

ISSN 2349 - 1310

ANNUAL AND BI-LINGUAL INTERNATIONAL JOURNAL

GYAN ARTH

JOURNAL OF COMMERCE & ECONOMICS

Vol. 4

July 2017

JOURNAL

IN COLLABORATION WITH UP SELF
FINANCE COLLEGES' ASSOCIATION



COMPLIMENTARY COPY

Editor in Chief
Dr. Y. K. Gupta

Advisory Committee

Dr. Mohd. Asif Khan
Associate Professor, Comm. Dept.
Elected Member, Executive Council,
A.M.U., ALIGARH

Prof. Pramod Kumar
Dean, Faculty of Commerce
DEI, Deemed University,
Dayalbagh, AGRA

Dr. P. N. Asthana
Head, Applied Business Economics
St. John's College, AGRA

Dr. P. K. Varshney
Associate Prof., App. Busi. Economics
S.V. (P.G.) College, ALIGARH

Dr. S. K. Varshney
Associate Prof., Faculty of Commerce
V. A. Govt. Degree College, ATRAULI
(Aligarh)

Editorial Board
Dr. Heeresh Goyal
Dr. Ratna Prakash

Editorial Secretary
Mr. Ankush Agrawal

Gyan Arth

ISSN 2349 - 1310

Journal of Commerce & Economics

Annual and Bi-lingual
Volume 4 July 2017

Gyan Arth : Journal of Commerce and Economics is a Annual and Bi-lingual published every year in July by Gyan Mahavidyalaya, Aligarh.

The Journal aims to provide Commerce Teachers, Economist, Administrators and researchers a forum to present their work to community through original and critical thoughts in Commerce and Economics.

Manuscripts sent in for publication should be inclusive to Gyan Arth Journal of Commerce and Economics. These along with the abstracts, should be in duplicate, typed double spaced and single side of sheets only. Addressed to the Academic Editor, Gyan Arth Journal of Commerce and Economics, Department of Commerce & Economics, Gyan Mahavidyalaya, Agra Road, Aligarh.

Computer soft copy can be sent by email :
publicationgyan@gmail.com

Copyright of the articles published in the journal will rest with Gyan Mahavidyalaya and no matter may be reproduced in any form without the prior permission of Gyan Mahavidyalaya. The content of matter are the views of the author only.

Correspondence related to publication, permission and any other matters should be addressed to the Editor-In-Chief

Index

	Page No.
1. Global Retailing in India- Its Emergence & Prospects * Dr. Pankaj Kumar Varshney	1
2. Environment Sustainability Through Green Banking * Mrs. Gagan Deep Chadha	9
3. गाँव-भाँकरी, जिला-अलीगढ़ (उ.प्र.) में दुधारू पशुपालन से आय एवं रोजगार * डॉ. हीरेश गोयल	14
4. भारत का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार : समस्याएँ एवं संभावनाएँ * डॉ. योगेश कुमार गुप्ता एवं * * पंकज कुमार वार्णोय	21
5. “लोक उद्योगों में सेविवर्गीय प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम” * डॉ. मोहित कुमार सक्सेना	27

Global Retailing in India- Its Emergence & Prospects

* Dr. Pankaj Kumar Varshney

INTRODUCTION

After the waves of globalisation, liberalisation and privatisation marketing scenario particularly retailing has changed radically. These changes have resulted in emergence of new environment for buyer's behavior and purchasing habits. The upper and upper middle strata of the society now prefers to purchase well-established branded goods from standard showrooms and it has transformed the entire picture and perception not only in the metro cities but almost in all big cities of our country. It is worth mentioning that retailing in India has been hailed as one of the sun-rise sectors in the economy. According to A.T. Kearney, a well-known International Management Consultant, "India is the second most attractive retail designation globally, among thirty emergent markets."¹ Till now unorganized retailing sector was dominating retail trade in India by constituting 98% of all retailing trade but now not only traditional Indian retailers but giant Indian retailers like Reliance has entered in the area and is planning to expand its activities in this sector in a big way. Even world renowned retailing organisation like Wal-Mart has decided to enter in India via joint venture with Bharti and French retailer Carrefour is busy in chalking out strategy to enter the hyper market and supermarket retail format in India through Dubai based retail major Landmark group.¹

In this context, an effort has been made in this paper to review the emergence of global retailers in India, to examine the government policy relating to FDI in retailing and to evaluate the prospects of global retailing in India.

Why Global Retailers are Interested in India ?

More Specifically the global players are interested in India due to following reasons :

1. Strategic Location & Geography :

India enjoys unique geographical advantage. It is strategically located in Asia with access to all leading markets of the world. With total area of 32,87,590 sq. km, Coastline of

* Associate Professor Deptt. Of App. Bus. Economics, Shri Varshney College, Aligarh (U.P), Mob. No. 9411490009

7000 km and borders with six countries India becomes most promising destination for the foreign direct investment.

2. Versatile Demographics :

Demographically with a population of more than 1.1 billion and diverse culture, India is a land of all seasons. India presents a real cosmopolitan population with diverse religions and culture. Hinduism, Buddhism, Jainism, Sikhism, Christianity and Islam are the main religions of India. This variety of religions provide India with diverse culture. Besides, India has versatile population of urban and rural nature. This versatility of population makes India a readymade market for foreign retailers.

3. Vast growing Economy :

On economic front, India the largest democracy of the world, have a stable government with robust programme of economic reforms. India with a foreign exchange reserve of more than US \$120 billion, FDI of more than US \$9.9 billion, average GDP growth of more than 7% per annum, rupee appreciation vs U.S. dollar of more than 2% in last two years and with a rapidly growing investment in infrastructure has all the ingredients of a emerging economic super power. India is tipped to be third largest economy in terms of GDP by the year 2050.² In such a scenario every multinational aims to set up a base in India, not to participate in Indian growth story, rather to build their own future.

4. Retailing : The Emerging Revolution :

Retailing is the largest private industry in India and second largest employer after agriculture. The sector contributes to around 10% of GDP. With over 12 million retail outlets, India has the highest retail outlets density in the world. This sector witnessed significant development in the past 10 years from small unorganised family owned retail formats to organized retailing. Liberalisation of the economy, rise in per capita income and growing consumerism has encouraged large business and venture capitalist in investing in retail infrastructure. The importance of retail sector in India can be judged from following facts- (a) Retail sector is the largest contributor to the Indian GDP (b) The retail sector provides 15% employment (c) India was world largest retail network with 12 million outlets (d) Total market size of retailing in India is U.S \$ 180 billion (e) Current share of organised retailing is just 2% which comes around to \$3.6 trillion (f) Organised retail sector is growing @ 28% per annum.³

5. Indian Retailing : Opportunities Unexplored :

India is sometimes referred to as the nation of shopkeepers. This is because the country has the highest density of retail outlets-over 12 million. However, unlike most developed and developing countries, Indian retail sector is highly fragmented and bulk of the business is in the unorganised sector. India in such a scenario presents following facts to foreign retailers :

- There is a huge industry with no large players. Some Indian large players have entered just recently like Reliance, Trent.
- India can support significant players averaging \$1 billion in Grocery and \$0.3-0.5 billion in apparel within next ten years.

- The transition will open multiple opportunities for companies and investors. In addition to the above, improved living standards and continuing economic growth, friendly business environment, growing spending power and increasing number of conscious customers aspiring to own quality and branded products in India are also attracting to global retailers to enter in India market.

Arguments in favour of FDI in Retailing :

FDI in retailing is favoured on following grounds :

1. The global retailers have advanced management know how in merchandising and inventory management and have adopted new technologies which can significantly improve productivity and efficiency in retailing.
2. Entry of large low-cost retailers and adoption of integrated supply chain management by them is likely to lower down the prices.
3. FDI in retailing can easily assure the quality of product, better shopping experience and customer services.
4. They promote the linkage of local suppliers, farmers and manufacturers, no doubt only those who can meet the quality and safety standards, to global market and this will ensure a reliable and profitable market to these local players.
5. As multinational players are spreading their operation, regional players are also developing their supply chain differentiating their supply chain differentiating there strategies and improving their operations to counter the size of international players. This all will encourage the investment and employment in supply, chain management.
6. Joint ventures would ease capital constraints of existing organised retailers, and
7. FDI would lead to development of different retail formats and modernization of the sector.

Arguments against FDI in Retailing :

Many trading associations, political parties and industrial associations have argued against FDI in retailing due to following reasons :

1. Indian retailers have yet to consolidate their position. The existing retailing scenario is characterized by the presence of a large number of fragmented family owned businesses, who would not be able to survive the competition from global players.
2. The examples of south-east Asian countries show that after allowing FDI, the domestic retailers were marginalised and this led to unemployment.
3. FDI in retailing can upset the import balance, as large international retailers may prefer to source majority of their products globally rather than investing in local products.

4. Global retailers might resort to predatory pricing. Due to their financial clout, they often sell below cost in the new markets. Once the domestic players are wiped out of the market foreign players enjoy a monopoly position which allows them to increase prices and earn profits.
5. Indian retailers have argued that since lending rates are much higher in India, India retailers, especially small retailers, are at a disadvantageous position compared to foreign retailers who have access to International funds at lower interest rates. High cost of borrowing forces the domestic players to charge higher prices for the products.
6. FDI in retail trade would not attract large inflows of foreign investment since very little investment is required to conduct retail business. Goods are bought on credit and sales are made on cash basis. Hence, the working capital requirement is negligible. On the contrary; after making initial investment on basic infrastructure, the multinational retailers may remit the higher amount of profits earned in India to their own country.

FDI in Retailing in India-Policy and Entry Routes :

In India, till recently, FDI was not allowed in retailing, but the Union cabinet on January 24, 2006 rationalised and simplified the FDI policy and allowed the contentious issue to foreign investment in retail sector by allowing FDI up to 51 per cent with prior government approval for retail trade in single brand products.⁴ This would imply that foreign companies would be allowed to sell goods sold internationally under a single brand, viz. Reebok, Nokia, Adidas. Retailing of goods of multiple brands, even if such products are produced by same manufacturer would not be allowed. However, there are indications that the government may allow foreign investments in retail segments where small domestic players do not operate. The Department of Industrial policy and Promotion is preparing a detailed policy for further liberalization of FDI in the country, which is likely to be announced before the budget 2007-08. As part of the proposed move, the Ministry has marked out sports goods, electronics and building equipment as some of the sectors that may be opened up with a 51 percent cap on FDI. The government is also considering to permit multi-brand retail in such areas. The government is likely to discuss the matter with the left parties before taking a final call on the issue. The Left has initially stalled the government's plans to allow FDI in multi-brand retail on the grounds that it will adversely affect mom-and-pop stores.⁵

Although before January 24, 2006 FDI was not allowed in retailing, many international players are operating in the country. Some of entry routes employed by them are discussed in details as below:

- a. **Manufacturing and Local Sourcing :** Companies that set up manufacturing facilities are allowed to sell the products in the domestic market. Consumer durable companies such as Sony and Samsung have entered the retail sector through this route. Due to high labour cost in their domestic market, many

international brands are setting up manufacturing bases in developing countries such as India and China/or are sourcing products from local manufacturers. For examples, Levi's and Tommy Hilfiger are sourcing products from Indian manufacturers like Arvind Mills. Benetton has a manufacturing unit in India. Other international brands like GIVO from Italy have set up export-oriented manufacturing facilities. These companies are allowed to sell products to Indian consumers through franchising, local distributors, existing Indian retailers, own outlets, etc.

b. Franchising : Franchising is the most preferred mode through which foreign players have entered the Indian market. It is the easiest route to enter the Indian market. Franchising is often used as a mode to expand the market of a particular retail enterprise outside domestic economy since it allows firms to expand without investing their own capital, is based on local expertise and enables firms to curb local oppositions and regulations. This is the most common mode for entry of fast food chains across the world. Apart from fast food chains like Pizza Hut, players such as Lacoste, Mango, Nike and Marks and Spencer, have entered the Indian market through this route.

c. Test Marketing : The test marketing is another route through which many foreign players have entered the Indian market. Foreign Investment Promotion Board (FIPB) allows foreign companies for test marketing of their products for a tow-year period by the end of which they are required to set up manufacturing facilities in India. Direct selling companies like amway and Oriflame entered the Indian market through this route. Initially, Amway got an approval for test marketing for a period of two years but they managed to secure an extension of one more year. At the end of the third year, they set up contract manufacturing facilities and brought in foreign investment and technical know-how. Oriflame too extended its test marketing license for a third year and at the end of which had set up a manufacturing facility in Noida (UP) for producing certain specific products. Other products are imported and would continue to be imported from abroad.

Nokia came to India through the test marketing route in mid-1990s. Initially they got a license for two years to test their products in the Mumbai circle. After three months of their entry they tied up with the service providers to provide integrated services to their customers. Due to pressure from the FIPB, Nokia had tied up with the HCL Infotech as a strategic partner for all India distribution of Nokia products. After the success of its products in the country, Nokia had opened up an office but had not set up a manufacturing facility and continued to import all products (even models made specifically for India). After another two years they divided the country into four zones and entered into a strategic alliance for distribution with Supreme for East and West India while HCL continued with

North and Southern zone.⁶ Nokia had also applied for the cash and carry license from the FIPB and has recently got the license. Nokia is aggressively targeting the Indian consumers and plan to capture 75 per cent of the mobile market in the next seven years. The company, which currently operates as a wholesale cash-and-carry, recently announced that it would set up manufacturing facilities very soon.

d. Wholesale Cash-and-Carry Operation : This is the route through which large international retailers such as Germany's Metro Cash & Carry GmbH and Shoprite Checkers of South Africa have entered the Indian market. The wholesale cash-and-carry operation is defined as any trading outlets where goods are sold at the wholesale rate for retailers and businesses to buy. The transactions are only for business purposes and not for personal consumption as in the case of retailing.

e. Distributor : Companies such as Swarovski and Hugo Boss have set up distribution offices in India and these offices supply the products to local retailers. All products of Hugo Boss are imported and distributed through the company's distributor.

f. Special Case : The Sri Lankan retailers have entered the India market through the initiatives of Export Development Board of Sri Lanka (EDB) which obtained special permission from the RBI to set up retail operations in India. The EDB has leased 17 retail outlets in Spencer Plaza in Chennai in which Sri Lankan retailers are showcasing and selling their products.⁷ The Sri Lankan products showcased in these stores are mostly at the higher end of the quality spectrum and can be brought into the country free of duty. This gives an advantage to large Sri Lankan retailers like Hameedia not only to establish a global presence but also to access the large customer base of India at competitive price. The EDB is also exploring the possibilities of setting up similar trade centres in other cities like Delhi and Mumbai. Although this mode has allowed retailers from Sri Lanka to enter the Indian market without domestic manufacturing and sourcing conditions and some products sold by these traders are similar to those sold by Indian retailers, EDB did not face any opposition from Chambers, retailers and the trading houses.⁸

Although the official policy is that FDI in retailing is allowed only in one brand and that too up to 51 per cent in retailing, but it has not acted as an entry barrier. Foreign players have a substantial presence in the country and have used several alternative unique routes to enter Indian Trading Sector. Some of the existing foreign players are listed in the following table :

Some Existing Foreign Players and Prospective Entrants

Retailers	Type	Status
7-Eleven	Supermarket	Evaluating
Amway	Direct selling	Already in
Auchan	Hypermarket	Evaluating
Carrefour	Multi-format	
	Retailer	Wait and watch
Dairy Farm	Multi-format	
	Retailer	Tied up with RPG
JC Penny	Product sourcing	Already in
Landmark	Department Store	Already in
Lee Cooper	Product sourcing	Already in
Levi's	Product sourcing	Already in
Mango	Apparel retailer	Already in
Mark & Spencer	Department store	Already in
Metro	Cash & carry	Already in
Oriflame	Direct Selling	Already in
Reebok	Joint venture	Already in
Shoprite	Wholesale Cash-	
	Carry and franchising	Already in
Sony	Manufacture retailer	Already in
Wal-Mart	Hypermarket	Agreement With Bharti

Source : FDI in Retail Sector, Department of consumer affairs, Government of India, p.155. 2014.

Conclusion :

It is evident that ever growing urban and rural markets in India represent an unprecedented and vast unexplored opportunity for retailing to all types of formats. Initially there may be certain reservations and apprehensions in allowing global players in India's retailing but if they are allowed in a phased manner on the basis of a well-conceived and chalked out policy, they are likely to lead to more investment in organised retailing and allied sectors. As already discussed, it would also lead to inflow of latest technical know how, establishment of well integrated and sophisticated supply chains, availability of standard, lasted and quality products, help in up gradation of human skills and increased sourcing from India. Yet the following points may be kept into consideration in this context :

1. Since the Indian retail sector is highly fragmented and domestic retailers are in the process of consolidating their position, the opening up of FDI regime should be in phased manner over 5 to 10 years time frame so as to give the domestic retailers

enough time to adjust changes.

2. FDI should not be allowed for multi brand stores in near future, as Indian retailers will not be able to face competition with these stores immediately.
3. At present, it is also not desirable to increase FDI ceiling to more than 51% even for single premium brand stores. It will help us to ensure check and control on business operations of global retailers and to protect the interests of domestic players. However, the limit of equity participation can be increased in due course of time as we did in telecom, banking and insurance sectors.
4. Foreign players should not be allowed to trade in certain sensitive products like arms and ammunition, military equipment, etc. and the list of excluded products should be clearly stated in the FDI policy.
5. Certain zoning restrictions may be imposed by the state government/local bodies for town planning. Generally, super markets and hyper markets should not be allowed in the mid of the city so as to protect the existence of unorganised or comparatively medium sized retail organizations.

Their strategy of opening up should be backed by appropriate reform measures. India can learn from the experiences of other developed and developing countries and develop its own strategies, laws and regulations that would be in the best interest of the country. As of now, there is no proper definition of retailing or retail formats in India. International players are exploiting the situation and are often entering the market and expanding their businesses through multiple routes and are operating in the country with more than one format of retailing. The regulatory regime should address these issues. The entry norms should clearly state the approval requirements, conditions/restrictions if any imposed, etc. The government should also strictly enforce the quality standards for local production and imports.

References :

1. FDI in retail Sector in India, Department of Consumer Affairs, Ministry of consumer Affairs, Public and food Department, Government of India.
2. U. S. Department of Labour, Bureau of Labour Statistics.
[http:// stats.bls.gov/ iag/ whole_retailtrade.htm](http://stats.bls.gov/iag/whole_retailtrade.htm)
3. <http://www.brc.org.uk/latadata.asp>
4. Bajpai and Das Gupta (2004) 'Multinational companies and FDI in China and India' CGSO working paper no. 2, January. The Earth institute of Columbia University.
5. Palmade, v. and Andrea Anayiotas (2004) "Foreign Direct Investments Trends: Looking Beyond the current gloom in Developing Countries". Public policy journal, September 2004. Note number 273. The world Bank Group website: [http://rru.worldbank.org/ documents. Pdf](http://rru.worldbank.org/documents.Pdf)
6. Swapna Pradhan: Retailing Management, The McGraw-Hill Companies (2007)
7. Chetan Bajaj, Rajnish Tuli & Nidhi Srivastav: Retail Management, Oxford University Press (2006)

Environment Sustainability Through Green Banking

* Mrs. Gagan Deep Chadha

Abstract

Industrialisation is causing ecological disbalances across the globe. Thus, sustainable development and environment preservation is the need of the hour. Banking sector is one component of the economy which influences the industrial activity. Since, environment effect can impact the productivity of the banks therefore, banks should go green and adopt various user-friendly strategies for achieving sustainable development. Green banking refers to the banking business which helps in reducing carbon emission. The paper attempts to study various dimensions of green banking adopted by public and private sector banks to achieve sustainable growth and development. It also highlights customer awareness on green banking initiatives, future challenges and opportunities.

Keywords : Environment, carbon emission, sustainable growth, green banking.

INTRODUCTION

Climate change is one of the most complicated issues the world is facing. Very often we hear scientists talking about global warming and its disastrous effects. There have been continuous efforts across the globe to measure and reduce the risk of climate change caused by human activity. Since the banking sector is also an important component of the global economy it can play an intermediary role between economic development and environmental protection. Institute for Development and Research in Banking Technology defines Green Banking as practices and guidelines that make banks sustainable in economic, environmental and social dimensions.³ Environmental sustainability involves making decisions and taking action that are in the interests of protecting the natural world. Green Banking can also be referred as the banking business conducted in a particular manner that helps in the overall reduction of external carbon emission and internal carbon footprint. The banking sector is one of the major sources of financing industrial projects such as steel, paper, cement, chemicals, fertilizers, power, textiles, etc which cause maximum carbon emission.

REVIEW OF LITERATURE

The Role of Green Banking in Sustainable Growth, 2012 The article highlights the significance of green banking towards sustainable development. Initially,

* Assistant Professor, National P.G.College, Lucknow Mobile No. 9936415400 Email Id : gagandeepchadha16@gmail.com

funding sustainable project commitments to environmental and social guidelines will cause a huge financial burden for Indian banks. For effective green banking, the RBI and the Indian government should play a pro active role and formulate a green policy.² The survival of the banking industry is inversely proportional to the level of global warming.

Jha & Bhome (2013) the paper entitled A Study of Green Banking Trends in India, studies the green banking initiatives taken by the public sector bank in India and the way of going green. The main objective of the paper was to know green banking initiatives and to check the awareness of employees, associates and the public about the green banking concept.⁹ Further the study suggested that interest on loan should be less for green project then normal rate of interest and companies can increase their profitability by recycling of waste . They should stress upon green mortgage loan, green credit card and online banking.

Singhal, Singhal & Arya (2014) in their paper entitled Green Banking:⁶ An Overview study was made as how a bank can go greener. According to the study, banking industries and financial institution plays a very important role in the growth of an earth. Green banking saves the energy and environment both. Now a days many banks are offering green products like ATM, Green credit cards, green CDs, electronic fund transfer, use of solar and wind energy etc. but still we have to make more efforts so that we can save environment

Khedekar (2014) in her research entitled Banking with Technology- Green Banking studied the various technologies used by the banking industries to make the environment green. According to study bank should provide premium internet banking product such as demat etc.¹ This Study suggests that bank should conduct seminar and conferences to educate the public regarding the uses of internet banking as well as security issue. She also suggested about "Virtual Banking" .

Ragupathi. M and Sujatha (2015) in their paper entitled Green Banking Initiatives of Commercial Banks in India, studied the ways to go green through green banking initiatives. According to this paper, earlier bank were not aware about the concept green banking. But now a days banks are playing a very important role in environment sustainability program. By the green banking practice people are getting more aware about the global warming and each businessmen is contributing in environment sustainability to make this earth a better place to live in. Green banking is not only greening the industries but it will also facilitate in improving the assets quality of the banks in future.⁷

NEED OF THE STUDY

As environmental sustainability is an important issue and green banking is a step in this regard. Hence, there is a need to study the green banking initiative taken by the banking sector and also to review the role of green banking.

OBJECTIVE OF THE STUDY

- 1) To enumerate effective methods of green banking
- 2) To highlight the means used by banks to create awareness and education about

green banking services among public

- 3) To study the level of awareness among people about various green banking strategies.

Research Methodology :

In pursuance of the above mentioned objectives, the secondary data was used. The secondary data included the information available through the banks websites, various research articles, newspaper reports and published reports through seminars & workshop.

METHODS USED IN GREEN BANKING INITIATIVE

1. **Online Savings Account** : Online savings account and mobile banking is the easiest way to make a bank eco-friendly. Green banking includes setting up direct deposits, receiving electronic statements from bank and paying bills online. All of these steps can drastically reduce the amount of paper produced by your bank.
2. **Paperless Statements** : online banking includes an option for customers to receive their bank statements electronically through a secure login. Copies of banking records and statements can then be stored electronically which can also help in reducing cost of manual storage of documents.
3. **Direct Deposit** : Most employers give employees the option to receive their paycheck electronically. It speed up the availability of money and save visit to bank branch.
4. **Online Bill Payments** Paying bills online like Telephone bills, cable bills, utility bills, credit card payments and mortgage payments .
5. **Reward Debit and Credit Cards** : Some banks have joined up with environment-friendly groups to create reward debit cards and reward credit cards wherein they make a small charitable donation as a percentage of online banking activity to help the environment.⁸
6. **Net Banking** : Online banking is when customers perform most of their banking related functions without visiting the bank, personally. To do so ,customers must possess an internet banking ID and a password provided by the bank in which the individual customer has an account.
7. **Power Savings Equipments** : Banks can directly contribute to controlling climate change by using power saving devices such as using energy saving tubes and bulbs etc in all owned premises offices and residential. Banks can also make a feasibility study to make rain water harvesting .

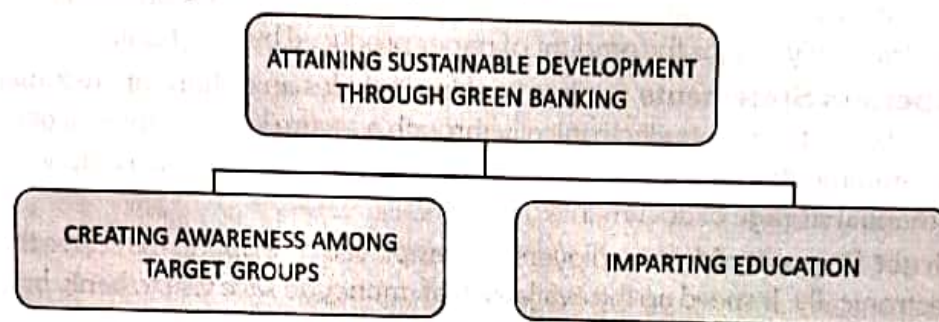
BENEFITS OF GREEN BANKING

1. **Reduced Paper Work** : Almost all banks in India are computerized or operate on a core banking solution (CBS). Thus there is wide scope for the banks to adopt paperless or less paper for office work.
2. **Enhancing Awareness about Environment** : Banks may propagate environment consciousness among the public in general by arranging awareness programs and organizing seminars.

3. Loans at Comparatively Lesser Rates : Green bank loans with financial concessions for environment friendly products and projects such as fuel efficient vehicles can help in spreading consciousness among people.

CREATING AWARENESS ABOUT GREEN BANKING TO PROMOTE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Green banking can help in promoting sustainable development through the eco-friendly techniques .But, the success will depend upon the fact that how many number of people are actually using green banking options. Both public sector and private sector banks like- State Bank of India, Bank of Baroda, PNB, Axis bank, ICICI are making contributions to impart knowledge about green banking and its benefits.



Awareness can be created through the following means:⁸

- 1) Green News on Internet
- 2) Meetings And Conferences for Bank Staff
- 3) Road Shows
- 4) Use of Media
- 5) Publication of Information Material
- 6) Environmental Reports
- 7) Interactive E-learning Programmes
- 8) Banks News Letters
- 9) Bench Marking

FINDINGS AND SUGGESTIONS :

Although there are various green banking products and services which are being offered to the customers,⁴ still the study through the secondary sources show that people are not much aware of all the methods. Many customers still prefer the traditional method of carrying out banking transactions. Some of the findings regarding awareness and use of green banking services are :

1. Online saving account is considered as the most widely used tool and the general public had much awareness about it.
2. Among other methods, online banking and direct deposits are preferred.

3. Green initiatives like solar ATM, green CDs, green checking are still not known to majority.
4. Many people are not aware about the waiver in processing fee of cars that use an alternative mode of energy like CNG.
5. Still, only few people are aware about E-Investment Services.
6. People face various difficulties in using green banking services such as : technical issues, privacy and security issues.

CONCLUSION

Climate change is the most complicated issue the world is facing today. Continuous efforts are being taken to measure and mitigate the risk of climate change caused by human activity. Banks are also contributing to ecological footprint directly and indirectly through investment and lending operations.⁵ Green banking can be used as a strategy to reduce pollution and save the environment. Before making the decision to finance a project banks must see its impact on the environment and ensure the project players have environmental safety measures. Indian banks are still far behind when compared to the banks of developed countries. If Indian banks desire to enter global markets, it is important that they recognize their environmental and social responsibilities.

References :

1. Mrs. Pratiksha C. Khedekar (2014), "Banking with Technology-Green Banking", Renewable Research Journal, Rex Journal
2. Dr. Kumar Dash Saroj, Dr. Parwez Asif and Mr. Parwez Firoz (2013) "Service Quality Measurement and its evaluation of leading Private Banks of India in Delhi and NCR Region". An analytical study International Journal of Contemporary Business Studies, Vol: 4, No: 1. January, 2013 ISSN 2156-7506
3. Dr. Bahl Sarita, (2012) "The role of green banking in sustainable growth", International journal of marketing, financial services & management research, Vol.1 No. 2, February 2012, ISSN 2277 3622, Online Available at indianresearchjournals.com
4. Nigamananda Biswas (2011) "Sustainable Green Banking Approach: The need of the Hour", Volume -I, No.1, January-June.
5. Global Journal of Management and Business Studies ISSN 2248-9878 Volume 3, Number 10 (2013), pp. 1181-1186
6. Komal Singhal, Krishna Singhal & Monika Arya (June 2014), "Green Banking: An Overview", Asian Journal of Multidisciplinary Studies ; ISSN 2321-8819
7. International Research Journal of Business and Management : ISSN No. : 2322-083X "Green Banking Initiatives of Commercial Bank in India": Ragupathi . M and Sujatha. S
8. International Journal of Research (IJR) Vol-1, Issue-7, August 2014 A Study on Green Banking Initiatives of Selected Private and Public Sector Banks in India by Sreesha Ch.
9. EPRA international journal of economic and business review - Volume IV, Issue V "Customer awareness on green banking " edition May 2016.

गाँव-भाँकरी, जिला-अलीगढ़ (उ.प्र.) में दुधारु पशुपालन से आय एवं रोजगार

* डॉ. हीरेश गोयल

भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि तथा पशुपालन का महत्वपूर्ण स्थान है। पशुपालन से लाभार्थी के परिवार के सदस्यों को नियमित रोजगार तथा आय प्राप्त होती है। वास्तव में कृषि तथा पशुपालन एक दूसरे के पूरक व्यवसाय है। स्वास्थ्य की दृष्टि से दूध को पूर्ण आहार माना जाता है। ग्रामीण विकास के लिए चलाई जा रही सरकारी योजनाओं में भी दुधारु पशुओं के पालन को उचित महत्व दिया जा रहा है। यह अध्ययन जिला - अलीगढ़ के भाँकरी गाँव के 50 पशुपालक परिवारों पर किया गया। अध्ययन में पाया गया कि गाय की तुलना में भैंस अधिक दूध देती हैं। देशी गाय-भैंसों की तुलना में संकर गाय-भैंस अधिक दूध देती हैं। गाय के दूध की तुलना में भैंस का दूध मँहगा बिकता है।

भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि तथा पशुपालन का महत्वपूर्ण स्थान है। कृषि कार्य में पशु शक्ति का उपयोग होता है। कृषि को पशुओं से खाद मिलती है तथा पशुओं को कृषि से चारा आदि मिलता है। पशुपालन से कृषक परिवार के सदस्यों को नियमित रोजगार तथा आय प्राप्त होती है। वास्तव में कृषि तथा पशुपालन एक दूसरे के पूरक व्यवसाय हैं।

स्वास्थ्य की दृष्टि से दूध को पूर्ण आहार माना जाता है। दूध तथा उसके उत्पाद उपभोक्ता को पौष्टिकता देते हैं। दुधारु पशुओं में गाय का दूध सर्वोत्तम माना जाता है। हमारे देश में गाय को 'गौमाता' कहा जाता है। अधिकांश परिवारों में सुबह का खाना बनाते समय पहली रोटी गाय के लिए निकाली जाती है, यह प्रथा गाय के लिए आस्था का प्रतीक है। ग्रामीण क्षेत्रों में दुधारु पशुओं के पालने का कार्य सदियों से हो रहा है। इसलिए इस प्रकार के पशुओं को ग्रामीण आसानी से पाल लेते हैं।

ग्रामीण विकास के लिए चलाई जा रही सरकारी योजनाओं में दुधारु पशुओं के पालन को उचित महत्व दिया जा रहा है, इसके फलस्वरूप दूध उत्पादन की दृष्टि से संकर नस्ल की गाय-भैंसों की संख्या में तेजी से वृद्धि हो रही है, इसी संदर्भ में पशु चिकित्सा केन्द्रों की संख्या में भी काफी वृद्धि हुयी है। ग्रामीण विकास की योजनाओं में मुख्यतः दो बातों पर जोर दिया जाता है :

अ. लाभार्थी को रहन-सहन के उचित स्तर हेतु नियमित तथा सुनिश्चित आय हो।

ब. लाभार्थी के परिवार के लोगों को वर्ष भर रोजगार मिले।

कृषि पर जनसंख्या का दबाव तेजी से बढ़ने के कारण जोत का औसत आकार तेजी से घट रहा है। इस स्थिति में पशुपालन से ग्रामीणों को पूरक आय होती है। वर्तमान में अनेक ग्रामीणों ने डेयरी उद्योग को मुख्य व्यवसाय के रूप में भी अपनाया है।

* सहायक प्रोफेसर, वाणिज्य विभाग, ज्ञान महाविद्यालय, आगरा रोड, अलीगढ़ (उ.प्र.)
E-mail : heereshgoyal@gmail.com, Mob. 9997647965

अलीगढ़ जिला तथा डेयरी उद्योग

अलीगढ़ जिला पश्चिमी उत्तर प्रदेश के अलीगढ़ मण्डल में स्थित है। पश्चिमी उ०प्र० कृषि तथा दुधारु पशुपालन की दृष्टि से उन्नतिशील क्षेत्र है। यह जिला गंगा तथा यमुना के बीच बसा है। अलीगढ़ जिले की कुछ सीमा हरियाणा के पलवल तथा उ०प्र० के गौतम बुद्ध नगर (नोएडा) जिले से भी लगती है। दिल्ली- कोलकाता मुख्य रेल मार्ग तथा शेरशाह सूरी द्वारा बनवाया गया ग्राण्ड ट्रंक (जी०टी०) रोड अलीगढ़ महानगर होकर गुजरता है। अलीगढ़ जिला ताला उद्योग के लिए विश्व विख्यात है। अलीगढ़ में एक केन्द्रीय विश्वविद्यालय (अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय) है।

1897 में स्वेडिश डेयरी विशेषज्ञ एडवर्ड केलवेन्टर ने अलीगढ़ जिले में छेरत गाँव के पास पहला आधुनिक डेयरी फार्म शुरू किया था। दूध के उत्पादन में वृद्धि होने के कारण जिले के ग्रामीण क्षेत्रों में सैकड़ों दुग्ध उत्पादन समितियाँ सक्रिय हैं। पारस, पराग, स्वास्तिक तथा मधुसुदन आदि अनेक नामी डेयरियाँ दुग्ध समितियों के माध्यम से दुग्ध संग्रह कर रही हैं। सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों तक सड़कों का जाल बिछा होने के कारण ग्रामीण क्षेत्रों में अनेक दुग्ध संग्रह केन्द्र स्थापित हुए हैं। पशु पालक दुग्ध सहकारी समिति, दुग्ध संग्रह केन्द्र तथा उपभोक्ताओं के माध्यम से अपने पशुओं के दूध का उचित मूल्य प्राप्त कर रहे हैं। जिले में कुल पशु संख्या का 47% दुधारु पशु हैं।

अध्ययन की आवश्यकता

ग्रामीण विकास की सरकारी योजनाओं में दुधारु पशुपालन का पर्याप्त स्थान है। कृषि तथा पशुपालन एक दूसरे का अभिन्न अंग हैं। अलीगढ़ जिले में कुल पशु संख्या का 47% दुधारु पशु है। देश के अन्य भागों में भी दुधारु पशुपालन को पर्याप्त महत्त्व दिया जा रहा है। ऐसी स्थिति में गाँव स्तर पर डेयरी उद्योग से होने वाली आय तथा रोजगार सृजन का व्यवस्थित अध्ययन होना आवश्यक है ताकि इस उद्योग की वास्तविकता की जानकारी हो सके और इसके विकास की सम्भावनाओं का पता लग सके।

अध्ययन का उद्देश्य

इस अध्ययन के दो उद्देश्य हैं—

1. डेयरी उद्योग में देशी भैंस, संकर/मुरा भैंस, देशी गाय तथा जर्सी/संकर गाय से होने वाली आय।
2. डेयरी उद्योग से सृजित रोजगार

अध्ययन की विधि

इस अध्ययन के लिए अलीगढ़ जिले के लोधा विकास खण्ड का भाँकरी गाँव चुना गया। भाँकरी गाँव अलीगढ़ रेलवे जंक्शन तथा अलीगढ़ के पुराने रोडवेज बस स्टैंड से लगभग 8 किलोमीटर दूर दिल्ली की ओर जाने वाले जी.टी. रोड के किनारे स्थित है। अलीगढ़ नगर निगम की सीमा भी इस गाँव के नजदीक ही है। आयुर्वेदिक मैडीकल कालेज तथा अनेक उद्योग इस गाँव के क्षेत्र में हैं। पारस, पराग तथा मधुसुदन आदि डेयरियाँ दुग्ध समितियों के माध्यम से इस गाँव के पशुपालकों से दूध खरीदती हैं। शहरी क्षेत्र के नजदीक होने के कारण अनेक उपभोक्ता पशुपालकों से सीधे दूध खरीदते हैं। इस प्रकार पशुपालकों को दूध का उचित मूल्य प्राप्त हो जाता है।

न्यादर्श :

- अ. इस गाँव से ऐसे 50 पशुपालक अध्ययन हेतु चुने गये जो दूध या दूध के उत्पाद बेचने हेतु गाय तथा भैंस पालते हैं।
- ब. दुधारु पशुओं में गाय – भैंस पालने वाले लाभार्थियों का ही अध्ययन किया है।
- स. उन्हीं लाभार्थियों को न्यादर्श में लिया गया है, जिन पर अधिकतम 0.25 एकड़ सिंचित भूमि है।
- द. उन्हीं लाभार्थियों को न्यादर्श में लिया गया है जिनके पास दो या दो से अधिक देशी तथा संकर नस्ल के दुधारु पशु हैं।

अध्ययन की सीमाएँ :

1. गाय-भैंसें पालने में होने वाले व्यय में लाभार्थी के परिवार के सदस्यों के श्रम का मूल्य नहीं जोड़ा गया है।
2. वयस्क स्त्री तथा पुरुषों के श्रम के आठ घण्टों को एक मानव दिवस तथा 16 वर्ष के कम आयु के बच्चों के 10 घण्टों के श्रम को एक मानव दिवस माना गया है।

अध्ययन की प्रक्रिया

लाभार्थियों से प्राथमिक जानकारी लेने के लिए एक अनुसूची तैयार की गयी। रिसर्चर ने 15 महीने लगातार गाँव में जाकर अनुसूची के आधार पर लाभार्थियों से साक्षात्कार तथा अवलोकन के माध्यम से जानकारी एवं समंक एकत्र किये। एकत्र की गयी जानकारी तथा समंको के विश्लेषण में उचित सांख्यिकीय विधियों का प्रयोग कर रिपोर्ट तैयार की गयी।

विश्लेषण

गाँव भँकरी से न्यादर्श में लिए गए 50 लाभार्थी/उत्तरदाताओं की दुधारु पशुपालन संबंधी जानकारी तालिका -01 में दी गयी है।

तालिका - 01

दुधारु पशुपालन संबंधी जानकारी

गाँव-भँकरी, विकास खण्ड - लोधा, जिला - अलीगढ़

पशुपालक के परिवार की जोत का आकार - 0.25 एकड़ तक (सिंचित भूमि)

उत्तरदाता परिवारों की संख्या - 50

उत्तरदाता परिवारों का औसत आकार - 9.60

क्रमांक	विशिष्ट विवरण	भैंस		गाय	
		देशी	मुर्दा/संकर	देशी	संकर/जरसी
1	उत्तरदाताओं के दुधारु पशुओं की कुल संख्या	41	33	48	36
2	दूध देने के औसत दिन	300	300	300	300
3	दूध देने के अधिकतम दिन	450	400	460	400
4	दूध न देने के औसत दिन	150	100	160	100
5(a)	दुधारु पशु का औसत मूल्य (रुपए में)	41060	79600	18800	32400
5(b)	रैंज	(38200 से 43955 तक)	(76300 से 80900 तक)	(17000 से 19500 तक)	(32200 से 34300 तक)
6	पशुशाला तथा उपकरणों की प्रति पशु औसत लागत (रुपए में)	11976	21304	7504	12716
7	पशु की कीमत तथा पशुशाला की लागत पर ब्याज की वार्षिक दर	18%	18%	18%	18%
8	दुधारु पशु तथा पशुशाला की कीमत में वार्षिक कमी (घिसाई व्यय % में)	25%	25%	25%	25%
9	चिकित्सा एवं बीमा का औसत दैनिक खर्च (रुपए में)	6.90	12.40	5.40	8.80
10	मजदूरी का औसत दैनिक खर्च (रुपए में)	7.35	15.90	6.90	12.00
11	अन्य औसत दैनिक खर्च (रुपए में)	6.90	10.80	3.60	6.90

12(a)	दूध का प्रति पशु औसत दैनिक उत्पादन (कि.ग्रा. में)	8.70	12.50	6.10	11.90
12(b)	रेज	(7.40 से 11.10 तक)	(10.20 से 14.10 तक)	(4.60 से 8.10 तक)	(10.80 से 15.10 तक)
13(a)	दूध का औसत विक्रय मूल्य (प्रति कि.ग्रा. रुपए में)	44.70	47.10	41.70	42.30
13(b)	रेज	(36.90 से 45.30 तक)	(40.05 से 48.60 तक)	(35.70 से 42.30 तक)	(36.30 से 43.50 तक)
14	कण्डे (उपले) तथा कम्पोस्ट की कीमत (रुपए में) (दूध के प्रति कि०ग्रा० मूल्य का 25%)	11.18	11.78	10.43	10.58
15	निजी, घरेलू श्रम का मूल्य	N.C.	N.C.	N.C.	N.C.
16	दुधारु पशु के लगभग एक वर्ष के पड़डा/पड़िया एवं बछिया/बछड़े का औसत मूल्य (रुपए में) (पशु की कीमत का 10%)	4106	7960	1880	3240

स्रोत:- रिसर्चर द्वारा सर्वेक्षण 2016-17

N.C.-Not Calculated

तालिका -01 के अनुसार देशी तथा संकर गाय-भैंस प्रत्येक ब्याँत में औसतन 300 दिन दूध देती हैं। देशी भैंस तथा देशी गाय प्रत्येक ब्याँत में क्रमशः अधिकतम 450 दिन तथा 460 दिन दूध देती हैं; संकर भैंस तथा संकर गायों के मामले में यह अवधि 400 दिन है।

1. देशी भैंस तथा देशी गाय प्रतिदिन औसतन 8.70 कि.ग्रा. तथा 6.10 कि.ग्रा. दूध देती हैं; संकर भैंस तथा संकर गाय प्रतिदिन औसतन 12.50 कि.ग्रा. तथा 11.90 कि.ग्रा. दूध देती हैं। कुल मिलाकर गाय की तुलना में भैंस अधिक दूध देती है।
2. गाय के दूध की तुलना में भैंस का दूध मँहगा बिकता है।
3. गाय की तुलना में भैंस की कीमत अधिक होती है।

दूध की लागत, विक्रय मूल्य तथा लाभ

तालिका -02 में प्रति किलोग्राम दूध की लागत, विक्रय मूल्य तथा लाभ दर्शाया गया है-

तालिका - 02

दूध की लागत, विक्रय मूल्य तथा लाभ (रुपए में)

(लागत तथा आय प्रति कि०ग्रा० दूध पर)

क्रमांक	विशिष्ट विवरण	भैंस		गाय	
		देशी	गुर्रा/संकर	देशी	संकर/जरसी
1.	चारा, दाना तथा खली आदि (रुपए में)				
	(अ) सूखा चारा	7.365	8.295	7.515	8.175
	(ब) हरा चारा	7.185	7.965	7.365	7.950
	(स) दाना, खली आदि	6.300	5.805	8.730	7.740
	योग	20.850	22.065	23.610	23.865
2.	दुधारु पशु की कीमत व पशुशाला की लागत पर ब्याज (18% वार्षिक दर से)	3.006	3.981	2.127	1.870

3.	दुधारू पशु की कीमत तथा पशुशाला की कीमत में घिसाई व्यय (25% वार्षिक की दर से)	4.175	5.529	2.953	2.597
4.	चिकित्सा एवं बीमा	4.533	4.842	3.915	3.975
5.	मजदूरी (जो मजदूरों को दी गयी)	2.499	2.883	2.535	2.463
6.	अन्य खर्च	1.884	2.907	1.452	1.563
	योग (1 से 6 तक)	36.947	42.207	36.592	36.333
7.	कण्डे/उपले तथा खाद की विक्री से आय (1 कि० ग्रा० दूध के विक्रय मूल्य का 25%)	11.175	11.775	10.425	10.575
8.	दूध की कुल लागत (रुपए में) (प्रति किलो० ग्राम)	25.772	30.432	26.167	25.758
9.	दूध का प्रति कि०ग्रा० औसत विक्रय मूल्य	44.700	47.100	41.700	42.300
10.	लाभ (प्रति कि०ग्रा०)	18.928	16.668	15.533	16.542
11.	लागत मूल्य पर लाभ का प्रतिशत	73.440	54.770	59.360	65.220

स्रोत:- रिसर्चर द्वार सर्वेक्षण 2016-17

देशी भैंस तथा संकर भैंस के दूध की प्रति किलोग्राम लागत क्रमशः 25.772 तथा 30.342 रुपये है; जबकि देशी गाय तथा संकर गाय के दूध की प्रति किलोग्राम लागत क्रमशः 26.167 तथा 25.758 रुपये है। इस प्रकार देशी भैंस के दूध की प्रति किलोग्राम लागत सबसे कम तथा संकर भैंस के दूध की प्रति किलोग्राम लागत सबसे अधिक है।

यदि प्रति किलोग्राम लाभ की दृष्टि से देखें तो देशी भैंस के दूध पर प्रति कि.ग्रा. लाभ 73.44% तथा संकर भैंस के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ 54.77% है। देशी गाय के दूध पर प्रति कि.ग्रा. लाभ 59.36% तथा संकर गाय के दूध पर प्रति कि.ग्रा. लाभ 65.22% है। कुल मिलाकर देशी भैंस के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ का प्रतिशत सबसे अधिक तथा संकर भैंस के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ का प्रतिशत सबसे कम है।

दूध की उत्पादन लागत का वितरण

तालिका - 03
दूध की उत्पादन लागत तथा लाभ (प्रतिशत में)

क्रमांक	विशिष्ट विवरण	भैंस		गाय	
		देशी	मुरा/संकर	देशी	संकर/जरसी
1	चारा तथा खल (दाना आदि) की लागत	80.902	72.506	90.228	92.651
2	पशु की कीमत तथा पशुशाला की लागत पर ब्याज	11.664	13.082	8.129	7.260
3	दुधारू पशु तथा पशुशाला की कीमत में कमी (घिसाई व्यय)	16.200	18.168	11.285	10.082
4	चिकित्सा एवं बीमा पर खर्च	17.589	15.911	14.962	15.432
5	मजदूरी	9.696	9.474	9.688	9.562
6	अन्य खर्च	7.310	9.552	5.548	6.068
	योग	143.361	138.693	139.840	141.055

कण्डे/उपले व खाद की बिक्री से आय	43.360	38.693	39.840	41.055
दूध की कुल लागत	100.000	100.000	100.000	100.000
दूध उत्पादन की लागत पर लाभ का प्रतिशत	73.440	54.770	59.360	64.220

स्रोत :- तालिका नं. 01 तथा 02

तालिका -03 के अनुसार देशी भैंस तथा संकर भैंस के दूध की उत्पादन लागत में चारा तथा खल (दाना आदि) की लागत क्रमशः 80.902% तथा 72.506% है जबकि देशी गाय तथा संकर गाय के मामले में यह लागत क्रमशः 90.228% तथा 92.651% है। इस प्रकार भैंस के दूध की उत्पादन लागत में चारा तथा खल (दाना आदि) का प्रतिशत गाय के दूध की उत्पादन लागत में चारा तथा खल (दाना आदि) के प्रतिशत से कम होता है।

तालिका - 04 डेयरी उद्योग में रोजगार

उत्तरदाता परिवारों की संख्या : 50

उत्तरदाता परिवारों का औसत आकार : 9.6

उत्तरदाता परिवारों की जोत का औसत आकार : 0.21 एकड़

क्रमांक	विशिष्ट विवरण	भैंस		गाय	
		देशी	मुरा / संकर	देशी	संकर / जरसी
1.	औसत दैनिक प्रत्यक्ष रोजगार का सृजन प्रति दुधारु पशु (घण्टों में)	4.4	4.7	4.8	5.1
	पुरुष	2.1	2.2	2.8	2.6
	स्त्री	1.3	1.8	1.6	2.0
	बच्चे	1.0	0.7	0.4	0.5
2.	औसत दैनिक अप्रत्यक्ष रोजगार का सृजन प्रति दुधारु पशु (घण्टों में)	2.4	2.1	1.6	2.2
	पुरुष	1.3	1.1	0.8	1.0
	स्त्री	1.0	0.8	0.5	1.1
	बच्चे	0.1	0.2	0.3	0.1
3.	औसत दैनिक कुल रोजगार (प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष) का सृजन प्रति दुधारु पशु (घण्टों में)	6.8	6.8	6.4	7.3
	पुरुष	3.4	3.3	3.6	3.6
	स्त्री	2.3	2.6	2.1	3.1
	बच्चे	1.1	0.9	0.7	0.6

स्रोत:- रिसर्चर द्वारा लगातार 15 महीने का अवलोकन

तलिका -04 के अनुसार देशी भैंस तथा संकर भैंस के पालन में प्रति पशु प्रतिदिन क्रमश 6.8 तथा 6.8 घण्टे रोजगार का सृजन होता है जबकि देशी गाय तथा संकर गाय के पालन में प्रतिपशु प्रतिदिन क्रमश: 6.4 तथा 7.3 घण्टे रोजगार का सृजन होता है। इस प्रकार संकर गाय पालने में प्रतिदिन अधिक घण्टे रोजगार का सृजन होता है।

निष्कर्ष

अध्ययन के अनुसार गाय की तुलना में भैंसों अधिक दूध देती हैं। देशी गाय-भैंसों की तुलना में संकर गाय-भैंसों अधिक दूध देती हैं। गाय के दूध की तुलना में भैंस का दूध मँहगा बिकता है तथा भैंस की तुलना में गाय की कीमत कम होती है। देशी भैंस के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ का प्रतिशत संकर भैंस, देशी गाय तथा संकर गाय के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ के प्रतिशत में अधिक होता है। दुधारु पशुपालन के व्यवसाय में लाभार्थी परिवार के बच्चे भी सहयोग करते हैं और उन्हें भी पशुओं से लगाव हो जाता है— साथ ही परिवार के सदस्यों को दूध तथा दूध से बने उत्पाद सहज में खाने/उपभोग हेतु उपलब्ध होते हैं।

क्रमांक	देशी भैंस	संकर भैंस	देशी गाय	संकर गाय	विवरण	संकेत
1	0.5	0.5	0.5	0.5	भैंस के दूध की तुलना में गाय के दूध मँहगा बिकता है	1
2	0.5	0.5	0.5	0.5	भैंस की कीमत गाय की कीमत से अधिक होती है	2
3	0.5	0.5	0.5	0.5	भैंस के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ का प्रतिशत गाय के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ के प्रतिशत में अधिक होता है	3
4	0.5	0.5	0.5	0.5	भैंस के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ का प्रतिशत संकर भैंस, देशी गाय तथा संकर गाय के दूध पर प्रति किलोग्राम लाभ के प्रतिशत में अधिक होता है	4
5	0.5	0.5	0.5	0.5	दुधारु पशुपालन के व्यवसाय में लाभार्थी परिवार के बच्चे भी सहयोग करते हैं और उन्हें भी पशुओं से लगाव हो जाता है	5
6	0.5	0.5	0.5	0.5	साथ ही परिवार के सदस्यों को दूध तथा दूध से बने उत्पाद सहज में खाने/उपभोग हेतु उपलब्ध होते हैं	6
7	0.5	0.5	0.5	0.5		7
8	0.5	0.5	0.5	0.5		8
9	0.5	0.5	0.5	0.5		9
10	0.5	0.5	0.5	0.5		10

भारत का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार : समस्याएँ एवं संभावनाएँ

* डॉ. योगेश कुमार गुप्ता ** पंकज कुमार वाष्णीय

निष्कर्ष

प्रत्येक देश की अर्थव्यवस्था में विदेशी व्यापार का महत्वपूर्ण स्थान होता है। विदेशी व्यापार के माध्यम से देश अपने तथा दूसरे देशों के विशिष्ट संसाधनों एवं उनके समुचित उपयोग, बड़े पैमाने की उत्पादन प्रणाली, तकनीक एवं प्रगति का लाभ उठाता है। विदेशी व्यापार के उचित नियमन द्वारा उत्पादन, रोजगार, आय, कीमत तथा देश के आर्थिक विकास पर सकारात्मक प्रभाव डाला जाता है, इसलिए अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार के फलस्वरूप भारत में ऐसे व्यापार तथा उद्योगों को विकसित किया गया है, जिनके लिए अनुकूल वातावरण है। इसके अन्तर्गत आवश्यक वस्तुओं का आयात किया जाता है तथा अपने देश की विशिष्ट वस्तुओं का निर्यात कर विदेशी मुद्रा अर्जित करके अपने देश की अर्थव्यवस्था को मजबूत किया जाता है। कुल मिलाकर गैट तथा विश्व व्यापार संगठन आदि का मुख्य उद्देश्य विकसित देशों को अधिक लाभ पहुँचाना है।

प्रस्तावना

देश विशेष में उपलब्ध प्राकृतिक संसाधन अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को आधार प्रदान करते हैं। प्रसिद्ध अर्थशास्त्री प्रोफेसर वेस्टेबल के अनुसार "देश में उत्पादन शक्तियाँ देश के प्राकृतिक संसाधनों का स्वतन्त्रता पूर्वक उपयोग करती हैं, जिसमें अधिकतम लाभ की संभावना रहती है तथा इससे उत्पादन इकाई की योग्यता बढ़ जाती है।" हमारे देश के योजना आयोग की प्राकृतिक संसाधनों संबंधी समिति की रिपोर्ट (योजना 1994) के अनुसार "हमारे देश में 27 किस्म की मिट्टी पायी जाती है। वनों की दृष्टि से भारत में कुल भौगोलिक क्षेत्र का 19.5% वन क्षेत्र है, जिससे प्रतिवर्ष लगभग 500 करोड़ की सम्पदा प्राप्त होती है।" जल की दृष्टि से भी भारत धनी देश है। एक अनुमान के अनुसार देश में 300 करोड़ एकड़ फुट (3700 अरब घन मीटर) जल वर्षा से मिलता है। भारत के पूर्व केन्द्रीय इस्पात एवं खान मंत्री श्री विजू पटनायक द्वारा दिये गये भाषण के अनुसार "हमारे देश में 3600 खानें हैं, जिसमें से 880 खानें पंजीकृत हैं, जो देश में कुल खनिजों के 85% भाग का उत्पादन करती हैं।

अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार गरीबी तथा बेरोजगारी दूर करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वहन करता है। इससे वस्तु की माँग बढ़कर अन्तर्राष्ट्रीय हो जाती है, जिससे उत्पादन बढ़ता है तथा निर्धनता एवं बेरोजगारी कम होती है। भारत में चाय, जूट तथा लाख आदि उद्योग विदेशी माँग के कारण ही बढ़े हुए हैं। देश में उत्पादित लगभग 70% चाय, 90% लाख तथा 50% काली मिर्च का निर्यात हम विदेशों के लिए करते हैं। अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार से देशों के बीच भाईचारा बढ़ता है। Meir J.M. के अनुसार "अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार ने ऐसे अनेक देशों के विकास को आगे बढ़ाने का

* वाणिज्य विभाग, ज्ञान महाविद्यालय, आगरा रोड, अलीगढ़ (उ.प्र.) (9412596440)

** एसोसिएट प्रोफेसर, डिपार्टमेंट ऑफ बिजनेस इकोनोमिक्स, श्री वाष्णीय कालेज, अलीगढ़ (उ.प्र.) (9411490009)

कार्य किया है, जो आज विश्व के सर्वाधिक समृद्ध देश समझे जाते हैं। ब्रिटेन का आर्थिक विकास ऊनी तथा सूती कपड़ों के निर्यात के कारण, स्वीडन का लकड़ी के व्यापार से, डेनमार्क का दुग्ध उत्पादन के निर्यात द्वारा तथा जापान का रेशम के व्यापार से हुआ।" प्रोफेसर Ellis Worth के अनुसार "मलाया की रबड़ के बिना तथा मध्य पूर्व की पेट्रोल के बिना पश्चिमी यूरोप के देशों की कारें तथा यात्री बसें गतिहीन हो जातीं।"

अर्थशास्त्र में नोबेल पुरस्कार विजेता प्रोफेसर बरटिल ओहलिन के अनुसार "अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार से व्यापारी देशों में आर्थिक जीवन के मूलतत्त्व बदल जाते हैं। इसके बारे में परोक्ष प्रभाव बहुत अधिक दीर्घकालीन होते हैं। यह सबसे अच्छी तरह तब हो सकता है, जब हम इस बात पर विचार करें कि यदि अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार न हुआ होता तो विश्व के लोगों की क्या दशा होती, पूँजी उपकरणों का क्या होता तथा वह अपनी वर्तमान स्थिति से कितने भिन्न होते।"

भारतीय अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार के इतिहास को दो भागों में बाँटा जा सकता है— स्वतन्त्रता से पहले का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार तथा स्वतन्त्रता के बाद का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार। आजादी के बाद 30 अक्टूबर, 1947 को भारत ने प्रशुल्क एवं व्यापार पर सामान्य समझौते (GATT) पर हस्ताक्षर किये। भारत के अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार के इतिहास में गैट समझौते को विभाजक रेखा माना जाता है। आजादी से पहले इंग्लैण्ड में निर्मित माल को भारत में बिना किसी प्रतिबन्ध के आयात किया जाता था तथा भारत से होने वाले निर्यात को हतोत्साह किया गया, इससे भारतीय उद्योग नष्ट हुए तथा भारतीय अर्थव्यवस्था को ब्रिटेन के हितों को पूरा करने का साधन मात्र बना लिया गया।

स्वतन्त्र भारत में अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार

30 अक्टूबर 1947 को जिनेवा में भारत ने गैट समझौते पर हस्ताक्षर किए। इस समझौते पर 22 अन्य देशों ने भी हस्ताक्षर किये। अब इन देशों की संख्या 117 से भी अधिक है। तब से भारत की आर्थिक नीतियों में सकारात्मक बदलाव आ रहा है। स्वदेशी उद्योगों को संरक्षण प्रदान करना स्वतन्त्र भारत की व्यापार नीति का मुख्य आधार स्वीकार किया गया है तथा निजी क्षेत्र और सरकारी क्षेत्र ने साथ-साथ कार्य करना शुरू किया। ब्रिटेन ने सितम्बर 1949 में पाउण्ड का अवमूल्यन किया। भारत ने ब्रिटेन का अनुसरण कर सितम्बर 1949 में भारतीय रुपये का मूल्य डालर की तुलना में एक तिहाई कम कर दिया, उस समय भारत के तीन चौथाई निर्यात उन देशों को जाते थे, जो अपनी मुद्रा का अवमूल्यन कर चुके थे। भुगतान संतुलन को ठीक करने के लिए 1966 तथा 1991 में भी भारतीय रुपये का अवमूल्यन करना पड़ा।

देश में पंचवर्षीय योजना शुरू होने पर विदेशी व्यापार के संबंध में दो उद्देश्य निर्धारित किये गये।

निर्यात का उच्च स्तर कायम रखना।

केवल उन वस्तुओं का आयात करना जो राष्ट्र के आर्थिक विकास के लिए आवश्यक हों।

हमारी सरकार ने 2 फरवरी 1973 को औद्योगिक लाइसेन्स नीति की घोषणा की जिसमें अधिक निर्यात सामर्थ्य वाले उद्योगों को अत्यन्त महत्व के उद्योग माना गया।

डंकल प्रस्ताव के करार में विश्व व्यापार की रचना इस तरह की गई कि वह सीमा शुल्क के प्रतिबन्धों से पूरी तरह मुक्त रहे और यथा संभव तटकर कम से कम हों। 15 दिसम्बर 1993 को गैट के सदस्य देशों ने इस पर हस्ताक्षर कर इसका अनुमोदन किया। भारत ने इस प्रस्ताव का अनुमोदन 15 अप्रैल 1994 को किया।

गैट का सदस्य होने के नाते भारत ने विश्व के अन्य देशों के साथ द्विपक्षीय व्यापार समझौते किये हैं, इससे भारत को न केवल बिना विदेशी विनिमय पर दबाव डाले आयातों की सुविधा मिली है वरन् उसे अपने निर्यातों की विविधता में भी सहायता मिली है। ये समझौते निश्चित अवधि के लिए होते हैं। इससे भारत को प्रतिकूल व्यापार संतुलन ठीक करने में सहायता मिली है।

भारत ने विश्व व्यापार संगठन का अनुमोदन दिनांक 30.12.94 को किया। 1 जनवरी 1995 को विश्व व्यापार संगठन की विधिवत घोषणा की गयी। इस संगठन ने विश्व व्यापार के नियमन के लिए एक औपचारिक संगठन के रूप में गैट का स्थान ले लिया, जब कि गैट एक औपचारिक संगठन के रूप में 1948 से विश्व व्यापार का नियमन कर रहा था। विश्व व्यापार संगठन को यह अधिकार है कि वह अनुचित व्यापार अवरोध खड़े करने वाले सदस्य देश के विरुद्ध कार्यवाही करे। विश्व व्यापार संगठन प्रत्येक सदस्य राष्ट्र के अपने संविधान के ऊपर है। विश्व व्यापार संगठन सामान्यतः विकसित देशों के हितों की रक्षा करने के उद्देश्य से बनाया गया है। वर्तमान में भारत का व्यापार पाँचों महाद्वीपों तथा 196 प्रमुख देशों से है।

भारत द्वारा निर्यात तथा आयात की जाने वाली प्रमुख वस्तुएँ

भारत के अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में 9 देशों का महत्वपूर्ण स्थान है। ये देश हैं— यू.एस.ए., यू.के., जर्मनी, जापान, यू.एस.एस.आर., सऊदी अरब, आस्ट्रेलिया, यू.ए.ई. तथा कनाडा

आयात की प्रमुख मदें :- भारत द्वारा मुख्य रूप से खाद्यान्न, मशीनरी (इंजनों समेत), खनिज तेल, धातुएँ (लौह एवं अलौह), रसायन और औषधियाँ, उर्वरक, हीरे तथा कीमती पत्थरों का आयात किया जाता है।

निर्यात की प्रमुख मदें :- हमारे देश द्वारा मुख्य रूप से काफी, चाय, चीनी, कच्ची रुई, चावल, मछली, गोस्त, चमड़ा तथा निर्मित वस्तुएँ, लौह अयस्क, तम्बाकू, इंजीनियरिंग वस्तुएँ, काजू, हस्तशिल्प, फल तथा सिले हुए कपड़ों का निर्यात किया जाता है।

स्वतन्त्र भारत का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार

स्वतन्त्रता के बाद 1948-49 से 2012-13 तक हमारे देश द्वारा किए गये आयात तथा निर्यात का विवरण तालिका नं. 01 में दिया गया है—

तालिका - 1

स्वतंत्र भारत का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार (करोड़ रुपयों में)

क्र.सं.	वर्ष	आयात	आयात की वार्षिक वृद्धि/कमी की दर	निर्यात	निर्यात की वार्षिक वृद्धि/कमी की दर	व्यापार शेष	कुल मूल्य
1	2	3	4	5	6	7	8
1	1948-49	642.20	---	458.30	---	-183.90	1100.50
2	1949-50	554.00	-13.73	474.00	+3.49	-80.00	1028.00
3	1950-51	650.21	+17.37	600.64	+23.72	-49.57	1250.85
4	1951-52	962.90	+48.09	731.01	+21.71	-231.80	1693.50
5	1952-53	633.00	-34.26	601.90	-17.66	-31.10	1234.90
6	1955-56	678.84	+07.24	596.32	-0.93	-82.52	1275.16
7	1956-57	1102.10	+62.35	635.20	+6.52	-466.90	1737.30
8	1961-62	1121.62	+01.77	642.07	+1.08	-479.53	1763.69
9	1965-66	1408.52	+25.58	805.64	+25.48	-602.88	2214.16

1	2	3	4	5	6	7	8
10	1966-67	2078.00	+47.53	1157.00	+43.61	-921.00	3235.00
11	1970-71	1634.20	-21.36	1535.16	+32.68	-99.04	3169.36
12	1980-81	12330.00	+654.50	6705.00	+336.76	-5625.00	19035.00
13	1990-91	43198.00	+250.35	32553.00	+385.50	-10645.00	75751.00
14	1991-92	47851.00	+10.77	44042.00	+35.29	-3810.00	91893.00
15	1992-93	63375.00	+32.44	53688.00	+21.90	-9687.00	117063.00
16	1993-94	73101.00	+15.35	69751.00	+29.92	-3350.00	142852.00
17	1994-95	89971.00	+23.08	82674.00	+18.53	-7297.00	172645.00
18	1995-96	122678.00	+36.36	106353.00	+28.64	-16325.00	229031.00
19	1996-97	138920.00	+13.24	118817.00	+11.72	-20103.00	257737.00
20	1997-98	154176.00	+10.98	130101.00	+9.50	-24075.00	284277.00
21	1998-99	178332.00	+15.67	139753.00	+7.42	-38580.00	318085.00
22	1999-2000	204583.00	+14.72	162925.00	+16.58	-41658.00	367508.00
23	2000-2001	157256.00	-23.13	129460.00	-20.54	-27796.00	286716.00
24	2001-2002	245200.00	+55.92	209018.00	+61.45	-36182.00	454218.00
25	2002-2003	297206.00	+21.21	255137.00	+22.06	-42069.00	552343.00
26	2003-2004	359108.00	+21.83	293367.00	+14.98	-65741.00	652475.00
27	2004-2005	501065.00	+39.53	375340.00	+27.94	-125725.00	876405.00
28	2005-2006	660409.00	+31.80	456418.00	+21.60	-203991.00	1116827.00
29	2006-2007	840506.00	+27.27	571779.00	+25.28	-268727.00	1412285.00
30	2007-2008	1012312.00	+20.44	655864.00	+14.71	-356448.00	1668176.00
31	2008-2009	1374436.00	+35.77	840755.00	+28.19	-533681.00	2215191.00
32	2009-2010	1363736.00	-0.78	845534.00	+0.57	-518202.00	2209270.00
33	2010-2011	1683467.00	+23.45	1142922.00	+35.17	-540545.00	2826389.00
34	2011-2012	2345463.00	+39.32	1465959.00	+28.26	-879504.00	3811422.00
35	2012-2013	2669162.00	+13.80	1634319.00	+11.48	1034843.00	4303481.00

स्त्रोत : 1- India 1975, Report on currency and finance 1976-77 Vol.II

2- Economic survey

3- Reserve Bank of India Bulletin may 1993, April 1994

उपर्युक्त तालिका से स्पष्ट है कि कुछ अपवादों को छोड़कर हमारे देश द्वारा किये गये आयात तथा निर्यातों में लगातार वृद्धि हुयी है लेकिन हमारे देश का व्यापार शेष धनात्मक नहीं हो पाया।
विश्लेषण की सुविधा के लिए 2001-02 से 2012-13 तक के आयात एवं निर्यात का द्विवार्षिक विवरण तालिका -02 में दिया गया है।

तालिका - 2
भारत का अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार (करोड़ रुपयों में)

क्र.सं.	वर्ष	आयात			निर्यात			व्यापार शेष	कुल व्यापार (आयात + निर्यात)
		कुल	द्वि वर्षीय वृद्धि दर	औसत वार्षिक वृद्धि दर	कुल	द्वि वर्षीय वृद्धि दर	औसत वार्षिक वृद्धि दर		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2001-02 से 2002-03	542406	464155	-78251	1006561
2.	2003-04 से 2004-05	860173	58.58	29.29	668707	44.07	22.04	-191466	1528880
3.	2005-06 से 2006-07	1500915	74.49	37.25	1028197	53.76	26.88	-472718	2529112
4.	2007-08 से 2008-09	2386748	59.02	29.51	1496619	45.56	22.78	-890129	3883367
5.	2009-10 से 2010-11	3047203	27.67	13.83	1988456	32.86	16.43	-1058747	5035659
6.	2011-12 से 2012-13	5014625	64.56	32.28	3100278	55.91	27.96	-1914347	8114903

स्रोत : तालिका नं. 01

तालिका-2 के अनुसार हमारे देश के आयात, निर्यात तथा कुल व्यापार में लगातार वृद्धि हुयी है लेकिन द्विवर्षीय वृद्धि दर व औसत वार्षिक वृद्धि दर में उच्चावचन होते रहे हैं। कुल मिलाकर हमारा व्यापार शेष ऋणात्मक ही रहा है।

नागरिकों का विलसिता की और झुकाव, चीन तथा पाकिस्तान के साथ हुए अनेक युद्ध, अकाल, बाढ़, भूकम्प, महामारी, बेरोजगारी, राजनीतिक उथल-पुथल तथा अन्तर्राष्ट्रीय दबाव हमारे आयातों के बढ़ने का मुख्य कारण हैं जब कि भारत की वस्तुओं की विदेशों में लोकप्रियता बढ़ने से हमारे निर्यात भी बढ़े हैं।

समस्याएँ—

1. भारत द्वारा गैट, डंकल, विश्व व्यापार संगठन तथा अन्य व्यापारिक समझौतों पर किये गये हस्ताक्षर तथा समझौतों के कार्यान्वयन एवं परिणामों के विश्लेषण के आधार पर कहा जा सकता है कि ये सभी समझौते मुख्यतः विकासशील देशों के पक्ष में हैं।
2. विदेशी वस्तुएँ भारतीय वस्तुओं से अपेक्षाकृत सस्ती तथा आकर्षक हैं, इसलिए हमारे देश के लोग आयातित विदेशी वस्तुओं का उपयोग करने लगे हैं, इसके परिणाम स्वरूप हमारे देश के अनेक परम्परागत लघु तथा कुटीर उद्योग बन्द हो गये तथा अनेक बन्द होने की स्थिति में हैं, इससे बेरोजगारी बढ़ रही है तथा लोग आयातित विदेशी वस्तुओं के उपयोग एवं उपभोग के अभ्यस्त होते जा रहे हैं जो कि देश की अर्थव्यवस्था के लिए घातक है। आयातित वस्तुएँ देशी वस्तुओं की तुलना में कम टिकाऊ हैं।
3. कृषि भारतीय अर्थव्यवस्था की रीढ़ है लेकिन कृषि के क्षेत्र में GM (जेनेटिकली मोडीफाइड) बीज हमारी खेती पर अपना अधिकार जमा रहे हैं। इस प्रकार के बीज हर वर्ष विदेश से खरीदने पड़ते हैं तथा ये हमारे परम्परागत बीजों की तुलना में अधिक उपज देते हैं। GM बीजों के कारण हमारे परम्परागत बीज जो कि हमारी परिस्थितियों के अनुकूल हैं— लुप्त होते जा रहे हैं, फलस्वरूप हमारे देश का किसान विदेशों की कृपा पर आश्रित होता जा रहा है जो कि हमारी अर्थव्यवस्था के लिए खतरा है।

4. हमारे निर्यात बढ़ने से देश में उन वस्तुओं का उत्पादन बढ़ा है, इससे रोजगार में वृद्धि हुयी है लेकिन कुल मिलाकर हमारा व्यापार शेष अभी तक धनात्मक नहीं हो पाया। इससे सिद्ध होता है कि विदेशी व्यापार का अधिकतम तथा मुख्य लाभ विकासशील देशों को ही हुआ है।

सुझाव—

1. केवल वही माल तथा वस्तुएँ आयात की जायें जो विकास संबंधी महत्व की हों, जैसे—मशीनें, आवश्यक औद्योगिक कच्चे पदार्थ आदि। जीवनोपयोगी माने जाने वाले शिशु भोज्य तथा औषधियाँ आदि का भी आयात किया जाय। आयात कम करने के लिए यह भी आवश्यक है कि जितने उपभोक्ता पदार्थ देश में बन सकते हैं, उनसे ही काम चलाया जाये। अपेक्षाकृत निम्न कोटि के देशी माल का प्रयोग करके ही देशवासियों को संतुष्ट रहना चाहिए।
2. निर्यात से संबंधित आयात को पूर्णतः मुक्त कर देना चाहिए ताकि भारतीय उद्योगपति अपने उत्पादन की गुणवत्ता को अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर श्रेष्ठ बनाने के लिए आधुनिक तकनीक एवं मशीन आदि सरलता से आयात कर सकें।
3. उद्योगपतियों द्वारा वस्तु की माँग एवं उपभोक्ता की आवश्यकता एवं रुचि का अध्ययन करने के लिए सरकार को उद्योगपतियों की मदद करनी चाहिए ताकि बदलती रुचि एवं माँग तथा पूर्ति में उचित सामंजस्य रह सके।
4. भारतीय उद्योगपतियों तथा व्यापारियों को अपनी वस्तुओं को अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में बेचने के लिए प्रोत्साहित करना चाहिए, इससे देश में रोजगार के अवसरों में भी वृद्धि होगी।
5. यदि आवश्यक हो तो विदेशी कम्पनियों द्वारा तैयार माल से प्रतिस्पर्द्धा हेतु देश के उत्पादकों को हमारी सरकार द्वारा SUBSIDY भी देनी चाहिए।

कुल मिलाकर अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को देश के हित में करने के लिए यह आवश्यक है कि हम अपने आयातों को कम करें तथा अपने निर्यातों को बढ़ाएँ। यह तभी संभव है जब हमारे देश के लोग विदेशी वस्तुओं के मोह को त्यागकर स्वदेशी वस्तुओं का उपयोग करने में गौरव महसूस करें तथा अति आवश्यक वस्तुओं का ही आयात करें।

“लोक उद्योगों में सेविवर्णीय प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम”

* डॉ. मोहित कुमार सक्सेना

“आर्थिक विकास के प्रारम्भिक युग में सरकार का एकमात्र कार्य जीवन, और सम्पत्ति की सुरक्षा करना था, लेकिन पिछली शताब्दी से सरकार के उत्तरदायित्वों में निरन्तर वृद्धि होती जा रही है। आज सरकारें (केन्द्र और राज्य) आर्थिक क्रिया का केवल निष्क्रिय दर्शक मात्र ही नहीं रह गई हैं, वरन् नागरिकों और उद्योगों की संरक्षक, नियन्त्रक और अभिभावक के रूप में सक्रिय भागीदार बन गयी हैं।”

स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् हमारे देश में लोक उद्योगों का बड़ी तेजी से विकास हुआ है। भारत सरकार द्वारा दो महत्वपूर्ण औद्योगिक नीतियों की घोषणा की गयी— प्रथम औद्योगिक नीति 1948 में तथा द्वितीय औद्योगिक नीति 1956 में घोषित की गई, जिसका मुख्य उद्देश्य सार्वजनिक क्षेत्रों का अधिक से अधिक विस्तार करना था। आज विश्व का शायद ही कोई ऐसा देश होगा जहाँ वाणिज्यिक तथा औद्योगिक उपक्रमों की स्थापना एवं संचालन में सरकार द्वारा सक्रिय भूमिका न निभायी जा रही हो।

लोक क्षेत्र, लोक उद्योगों की तुलना में अधिक व्यापक शब्द है। लोक क्षेत्र के अन्तर्गत सरकार की समस्त क्रियाएँ आती हैं जैसे शिक्षा, जन-स्वास्थ्य आदि, जबकि लोक उद्योग का अर्थ सीमित है, अर्थात् इसमें सरकार द्वारा क्रियाओं का संचालन किया जाता है। विस्तृत अर्थ में सरकारी प्रतिष्ठान में निम्न प्रकार के उपक्रम आते हैं :-

1. वे उपक्रम जिन पर सरकार का पूर्ण स्वामित्व एवं संचालन का अधिकार हो।
2. वे उपक्रम जिनमें सरकार कम से कम 51 प्रतिशत अंश रखती है।
3. वे उपक्रम जिनकी मालिक तो सरकार है, पर उसका प्रबन्ध निजी उद्योगपतियों को सौंप दिया जाता है, जैसे पहले भारतीय रेल सरकार की सम्पत्ति थी, लेकिन इसकी प्रबन्ध व्यवस्था निजी कम्पनियों के हाथ में थी।
4. वे उपक्रम जिनकी मालिक सरकार नहीं है, लेकिन सरकार ही उसकी प्रबन्ध व्यवस्था करती है, अर्थात् नीति आदि का निर्धारण सरकार द्वारा होता है, जैसे भारत में इण्डियन आयरन एण्ड स्टील कम्पनी के प्रबन्ध को सरकार ने अपने अधीन ले लिया था।”²

अतः यह कहा जा सकता है कि लोक उद्योगों की स्थापना सरकार द्वारा या निजी व्यावसायिक व्यवसायी या कम्पनी द्वारा स्थापित उपक्रम का राष्ट्रीयकरण करके की जा सकती है। वर्तमान समय में औद्योगीकरण के साथ-साथ वैज्ञानिक एवं तकनीकी गतिविधियों का पर्याप्त विकास हुआ है। व्यवसाय के क्षेत्र में वैज्ञानिक विधियों का प्रयोग करने हेतु उत्पादन प्रणाली में यथेष्ट परिवर्तन करने पड़ते हैं तथा कर्मचारियों को उचित प्रशिक्षण प्रदान करके आधुनिक मशीनों पर कार्य करने योग्य बनाना पड़ता है।

क्षमतावान श्रम शक्ति के निर्माण एवं विकास हेतु कर्मचारियों का उचित चयन ही पर्याप्त नहीं है, बल्कि उनके प्रभावी प्रशिक्षण की भी आवश्यकता होती है। वैज्ञानिक एवं तकनीकी प्रगति ने कार्य-प्रणालियों, औजारों, मशीनों एवं कार्य-संचालन विधियों में क्रान्तिकारी किन्तु अत्यधिक जटिल परिवर्तन कर दिया है। यन्त्रीकरण, प्रभावीकरण एवं

* सहायक प्रोफेसर, व्यावसायिक प्रशासन विभाग, वाणिज्य संकाय, धर्मसमाज महाविद्यालय, अलीगढ़ (उ.प्र.) मोबा. 9837366998

विशिष्टीकरण के परिणामस्वरूप कर्मचारियों के प्रशिक्षण का महत्व और अधिक बढ़ गया है। अतः प्रत्येक उपक्रम सामान्य कर्मचारियों से लेकर उच्चतर प्रबन्ध तक के लिये प्रशिक्षण की व्यवस्था करने का प्रयत्न करता है।

प्रत्येक उपक्रम अपने कर्मचारियों की उत्पादन क्षमता में वृद्धि करना चाहता है, उनका आचरण आवश्यकतानुसार बनाना चाहता है, उनका मनोबल ऊँचा उठाना चाहता है, तथा उन्हें अभिप्रेरित करना चाहता है। इसलिये प्रशिक्षण आवश्यक ही नहीं, बल्कि उपक्रम के सामाजिक उत्तरदायित्व के उचित निर्वहन हेतु उसका एक अनिवार्य अंग बन गया है। जिस प्रकार स्वास्थ्य को बनाये रखने के लिये विटामिन की गोलियाँ आवश्यक होती हैं, ठीक उसी प्रकार उद्योगों की समस्याओं के निराकरण के लिये प्रशिक्षण लाभदायक है। इस प्रकार प्रशिक्षण एक अच्छी प्रबन्ध प्रणाली का मूल मन्त्र है।

प्रशिक्षण किसी कर्मचारी को किसी विशिष्ट कार्य को करने योग्य बनाने की प्रक्रिया है। किसी भी संगठन की क्रियाओं के सकल सम्पादन एवं संचालन के लिये एक विशेष प्रकार के सैद्धान्तिक एवं व्यावहारिक ज्ञान, योग्यता एवं कौशल की आवश्यकता होती है। प्रशिक्षण द्वारा कर्मचारी कार्य की आवश्यकताओं को आसानी से पूरा कर सकते हैं। अतः सरल शब्दों में यह कहा जा सकता है कि प्रशिक्षण को किसी कार्य को विशिष्ट ढंग से करने का एक शिक्षण माना जा सकता है।

“साधारणः लोग शिक्षण एवं प्रशिक्षण दोनों शब्दों को एक ही समझते हैं, परन्तु इन दोनों में आधारभूत अन्तर पाया जाता है। शिक्षण द्वारा मानवीय, रचनात्मक एवं उपयोगी शक्तियों का विकास होता है, जिससे मनुष्य के सामान्य ज्ञान में वृद्धि होती है। शिक्षण कार्य स्कूलों कॉलेजों एवं विश्वविद्यालयों से प्राप्त किया जाता है। इसके विपरीत प्रशिक्षण किसी विषय विशेष पर तकनीकी ज्ञान और कुशलता है। प्रशिक्षण द्वारा व्यक्तियों को कार्य की सभी जटिलताओं से परिचित कराया जाता है और यह भी बताया जाता है कि उन जटिलताओं को कैसे कुशलतापूर्वक सम्पन्न किया जा सकता है।”³

कर्मचारियों को प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए समय-समय पर अनेक प्रशिक्षण पद्धतियाँ प्रयोग में लायी जाती हैं, किस पद्धति को प्रयोग में लाया जाये, ये अनेक बातों पर निर्भर करता है, जैसे प्रशिक्षण व्यय, उपलब्ध समय, कार्य प्रकृति, कर्मचारियों की संख्या जिन्हें प्रशिक्षण दिया जाना है, ज्ञान की गहराई, प्रशिक्षार्थी की योग्यता, आदि। वैसे प्रशिक्षण प्रदान करने की सामान्य प्रचलित पद्धतियाँ जो प्रयोग में लायी जाती हैं, वे निम्नवत हैं :

1. कार्य पर प्रशिक्षण।
2. शिक्षार्थी प्रशिक्षण।
3. द्वार प्रकोष्ठ प्रशिक्षण।
4. प्रशिक्षण केन्द्रों पर प्रशिक्षण।
5. कार्य - क्रमात्मक प्रशिक्षण।
6. कक्ष - प्रशिक्षण।
7. संयुक्त / इण्टरशिप प्रशिक्षण।
8. प्रदर्शन विधि।
9. प्रशिक्षित श्रमिकों द्वारा प्रशिक्षण।
10. कृत्रिम नमूना।
11. सहकारी प्रशिक्षण।
12. विशेष सभाएँ और सेमीनार।
13. निरीक्षकों या पर्यवेक्षकों द्वारा प्रशिक्षण।
14. उद्योगों में प्रशिक्षण।”⁴

सामान्यतः यह देखने में आया है कि लोक उद्योगों का सुचारु रूप से न चलने का मुख्य कारण उनमें प्रशिक्षित प्रबन्धकीय अधिकारियों का कम होना है। अतः इस बात की आवश्यकता महसूस करते हुये हर संस्था अपने यहाँ अधिकारियों को प्रशिक्षण प्रदान करने की व्यवस्था करती है। इसके लिये संस्थायें या तो अपने यहाँ प्रशिक्षण केन्द्र स्थापित करती हैं या फिर बाहर के प्रशिक्षण केन्द्रों में अपने अधिकारियों व कर्मचारियों को प्रशिक्षण के लिये भेजती हैं। मगर इसके कुशल संचालन में कुछ समस्यायें अवश्य उत्पन्न होती हैं, जिसके कारण प्रशिक्षण कार्यक्रम सुचारु रूप से नहीं चल पाता है और अधिकारियों व कर्मचारियों को इसका (प्रशिक्षण का) पूरा लाभ नहीं मिल पाता है, जिस कारण समय तथा धन दोनों ही व्यर्थ चले जाते हैं।

लोक उद्योगों में समय-समय पर जो प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम आयोजित किये जाते हैं, उनसे कर्मचारी लाभान्वित तो होते ही हैं, साथ ही संस्था की कार्य प्रगति में भी सहायक सिद्ध होते हैं, जिनका लाभ देश की आम जनता को भी होता है, लेकिन यह प्रकृति का नियम है कि हर दिन के बाद रात आती है और जहाँ फूल होते हैं, वहाँ कुछ काँटे भी अवश्य पाये जाते हैं, ठीक उसी प्रकार लोक उद्योगों में प्रदान किये जा रहे कर्मचारी प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम लाभकारी होते हुये भी उनमें कुछ कमियाँ पायी जाती हैं, ये कमियाँ ऐसी नहीं हैं जिनको दूर न किया जा सके। अतः लोक उद्योगों में प्रदान किये जा रहे कर्मचारी प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रमों को और अधिक सुदृढ़ और लाभकारी बनाने के लिये निम्न संस्तुतियाँ की जा सकती हैं :

1. सर्वप्रथम प्रशिक्षण की आवश्यकता का निर्धारण किया जाना चाहिये, क्योंकि इसके ज्ञात हो जाने के पश्चात् ही प्रशिक्षण कार्यक्रम के वास्तविक स्वरूप का निर्धारण हो सकता है। इसके लिये संगठन एवं उत्पादन सम्बन्धी समस्याओं की जानकारी प्राप्त की जानी चाहिये। इतना ही नहीं सम्भावित एवं भविष्य की समस्याओं की जानकारी प्राप्त की जानी चाहिये। इतना ही नहीं सम्भावित एवं भविष्य की समस्याओं का पूर्वानुमान करके भी प्रशिक्षण की आवश्यकता का अनुमान लगाया जा सकता है।
2. प्रशिक्षण की आवश्यकता का निर्धारण हो जाने के पश्चात् प्रशिक्षण प्रदान करने की व्यवस्था की जानी चाहिये अर्थात् उसका संगठन तैयार किया जाना चाहिये। इसके लिये प्रशिक्षण अधिकारी या निर्देशक, लेखा अधिकारी के परामर्श से इस बात का निश्चय करना चाहिये कि :
 - i. किसको प्रशिक्षित करना है।
 - ii. प्रशिक्षण कार्यक्रम की विषय वस्तु।
 - iii. प्रशिक्षकों का निर्धारण।
 - iv. कार्य की प्रकृति तथा समस्या के अनुसार प्रशिक्षण विधि, उसकी समयावधि एवं स्थान का निर्धारण करना चाहिये।
3. प्रशिक्षण के लिये व्यक्तियों का चयन एवं प्रशिक्षण कार्यक्रम का प्रबंधन के स्तर से गहरा सम्बन्ध होता है, क्योंकि प्रबंधन के स्तर के अनुसार प्रशिक्षण की आवश्यकतायें भिन्न-भिन्न होती हैं। अतः प्रशिक्षण प्रदान करते समय व्यक्तियों का चयन बड़ी सावधानीपूर्वक किया जाना चाहिये। इसके लिए एक समय में केवल एक ही प्रकार के टेक्नीकल या नॉन टेक्नीकल तथा एक ही स्तर (उच्च - स्तरीय या निम्न स्तरीय) के कर्मचारियों को प्रशिक्षण प्रदान करना चाहिये। उच्च स्तरीय प्रबन्धकीय कर्मचारियों को मानवीय सम्बन्धों में प्रशिक्षण अवश्य प्रदान किया जाना चाहिये।
4. माना कि प्रशिक्षण समस्या के समाधान का एक यन्त्र है, मगर इसके लिये यह जरूरी है कि इसकी सही समय पर उचित व्यवस्था होनी चाहिये, साथ ही प्रशिक्षण प्राप्त करने वाले कर्मचारियों के नैतिक (रूटीन) कार्यों को पूरा करने की वैकल्पिक व्यवस्था पर विशेष ध्यान दिया जाना चाहिये, जिससे प्रशिक्षण प्राप्त करने के पश्चात्

कर्मचारी पर पुराने और नये दोनों प्रकार के कार्यों का अत्यधिक कार्यभार न आ जाये। इसके अतिरिक्त विभिन्न प्रशिक्षण कार्यक्रमों के बीच पर्याप्त समय होना चाहिये, जिससे कर्मचारी अपने आप को बँधा हुआ महसूस न करें और अपनी प्रगति का स्वयं पता लगा सके।

5. प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम के सम्बन्ध में सामान्यतः यह कहा जाता है कि इसके निष्पादन में संस्था के ही वरिष्ठ अनुभवी अधिकारियों को बुलाया जाता है, मगर प्रशिक्षण कार्यक्रम को अधिक प्रभावकारी बनाने के लिये यह आवश्यक है कि समय-समय पर संस्था के बाहर से भी वरिष्ठ योग्यता वाले अधिकारियों को भी आमन्त्रित करना चाहिये।

6. कर्मचारियों के लिये प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम इस प्रकार से बनाये जाने चाहिए, जिससे उनमें इसके प्रति अभिप्रेरणा जाग्रत हो सके, अर्थात् उनको इस ओर आकर्षित किया जा सके। इसके लिये प्रशिक्षण के क्या लाभ हैं इस बात की जानकारी प्रत्येक कर्मचारी को समय-समय पर कराते रहना चाहिए, तथा प्रशिक्षण कार्यक्रम मनोवैज्ञानिक आधार पर तैयार किये जाने चाहिए।

7. प्रशिक्षण कार्यक्रम के अन्तिम चरण में प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम का मूल्यांकन किया जाना चाहिए, जिससे वर्तमान में प्राप्त कमियों को दूर किया जा सके। इसके लिये यह जरूरी है कि प्रशिक्षण के उद्देश्य स्पष्ट होने चाहिए जिससे इस कार्यक्रम का मूल्यांकन आसानी से हो सके। मूल्यांकन भी उन्हीं अधिकारियों से कराया जाना चाहिए जिन्होंने प्रशिक्षण प्रदान किया हो।

निष्कर्ष :

अन्त में यह कहा जा सकता है कि प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम किसी भी उपक्रम में कार्यरत मानव शक्ति की कार्यकुशलता, दक्षता एवं क्षमता वृद्धि का मुख्य आधार है। इससे कर्मचारियों की अभिप्रेरणा एवं मनोबल में वृद्धि होने के साथ-साथ सेविवर्गीय सम्बन्धों में सुमधुरता का निर्माण होता है। इस लिये यह कहा जा सकता है कि यदि प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रमों के निर्माण और उसके क्रियान्वयन के समय उपर्युक्त विभिन्न तत्वों एवं प्रस्तुत की गई संस्तुतियों को ध्यान में रखा जाये तो उपक्रम के प्रशिक्षण एवं विकास कार्यक्रम अवश्य ही सफल होंगे, साथ ही उपक्रम अपने उद्देश्यों को प्राप्त करने व अधिकतम लाभ प्राप्त करने में सफल होंगे।

सन्दर्भ :

1. Government in Business, P.3. : S.S. Khera.
2. Public Enterprises in India, P.1 : 5. Dr. K. L. Gupta
3. Principles of Personnel Management P. 203. E.B. Filippo
4. Personnel Management P. 231. Sharma, Sharma & Khurana.

Subscription Form For The Gyan Arth - Journal of Commerce & Economics

Institutional/Individual

1. Full Postal Address (IN BLOCK LETTERS)

i) Name.....

ii) Designation.....

iii) Name of College/Institute.....

iv) Full Mailing Address.....

.....Pin.....

E-mail :Phone/Mobile.....

2. Subscription for Calendar Year.....

(Annual Subscription of the Journal Commences from January and ends with December)

3. Please Tick (D) the appropriate one :

i) Annual Subscription ☐ ₹ 500.00

ii) Life Subscription ☐ ₹ 2,000.00

4. Please make the payment by CROSSED Bank Draft in favour of Gyan Mahavidyalaya payable at Aligarh.

Details of Payment: Cash/Bank Draft

Bank Draft No..... for ₹.....

Dated..... Drawn on.....

(Full signature of the applicant)

- Please mail the subscription order form along with the Bank Draft at the following address :

The Principal

Gyan Mahavidyalaya,

Agra Road, Aligarh (U.P.) - 202002

- Please send also the subscription form by E-mail: gyanmv@gmail.com



Navman # 9358251032