्ट्रीय व्यापार को प्रतिबन्धित करने के लिए उपोग में लिए जाते हैं।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-4, पृष्ठ-38, प्रश्न 2

प्रश्न 5. एक बहुराष्ट्रीय कम्पनी क्या है? व्यावसायिक प्रतिष्ठान अंतर्राष्ट्रीय क्यों हो जाते हैं? बहुराष्ट्रीय कम्पनी से संबंधित मुद्दों और विवादों पर चर्चा कीजिए।

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-7, पृष्ठ-61, प्रश्न 1 तथा पृष्ठ-62, प्रश्न 5

प्रश्न 6. क्षेत्रीय आर्थिक समूहों का औचित्य क्या है? क्या आपको लगता है कि ऐसा समूह भारत के लिए फायदेमंद हो सकता है?

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-11, पृष्ठ-90, ‘औचित्य’, पृष्ठ-94, प्रश्न 4

प्रश्न 7. इंटरनेट के प्रमुख कार्य क्या हैं? क्या वे VAN के समान हैं? इंटरनेट पर उपयोग किए जाने वाले कम से कम चार बुनियादी उपकरणों का वर्णन कीजिए। अंतर्राष्ट्रीय व्यापार के लिए ये उपकरण किस प्रकार महत्वपूर्ण हैं?

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-20, पृष्ठ-170, प्रश्न 1 तथा प्रश्न 2

प्रश्न 8. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर टिप्पणियां लिखिए-

(क) प्रत्यक्ष विदेशी निवेश और पोर्टफोलियो निवेश के बीच अंतर

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-6, पृष्ठ-55, प्रश्न 2

(ख) व्यापार की शर्तें

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-2, पृष्ठ-15, ‘व्यापार की शर्तें’

(ग) कमोडिटी समस्याओं के समाधान खोजने में अंकटाड

(UNCTAD) की भूमिका

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-12, पृष्ठ-101, प्रश्न 4

(घ) इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज

उत्तर-संदर्भ-देखें अध्याय-20, पृष्ठ-167, ‘इलेक्ट्रॉनिक आदान-प्रदान (EDI)’



Sample Preview of The Chapter

Published by:



**NEERAJ
PUBLICATIONS**

www.neerajbooks.com

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश

(INTERNATIONAL BUSINESS ENVIRONMENT)

संकल्पनाएँ तथा आयाम
(Concepts and Dimensions)

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश परिचय

(Introduction to International Business Environment)



परिचय

उद्योगों तथा वाणिज्य से सम्बन्ध रखने वाले गतिविधियों को व्यवसाय का नाम दिया जाता है। यह व्यवसाय दो प्रकार का होता है

(a) **राष्ट्रीय व्यवसाय** राष्ट्रीय व्यवसाय की गतिविधियाँ सदैव राष्ट्र की राजनीतिक सीमाओं के अन्दर संपन्न होती हैं अर्थात् देश के मानकों के अनुसार किया जाने वाला व्यवसाय राष्ट्रीय व्यवसाय कहलाता है। इसमें सभी सरकारी नीतियाँ आदि राष्ट्र के अनुसार ही बनाई जाती हैं।

(b) **अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय** जब व्यवसाय की गतिविधियाँ राष्ट्र की राजनीतिक सीमाओं के पार की जाती हैं, तो इसे अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय कहा जाता है।

घरेलू तथा अन्तर्राष्ट्रीय दोनों ही व्यवसायों का मुख्य उद्देश्य है, “समाज कल्याण व ग्राहक सन्तुष्टि के माध्यम से लाभ कमाना।”

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय का प्रबन्धन (Management) इतना सरल नहीं होता क्योंकि एक देश जब दूसरे देश के व्यक्तियों के साथ व्यापार करता है, तो उसे दूसरे देश की नीतियों आदि को अपनाना होता है। इसके साथ-साथ घरेलू परिवेश से अलग परिवेश में कार्य संचालन करना बहुत कठिन होता है, इसमें अधिक सतर्कता रखनी पड़ती है व कम्पनी की युक्तियों को अपनाकर व्यावसायिक सफलता को प्राप्त करना होता है। अतः इन सभी कार्यों को पूर्ण करने में कम्पनियों को पूर्ण सतर्कता रखनी होती है तभी अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय सफल हो सकता है। अतः इस अध्याय में अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय के परिवेश, प्रकृति तथा अर्थ के विषय में चर्चा की गई है।

अध्याय का विहंगावलोकन

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश की अवधारणा और प्रासंगिकता

परिवेश शब्द का तात्पर्य प्रायः माहौल से लगाया जाता है। व्यावसायिक क्षेत्र में परिवेश का तात्पर्य निम्नलिखित बिन्दुओं से लगाया जाता है।

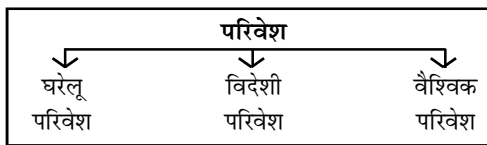
(a) विभिन्न बाह्य कारकों से तथा (b) बाह्य बलों से। ये बाह्य कारक तथा बल दोनों ही एक फर्म अथवा कम्पनी से सम्बन्ध रखते हैं तथा फर्म के निर्णयों व संचालन के तरीकों पर अपना प्रभाव डालते हैं।

इस प्रकार परिवेश को दो प्रकार से दर्शाया जाता है-

- (1) बाह्य कारक व बल दोनों ही फर्म के बाहरी क्षेत्र के होते हैं।
- (2) ये बल अनियन्त्रणकारी होते हैं तथा फर्म के द्वारा इन्हें सुचारु रूप से चलाने हेतु युक्तियों को अपनाना पड़ता है।

सूक्ष्म एवं वृहत परिवेश सूक्ष्म परिवेश वह परिवेश कहलाता है, जिसमें फर्म के निर्णयों व कार्यों को महत्त्व दिया जाता है। फर्म के नजदीकी परिवेश के कर्त्ता, जैसे-पूर्तिकर्त्ता, विभिन्न बाजार दशाएँ, सहायक संगठन आदि के द्वारा जब फर्म के निर्णयों व कार्यों को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित किया जाता है, तो यह सूक्ष्म परिवेश कहलाता है जबकि इसके ठीक विपरीत वृहत परिवेश के अन्तर्गत फर्म व उसके कार्यों के अतिरिक्त अन्य कर्त्ताओं को भी प्रभावित किया जाता है। वृहत परिवेश के अन्तर्गत भौगोलिक, आर्थिक, वित्तीय, सांस्कृतिक व राजनीतिक आदि प्रकार के बल तथा प्रभाव आते हैं। वृहत परिवेश के अन्तर्गत फर्म के द्वारा इन परिवेशीय बलों में होने वाले परिवर्तनों को देखकर, उनसे निबटने हेतु नीतियाँ बनानी पड़ती हैं।

घरेलू, विदेशी व वैश्विक परिवेश अन्तर्राष्ट्रीय व्यावसायिक परिवेश को तीन भागों में विभक्त किया गया है



इन तीनों प्रकार का वर्गीकरण उस जगह पर किया जाता है, जहाँ पर परिवेशीयकर्त्ता तथा बल दोनों ही विद्यमान रहते हैं तथा ये दोनों साथ-साथ कार्य करते हैं।

2 / NEERAJ : अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश

(a) घरेलू परिवेश घरेलू परिवेश मुख्यतः प्रतिस्पर्धी ढाँचे, आर्थिक माहौल, राजनीतिक बल तथा कानूनी बलों का मिश्रण होता है। ये बल फर्म के द्वारा नियन्त्रित नहीं किये जाते। इन बलों के द्वारा फर्म के घरेलू व्यापार पर प्रभाव डालने के साथ-साथ यह फर्मों के विदेशी व्यापार को भी प्रभावित करते हैं।

आज देश में घरेलू माँग की पूर्ति उचित प्रकार से न हो पाने तथा घरेलू बाजार में अत्यधिक प्रतिस्पर्धा की वजह से कई भारतीय फर्मों के द्वारा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को अधिक महत्त्व दिया जा रहा है। इसके अतिरिक्त निर्यात बढ़ाने वाले कदम तथा प्रोत्साहन भी फर्मों को अपना कारोबार अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर ले जाने हेतु प्रेरित करता है। इस प्रकार यह घरेलू परिवेश कहलाता है।

(b) विदेशी व्यापार विदेशी व्यापार के अन्तर्गत किसी दूसरे देश के साथ की जाने वाली व्यापारिक दशाएँ आती हैं। विदेशी व्यापार मुख्यतः दूसरे देश की भौगोलिक व आर्थिक परिस्थितियों, सामाजिक-सांस्कृतिक लक्षणों, राजनीतिक व कानूनी ताकतों व तकनीक और पारिस्थितिकी जैसे कारकों से बनता है।

ये कारक मुख्यतः विदेशी बाजारों पर ही लागू होते हैं। अतः फर्म प्रत्यक्ष रूप से इन कारकों व इनके कारोबारों पर पड़ने वाले प्रभावों से परिचित नहीं होते।

(c) वैश्विक परिवेश वैश्विक परिवेश वह परिवेश होता है, जिसमें राष्ट्रीय सीमाओं का अतिक्रमण किया जाता है तथा इसका प्रभाव किसी एक देश तक सीमित न रहकर कई देशों तक रहता है। वैश्विक परिवेश का प्रभाव देश तक सीमित न रहकर विदेश तक भी रहता है।

वैश्विक परिवेश मुख्यतः निम्नलिखित तत्त्वों से निर्मित होता है-

(a) आर्थिक परिस्थितियों के कारण वैश्विक परिवेश को बढ़ावा मिलता है।

(b) वैश्विक परिवेश मुख्यतः अन्तर्राष्ट्रीय वित्तीय तन्त्र, अन्तर्राष्ट्रीय समझौतों व सन्धियों तथा आर्थिक समूहों से निर्मित होता है।

(c) क्षेत्रीय स्तर पर कई संगठन, जैसे यूरोपियन यूनियन, उत्तरी अमेरिकी मुक्त व्यापार संगठन तथा दक्षिण एशियाई देशों के संगठन आदि वैश्विक परिवेश के मुख्य उदाहरण हैं।

इस प्रकार वैश्विक परिवेश का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार पर बहुत असर पड़ता है।

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश की प्रासंगिकता व्यवसाय सम्बन्धी गतिविधियों के निर्वाह में किसी भी देश का परिवेश महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है, क्योंकि दो देशों का परिवेश कभी भी एक जैसा नहीं होता अतः इन्हीं कारणों से ही व्यावसायिक युक्तियों का प्रयोग करना पड़ता है। इन युक्तियों को बनाने के लिये ही घरेलू, विदेशी तथा वैश्विक परिवेश का ज्ञान होना अति आवश्यक है।

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय करते समय मुख्यतः दो समस्याएँ आती हैं-

(1) किस प्रकार के बाजार में प्रवेश किया जाये?

(2) बाजार में कैसे प्रवेश किया जाये?

ये दोनों समस्याएँ युक्तियों से ही जुड़ी होती हैं, इसी कारण परिवेश इन्हें प्रभावित करता है।

अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय के अन्तर्गत कम्पनी सदैव उन्ही बाजारों को चुनती है, जिनमें अच्छी व भरपूर सम्भावनाएँ हों। ये सम्भावनाएँ

देश के भौगोलिक, आर्थिक तथा सांस्कृतिक परिवेश पर ही निर्भर करती हैं। जिस देश का जिस प्रकार का माहौल तथा आर्थिक स्तर होता है वहाँ उसी के अनुसार ही सामान की आपूर्ति की जाती है।

फर्म के द्वारा जब देश व बाजार को चुन लिया जाता है, तो उसे बाद में यह तय करना होता है कि वह किस प्रकार के उचित तरीके चुने कि बाजार में प्रवेश मिल जाये। फर्म के पास अनेक प्रकार के विकल्प होते हैं, जैसे निर्यात करना, लाइसेन्स देना व अधिकार देना आदि। बाजार में प्रवेश करने के तरीकों का चुनाव प्रायः परिवेश के कारकों पर निर्भर करता है।

निर्यात तब किया जाता है, जब देश में उत्पादन अधिक तथा सस्ता हो। यहाँ पर एक बात ध्यान रखनी आवश्यक है कि विशेष उत्पाद के निर्यात पर कोई भी कानूनी प्रतिबन्ध नहीं होना चाहिए।

यदि देश में आयात पर प्रतिबन्ध हो अथवा उत्पाद की परिवहन लागत बहुत ऊँची हो तो फर्म के द्वारा विदेश में अपनी उत्पादन व विपणन सहायक इकाई लगाई जाती है। परन्तु यह तभी सम्भव है, जब विदेशी सरकार के द्वारा प्रत्यक्ष विदेशी निवेश का विरोध न किया जाये तथा विदेशों में आवश्यक रूप से काम आने वाला कच्चा माल व श्रमिक की स्थानीय प्रतिस्पर्धी दरें उपलब्ध हों। जिन देशों में उपयुक्त पहली शर्त पूरी नहीं होती वहाँ पर संयुक्त उपक्रम अथवा लाइसेन्स दिये जाते हैं क्योंकि राजनीतिक रूप से ये तरीके कम आपत्तिजनक होते हैं।

परिवेश का प्रभाव किसी भी फर्म के कार्यात्मक तथा युक्ति सम्बन्धी निर्णयों पर भी पड़ता है। किस प्रकार का उत्पादन स्तर हो? कौन-सा तरीका अपनाया जाये, श्रम प्रधान या पूँजी प्रधान? फर्म अपनी विदेशी गतिविधियों हेतु वित्त का प्रबन्ध कहाँ से व किस प्रकार करे? देश प्रत्यावर्तन कितना किया जाए? किस प्रकार के मिश्रित विपणन को अपनाया जाये? कितने देश के स्थानीय लोग व कितने विदेशी काम पर लगाये जायें? इन्हे कितना वेतन दिया जाये? ये सभी प्रश्न ऐसे हैं जिनका उत्तर पाने हेतु विदेशी परिवेश का गहन अध्ययन करना अति आवश्यक है।

परिवेश के विषय में सभी राष्ट्र एक-दूसरे से भिन्न रहते हैं। अतः यदि फर्म विदेश में घरेलू व्यवसाय से सम्बन्धित युक्तियाँ प्रयोग नहीं करेगी तो वह सफल नहीं हो सकती। अतः देश व विदेश दोनों के ही परिवेश के विषय में जानना अति अनिवार्य है।

विदेशी परिवेश के विभिन्न अंगों का विश्लेषण

तीन तरह के परिवेश अन्तर्राष्ट्रीय व्यावसायिक गतिविधियों पर प्रभाव डालते हैं

(a) घरेलू परिवेश, (b) विदेशी परिवेश, (c) वैश्विक परिवेश।

विदेशी व्यापार पूर्णतः भौगोलिक, आर्थिक, वित्तीय, सामाजिक-सांस्कृतिक, राजनीतिक, कानूनी तथा पारिस्थितिकीय बलों के ऊपर निर्भर होता है। अतः फर्म के द्वारा जिस भी देश में कारोबार किया जाता है वहाँ के परिवेश के घटकों के विषय में जानना अति आवश्यक है। यहाँ एक और तथ्य जानना आवश्यक है कि परिवेश के सभी घटक, फर्म की प्रकृति तथा निर्णयों से भी सम्बन्धित होते हैं। जैसे निर्यात में रुचि रखने वाली फर्म हेतु व्यावसायिक नीतियों व आर्थिक परिवेश का विश्लेषण करना ही पर्याप्त नहीं, वरन उसे भौगोलिक, सामाजिक-सांस्कृतिक व राजनीतिक परिवेश का भी ज्ञान होना चाहिए।

भौगोलिक परिवेश

विदेशी परिवेश का एक महत्वपूर्ण घटक भौगोलिक परिवेश होता है। भौगोलिकता से अर्थ है, देश की जलवायु, स्थल आकृति, प्राकृतिक संसाधन तथा व्यक्ति। जब फर्म अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर व्यापार करती है, तो उसे इन सब तथ्यों के विषय में ज्ञान अवश्य होना चाहिए क्योंकि इसी के अनुसार विदेश में माँग होगी व देश की फर्म उसकी पूर्ति करेगी। ये भौगोलिक स्थितियाँ व्यावसायिक व्यवस्था व उद्योग में अपना महत्वपूर्ण योगदान प्रदान करती हैं।

अनेक देशों की जलवायु अलग-अलग होती है, जिनके अनुसार वहाँ पर आवास, कपड़े, भोजन व मनोरंजन आदि की माँग भी अलग-अलग होती है। अतः यहाँ पर उत्पादों की माँग भी अलग होती है। परन्तु कई अवसरों पर ये माँगें समान हो जाती हैं।

इस प्रकार से भौगोलिक परिस्थितियाँ पूर्ण रूप से माँग को प्रभावित करती हैं। प्रायः फर्म उन्हीं देशों के साथ व्यापार करना चाहती है, जहाँ की जलवायु अच्छी हो, खनिज तत्व, जैसे कच्चा माल, ऊर्जा, श्रम आदि सस्ते व भरपूर मात्रा में हों तथा जहाँ की स्थलाकृति अनुकूल हो, वहाँ पर नदियाँ, सागर, पहाड़ आदि हों। इसके अतिरिक्त यह देश दूसरे बाजारों के निकट हों, क्योंकि फर्म की वितरण की युक्तियाँ, साथ-साथ पूर्ति की युक्तियाँ विदेशी बाजार की भौगोलिक परिस्थितियों से पूर्णतः प्रभावित होती हैं। अतः विदेशी व्यापार में भौगोलिक दशाओं का स्थान मुख्य है।

आर्थिक व वित्तीय परिवेश

आर्थिक परिवेश का तात्पर्य एक ऐसे परिवेश से है जिसके द्वारा फर्म को पता चलता है कि बाजार की क्या स्थिति है? बाजार कितना बड़ा है? तथा बाजार की प्रकृति क्या होनी चाहिए? इन प्रश्नों के आधार पर ही यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि फर्म को विदेशी व्यापार करना चाहिए अथवा नहीं। वित्तीय परिवेश के द्वारा फर्म की पूँजी से सम्बन्धित संरचना, निवेश से सम्बन्धित निर्णयों तथा लेखा-जोखा सम्बन्धी गतिविधियों को देखा जाता है।

आर्थिक परिवेश विश्व बाजार क्षमता का एक महत्वपूर्ण बिन्दु आर्थिक परिवेश होता है। अतः विदेशी बाजार में प्रवेश के निर्णयों को प्रभावित करने वाले संकेत निम्नलिखित हैं-

1. **आर्थिक विकास** देश का आर्थिक विकास ही मुख्यतः व्यावसायिक विकास को प्रभावित करता है। जिन देशों का आर्थिक विकास उच्च होता है वहाँ उत्पादों की माँग भी उच्च होती है वरन् आधारभूत सुविधाएँ भी अच्छी पाई जाती हैं तथा जहाँ की बाजार प्रणालियाँ भी विकसित होती हैं।

इस प्रकार के देशों में प्रतिस्पर्धा भी उच्च कोटि की पाई जाती है जबकि कम विकसित देशों में उपर्युक्त सभी सुविधाओं का अभाव होता है। अतः इनके साथ व्यापार करना कठिन हो जाता है।

2. **आय** यदि देश में आय का स्तर अच्छा है, तो देश का विकास निश्चित है। आय के दो रूप होते हैं सकल राष्ट्रीय उत्पाद तथा प्रति व्यक्ति आय। अतः इनके आधार पर विदेशों से व्यापार किया जाना चाहिए।

3. **व्यय प्रतिमान** किस प्रकार के उत्पादों को मुख्य वरीयता दी जाये तथा विभिन्न वस्तुओं पर मुद्रा का व्यय किस प्रकार किया जाये? इसका पता व्यय प्रतिमानों से चलता है।

वित्तीय परिवेश किसी भी देश में माँग की अच्छी सम्भावनाओं को देखने के लिये जरूरी है देश की अच्छी वित्तीय स्थिति तथा

अनुकूल निवेश नीतियों को देखना। ये नीतियाँ निम्न प्रकार की हो सकती हैं-

1. **मौद्रिक व राजस्व नीतियाँ** मौद्रिक व राजस्व नीतियों का सम्बन्ध निम्नलिखित से है

(a) मुद्रा स्फीति, (b) ब्याज की दरें, (c) अनेक प्रकार के कर तथा (d) विनिमय की दरें आदि।

ये सभी नीतियाँ ही फर्म के कोषों का एक देश से दूसरे देश में पहुँचाने में मदद करती हैं। इनका व्यवसाय की लागत व लाभ पर उचित प्रभाव पड़ता है।

2. **वाणिज्यिक एवं विदेशी निवेश नीतियाँ** प्रत्येक देश की अपनी वाणिज्यिक तथा विदेश निवेश नीतियाँ होती हैं। जिनके द्वारा देश के व्यापार करने के तरीकों व दूसरे देश में निवेश के सम्बन्ध के विषय में पता चलता है। इन नीतियों की समझ विदेशी व्यापार हेतु अनिवार्य है।

3. **भुगतान शेष लेखा** भुगतान शेष लेखा के द्वारा दो मुख्य जानकारी के विषय में पता लगाया जा सकता है

(a) देश के विदेशी व्यापार व

(b) विनिमय नियन्त्रण नीति के बारे में।

साथ ही इसमें चालू खातों व पूँजी खातों का भी निर्माण किया जाता है। देश के आयात व निर्यात सम्बन्धी निर्णय चालू खाते के अन्तर्गत आते हैं जबकि विदेशी ऋण, निवेश व उधार आदि पूँजी खाते के अन्तर्गत आते हैं।

जनसांख्यिकीय परिवेश

किसी भी बाजार का निर्माण लोगों के द्वारा किया जाता है। अतः जनसांख्यिकीय परिवेश में लोगों को ही शामिल किया जाता है। राष्ट्र की जनसांख्यिकीय प्रवृत्ति जानना फर्म हेतु अति आवश्यक है। इसमें मुख्य रूप से निम्नलिखित बातें आती हैं-

(a) आबादी का आकार तथा विकास स्तर।

(b) आबादी की आयु व

(c) लिंग संघटन आदि।

यहाँ पर मुख्यतः इस बात का ध्यान रखा जाता है कि जिस देश के साथ व्यापार किया जा रहा है वहाँ की आबादी का स्वरूप तथा स्तर क्या है।

सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश

व्यापार को आर्थिक गतिविधि के अलावा सामाजिक व सांस्कृतिक परिवेश से भी जोड़ा जाता है क्योंकि यह माना जाता है कि यदि दो देशों की प्रति व्यक्ति आय बराबर है, परन्तु यह जरूरी नहीं कि दोनों देश एक ही स्तर का उपभोग भी करते हों। यह भिन्नता ही सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश का एक भाग है। सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश का निम्न बातों पर पूरा प्रभाव पड़ता है

(a) उत्पादों के उपयोग, डिजाइन, रंग तथा पसन्द पर।

(b) धर्म के प्रति झुकाव पर।

इस प्रकार देश जाये तो सामाजिक-सांस्कृतिक परिवेश का पूरा-पूरा प्रभाव मानव के व्यवहार पर पड़ता है।

सहभागिता प्रबन्धन शैली

संयुक्त राज्य अमेरिका से एक उत्पादक प्रबन्धक को पेरू भेजा गया। इस प्रबन्धक को यह विश्वास था कि वह लोकतन्त्रात्मक निर्णय शैली को अपनाकर श्रमिकों व मजदूरों से और अधिक मात्रा में उत्पादन करवा सकता है। उसने अपने देश नये सुपरवाइजरों व

4 / NEERAJ : अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश

श्रमिकों को प्रतिपुष्टि (Feedback) हेतु बुलवाया। जैसे ही प्रबन्धक ने यह पद्धति लागू की, श्रमिकों ने नौकरी छोड़नी शुरू कर दी।

जब श्रमिकों से इसका कारण पूछा गया तो उन्होंने उत्तर दिया कि नये उत्पादन प्रबन्धक को यह ज्ञात ही नहीं है कि उनके द्वारा नियुक्त सुपरवाइजरों को यह नहीं पता कि उन्हें क्या करना है। इसके लिये वे श्रमिकों से सलाह माँग रहे हैं। अगर इस तरह ही चला तो कम्पनी डूब जायेगी। अतः सही निर्णय यही है कि वह अपनी नौकरी छोड़ दे। यह मामला बताता है कि सत्ता अथवा अधिकारों के प्रति श्रमिकों का दृष्टिकोण किस प्रकार गम्भीर समस्या उत्पन्न कर सकता है।

सामाजिक व सांस्कृतिक परिवेश को यदि और अधिक गहराई से देखें, तो पता चलता है कि हर सांस्कृतिक परिवेश में कुछ उपसंस्कृतियाँ भी पाई जाती हैं। अतः इन्हें ध्यान में रखकर ही विदेशी व्यापार किया जाना आवश्यक है।

संस्कृति के तत्त्व किसी भी देश की संस्कृति को समझने के लिये अनेक तत्त्व होते हैं। अतः इन्हें जानना अति आवश्यक है। ये तत्त्व निम्नलिखित हैं-

1. **भाषा** संस्कृति का सबसे मुख्य तथा महत्त्वपूर्ण तत्त्व है 'भाषा'। जब भी कोई फर्म अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार करती है, तो उसे भाषा का पूरा ज्ञान होना चाहिए क्योंकि इसके अभाव में और अधिक समस्या उत्पन्न हो जाती है क्योंकि अलग-अलग देश की भाषा के शब्दों को समझना मुश्किल होता है। अतः विदेशी व्यापार हेतु भाषा पर पकड़ रखना अनिवार्य है।

2. **सौन्दर्य बोध** सौन्दर्य तथा संस्कृति के प्रति जो बोध उत्पन्न होता है, वह सौन्दर्य बोध कहलाता है। अन्तर्राष्ट्रीय सौन्दर्य बोध के द्वारा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को बढ़ावा मिलता है, क्योंकि इसके द्वारा ही विदेशी कम्पनियों को दूसरे देश के नजरिये (taste) के बारे में पता चलता है। यह सौन्दर्य बोध ही कला की अभिव्यक्ति, रंग, आकार व प्रतीकों का सटीक ढंग से अर्थ प्रस्तुत करता है। अतः सौन्दर्य बोध की अभिव्यक्ति अत्यन्त ही महत्त्वपूर्ण है।

3. **शिक्षा** शिक्षा को संस्कृति का विशेष तत्त्व माना गया है, क्योंकि यह सिर्फ शिक्षा के स्तर को ही प्रभावित नहीं करती बरन् मानसिक क्षमताओं तथा विभिन्न कौशलों को भी प्रभावित करती है। शिक्षित कर्मचारी हो तो व्यापार को भी उच्च स्तर तक लाया जा सकता है। शिक्षित कर्मचारियों की उपलब्धता भी देश के शैक्षिक स्तर पर ही निर्भर है। अतः शिक्षा का स्तर उच्च करना अति अनिवार्य है।

4. **धर्म व अन्धविश्वास** धर्म को नैतिकता तथा आदर्शों का मुख्य निर्धारक तत्त्व माना गया है। यह लोगों की प्रवृत्तियों, आदतों व जीवन के दृष्टिकोण पर अपना प्रभाव डालता है।

संसार में अनेक धर्म हैं तथा इन धर्मों का पूरा प्रभाव संस्कृति पर पड़ता है। प्रत्येक धर्म की अपनी ही आचार संहिता होती है। अतः जिस बाजार को व्यापार का क्षेत्र बनाना है, वहाँ के धर्म के विषय में जानकारी रखना अति अनिवार्य है।

धर्म के साथ ही अन्धविश्वास भी संस्कृति को पूर्णतः प्रभावित करते हैं। व्यापार में अन्धविश्वास का ध्यान रखना इसलिये अनिवार्य माना जाता है, क्योंकि जब हम किसी उत्पादक वस्तु की पूर्ति करें तो दूसरे देश के विश्वास को ठेस न पहुँचे, अतः धर्म व अन्ध विश्वास के विषय में ज्ञान होना अति आवश्यक है।

5. **प्रवृत्तियाँ तथा मूल्य** समाज में व्याप्त प्रवृत्तियों, मूल्यों तथा विश्वासों के विषय में ज्ञान होना अति अनिवार्य है। ये प्रवृत्तियाँ तथा मूल्य मुख्यतः उपभोग के स्वरूप से तथा भौतिक वस्तुओं से सम्बन्धित होते हैं तथा इन्हीं के आधार पर बाजार का स्वरूप निश्चित किया जाता है। किसी भी बाजार में नये उत्पाद को तब तक स्वीकार नहीं किया जाता, जब तक कि देश के मुख्य व धार्मिक नेता उसे सहमत नहीं दे देते। अतः प्रवृत्तियों तथा मूल्यों का व्यापारिक बाजार पर मुख्य प्रभाव रहता है।

6. **भौतिक संस्कृति** भौतिक संस्कृति का अर्थ भौतिक वस्तुओं से लगाया जाता है। किसी भी देश में व्यापार करने हेतु कई तथ्य महत्त्वपूर्ण हैं, जैसे-मनुष्य कैसे वस्तुएँ बनाता है? कौन बनाता है? क्या बनाता है? तथा क्यों बनाता है? इन सभी प्रश्नों के उत्तर को जानकर ही व्यापारिक दशाएँ उत्तम बनाई जाती हैं।

7. **प्रविधि या तकनीक** कोई वस्तु 'कैसे' बनाई जाती है यह प्रश्न तकनीकी से सम्बन्ध रखता है। अर्थात् समाज के लोगों को तकनीकी ज्ञान है या नहीं। जबकि अन्य प्रश्न 'कौन', 'क्या' तथा 'क्यों' का सम्बन्ध अर्थशास्त्र से होता है तथा अर्थशास्त्र का पूर्ण सम्बन्ध व्यापार से होता है। अतः व्यापारिक दशाओं को उत्तम बनाकर ही अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को उच्च बनाया जा सकता है।

8. **सामाजिक समूह और संगठन** सामाजिक समूहों तथा संगठनों का अध्ययन करना इसलिये जरूरी है क्योंकि यह व्यक्तियों के एक दूसरे के प्रति व्यवहार को निश्चित करता है तथा यह उनकी गतिविधियों को बताता है।

सामाजिक समूह तथा संगठन के अन्तर्गत निम्नलिखित बातों की भिन्नताएँ पाई जाती हैं

- (1) परिवार के आकार की भिन्नता।
- (2) आपसी जुड़ाव में भिन्नता।
- (3) स्त्री व पुरुष की समाज में भूमिका।
- (4) विभिन्न सामाजिक वर्गों की स्थिति।
- (5) एक देश की दूसरे देश से भिन्नता।

इस प्रकार सामाजिक समूह और संगठन किसी समाज के लोगों के जीने के तरीके और आपस के सम्बन्धों को प्रभावित करते हैं। मुख्य रूप से अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार प्रबन्धकों के लिये सामाजिक समूह तथा संगठन की मुख्य भूमिका है।

9. **व्यावसायिक रिवाज तथा पद्धतियाँ** एक अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार प्रबन्धक को व्यावसायिक रिवाजों तथा पद्धतियों के विषय में जानकारी होना अति आवश्यक है। व्यवसायकर्ता को इस बात की पूर्ण जानकारी होनी चाहिए कि व्यापार किस प्रकार किया जाये? तथा देश के व्यवसायकर्ताओं द्वारा काम, समय, औपचारिकता तथा उपलब्धियों को कितना महत्त्व दिया जाता है। उदाहरण के लिये जैसे जापानी श्रम करने पर तो बल देते हैं, परन्तु निर्णय लेने में धीमे होते हैं। इस प्रकार से व्यावसायिक रिवाजों तथा पद्धतियों का अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय पर पूरा प्रभाव पड़ता है।

इस प्रकार अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय पर सामाजिक तथा सांस्कृतिक परिवेश का बहुत असर पड़ता है।

राजनीतिक परिवेश

विदेशी व्यावसायिक फर्म को एक अतिथि की तरह माना जाता है तथा यह मजबूत देश की सरकार के मानकों के अनुसार ही कार्य करती है। सरकार को यह पूर्ण अधिकार प्राप्त होता है कि वह किसी