

अध्यापक जाँच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	एम. सी. ओ. -024
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	व्यावसायिक नैतिकता और कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व
स्त्रीय कार्य का कोड	:	एम. सी. ओ. -024/ टी. एम. ए./ 2025-2026
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. फर्म के कानूनी और नैतिक दायित्व समान हैं। इसको न्यायोचित ठहराइए। (20)
2. क्या प्रबंधकीय निर्णय लेने की वास्तविक दुनिया में नैतिक सिद्धांत किसी काम का है? वर्तमान व्यावसायिक प्रथाओं से कुछ उदाहरणों का हवाला देते हुए चर्चा करें। (20)
3. शेयरधारक केंद्रित कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व और हितधारक केंद्रित कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व के बीच स्पष्ट अंतर बताएं? (20)
4. (क) सतत् विकास लक्ष्यों (स०वि०ल०) के महत्व और प्रासंगिकता पर चर्चा करें।
(ख) बताएं कि सतत् विकास लक्ष्य और कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व एक दूसरे से कैसे जुड़े हैं? (10+10)
5. (क) कंपनी (सी एस आर नीति) संशोधन नियमों के अनुसार सी एस आर गतिविधियों को लागू करने के तरीके क्या हैं? (10+10)
(ख) कौन सी गतिविधियाँ सी एस आर गतिविधि के रूप में योग्य नहीं हैं?

MCO-024

(व्यावसायिक नैतिकता और कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व)

प्रश्न 1: "फर्म के कानूनी और नैतिक दायित्व समान हैं।" इस कथन को न्यायोचित ठहराइए।

परिचय

व्यावसायिक जगत में अक्सर यह बहस होती है कि क्या एक कंपनी का कर्तव्य केवल उन नियमों का पालन करना है जो सरकार द्वारा निर्धारित किए गए हैं, या उसे उससे आगे जाकर समाज के प्रति अपनी नैतिक जिम्मेदारी भी निभानी चाहिए। जब हम कहते हैं कि "कानूनी और नैतिक दायित्व समान हैं", तो हमारा तात्पर्य यह होता है कि दोनों का आधारभूत लक्ष्य एक ही है—न्यायपूर्ण समाज का निर्माण और उत्तरदायी व्यावसायिक आचरण। आधुनिक युग में, कानूनी और नैतिक दायित्वों के बीच की दूरी कम होती जा रही है। एक सफल और स्थायी फर्म वही है जो कानून के अक्षरों (Letter of Law) और नैतिकता की भावना (Spirit of Ethics) दोनों को समान महत्व देती है।

कानूनी और नैतिक दायित्वों का अंतर्संबंध

कानूनी दायित्व वे नियम और कानून हैं जिन्हें राज्य द्वारा लागू किया जाता है, जैसे कि कंपनी अधिनियम, श्रम कानून, और कर कानून। इनका उल्लंघन करने पर दंड का प्रावधान होता है। दूसरी ओर, नैतिक दायित्व समाज द्वारा स्वीकृत सही और गलत के वे मानदंड हैं जो अनिवार्य तो नहीं हैं, लेकिन समाज उनसे अपेक्षा करता है।

इन दोनों को निम्नलिखित तर्कों के आधार पर समान माना जा सकता है:

● समान उद्देश्य:

कानून और नैतिकता दोनों का अंतिम उद्देश्य समाज में व्यवस्था बनाए रखना और किसी का अहित होने से रोकना है। कानून वह न्यूनतम नैतिकता है जिसे समाज ने इतना महत्वपूर्ण समझा कि उसे लिखित रूप में अनिवार्य कर दिया।

● **कानून का नैतिक आधार:** अधिकांश व्यावसायिक कानून नैतिक सिद्धांतों से ही निकले हैं। उदाहरण के लिए, उपभोक्ता संरक्षण कानून इसलिए बना क्योंकि ग्राहकों को धोखा देना अनैतिक माना जाता है। इस प्रकार, कानून वास्तव में नैतिकता का ही एक औपचारिक रूप है।

फर्म के लिए कानूनी और नैतिक दायित्वों की समानता का औचित्य

1. दीर्घकालिक व्यावसायिक स्थिरता

एक फर्म जो केवल कानूनी सीमाओं में रहकर काम करती है और नैतिकता की उपेक्षा करती है, वह अल्पकालिक लाभ तो कमा सकती है, लेकिन लंबे समय तक टिक नहीं सकती। उदाहरण के लिए, यदि कोई कंपनी कानून के किसी छिद्र (Loophole) का उपयोग करके कर बचाती है, तो वह तकनीकी रूप से सही हो सकती है, लेकिन उसकी छवि खराब होती है। जब कोई फर्म कानूनी और नैतिक दायित्वों को एक समान मानकर चलती है, तो वह समाज का विश्वास जीतती है, जो उसकी स्थिरता के लिए आवश्यक है।

2. हितधारक (Stakeholder) दृष्टिकोण आज की फर्म केवल शेयरधारकों के प्रति जवाबदेह नहीं है, बल्कि उसके कर्मचारियों, ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं और समाज के प्रति भी दायित्व हैं। कानून इनमें से कुछ के लिए नियम बनाता है, जबकि नैतिकता अन्य के लिए। यदि एक फर्म अपने कर्मचारियों को न्यूनतम वेतन (कानूनी दायित्व) देती है लेकिन उनके साथ गरिमापूर्ण व्यवहार (नैतिक दायित्व) नहीं करती, तो कर्मचारी असंतुष्ट रहेंगे। अतः, एक सफल फर्म के लिए दोनों दायित्व एक समान अनिवार्य हो जाते हैं।

3. सरकार और नियामक संस्थाओं का हस्तक्षेप जब फर्म नैतिक रूप से कार्य करने में विफल रहती हैं, तो सरकार को कड़े कानून बनाने पड़ते हैं। यदि व्यावसायिक घराने स्वयं को नैतिक दायित्वों से बांध लें, तो उन्हें अधिक कानूनी बंधनों की आवश्यकता नहीं होगी। इस संदर्भ में, नैतिक दायित्व का पालन करना वास्तव में भविष्य के कठिन कानूनी दायित्वों से बचने का ही एक मार्ग है।

4. वैश्विक प्रतिष्ठा और ब्रांड मूल्य आज के वैश्वीकरण के युग में, कंपनियों की निगरानी वैश्विक स्तर पर की जाती है। यदि कोई कंपनी किसी विकासशील देश में ऐसे कार्यों में लिप्त है जो वहां के कानून के अनुसार तो वैध हैं (जैसे कम मजदूरी पर बाल श्रम), लेकिन वैश्विक नैतिकता के खिलाफ हैं, तो उस कंपनी का अंतरराष्ट्रीय बहिष्कार हो सकता है। यहाँ यह सिद्ध होता है कि फर्म के लिए कानूनी और नैतिक मानक अलग-अलग नहीं हो सकते।

5. जोखिम प्रबंधन (Risk Management) कानूनी उल्लंघन से वित्तीय दंड और जेल हो सकती है, लेकिन अनैतिक व्यवहार से ब्रांड की प्रतिष्ठा को जो नुकसान होता है, उसकी भरपाई असंभव है। इसलिए, जोखिम प्रबंधन की दृष्टि से नैतिक दायित्वों को कानूनी दायित्वों के बराबर ही गंभीरता से लिया जाना चाहिए।

6. सामाजिक अनुबंध (Social Contract) एक फर्म समाज के संसाधनों (भूमि, जल, मानव श्रम) का उपयोग करती है। सामाजिक अनुबंध सिद्धांत के अनुसार, फर्म का यह नैतिक और कानूनी दायित्व है कि वह समाज के हित में कार्य करे। समाज और फर्म के बीच यह समझौता केवल लिखित कानून तक सीमित नहीं है, बल्कि यह आपसी विश्वास पर आधारित है।

कानून और नैतिकता के एकीकरण के उदाहरण

● **पर्यावरण संरक्षण:** कई कंपनियों केवल प्रदूषण नियंत्रण बोर्ड के नियमों का पालन नहीं करतीं, बल्कि वे खुद से 'जीरो कार्बन' उत्सर्जन का लक्ष्य रखती हैं। यहाँ उन्होंने कानूनी और नैतिक दायित्व को एक समान मान लिया है।

● **सीएसआर (CSR):** भारत में कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) पहले एक नैतिक विकल्प था, लेकिन अब यह एक कानूनी आवश्यकता बन गया है। यह इस बात का सबसे बड़ा प्रमाण है कि जिसे समाज नैतिक मानता है, उसे अंततः कानून का रूप दे दिया जाता है।

निष्कर्ष

अंत में, यह कहना पूरी तरह न्यायोचित है कि एक फर्म के कानूनी और नैतिक दायित्व समान हैं। कानून हमें वह 'न्यूनतम' बताता है जो हमें करना चाहिए, जबकि नैतिकता हमें 'सर्वश्रेष्ठ' करने की प्रेरणा देती है। एक जिम्मेदार व्यवसाय के लिए कानून की पालना उसका आधार है और नैतिकता उसकी आत्मा। यदि कोई फर्म इन दोनों में से किसी एक की भी अनदेखी करती है, तो वह समाज में अपनी प्रासंगिकता खो देती है। इसलिए, आधुनिक प्रबंधन में इन दोनों दायित्वों को अलग-अलग श्रेणियों में न रखकर एक ही एकीकृत जिम्मेदारी के रूप में देखा जाना चाहिए।

दोनों ही एक-दूसरे के पूरक हैं; बिना नैतिकता के कानून अंधा है और बिना कानून के नैतिकता कमजोर। एक फर्म की वास्तविक सफलता तभी है जब वह कानून का पालन केवल डंड के डर से नहीं, बल्कि एक नैतिक कर्तव्य समझकर करे।

प्रश्न 2: क्या प्रबंधकीय निर्णय लेने की वास्तविक दुनिया में नैतिक सिद्धांत किसी काम का है? वर्तमान व्यावसायिक प्रथाओं से कुछ उदाहरणों का हवाला देते हुए चर्चा करें।

परिचय

प्रबंधकीय निर्णय लेना किसी भी व्यवसाय का हृदय होता है। अक्सर यह माना जाता है कि व्यापार का एकमात्र उद्देश्य 'लाभ अधिकतम करना' (Profit Maximization) है, और इस प्रक्रिया में नैतिकता केवल एक बाधा या किताबी ज्ञान है। हालांकि, वास्तविक दुनिया में यह धारणा तेजी से बदल रही है। आज के जटिल व्यावसायिक वातावरण में, नैतिक सिद्धांत न केवल काम के हैं, बल्कि वे लंबे समय तक टिके रहने के लिए अनिवार्य हैं। नैतिक सिद्धांत प्रबंधकों के लिए एक 'कम्पास' की तरह काम करते हैं जो अनिश्चितता के समय में उन्हें सही रास्ता दिखाते हैं।

वास्तविक दुनिया में नैतिक सिद्धांतों की प्रासंगिकता

व्यावसायिक निर्णय लेना केवल आंकड़ों और वित्तीय लाभ के बारे में नहीं है। इसमें लोगों के जीवन, पर्यावरण और सामाजिक स्थिरता पर पड़ने वाले प्रभाव शामिल होते हैं। नैतिक सिद्धांतों की प्रासंगिकता को निम्नलिखित बिंदुओं से समझा जा सकता है:

- **जटिलता को सुलझाना:** जब प्रबंधकों के सामने दो लाभप्रद विकल्पों में से किसी एक को चुनना होता है, तो नैतिक सिद्धांत (जैसे उपयोगितावाद या कर्तव्यवाद) उन्हें यह तय करने में मदद करते हैं कि किस विकल्प का व्यापक हित होगा।
- **हितधारकों का विश्वास:** ग्राहक, कर्मचारी और निवेशक उन कंपनियों के साथ जुड़ना पसंद करते हैं जिनकी एक नैतिक छवि होती है। विश्वास वह मुद्रा है जिसे खरीदा नहीं जा सकता, केवल नैतिक आचरण से कमाया जा सकता है।
- **जोखिम प्रबंधन:** अनैतिक निर्णय अल्पकालिक लाभ दे सकते हैं, लेकिन वे कानूनी मुकदमों, भारी जुर्माने और ब्रांड की प्रतिष्ठा खोने का बड़ा जोखिम भी लाते हैं।

नैतिक सिद्धांतों का प्रयोग: प्रमुख दार्शनिक दृष्टिकोण

प्रबंधक अनजाने में या जानबूझकर निम्नलिखित सिद्धांतों का उपयोग करते हैं:

1. **उपयोगितावाद (Utilitarianism):** यह सिद्धांत कहता है कि वह निर्णय सही है जो 'अधिकतम लोगों को अधिकतम सुख' दे। वास्तविक दुनिया में, जब कोई प्रबंधक लागत कटौती के लिए किसी कारखाने को बंद करने का निर्णय लेता है, तो वह पूरे संगठन को बचाने के लिए कुछ लोगों की नौकरी का त्याग करता है। यहाँ वह उपयोगितावादी सिद्धांत का प्रयोग कर रहा है।
2. **कर्तव्यवाद (Deontology):** इमैनुएल कांट का यह सिद्धांत कहता है कि कुछ कार्य अपने आप में सही या गलत होते हैं, चाहे उनका परिणाम कुछ भी हो। एक प्रबंधक जो रिश्त देने से इनकार कर देता है, चाहे उसे कितना भी बड़ा अनुबंध (Contract) क्यों न खोना पड़े, वह इसी सिद्धांत का पालन कर रहा है।
3. **न्याय का सिद्धांत (Theory of Justice):** जॉन रॉल्स के अनुसार, निर्णय लेते समय निष्पक्षता और समानता का ध्यान रखना चाहिए। प्रबंधकीय निर्णय जैसे पदोन्नति (Promotion) या वेतन वृद्धि में यह सिद्धांत अत्यंत काम का है।

वर्तमान व्यावसायिक प्रथाओं से उदाहरण

1. टाटा समूह (Tata Group) - नैतिकता की मिसाल:

टाटा समूह वैश्विक स्तर पर अपनी नैतिकता के लिए जाना जाता है। 26/11 के मुंबई हमलों के दौरान, ताज होटल के प्रबंधन और कर्मचारियों ने अपनी जान जोखिम में डालकर मेहमानों को बचाया। हमले के बाद, रतन टाटा ने न केवल अपने कर्मचारियों बल्कि होटल के बाहर के रेहड़ी-पटरी वालों की भी आर्थिक मदद

की, जिनका होटल से कोई लेना-देना नहीं था। यह निर्णय किसी कानूनी मजबूरी में नहीं, बल्कि नैतिक सिद्धांतों के आधार पर लिया गया था, जिसने टाटा ब्रांड को दुनिया का सबसे भरोसेमंद ब्रांड बना दिया।

2. पैटागोनिया (Patagonia) - पर्यावरणीय नैतिकता: आउटडोर कपड़ों की कंपनी पैटागोनिया ने एक बार विज्ञापन दिया था— "यह जैकेट मत खरीदें" (Don't buy this jacket)। उन्होंने अपने ग्राहकों से कम खरीदने और पर्यावरण को बचाने का आग्रह किया। एक प्रबंधक के लिए यह आत्मघाती निर्णय लग सकता है, लेकिन इस नैतिक स्टैंड ने ग्राहकों के बीच इतनी वफादारी पैदा की कि उनकी बिक्री वास्तव में बढ़ गई। यह दिखाता है कि नैतिक सिद्धांत वास्तविक दुनिया में व्यावसायिक लाभ का कारण बन सकते हैं।

3. जॉनसन एंड जॉनसन (Tylenol Crisis): 1982 में, जब टाइलेनॉल कैप्सूल के कारण कुछ लोगों की मौत हुई, तो कंपनी ने तुरंत बाजार से 31 मिलियन बोतलें वापस बुला लीं, जिससे उन्हें करोड़ों का नुकसान हुआ। प्रबंधन ने 'सार्वजनिक सुरक्षा' को 'मुनाफे' से ऊपर रखा। यह नैतिक निर्णय आज भी व्यावसायिक स्कूलों में संकट प्रबंधन (Crisis Management) के सर्वश्रेष्ठ उदाहरण के रूप में पढ़ाया जाता है।

अनैतिकता के परिणाम: जब सिद्धांत काम के नहीं समझे गए

● **एनरॉन (Enron) और सत्यम (Satyam) घोटाला:** इन कंपनियों के प्रबंधकों ने वित्तीय लाभ के लिए अनैतिक रास्ते अपनाए। उन्होंने पारदर्शिता और ईमानदारी के सिद्धांतों को दरकिनार कर दिया। परिणाम स्वरूप, ये विशाल कंपनियां पूरी तरह नष्ट हो गईं और प्रबंधकों को जेल जाना पड़ा। यह साबित करता है कि नैतिकता के बिना व्यवसाय का पतन निश्चित है।

● **फॉक्सवैगन (Volkswagen) उत्सर्जन घोटाला:** कंपनी ने कारों में उत्सर्जन परीक्षण को धोखा देने के लिए सॉफ्टवेयर लगाया। इस अनैतिक निर्णय के कारण कंपनी को अरबों डॉलर का जुर्माना भरना पड़ा और उसकी साख को गहरा धक्का लगा।

प्रबंधकीय निर्णय लेने में नैतिकता की चुनौतियां

यद्यपि नैतिक सिद्धांत महत्वपूर्ण हैं, लेकिन वास्तविक दुनिया में इनका पालन करना कठिन होता है क्योंकि:

● **अल्पकालिक लाभ का दबाव:** शेयरधारकों का हर तिमाही मुनाफे का दबाव प्रबंधकों को गलत रास्ते पर ले जा सकता है।

● **प्रतिस्पर्धा:** जब प्रतियोगी अनैतिक रास्ते अपना रहे हों, तो नैतिक बने रहना चुनौतीपूर्ण होता है।

● **सांस्कृतिक भिन्नता:** एक देश में जो नैतिक है, वह दूसरे में अनैतिक हो सकता है (जैसे उपहार देना बनाम रिश्त)।

निष्कर्ष

वास्तविक दुनिया में नैतिक सिद्धांत न केवल "काम के" हैं, बल्कि वे आधुनिक व्यवसाय की आधारशिला हैं। एक प्रबंधक जो केवल मुनाफे को देखता है, वह एक कुशल ऑपरेटर हो सकता है, लेकिन वह एक महान नेता नहीं हो सकता। नैतिकता प्रबंधकों को भविष्यदृष्टा बनाती है।

आज के जागरूक उपभोक्ता और सोशल मीडिया के दौर में, कंपनियां अब बंद दरवाजों के पीछे गलत काम नहीं कर सकतीं। पारदर्शिता, उत्तरदायित्व और निष्पक्षता जैसे नैतिक सिद्धांत अब वैकल्पिक नहीं, बल्कि अनिवार्य हो गए हैं। जैसा कि हेनरी फोर्ड ने कहा था, "एक व्यवसाय जो केवल पैसा बनाता है, वह एक खराब व्यवसाय है।" अंततः, नैतिक निर्णय ही वह नींव हैं जिस पर स्थायी व्यावसायिक साम्राज्य खड़े किए जाते हैं। इसलिए, प्रबंधकीय निर्णय लेने में नैतिकता की भूमिका निर्विवाद है और यह व्यावसायिक सफलता का एक वास्तविक और व्यावहारिक उपकरण है।

प्रश्न 3: शेयरधारक केंद्रित कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (Shareholder-centric CSR) और हितधारक केंद्रित कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (Stakeholder-centric CSR) के बीच स्पष्ट अंतर बताएं ?

परिचय

कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) के विकास क्रम में दो मुख्य विचारधाराएं उभरकर सामने आई हैं। पहली विचारधारा 'शेयरधारक केंद्रित' है, जो मानती है कि कंपनी का प्राथमिक और एकमात्र उद्देश्य अपने मालिकों (शेयरधारकों) के लिए लाभ कमाना है। दूसरी विचारधारा 'हितधारक केंद्रित' है, जो यह तर्क देती है कि एक कंपनी समाज का हिस्सा है और उसे उन सभी समूहों के हितों का ध्यान रखना चाहिए जो उसके कार्यों से प्रभावित होते हैं। इन दोनों मॉडलों के बीच का अंतर व्यवसाय के उद्देश्य, नैतिकता और सामाजिक भूमिका के प्रति नजरिए को स्पष्ट करता है।

1. शेयरधारक केंद्रित CSR (Shareholder-centric CSR)

इस मॉडल को अक्सर 'क्लासिक मॉडल' या 'फ्रीडमैन सिद्धांत' (Friedman Doctrine) कहा जाता है। अर्थशास्त्री मिल्टन फ्रीडमैन का प्रसिद्ध कथन था कि "व्यवसाय का सामाजिक उत्तरदायित्व अपने लाभ को बढ़ाना है।"

- **मुख्य दर्शन:** इस मॉडल के अनुसार, कंपनी के निदेशक शेयरधारकों के एजेंट होते हैं। उनका मुख्य काम शेयरधारकों की पूंजी पर अधिकतम रिटर्न देना है।
- **लाभ की भूमिका:** यहाँ सामाजिक कार्य केवल तभी किए जाते हैं जब उनसे कंपनी के मुनाफे में वृद्धि हो या ब्रांड की छवि सुधरे जिससे भविष्य में लाभ हो सके।

● **परोपकार का नजरिया:** इस मॉडल में माना जाता है कि यदि कोई कंपनी सामाजिक कार्यों पर पैसा खर्च करती है, तो वह वास्तव में शेयरधारकों के पैसे की चोरी कर रही है। कंपनी को केवल लाभ कमाना चाहिए और कर देना चाहिए; सामाजिक समस्याओं को सुलझाना सरकार का काम है।

2. हितधारक केंद्रित CSR (Stakeholder-centric CSR)

यह मॉडल एडवर्ड फ्रीमैन द्वारा प्रतिपादित 'हितधारक सिद्धांत' पर आधारित है। यह आधुनिक और अधिक व्यापक दृष्टिकोण है।

● **मुख्य दर्शन:** एक कंपनी केवल अपने शेयरधारकों के प्रति ही नहीं, बल्कि उन सभी के प्रति जवाबदेह है जो उसके व्यवसाय से जुड़े हैं—जैसे कर्मचारी, ग्राहक, आपूर्तिकर्ता, स्थानीय समुदाय और पर्यावरण।

● **मूल्य निर्माण:** यहाँ लाभ कमाना महत्वपूर्ण तो है, लेकिन वह एकमात्र उद्देश्य नहीं है। कंपनी का लक्ष्य सभी हितधारकों के लिए 'साझा मूल्य' (Shared Value) बनाना है।

● **सामाजिक भूमिका:** इस मॉडल में कंपनी को एक 'कॉर्पोरेट नागरिक' माना जाता है जिसकी नैतिक जिम्मेदारी है कि वह समाज की भलाई में सक्रिय योगदान दे।

शेयरधारक और हितधारक केंद्रित CSR के बीच मुख्य अंतर

नीचे दिए गए बिंदुओं के आधार पर इन दोनों के बीच के अंतर को स्पष्ट रूप से समझा जा सकता है:

अंतर का आधार	शेयरधारक केंद्रित CSR	हितधारक केंद्रित CSR
प्राथमिक उद्देश्य	शेयरधारकों के धन और मुनाफे को अधिकतम करना।	सभी हितधारकों के हितों के बीच संतुलन बनाना।
व्यवसाय की परिभाषा	व्यवसाय को निजी संपत्ति के रूप में देखा जाता है।	व्यवसाय को एक सामाजिक संस्था के रूप में देखा जाता है।
उत्तरदायित्व	केवल निवेशकों और मालिकों के प्रति जवाबदेही।	समाज, कर्मचारियों, ग्राहकों और पर्यावरण के प्रति जवाबदेही।
समय सीमा	अक्सर अल्पकालिक वित्तीय लक्ष्यों पर ध्यान केंद्रित।	दीर्घकालिक स्थिरता और सामाजिक प्रभाव पर ध्यान।
CSR का स्वरूप	CSR को एक खर्च या विज्ञापन के साधन के रूप में देखा जाता है।	CSR को मुख्य व्यावसायिक रणनीति का हिस्सा माना जाता है।

अंतर का आधार	शेयरधारक केंद्रित CSR	हितधारक केंद्रित CSR
निर्णय प्रक्रिया	निर्णय इस आधार पर लिए जाते हैं कि ROI (Return on Investment) क्या है।	निर्णय इस आधार पर लिए जाते हैं कि इसका समाज और पर्यावरण पर क्या प्रभाव पड़ेगा।

3. दोनों मॉडलों का विस्तृत विश्लेषण

शेयरधारक मॉडल का तर्क (Arguments for Shareholder Model):

- **दक्षता:** जब कंपनी केवल मुनाफे पर ध्यान देती है, तो वह आर्थिक रूप से अधिक कुशल होती है।
- **स्पष्टता:** प्रबंधकों के पास एक स्पष्ट लक्ष्य होता है—मुनाफा बढ़ाना। कई हितों के चक्कर में वे भ्रमित नहीं होते।
- **कानूनी आधार:** कई देशों के कानून में निदेशकों का प्राथमिक कर्तव्य कंपनी के वित्तीय हितों की रक्षा करना होता है।

हितधारक मॉडल का तर्क (Arguments for Stakeholder Model):

- **दीर्घकालिक सफलता:** जो कंपनियां अपने कर्मचारियों और ग्राहकों का खयाल रखती हैं, वे लंबे समय में अधिक सफल होती हैं।
- **लाइसेंस टू ऑपरेट:** समाज कंपनी को तभी काम करने की अनुमति देता है जब उसे लगता है कि कंपनी समाज के लिए उपयोगी है।
- **नैतिकता:** यह अधिक न्यायपूर्ण है क्योंकि व्यवसाय समाज के संसाधनों का उपयोग करता है, इसलिए उसे बदले में समाज को कुछ देना चाहिए।

4. वर्तमान वैश्विक परिदृश्य और बदलाव

पिछले दो दशकों में, दुनिया 'शेयरधारक मॉडल' से 'हितधारक मॉडल' की ओर तेजी से बढ़ी है। 2019 में, अमेरिका के 'बिजनेस राउंडटेबल' (जो दुनिया की सबसे बड़ी कंपनियों के सीईओ का समूह है) ने एक घोषणा पत्र जारी किया जिसमें कहा गया कि कंपनियों का उद्देश्य अब केवल शेयरधारकों की सेवा करना नहीं, बल्कि सभी हितधारकों के लिए मूल्य बनाना है।

5. भारत के संदर्भ में CSR

भारत दुनिया का पहला देश है जिसने कंपनी अधिनियम, 2013 के तहत CSR को कानूनी रूप से अनिवार्य बनाया। भारत का मॉडल पूरी तरह से 'हितधारक केंद्रित' है। यह कंपनियों को अपनी शुद्ध आय का 2% उन गतिविधियों पर खर्च करने का निर्देश देता है जो शिक्षा, स्वास्थ्य, गरीबी उन्मूलन और पर्यावरण के क्षेत्र में हों। यह कानून इस विचार को खारिज करता है कि कंपनी का एकमात्र काम मुनाफा कमाना है।

6. उदाहरणों के माध्यम से अंतर

- **उदाहरण ए (शेयरधारक केंद्रित):** एक कंपनी लागत कम करने के लिए अपने कचरे को पास की नदी में बहा देती है क्योंकि कचरा साफ करना महंगा है और इससे मुनाफा कम होगा। यदि कानून सख्त नहीं है, तो वह शेयरधारक मॉडल के अनुसार सही कर रही है।
- **उदाहरण बी (हितधारक केंद्रित):** वही कंपनी कचरा साफ करने के लिए आधुनिक प्लांट लगाती है, भले ही इसमें पैसा खर्च हो। वह मानती है कि स्थानीय समुदाय का स्वास्थ्य और पर्यावरण की रक्षा करना उसका अनिवार्य कर्तव्य है।

निष्कर्ष

शेयरधारक केंद्रित CSR एक संकीर्ण दृष्टिकोण है जो व्यवसाय को समाज से अलग एक लाभ कमाने वाली मशीन मानता है। इसके विपरीत, हितधारक केंद्रित CSR एक उदार और समावेशी दृष्टिकोण है जो व्यवसाय को समाज के एक अभिन्न अंग के रूप में देखता है।

आज के दौर में, "हितधारक केंद्रित मॉडल" अधिक प्रासंगिक है। इंटरनेट और सोशल मीडिया के कारण कंपनियां अब अपनी अनैतिकता को छिपा नहीं सकतीं। यदि कोई कंपनी अपने हितधारकों की उपेक्षा करती है, तो उसे बाजार में बहिष्कार का सामना करना पड़ता है, जिससे अंततः शेयरधारकों का भी नुकसान होता है। अतः, यह कहना गलत नहीं होगा कि आधुनिक युग में शेयरधारकों के हितों की रक्षा करने का सबसे अच्छा तरीका सभी हितधारकों के हितों की रक्षा करना ही है। दोनों मॉडल अब एक-दूसरे के विरोधी नहीं बल्कि एक-दूसरे में समाहित होते जा रहे हैं।

प्रश्न 4 (क): सतत् विकास लक्ष्यों (SDGs) के महत्व और प्रासंगिकता पर चर्चा करें।

सतत् विकास लक्ष्यों (SDGs) का परिचय सतत् विकास लक्ष्य (Sustainable Development Goals - SDGs), जिन्हें 'वैश्विक लक्ष्य' के रूप में भी जाना जाता है, संयुक्त राष्ट्र द्वारा 2015 में अपनाए गए 17 अंतर्संबंधित लक्ष्यों का एक समूह है। इनका मुख्य उद्देश्य 2030 तक गरीबी को समाप्त करना, ग्रह की रक्षा करना और यह सुनिश्चित करना है कि सभी लोग शांति और समृद्धि का आनंद ले सकें। ये लक्ष्य सहस्राब्दी विकास लक्ष्यों (MDGs) का स्थान लेते हैं और विकास के सामाजिक, आर्थिक और पर्यावरणीय आयामों को कवर करते हैं।

सतत् विकास लक्ष्यों का महत्व

- **समग्र विकास का ढांचा:** SDGs केवल आर्थिक विकास की बात नहीं करते, बल्कि वे स्वास्थ्य, शिक्षा, असमानता को कम करने और जलवायु परिवर्तन जैसे मुद्दों को एक साथ जोड़ते हैं। यह एक समग्र दृष्टिकोण प्रदान करता है कि विकास कैसा होना चाहिए।

- **वैश्विक एकता और सहयोग:** ये लक्ष्य दुनिया भर के देशों (विकसित और विकासशील दोनों) को एक साझा मंच पर लाते हैं। यह अंतरराष्ट्रीय सहयोग के लिए एक सार्वभौमिक भाषा और रोडमैप तैयार करते हैं।
- **गरीबी और भूख का उन्मूलन:** लक्ष्य 1 और 2 सीधे तौर पर दुनिया की सबसे बुनियादी समस्याओं पर प्रहार करते हैं। यह सुनिश्चित करना कि कोई भी पीछे न छूटे (Leave No One Behind), इन लक्ष्यों का सबसे महत्वपूर्ण मानवीय पहलू है।
- **ग्रह की रक्षा:** जलवायु कार्रवाई (लक्ष्य 13), जल के नीचे जीवन (लक्ष्य 14) और भूमि पर जीवन (लक्ष्य 15) जैसे लक्ष्य पृथ्वी के पारिस्थितिक तंत्र को बचाने के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण हैं।

SDGs की वर्तमान प्रासंगिकता

वर्तमान वैश्विक परिदृश्य में, SDGs की प्रासंगिकता और भी बढ़ गई है, जिसके मुख्य कारण निम्नलिखित हैं:

- **जलवायु संकट का समाधान:** आज दुनिया अनियंत्रित मौसम, ग्लोबल वार्मिंग और प्राकृतिक आपदाओं का सामना कर रही है। SDGs इन समस्याओं के समाधान के लिए एक समयबद्ध ढांचा प्रदान करते हैं, जिससे व्यावसायिक संस्थानों और सरकारों पर कार्रवाई करने का दबाव बढ़ता है।
- **असमानता को कम करना:** कोविड-19 महामारी के बाद अमीर और गरीब के बीच की खाई और चौड़ी हुई है। SDG 10 (असमानता में कमी) आज पहले से कहीं अधिक प्रासंगिक है ताकि संसाधनों का न्यायपूर्ण वितरण सुनिश्चित किया जा सके।
- **व्यावसायिक अवसर:** आधुनिक कंपनियों के लिए SDGs अब केवल परोपकार नहीं, बल्कि व्यावसायिक अवसर बन गए हैं। 'हरित ऊर्जा' (Green Energy) और 'सतत् विनिर्माण' (Sustainable Manufacturing) में निवेश करने वाली कंपनियां भविष्य की बाजार नेता बन रही हैं।
- **संसाधन दक्षता:** बढ़ती जनसंख्या के साथ संसाधनों (पानी, भोजन, ऊर्जा) की मांग बढ़ रही है। SDG 12 (जिम्मेदार उपभोग और उत्पादन) हमें यह सिखाता है कि सीमित संसाधनों का कुशलतापूर्वक उपयोग कैसे किया जाए ताकि भविष्य की पीढ़ियों के लिए भी कुछ बचा रहे।
- **शांति और न्याय:** संघर्षपूर्ण क्षेत्रों में विकास संभव नहीं है। SDG 16 शांतिपूर्ण और समावेशी समाज को बढ़ावा देने की बात करता है, जो वैश्विक सुरक्षा और व्यापार के लिए अनिवार्य है।

निष्कर्ष

सतत् विकास लक्ष्य मानवता के लिए एक 'ब्लूप्रिंट' हैं। इनका महत्व केवल सरकारी नीतियों तक सीमित नहीं है, बल्कि यह हर व्यक्ति और व्यावसायिक इकाई के लिए दिशा-निर्देश हैं। यदि हमें एक सुरक्षित, न्यायपूर्ण और समृद्ध भविष्य चाहिए, तो इन 17 लक्ष्यों को प्राप्त करना हमारे पास एकमात्र विकल्प है।

2030 की समय सीमा नजदीक है, और इनकी प्रासंगिकता आज दुनिया को विनाश से बचाने और विकास की नई परिभाषा लिखने में सर्वोपरि है।

प्रश्न 4 (ख): बताएं कि सतत् विकास लक्ष्य (SDGs) और कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) एक दूसरे से कैसे जुड़े हैं?

परिचय सतत् विकास लक्ष्य (SDGs) और कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) दोनों ही एक बेहतर और न्यायपूर्ण दुनिया के निर्माण के उद्देश्य से प्रेरित हैं। जहाँ SDGs वैश्विक स्तर पर विकास के लक्ष्यों को निर्धारित करते हैं, वहीं CSR कंपनियों के लिए उन लक्ष्यों को प्राप्त करने का एक व्यावहारिक माध्यम प्रदान करता है। वास्तव में, CSR और SDGs एक ही सिक्के के दो पहलू हैं—एक लक्ष्य (Goal) है और दूसरा उसे प्राप्त करने का साधन (Tool)।

SDGs और CSR के बीच अंतर्संबंध

SDGs और CSR के गहरे जुड़ाव को निम्नलिखित बिंदुओं के माध्यम से समझा जा सकता है:

- **पूरक लक्ष्य:** SDGs 17 वैश्विक लक्ष्यों का एक व्यापक समूह है, जबकि CSR कंपनियों को इन लक्ष्यों के विशिष्ट क्षेत्रों में योगदान करने की अनुमति देता है। उदाहरण के लिए, जब कोई कंपनी अपनी CSR नीति के तहत गरीबी उन्मूलन (SDG 1) या गुणवत्तापूर्ण शिक्षा (SDG 4) पर काम करती है, तो वह सीधे तौर पर संयुक्त राष्ट्र के वैश्विक एजेंडे को आगे बढ़ा रही होती है।
- **संसाधन और विशेषज्ञता का संगम:** सरकारें अकेले 2030 तक के लक्ष्यों को प्राप्त नहीं कर सकतीं। कॉरपोरेट जगत के पास वित्तीय संसाधन, तकनीकी विशेषज्ञता और नवाचार (Innovation) की क्षमता होती है। CSR के माध्यम से कंपनियां इन संसाधनों को उन क्षेत्रों में लगाती हैं जहाँ समाज को उनकी सबसे अधिक आवश्यकता होती है, जैसे स्वच्छ जल (SDG 6) या सस्ती ऊर्जा (SDG 7)।
- **पारदर्शिता और रिपोर्टिंग:** आधुनिक CSR नियम अब कंपनियों को उनके सामाजिक और पर्यावरणीय प्रभाव की रिपोर्ट करने के लिए बाध्य करते हैं। कई कंपनियां अब अपनी 'Annual CSR Report' को SDGs के साथ संरेखित (Align) करती हैं। इससे यह स्पष्ट होता है कि किस कंपनी ने किस वैश्विक लक्ष्य में कितना योगदान दिया है।
- **दीर्घकालिक मूल्य निर्माण:** SDGs व्यवसायों को भविष्य के जोखिमों (जैसे जलवायु परिवर्तन) से आगाह करते हैं। जब कंपनियां CSR के माध्यम से टिकाऊ उत्पादन (SDG 12) अपनाती हैं, तो वे न केवल समाज की रक्षा करती हैं, बल्कि अपने व्यवसाय को भी भविष्य के लिए सुरक्षित करती हैं।
- **साझेदारी की शक्ति (SDG 17):** SDG 17 विशेष रूप से 'लक्ष्यों के लिए साझेदारी' की बात करता है। CSR इसी साझेदारी का एक जीवंत उदाहरण है, जहाँ निजी क्षेत्र, सरकार और गैर-सरकारी संगठन (NGOs) मिलकर काम करते हैं।

व्यवहारिक जुड़ाव के उदाहरण

- **SDG 5 (लैंगिक समानता) और CSR:** जब कंपनियां अपनी CSR गतिविधियों के माध्यम से महिला सशक्तिकरण कार्यक्रमों को वित्तपोषित करती हैं या कार्यस्थल पर विविधता को बढ़ावा देती हैं, तो वे इस लक्ष्य की प्राप्ति में योगदान देती हैं।
- **SDG 13 (जलवायु कार्रवाई) और CSR:** कंपनियों द्वारा वृक्षारोपण अभियान चलाना या नवीकरणीय ऊर्जा (Solar Energy) को अपनाना CSR का हिस्सा है, जो सीधे जलवायु संकट से लड़ने में मदद करता है।

निष्कर्ष

संक्षेप में, CSR वह इंजन है जो सतत् विकास के लक्ष्यों की गाड़ी को चलाता है। SDGs कंपनियों को एक वैश्विक ढांचा प्रदान करते हैं कि उन्हें कहाँ ध्यान केंद्रित करना चाहिए, और CSR उन्हें उन क्षेत्रों में सार्थक बदलाव लाने की शक्ति देता है। बिना कॉरपोरेट जगत के सक्रिय सहयोग और CSR पहल के, 2030 के वैश्विक लक्ष्यों को प्राप्त करना असंभव है। अतः, ये दोनों एक-दूसरे पर निर्भर और एक-दूसरे के पूरक हैं।

प्रश्न 5 (क): कंपनी (CSR नीति) संशोधन नियमों के अनुसार CSR गतिविधियों को लागू करने के तरीके क्या हैं ?

परिचय भारत में कॉरपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) को कंपनी अधिनियम, 2013 की धारा 135 के तहत अनिवार्य बनाया गया है। समय-समय पर सरकार ने कंपनियों के लिए CSR गतिविधियों को लागू करने की प्रक्रिया को अधिक पारदर्शी और प्रभावी बनाने के लिए नियमों में संशोधन किए हैं। 'कंपनी (CSR नीति) संशोधन नियम, 2021' के अनुसार, अब कंपनियों के पास अपनी CSR परियोजनाओं को निष्पादित करने के स्पष्ट तरीके और दिशा-निर्देश मौजूद हैं।

CSR गतिविधियों को लागू करने के मुख्य तरीके

संशोधित नियमों के अनुसार, एक कंपनी निम्नलिखित तरीकों से अपनी CSR गतिविधियों को कार्यान्वित कर सकती है:

- **स्वयं के माध्यम से (Self-Implementation):** कंपनी सीधे अपनी CSR गतिविधियों को लागू कर सकती है। यदि कंपनी के पास आवश्यक विशेषज्ञता और बुनियादी ढांचा है, तो वह अपनी आंतरिक टीमों के माध्यम से परियोजनाओं (जैसे स्कूल बनाना या वृक्षारोपण) को निष्पादित कर सकती है।
- **पंजीकृत संस्थाओं के माध्यम से (Through Registered Entities):** अधिकांश कंपनियाँ अपनी CSR गतिविधियों को निम्नलिखित के माध्यम से लागू करना चुनती हैं:
- कंपनी द्वारा ही स्थापित कोई धारा 8 कंपनी, पंजीकृत सार्वजनिक ट्रस्ट या पंजीकृत सोसायटी।

● केंद्र या राज्य सरकार द्वारा स्थापित कोई भी इकाई।

● कोई भी ऐसी संस्था जिसका तीन साल का स्थापित ट्रैक रिकॉर्ड हो।

महत्वपूर्ण: इन सभी संस्थाओं का 'CSR-1' फॉर्म भरकर कॉर्पोरेट कार्य मंत्रालय (MCA) के पास पंजीकृत होना अनिवार्य है।

● **अन्य कंपनियों के साथ सहयोग (Collaboration with other Companies):** संशोधित नियम कंपनियों को एक साथ मिलकर काम करने की अनुमति देते हैं। कई कंपनियाँ अपनी धनराशि और संसाधनों को मिलाकर एक बड़ी परियोजना (जैसे अस्पताल का निर्माण) शुरू कर सकती हैं। हालांकि, प्रत्येक कंपनी को अपनी व्यक्तिगत CSR रिपोर्ट में अपने हिस्से के खर्च और प्रगति की जानकारी देनी होगी।

● **अंतरराष्ट्रीय संगठनों की सहायता (Engagement of International Organizations):** कंपनियाँ CSR नीतियों की रूपरेखा तैयार करने, निगरानी करने और मूल्यांकन के लिए अंतरराष्ट्रीय संगठनों की मदद ले सकती हैं। हालांकि, वे इन संगठनों का उपयोग सीधे परियोजना लागू करने के लिए नहीं कर सकतीं, बल्कि केवल क्षमता निर्माण और मूल्यांकन के लिए कर सकती हैं।

निगरानी और रिपोर्टिंग का महत्व संशोधित नियमों ने 'बोर्ड की जिम्मेदारी' को बढ़ा दिया है। अब बोर्ड को यह सुनिश्चित करना होता है कि CSR के लिए आवंटित धन का उपयोग केवल स्वीकृत उद्देश्यों के लिए ही किया गया है। इसके अलावा, जिन कंपनियों का CSR बजट 10 करोड़ रुपये से अधिक है, उन्हें अपनी परियोजनाओं का 'स्वतंत्र प्रभाव मूल्यांकन' (Impact Assessment) कराना अनिवार्य है।

निष्कर्ष

CSR संशोधन नियमों का मुख्य उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि कंपनियाँ केवल कागजों पर CSR न दिखाएं, बल्कि वास्तविक और मापने योग्य सामाजिक बदलाव लाएं। कार्यान्वयन के इन विभिन्न तरीकों ने कंपनियों को लचीलापन प्रदान किया है, जिससे वे अपनी विशेषज्ञता और संसाधनों के अनुसार समाज की भलाई में योगदान दे सकती हैं।

प्रश्न 5 (ख): कौन सी गतिविधियाँ CSR गतिविधि के रूप में योग्य नहीं हैं ?

परिचय भारत में कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR) के नियमों को बहुत स्पष्ट और सख्त बनाया गया है ताकि कंपनियाँ अपनी मुख्य व्यावसायिक गतिविधियों या सामान्य व्ययों को CSR के रूप में न दिखा सकें। कंपनी अधिनियम, 2013 की धारा 135 और 'कंपनी (CSR नीति) नियम, 2014' के तहत कुछ विशिष्ट गतिविधियों को 'CSR गतिविधि' की परिभाषा से बाहर रखा गया है। यदि कोई कंपनी इन पर पैसा खर्च करती है, तो उसे कानूनी रूप से CSR खर्च नहीं माना जाएगा।

CSR गतिविधियों के रूप में अयोग्य गतिविधियाँ

नियमों के अनुसार, निम्नलिखित गतिविधियाँ CSR के अंतर्गत नहीं आती हैं:

- **व्यवसाय के सामान्य पाठ्यक्रम में की जाने वाली गतिविधियाँ:** कोई भी गतिविधि जो कंपनी के सामान्य व्यावसायिक कामकाज का हिस्सा है, वह CSR नहीं हो सकती। उदाहरण के लिए, यदि कोई दवा बनाने वाली कंपनी अपनी ही दवाओं को मुफ्त में बांटती है, तो वह CSR नहीं है। हालांकि, कोविड-19 के संदर्भ में टीकों के अनुसंधान और विकास (R&D) के लिए कुछ अस्थायी छूट दी गई थी।
 - **भारत के बाहर की जाने वाली गतिविधियाँ:** CSR परियोजनाओं का भारत के भीतर होना अनिवार्य है। भारत के बाहर किया गया कोई भी खर्च CSR के रूप में स्वीकार्य नहीं है, केवल उन अंतरराष्ट्रीय खेल प्रशिक्षणों को छोड़कर जहाँ भारतीय एथलीटों को बाहर भेजा जाता है।
 - **राजनीतिक दलों को योगदान:** किसी भी राजनीतिक दल को प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से दिया गया दान या चंदा (Section 182 के तहत) CSR गतिविधि के रूप में योग्य नहीं है।
 - **कर्मचारियों को लाभ पहुँचाने वाली गतिविधियाँ:** कंपनी अधिनियम के अनुसार, ऐसी गतिविधियाँ जिनसे केवल कंपनी के कर्मचारियों और उनके परिवारों को लाभ मिलता हो, CSR नहीं मानी जाएंगी। उदाहरण के लिए, कर्मचारियों के बच्चों के लिए स्कूल खोलना या कर्मचारियों के लिए जिम बनवाना कंपनी का अपना खर्च माना जाएगा, CSR नहीं।
 - **विपणन या व्यावसायिक लाभ के लिए किए गए कार्य:** ऐसी गतिविधियाँ जो कंपनी के उत्पादों या सेवाओं के विज्ञापन या विपणन (Marketing) के लिए की जाती हैं, वे CSR के दायरे से बाहर हैं। उदाहरण के लिए, किसी मैराथन को प्रायोजित करना जिससे कंपनी के ब्रांड का प्रचार हो रहा हो।
 - **कानूनी दायित्वों का पालन:** किसी भी मौजूदा कानून या नियम के तहत अनिवार्य गतिविधियों को CSR नहीं माना जा सकता। उदाहरण के लिए, कारखाने के अंदर श्रमिकों की सुरक्षा के लिए किए गए उपाय या श्रम कानूनों का पालन करना कंपनी का कानूनी कर्तव्य है, सामाजिक उत्तरदायित्व नहीं।
 - **एकमुश्त आयोजन (One-off Events):** मैराथन, पुरस्कार समारोह, दान के लिए विज्ञापन, चैरिटी शो या प्रायोजित कार्यक्रमों जैसे एकमुश्त आयोजनों पर किया गया खर्च CSR के रूप में मान्य नहीं होता है।
- निष्कर्ष** इन प्रतिबंधों का मुख्य उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि CSR का पैसा वास्तव में समाज के वंचित वर्गों के कल्याण और पर्यावरण की रक्षा में खर्च हो। कंपनियाँ अक्सर अपने सामान्य खर्चों को CSR के रूप में दिखाने की कोशिश करती हैं, लेकिन सरकारी नियम और 'नकारात्मक सूची' (Negative List) यह सुनिश्चित करती है कि CSR का वास्तविक अर्थ और प्रभाव बना रहे। कंपनियों को अपनी CSR नीति तैयार करते समय इन अपवादों को ध्यान में रखना अनिवार्य है।