

अंतर्राष्ट्रीय मासिक शोध पत्रिका**नवीन सामाजिक शोध**

संस्थापक प्रधान संपादक
स्व. डॉ. जी. पी. सक्सेना

● — ●

प्रधान संपादक
राजेन्द्र सक्सेना

● — ●

प्रबंध सक्सेना
अभिजीत सक्सेना

● — ●

संपादक
श्रीमति सविता सक्सेना

● — ●

उप संपादक
डॉ. संजय अग्रवाल (चिकित्सक)

डॉ. संतोष धुर्वे (समाजशास्त्री)

डॉ. विजय दुबे (वाणिज्य) ग्वा.

● — ●

वरिष्ठ शोध अधिकारी
डॉ. ममता गावशिन्दे

● — ●

शोध अधिकारी
डॉ. अनुपमा सुरेश

डॉ. ममता दुबे (ग्वा.)

● — ●

सलाहकार मंडल
राजेश सक्सेना

● — ●

वर्ष - 9 अंक - 8 (कुल अंक 104) अक्टूबर 2017

R.N.I. M.P.HIN/2009/29572

ISSN-0975-4431

संपादकीय कार्यालय: 25, रूप नगर कॉलोनी, जे.के. रोड़

भोपाल-462 023 (म.प्र.) दूरभाष : 09300279796, 09425704990

E-mail : naveensamajikshodh@yahoo.com

website : www.naveensamajikshodh.com

विदेशों में क्षेत्रीय कार्यालय : (विदेशी विषय विशेषज्ञ संपादक)

1. डॉ. राम भारद्वाज चिकित्सक

पो. बॉ. नं. 161, पोस्टल कोड नं. 119, सहम सुल्तानेट ऑफ ओमान

2. प्रो. डॉ. सुधाकर कोटा अर्थशास्त्री

प्रोफेसर इकोनॉमिक्स एण्ड मार्केटिंग, स्काईलाईन युनिवर्सिटी, शारजाह, यूएई

3. कविता शुक्ला असिस्टेंट प्रोफेसर,

111, शेख रशीद बिल्डिंग, शेख जायेद रोड़, यूएई, दुबई

4. डॉ. प्रिंस डेविड दंत चिकित्सक

11, अलब्रेस्ट एवेन्यू, माउंट रास्किल, ओकलेण्ड 1041, न्यूजीलेण्ड

5. श्री सजग चतुर्वेदी

स्टेनफोर्ड, यूनिवर्सिटी, थार्डलैण्ड

6. श्रीमति ऋति चतुर्वेदी, कनाडा

7. श्रीमति प्रतिभा, कनाडा

8. डॉ. उमेश रस्तोगी, लंदन

सहयोग राशि : देश में : साधारण अंक 100/- वार्षिक : 1000/-

आजीवन सदस्यता : 10000/-

विदेशों में : साधारण अंक : 18 डॉलर, वार्षिक : 180 डॉलर

सारे भुगतान (मनीआर्डर/चेक/ड्राफ्ट) नवीन सामाजिक शोध के नाम से लिये जायेंगे।

चेक पे भुगतान करने पर रू. 30/- अतिरिक्त भेजें।

स्वत्वाधिकारी, मुद्रक, प्रकाशक : राजेन्द्र सक्सेना द्वारा एम.आई. ऑफसेट वर्क्स

91, रशीदिया स्कूल के पास, बरखेड़ी, भोपाल द्वारा मुद्रित एवं 25, रूप नगर कॉलोनी

जे.के. रोड़, भोपाल-462 023 (म.प्र.)। से प्रकाशित। संपादक - श्रीमति सविता सक्सेना।

स्वत्वाधिकारी, मुद्रक, प्रकाशक : राजेन्द्र सक्सेना द्वारा एम.आई. ऑफसेट वर्क्स

91, रशीदिया स्कूल के पास, बरखेड़ी, भोपाल द्वारा मुद्रित एवं 25, रूप नगर कॉलोनी

जे.के. रोड़, भोपाल-462 023 (म.प्र.)। से प्रकाशित। संपादक - श्रीमति सविता सक्सेना।

नवीन सामाजिक शोध

इस अंक में

1. नगरीय क्षेत्रों में परिवर्तन आर्थिक.....डॉ. डी.एन. यादव - 6
2. वाणिज्य की नवीन प्रवृत्ति का ओद्योगिकडॉ.अशोक कुमार रोकशिया-10
3. माध्यमिक स्तर के शिक्षकों में पर्यावरणीयडॉ. प्रशान्त डबराल-16
4. पचमढ़ी एवं मढ़ई के पर्यटन उद्योग.....श्रीमति मीनू सिंह -23
5. impact service quality on..... Daisy Bhawas-31
6. अति पिछड़ी भारिया जन जाति.....नारायाण आहिरवार 40
7. साँची के दृश्यांकनोडॉ.(श्रीमती)चन्दा जैन -47
8. जी.एस.टी.(GST).....डॉ. आर के अग्रवाल -52
9. PROFIT AND SERVICING OF Dr. CS Panday -60
10. शोध अर्थ एवं परिभाषा.....डॉ.आरति श्रीवास्तव -70
11. महिलाओं के विकास..... श्रीमति भागवति रघुवंशी -77
12. भारत में वस्तुए नीलिमा चटर्जी -85
13. मजदूरी के दलदल में राज यादव -90

सलाहकार मंडल

- **प्रो. डॉ. आई.एस. चौहान** पूर्व कुलपति, बरकतुल्लाह एवं भोज विश्वविद्यालय भोपाल-म.प्र. । फोन: 0755-2424777
- **प्रो. डॉ. विनोद पी. सक्सेना**, पूर्व कुलपति, जीवाजी विश्वविद्यालय ग्वालियर म.प्र. । फोन 0755-2628055
- **प्रो. डॉ. संतोष कुमार श्रीवास्तव**
पूर्व कुलपति डॉ. हरिसिंह गौर विश्वविद्यालय सागर-म.प्र.
- **प्रो. डॉ. राजपाल सिंह** सदस्य सलाहकार यूजीसी (उच्च शिक्षा)
भारत सरकार मो. 9425028689
- **वरिष्ठ वकील श्री खलीलउल्लाह खान**, पूर्व चेयरमेन, मध्यप्रदेश मानव अधिकार आयोग भोपाल-म.प्र. मो. 9826225266
- **डॉ. ललित श्रीवास्तव नेत्र विशेषज्ञ**, अध्यक्ष मध्यप्रदेश डॉक्टर्स एसोसिएशन भोपाल-म.प्र. । मो. 9827007500
- **डॉ. प्रवीण जैन**, निदेशक म.प्र. भोज (ओपन) यूनिवर्सिटी, भोपाल- म.प्र.

संपादक मंडल

- प्रो. संजय एस. अग्रवाल, विभागाध्यक्ष, पीपुल्स मेडीकल कालेज
- प्रो. अलका डेविड, विभागाध्यक्ष गृह विज्ञान शा. सरोजनी नायडू कालेज
- प्रो. अरविंद चौहान, बरकतउल्लाह विश्वविद्यालय, भोपाल
- प्रो. आर. शंकर, विभागाध्यक्ष समाजशास्त्र भारतीदर्शन विश्वविद्यालय, तिरुचरापल्ली-तमिलनाडु (620024)
- प्रो. परवेज अहमद अब्बासी, विभागाध्यक्ष समाजशास्त्र विभाग, बी.एन.एस.जी. विश्वविद्यालय, सूरत, गुजरात।
- प्रो. डॉ. कामिनी जैन, प्राचार्य शास. स्नातकोत्तर महाविद्यालय, पिपरिया।
- प्रो. आभा चौहान, विभागाध्यक्ष समाजशास्त्र विभाग जम्बु एण्ड कश्मीर .।
- डॉ. वंदना बक्शी, सहायक प्राध्यापक, अंग्रेजी विभाग एक्सीलेस कालेज, कोलार रोड भोपाल।
- डॉ. दिनेश परमार, अनुवांशिकी विभाग, ब.वि. भोपाल।
- डॉ. आरती श्रीवास्तव, सहायक प्राध्यापक, समाजशास्त्र विभाग शासकीय कॉलेज नरसरुल्लागंज।
- डॉ. जितेन्द्र कुमार, एसोसिएट प्रोफेसर, फैकल्टी आफ कामर्स एंड मैनेजमेंट जी.जी.डी.एस.डी. (पीजी) कालेज पलवल।
- डॉ. अनुपमा सुरेश, सहा. प्राध्यापक, भेल कॉलेज, भोपाल।
- डॉ. कायनात तंवर, विक्रम युनिवर्सिटी, उज्जैन।
- डॉ. विपिन व्यास, व्याख्याता, लिमनोलॉजी ब.वि. भोपाल।
- श्री अजय बिसारिया, व्याख्याता, हिन्दी विभाग, अ.मु.वि. अलीगढ़-उ.प्र.।
- डॉ. विश्वनाथ मिश्रा, पूर्व प्राचार्य (समाजशास्त्र) कालीचरन पी.जी. कालेज, लखनऊ।
- इंजि. रोहन गुप्ता, एम-2/5 बी.डी.ए. कालोनी, लालघाटी, भोपाल।
- डॉ. शैलेन्द कौशिक, सहायक, निदेशक, म.प्र. (भोज) ओपन यूनिवर्सिटी, भोपाल।

संपादकीय

हाल में भारतीय अर्थव्यवस्था को लेकर निराशाजनक माहौल बनाने की कोशिश की गई है। विपक्ष के साथ-साथ सत्ताधारी भाजपा के कुछ असंतुष्ट नेताओं ने भी ऐसा वातावरण बनाने में अपनी पूरी ताकत झोंकी है। चालू वित्त वर्ष की पहली तिमाही में जीडीपी विकास दर के गिरकर 5.7 फीसदी पर पहुंच जाने से ऐसे प्रचार को बल मिला। वस्तु एवं सेवा कर (जीएसटी) लागू करने में आ रही शुरुआती दिक्कतों को भी इस सूत्र से जोड़ने की कोशिश हुई। यह धारणा बनाने का प्रयास हुआ कि अर्थव्यवस्था के सूत्र केंद्र सरकार के हाथ से फिसल गए हैं।

स्पष्टतः ऐसे दुष्प्रचार राजनीतिक उद्देश्यों से किए जाते हैं। लेकिन ऐसा करते वक्त विपक्षी नेता यह भूल जाते हैं कि उनके द्वारा बनाई जा रही निराधार धारणाओं से देश को दीर्घकालिक क्षति पहुंच सकती है। किसी देश की आर्थिक संभावनाओं में निवेशकों या विश्व बाजार का भरोसा लंबे समय में कायम होता है। अफसोसनाक है कि राजनीतिक स्वार्थ से प्रेरित नेता इस बात की अनदेखी कर देते हैं।

अतः यह सरकार का कर्तव्य है कि वह जान-बूझकर फैलाई गई गलतफहमियों का प्रभावी ढंग से निवारण करे। मंगलवार शाम केंद्रीय वित्त मंत्री अरुण जेटली इसी मकसद से वरिष्ठ सरकारी अधिकारियों के साथ मीडिया से रूबरू हुए। अफसरों ने अपनी प्रभावशाली प्रस्तुतियों से भारतीय अर्थव्यवस्था की मूलभूत शक्तियों की तरफ देश का ध्यान खींचा। मसलन, यह बताया गया कि मुद्रास्फीति लगातार नियंत्रण में है, राजकोषीय सेहत बेहतर है और विदेशी मुद्रा भंडार रिकॉर्ड स्तर पर है। निजी निवेश का ना बढ़ना और बैंकों के डूबते कर्ज का मसला अर्थव्यवस्था से जुड़ी दो प्रमुख चिंताएं रही हैं। अधिकारियों ने तथ्यों की प्रस्तुति से बताया कि इन दोनों मोर्चों पर सरकार क्या कदम उठा रही है। फिर बुनियादी ढांचे का विकास एवं पुनर्निर्माण सरकार की प्राथमिकता हैं। उनसे जुड़ी परियोजनाओं पर भारी धन खर्च हो रहा है। इसके जरिए आर्थिक गतिविधियों को एक खास स्तर पर बनाए रखा गया है। अब चूंकि निजी निवेश की रफ्तार भी बढ़ने की स्थितियां बन रही हैं, तो यह मानने का ठोस आधार है कि आर्थिक विकास दर अब और नहीं गिरेगी। इसके अब सिर्फ आगे बढ़ने की संभावना है। दरअसल, नोटबंदी और जीएसटी से देश की अर्थव्यवस्था को अधिक पारदर्शी व स्वच्छ बनाने में मदद मिली है। लाजिमी है कि इसका लाभ भी जल्द ही मिलेगा।

नगरीय क्षेत्रों में परिवर्तन आर्थिक विकास की दृढ़ कसौटी है।

डॉ. डी.एन. यादव

सहा. प्राध्यापक, समाजशास्त्र

शासकीय महाविद्यालय, ओबेदुल्लागंज

नगरीकरण विकास प्रक्रिया का ही एक अंग है। ग्रामीण क्षेत्रों जनसंख्या का नगरीय क्षेत्रों में परिवर्तन आर्थिक विकास की दृढ़ कसौटी है। पिछड़े हुए स्थिर समाज में नगरीकरण की प्रक्रिया वस्तुतः धीमी होती है क्योंकि ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले लोगों के लिए रोजगार उपलब्ध कराने में नगर सक्षम नहीं होते। किन्तु फिर भी ग्रामीण जनसंख्या का शहरों की तरफ तेजी से पलायन रोजगार पाने के उद्देश्य से ही होती है और इस स्थिति में यह पलायन तब और तेज हो जाता है जब पूंजी गहन उद्योगों की बजाय श्रम गहन उद्योगों पर बल दिया जाता है। इसके विपरीत नगरीकरण की गति धीमी तब होती है जब कुल जलसंशय के अनुपात में नगरीय जनसंख्या बहुत ही उच्च स्तर पर पहुंच जाती है। यह स्थिति अभी कुल मिलाकर 30 देशों में आई है, जो विकसित औद्योगिक देश कहलाते हैं। 20वीं शताब्दी का पूर्वार्ध भारत के लिए आर्थिक गतिरोध का काल रहा है। फलस्वरूप नगरीकरण की गति बहुत अधिक नहीं रही। 1911 में कुल नगरीय जनसंख्या मात्र 11 प्रतिशत थी, जो 1941 में बढ़कर 14 प्रतिशत हो गई। इस प्रकार 30 वर्ष में नगरीय जनसंख्या में वृद्धि मात्र 3 प्रतिशत रही। 1951 की जनगणना में नगरीय जनसंख्या का कुल जनसंख्या का 17.3 प्रतिशत हो गई। इस वृद्धि का कारण वास्तविक न हो कर संख्यात्मक अधिक था, क्योंकि 1951 की जनगणना में नगर की बड़ी उदार परिभाषा अपनाई गई। 1961 में नगर की परिभाषा पुनः सख्त कर दी गई। अतः 1951-1961 के बीच नगरीय जनसंख्या में मात्र 0.7 प्रतिशत की वृद्धि दर्ज की गई। इस प्रकार 1961 में नगरीय जनसंख्या का कुल जनसंख्या का 18 प्रतिशत हो गई। 1971 में अपनाई गई नगरीय क्षेत्र की परिभाषा के अनुसार किसी क्षेत्र को नगर क्षेत्र होने के लिए निम्नलिखित शर्तें पूरी करनी चाहिए

1971 की जनगणना में नगर क्षेत्र की दी गई परिभाषा कुछ दृढ़ अवश्यक है, परन्तु अन्य देशों की तुलना में यह परिभाषा फिर भी काफी अच्छी है। उदाहरणस्वरूप - जापान में 30,000 से अधिक जनसंख्या वाली जगहों को शहर माना जाता है। इसके सापेक्ष भारत की परिभाषा लचीली होने के बावजूद देश में नगरीय जनसंख्या कुल जनसंख्या का 23.3 प्रतिशत थी, जो कि 1991 में बढ़कर 25.7 प्रतिशत हो गई।

भारत में औद्योगिकीकरण की क्रिया द्वितीय योजना में ही प्रारम्भ हो गई थी परन्तु नगरीय जनसंख्या में वृद्धि तृतीय योजना तक कुछ भी विशेष नहीं हुई। यह विदित है कि द्वितीय और तृतीय योजना में भारी औद्योगिकीकरण की नींव डाली गई परन्तु इससे भारी एवं मूल उद्योगों पर विशेष बल दिया। भारी एवं मूल उद्योग पूंजी गहन होते हैं। इतः

इनकी रोजगार क्षमता काफी सीमित होती है। यही कारण है कि इनका विकास ग्रामों में उत्पन्न श्रमशक्ति को नगरों में अवशोषित न कर सका, जिससे इसका अर्थव्यवस्था पर सुप्रभाव भी व्यक्त नहीं हुआ। अतः जो औद्योगिकीकरण की क्रिया प्रारम्भ की गई थी, उसको गति प्रदान नहीं किया जा सका। परिणामस्वरूप तीव्रता से औद्योगिकीकरण नहीं हो सका। इसके अलावा 1971 की जनगणना में नगर क्षेत्र की अधिक सख्त परिभाषा करने के कारण जो थोड़ा बहुत नगरीकरण में प्रतिशत वृद्धि हुई थी वह भी दब गयी।

नगरीकरण की प्रवृत्ति

भारत में नगरीकरण जनसंख्या में लगातार वृद्धि हो रही है। नगरीय जनसंख्या जो 1901 में 2 करोड़ 56लाख थी, वह 1951 में बढ़कर 6करोड़ 24 लाख हो गई। इस प्रकार 1901 में 2 करोड़ 56लाख थी, वह 1951 में बढ़कर 6करोड़ 24 लाख हो गई। इस प्रकार 1901 से 1951 के बीच नगरीय जनसंख्या में 3 करोड़ 68लाख की वृद्धि हुई। जबकि 1951 से 1981 के बीच शहरी जनसंख्या में 9 करोड़ 71 लाख की वृद्धि हुई। इसी प्रकार 1981-1991 के बीच नगरीय जनसंख्या में 5 करोड़ 77 लाख की वृद्धि हुई। इससे यह निष्कर्ष आवश्यक निकाला जा सकता है कि औद्योगिकीकरण के फलस्वरूप नगरीय जनसंख्या में आवश्यक वृद्धि हुई है, भले ही वृद्धि धीमी क्यों न रही हो। 2001 की जनगणना के अनुसार नगरीय जनसंख्या 28करोड़ 53 लाख थी जो कुल जनसंख्या का 27.8प्रतिशत है।

नरीमन पाइंट, मुम्बई

भारत में नगरीकरण की अन्य देशों के साथ तुलना

विश्व के विकसित देशों से भारत के नगरीकरण की तुलना करने पर पता चलता है कि भारत में नगरीकरण की प्रक्रिया और स्थिति अन्य देशों की अपेक्षा बहुत पीछे है। 1991 में संयुक्त रा%य अमरीका में नगरीय जनसंख्या का अनुपात कुल जनसंख्या का 76प्रतिशत, रूस में 74 प्रतिशत, जापान में 77 प्रतिशत, आस्ट्रेलिया में 35 प्रतिशत तथा इंग्लैण्ड में 90 प्रतिशत था। इसकी तुलना में 1991 में भारत की नगरीय जनसंख्या 25.7 प्रतिशत और 2001 में 27.8 प्रतिशत थी।

1901 से 2001 के बीच भारत में नगरीकरण की प्रवृत्ति

1 लाख से अधिक जनसंख्या वाले प्रथम श्रेणी के नगरों में नगरीय जनसंख्या का अनुपात, जो 1901 में 25.7 प्रतिशत बढ़कर 65.2 प्रतिशत हो गया, इस बात का संकेत करता है कि नगरीय जनसंख्या का प्रवृत्ति बड़े नगरों में संक्रेदित होने की है। द्वितीय और तृतीय श्रेणी के नगरों में नगरीय जनसंख्या का सापेक्ष अनुपात लगभग स्थित रहा अर्थात् 1901 से 2001 के बीच 25-28प्रतिशत था। परंतु इसकी तुलना में चतुर्थ, पंचम और षष्ठ श्रेणी के नगरों में जनसंख्या के सापेक्ष अनुपात में तीव्र कमी हुई और यह 1901 की तुलना में 47.2 प्रतिशत से कम होकर 1991 में केवल 11.7 प्रतिशत रह गया।

प्रशासनिक और सामान्य आर्थिक क्रिया के केंद्र के रूप में प्रथम श्रेणी के नगरों का विकास हुआ। इन्हीं नगरों

में उद्योगों, परिवहन, व्यापार और वाणिज्य तथा प्रशासनिक एवं उदार सेवाएँ भी केन्द्रित हैं। जनसंख्या का इस आकार- श्रेणी के नगरों में संकेन्द्रण का यही कारण है। इसके अतिरिक्त द्वितीय श्रेणी की उच्चतम सीमा पर पहुंचे नगर प्रथम श्रेणी में प्रवेश करते जाते हैं। इसके प्रमाण में यही कहा जा सकता है कि 1951 में जहां 74 नगर प्रथम श्रेणी में थे, वहीं 1991 में इनकी संख्या बढ़कर 296 हो गई, जो 1951 के सापेक्ष लगभग तीन गुना है। परिणामस्वरूप जहां 1951 में प्रथम श्रेणी के नगरों में 275 लाख व्यक्ति रहते थे, वहीं 1991 में इनकी संख्या 1388 लाख हो गई अर्थात् इसमें 405 प्रतिशत की वृद्धि हुई।

हैदराबाद सिटी सेंटर मॉल, बंजारा हिल्स

प्रथम श्रेणी के अलावा अन्य निचले श्रेणी के नगर विशेषकर द्वितीय और तृतीय श्रेणी के नगर, संक्रमण की अवस्था में हैं। इनकी संख्या के साथ-साथ इनमें रहने वाली जनसंख्या में भी वृद्धि हुई है। द्वितीय श्रेणी के नगरों की संख्या जो 1951 में 91 थी, वह 1991 में बढ़कर 341 हो गई और इनमें कुल जनसंख्या 1951 के 61 लाख से बढ़कर 1991 में 233 लाख हो गई अर्थात् इसमें चार गुना वृद्धि हुई। तृतीय श्रेणी के नगरों की संख्या जो 1951 में 330 थी, 1991 में बढ़कर 927 हो गई। 1951 और 1991 के बीच तृतीय श्रेणी के नगरों की संख्या में 190 प्रतिशत की वृद्धि हुई और यह 97 लाख से बढ़कर 281 लाख हो गई।

यदि उच्च श्रेणी के नगरों में जनसंख्या बढ़ती है तो निम्न श्रेणी के नगरों में जनसंख्या का अनुपात घटना एक स्वाभाविक घटना है। अतः भारत में भी चतुर्थ, पंचम और षष्ठ श्रेणी के नगरों में जनसंख्या के घटने की प्रवृत्ति विद्यमान है। चतुर्थ श्रेणी के नगरों की संख्या 1951 में 621 थी जो 1991 में बढ़कर 1,135 हो गई। उन नगरों की कुल जनसंख्या 1951 में 84 लाख थी जो बढ़कर 1991 में 165 लाख हो गई। अतः यह वृद्धि मात्र 96 प्रतिशत रही। पंचम श्रेणी के नगरों की संख्या 1951 में 1,124 थी, जो 1991 में घटकर मात्र 725 रह गई। इन नगरों कुल जनसंख्या जो 80 लाख थी 1991 में 30 प्रतिशत गिरकर 55 लाख रह गई। इसी प्रकार 8वीं श्रेणी के नगरों की संख्या 1951 में 578 थी जो 1991 में घटकर मात्र 185 रह गई, जबकि इन नगरों की जनसंख्या 1951 की अपेक्षा 1991 में 19 लाख से गिरकर 6 लाख रह गई।

10 लाख से अधिक जनसंख्या वाले नगर

चारमीनार से हैदराबाद का एक दृश्य

1981 में 10 लाख से अधिक जनसंख्या वाले नगरों की संख्या 12 थी, जो 1991 में बढ़कर 23 और 2001 में 35 हो गई। इन शहरों की जनसंख्या जो 1951 में 421 लाख थी, वह 2001 में बढ़कर 1078 लाख हो गई। उल्लेखनीय है कि इन 35 बड़े शहरों की जनसंख्या कुल नगरीय जनसंख्या का लगभग 33 प्रतिशत है। 2001 की जनगणना के अनुसार - सबसे अधिक जनसंख्या वाला 33 प्रतिशत है। 2001 की जनगणना के अनुसार सबसे अधिक जनसंख्या वाला शहर वृहत्तर मुंबई है जिसकी जनसंख्या 2001 में 1 करोड़ 20 लाख थी। इसके बाद कोलकाता और दिल्ली का स्थान है जिनकी जनसंख्या 98 लाख तथा 45 लाख है। 1981 से 2001 के बीच इन 35 बड़े शहरों की जनसंख्या में

31.99 प्रतिशत की वृद्धि दर्ज की गई। जनसंख्या में सर्वाधिक वृद्धि दर 67 प्रतिशत हैदराबाद शहर की रही। इसके बाद क्रमशः लखनऊ (63 प्रतिशत), जयपुर (49 प्रतिशत), पुणे (47.4 प्रतिशत) तथा दिल्ली (46.2 प्रतिशत) का स्थान आता है।

2001 की जनगणना में 10 लाख से अधिक जनसंख्या वाले शहरों में जिन नये शहरों ने प्रवेश किया है, वे हैं – मेरठ, नासिक, जबलपुर, जमशेदपुर, आसनसोल, धनबाद, फरीदाबाद, इलाहाबाद, अमृतसर, विजयवाड़ा और राजकोट।

औद्योगिकीकरण नगरीकरण संबंध

यूरोप तथा संयुक्त राज्य अमरीका में औद्योगिक क्रांति के फलस्वरूप नगरों की संख्या में वृद्धि हुई है। मशीनों के अविष्कार के परिणामस्वरूप श्रमिक, शिल्पी और कारीगर बेकार हो गए। इन बेरोजगार श्रमिकों को नगर क्षेत्रों में रख लिया गया। इस प्रकार बड़े पैमाने पर उत्पादन, मशीनों के प्रयोग और औद्योगिक सभ्यता के विकास के परिणामस्वरूप नगरीकरण का सूत्रपात हुआ। भारत में यूरोप और संयुक्त राज्य अमरीका की तरह नगरीकरण की क्रिया नहीं हुई। भारत में नगरीकरण के निम्नलिखित कारण रहे-

शहरीकरण और क्षेत्रीय स्वरूप

भारत के अलग-अलग राज्यों पर यदि नगरीकरण के क्षेत्र में विकास की दृष्टि से विश्लेषण किया जाय तो यह स्पष्ट है कि विभिन्न राज्यों में नगरीकरण की मात्रा और गति एक जैसी नहीं थी। 1981 और 1991 के बीच जहां उत्तर प्रदेश, आंध्र प्रदेश, मध्य प्रदेश और राजस्थान जैसे आर्थिक दृष्टि से पिछड़े राज्यों में नगरीय जनसंख्या में वृद्धि दर राष्ट्रीय औसत से ऊपर थी, वहीं पंजाब, तमिलनाडु, गुजरात, कर्नाटक और पश्चिम बंगाल में नगरीय जनसंख्या में वृद्धि की दर राष्ट्रीय औसत से नीची रही। प्रति व्यक्ति अधिक आय वाले राज्यों में महाराष्ट्र और हरियाणा ऐसे राज्य हैं, जिनमें नगरीय जनसंख्या में वृद्धि दर राष्ट्रीय औसत से अधिक थी।

1951 से 1991 की अवधि में बिहार, मध्य प्रदेश और उड़ीसा में नगरीय जनसंख्या की वृद्धि दर प्रायः अधिक रही है, परंतु उड़ीसा और बिहार में 1981 से 1991 के बीच नगरीकरण की गति कुछ धीमी पड़ गई थी। उत्तर प्रदेश, आंध्र प्रदेश, राजस्थान में 1951-61 के दशक में नगरीय जनसंख्या में वृद्धि दर राष्ट्रीय औसत से नीचे थी, लेकिन बाद में इन राज्यों में नगरीकरण की प्रक्रिया तेज हो गई। पुराने औद्योगिक दृष्टि से विकसित राज्यों में 1951-61 के दशक में नगरीय जनसंख्या में वृद्धि दर ऊंची थी, लेकिन इसके बाद महाराष्ट्र को छोड़कर अन्य राज्यों में नगरीकरण की प्रक्रिया धीमी रही।

संदर्भ www.wikipedia.com

www.googal.com

नगरी निवेश संचनायल वर्षीक प्रति वेदन 2012, हिन्दूस्तान टाईम्स नईदिल्ली

वाणिज्य की नवीन प्रवृत्ति का औद्योगिक प्रभाव

डॉ.अशोक कुमार रोकशिया

सा.प्रा. वाणिज्य, शा. स्नातकोत्तर महाविद्यालय, पिपरिया

वाणिज्यवाद से अभिप्राय उस आर्थिक विचारधारा से है जो पश्चिमी यूरोप के देशों में विशेषकर फ्रांस, इंग्लैण्ड और जर्मनी में सोलहवीं और सत्रहवीं सदी में प्रसारित हुई थी और अठारहवीं सदी के मध्य तक इसका खूब विकास हुआ। वाणिज्यवाद की धारणा अंतर्राष्ट्रीय व्यापार और उससे प्राप्त धन से संबंधित है। इस वाणिज्यवाद के सिद्धांत के अनुसार कृषि और उसके उत्पादन की कुछ सीमा तक ही वृद्धि कर सकते हैं। कृषि आर्थिक दृष्टि से कुछ सीमा के बाद अनुत्पादक भी हो सकती है, पर उद्योगों, व्यवसायों और वाणिज्य व्यापार की वृद्धि और विस्तार की कोई सीमा नहीं है। औद्योगीकरण से और व्यापार की नियमित वृद्धि से देश सोना-चांदी प्राप्त कर समृद्ध और शक्तिशाली होगा। यह वाणिज्यवाद का मूल सिद्धांत है। वाणिज्यवाद में व्यापारी वर्ग, व्यवस्थित, सुनिश्चित और नियमित वाणिज्य-व्यापार और सोने-चांदी की प्राप्ति और संगठन पर अधिक बल दिया गया। “अधिक स्वर्ण प्राप्त कर अधिक बलशाली बनो” यह वाणिज्यवाद का नारा था। अधिक धन संग्रह से देश की आर्थिक शक्ति और सम्पन्नता बढ़ती है। इससे राजनीतिक लक्ष्य सरलता से प्राप्त किए जा सकते हैं। आंतरिक शान्ति और बाह्य आक्रमणों से सुरक्षा प्राप्त हो सकती है, इसलिए शासक, राजनीतिज्ञ, विचारक, अर्थशास्त्री, प्रशासक और व्यापारी वर्ग ने वाणिज्यवाद का समर्थन किया।

(1) सोने और चांदी का संचय - व्यापार-वाणिज्य से धन की वृद्धि होगी और यह धन सोने, चांदी, हीरे, जवाहरात, बहुमूल्य रत्न के रूप में प्राप्त कर उनका संग्रह करना चाहिए। ये सब न तो नाशवान हैं और न परिवर्तनशील। वे हर समय और हर अवसर पर प्रचुर सम्पत्ति ही रहते हैं। स्वर्ण, चांदी और रत्नों के भण्डार राजशक्ति के प्रतीक हैं। इस बढ़ते हुए धन से युद्ध सामग्री प्राप्त कर देश में आंतरिक शांति और बाह्य सुरक्षा प्राप्त की जा सकती है। इस प्रकार वाणिज्यवाद सुरक्षात्मक है।

(2) अंतर्राष्ट्रीय व्यापार - अंतर्राष्ट्रीय व्यापार वाणिज्यवाद का आधार है। देश में औद्योगीकरण कर देश के बढ़ते हुए उत्पादन की वस्तुओं का अन्य देशों को निर्यात करना। आवश्यक हुआ तो राज्य के कुछ विशिष्ट उद्योगों को संरक्षण देना चाहिए और विदेशी व्यापार को प्रोत्साहित करना चाहिए। अंतर्राष्ट्रीय व्यापार से धन प्राप्ति युद्धों में विजय का आधार है।

(3) अनुकूल और संतुलित व्यापार - व्यापार में पर्याप्त धन प्राप्त करने के लिए विदेशों को अत्याधिक मात्रा में व्यापारिक माल बेचे, पर विदेशों से अपने देश में न्यूनतम मात्रा में माल मंगाये। इसका अर्थ यह है कि देश न्यूनतम आयात करें और अधिकतम निर्यात करे। इससे देश को निर्यात करने में बहुमूल्य धातुएँ-स्वर्ण और चांदी-प्राप्त होगी और न्यूनतम आयात करने से विदेशों को बहुत कम धन बाहर भेजना पड़ेगा। इस सिद्धांत को अनुकूल और संतुलित व्यापार कहते हैं। आयात किए हुए माल और वस्तुओं की कीमतें निर्यात किये गये माल और वस्तुओं की कीमतों से

अधिक नहीं होना चाहिए। आयात और निर्यात में अनुकूल संतुलन होना चाहिए। इस प्रणाली को अपनाने से देश में अधिक उत्पादन होगा, अधिक मुद्रा प्रचलन में होगी, पूँजीवाद की प्रोत्साहन मिलेगा और देश आर्थिक दृष्टि से बलशाली होगा।

(4) औद्योगिक प्रतिबंध और व्यापारिक नियंत्रण - देश में उद्योग-व्यवसायों को राजकीय प्रोत्साहन देकर उनमें अधिकाधिक वृद्धि करने से कहीं अत्याधिक उत्पादन नहीं हो जाए। अत्याधिक उत्पादन से अनेक हानियाँ होती हैं, जैसे बेरोजगारी में वृद्धि, माल के उठाव का अभाव, भावों का गिरना, अर्थ-व्यवस्था का गड़बड़ना। इसलिए उत्पादन को राज्य कानूनों से नियंत्रित करना पड़ता है। निर्यात को बढ़ावा देने के लिए राज्य को विशेष प्रोत्साहन देना पड़ता है। इसी प्रकार आयात पर कर के रूप में नियंत्रण लगाना पड़ते हैं, जिससे कि माल अत्याधिक आयात नहीं हो जाए। किन्हीं विशेष कंपनियों को ही आयात करने की सुविधाएँ दी जाती हैं। इसे औद्योगिक प्रतिबंध और व्यापारिक नियंत्रण कहते हैं।

(5) नवीन व्यापारिक मण्डियाँ एवं उपनिवेश - देश से बाहर भेजी जाने वाली तैयार वस्तुओं की खपत के लिए विदेशों में व्यापारिक मंडियों को प्राप्त करना और वहाँ से देश के उद्योग-व्यवसायों के लिए कच्चा माल प्राप्त करना। ऐसी व्यापारिक मंडियाँ प्राप्त करने के लिए शक्तिशाली राज्यों ने विदेशों में अपने उपनिवेश बसाये जहाँ राज्य में बनी हुई वस्तुओं को सरलता से लाभप्रद दरों पर बेचा जा सकता था। इन्हीं उपनिवेशों के बाजारों से कच्चा माल भी सरलता से सस्ते दामों पर खरीद कर देश में आयात किया जा सकता था। सस्ते दामों पर कच्चा माल उपलब्ध हो जाने से देश के कल-कारखानों और उद्योगों में कम लागत पर अधिक उत्पादन होगा। इससे देश को अधिक आर्थिक लाभ होगा। इस प्रकार वाणिज्यवाद ने उपनिवेशवाद और साम्राज्यवाद का मार्ग प्रशस्त किया।

वाणिज्यवाद के उदय और विकास के कारण

(1) समुद्री यात्राएँ और भौगोलिक खोजें - कोलम्बस, वास्कोडिगामा, अमेरिगो, मेगलन, जान केबट जैसे साहसी नाविकों ने जोखिमभरी समुद्री यात्राएँ करके अनेक नये देशों की खोज की। वहाँ धीरे-धीरे नई वस्तियाँ बसायी गयीं। यूरोप के पश्चिमी देशों ने विशेषकर स्पेन, पुर्तगाल, हालैण्ड, फ्रांस और इंग्लैण्ड ने नये खोजे हुए देशों में अपने-अपने उपनिवेश और व्यापारिक नगर स्थापित किए। इन उपनिवेशों से चमड़ा, लोहा, रुई ऊन आदि कच्चा माल प्राप्त कर अपने देश में इनसे नवीन वस्तुएँ निर्मित कर उपनिवेशों को निर्यात के रूप में भेजी और बदले में वहाँ से प्रचुर मात्रा में स्वर्ण और चांदी प्राप्त की। इससे पूँजी का संचय हुआ, आयात-निर्यात बढ़ा और देश समृद्ध हुआ।

(2) पुनर्जागरण का प्रभाव - पुनर्जागरण ने यूरोप में नवीन वैज्ञानिक दृष्टिकोण के साथ-साथ मानवजीवन के प्रति अधिक अभिरुचि और आकांक्षाएँ उत्पन्न की। मानव जीवन को अधिक रुचिकर और सुख-सुविधा सम्पन्न बनाने की

प्रवृत्ति को प्रोत्साहन दिया गया। इससे भौतिकवाद की वृद्धि हुई। भौतिक सुख-सुविधाओं की पूर्ति के लिए पर्याप्त धन की माँग बढ़ी और यह बढ़ता हुआ धन वाणिज्य-व्यापार और उद्योग-धंधों से ही प्राप्त हो सकता था। इससे वाणिज्यवाद को प्रोत्साहन मिला।

(3) मुद्रा प्रचलन और बैंकिंग प्रणाली - विभिन्न व्यवसायों, उद्योग-धंधों और वाणिज्य-व्यापार बढ़ जाने से व्यवसाय और व्यापार प्रणालियों में संशोधन, सुधार और परिवर्तन हुए। वैज्ञानिक अन्वेषणों के आधारों पर उद्योग-धंधों में अधिकाधिक उत्पादन और व्यापार में वस्तुओं का अधिकाधिक क्रय-विक्रय होने लगा। इससे मुद्रा प्रचलन बढ़ा और आधुनिक बैंकिंग प्रणाली का प्रारंभ और विकास हुआ। बैंकों ने अपने जमा धन को अन्य व्यापारियों, व्यवसायियों और उद्योगपतियों को उसकी साख पर उधार दिया और उनके व्यापारिक वस्तुओं के क्रय-विक्रय संबंधी भुगतान को सरलता से किया। इससे वाणिज्यवाद को अधिकाधिक प्रोत्साहन मिला। धीरे-धीरे अधिकाधिक पूँजी को व्यापारियों को उपलब्ध कराने हेतु जाइंट स्टॉक कंपनियाँ स्थापित की गयीं और उनका विकास किया गया। इन जाइंट स्टॉक कंपनियों और बैंकों में अनेक लोगों की बचत का धन संचित हो रहा था। इस धन को बड़े-बड़े उद्योगों और विदेशी व्यापार में लगाया गया। विशाल पैमाने पर बड़े कारखाने स्थापित और विकसित हुए। इससे विशाल पैमाने पर वस्तुओं का उत्पादन बढ़ा, बड़ी मात्रा में वस्तुओं का वितरण और क्रय-विक्रय होने लगा। इससे देशी और विदेशी व्यापार तथा वाणिज्यवाद का एक नवीन युग प्रारंभ हुआ।

(4) नवोदित राष्ट्र राज्यों द्वारा प्रोत्साहन और संरक्षण - यूरोप में पंद्रहवीं और सोलहवीं सदी में राष्ट्रीय राज्यों का उदय और विकास हुआ। इन बलशाली राष्ट्रीय राजाओं ने देश में आंतरिक शांति स्थापित की और बाहरी आक्रमणों से देश को सुरक्षा प्रदान की। सुरक्षा और शांति के वातावरण में उद्योग-धंधे और देशी-विदेशी व्यापार बढ़ा और राष्ट्रीय राजाओं ने सोने-चांदी के आयात को प्रोत्साहित किया। इसी बीच व्यापारियों से कर के रूप में पर्याप्त धन प्राप्त हो जाने से राष्ट्रीय राजाओं ने युद्ध किये और अपने राज्य की सीमाओं का विस्तार किया तथा अन्य महाद्वीपों में अपने नये उपनिवेश स्थापित किए। उन्होंने उद्योगपतियों और व्यापारियों को प्रोत्साहित किया कि वे उपनिवेशों से व्यापार करके अपनी धन-सम्पत्ति बढ़ावें। फलतः उत्तरोत्तर बढ़ता हुआ व्यापार और देश की आर्थिक समृद्धि राष्ट्रीय राज्य की शक्ति बन गयी। इन परिस्थितियों में वाणिज्यवाद और पूँजीवाद खूब फले-फूले।

लगभग 250 वर्षों तक वाणिज्यवाद की विचारधारा का बाहुल्य यूरोप में रहा। वाणिज्यवाद की विचारधारा ने यूरोप के राष्ट्रों की आर्थिक नीति को ढाला। यूरोप में अंतर्राष्ट्रीय व्यापार का प्रारंभ वाणिज्यवाद से होता है। आर्थिक लाभ के लिए विभिन्न राष्ट्रों ने संतुलित आयात-निर्यात की नीति अपनायी। वाणिज्यवाद के कारण नवीन उद्योगों के माल को अधिकाधिक निर्यात कर विदेशों से बड़े पैमाने पर सोना-चांदी और धन प्राप्त किया गया। इस सिद्धांत को अपनाया गया कि वस्तुओं का अधिकाधिक निर्यात करना और आयात कम करना, जिससे देश अधिक समृद्ध हो

जाए। विदेशी माल की खरीद और आयात को निरुत्साहित किया गया। स्वदेशी उद्योगों को प्रोत्साहित करने हेतु उत्पादन में अधिकाधिक वृद्धि की गई। कच्चा माल प्राप्त करने और बने हुए माल की बिक्री और खपत के लिए नवीन उपनिवेशों की स्थापना की गई। इससे औपनिवेशिक साम्राज्य बने। वाणिज्यवाद की नीतियाँ और सिद्धांत अपनाने से यूरोप में इंग्लैण्ड, फ्रांस और जर्मनी जैसे महान शक्तिशाली राज्यों का निर्माण हो सका। शीघ्र ही इनका साम्राज्य यूरोप के बाहर महाद्वीपों में फैल गया।

(1) पूँजीवाद – वाणिज्यवाद ने उद्योग-धंधों के प्रसार से पूँजीवाद को जन्म दिया। इस पूँजीवाद से यूरोपीय समाज में दो वर्गों का उदय हुआ- प्रथम पूँजीपतियों और उद्योगपतियों का वर्ग जिसने उत्पादन के साधनों पर अपना एकाधिकार स्थापित कर लिया, और द्वितीय सर्वहारा वर्ग जिसके पास स्वयं के स्वामित्व के उत्पादन के साधन नहीं होने से अपने श्रम को सस्त दामों पर बेचना पड़ता था। इससे कालांतर में पूँजीपति और सर्वहारा वर्ग में कड़ा संघर्ष छिड़ गया, जिससे विद्रोह और क्रांतियाँ हुई तथा आर्थिक व्यवस्था डगमगा गयी।

(2) संकीर्ण राष्ट्रीयता – वाणिज्यवाद ने एक राष्ट्र को महत्व देकर उसकी समृद्धि के लिए दूसरे अन्य राष्ट्रों के शोषण का मार्ग प्रशस्त किया। एक राष्ट्र अधिक सशक्त और संपन्न हो गया और अन्य छोटे-छोटे देश शोषित होने से और गरीब हो गये। इस प्रकार संकीर्ण राष्ट्रीयता का मार्ग प्रशस्त हुआ।

(3) अन्तरराष्ट्रीय व्यापारिक और औपनिवेशिक स्पर्धा – वाणिज्यवाद ने विभिन्न देशों में मधुर मैत्रीपूर्ण अंतर्राष्ट्रीय संबंधों के स्थान पर अंतर्राष्ट्रीय व्यापारिक और औपनिवेशिक प्रतिस्पर्धा को जन्म दिया, इससे विध्वंसकारी युद्ध हुए।

(4) सोने-चांदी के संचय की निरर्थकता – वाणिज्यवाद ने सोना-चांदी प्राप्त कर उसके संचय पर अधिक महत्व दिया। फलतः जिस वर्ग के पास स्वर्ण और चांदी संचित होते गये वह अपार धन सम्पत्ति के आधार पर अनैतिक, विलासी और भ्रष्ट हो गया। समाज में नैतिक मूल्य समाप्त हो गए। उद्योग धंधों के विकास होने पर यह तथ्य सामने आया कि किसी देश में सोने-चांदी के भण्डार की अपेक्षा लोहा, इस्पात, कोयला, खनिज तेल आदि अधिक मूल्यवान हैं। इनके समुचित दोहन से राष्ट्र अधिक समृद्ध और शक्तिशाली होगा। इस सिद्धांत ने सोने-चांदी के भण्डार को निरर्थक कर दिया।

(5) कृषि की उपेक्षा – वाणिज्यवाद के समर्थकों ने उद्योग-धंधों और व्यवसायों के अधिकतम विकास पर बल दिया। इससे कृषि का क्षेत्र अविकसित और पिछड़ा रह गया। किसी भी देश की आर्थिक समृद्धि के लिए कृषि और उद्योग-धंधों का संतुलित विकास होना चाहिए।

(6) लोक कल्याण का अभाव – वाणिज्यवाद ने राजनीतिक क्षेत्र में राज्य और शासक और आर्थिक क्षेत्र में उद्योग-धंधों और व्यापार को अधिक महत्व दिया। सर्वहारा वर्ग या दरिद्र जनता या आर्थिक रूप से पिछड़े वर्ग के हित में, लोक कल्याण में कोई अभिरुचि नहीं ली, इसके लिए कोई योजना या सिद्धांत नहीं थे। वाणिज्यवाद में गरीबों,

शिल्पियों, श्रमिकों का शोषण हुआ।

(7) राजसत्ता और राजभक्ति में वृद्धि - वाणिज्यवाद के समर्थकों, व्यापारियों और उद्योगपतियों ने शक्तिशाली राज्य का समर्थन किया क्योंकि उनके हित संवर्धन के लिए सशक्त राजा ही आंतरिक शांति और बाह्य सुरक्षा प्रदान कर सकता था। कालांतर में देश में धन की प्रचुरता और समृद्धि से बलशाली राजा निरंकुश स्वेच्छाचारी शासक हो गये। राजाओं और शासकों ने अपनी शक्तियों अधिकारों का दुरुपयोग किया। कालांतर में उनकी निरंकुशता के विरुद्ध विद्रोह हुए। उपरोक्त कारणों से वाणिज्यवाद के विरुद्ध तीव्र असंतोष फैलने लगा और 19वीं सदी में परिवर्तित परिस्थितियों में इसके सिद्धांतों का विरोध हुआ। इन्हीं कारणों से वाणिज्यवाद का ह्रास हो गया।

भूत काल में, भारत भी वाणिज्य संबंधी कार्यों में बहुत प्रसिद्धि प्राप्त कर चुका है। प्राचीन आर्यों की आर्थिक व्यवस्था का पता वैदिक साहित्य से लगता है। वैदिक काल से ही द्रविड़ तथा आर्य लोगों ने मिस्र, असीरिया और बैबिलोन से व्यापारिक एवं सांस्कृतिक संबंध स्थापित किए। ईसामसीह के सैकड़ों वर्ष पूर्व से ही भारत में शिल्प और वाणिज्य का सर्वांगीण विकास हुआ। वणिकों के संघों का उल्लेख उस समय के साहित्य में मिलता है। उस समय के विदेशी यात्रियों ने यहाँ के उन्नत उद्योग धंधे और वाणिज्य की बड़ी प्रशंसा की है। भारत के करीब तीन हजार वर्षों तक समुद्र पर अपना प्रभुत्व जारी रखा और अपने व्यापार और वाणिज्य की खूब उन्नति की। वह सैकड़ों वर्षों तक संसार का नेता और वाणिज्य का केंद्र बना रहा। उस काल में भारतवासियों ने वाणिज्य में अपने लाभ के साथ ही साथ दूसरों को लाभ पहुँचाने का हमेशा ध्यान रखा है।

मुगल काल में भी भारत के गृह उद्योग उन्नत दशा में थे और एशिया, यूरोप और अफ्रीका के अनेक देशों में यहाँ से तैयार माल जाता था। संसार के कई देश तो केवल भारत के वस्त्रों पर ही निर्भर रहते थे। सूती, रेशमी तथा ऊनी वस्त्र तैयार करनेवाले भारतीय कारीगरों का कौशल संसार में दूर दूर तक फैल गया था। वस्त्रों के अतिरिक्त मोती, मूँगा, हाथीदाँत, मसाले, सुगांधित द्रव्य इत्यादि का भी खूब रोजगार होता था।

भारत से वाणिज्य द्वारा लाभ उठाने की इच्छा से ही यूरोपवासियों ने भारत में पदार्पण किया और उसके व्यापार पर कब्जा करने का प्रयत्न किया। अंग्रेजों ने धीरे धीरे संपूर्ण भारत पर अपना राजनीतिक प्रभुत्व जमा लिया। इन अंग्रेजों के समय में भारत के गृह उद्योग धंधे नष्ट कर दिए गए और देशी जहाजी बेड़े का भी अंत हो गया। भारत के वाणिज्य पर अंग्रेजों का प्रभुत्व होने से भारतवासियों की आर्थिक दशा दयनीय हो गई। स्वतंत्रता प्राप्त करने के बाद भारत को संसार में एक बार फिर से वाणिज्य का प्रधान केंद्र बनाने के प्रयास किए जाने लगे।

औद्योगिक विकास की भूमिका राष्ट्रीय विकास में महत्वपूर्ण निर्णायक तत्व है। इसके माध्यम से मुख्यतः संरचनात्मक विविधता, आधुनिकता तथा स्वनिर्भरता के उद्देश्यों की पूर्ति सम्भव होती है। वर्तमान औद्योगिक युग में विश्व का प्रत्येक विकसित एवं विकासशील राष्ट्र अपना अधिकाधिक औद्योगीकरण करने हेतु प्रयत्नशील है।

औद्योगिक विकास आर्थिक विकास का एक मुख्य अंग है, जिसका उद्देश्य उत्पादन के साधनों की कुशलता में वृद्धि द्वारा जीवन स्तर को ऊँचा उठाना है। औद्योगिक विकास के बिना ना तो किसी राष्ट्र केवासियों का जीवन स्तर ऊँचा उठ सकता है और न ही ऐसा राष्ट्र अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर अपनी भूमिका का सन्तुलित निर्वाह कर सकता है। इस प्रकार औद्योगिक विकास एक युग धर्म बन चुका है।

नवगठित छत्तीसगढ़ राज्य, जो खनिज संसाधन सम्पन्न राज्य है, में औद्योगीकरण की यह प्रक्रिया आगे बढ़ रही है। उद्योग धंधों का दिनोंदिन विस्तार हो रहा है तथा प्रदेश की अर्थव्यवस्था कृषि आधारित उद्योगों से खनिज आधारित उद्योगों की ओर उन्मुख हो रही है। प्रदेश में फैली अनन्त भूगर्भ सम्पदा आर्थिक कायाकल्प एवं सामाजिक आर्थिक विकास का एक प्रमुख साधन है। क्षेत्र विशेष की आर्थिक प्रगति उस क्षेत्र में उपलब्ध प्राकृतिक स्रोतों के पूर्ण दोहन पर निर्भर करती है। कृषि प्रधान एवं आदिवासी बाहुल्य इस क्षेत्र में लौह, खनिज, चूना-पत्थर एवं कोयले के विशाल भण्डार उपलब्ध हैं। खनिज एवं वनोपज सम्पदा से सम्पन्न इस प्रदेश में औद्योगिक विकास की अपार सम्भावनाएँ विद्यमान हैं।

औद्योगिक विकास तथा पर्यावरण प्रदूषण में सीधा सम्बन्ध है। औद्योगिक प्रदूषण में जल, वायु तथा मृदा प्रदूषण विशेष उल्लेखनीय हैं। औद्योगिक नगरों में प्रदूषण संक्रामक रोगों का आधार बनता जा रहा है। औद्योगिक इकाइयों से निकलने वाली विषैली गैसों, अपशिष्ट पदार्थ एवं प्रदूषित जल, मृदा, वायु एवं जल को मानवीय जीवन की आवश्यकताओं के लिये अनुपयुक्त बनाते जा रहे हैं, जिनका दुष्प्रभाव मानवीय स्वास्थ्य पर पड़ता है। कारखानों तथा ताप विद्युत इकाइयों से निकलने वाली कार्बन डाइऑक्साइड गैस वायुमण्डल के तापमान को बढ़ाती जा रही है, जो जैव जगत के लिये संकट की सूचना है।

संदर्भ :

Mutual Fund & Insurance Advisor : JINENDRA KUMAR PORWAL (हिन्दी एवं अंग्रेजी में लेख)

कारपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (कारपोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व पर विश्व की सर्वप्रथम हिन्दी वेबसाइट)

माध्यमिक स्तर के शिक्षकों में पर्यावरणीय जागरूकता एवं अभिव्यक्ति का अध्ययन

डॉ. प्रशान्त डबराल

एच.ओ.डी. पी.बी.जी.एम. कालेज,

पर्यावरण शिक्षा यह सिखाने के सुनियोजित प्रयास की ओर संकेत करती है कि किस प्रकार मनुष्य चिरस्थायी अस्तित्व के लिए स्वाभाविक वातावरण की क्रियाओं और, विशेषतः अपने व्यवहार और पारिस्थितिक तंत्र में सामंजस्य स्थापित कर सकता है। इस शब्द का प्रयोग प्रायः विद्यालय प्रणाली के अंतर्गत, प्राथमिक से लेकर माध्यमिक शिक्षा के बाद तक दी जाने वाली शिक्षा की ओर संकेत करने के लिए किया जाता है। हालांकि, कभी कभी अधिक व्यापक रूप में इसका प्रयोग आम जनता और अन्य दर्शकों को शिक्षित करने के समस्त प्रयासों के लिए किया जाता है, जिसमें मुद्रित सामग्री, वेबसाइट्स, मीडिया अभियान आदि शामिल होते हैं। इससे सम्बंधित क्षेत्रों में बाह्य शिक्षा और अनुभवात्मक शिक्षा शामिल हैं।

पर्यावरण शिक्षा अधिगम की एक प्रक्रिया है जो पर्यावरण व इससे जुड़ी चुनौतियों के सम्बन्ध में लोगों की जानकारी और जागरूकता को बढ़ाती हैं, चुनौतियों का सामना करने के लिए आवश्यक कुशलताओं व प्रवीणता को विकसित करती हैं और सुविज्ञ निर्णय तथा ज़िम्मेदारी पूर्ण कदम बढ़ाने के लिए इस ओर प्रवृत्ति, प्रेरणा व प्रतिबद्धता का प्रोत्साहन

पर्यावरण शिक्षा की जड़ें 18वीं शताब्दी जैसे प्रारंभिक समय में पायी जा सकती हैं जब जीन-जैक्स रूसो ने ऐसी शिक्षा के महत्व पर जोर दिया था जो Emile: or, On Education[1] में पर्यावरण के महत्व पर केन्द्रित हो। कई दशकों बाद, लुईस अगसिज़ जो एक स्विस में जन्मे प्रकृतिवादी थे, उन्होंने भी छात्रों को कृतिताओं का नहीं, प्रकृति का अध्ययन करने के लिए प्रेरित किया और रूसो के दर्शन का समर्थन किया। [1] इन दोनों प्रभावशील विद्वानों ने एक सुदृढ़ पर्यावरण शिक्षा कार्यक्रम की नींव डालने में सहायता की, जो प्रकृति अध्ययन के नाम से जाना जाता है, यह 20 वीं शताब्दी के उत्तरार्ध व 19 वीं शताब्दी के पूर्वार्ध के दौरान की घटना है।

प्रकृति अध्ययन के आन्दोलन में छात्रों को प्रकृति की प्रशंसा व प्राकृतिक जगत के अंगीकरण की भावना के विकास में सहायता के लिए पौराणिक कथाओं व नैतिक शिक्षा का उपयोग किया जाता था। [2] कॉर्नेल विश्वविद्यालय में प्रकृति अध्ययन विभाग की विभागाध्यक्ष ऐना बोट्सफोर्ड कौमस्टॉक, प्रकृति अध्ययन आन्दोलन में एक प्रसिद्ध हस्ती थीं और उन्होंने 1911 में हैडबुक फॉर नेचर स्टडी नामक किताब लिखी, जिसमें सांस्कृतिक मान्यताओं के

सम्बन्ध में बच्चों को शिक्षित करने के लिए प्रकृति का उपयोग किया जाता है। [3] कॉर्नस्टॉक और आन्दोलन के अन्य नेताओं, जैसे कि लिबर्टी हाइड बैले ने सामुदायिक नेताओं, अध्यापकों और वैज्ञानिकों द्वारा आश्चर्यजनक समर्थन एकत्र करने में प्रकृति अध्ययन की सहायता की और पूरे संयुक्त राज्य में बच्चों का विज्ञान का पाठ्यक्रम भी परिवर्तित कर दिया।

1920 व 1930 के दशक के दौरान ग्रेट डिप्रेषन और डस्ट बाउल के फलस्वरूप एक नए प्रकार की पर्यावरणीय शिक्षा, संरक्षण शिक्षा उद्भवित हुई. कंजर्वेशन एजुकेशन प्रकृति अध्ययन की तुलना में एक अत्यंत भिन्न तरीके से प्राकृतिक संसार को संबोधित करती है क्योंकि यह स्वाभाविक इतिहास के स्थान पर कठोर वैज्ञानिक प्रशिक्षण पर केन्द्रित है। [4] संरक्षण शिक्षा एक प्रमुख प्रबंधन व योजना उपकरण था जो इस काल के दौरान सामाजिक, आर्थिक और पर्यावरणीय समस्याओं के समाधान में सहायता करता था।

आधुनिक पर्यावरणीय शिक्षा आन्दोलन जिसने 1960 के दशक के अंतिम और 1970 के प्रारंभिक वर्षों में स्पष्ट वेग प्राप्त किया, वह प्रकृति अध्ययन और संरक्षण शिक्षा से ही निकला है। इस काल के दौरान, कई घटनाओं – जैसे नागरिक अधिकार, वियतनाम युद्ध और शीत युद्ध – ने अमेरिकी लोगों को एक दूसरे व यू.एस. सरकार के विरुद्ध कर दिया. हालाँकि, अधिकांशतः लोग विकिरण विस्फोट से डरने लगे, रैचल कार्सन की साइलेंट स्प्रिंग में उल्लेखित रासायनिक कीटनाशक और वायु प्रदूषण व अपशिष्ट की अधिक मात्रा, अपने स्वास्थ्य और स्वाभाविक पर्यावरण के स्वास्थ्य के प्रति लोगों की चिंता ने एक एकीकृत तथ्य का मार्ग प्रशस्त किया जिसे पर्यावरणवाद के नाम से जाना जाता है।

एक नए आन्दोलन के रूप में पर्यावरण शिक्षा के बारे में पहला लेख 1969 में फी डेल्टा कम्पन में प्रकाशित हुआ जिसके लेखक जेम्स ए. स्वान थे। [5] पर्यावरण शिक्षा की एक परिभाषा सबसे पहले मार्च 1970 में एजुकेशन डायजेस्ट में प्रकाशित हुई जिसे विलियम स्टाप [6] ने लिखा था, बाद में स्टाप उनेस्को के पर्यावरणीय शिक्षा के प्रथम निदेशक बने और फिर ग्लोबल इंटरनैशनल नेटवर्क के.

अंततः, 22 अप्रैल 1970 को मनाये गए प्रथम पृथ्वी दिवस (अर्थ डे) – पर्यावरणीय समस्याओं के विषय में एल राष्ट्रीय शिक्षा – ने आधुनिक पर्यावरण शिक्षा के लिए मार्ग प्रशस्त किया। उसी वर्ष बाद में, राष्ट्रपति निक्सन ने पर्यावरणीय शिक्षा अधिनियम को स्वीकृति दे दी, जिसका उद्देश्य च-12 विद्यालयों में पर्यावरणीय शिक्षा को सम्मिलित करना था। [7] इसके बाद, 1971 में, द नैशनल एसोशियेशन फॉर एंवयामेंटल एजुकेशन (जिसे नॉर्थ अमेरिकन एसोशियेशन फॉर एंवयामेंटल एजुकेशन के नाम से जाना जाता है) का निर्माण हुआ जिससे पर्यावरण शिक्षा कार्यक्रम को प्रोत्साहित किया जा सके और अध्यापकों को संसाधन उपलब्ध कराने के द्वारा पर्यावरण साक्षरता में सुधार किया जा सके.

अंतर्राष्ट्रीय रूप से, पर्यावरण शिक्षा को मान्यता तब मिली जब 1972 में स्टॉकहोम, स्वीडेन में मानव पर्यावरण पर आयोजित यू.एन. कॉन्फ्रेंस ने पर्यावरणीय शिक्षा को वैश्विक पर्यावरणीय समस्याओं से निपटने के लिए एक आवश्यक उपकरण घोषित कर दिया. द युनाइटेड नेशंस एजुकेशन साइंटिफिक एंड कल्चरल ऑर्गेनाइज़ेशन (हेश्वस्त्रह) और युनाइटेड नेशंस एन्वायरमेंट प्रोग्रैम (हेश्वक्क) ने तीन प्रमुख घोषणायें की जिन्होंने पर्यावरणीय शिक्षा के प्रवाह का मार्ग निर्देशन किया।

उद्देश्य

औपचारिक शिक्षा के क्षेत्र में शैक्षणिक/शिक्षण सामग्री और सहायता का विकास करना।

लोगों के बीच सभी स्तरों पर जागरूकता का प्रचार करने वाले गैर-सरकारी संगठनों, जन मीडिया और अन्य संबंधित संगठनों को प्रोत्साहित करना।

मौजूदा शैक्षणिक/वैज्ञानिक/अनुसंधान संस्थानों के माध्यम से पर्यावरण संबंधी शिक्षा का प्रचार करना।

पर्यावरण संबंधी शिक्षा में प्रशिक्षण और मानवशक्ति का विकास सुनिश्चित करना और पर्यावरण के परिरक्षण और संरक्षण के लिए लोगों को जागरूक बनाना।

परिचय

पर्यावरण शिक्षा को अधिकांश पारंपरिक च-12 पाठ्यक्रम में एक अतिरिक्त या वैकल्पिक विषय माना जाता है। प्रारंभिक विद्यालय के स्तर पर पर्यावरण शिक्षा विज्ञान संवर्धन पाठ्यक्रम, प्राकृतिक ऐतिहासिक स्थलों का भ्रमण, सामुदायिक सेवा शिविर और बाह्य विज्ञान विद्यालयों के रूप ले सकती है। ईई (श्वश्व) की नियमावली, विद्यालय और संगठनों को उन पर्यावरण शिक्षा कार्यक्रम के सुधार और विकास में मदद करती है जो नागरिकों को पर्यावरण के सम्बन्ध में गहन जानकारी प्रदान करते हैं। विद्यालय सम्बन्धी ईई (श्वश्व) नियमावली तीन मुख्य घटकों पर केन्द्रित होती है- पाठ्यक्रम, ग्रीन सुविधाएँ और प्रशिक्षण.

विद्यालय ईई (श्वश्व) नियमावली के पर्याप्त सहायता कोष द्वारा पर्यावरण शिक्षा को अपने पाठ्यक्रम में एकीकृत कर सकते हैं। अधिगम का यह माध्यम- जो पर्यावरण को एकीकरण के सन्दर्भ में प्रयोग करने के लिए जाना जाता है - पर्यावरण शिक्षा को मूलभूत विषयों में सम्मिलित करता है और इस प्रकार पर्यावरण शिक्षा अन्य प्रमुख विषयों के अध्ययन के समय में व्यवधान नहीं डालती, जैसे कि कला, व्यायाम या संगीत.[9] कक्षा में पर्यावरण शिक्षा के पाठ्यक्रम के लिए आर्थिक सहायता के अतिरिक्त, पर्यावरण शिक्षा की नियमावली व्यावहारिक बाह्य अधिगम के लिए आर्थिक संसाधन भी आवंटित करती है। यह गतिविधियाँ और शिक्षा स्वाभाविक न्यून विकार, का सामना करने और उसे कम करने में सहायता करती हैं और साथ ही साथ और अधिक स्वस्थ जीवन शैली को प्रोत्साहित करती हैं।

हरित विद्यालय या हरित सुविधा का प्रचार, पर्यावरण शिक्षा के अन्य मुख्य घटक हैं। विद्यालयों के हरितकरण की सुविधा की औसत लागत, एक पारंपरिक विद्यालय के निर्माण की लागत और लागत के 2 प्रतिशत के योग से कुछ ही कम होती है, लेकिन इन ऊर्जा दक्ष ईमारतों से मिलने वाला प्रतिफल कुछ ही वर्षों में प्राप्त होने लगता है। [10] पर्यावरण शिक्षा नीतियाँ विद्यालय के हरितकरण में आने वाली प्रारंभिक लागत की अपेक्षाकृत छोटी समस्याओं को कम करने में सहायता करती हैं। हरित विद्यालय नीतियाँ आधुनिकीकरण, नवीनीकरण या विद्यालय की प्राचीन सुविधाओं की मरम्मत के लिए अनुदान भी प्रदान करती हैं। इसके अतिरिक्त, स्वास्थ्य की दृष्टि से अच्छे भोजन का विकल्प भी हरित विद्यालयों का प्रमुख पहलू होता है। नीतियाँ विशेषकर ताज़ा बनाया खाना खिलाने पर विशेष ध्यान देती हैं, जोकि विद्यालय के अन्दर स्थानीय रूप से उगायी गयी उच्च गुणवत्ता युक्त सामग्रियों से बना हो।

पर्यावरण शिक्षा कक्षा की पाठ-योजना तक ही प्रतिबंधित नहीं है। अनेकों ऐसे तरीके हैं जिनके द्वारा बच्चों को उस वातावरण के बारे में शिक्षा दी जा सकती है जिसमें वह रह रहे हैं। विद्यालय के आँगन में अनुभव पर आधारित शिक्षा व राष्ट्रीय उद्यानों के प्रत्यक्ष भ्रमण से लेकर विद्यालय के बाद हरित क्लबों और विद्यालय स्तर की चिरस्थायी परियोजनाओं तक, पर्यावरण एक ऐसा विषय है जो सुलभतापूर्वक और तत्परता से गमनीय है। इसके आलावा, पृथ्वी दिवस को मनाया जाना या ईई (श्वश्व) सप्ताह में भाग लेना (जो नैशनल एन्वायरमेंट एजुकेशन प्रोग्राम द्वारा चलाया जाता है), पर्यावरण शिक्षा के प्रति अपनी शिक्षा को समर्पित करने का एक बहुत ही अच्छा तरीका है। सर्वाधिक असरदार होने के लिए, एक समग्र माध्यम का प्रोत्साहन करना होगा जिसमें उदाहरणों की मुख्य भूमिका हो, जिसके अंतर्गत कक्षा और विद्यालय के मैदान में दीर्घकालिक अभ्यासों का आयोजन होगा और अभिभावकों और विद्यार्थियों को पर्यावरण शिक्षा को अपने घर तक ले जाने के लिए प्रोत्साहित किया जायेगा।

पर्यावरण-अध्ययन परिवेश के सामाजिक और भौतिक घटकों की अन्तःक्रियाओं का अध्ययन है। वास्तव में ये घटक मिलकर ही हमारे सम्पूर्ण परिवेश का निर्माण करते हैं। अतः जब हम अपने परिवेश, अर्थात् ईर्द-गिर्द उपस्थित उपरोक्त सामाजिक और भौतिक घटकों को समझने का प्रयास करते हैं तो वही पर्यावरण-अध्ययन कहलाता है। सामाजिक घटकों में संस्कृति (भाषा, मूल्य, दर्शन) तथा भौतिक/प्राकृतिक घटकों में हवा, पानी, मिट्टी, धूप, पशु-पक्षी, खनिज, जंगल/वनस्पति आदि शामिल हैं। इस दृष्टि से पर्यावरण-अध्ययन में हम एक ओर तो मानव और इसके द्वारा निर्मित समाज एवं सामाजिक क्रियाकलापों का अध्ययन करते हैं, और दूसरी ओर प्रकृति एवं उसकी कार्य-प्रणाली के पीछे के नियमों का अध्ययन किया जाता है।

पर्यावरण-अध्ययन कोई एक विषय-क्षेत्र नहीं है, बल्कि विभिन्न विषय-क्षेत्रों का एक समूह है। यह तो हम जानते हैं कि हमारे परिवेश में मुख्यतः दो प्रकार के घटक हैं - प्राकृतिक एवं सामाजिक। इनका अध्ययन क्रमशः विज्ञान एवं सामाजिक विज्ञान के अन्तर्गत किया जाता है। इसके अतिरिक्त अपने परिवेश की सार्थक समझ बनाने हेतु हमें इतिहास

बोध एवं भौगोलिक समझ की भी आवश्यकता होती है। अतः पर्यावरण-अध्ययन में इतिहास और भूगोल भी शामिल हैं। इस प्रकार सीखने के जिस क्षेत्र को हम “पर्यावरण-अध्ययन” कहते हैं, उसमें विज्ञान, सामाजिक अध्ययन, इतिहास एवं भूगोल समाहित होते हैं। इन क्षेत्रों की पद्धतियों एवं सामग्री में पर्याप्त भिन्नताएँ हैं। बच्चों के लिए चाहे इन भिन्नताओं को रेखांकित न करें लेकिन शिक्षक को तो ये भिन्नताएँ ध्यान में रखनी होंगी। क्योंकि इसका सीधा असर सिखाने के तौर-तरीकों पर पड़ता है।

यदि शिक्षा का उद्देश्य समझ का विकास है तो प्राथमिक शिक्षा में हम उस विकास की आधारभूमि ही तैयार कर सकते हैं। और यदि पर्यावरण-अध्ययन वह क्षेत्र है जो उपरोक्त विषयों को समाहित करता है, तो पर्यावरण-अध्ययन का शिक्षाक्रम इन सभी क्षेत्रों में वह आधारभूमि तैयार करने में समर्थ होना चाहिए और यही पर्यावरण-अध्ययन की जटिलता/समस्या है। ये विषय-क्षेत्र (विज्ञान, सामाजिक विज्ञान, भूगोल एवं इतिहास) विभिन्न प्रकार की क्षमताओं की मांग करते हैं। इन विभिन्न मांगों को एक सूत्र में पिरोना कठिन जान पड़ता है। अतः शिक्षाक्रम निर्माता जानकारियों की सूची (जो बच्चों को पढ़ाना है) बनाकर छूट जाना चाहते हैं।

जानकारी के ढेर को हर विद्यार्थी एक सुव्यवस्थित और परस्पर सम्बन्धित ज्ञान के ढाँचे (Body of Knowledge) के रूप में व्यवस्थित नहीं कर पाता। अतः शिक्षक तथा विद्यार्थी दोनों का ध्यान केवल जानकारी एकत्र करने पर अटक जाता है। वे उसी को उद्देश्य समझने लगते हैं। लेकिन परस्पर असम्बद्ध जानकारी न तो व्यक्ति को निर्णय लेने में मदद करती है, न ही वह आगे विकास की आधारभूमि तैयार करती है।

पर यदि एक बार हम समझ-बूझकर स्वीकार कर लें कि हमारा उद्देश्य केवल जानकारी हस्तान्तरण नहीं है, बल्कि उन मूल क्षमताओं का विकास करना है जो जानकारी एकत्र करने, ज्ञान के सृजन और उसके व्यावहारिक उपयोग को सम्भव बनाती हैं, तो इसके लिए रास्ते ढूँढना असम्भव नहीं है।

हमें लगता है कि पर्यावरण-अध्ययन के सभी घटक विषयों के साथ न्याय कर सकने वाला ढाँचा (framework) बन सकता है। इस ढाँचे के केन्द्र में अध्ययन की वैज्ञानिक प्रक्रिया को तथा उस से सम्बन्धित क्षमताओं को रखना होगा। मगर सांस्कृतिक पक्ष की समझ की बात पूरी तरह से वैज्ञानिक प्रक्रिया में नहीं आएगी। इतिहास बोध एवं भौगोलिक समझ के लिए भी इस ढाँचे में स्थान बनाना होगा। इन सबसे मिला कर वह बौद्धिक उपकरण बन जाएगा जिसका उपयोग परिवेश के सार्थक अध्ययन के लिए किया जा सकेगा। उल्लेखनीय है कि इस बौद्धिक उपकरण के विकास एवं आगे सतत् उपयोग से सम्बन्धित रूझानों/अभिवृत्तियों को उक्त ढाँचे में स्थान देना होगा।

निश्चय ही ये उद्देश्य बहुत संक्षेप में और अमूर्त स्तर पर हैं, लेकिन ये पर्यावरण-अध्ययन में शिक्षण विधि को एक दिशा दे सकते हैं।

बच्चा जब प्राथमिक विद्यालय में आता है तब न तो वह एक खाली बर्तन (empty vessel) और न ही कोरी स्लेट (plain slate) होता है। बल्कि वह अपने साथ ज्ञान की एक पोटली लेकर आता है। उस पोटली में उसका वह सारा ज्ञान होता है जो उसने विद्यालय में आने से पहले अपने परिवेश में रह कर अपनी जिज्ञासावश प्राप्त किया होता है। इस पोटली में उसके खेल, सवाल, चोट के अनुभव, खाने के स्वाद, भ्रम, भ्रान्तियाँ, अभिवृत्तियाँ, दुःखी-सुखी पलों के अनुभव, प्राकृतिक-सामाजिक परिघटनाओं की अपनी व्याख्याएँ होती हैं। इस पूरे ज्ञान की संरचना उसके मस्तिष्क में होती है। सीखने-सिखाने में इस संरचना (अर्थात् बच्चे पहले से जो जानते हैं) का अत्यधिक महत्व है। नया कुछ सिखाने में हमें इस संरचना को ही पुनर्व्यवस्थित (restructure) करना होता है। उदाहरण के तौर पर, यदि हमें “वाहन” की अवधारणा बच्चों को सिखाना है तो हमें पहले यह जानना होगा कि वे किन-किन वाहनों के बारे में जानते हैं। जैसे ऊँट-गाड़ी, बैलगाड़ी, साईकिल, बस आदि। बच्चों के इस ज्ञान से जोड़ते हुए हम “वाहन” की अवधारणा उन्हें आगे समझा सकते हैं। अतः किसी भी नई अवधारणा का परिचय बच्चों के पूर्व ज्ञान से जोड़ कर किया जाना चाहिए।

बच्चों के मन में उन के परिवेश में घटने वाली विभिन्न परिघटनाओं (phenomena) को लेकर विभिन्न भ्रम, भ्रान्तियाँ तथा असंगत व्याख्याएँ भी हो सकती हैं। उदाहरणार्थ - भूकम्प इसलिए आता है, क्योंकि पृथ्वी को एक बैल ने अपने सींग पर उठा रखा है और जब वह पृथ्वी को अपने एक सींग से दूसरे सींग पर पलटता है तो पृथ्वी के हिलने से भूकम्प आता है। यह धारणा भूकम्प की व्याख्या के लिये उपयुक्त नहीं है। यहाँ बच्चे को इस अनुपयुक्त धारणा से निकालने का तरीका यह है कि इस धारणा के प्रति बच्चे में एक असन्तोष पैदा हो। असन्तोष कैसे पैदा होगा? सवाल पूछने से। शिक्षक इस बच्चे से सवाल पूछ सकता है कि क्या इतना विशाल बैल हो सकता है जो पृथ्वी को अपने सींग पर उठा ले? यहाँ अनेक सम्भावनाएँ हैं - मानो वह कहता है कि हाँ, हो सकता है। तो उससे अन्य एक सवाल पूछा जा सकता है कि अच्छा बताओ, वह बैल कहाँ खड़ा है? यहाँ पूरी सम्भावना है कि बच्चा सोचने पर मजबूर हो जाएगा कि उसकी धारणा में कहीं तो गड़बड़ है। अब बच्चे की वह भावभूमि बन गई होगी जहाँ वह भूकम्प के बारे में और अधिक जानने-समझने को तत्पर होगा। यहाँ से आगे शिक्षक कई तरीके अपना सकता है - कुछ पढ़कर पता करना, सीधा बताना एवं समझाना। समस्या भूकम्प जितनी जटिल न हो तो बच्चों को ऐसे अनुभव देने चाहिए कि वह स्वयं दूसरी बेहतर परिकल्पना बना सके।

यहाँ एक अन्य बात भी महत्वपूर्ण है - बच्चों को यह अहसास कराना होगा कि उनके मन में जो विभिन्न प्रश्न उठते हैं और जिनके उत्तर भी वे अपने तर्क के अनुसार अपने मन में सोचते हैं, इन उत्तरों/विचारों का सत्यापन सम्भव है। यह सत्यापन करना कि वे गलत हैं या सही, उनके वश में है। ऐसा सोचने के लिए शिक्षक को उन्हें प्रोत्साहित करना होगा। बार-बार सत्यापन प्रक्रियाओं से गुजरने का मौका देना होगा। उदाहरणार्थ, “हमारे चारों तरफ वायु है” - यह

दावा सही है या गलत, इसके लिए ब%चों से विभिन्न प्रयोग करवाएँ और इसके आधार पर स्वयं निष्कर्ष निकालने दें।

पर्यावरण-अध्ययन के शिक्षण में अपने विचारों और परिकल्पनाओं को दूसरों के सामने रख कर उनकी विवेचना होना बहुत जरूरी है। अतः कक्षा में संवाद एवं विचार-विमर्श का माहौल बनाए रखना चाहिए।

संदर्भ :

Constructs such as *ibid.* and *loc. cit.* are discouraged by Wikipedia's style guide for footnotes, as they are easily broken. Please improve this article by replacing them with named references (quick guide), or an abbreviated title.

दिगन्तर, खेलकूद एवं शिक्षा समिति, जयपुर

Berkeley.edu

बिल क्रोनन, विलियमक्रोनन.नेट

आईबीआईडी (Ibid)

बिल क्रोनन, विलियमक्रोनन.नेट

स्वान, जावेद (1969, सितंबर). पर्यावरण शिक्षा की चुनौती. फी डेल्टा कम्पन, 51, 26-28.

स्टाप, डब्ल्यू एट अल. (1970, मार्च). पर्यावरण शिक्षा की अवधारणा. एजुकेशन डाइजेस्ट, 35 (7), 8-10.

EElink.net

EElink.net

Earthday.net

पचमढ़ी एवं मढ़ई के पर्यटन उद्योग आर्थिक सामाजिक विकास

शोधार्थी

श्रीमति मीनू सिंह

अतिथी विद्यवान, शा. पी.जी. कालेज, पिपरिया (म.प्र.)

मध्यप्रदेश के एकमात्र पर्वतीय स्थल होशंगाबाद जिले में स्थित पचमढ़ी समुद्र तल से 1,067 मीटर की ऊँचाई पर स्थित है। सतपुड़ा श्रेणियों के बीच स्थित होने और अपने सुंदर स्थलों के कारण इसे सतपुड़ा की रानी भी कहा जाता है। यहाँ घने जंगल, कलकल करते जलप्रपात और तालाब हैं। सतपुड़ा राष्ट्रीय उद्यान का भाग होने के कारण यहाँ आसपास बहुत घने जंगल हैं। यहाँ के जंगलों में शेर, तेंदुआ, सांभर, चीतल, गौर, चिंकारा, भालू, भैंसा तथा कई अन्य जंगली जानवर मिलते हैं। यहाँ की गुफाएँ पुरातात्विक महत्व की हैं क्योंकि यहाँ गुफाओं में शैलचित्र भी मिले हैं।

पचमढ़ी सोहागपुर तहसील में पिपरिया-मटकुली, पचमढ़ी मार्ग पर तहसील मुख्यालय से लगभग 68 किमी की दूरी पर स्थित है। भोपाल से पचमढ़ी की दूरी लगभग 211 किमी है जहाँ से नियमित बसें चलती हैं। मध्य रेलवे की इटारसी-जबलपुर शाखा पर स्थित पिपरिया रेलवे स्टेशन सोहागपुर से लगभग 17 किमी दूर है। पचमढ़ी सड़क मार्ग पर यह लगभग 52 किमी दूर है।

पचमढ़ी एक लोकप्रिय पर्यटक स्थल होने के कारण यह सड़क, रेल अथवा वायुमार्ग से अच्छे से जुड़ा हुआ है। किसी भी माध्यम से यहां सरलता से पहुंचा जा सकता है। इसके अतिरिक्त यहां ठहरने के लिए भी कई विकल्प उपलब्ध हैं।

रेल-मुंबई-हावड़ा रेलमार्ग पर इटारसी व जबलपुर के बीच पिपरिया स्टेशन सबसे पास है।

सड़क-पचमढ़ी भोपाल, इंदौर, नागपुर, होशंगाबाद, छिंदवाड़ा तथा पिपरिया से सीधा जुड़ा है। पिपरिया से टैक्सी भी उपलब्ध रहती हैं।

हवाई मार्ग- भोपाल हवाई अड्डे के द्वारा दिल्ली, ग्वालियर, इंदौर, मुंबई, रायपुर और जबलपुर से जुड़ा है।

पचमढ़ी सदाबहार सतपुड़ा पर्वत श्रेणी पर सुंदर पहाड़ियों से घिरा पठार है, जिसे पर्यटक प्यार से सतपुड़ा की रानी कहते हैं। इस पठार का वनक्षेत्र सहित कुल क्षेत्र लगभग 60 वर्ग किमी है। सामान्य मान्यता के अनुसार पचमढ़ी नाम, पंचमढ़ी या पांडवों की पांच गुफा से व्युत्पन्न है, जिनके संबंध में माना जाता है कि, उन्होंने इस क्षेत्र में अपना अज्ञातवास का अधिकांश समय बिताया था। अंग्रेजों के शासन काल में पचमढ़ी मध्य प्रांत की राजधानी थी। अभी भी मध्यप्रदेश के मंत्रियों तथा उच्च शासकीय अधिकारियों के कार्यालय, कुछ दिनों के लिए पचमढ़ी में लगते हैं। ग्रीष्म काल में यहां अधिकारियों की अनेक बैठकें भी होती हैं। यह आरोग्य निवास के रूप में उपयोगी है।

इस स्थान की खोज केप्टन जे. फॉरसोथ ने की थी। उन्हें यहां सन् 1862 में, सतपुड़ा के इस भाग के अन्वेषण

के लिए भेजा गया था। उन्होंने यहां एक फॉरेस्ट लॉज का निर्माण किया और द हाइलैंड्स ऑफ सेंट्रल इंडिया नामक एक प्रसिद्ध पुस्तक लिखी, जिसमें सतपुड़ा पर्वत श्रेणी की उत्कृष्ट सुंदरता का चित्रण है। जब वे पंचमढ़ी आए तो इस क्षेत्र पर पंचमढ़ी के कोरकू जागीरदार का अधिकार था, किंतु हांडी खो के समीप मग्न झोपड़ियों के स्थलों के रूप में अति प्राचीन सभ्यता के चिन्ह विद्यमान थे।

पंचमढ़ी का ठंडा सुहावना मौसम इसकी सबसे बड़ी विशेषता है। सर्दियों के मौसम में यहां तापमान लगभग 4-5 डिग्री सेल्सियस रहता है लेकिन मई-जून के महीनों में जब मद्र के अन्य भागों में तापमान 45 डिग्री तक पहुंच जाता है, पंचमढ़ी में 35 डिग्री से अधिक नहीं होता। इस कारण यहां गर्मियों में पर्यटकों की बहुत भीड़ होती है। सतपुड़ा के घने जंगलों से घिरा यह रमणीय स्थल इसके मौसम के कारण ही अपने आप में विशिष्ट बन गया है।

यहां की सदाबहार हरियाली घास और हरी, जामुन, साज, साल, चीड़, देवदारू, सफेद ओक, यूकेलिप्टस, गुलमोहर, जेकरेंडा और अन्य छोटे-बड़े सघन वृक्षों से आच्छादित वन गलियारों तथा घाटियों के कारण दृश्यावली मनमोहक है। तल भूमि भी घास तथा जहां-तहां फर्न और पत्तों से हरी-भरी है। भांति-भांति के खिले फूल और उन पर मंडराती तितलियां नयनाभिराम दृश्य प्रस्तुत करते हैं। प्रहारियों के समान खड़ी पहाड़ियां मुलायम बलुआ पत्थर की बनी हैं। पानी से वे विरूपित हो गई हैं किंतु भव्य दिखाई देती हैं।

तपुड़ा टाइगर रिजर्व (एसटीआर) में तवा रिसोर्ट से मढ़ई तक 50 किमी की रोमांचक सैर के लिए तैयार हो जाइए। तवा जलाशय में 200 पर्यटकों की क्षमता वाला नया दो मंजिला हाउस बोट दिसंबर में उतरने वाला है। 26मीटर लंबे और 6.5 मीटर चौड़े हाउस बोट का निर्माण तवानगर में चल रहा है। दूसरी नई हाई स्पीड अक्टूबर में तवा रिसोर्ट को मिल जाएगी। 10 सीटर बोट 25-30 मिनट में मढ़ई पहुंचाएगी। जलपरी के नाम से मिनी क्रूज चल रहा है, जो यह दूरी 1 घंटे 45 मिनट में पूरी करता है। शेष 7 पेज 7 पर

इटारसी से 32 किमी दूर मद्र पर्यटन विभाग का तवा रिसोर्ट सूखे मौसम और जीएसटी की मार झेल रहा है। इन्हीं दो कारणों से इस मानसून में पर्यटक कम आए और टूरिज्म बिजनेस 50 फीसदी डाउन है। रिसोर्ट मैनेजर एनके स्वर्णकार ने बताया टॉर्गेट बिजनेस से 61 प्रतिशत पीछे हैं। जलपरी से मढ़ई तक की सैर पर 28फीसदी जीएसटी लगने से अब इसका किराया 13 हजार 500 रुपए हो गया है। इसमें 10 पर्यटकों के साथ दो क्रूज मेंबर और लाइफ जैकेट होंगे। पूरी यात्रा आठ घंटे की होगी। मानसून में डैम के गेट खुलने पर हजारों की संख्या में पर्यटक आते थे वे इस सीजन में नहीं आए। नए साल में तीन केबिन वाली नई हाउस बोट और हाई स्पीड बोट तवा में रोमांचक सैर कराने पर्यटकों को अपनी ओर खींचेगी।

तवा डेम में 664 वर्ग किमी का बैक वॉटर एरिया पर्यटकों को लुभाता है। रिसोर्ट दिवाली, क्रिसमस और दिसंबर एंड पर फुल रहता है। रिसोर्ट में ठहरने के लिए 10 एसी रूम हैं। सामान्य एसी रूम 3690 रुपए और एसी

डीलक्स रूम का किराया 4590 रुपए है। 18प्रतिशत जीएसटी अलग से लगेगा। चेक आउट टाइम दोपहर 12 बजे तक होगा। टैरिफ में लंच-डिनर मैनुयु शामिल है। गार्डन में पिकनिक मना सकते हैं। रेस्तरां खुला मिलेगा।

केरल की तर्ज पर होशंगाबाद के पर्यटन स्थल पचमढी एवं मढ़ई में पंचकर्म और प्राकृतिक आयुर्वेदिक चिकित्सा सेंटर शुरू होगा। इसके शुरू होने के बाद मढ़ई और पचमढी में पर्यटकों की संख्या बढ़ जाएगी। पंचकर्म और मसाज कराने के लिए प्राकृतिक वातावरण के साथ पर्यटन के साथ स्वास्थ्य लाभ लोगों को मिलने लगेगा। दोनों जगह आयुर्वेदिक तरीकों से उपचार मिलेगा तो पर्यटकों का प्रकृति के बीच जाने का रुझान भी बढ़ेगा। शुक्रवार को कमिश्नर उमाकांत उमराव ने प्राकृतिक आयुर्वेद चिकित्सा सेंटर स्थापित करने संभागीय आयुष अधिकारियों को निर्देश दिए।

पंचकर्म केंद्र खुलने से पचमढी में पर्यटकों की आवक बढ़ेगी। इसके अलावा पर्यटन में स्थानीय स्तर पर होटलों और रिसोर्ट्स की आय भी बढ़ेगी। पंचकर्म और मसाज सेंटर शुरू होने के बाद लोग एक सप्ताह तक रुकने लगेंगे। इससे पर्यटन क्षेत्र के लिए अधिक लाभ होगा। इसके साथ ही इको टूरि%म का पार्ट संजीवनी भी इससे जोड़ने की कवायद विभाग करेगा। अभी तक केरल में स्वास्थ्य लाभ के लिए जाने वाले प्रदेश और देश के पर्यटकों का रुख जिले की ओर होगा। हेल्थ टूरिज्म के क्षेत्र में मढ़ई और पचमढी का नाम होगा। हिल स्टेशन आने वाले और रिजर्व फारेस्ट आने वाले लोग स्वास्थ्य के लिए भी इस ओर आना शुरू करेंगे। कमिश्नर उमाकांत उमराव के मुताबिक संभागीय आयुष विभाग को हेल्थ टूरिज्म का प्रस्ताव करने के निर्देश दिए हैं।

मध्यप्रदेश में खजुराहो में ब्रिक्स देशों के पर्यटन पर दो दिवसीय सम्मेलन में ब्रिक्स देशों के प्रतिनिधियों में दक्षिण अफ्रीका के पर्यटन मंत्री डीए हेनकोम तथा रूस और चीन के प्रतिनिधियों ने भाग लिया। समारोह का उद्घाटन मध्यप्रदेश के पर्यटन मंत्री सुरेंद्र पटवा ने किया। इस मौके पर भारत सरकार के पर्यटन सचिव विनोद जुत्शी ने ब्रिक्स प्रतिनिधियों, वरिष्ठ गणमान्य नागरिकों, अधिकारियों तथा यात्रा व्यापार से जुड़े सभी सदस्यों का स्वागत किया। उन्होंने आर्थिक विकास में पर्यटन सेक्टर के महत्व को एक उत्प्रेरक तथा रोजगार सृजन के स्रोत के रूप में होने पर बल दिया और कहा कि इस तरह यह आर्थिक व्यवस्था में अपना योगदान दे रहा है।

विनोद जुत्शी ने ब्रिक्स सदस्य देशों के बीच पर्यटन के विकास में पारस्परिक सहयोग देने के लिए स्वागत किया। दक्षिण अफ्रीका के पर्यटन मंत्री ने ब्रिक्स देशों का पर्यटन मंदिरों के ऐतिहासिक शहर खजुराहो में आयोजित करने के लिए प्रसन्नता जाहिर की और कहा कि भारत में परंपराओं, इतिहास, प्राचीन सभ्यता और संस्कृति से जुड़े खजुराहो जैसे अनेक स्थल हैं, जहां बार-बार जाना चाहिए। उन्होंने सरकारी और निजी क्षेत्र के सभी हितधारकों वाले एक स्थायी ब्रिक्स कार्यकारी स्टीम के गठन का भी प्रस्ताव दिया।

चीन और रूस के प्रतिनिधिमंडल के प्रमुखों ने भी पर्यटन के विकास के क्षेत्र में पारस्परिक लाभ के लिए

सदस्य देशों के बीच अधिक सहयोग पर बल दिया। उन्होंने कहा कि वे इस सम्मेलन को यात्रा उद्योग के भागीदारों के साथ बातचीत का एक प्लेटफार्म के रूप में देखते हैं। मध्य प्रदेश के पर्यटन मंत्री ने मध्य प्रदेश जो सचमुच में अतुल्य भारत का दिल है, में कार्यक्रम को आयोजित करने के लिए भारत सरकार के प्रति कृतज्ञता व्यक्त की। कार्यक्रम का उद्घाटन सत्र यादगार और जीवंत सांस्कृतिक नृत्य के साथ समाप्त हुआ।

देश में पर्यटन के विकास में और तेजी लाने के लिए दसवीं पंचवर्षीय योजना में निम्नांकित पहलुओं पर जोर दिया जाएगा।

पर्यटन को आर्थिक विकास के प्रमुख साधन के रूप में अपनाना, रोजगार के अवसर पैदा करना।

आर्थिक विकास और ग्रामीण पर्यटन पर बल देने के लिए पर्यटन के प्रत्यक्ष और बहुपक्षीय प्रभावों का दोहन करना।

घरेलू पर्यटन को विशेष रूप से प्रोत्साहित करना (जो अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के विकास और विस्तार के लिए प्रेरक के रूप में काम करेगा)

देश को एक ग्लोबल ब्रांड (विश्वस्तरीय लक्ष्य) के रूप में प्रस्तुत करने का प्रयास करना।

निजी क्षेत्र की महत्वपूर्ण भागीदारी को पहचानना (ताकि सरकार सक्रिय सुविधाप्रदाता और प्रेरक की भूमिका का निर्वाह करे)

देश की बेजोड़ सभ्यता, विरासत और संस्कृति पर आधारित समेकित पर्यटन सर्किटों का निर्माण तथा विकास करना, जिसमें राज्यों, निजी क्षेत्र और अन्य एजेंसियों को भागीदार बनाया जा सके और यह सुनिश्चित करना कि देश में पर्यटक गण स्वयं को भौतिक रूप से रोमांचित, मानसिक रूप से तरोताजा, सांस्कृतिक दृष्टि से समृद्ध, आध्यात्मिक स्तर पर उन्नत और ' हमारे देश को अपने अंतरतम ' में महसूस करें।

देश एवं प्रदेश के आर्थिक, सांस्कृतिक एवं सामाजिक विकास में पर्यटन के महत्वपूर्ण योगदान को दृष्टिगत रखते हुये प्रदेश के पर्यटन केन्द्रों के विकास, बुनियादी सुविधाओं को उपलब्ध कराये जाने, स्थलों के प्रचार-प्रसार आदि के दृष्टिकोण से प्रदेश में इस कार्य हेतु पृथक रूप से विभाग रखे जाने की आवश्यकता महसूस की गई।

सचिवालय स्तर पर वर्ष 1972 में पर्यटन विभाग को स्वतंत्र रूप से अस्तित्व में लाया गया। इससे पूर्व वाणिज्य एवं उद्योग विभाग के अंतर्गत पर्यटन प्रकोष्ठ द्वारा पर्यटन संबंधी गतिविधियों का संचालन किया जाता था। पर्यटन विभाग का मुख्य दायित्व प्रदेश में स्थलों को चिन्हित किया जाना, पर्यटन स्थलों पर अधोसंरचना का विकास, आवास, परिवहन सुविधा उपलब्ध कराया जाना, प्रदेश के पर्यटन स्थलों की जानकारी उपलब्ध कराये जाने हेतु प्रचार-प्रसार, पर्यटन साहित्य का प्रकाशन, उत्सव मेंलों का आयोजन, युवा एवं साहसिक पर्यटन का विकास, बजट नियंत्रण, केन्द्र शासन से आर्थिक सहायता प्राप्त करना, मंत्री परिषद के निर्णयों का क्रियान्वयन, अन्य विभागों से

समन्वयन आदि है।

उपरोक्त कार्यों के निष्पादन हेतु पर्यटन विभाग के अंतर्गत आयुक्त, पर्यटन कार्यालय एवं मध्यप्रदेश स्टेट टूरिज्म डेवलपमेन्ट कारपोरेशन लिमिटेड का गठन किया गया है।

संचालनालय का गठन एवं कार्यक्षेत्र

पर्यटन संचालनालय की स्थापना वर्ष 1961 में की गयी थी। उस समय पदेन संचालक पर्यटन की नियुक्ति के साथ उसे वाणिज्य एवं उद्योग विभाग के अंतर्गत रखा गया था। वर्ष 1969 में पूर्णकालिक संचालक का पद निर्मित किया गया एवं वर्ष 1972 में सचिवालय स्तर पर पर्यटन विभाग का अलग से अस्तित्व कायम किया गया। इस अवधि में ग्वालियर, इंदौर, भोपाल, जबलपुर, खजुराहो और पचमढ़ी में प्रक्षेत्रीय पर्यटन कार्यालय की स्थापना की गई।

वर्ष 1997 में शासन द्वारा पर्यटन संचालनालय समाप्त कर आयुक्त, पर्यटन कार्यालय का गठन किया गया। वर्ष 1978 में पर्यटन के बढ़ते महत्व एवं योजनाओं के त्वरित क्रियान्वयन को दृष्टिगत रखते हुये राज्य शासन द्वारा मध्यप्रदेश स्टेट टूरिज्म डेवलपमेन्ट कारपोरेशन लिमिटेड की स्थापना रु. 1.00 करोड़ की अंशपूंजी के साथ की गई। वर्तमान में पर्यटन विभाग के अंतर्गत आयुक्त, पर्यटन कार्यालय, विभागाध्यक्ष कार्यालय एवं मध्यप्रदेश स्टेट टूरिज्म डेवलपमेन्ट कारपोरेशन लिमिटेड, निगम कार्यरत है।

कार्यकलाप

आयुक्त पर्यटन कार्यालय का मुख्य कार्य पर्यटन के प्रोत्साहन एवं विकास के लिये विभिन्न पर्यटन केन्द्रों के विकास हेतु पंचवर्षीय, वार्षिक योजना बनाना, पर्यटन स्थलों पर बुनियादी सुविधायें उपलब्ध कराना, एक्सकर्सन एजेन्सियों को मान्यता देना, दिग्दर्शकों का प्रशिक्षण कराना, युवा एवं साहसिक पर्यटन को प्रोत्साहन देना आदि हैं, जिन्हे निम्नानुसार दर्शाया जा सकता है-

1. सामान्य कार्य।

1. पंचवर्षीय योजना, वार्षिक योजना एवं बजट तैयार करना।

2. केन्द्र एवं राज्य योजनाओं की प्रगति का निरीक्षण एवं समय-समय पर केन्द्रीय पर्यटन मंत्रालय को जानकारी देना।

3. क्षेत्रीय एवं स्थानीय महत्व के पर्यटन आकर्षण की जानकारी एकत्रित करना।

4. पर्यटन विभाग की परामर्षदात्री समिति एवं जिला पर्यटन विकास समिति द्वारा लिये गये निर्णयों पर कार्यवाही।

5. स्थानीय निकाय, जिला प्रशासन एवं अन्य लाईन विभागों के समन्वय से पर्यटन सुविधाओं का विस्तार।

2. प्रमुख कार्य -

1. बजट नियंत्रण अधिकारी, पर्यटन निगम, जिलाध्यक्षों एवं स्थानीय निकायों को बजट आवंटन।
2. केन्द्रीय योजनाओं के अंतर्गत केन्द्र एवं राज्य शासन से प्राप्त राशि का आवंटन।
3. प्रदेश में एक्सकरशन एजेन्सी का पंजीकरण एवं मान्यता प्रदान करना।
4. केन्द्रीय पर्यटन विभाग द्वारा गठित होटल वर्गीकरण समिति में राज्य की ओर से प्रतिनिधित्व करना।
5. पर्यटकों की सुविधा के लिये पर्यटन केन्द्रों पर दिग्दर्शकों के प्रशिक्षण का संचालन एवं परिचय पत्रों का प्रदाय।
6. युवा वर्ग में साहसिक पर्यटन प्रोत्साहन के लिये स्वायत्त संस्थाओं को अनुदान देना।
7. पर्यटन विकास के लिये समुचित प्रचार-प्रसार करना।
8. MOPRO के विभिन्न पर्यटन आकर्षणों/क्षेत्रों में उत्सवों/मेला का आयोजन

मध्यप्रदेश में प्रमुख पर्यटन केन्द्रों एवं धार्मिक पर्यटन आकर्षण के स्थलों पर पर्यटक सुविधायें एवं अधोसंरचना विकसित की जा चुकी है। पर्यटकों को और अधिक सुविधायें उपलब्ध कराने की दिशा में हमारे द्वारा और अभिनव प्रयास किये जा रहे हैं। अधोसंरचना के विकास के लिए हमने भारत सरकार, द्वारा प्रदत्त की जाने वाली आर्थिक सहायता के अन्तर्गत विगत वर्षों की तुलना में लगभग दो गुनी राशि प्राप्त करने में सफलता प्राप्त की है।

मध्यप्रदेश में पर्यटक आवागमन को सहज एवं सुविधा युक्त बनाये जाने की पहल की जाकर विभिन्न क्षमताओं के लग्जरी पर्यटक वाहन संचालित किये जा रहे हैं। इसी श्रृंखला में पर्यटकों को हवाई सेवाओं में और अधिक सुविधायें मिल सकें इसे ध्यान में रखते हुये निजि क्षेत्र के माध्यम से हेलिकॉप्टर सेवायें तथा चार्टर्ड वायुयान सेवायें संचालित किये जाने के प्रयास जारी हैं। प्रमुख स्थलों पर हेलीपोर्ट्स भी विकसित किये जाना विचाराधीन है।

वर्तमान समय में विदेशों में केरेवान टूरिज्म अत्यन्त लोकप्रिय है। इससे पर्यटकों को न केवल सर्व-सुविधा-युक्त परिवहन सुविधा उपलब्ध होने के साथ-साथ आवास, भोजन आदि की सुविधा भी केरेवान वाहनों में उपलब्ध रहती है। केरेवान टूरिज्म की अवधारणा को मूर्त रूप देते हुये भोपाल-तवा-पचमढ़ी सर्किट पर केरेवान साईट्स विकसित की जा रही है। केरेवान वाहनों का संचालन प्रारंभ करने में हम अग्रणी होंगे।

मध्यप्रदेश में पर्यटन के क्षेत्र में कार्यरत सेवा प्रदाताओं द्वारा पर्यटकों को बेहतर गुणवत्ता एवं व्यवहार के साथ सुविधायें उपलब्ध करायी जा सकें इसके लिये भोपाल में हॉस्पिटैलिटी ट्रेनिंग इन्स्टीट्यूट की स्थापना की गयी है, जिसके माध्यम से ढाबों/होटलों में कार्यरत कर्मचारियों, गाईड्स, कुली, टैक्सी, रिक्शा चालकों को प्रशिक्षण दिया जा रहा है। इन्दौर में राज्य होटल प्रबंध संस्थान स्थापित किया जा रहा है जिसमें प्रदेश के युवाओं को हॉस्पिटैलिटी क्षेत्र की विभिन्न विधाओं का प्रशिक्षण दिया जायेगा। जबलपुर में भी फूडक्राफ्ट इंस्टीट्यूट की स्थापना किये जाने की पहल की

गयी है।

भोपाल को अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर स्थापित करने की दिशा में भोपाल में 1200 व्यक्तियों की क्षमता वाले कन्वेंशन सेंटर का निर्माण करवाया जा रहा है, जहाँ पर राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय स्तर के सेमिनार, कन्वेंशन आयोजित किये जाने की सुविधाएं उपलब्ध रहेंगी। इसी कन्वेंशन सेंटर के पास निजी क्षेत्र के माध्यम से एक 4-5 सितारा होटल के निर्माण की प्रक्रिया भी प्रचलन में है। इसी प्रकार के उच्च स्तरीय कन्वेंशन सेन्टर्स जबलपुर एवं ग्वालियर में भी निर्मित किये जायेंगे।

मध्यप्रदेश के राष्ट्रीयराज्य राजमार्गों की स्थिति में क्रॉन्तिकारी सुधार हुआ है, जिसके कारण प्रदेश में सड़क मार्ग से यात्रा करने वाले पर्यटकों की संख्या में भी काफी वृद्धि हुई है। पर्यटकों को इन मार्गों पर स्वल्पाहार एवं अन्य जन सुविधायें सहज उपलब्ध हों इसके लिए हमारे द्वारा प्रदेश के सभी राष्ट्रीयराज्य राजमार्गों पर प्रत्येक 50 कि०मी० पर मार्ग सुविधायें विकसित किये जाने की महत्वाकांक्षी योजना तैयार की गयी है। इन मार्ग सुविधाओं में पर्यटकों को स्वच्छ शौचालय, पीने के पानी एवं स्तरीय स्वल्पाहार तथा बच्चों के मनोरंजन हेतु खेल सुविधाएं उपलब्ध करायी जायेंगी।

हमारे प्रदेश को प्रकृति से अतुलनीय धरोहरें मिली हैं। इन्हीं में से एक प्रदेश के विशाल जलाशय है जो प्रदेश में पर्यटन के क्षेत्र में नयी विधाओं की शुरुआत किये जाने में महत्वपूर्ण योगदान दे सकते हैं। इसके लिए हमने वॉटर टूरिज्म नीति बनायी है। इस नीति के अन्तर्गत प्रदेश के जलाशयों पर वॉटर स्पोर्ट्स, रोमांचक पर्यटन एवं अन्य मनोरंजन की सुविधायें पर्यटकों को उपलब्ध करायी जायेंगी।

पर्यटकों को न्यूनतम दरों पर तथा पूर्णतः प्रदेश के सामाजिक परिवेश में रहने के अवसर उपलब्ध हो सकें इसे दृष्टिगत रखते हुए प्रदेश में बेड एण्ड ब्रेक फास्ट नीति बनाई गयी है। इस नीति के अन्तर्गत निजी गृह स्वामी अपने आवासों में पर्यटकों को पेइंग गेस्ट के रूप में ठहरा सकेंगे। इस नीति से प्रदेश में देशी-विदेशी पर्यटकों को निम्न दरों पर सुन्दर एवं स्वच्छ, घर जैसे वातावरण में आवास तथा खान-पान की सुविधा उपलब्ध कराई जा सकेंगी। इस योजना को प्रदेश में लागू किये जाने से पर्यटन स्थलों के पास निवास कर रहे गृह स्वामियों को अपने सीमित संसाधनों के अतिरिक्त इस स्रोत से भी आय अर्जित करने के अवसर उपलब्ध हो सकेंगे।

मध्यप्रदेश में पर्यटक सुविधायें एवं अधोसंरचना विकसित करने की दिशा में सराहनीय कार्य किये गये हैं, परन्तु व्यापक स्तर पर पर्यटक सुविधाओं में वृद्धि के लिये निजी क्षेत्र की महत्वपूर्ण भूमिका को दृष्टिगत रखते हुये निजी निवेश को प्रोत्साहन दिया जाना भी एक आवश्यक कदम है। निजी क्षेत्र के माध्यम से पर्यटन उद्योग को बढ़ावा देने हेतु शासकीय भूमि निर्वर्तन नीति बनाई गई है। लैंड बैंक स्थापित किया गया है। प्रदेश में स्थित हेरीटेज भवनों को चिन्हित किया जाकर हेरीटेज होटल में परिवर्तित कर निजी क्षेत्र के माध्यम से संचालन करवाये जाने की कार्यवाही की गयी है।

मध्यप्रदेश में पर्यटन को बढ़ावा दिये जाने के हर संभव प्रयास किये जा रहे हैं तथा इसके सार्थक परिणाम भी हमें मिले हैं। पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार तथा पर्यटन क्षेत्र से जुड़ी अन्य राष्ट्रीय अन्तर्राष्ट्रीय संस्थाओं द्वारा हमारी प्रगति की सराहना की जा रही है तथा हमें कई पुरस्कार भी प्राप्त हुए हैं। प्रदेश में आने वाले पर्यटकों की संख्या में भी आशातीत वृद्धि हुई है।

संदर्भ:

सतपुडा की रानी = पंचमढ़ी (मध्यभारत. डॉट. नेट)

सुकून के लिये पंचमढ़ी जाइये

मध्य भारत का खूबसूरत पर्यटन स्थल पंचमढ़ी

impact service quality on customer satisfaction of mobile user

Daisy Bhawas

Research Scholar, Dept. of Commerce
Management of Ph.D

Abstract

Customer satisfaction and service quality both are most widely studied constructs. Organizations are working hard to provide the quality of service to their customers in order to attain their satisfaction and loyalty. This study was destined to find the impact of service quality on customer satisfaction in banking sector employees of Lahore region. This study was a cross-sectional study and questionnaire used was adopted from empirical studies. Finding showed that there exists a significant positive relationship between service quality and customer satisfaction. Study revealed that the respondents have responded in disagreement to the quality of services provided to the customers, which in turn, definitely affected the customer satisfaction. Poor quality of service is being provided to customers who show a poor customer satisfaction. Data was analyzed using reliability statistics, correlation and regression analysis. Future recommendations were also presented in this study.

The long term success of organizations depends on many factors. The service sector organizations need to strive through service quality. These organizations try to satisfy customers by providing best quality services. The following study examines the service quality of the mobile service providers and satisfaction of the customers with this quality. The study focuses only the SMS service provided by telecom organizations. Service quality is measured using 5 dimensions and its relationship is determined with customer satisfaction. The data was collected from 331 youngsters who use the SMS service of any company. Correlation and regression analysis are used to analyze the data. Results and discussions are presented..

Service Quality, Customer Satisfaction, Telecom Sector,

1. Introduction

Every organization strives for long term success. There are various factors that contribute to the success of organization. Organizations with huge profits cant be considered as strong organizations as profit making is only one function of organizations. Keeping abreast with all the stakeholders is requirement for every organization to be an effective and successful organization. Listed in ULRICHS ijcrb.webs.com

Out of all the stakeholders customers are considered to be the king now a day. Retaining and attracting new customers is triumph card for present world businesses.

Quality is considered to be main determinant of customers satisfaction in both manufacturing

and service quality. As this research is restricted to service sector and further to cellular industry, only

those variables are taken that proved to be dimensions of service quality.

The five dimensions identified as part of the construct service quality are; tangibles,

empathy, reliability, responsiveness, and assurance (Parasuraman et al. 1988).

Henkel et al. (2006) found satisfied customers of telecom sector have high extent of usage and intentions to repurchase in future. Those firms expecting to create and sustain advantages over competitors in this market should be seeking to deliver a superior and service quality. In other words, those firms must be paying attention to and invest considerable amount on programs that help

increase the service quality just in case they want to survive with their customers (Sattari et al. n.d.)

SMS (Short Messaging Service) is one of the most widely used services of telecom

sector. There are numerous studies conducted on customer satisfaction in various parts of the world, but no study has been conducted on the particular issue in Pakistan. So this study discovers customers satisfaction with SMS in Pakistani cellular companies. There are few

players in cellular industry in Pakistan so competition in those companies is very stiff and firms cant compromise on even a single element of performance.

Quality is the most distinctive element that determines the distinction in the companies performance. This study investigates relation of service quality and satisfaction with the elements of service quality given by Parasuraman

et (1988).2. Literature Review2.1 Importance of the Customers Satisfaction Customer satisfaction is now becoming a corporate level strategy (Rust and Zahorik,

1993). Various authors and researchers have discussed importance of customers satisfaction. In the words of Drucker (1973) Customers satisfaction is the

base for business success. Customers satisfaction is corner stone for relationship between marketing and management (Claycomb & Martin, 2002), and

the source of competitive advantage for organizations (Anderson et al., 1994).

Empirically, researches support the concept that there is a positive relationship between customers satisfaction and financial performance (Rust and Zahorik, 1993; Anderson et al., 1994)

In the competitive market, customers have many available options to select among a telecom mobile companies. Therefore, the companies should look for factors to attract and

retain their customers. Customer satisfaction is considered one of the most important concepts to keep the telecom mobile companies survive on the market. As mobile telecommunication network has developed over several successful generations, technology plays an important role in this context. Technology enhances service quality particularly in making a video call. Hence, these companies can use service quality as a measure to appraise their customers' satisfaction continuously. This can help companies to formulate appropriate strategies for customer satisfaction [1, 2].

Yemen telecommunication sector consists of three private operators companies (Sabafon, MTN, and Y-Telecom) and one public operator company (Yemen Mobile). Sabafon and MTN established in Feb-2001, Yemen Mobile established in Sep-2004 and Y-telecom established in 2007. Based on Yemen National Information (NIC) reports, the number of subscribers who are using mobile in Yemen reached to 17,423,000 with mobile penetration 69.04% in the end of 2013. Thus, the usage of mobile phone technologies became widespread by society, and it is very clearly seen across all walks of life in Yemen.

2. Literature Review and Related Work

Researchers believe that the service quality theory have relation with customer satisfaction and product quality [3]. There are many service quality models and different dimensions based on various service sectors [4]. But in this study, it focused on most popular models: SERVQUAL and SERVPERF. Table 1 provides a summary of most popular models (SERVQUAL or SERVPERF) used by researchers to measure service quality in telecommunication industry.

Table 1. Models for Service Quality in Telecommunication industry

Nevertheless SERVQUAL [5] has many criticisms because it is based on the difference between the expectations and performance. So many authors [6-10] asked for its reliability and validity. On the basis of that, they found the SERVPERF scale to outperform the SERVQUAL scale in terms of both reliability and validity.

Hence, this study used dimensions of SERVPERF model (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy) as functional dimensions of service quality to measure their impact on customer satisfaction in Yemeni mobile telecom companies.

On the other hand, some authors added other dimensions of service quality beside of SERVQUAL/SERVPERF dimensions which can effect on customer satisfaction. Table 2 summarizes most additional dimensions which were used to measure service quality as well in mobile telecommunication industry.

Accordingly, this study was conducted most frequently used dimension which is network quality as technical dimension for service quality to measure its impact on customer satisfaction.

3. Research Model and Hypotheses

The tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy associated with service

quality are antecedents to perceived service quality [11]. Subsequently, the service quality dimensions could be antecedent to customer satisfaction [8, 12] and proved by several researchers [13]. Based on the key findings in Table 1, this study adapted same idea and the following hypotheses raised based on SERVPERF model:

H1: Tangibles of perceived service quality will have a positive significant on customer satisfaction.

H2: Reliability of perceived service quality will have a positive significant with Customer Satisfaction.

H3: Responsiveness of perceived service quality will have a positive significant with Customer Satisfaction.

H4: Assurance of perceived service quality will have a positive significant with Customer Satisfaction.

H5: Empathy of perceived service quality will have a positive significant with Customer Satisfaction.

On the other hand, several researchers found that network quality was most important factor of service quality especially in telecommunication industry that can effect on customer satisfaction. According to [11, 13, 14], they found that network quality was one of the most drivers to contribute overall service quality in telecommunication industry. Similarity, [15] found that network-based service performance was one of distinct constituents to measure service performance in mobile communication industry. Again, [16] found broad network coverage as utmost priority of customers. Also [17] found network coverage and availability of service significantly affected the quality of service of cellular mobile network operators in Nigeria. Therefore, this study conducted the following hypothesis as well:

H6: Network quality of perceived service quality will have a positive significant on customer satisfaction.

A framework of this study was formulated accordingly as shown in Figure 1. In the framework, the customer satisfaction is a dependent variable and service quality dimensions is an independent variable.

4. Research Design and Methodology

This study focused on the variable service quality and its characteristics that effect on customer satisfaction, so a descriptive study was conducted. The scope of this study was specifically limited into telecommunication industry only. Based on similar studies [11, 14] this study hypothesized with six hypotheses which are proposed to represent the effect of service quality dimensions on customer satisfaction from functional and technical perspectives.

4.1. Population and Sampling

The target population for this study was customers of MTN, Sabafon and Yemen Mobile residents in Sana'a city only. The Sana'a city is a capital of Yemen and it is considered a biggest city and it has large population estimated by 3,931,750 subscribers according to NIC (1,444,250 subscribers from MTN; 1,355,250 subscribers from Sabafon; and 1,132,250 subscribers from Yemen Mobile). This study was conducted to use simple random sampling because all customers of mobile telecommunication are considered and each one has an equal chance of being chosen [18]. Based on [19], the sample size was 384. Therefore, the sampling should be 37% from MTN, 34% from Sabafon and 29% from Yemen mobile in order to be compatible with statistics of subscribers exist in Sana'a city.

4.2. Data Collection Method

This study used a questionnaire instrument to collect data from respondents which was adapted from [5, 13, 14] to fit in the context of the Yemeni settings. The questionnaire consisted of 32 items where 27 items was for service quality and 5 items was for customer satisfaction. The questionnaire was translated by an expert of the language from English into Arabic to ensure the Arabic expressions were correctly written.

This questionnaires distributed through two ways: online survey and field survey. An online survey was collected from 153 respondents through 34 days. So that, 14 questionnaires uncompleted were rejected while 139 questionnaires were valid and entered in SPSS for further analysis.

On the other hand, a field survey was conducted and distributed in several service points of (MTN, Sabafon and Yemen Mobile) and Sana'a University. The distribution was for 250 questionnaires and 236 were collected back through totally 30 days. From collected questionnaires, 19 questionnaires were rejected and 217 questionnaires were valid and entered into SPSS.

Therefore, the total valid questionnaires were 356 which used in this study for analysing.

5. Data Analysis and Results

5.1. Demographic Profiles of Respondents

The demographic profiles of 356 respondents is as shown below in Table 3.

Table 3. Demographics Profiles of Respondents

2. Factor Analysis

This study used principle components analysis (PCA) method in the exploratory factory analysis to identify (extract) the number of underlying factors or dimensions. Also the study used Varimax method in the exploratory factory analysis for rotation method which attempted to minimize the number of variables that have high loadings on each factor.

Therefore, the exploratory factor analysis was applied on 27 items of the dimensions of independent variable (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Network Quality). Six factors were extracted which represented 6 dimensions which explained 70.372% from total variance. All items were loaded into intended factors with loading greater than 0.5 except three items RI5, EM5 and TN1.

Finally, the number of items became 24 items instead of 27 items by excluding items RI5, EM5 and TN1. Then, by applying exploratory factor analysis again on 24 items only, the rotated component matrix became as shown in Table 4.

.3. Descriptive Analysis

As shown in Table 5, all variables had 1 for the minimum value, 5 for the maximum value and all mean values of variables were in moderate value except tangibles and assurance which they were in high value. This means that, customers satisfied with tangibles and assurance of service quality and not satisfied enough with reliability, empathy, responsiveness and network quality of service quality.

Furthermore, the value of dependent variable (customer satisfaction) was in moderate which means that customer satisfaction may have more clearly relation with these four dimensions of service quality (reliability, empathy, responsiveness and network quality) rather than two dimensions of service quality (tangibles and Assurance).

5.4. Correlation Analysis

Pearson correlation analysis was used to describe the strength and direct relation of the linear relationship between two variables. There are two issues in correlation analysis to take them in consideration which are the sign and the absolute value. Based on the correlation analysis in Table 6, there are positive correlation between dependent variable and independent variables with highest correlation with Empathy and Network Quality. On the other hand, there are positive correlation among all dimensions of independent variable whereas the lowest correlation is always with Network Quality. However, more statistics analysis is needed to more understanding.

5.5. ANOVA

Based on Table 7, the significant was 0.421 which represented that there was no variance between customer satisfactions among mobile companies.

Table 8 represents the mean value of customer satisfaction for each mobile company (MTN, Sabafon and Yemen Mobile). Therefore the variance is very small and all means are in moderate values which means that the customers are not satisfied with service provided by these companies. So further statistical analysis is needed to more understanding about obstacles to increase satisfaction level of customers.

5.6. Regression Analysis & Hypotheses Testing

Linear multiple regressions analysis was conducted to determine which dimensions of independent variable (service quality) explained the variability in dependent variable (customer satisfaction) [2]. As shown in Tables 9 and 10, the regression analysis was conducted in model one on the control variables for Gender, Age, Education Level, Marital Status, Mobile Company and How long use mobile. The model one was not significant with R-square = 0.022, R = 0.149 and F value = 1.322. Hence, it was represented only 2% of variability in the dependent variable without statistical significant. In model two, the regression analysis was conducted on all control variables and all independent variables together to measure whether they can predict the dependent variable. This model significantly improved with R-square = 0.503, R = 0.709 and F value = 28.929 as shown in tables 9 and 10. Hence, it was represented only 50% of variability in the dependent variable with statistical significant.

As shown in Table 11, only one control variable for Age was significant with $\hat{\alpha}=0.099$, $P < 0.05$. Generally, testing the significance of control variable is not as interesting as regulating the control variables to test the relationship between independent variables and the dependent variable. The following four continuous variables out of the six independent variables significantly contribute to the dependent variable: Reliability ($\hat{\alpha}=0.169$, $P < 0.05$), Empathy ($\hat{\alpha}=0.225$, $P < 0.05$), Network Quality ($\hat{\alpha}=0.352$, $P < 0.05$) and Assurance ($\hat{\alpha}=0.105$, $P < 0.10$). The result of second model showed that H2, H4, H5 and H6 are supported while H1 and H3 are not supported.

6. Conclusions

This study aims to investigate the impact of perceived service quality on satisfaction level of mobile users in Yemeni telecom mobile companies from functional and technical perspectives. Hence, this study used six dimensions for service quality whereas five dimensions from SERVPERF scale were used to measure service quality from the functional perspective, and network quality was added as a new dimension to measure service quality from the technical perspective. This study distributed questionnaires by on-line and field survey. The data were collected from 356 valid respondents. Furthermore, the study highlighted the contribution of each service quality dimension in forecasting overall customer satisfaction. Network quality scored the highest (standardized $\hat{\alpha} = 0.352$, $P < 0.01$), followed by three dimensions Empathy (standardized $\hat{\alpha} = 0.225$, $P < 0.01$) Reliability (standardized $\hat{\alpha} = 0.169$, $P < 0.05$), and Assurance ($\hat{\alpha} = 0.105$, $P < 0.10$). So that, this study found SERVPERF model is still valid and applicable to measure perceived service quality of mobile telecom companies in Yemen.

Findings of this study provide helpful guidelines for telecom mobile companies in understanding key drivers of customer satisfaction. Accordingly, network quality was

highest significant, which means that customers cared about technical quality of perceived service more than any other functional factors.

6.1. Managerial Implications

This study highlighted the importance of service quality dimensions and their impacts on customer satisfaction. The following implications may be drawn into the management of telecom mobile companies in Yemen:

1. Customers perceived network quality of service quality as the first important factor in predicting overall customer satisfaction. Accordingly, the telecom mobile companies should put by a large amount of investments in network upgrade and expansion in order to improve network coverage and voice quality, reduce call drop and network congestion in social occasions, and increase data speed rate.
2. Customers perceived empathy, reliability and assurance of service quality as the second, third and fourth important factors respectively in predicting overall customer satisfaction. Accordingly, the telecom mobile companies should consider the service quality from functional perspective. The mobile companies should provide loyalty programs as message for their customers. Moreover, they should try to reduce service outage by doing enough tests before launch new services as well as to do more analyzing for running services to address major potential problems before happens. Furthermore, they should focus on emotional satisfaction to their customers which expressed by their employees' behavior through conventional greetings, smiling, eye contact, voice and intonation.
3. Responsiveness should not be neglected for telecom mobile companies by having programs contain a document about frequently asked questions in order to respond to customers' inquiries quickly and accurately as well.

References

- [1] Lim, H.; Widdows, R.; Park, J. (2006). "M-loyalty: winning strategies for mobile carriers." *Journal of Consumer Marketing* 23(4): 208-218.
- [2] Hashed Ahmed Nasser. M, Salniza Bt Md. Salleh and Hamid mahmood Gelaidan (2012). "Factors Affecting Customer Satisfaction of Mobile Services in Yemen". *American Journal of Economics* 2012, 2(7): 171-184.
- [3] Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- [4] Pollack, B. L. (2009). Linking the hierarchical service quality model to customer satisfaction and loyalty. *Journal of Services Marketing*, 23(1), 42-50.
- [5] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). "SERVQUAL: a multiple

- item scale for measuring customer perceptions of service quality”, Journal of Retailing, Vol. 64, pp. 12-40.
- [6] Carman, J. M. (1990), “Consumer Perceptions of Service: An Assessment of SERVQUAL Dimensions,” Journal of Retailing, 66 (Spring), pp. 33-55.
- [7] Babakus, E. and G. W. Boller (1992), “An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale,” Journal of Business Research, 24, pp. 253-268.
- [8] Cronin, J.J. Jr and Taylor, S.A. (1992), “Measuring service quality: a reexamination and extension”, Journal of Marketing, Vol. 56, pp. 55-68.
- [9] Strandvik, T. and V. Lijander (1994). “A Comparison of Episode performance and relationship performance for a discrete service,” Paper presented at the 3rd Service Marketing Workshop, Berlin, Germany.
- [10] Jain, S K and Gupta, Garima (2004), "Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales", Vikalpa, The Journal for Decision Makers, Vol.29, No.2, pp. 25-37.
- [11] Wang Y., and Po Lo H., (2002), “Service Quality, Customer Satisfaction and behavior intentions-Evidence from China's Telecommunication Industry”, The Journal of Policy Regulation and Strategy for telecommunication Information and Media, Vol.4, No.6, pp.50-60.

https://www.researchgate.net/publication/280314174_Impact_of_Service_Quality_on_Customer_Satisfaction_of_Banking_Sector_Employees_A_Study_of_Lahore_Punjab

अति पिछड़ी भारिया जन जाति का समाज शास्त्रीय अध्ययन

नारायाण आहिरवार
अतिथी विद्वान समाज शास्त्र विभाग,
एस. एस. एल. जैन पी.जी.कोलेज विदिशा

भूमिका

प्रस्तुत अध्याय दो खण्डों में विभक्त है। प्रथम खण्ड के अन्तर्गत संस्कार की विश्वव्यापी अवधारणा एवं उसके गुणों का वर्णन किया गया है। इसी खण्ड में हिन्दूओं में प्रचलित जन्म, विवाह व मृत्यु से सम्बन्धित विभिन्न संस्कारों की संक्षिप्त व्याख्या इस उद्देश्य से की है कि भारत में हिन्दू बहुसंख्यक समुदाय है और इसकी सभ्यता एवं संस्कृति का प्रभाव अन्य लघु समुदायों पर, आदिवासी समुदायों पर निश्चित तौर पर पड़ता है। अतः आदिवासी समुदाय के मध्य हमें अगर वर्तमान परिपेक्ष्य में उनके संस्कारों को समझना है तो निश्चित तौर पर हिन्दूओं के संस्कारों पर भी प्रकाश डालना आवश्यक है।

दूसरे खण्ड में मध्यप्रदेश में निवासरत भारिया जनजाति जिसे अति पिछड़ी जनजाति की श्रेणी में रखा गया है उसके जन्म, विवाह एवं मृत्यु से सम्बन्धित विभिन्न संस्कारों एवं उन संस्कारों के आधार पर इत्यादि का वर्णन विभिन्न पुस्तकों एवं आलेखों से प्राप्त तथ्यों के आधार पर इसलिए किया गया है कि इसके आधार पर जमीनी स्तर पर यह जांचा एवं परखा जाएगा कि उनके कौन-कौन से संस्कार अभी भी प्रचलित हैं और इन संस्कारों में क्या परिवर्तन आया है।

भारत में आदिम जातियों से जुड़े किसी अध्ययन या अनुसंधान के पूर्व यह धारित कर लेना आवश्यक है कि “यहाँ आदिमजाति में अनुसूचित जनजाति को प्रशासनिक और राजनीतिक रूप में अवधारित किया गया है। वस्तुतः अनुसूचित जनजातियों को एक संवैधानिक दर्जा दिया गया है। इस कारण वे भारतीय जनसंख्या के विस्तार में एक संवैधानिक श्रेणी के रूप में अभिज्ञापित हैं।”

पीपुल्स आफ इंडिया प्रोजेक्ट जो भारतीय मानव विज्ञान द्वारा अक्टूबर 1985 से 31 मार्च 1992 के बीच किया गया था के पूर्व क्षेत्रीय निरीक्षण के आधार पर भारतीय जनजातियों का कोई अध्ययन नहीं किया गया। केवल 1911 के भारतीय जनगणना संगठन ने भारतीय जातियों के ऊपर नृजातीय (इथनोग्राफिक) टिप्पणी तैयार कराई थी जिसमें भारत की समस्त जातियों का एक प्रकार का मानव-शास्त्रीय परिचय दिया गया था। उस समय ज्ञात लगभग चार हजार जातियों जिसमें मुस्लिम जातियां भी शामिल थी। इन जातियों में आज की अनुसूचित जनजातियाँ का अधिकतर नामोल्लेख हुआ था। वस्तुतः स्वतंत्र भारत के जनगणना संगठन ने 1963-64 के दौरान पहली बार 532 जनजातियों का कार्यालयीन उपयोग के लिये प्रारंभिक परिचय तैयार किया था। जो मुख्यतः पूर्ववर्ती जनगणनाओं में उपलब्ध नृजातीय विवरण पर आधारित था। भारतीय मानव

सर्वेक्षण की परियोजना के समय इस सूची की जनजातियों का कोई अस्तित्व नहीं था इस कारण भारतीय मानव सर्वेक्षण ने भारतीय जनजातियों की अपनी परीक्षित सूची तैयार की और उसका क्षेत्र-अध्ययन किया। इस प्रकार अध्ययन की जनजातियाँ 635 थी जिसमें मूल जनजातिय समुदाय उनके समूह और सेगमेंट थे। 1991 की जनगणना में संवैधानिक रूप से अनुसूचित जनजातियों की भारत में कुल 650 जातियों का उल्लेख हुआ है जो 2001 की जनगणना के अनुसार भारत की कुल जनसंख्या का 8.2 प्रतिशत है। जनसंख्या आकार की दृष्टि से सबसे अधिक जनसंख्या वाली जनजाति गोंड है। इसकी जनसंख्या 75 लाख से अधिक है जबकि सबसे कम जनसंख्या वाली जनजाति हैसा, तंगसा, होतांग तथा कातीनसंगा है।

पूरे भारत की तुलना में मध्यप्रदेश में अनुसूचित जनजातियों के कुल 46 मुख्य जातीय समूह हैं। जिसके कुल मिलाकर 158 उपसमूह है। इनमें सबसे अधिक उपसमूह गोंड जाति के हैं जो 2001 की जनगणना के अनुसार प्रदेश की कुल जनसंख्या का 20.3 प्रतिशत है। यहाँ सबसे बड़ी जनसंख्या वाली जनजाति भील है और सबसे कम जनसंख्या वाली जनजाति आंध है।

पातालकोट और भारिया जनजाति

आर्थिक सामाजिक दृष्टि से भारिया को प्रीमिटिव (अत्यन्त पिछड़ी) जनजाति की श्रेणी में रखा गया है। पांचवी पंचवर्षीय योजना से इनके लिये विशेष विकास योजना लागू है। आज बैगा और सहरिया जनजाति के साथ भारिया भी इस योजना के घेरे में है। यद्यपि भारिया की जनसंख्या दो लाख से ऊपर है और यह प्रदेश की 1 लाख से पांच लाख जनसंख्या आकार वाली 6 जनजातियों में से पांचवे क्रम पर अवस्थित है किन्तु इनका एक बहुत छोटा सा भाग पातालकोट, जो चारो ओर ऊंची पहाड़ियों से घिरा एक कटेरा नुमा भौगोलिक रूप से अलग-थलग है में सदियों से आत्म केंद्रित है। ऐसा समझा जाता है कि अपनी दुर्गम भौगोलिक परिस्थिति और अपेक्षाकृत विकसित समुदायों से अलग - थलग पड़े रहने के कारण ये आज भी अपने मूल सांस्कृतिक जीवन को संजोये हुए है। उसमें लगभग नहीं के बराबर परिवर्तन घटित हुआ है। और उनकी सांस्कृतिक परंपरायें निरंतर जारी है।

भारिया जनजाति : एक नृजातिय परिचय

भारिया जनजाति मध्यप्रदेश की अनुसूचित जनजाति की अनुसूची में आकारादि क्रम से सातवें स्थान पर अंकित है। भारिया के अलावा वैधानिक रूप से इसका भूमिआ नाम भी मान्य है।

पूर्व सेन्ट्रल प्राविन्सेज की जातियों के प्रथम नृजातीय विवरणकार रसेल तथा हीरालाल (1916) के अनुसार भारिया अथवा भारिया-भारिआ एक द्रविड़ मूल की जनजाति है जिसकी 1911 के जनगणना के अनुसार लगभग 50,000 आकलित की गई और इसका आधा हिस्सा प्रमुखतः जबलपुर जिले में निवास करता था। शेष छिंदवाड़ा तथा बिलासपुर में बसा था। इनका उपयुक्त नाम भारिआ है किन्तु अक्सर जबलपुर के आस-पास ग्राम देवताओं और निचली श्रेणी के पुजारी होने के नाते इन्हें भारिया-भूमिआ नाम से पुकारा जाता रहा है। प्रायः भारिआ इस संबोधन को आग्रहपूर्वक स्वीकार करते हैं क्योंकि यह उनके मूलनाम भारिआ की अपेक्षा अधिक आदर सूचक

प्रतीत होता है। भूमिआ शब्द जिसका तात्पर्य “भूमि का स्वामी या राजा” है, एक अन्य द्रविड़ मूल की जनजाति “भूर्इया” का विकल्प है और यह इस जनजाति के उन सदस्यों के लिए प्रयुक्त होता रहा है जो ग्राम पुजारी का पद ग्रहण करते थे। किन्तु ये लोग बैगा जनजाति के नहीं हैं। भारिया लोग अपनी सजातीयता के मूल स्वरूप को पूरी तरह भूल चुके हैं। इनकी उत्पत्ति की अनेक कथायें उनके नाम की व्युत्पत्ति से बहुत अलग-थलग हैं। इनमें से एक के अनुसार महाभारत के नायक पांडवों से जुड़ी है, जैसा कि भारिआ लोग वर्णित करते हैं जब कौरवों के साथ युद्ध करते समय पांडवों की स्थिति खराब होने लगी तो अर्जुन ने भररु घास को अपनी मुट्ठी में दबाकर मनुष्यों का एक दल पैदा किया, जो पांडवों की ओर से कौरवों के विरुद्ध युद्ध में लड़ा। यही लोग वर्तमान भारिया लोगों के पूर्वज हैं। यद्यपि इसी प्रकार की अन्य कथायें मिलती हैं किन्तु रसेल और हीरालाल का मानना है कि निःसंदेह भारिआ नाम भर लोगों का उसी प्रकार अपभ्रंश है जैसा कि तेलिया तेली का, जुगिआ जोगी का और कुरिआ कोली का। इस प्रकार भारिआ का संबंध प्रमुख भर जनजाति से है जो किसी समय पूर्वी उत्तरप्रदेश में अत्यंत प्रभावशाली थे किन्तु बाद में हिन्दू सामाजिक उच्चता में अपने विजेताओं द्वारा सुअर पालक जातियों के स्तर पर पटक दिए गए। भर जनजाति के भूमि धारी उपविभाग के लोगों ने रज्जड़ नाम से एक स्वतंत्र जाति का उसी प्रकार निर्माण कर लिया है जिस प्रकार गोंड जनजाति के कुछ लोगों ने राजगौड़ जाति का। वस्तुतः इस प्रकार की उपजातियों का उद्गम स्थानीय राजपरिवारों के पुरुषों और संबंधित जनजाति की स्त्रियों के वैवाहिक संबंध से उत्पन्न संततियों से नए सामाजिक संस्तरण के बनने के कारण होता है।

पूर्व के सेंट्रल प्राविन्सेज (मध्य प्रांतों) में रज्जड़ लोगों की एक अलग जाति है और भारिआ लोग उनसे अपना कुछ संबंध बताते हैं किन्तु अशुद्ध रक्त के कारण उनके हाथ का पानी ग्रहण नहीं करते हैं। भारिआ लोग महोबा और बांधोगढ़ को अपना पूर्व निवास स्थान मानते हैं। ये स्थान कभी भर लोगों का अपना प्रदेश था। एक पारस्परिक उल्लेख के अनुसार राजा करनदेव डाहुल (जबलपुर क्षेत्र का पारंपरिक नाम) के राजा, भर जनजाति के ही थे। इस आधार पर जबलपुर में भारिआ लोगों का आगमन सन् 1040 से 1080 के बीच हुआ माना जाता है। इस तरह भारिआ लोग भर जनजाति के हैं उनमें और भर लोगों में केवल नाम का अंतर है। बाद में यह एक अत्यधिक मिश्रित जाति बनी क्योंकि इसमें ऐसी अनेक जातियों ने आकर शरण लिया जो किसी कारण से सामाजिक उच्चताक्रम की दृष्टि से निम्न स्तर पर पटक दी गई थी। भर लोगों के संबंध में अपनी पुस्तक ट्राईब्स एण्ड कास्ट्स आफ नार्थ वेस्टर्न प्राविन्सेज में क्रुक ने लिखा है, “अधिक संभावित अनुमान है कि, भर लोग कोल चेरों और सेवरी लोगों से घनिष्ट रूप से संबद्ध द्रविड़ प्रजाति के थे जो आर्यों के आक्रमण से दबा दिए गए थे। यह उनके रूप और शरीर से प्रगट है जो निःसंदेह विंध्य-कैमूर के पठारों के अनार्य आदिवासियों के समुदाय हैं” किन्तु सेंट्रल प्राविन्सेज में भारिया लोगों की गोंडो से इतनी अधिक सादृश्यता है कि इन्हें उनका ही एक भाग समझा जाता है। सेंट्रल प्राविन्सेज की 1881 जनगणना प्रतिवेदन में ड्राईसडेल ने कहा है कि “भारिया लोग वनवासी गोंडो से अधिक पुरातन वनवासी हैं और पहले कभी “दहिया” खेती के आदी थे। यद्यपि कुछ सीमा तक इनके तथा

गोंडो के बीच वैवाहिक संबंध थे किन्तु एक जनजाति के रूप में इनका स्वतंत्र अस्तित्व है।” आज ये अपनी मूल बोली को भूलकर पूर्णतः हिन्दी भाषा (बुंदेली बोली) का ही प्रयोग करते हैं किन्तु इनके उच्चारण में उनकी पुरानी बोली के अवशेष अब भी परिलक्षित होते हैं।

सामाजिक जीवन और अन्य प्रथायें

भारिया वस्त्र -धारिता के संबंध में एक पुरानी उक्ति प्रचलित है, “भारिया भवाका पवांदा लंगवाटा अर्थात् भारिया वस्तुतः एक शैतान है जो अपनी कमर को एक लंगोटी से ढंके रहता है। इस प्रकार वे अत्यंत अल्पवसनी होते थे। किन्तु अब ये पर्याप्त वस्त्र धारण करने लगे हैं। भारिया पुरुष का एकमात्र आभूषण कलाईयों में पहना जाने वाला एक प्रकार का लोहे का कड़ा है जो बुरी आत्माओं के प्रकोप से बचने के लिए धारण किया जाता है। पुरुषों के मुकाबले स्त्रियाँ केवल मोटे कपड़े की बनी लाल रंग की एक साड़ी पहनती हैं। माथे तथा कानों में चमकी गले में गुरियों की माला और हाथ तथा पैरों में सस्ती धातु के बने कड़े धारण करती हैं। इधर इनमें हिन्दु स्त्रियों के समान आभूषण धारण करने की प्रवृत्ति प्रकट होने लगी है किन्तु वे नाक नहीं छिदाती, इस प्रकार नाक का कोई आभूषण नहीं धारण करती हैं। स्त्रियाँ यद्यपि वे खेतों में काम करती हैं। फिर भी पैर में सामान्यतः उपानह या जूते-चप्पल नहीं पहनती हैं। किन्तु यदि कभी कांटों से बचने के लिये इनको पहनना आवश्यक हो जाता है तो वे बुर्जुगों तथा उँची जाति के लोगों के सामने आने पर उसे उतार देती हैं। स्त्रियों में गुदना का काफी प्रचलन है। गुदना आकृतियों में मुर्गा, मुकुट, मचिया, तथा गुडरी या घड़ा रखने का स्टेन्ड तथा चलनी आम है। किन्तु एक विशेष प्रकार की गुदना आकृति जो उनकी जातीयता का प्रतीक है, धन्धा नाम से जाना जाता है। इसमें छः बिन्दु रेखाओं के साथ जुड़े रहते हैं। इस सबको मिलाकर एक आदमी की आकृति का बोध होता है। एक बिन्दु आदमी के सिर, दूसरा धड़, तथा दो हाथ और शेष दो पैरों को प्रदर्शित करता है। गुदने की यह मनुष्याकृति वस्तुतः लड़की के भावी पति का प्रतीक है।

अपनी सूरत-शक्ल में एक भारिया व्यक्ति मोटे तौर पर कृष्य होता है। इस संबंध में एक उक्ति है कि, “भारिया जब पहाड़ों से नीचे उतरा तो उसका चेहरा आग की चिंगारी से जल उठा और कोयले जैसे काला हो गया।” फिर भी कुल मिलाकर ये लोग मध्यम कद, मजबूत काठी और काले रंग के होते हैं। इनकी आंखें छोटी, पुतलियाँ काली, नाक कुछ चौड़ी किन्तु एक सीमा तक सुडौल होती है। आँठ सामान्यतः पहले और दाँत अपेक्षतया बारीक होते हैं विशेषकर स्त्रियों की अग्रिम दाँत पंक्ति। स्त्रियों की कमर तो पतली किन्तु उरोजों की उठान कम होती है। पहली नजर में देखने पर इनको कोरकू और गोंड जनजाति के लोगों से भिन्न करना मुश्किल होता है किन्तु बोलने-चालने, उठने-बैठने और नाक-नक्श के फर्क के कारण उनकी एक अलग पहचान प्रकट हो जाती है। यद्यपि भारिया सामान्यतयः डरपोक, कम बोलने वाले, मस्त-मौला और ईमानदार लोग हैं। साफ-सफाई की दृष्टि से भारिया आलसी लोग हैं। महीनों ना नहाना उनमें आम है। वे अनगढ़ झोपड़ी में मुर्गियों, जिसे वे बहुत पसंद करते हैं, के झुंड के बीच रहने के आदी हैं। इनके खान-पान में मोटा अनाज शामिल होता है जिसे वे पत्तियों के साथ उबालकर खाते हैं। थोड़े अनाज के दानों

को वे मटे में मिलाकर बहुत शौक से खाते हैं। बहुत अधिक निम्न स्तर की जातियों को छोड़कर किसी भी जाति मुखिया को एक “पगड़ी” नगद राशि और जाति-भोज देने पर सहजता से मिल जाती है।

यद्यपि भारिया लोग बंदर का मांस और दूसरों का झूठन नहीं खाते किन्तु मुर्गे और सूअर के मांस का प्रचुरता से उपभोग करते हैं। भारिया लोगों को अछूत नहीं माना जाता किन्तु उनका सामाजिक स्तर अस्पृश्य जातियों से थोड़ा उपर ही मान्य किया जाता रहा है गाय काटने या उसका मांस खाने पर बिलासपुर के भारिया लोगों में कड़े जातीय दंड का प्रावधान है। इसके लिए उन्हें नौ जातीय भोज देना पड़ता है। कहीं-कहीं गाय के प्रत्येक अंग चार पैर, दो कान, दो सिंग तथा एक पूंछ प्रत्येक के नाम पर एक-एक जाति भोज देना पड़ता है। घोड़ों के प्रति भारिया लोगों में विशेष निषेध प्रचलित है। घोड़े की लीद को वे किसी भी हालत में नहीं छूते हैं। घोड़े से संबंधित एक भारिया दंत कथा इस प्रकार प्रचलित है :

“सृष्टि के प्रारंभ में भगवान ने भारिया लोगों को एक घोड़ा दिया। किन्तु भारिया लोगों को यह समझ में नहीं आया कि घोड़े की उँची पीठ पर कैसे चढ़ा जाय। तब उनमें से एक ने अपनी होशियारी बताते हुये कहा कि घोड़े के बगल में खँचे खोद दो। जिससे उसमें पैर अटका कर उस पर आसानी से बैठा जा सकता है लोगों ने ऐसा ही किया। उनकी इस नृशंस हरकत से भगवान उन पर क्रुद्ध हो उठे और श्राप दिया कि वे कभी भी सैनिक नहीं हो सकेंगे। किन्तु बाद में दया करके उन्हें एक सूप और एक झाड़ू दिया और कहा कि वे घास में से अनाज बुहार कर और उसे साफ कर अपना जीवन निर्वाह करें।”

व्यवसाय

भारिया लोग सामान्यतः कृषि मजदूर हैं। कृषि-मजदूर के रूप में उनकी सेवाओं की बड़ी मांग रहती है। वे अत्यधिक मेहनती और उद्यमि तथा अत्यंत भोले होते हैं। उनमें इतना अधिक भोलापन होता है कि उनके मालिक उन्हें आसानी से कर्ज के चक्र-व्यूह में फंसा लेते हैं, और पीढ़ी-दर-पीढ़ी उनके श्रम का शोषण करते रहते हैं। उनमें जोड़ने-घटाने का कोई ज्ञान नहीं होता है। इस सम्बन्ध में एक कहावत प्रचलित है जिसका आशय है, भारिया को विवाह के लिए कर्ज दो और उसे जिंदगीभर के लिए अपना गुलाम बना लो। पहले कभी भारिया लोग बैगा लोगों की तरह दहिया खेती करते थे। किन्तु अब वे अधिकांशतः मजदूरी, वनोपजों के संग्रह तथा बांस और छिंद तथा देवहारी घास से बनी सामग्रियों को बेचकर अपना जीवन निर्वाह करते हैं।

भारिया जनजाति की नृत्य कला

मध्यप्रदेश में देश की सर्वाधिक जनजातियों का परिस्थान है। यहां 46 प्रकार की जनजातियों की प्रजाति अवस्थित हैं उनमें भारिया जनजाति की अपनी अलग पहचान एवं अनूठी

स्थिति है। प्रस्तुत नृत्यला पातालकोट के भारिया जनजाति का अनुशीलन है। पातालकोट छिंदवाड़ा जिले के उत्तर सतपुड़ा के पठार पर स्थित है। यह छिंदवाड़ा जिला मुख्यालय से 62 किमी तथा तामिया विकासखण्ड से 23 किमी पर अवस्थित है। पातालकोट का अन्त क्षेत्र शिखरों और वादियों से आवृन्त है। पातालकोट के निवासी भारिया जनजाति बहुत ही डरी और सहमी हुई है इनके मन का अंधकार बहुत ही खतरनाक और सभ्य समाज के लिए कलंक का द्योतक है क्योंकि पिछड़ापन सभी पहलुओं को निम्नस्तरीय श्रेणी परिस्थिति को अवगत कराती है। पातालकोट के भारिया जनजाति की परंपराएं वास्तविक तौर पर अनूठी है जिनका अवशेष रहना आवश्यक और जरूरी है।

भारिया जनजाति विभिन्न पर्वों पर नाचते गाते हैं। आदिवासी समाज में नृत्य गान इनकी परम्परा का द्योतक है। बच्चे से बूढ़े तक नृत्य कला में पारंगत होते हैं। बुजुर्ग व्यक्ति बाल्यावस्था में नृत्यकला में निपुण बनाता है जो छोटी उम्र में आकर्षण का कारण भी होता है आठ नौ वर्ष के बच्चे के कमर में टिमकी बांध दी जाती है इनका थिरकन बरबस मन को मोहित करता है। आजीवन अपनी इस कला को धरोहर मानकर उसका सम्मानपूर्वक सामाजिक निर्वाह करते हैं। भारिया जनजाति की नृत्य कला को निम्नवत स्पष्ट करने का प्रयास किया गया है- भड़म नृत्य- इस नृत्य के अन्य नाम भी हैं जैसे - गुन्नू साही, भडनी, भडनई, भरनोटी अथवा भंगम नृत्य। भड़म नृत्य विवाह के अवसर पर सबसे प्रिय नृत्य माना जाता है। यह नृत्य समूह में होता है इसमें बीस से पचास साठ पुरुष नर्तक और वादक भाग लेते हैं। ढोलों की संख्या से टिमकियों की संख्या दुगुनी होती है अर्थात् नृत्य कला में दस ढोलक वादक हों तो बीस टिमकी वादक पहले घेरा बनाते हैं।

पहला ढोल वादक विपरीत दिशा में खड़ा होता है शेष अन्य ढोल वादक एक के पीछे एक क्रमशः खड़े होते हैं। टिमकी वादक खुले-खुले खड़े होते हैं। घेरे के बीच का एक नर्तक लकड़ी उठाकर दोहरा गाता है। दोहरे के अंतिम शब्द से वाद्य बजना शुरू हो जाता है और लय धुन तीव्रता से बढ़ता जाता है। नृत्य की गति वाद्यों के साथ बढ़ती है। ढोल वादकों का पैर समानान्तर गति में धीरे-धीरे घूमते हैं तथा घेरे के बीच के नर्तक तेज गति से पैर कमर और हाथों को गति देकर नाचते हैं। बीच-बीच में किलकारी भी होती है चरम पर नृत्य और वाद्य थम जाते हैं पुनरु एक नर्तक द्वारा दोहरा प्रारंभ होता है यही क्रम चलता रहता है। ढोल टिमकी और झांझ की ध्वनि बहुत ही लयछंद बद्ध होती है। थोड़ा विश्राम के साथ-साथ यह नृत्य रातभर होता है।

सैतम नृत्य- यह नृत्य मुख्यतरु भारिया महिलाओं का नृत्य है। महिलाओं का अमाने-सामने दो दल होता है और पुरुष घेरे के बीच में ढोलक बजाता है। नृत्य में किशोरियों तथा नव यौवनाओं की संख्या अधिक तथा भागीदारी पूर्णतया होती है। विवाह के अवसर पर रात भर सैतम नृत्य से युवतियां थकती नहीं। इनके हाथ में मंजरी या चिटकुला होता है। ढोलक की लय पर सैतम गीत और नृत्य होता है। ढोलक वाद के बंद होने पर एक महिला दो पंक्ति का गीत गाती हैं और हो-हो कर सभी महिलाएं गीत उठाती हैं और वाद्यों के साथ नृत्य प्रारंभ हो जाता है। दोनों दल की महिलाएं मंजीरे को बजाती हुए झुककर तेजी से आगे बढ़ते हुए नृत्य करती हैं और अर्द्ध चक्कर लगाकर महिलाएं झटके से मुड़ती हैं तथा गीत की लय तेज हो जाती है एक चक्कर पूरा होने पर दोहरा गाया जाता है। भारियाओं का यह नृत्य पर्वों पर रात भर चलता है।

करमा सैला नृत्य- भारिया जनजाति में भी गोंड, बैगाओं की भांति करमा सैला सुआ नृत्य की प्रथा पाई जाती है। भारिया अहिराई नृत्य भी करते हैं। यह नृत्य दीवाली पर होता है। कौड़ियों की झूल पहनकर पुरुष घर-घर जाकर छंवर लगाते हैं। दोहरा का गान करते हैं और सैला नाचते हैं। भारिया आदिवासियों का संगीत आदिम है ढोल, टिमकी की रिद्म ठेठ आदि मानव की याद दिलाती है भारियाओं का ढोल झाबुआ के भील आदिवासियों के मांदल की तरह गोल और बड़ा होता है। ये ढोल स्वयं बनाते हैं ढोल लम्बी व गोल लकड़ी के खोल पर गाय या बैल के चाम से मढ़कर तैयार की जाती है तथा टिमकी तसले के आकार की होती है। जिस पर बकरे की खाल मढ़ी जाती है। झांझ छोटी थाली के बराबर होती है। झांझ को झालर भी कहते हैं। भारिया नृत्यों में ढोलक बांसुरी का प्रयोग भी करते हैं।

पातालकोट के भारिया जनजाति का जीवन प्रारंभ से ही कौतूहल पूर्ण रहा है यह बहुत हिम्मती और साहसी होते हैं अन्यथा

इतनी गहरी अंधी खाई में जीवन व्यतीत करना आश्चर्य और कठिन कार्य है। किन्तु भारतीय जनजाति वर्तमान समय में संक्रमण काल में जी रही है। अपनी परम्पराओं को जीवित रखना इनका मुख्य ध्येय है। इनका नृत्य आदि लोक परम्पराओं जीवित एवं सुरक्षित रहे इस ओर विशेष ध्यान देने की जरूरत है क्योंकि परिवेश तो मिलता रहता है मगर वास्तविकता और मूल परिवेश जो प्रारंभिक अवस्था के हैं उन्हें बचाना आवश्यक है क्योंकि यह धरोहर सांस्कृतिक आयाम का एक अनूठा कार्य है। अतः इनकी नृत्य कला हमारे समाज के सामने एक मिसाल है।

संदर्भ सूची

- एलविन, वेरियर (1946) : भारिया: मिथस आफ मिडिल इंडिया, पृष्ठ 495, (हिन्दी में रामकमल पब्लिकेशन, दिल्ली - 2010)
- खुराना, बी.एन. (1958) : सोशल आर्गनाईजेशन आफ भारिया, बुलेटिन आफ ट्राईबल रिसर्च इंस्टीट्यूट
- काणे, पी. वी. (1982) : धर्मशास्त्र का इतिहास, भाग - 1 तथा 3, हिन्दी समिति उत्तर प्रदेश लखनऊ (अंग्रेजी में प्रथम प्रकाशन 1930) चतुर्थ संस्करण
- मंडलोई, डी. एस. (2002) : आदिवासियों की वैवाहिक संस्था पर औद्योगिकीकरण का प्रभाव (धार जिले के पीथमपुर औद्योगिक क्षेत्र के विशेष संदर्भ में) बुलेटिन आफ ट्राईबल रिसर्च इंस्टीट्यूट, खण्ड -29.
- मुकर्जी आर (2007) : हिन्दु सभ्यता, नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन. ■ मैकडानेल ए. ए. और कीथ ए. बी. (1962) : वैदिक इंडेक्स वाराणसी: भाग 1-2 (हिन्दी अनुवाद, रामकुमार राय) चौखम्बा विद्याभवन.

साँची के दृश्यांकनों में पद्म

डॉ(श्रीमती)चन्दा जैन,
शोधार्थी

श्रीमती चन्दा-ज्योति राज

■ सिंह, के. एस.(1994): शेड्यूल्ड ट्राईब्स (पीपुल आफ इंडिया सीरीज वा.-2), दिल्ली:
एंथ्रोपोलाजिकल सर्वे आफ इंडिया, आक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.

साँची के विभिन्न दृश्यांकनों में पद्म का निरूपण इस विषय पर लिखने से पूर्व उसकी महत्ता, प्राचीनता, अतुलनीयता एक बेजोड अभिप्राय के रूप में उसकी विश्व व्यापकता पर विहंगम दृष्टि डालना समीचीन होगा। विविध रंगों आकृति में उपलब्ध भारतीय संस्कृति का मूलाधार पद्म राष्ट्रीय पुष्प है। जिस पर हमारे राष्ट्र की श्री प्रतिष्ठित है। पद्म भारतीय जीवन का समाहार है। भारतीय साहित्य दर्शन और कला का यह एक बेजोड अभिप्राय है। पद्म जीवन का सत्यं शिवं सुन्दरम रूप है। यह पृथ्वी का प्रतीक है। मनुस्मृति तथा पद्मपुराण में पद्म पर स्वयं ब्रह्मा के विराजमान होने का आख्यान मिलता है। पद्मपुराण में कहा गया है कि विष्णु की नाभि से जो पद्म पहले उत्पन्न हुआ। वह पृथ्वी रूप था। वह पद्म ही रसादेवी या पृथ्वी कहा जाता है।

तच्च पद्म पुराभूतं पृथ्वीरूपसमुत्तमम्।

यत्पद्मं सा रसा देवी पृथ्वी परिवक्ष्यते।।¹

पृथ्वी सम्पूर्ण चराचर जगत को जन्म देती है वह जगन्माता है इसलिये पद्म भी सृष्टि का प्रतीक है। शतपथ ब्राह्मण (6.4.1.7) में कमलदलों को योनि के समान बताया गया है—योनिर्वे पुष्करपर्णम्।² सहस्रदल कमल हिरण्यगर्भ का प्रतीक है जो ब्रह्म तत्व का उद्भव स्थल है। पद्म के अष्ट दल अष्ट दिशाओं के प्रतीक है अस्तु पद्म सर्वव्यापकता का बोध कराता है।

सूर्य के उदित होने पर पद्म विकसित होता है और दिन भर सूर्य की ओर प्रकाश की ओर उन्मुख रहता है। मानो हमसे कह रहा हो कि हम भी प्रकाश की ओर दृष्टि रखें 'तमसो मा ज्योतिर्गमय'। पद्म इसलिये सूर्य का समानार्थी है। सूर्य और पद्म का यह संबंध आध्यात्मिक है। दूसरे शब्दों में ब्रह्म रूपी ज्ञान के सूर्य से मन रूपी कमल विकसित होता है। वस्तुतः सूर्य ब्रह्म का प्रतीक है (ब्रह्म सूर्य समं ज्योति-ऋग्वेद 2.3.48) अतः पद्म सूर्य के समान भूतों में समष्टिगत प्राण या जीवन का आवाहन करता है। इस आध्यात्मिक प्रतिकात्मकता के कारण ही पद्म अत्यंत प्राचीन काल से भारतीय जीवन में लोकप्रिय रहा है।

सरोवर का पंक पद्म पंखुडियों पर अपना प्रभाव नहीं छोड़ता। इस प्रकार पद्म एक शशाश्वत सत्य

का एवं सनातन शिव का उदाहरण प्रस्तुत करके हमें आदर्श जीवन का बोध कराता है। दिव्यावतार का प्रतीक पद्म का उपदेशात्मक रूप ही जीवन का सत्य और शिव है। महायान विचारधारा में भी आदिकाल में सर्वप्रथम शतदल पद्म के विकसित होने तथा उसी से आदि बुद्ध के अवतीर्ण होने की परिकल्पना की गई है।¹ ललित विस्तार² में पद्म एक अष्ट मंगल कहा गया है। इसी पुस्तक में यह भी उल्लिखित है कि बुद्ध जल में अवस्थित पद्म के समान पवित्र थे।³ दिव्यादान⁴ भी इसी तथ्य की पुष्टि करता है। जैन धर्म में भी पद्म की महत्ता अविकल रूप से स्वीकार की गई है। भारतीय कला में प्रारंभिक काल से पद्म अंकन आसन के रूप में किया गया है। जिस पर देवी देवताओं को स्थानक अथवा बैठे प्रदर्शित किया गया है। अधिकांशतः बैठी मूर्तियों का आसन कमल है। साहित्य एवं कला दोनों ही इसकी पुष्टि करते हैं।

कमलासन की प्राचीनतम प्रतिमा लक्ष्मी की है। जिसका प्रयोग कालांतर में अन्य धर्मों के देवताओं के लिये हुआ।⁵ पद्मलक्ष्मी का आसन लीलापुष्प है। जल से पद्म और लक्ष्मी दोनों का आर्विभाव माना जाता है। इसमें भी दोनों का संबंध सहज और सकारण है।⁶ लक्ष्मी को इसलिए पद्मिनी, पद्मवर्णा, पद्महस्ता, पद्मप्रिया, पद्मवेष्टिता, पद्मस्थिता, पद्मानना, पद्मउरु, पद्माक्षी, पद्मसम्भवा आदि विभिन्न नामों से अभिहित किया गया है।⁷

प्राचीन काल से ही कलाकारों ने विशेषकर पुष्प लताओं के अंकन में विशेष अभिरुचि प्रकट की है और इसके उत्कृष्ट उदाहरण पद्मलताओं अथवा पद्मदलों के रूप में उपलब्ध होते हैं। पूर्ण विकसित अथवा अर्द्धविकसित पद्म सरोवरों में प्रदर्शित किये गये हैं। साँची के स्तूपों पर ऐसे पद्म सरोवरों का कई स्थानों पर उत्कीर्णन मिलता है। प्रायः नगर द्वारों के बाहर की परिखाओं में, विहार-उद्यानों की पुष्करिणियों में अथवा राजप्रसाद के प्रमदवनों की दीर्घिकाओं में पद्म की प्राकृतिक सुषमा का शिल्पांकन द्रष्टव्य है। पूर्णघट अथवा मंगल कलश में पद्मगुच्छ के मनोहारी रूप में हमें साँची, भरहुत, मथुरा, अमरावती आदि के शिल्प में सहज ही उपलब्ध है। कलश जल (जीवन) से परिपूर्ण है और जल से पद्म तथा लक्ष्मी दोनों का उद्भव है।

साँची शिल्प में अनेक चक्र फलकों अथवा अर्द्ध चक्र फलकों में पद्म के नाना रूप आंके गये हैं जिनका मनमोहक और सजीव अंकन इतने विशुद्ध रूप में अन्यत्र दुर्लभ हैं। उनका विवरण निम्नानुसार है—

मा.सा.प्लेट 7b,c,e, प्लेट 8a,b नीव में लगे पत्थर स्तम्भ सीढियों पर विभिन्न प्रकार के कमल उत्कीर्ण हैं। फुल्लों तथा अर्द्धफुल्लों में भी इनका प्रदर्शन मिलता है। सादे रूप में पद्म लतायें पूर्ण रूप से बांये स्तम्भ पर आच्छादित हैं। प्लेट 8बी में विभिन्न विशिष्ट ढंग से बने कमलों की आकृति दर्शनीय है।

प्लेट 8इ में यक्ष-पक्षी के नीचे पद्म गुच्छ प्रदर्शित है।

मा.सा.दक्षिणी तोरण द्वार मध्य सिर दल: प्लेट 12,1 एवं 319बी,78,22अ,23अ पुष्पित पद्म का आधार लेकर दो नागों के मध्य माया खड़ी है। सम्पूर्ण लिन्टल की बाहरी सतह पूर्ण रूप से कमल नाल, पत्तियाँ, कली, पुष्प से भरी हुई है जिसके छोरों पर हंसों के जोड़े प्रदर्शित है। मध्य सिर दल पर जीवन का प्रतीक पद्म उत्कीर्ण है। कुम्भाण्डों के मुख, नाभि से उद्गमित पद्म नाल,पद्म पखुड़ियाँ,पुष्प की शोभा वर्णनातीत है। पद्म पुष्पों से हार निकलते हुये दिखलाये गये है। सम्भवतः स्वर्ण रजत से निर्मित एक हार (Imbricated scale)पद्म-पुष्प से विकसित हो रहा है।

मा.सा.12,15,17,18,19 दक्षिणी तोरण द्वार,सम्मुख भाग,ऊपरी सिर दल का पृष्ठ भाग;मध्य सिर दल;नीचे का ठप्पा (Die),पृष्ठ भाग पश्चिमी स्तंभ,प्रचुर पुष्पों से लदे अलंकृत लिन्टल के मध्य से दो हंस पद्म से झॉक रहे है। पद्म तडाग पर राजकीय वेशभूषा में व्यक्ति सवारी पर बैठे है। उसकी अपनी सूंड से कमल को एक हाथी क्षत विक्षत कर रहा है। एक हांथी टकटकी लगाकर पद्म तडाग को देख रहा है। मध्य पद्म की पंखुड़ियों पर माया भारतीय पद्धति में आसीन है। षडदंत जातक के अत्यलंकृत परिदृश्य में अग्रभूमि में सात कमलों का प्रदर्शन है। झील मे स्नानोपरान्त एक हाथी द्वारा बडा सा कमल बोधिसत्व को भेंट स्वरूप दिया गया। इस कथा का उल्लेख षडदंत जातक में¹⁰ किया गया है। कुछ कमल कलिकाएँ ऊपर तथा हाथियों के मध्य प्रदर्शित हैं। अग्रभूमि के मध्य में किले का घेराव कमल पुष्पों से प्रदर्शित है जिनसे ज्ञात होता है कि खाई है जिसमें कुछ सैनिक खड़े हैं।¹¹ कलश परिपूर्ण पद्मों में परम्परागत मातृत्व का प्रदर्शन किया गया है। दो सवारों में से एक के हाथ में नीलोत्पल का प्रदर्शन दक्षिणी तोरण द्वार के पश्चिमी किनारे पर किया गया है।

प्लेट 22,23,24,25 उत्तरी तोरण के सम्मुख भाग पर दो ठप्पों में जन्म का दृश्य है। इसी प्रकार दांये ऊपर की ओर एक यक्ष एक हाथ से धोती का किनारा तथा दूसरे हाथ से लम्बी कमल नाल उठाये हुये है। दोनों तरफ खड़े यक्ष शाक्यमुनि बोधिद्रुम की कमल द्वारा पूजा कर रहे हैं। पूर्ण प्रस्फुटित गुलाबी कमल (पद्म) नीले कमलों (उत्पल) में जड़े प्रदर्शित हैं। माया पूर्ण विकसित कमल पर खडी है उसके दोनों ओर हाथी भी पद्म पर खड़े हैं। कमल नाल भूमि से निकलती हुई प्रदर्शित की गई है। पद्मासीन माया बैठी है। कमल पर हाथी खड़े हैं। ठप्पे के ऊपर और नीचे दो कमल कलिका प्रदर्शित हैं। बाये ओर का हाथी अर्द्ध प्रस्फुटित कमल एवं कलिका अपनी सूंड में लिये प्रदर्शित है।

प्लेट 27 उत्तरी तोरण द्वार के निचले सिरदल के पश्चिमी छोर पर प्रदर्शित ऋष्यश्रृंग जातक के दृश्य में हिरणी के गर्भ से उत्पन्न बालक प्रथम स्नान कमल पुष्करिणी में कर रहा है। पर्णशाला के दृश्य में सभी

आवश्यक वस्तुओं के साथ कमल भी प्रदर्शित है।

प्लेट 29 षडदन्त जातक कथा में षडदन्त अपने साथियों के साथ कमल ताल पर विचरण कर रहे हैं एवं घास चर रहे हैं। हाथियों की सूड में कमल है। ये दृश्य उत्तरी तोरण द्वार के पृष्ठ भाग के उपरी सिर दल पर उत्कीर्ण हैं। इस तोरण द्वार के निचले सिरदल पर विश्वन्तर जातक परिदृश्य के अंकन में पर्णशालाओं के सामने कमलों से परिपूर्ण पुष्परिणी में हंस और हाथी तैर रहे हैं।

प्लेट 30 कमल पुष्परिणी में हाथी नहा रहा है। ठप्पों पर कमल भद्रघट एवं माया विशाल पद्म पर आसीन है।

प्लेट 31 विश्वन्तर जातक दृश्य में यह तथ्य ध्यान देने योग्य है कि नगर की खाइयों का रूपान्तरण कमल ताल में हो गया है।

प्लेट 33 विश्वन्तर जातक दृश्य में एक संकरी नदी कमलों से युक्त है।

प्लेट 34,35,36 कमल युक्त ताल कमल बेल भद्रघट या मकर-हस्ति के मुख से निकलती हुई प्रदर्शित है।

यक्ष दाये हाथ में उत्पल पकड़े पश्चिमी स्तम्भ पर प्रदर्शित हैं।

प्लेट 39 पूर्वी तोरण के सम्मुख भाग के स्तम्भ पर बाहरी ओर पद्म का अलंकरण है।

प्लेट 40 खाई का रूपान्तरण पद्म ताल के रूप में प्रदर्शित है जहाँ औरतें पानी भरती हुई दर्शाई गई हैं।

एक उत्सव में जा रहे लोगों के हाथों में विशाल पद्म पुष्प दर्शाया गया है।

प्लेट 41 गाय बैलों की पीठ पर सवार पुरुषों के हाथों में साधारण भारतीय शैली का पद्म प्रदर्शित है।

प्लेट 46 पूर्वी तोरण द्वार के निचले सिदल पर राजसी चिह्न से विहीन दस हाथियों के समूह का अंकन है।

समीप के पद्म पुष्कर से उखाड़े हुये कमल पुष्प को अपनी सूड में लेकर वे मध्य में रखे स्तूप की पूजा कर रहे हैं।

प्लेट 47,50,52 मानव युगल पद्म पुष्प प्रदान कर रहे हैं। एक जंगल में रहने वाले के हाथ में कमल कलिका का प्रदर्शन है। पूर्वी दिशा के द्वार रक्षक यक्ष के दाये हाथ में कई पखुड़ियों वाला पद्म है।

जिसकी पंखुड़ियाँ स्पष्टतया परिलक्षित होती हैं। पद्म बेल गुलाबी पद्म, नीलोत्पल लता, पत्तियाँ, कलिका का अत्यन्त सुन्दर प्रदर्शन है। प्लेट 50 में भी सघन पद्म लता, कमल सरोवर में रहने वाले जीव

हंस, कछुये का आधाभाग, कली, पत्ती, पुष्प का हर दृष्टि से विकसित होते हुये प्रदर्शित है। कमल नाल जिसकी आकृति ट्यूब जैसी है ऊपर बंधी हुई है और नीचे मकर मुख से निकलती प्रतीत होती है।

उरुवेला ग्राम के दृश्य में दो महिलायें कटि पर घडा रखे पद्म ताल से जल भरने जा रहीं हैं। नैराजना

नदी के बाढ के दृश्य में मकर, हंस, कमलों से खेलते हुये परिलक्षित हो रहे हैं।

प्लेट 55 उठी हुई सूडों से हाथी कमल पुष्प से पूजा करते हुये दिखाये गये हैं।

प्लेट 61,63,64,65,67 पद्म सरोवर दिग्दर्शित हैं।

कमल की लोकप्रियता का सबल प्रमाण स्तूप दो की भू-वेदिका है। यहाँ 85 स्तंभ हैं। इन पर 152

सम्पूर्ण फुल्ले 303 अर्द्धफुल्ले तथा 51 दृश्य उकरे गये हैं। वेदिका के प्राचीनतम अंगों पर कमल का अलंकरण है। इसके केवल 10 स्तम्भों पर दृश्य है। बाद में स्तम्भों के बाहरी भाग पर कमल आया। अपने विकास के तीसरे चरण में यह स्तम्भों के बाहरी भाग में ही बनता रहा। लगभग 300 फुल्लों में कमल

विद्यमान है। 126 अन्य फुल्लों में यह किसी न किसी रूप में प्रयुक्त है।¹² साँची शिल्प में अनेक संभ्रान्त नर-नारियों के हाथ में पद्म दिखाई देता है। कमल पुष्प धारण करना उस युग के नागरिक जीवन का एक महत्वपूर्ण पहलू था। अपनी महत्वपूर्ण अर्थबोधगम्यता, लोकप्रियता तथा विविध प्रतीकात्मकता के कारण सज्जा के साधन के रूप में पद्म का सर्वाधिक प्रयोग किया गया है।

अमरता का द्योतक, मनमोहक कमल के विविध रूप यथा कमलनाल, पद्मलता, पद्मदल, कलिका, अर्द्ध-पूर्ण प्रस्फुटित पंखुड़ियों युक्त विभिन्न प्रयोजनों जैसे पूजा अभ्यर्थना (न केवल मनुष्यों अपितु पशुओं द्वारा भी), आभूषण में प्रयुक्त, का व्यापक अंकन जैसा साँची में दृष्टिगत होता है, वह अतुलनीय अवर्णनीय है।

टिप्पणी :—

1. जगदीशचन्द्र, श्री, पृ. 41
2. अग्रवाल, वा श.इण्डियन आर्ट, पृ.55.
3. मिश्र जनार्दन, प्रतीक विद्या, चित्र संख्या 85.
4. तस्मिन् खल्पदि क्षीरे श्रवत्स-स्वस्तिक-नन्द्यावर्त-पद्म-वर्द्धमानादीनि मङ्गल्यानि संदृश्यंते स्म। श्री वैद्य पी.एल.(सम्पा), 7, पृ.195.

जी.एस.टी. (GST) या वस्तु एवं सेवा कर एक व्याख्या

डॉ. आर के अग्रवाल (सेवा निवृत्त)

एच.ओ.डी वणिज्या विभाग,

(ए.एस.पी.जी) महाविद्यालय सिकान्द्राबाद यू.पि

१. जी एस टी क्या है?

वस्तु एवं सेवा कर या माल एवं सेवा कर (अंग्रेजी : Goods and Services Tax (गुड्स एंड सर्विसिज टैक्स), संक्षेप मेरू वसेक या जीएसटी अंग्रेजी: GST) भारत में 9 जुलाई २०१७ से लागू होने वाली एक महत्वपूर्ण अप्रत्यक्ष कर व्यवस्था है जिसे सरकार व कई अर्थशास्त्रियों द्वारा इसे स्वतंत्रता के पश्चात् सबसे बड़ा आर्थिक सुधार बताया है। इससे केन्द्र एवम् विभिन्न राज्य सरकारों द्वारा भिन्न भिन्न दरों पर लगाए जा रहे विभिन्न करों को हटाकर पूरे देश के लिए एक ही अप्रत्यक्ष कर प्रणाली लागू की जाएगी जिससे भारत को एकीकृत साझा बाजार बनाने में मदद मिलेगी। भारतीय संविधान में इस कर व्यवस्था को लागू करने के लिए संशोधन किया गया है।

1 जुलाई 2017 से पूर्व किसी भी सामान पर केंद्र एवं राज्य सरकार के द्वारा कई तरह के अलग-अलग कर लगाती हैं लेकिन जीएसटी आने से सभी तरह के सामानों पर एक जैसा ही कर लगाया जाएगा पूर्व में किसी भी सामान पर 30 से 35: तक कर देना पड़ता था कुछ चीजों पर तो प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष रूप से लगाया जाने वाला कर 50: से ज्यादा होता था जीएसटी आने के बाद यह कर अधिकतम 28 प्रतिशत हो जाएगा जिसमें कोई भी अप्रत्यक्ष कर नहीं होगा जीएसटी भारत की अर्थव्यवस्था को एक देश एक कर वाली अर्थव्यवस्था बना देगा छ फिलहाल भारतवासी 17 अलग-अलग तरह के कर चुकाते हैं जबकि जीएसटी लागू होने के बाद केवल एक ही तरह का कर दिया जाएगा इसके लागू होते ही एक्साइज ड्यूटी, सर्विस टैक्स, वैट, मनोरंजन कर, लग्जरी कर जैसे बहुत सारे कर खत्म हो जाएंगे।

जीएसटी लागू होने के बाद किसी भी सामान और सेवा पर कर वह लगेगा जहां वह बिकेगा छ जीएसटी अलग-अलग स्तर पर लगने वाले एक्साइज ड्यूटी, सर्विस कर इत्यादि की जगह अब केवल जीएसटी लगेगा छ जीएसटी परिषद ने 66 तरह के प्रोडक्ट्स पर टैक्स की दरें घटाई हैं।

वस्तु एवं सेवा कर या जी एस टी एक व्यापक, बहु-स्तरीय, गंतव्य-आधारित कर है जो प्रत्येक मूल्य में जोड़ पर लगाया जाएगा।

इसे समझने के लिए, हमें इस परिभाषा के तहत शब्दों को समझना होगा। आइए हम 'बहु-स्तरीय'

शब्द के साथ शुरू करें घ कोई भी वस्तु निर्माण से लेकर अंतिम उपभोग तक कई चरणों के माध्यम से गुजरता है घ पहला चरण है कच्चे माल की खरीदना घ दूसरा चरण उत्पादन या निर्माण होता है घ फिर, सामग्रियों के भंडारण या वेर्हाउस में डालने की व्यवस्था है घ इसके बाद, उत्पाद रीटैलर या फुटकर विक्रेता के पास आता है घ और अंतिम चरण में, रिटेलर आपको या अंतिम उपभोक्ता को अंतिम माल बेचता है ।

यदि हम विभिन्न चरणों का एक सचित्र विवरण देखें, तो ऐसा दिखेगा इन चरणों में जी एस टी लगाया जाएगा, और यह एक बहु-स्तरीय टैक्स होगा। कैसे? हम शीघ्र ही देखेंगे, लेकिन इससे पहले, आइए हम 'वैल्यू ऐडिशन' के बारे में बात करें।

मान लें कि निर्माता एक शर्ट बनाना चाहता है घ इसके लिए उसे धागा खरीदना होगा। यह धागा निर्माण के बाद एक शर्ट बन जाएगा घ तो इसका मतलब है, जब यह एक शर्ट में बुना जाता है, धागे का मूल्य बढ़ जाता है। फिर, निर्माता इसे वेयरहाउसिंग एजेंट को बेचता है जो प्रत्येक शर्ट में लेबल और टैग जोड़ता है घ यह मूल्य का एक और संवर्धन हो जाता है घ इसके बाद वेयरहाउस उसे रिटेलर को बेचता है जो प्रत्येक शर्ट को अलग से पैकेज करता है और शर्ट के विपणन में निवेश करता है। इस प्रकार निवेश करने से प्रत्येक शर्ट के मूल्य में बढ़ौती होती है घ

इस तरह से प्रत्येक चरण में मौद्रिक मूल्य जोड़ दिया जाता है जो मूल रूप से मूल्य संवर्धन होता है। इस मूल्य संवर्धन पर जी एस टी लगाया जाएगा।

परिभाषा में एक और शब्द है जिसके बारे में हमें बात करने की आवश्यकता है दृ गंतव्य-आधारित। पूरे विनिर्माण श्रृंखला के दौरान होने वाले सभी लेनदेन पर जी एस टी लगाया जाएगा। इससे पहले, जब एक उत्पाद का निर्माण किया जाता था, तो केंद्र ने विनिर्माण पर उत्पाद शुल्क या एक्साइस ड्यूटी लगाता था घ अगले चरण में, जब आइटम बेचा जाता है तो राज्य वैट जोड़ता है। फिर बिक्री के अगले स्तर पर एक वैट होगा। तो, पहले टैक्स लेवी का स्वरूप इस तरह था।

अब, बिक्री के हर स्तर पर जीएसटी लगाया जाएगा। मान लें कि पूरे निर्माण प्रक्रिया राजस्थान में हो रही है और कर्नाटक में अंतिम बिक्री हो रही है। चूंकि जी एस टी खपत के समय लगाया जाता है, इसलिए राजस्थान राज्य को उत्पादन और वेयरहाउसिंग के चरणों में राजस्व मिलेगा घ लेकिन जब उत्पाद राजस्थान से बाहर हो जाता है और कर्नाटक में अंतिम उपभोक्ता तक पहुंच जाता है तो राजस्थान को राजस्व नहीं मिलेगा घ इसका मतलब यह है कि कर्नाटक अंतिम बिक्री पर राजस्व अर्जित करेगा, क्योंकि यह गंतव्य-आधारित कर है घ इसका मतलब यह है कि कर्नाटक अंतिम बिक्री पर राजस्व अर्जित करेगा, क्योंकि यह गंतव्य-आधारित कर है और यह राजस्व बिक्री के अंतिम गंतव्य पर एकत्र किया जाएगा जो कि कर्नाटक है।

2. वस्तु एवं सेवा कर इतना महत्वपूर्ण क्यों है ?

अब हम जी एस टी समझ गए हैं तो हम देखते हैं कि यह वर्तमान टैक्स संरचना को और अर्थव्यवस्था को बदलने में इतनी महत्वपूर्ण भूमिका क्यों निभाएगी।

वर्तमान में, भारतीय कर संरचना दो में विभाजित है दृ प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष कर दृ प्रत्यक्ष कर या डायरेक्ट टैक्स वह हैं जिसमें देनदारी किसी और को नहीं दी जा सकती। इसका एक उदाहरण आयकर है जहां आप आय अर्जित करते हैं और केवल आप उस पर कर का भुगतान करने के लिए उत्तरदायी हैं।

अप्रत्यक्ष करों के मामले में, टैक्स की देनदारी किसी अन्य व्यक्ति को दी जा सकती है। इसका मतलब यह है कि जब दुकानदार अपने बिक्री पर वैट देता है तो वह अपने ग्राहक को देयता दे सकता है दृ इसलिए ग्राहक आइटम की कीमत और वैट पर भुगतान करता है ताकि दुकानदार सरकार को वैट जमा कर सके। मतलब ग्राहक न केवल उत्पाद की कीमत का भुगतान करता है, बल्कि उसे कर दायित्व भी देना पड़ता है, और इसलिए, जब वह किसी आइटम को खरीदता है तो उसे अधिक खर्च होता है।

यह इसलिए होता है क्योंकि दुकानदार को जब वह आइटम थोक व्यापारी से खरीदा था तब उसे कर का भुगतान करना पड़ा था। वह राशि वसूल करने के साथ ही सरकार को भुगतान किए गए वैट की भरपाई के लिए वह अपने ग्राहक को देयता दे देता है जिसे अतिरिक्त राशि का भुगतान करना पड़ता है। लेन-देन के दौरान दुकानदार के लिए अपनी जेब से जो भी भुगतान करता है, उसके लिए रिफंड का दावा करने का कोई दूसरा तरीका नहीं है और इसलिए, उसके पास ग्राहक की देयता को पारित करने के अलावा कोई विकल्प नहीं है।

3. जी एस टी कैसे काम करेगी ?

सख्त निर्देशों और प्रावधानों के बिना एक देशव्यापी कर सुधार काम नहीं कर सकता है। जीएसटी परिषद ने इस नए कर व्यवस्था को तीन श्रेणियों में विभाजित करके इसे लागू करने की एक विधि तैयार की है। यह कैसे काम करता है? हमारे विशेषज्ञ यहां विस्तार से आपको यह बताएंगे।

जब जीएसटी लागू किया जाएगा, तो 3 तरह के कर होंगे:

सीजीएसटी: जहां केंद्र सरकार द्वारा राजस्व एकत्र किया जाएगा

एसजीएसटी: राज्य में बिक्री के लिए राज्य सरकारों द्वारा राजस्व एकत्र किया जाएगा

आईजीएसटी: जहां अंतरराज्यीय बिक्री के लिए केंद्र सरकार द्वारा राजस्व एकत्र किया जाएगा

ज्यादातर मामलों में, नए शासन के तहत कर संरचना निम्नानुसार होगी।

लेन-देन नई प्रणाली पुरानी व्यवस्था व्याख्या

राज्य के भीतर बिक्री सीजीएसटी, एसजीएसटी वैट, केंद्रीय उत्पाद शुल्क – सेवा कर राजस्व अब केंद्र और राज्य के बीच साझा किया जाएगा।

दूसरे राज्य को बिक्री आईजीएसटी केंद्रीय बिक्री कर उत्पाद शुल्क & सेवा कर अंतरराज्यीय बिक्री के मामले में अब केवल एक प्रकार का कर (केंद्रीय) होगा।

उदाहरण:

महाराष्ट्र में एक व्यापारी ने 10,000 रुपये में उस राज्य में उपभोक्ता को माल बेच दिया। जीएसटी की दर 18% है जिसमें सीजीएसटी 9% की दर और 9% एसजीएसटी दर शामिल है। ऐसे मामलों में डीलर 1800 रुपये जमा करता है और इस राशि में 900 रुपये केंद्र सरकार के पास जाएंगे और 900 रुपये महाराष्ट्र सरकार के पास जाएंगे। इसलिए अब डीलर को आईजीएसटी के रूप में 1800 रुपये चार्ज करना होगा। अब सीजीएसटी और एसजीएसटी को भुगतान करने की आवश्यकता नहीं होगी।

4. जीएसटी कैसे भारत और आम आदमी की मदद करेगी।

संयोजन श्रृंखला के एक सहज प्रवाह पर आधारित है। विनिर्माण प्रक्रिया के हर चरण में, व्यवसायों को पिछले लेनदेन में पहले से ही चुकाए गए टैक्स का दावा करने का विकल्प होगा। इस प्रक्रिया को समझना व्यवसायों के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यहां विस्तृत विवरण दिया गया है।

इसे समझने के लिए, पहले समझ लें कि इनपुट टैक्स क्रेडिट क्या है। यह वह क्रेडिट है जो निर्माता को उत्पाद के निर्माण में इस्तेमाल किए गए इनपुट पर दिया गया कर के लिए प्राप्त होता है। इसके बाद शेष राशि सरकार को जमा करनी होगी।

हम इसे एक काल्पनिक संख्यात्मक उदाहरण के साथ समझते हैं।

एक शर्ट निर्माता कच्चे माल खरीदने के लिए 100 रुपये का भुगतान करता है। यदि करों की दर 10% पर निर्धारित है, और इसमें कोई लाभ या नुकसान नहीं है, तो उसे कर के रूप में 10 रुपये का भुगतान करना होगा। तो, शर्ट की अंतिम लागत अब $(100 + 10) = 110$ रुपये हो जाती है।

अगले चरण में, थोक व्यापारी 110 रुपये में निर्माता से शर्ट खरीदता है, और उस पर लेबल जोड़ता है। जब वह लेबल जोड़ रहा है, वह मूल्य जोड़ रहा है। इसलिए, उसकी लागत 40 रुपये (अनुमानित) से बढ़ जाती

है । इसके ऊपर, उसे 10: कर का भुगतान करना पड़ता है, और अंतिम लागत इसलिए हो जाती है (110. 40 =) 150. 10: कर = 165 रुपये ।

अब, फुटकर विक्रेता या रिटेलर थोक व्यापारी से शर्ट खरीदने के लिए 165 रुपये का भुगतान करता है क्योंकि कर दायित्व उसके पास आया था । उसे शर्ट पैकेज करना पड़ता है, और जब वह ऐसा करता है, तो वह फिर से मूल्य जोड़ रहा है । इस बार, मान लें कि उनका मूल्य अतिरिक्त 30 रुपये है । अब जब वह शर्ट बेचता है, तो वह इस मूल्य को अंतिम लागत (और वैट जिसे वह सरकार को देना होगा) में जोड़ता है । इसके साथ ही उसे सरकार को देय वैट जोड़ना होगा । तो, शर्ट की लागत 214.5 रुपए हो जाती है । इस का एक ब्रेक अप देखते हैं ।

लागत = रु 165. मान जोड़ = रु 30. 10: कर = रु 195. 19.5 = 214.5 रुपये

इसलिए, ग्राहक एक शर्ट के लिए 214.5 रुपये का भुगतान करता है, जिसकी कीमत मूल रूप से केवल 170 रुपये (110. 40. 30 रुपये) थी । ऐसा होने के लिए, कर दायित्व हर बिक्री पर पारित किया गया था और अंतिम दायित्व ग्राहक के पास आ गया । इसे करों का व्यापक प्रभाव कहा जाता है जहां टैक्स के ऊपर टैक्स का भुगतान किया जाता है और आइटम का मूल्य हर बार बढ़ता रहता है ।

कार्य लागत 10: कर कुल

कच्चे माल खरीदना / 100 100 10 110

उत्पादन / 40 150 15 165

मूल्य जोड़ें / 30 195 19.5 214.5

कुल 170 44.5 214.5

जीएसटी में, इनपुट प्राप्त करने में भुगतान किए गए कर के लिए क्रेडिट का दावा करने का एक तरीका है । इस में वह व्यक्ति जिसने कर चुकाया है, वह अपने करों को जमा करते समय इस कर के लिए क्रेडिट का दावा कर सकता है ।

हमारे उदाहरण में, जब थोक व्यापारी निर्माता से खरीदता है, तो वह अपनी लागत मूल्य पर 10: कर देता है क्योंकि उसके पास देयता दे दी गई है घ फिर वह 100 रुपयों की लागत कीमत पर 40 रुपए का मूल्य जोड़ा और इससे उसकी लागत 140 रुपए हो गई । अब उसे इस कीमत का 10: सरकार को कर के रूप में देना होगा । लेकिन उन्होंने पहले ही निर्माता को एक कर का भुगतान किया है । लेकिन उसने पहले ही निर्माता को एक कर का भुगतान किया है । इसलिए, इस बार वह क्या करता है, सरकार को टैक्स

के रूप में (140: के 10: = 14) का भुगतान करने की बजाय वह पहले से भुगतान की गई राशि को घटा देता है छ इसलिए उसकी 14 रुपए की नई देनदारी से वह 10 रुपए कटौती करता है और सरकार को केवल 4 रुपए का भुगतान करता है। तो 10 रुपए उसका इनपुट क्रेडिट हो जाता है।

जब वह सरकार को 4 रुपये का भुगतान करता है, तो वह रिटेलर को अपनी देयता दे सकता है। इसके बाद, फुटकर विक्रेता उसे शर्ट खरीदने के लिए (140. 14 =) 154 रुपये का भुगतान करेगा। अगले चरण में, रिटेलर ने 30 रुपये का मूल्य उसकी लागत कीमत में जोड़ दिया और सरकार को उस पर 10: कर का भुगतान किया। जब वह मूल्य जोड़ता है, तो उसकी कीमत 170 रुपये हो जाती है छ अब, अगर उसे उस पर 10: कर देना पड़ता है, तो वह ग्राहक के दायित्व को पारित कर देता। लेकिन उसके पास इनपुट क्रेडिट है क्योंकि उसने थोक व्यापारी को टैक्स के रूप में 14 रुपये में भुगतान किया है। इसलिए, अब वह अपनी कर दायित्व (170: = 170) = 17 रुपए से 14 रुपए कम कर देता है और उसे सरकार को केवल 3 रुपए का भुगतान करना पड़ता है। और इसलिए, वह अब ग्राहक को यह शर्ट (140. 30. 17 =) 187 रुपये में बेच सकता है।

कार्य लागत 10: कर वास्तविक देयता कुल

कच्चे माल खरीदना /	100	100	10	10	110
उत्पादन /	40	140	14	4	154
मूल्य जोड़ें /	30	170	7	3	187
कुल	170	17	187		

अंत में, हर बार जब कोई व्यक्ति इनपुट टैक्स क्रेडिट का दावा करने में सक्षम होता है, तो उसके लिए बिक्री मूल्य कम हो जाता है छ और उसके उत्पाद पर कम कर दायित्व के कारण लागत मूल्य भी कम हो जाता है। शर्ट का अंतिम मूल्य भी 214.5 रुपये से 187 रुपये कम हो गया, इस प्रकार अंतिम ग्राहक पर कर का बोझ कम हो गया।

इसलिए अनिवार्य रूप से, माल और सेवा कर में दो-तरफा लाभ होने वाला है। पहला, यह करों के व्यापक प्रभाव को कम करेगा और दूसरा, इनपुट कर क्रेडिट की अनुमति के द्वारा, यह कर के बोझ को कम करेगा और, उम्मीद है, कीमतें भी कम हो जाएंगी।

व्यापार और उद्योग के लिए खासान अनुपालन, पारदर्शिता एक मजबूत और व्यापक सूचना प्रौद्योगिकी प्रणाली भारत में जीएसटी व्यवस्था की नींव होगी इसलिए पंजीकरण, रिटर्न, भुगतान आदि जैसी सभी कर भुगतान सेवाएं करदाताओं को ऑनलाइन उपलब्ध होंगी, जिससे इसका अनुपालन बहुत

सरल और पारदर्शी हो जायेगा।

कर दरों और संरचनाओं की एकरूपता रू जीएसटी यह सुनिश्चित करेगा कि अप्रत्यक्ष कर दरें और ढांचे पूरे देश में एकसमान हैं। इससे निश्चिंतता में तो बढ़ोतरी होगी ही व्यापार करना भी आसान हो जाएगा। दूसरे शब्दों में जीएसटी देश में व्यापार के कामकाज को कर तटस्थ बना देगा फिर चाहे व्यापार करने की जगह का चुनाव कहीं भी जाये।

करों पर कराधान (कैसकेडिंग) की समाप्ति— मूल्य श्रृंखला और समस्त राज्यों की सीमाओं से बाहर टैक्स क्रेडिट की सुचारु प्रणाली से यह सुनिश्चित होगा कि करों पर कम से कम कराधान हों। इससे व्यापार करने में आने वाली छुपी हुई लागत कम होगी।

प्रतिस्पर्धा में सुधार दृ व्यापार करने में लेन-देन लागत घटने से व्यापार और उद्योग के लिए प्रतिस्पर्धा में सुधार को बढ़ावा मिलेगा।

विनिर्माताओं और निर्यातकों को लाभ दृ जीएसटी में केन्द्र और राज्यों के करों के शामिल होने और इनपुट वस्तुएं और सेवाएं पूर्ण और व्यापक रूप से समाहित होने और केन्द्रीय बिक्री कर चरणबद्ध रूप से बाहर हो जाने से स्थानीय रूप से निर्मित वस्तुओं और सेवाओं की लागत कम हो जाएगी। इससे भारतीय वस्तुओं और सेवाओं की अंतर्राष्ट्रीय बाजार में होने वाली प्रतिस्पर्धा में बढ़ोतरी होगी और भारतीय निर्यात को भी बढ़ावा मिलेगा। पूरे देश में कर दरों और प्रक्रियाओं की एकरूपता से अनुपालन लागत घटाने में लंबा रास्ता तय करना होगा।

केन्द्र और राज्य सरकारों के लिए सरल और आसान प्रशासन – केन्द्र और राज्य स्तर पर बहुआयामी अप्रत्यक्ष करों को जीएसटी लागू करके हटाया जा रहा है। मजबूत सूचना प्रौद्योगिकी प्रणाली पर आधारित जीएसटी केन्द्र और राज्यों द्वारा अभी तक लगाए गए सभी अन्य प्रत्यक्ष करों की तुलना में प्रशासनिक नजरिए से बहुत सरल और आसान होगा।

कदाचार पर बेहतर नियंत्रण दृ मजबूत सूचना प्रौद्योगिकी बुनियादी ढांचे के कारण जीएसटी से बेहतर कर अनुपालन परिणाम प्राप्त होंगे। मूल्य संवर्धन की श्रृंखला में एक चरण से दूसरे चरण में इनपुट कर क्रेडिट कर सुगम हस्तांतरण जीएसटी के स्वरूप में एक अंतरुनिर्मित तंत्र है, जिससे व्यापारियों को कर अनुपालन में प्रोत्साहन दिया जाएगा।

अधिक राजस्व निपुणता जीएसटी से सरकार के कर राजस्व की वसूली लागत में कमी आने की उम्मीद है। इसलिए इससे उच्च राजस्व निपुणता को बढ़ावा मिलेगा।

उपभोक्ताओं के लिए। वस्तुओं और सेवाओं के मूल्य के अनुपाती एकल एवं पारदर्शी कर दृ केन्द्र और राज्यों द्वारा लगाए गए बहुल अप्रत्यक्ष करों या मूल्य संवर्धन के प्रगामी चरणों में उपलब्ध गैर-इनपुट कर क्रेडिट

के कारण आज देश में अनेक छिपे करों से अधिकांश वस्तुओं और सेवाओं की लागत पर प्रभाव पड़ता है। जीएसटी के अधीन विनिर्माता से लेकर उपभोक्ताओं तक केवल एक ही कर लगेगा, जिससे अंतिम उपभोक्ता पर लगाने वाले करों में पारदर्शिता को बढ़ावा मिलेगा।

समग्र कर भार में राहत दृ निपुणता बढ़ने और कदाचार पर रोक लगाने के कारण अधिकांश उपभोक्ता वस्तुओं पर समग्र कर भार कम होगा, जिससे उपभोक्ताओं को लाभ मिलेगा।

की 18 प्रतिशत की श्रेणी तक आएंगी।

आदर्श स्थिति में इस व्यवस्था में समस्त कर एक ही दर पर लगाए जाने चाहिए, किन्तु भारत में राज्य व केन्द्र तथा एक ही वस्तु या सेवा पर भिन्न-भिन्न राज्यों में भिन्न दरें आदि होने से प्रारम्भ में ४ दरें निर्धारित की गईं ताकि वर्तमान राजस्व में अधिक अंतर न पड़े। ये चार दरें 5%, 12%, 18% तथा 28% हैं। ख९, आवश्यक वस्तुओं जैसे कि दूध, लस्सी, दही, शहद, फल एवं सब्जियां, आटा, बेसन, ताजा मीट, मछली, चिकन, अंडा, ब्रेड, प्रसाद, नमक, बिंदी, सिंदूर, स्टांप, न्यायिक दस्तावेज, छपी पुस्तकें, समाचार पत्र, चूड़ियाँ और हैंडलूम आदि वस्तुओं पर जीएसटी नहीं लगेगा। ख१०, २० लाख से कम की वार्षिक बिक्री वाले व्यापारियों को इस कर व्यवस्था से छूट दी गई है।

सन्दर्भ:

<http://hindi-economictimes-indiatimes-com/business/business&news/know&all&about&indias&biggest&ta&reform&gst/articleshow/57909199-cms>

1- http://hindi-moneycontrol.com/news/market & news/gst & beginning & of & new & ta®ime_162197-html: मनीकंट्रोल.कॉम

2-https://www-hindi.nyoooz.com/news/kanpur/& the & council_61223

3.<http://pib-nic-in/newsite/hindirelease-asp&relid%53379>

4- नवभारत टाइम्स. जीएसटी लागू होने के बाद भी ई-कॉमर्स साइट्स पर मिल रहा 80% तक डिस्काउंट अभिगमन तिथि: 7 जुलाई 2017

PROFIT AND SERVICING OF E-Marketing-A STUDY

Dr. CS Panday(Gast faculty)
Commerce Department
Govt.naveen degree college vidisha

Definition: E-Marketing

E-Marketing (Electronic Marketing) are also known as Internet Marketing, Web Marketing, Digital Marketing, or Online Marketing. E-marketing is the process of marketing a product or service using the Internet. E-marketing not only includes marketing on the Internet, but also includes marketing done via e-mail and wireless media. It uses a range of technologies to help connect businesses to their customers.

Abstract

E-commerce began to grow very quickly once methods to securely provide your credit card number became available. Consumers could now order products right from their home. Companies could reach customers all over the world. Online auction sites became very popular as people could sell their items to each other for a small fee. There also was an increased use of the internet as a source of advertising. Companies began to place ads on other websites to promote their products. Today pay per click advertisements benefit both the publishers of the websites and the company which has goods to sell. Affiliate programs are also very popular.

They allow website owners to advertise products on their website and if a customer purchases the item, then the website owner gets a percentage of the sale. The internet has even been used as a primary source of advertising. Companies have created innovative advertising programs, sometimes referred to as viral marketing. Viral marketing seeks to create a buzz about a product through word of mouth. Some viral marketing plans even use alternate reality games in order to promote a particular product. The Internet is changing the way we do business, the way we market, sell, service, distribute, communicate, and work. Businesses are already beginning to communicate with customers, distributors, suppliers, shareholders, and employees in

a way that is truly one-to-one and real-time.

“Personalized” web sites are delivering tailored messages to an infinite number of target markets. These sites can change based on the user's buying and surfing habits, past usage of the site, demographics, relationship to the company, and a multitude of other attributes which could be collected from the users online or culled from corporate legacy databases. The Internet has also become the most economical distribution system of information available. Companies can ship “bits” weightless electrons around the world at the speed of light, for a fraction of what it costs to ship heavy “atoms” at the speed of freight. In just a few years the Internet will be as essential of a business tool as what the phone and FAX are today. Intranets, real-time transaction processing, and “customer self-service” are just the beginning. We are transitioning from static sites to dynamic and personalized sites, from broadcasting to narrow Casting, from information dissemination to actual commerce.

E-commerce began to grow very quickly once methods to securely provide your credit card number became available. Consumers could now order products right from their home. Companies could reach customers all over the world. Online auction sites became very popular as people could sell their products with great ease.

Introduction to E-Marketing, its Impacts and hold in today's business scenario:

Electronic Marketing (E-Marketing) can be viewed as a new philosophy and a modern business practice involved with the marketing of goods, services, information and ideas via the Internet and other electronic means. By reviewing the relevant literature it is noticed that definitions of electronic marketing (E-Marketing) vary according to each author's point of view, background and specialization. For that, while Smith and Chaffey defines it as: “Achieving marketing objectives through applying digital technologies”

TYPES OF E-MARKETING

(Smith and Chaffey, 2005: 11), Strauss and Frost define it as:

“The use of electronic data and applications for planning and executing the conception, distribution and pricing of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals” (Strauss and Frost, 2001: 454).

On the other hand, the review of the relevant literature revealed that one of the main obstacles in the literature is the unclear way of dealing with the concept and definition of E-Marketing. In this respect most of the researchers misused the term E-Marketing; the majority of researchers are using the terms:

E Marketing / Internet-marketing / E-commerce / E-business as equivalents or a deferent wording for the same meaning, which is incorrect because they are deferent. For example, E-Marketing has a broader scope than internetmarketing since Internet Marketing (IM) refers only to the Internet, World Wide Web, e-mails. While E-marketing includes all of that plus all other

E-Marketing tools like:

Intranets, Extranets and mobile phones. In contrast with that, E-commerce and E-business have a wider and broader scope than E-Marketing. These differences can be illustrated in figure 1.

From the author's point of view implementing Electronic marketing (E-Marketing) by small business

enterprise can change both the shape and nature of SBEs business all over the world. Because the increase usage of the Internet and other electronic marketing tools (i.e.: Intranets, Extranets and mobile phones) in electronic transactions might create not only a lot of opportunists for small business enterprises but also can eliminate a lot of its threats. r items to each other for a small fee. There also was an increased use of the internsource of Advantages of E-marketing

source of advertising. Companies have created innovative advertising programs, sometimes referred to as viral marketing. Viral marketing seeks to create a buzz about a product through word of mouth. Some viral marketing plans even use alternate reality games in order to promote a particular product. The Internet is changing the way we do business, the way we market, sell, service, distribute, communicate, and work. Businesses are already beginning to communicate with customers, distributors, suppliers, shareholders, and employees in a way that is truly one-to-one and real-time.

“Personalized” web sites are delivering tailored messages to an infinite number of target markets. These sites can change based on the user's buying and surfing habits, past usage of the site, demographics, relationship to the company, and a multitude of other attributes which could be collected from the users online or culled from corporate legacy databases. The Internet has also become the most economical distribution system of information available. Companies can ship “bits” weightless electrons around the world at the speed of light, for a fraction of what it costs to ship heavy “atoms” at the speed of freight. In just a few years the Internet will be as essential of a business tool as what the phone and FAX are today. Intranets, real-time transaction processing, and “customer self-service” are just the beginning. We are transitioning from static sites to dynamic and personalized sites, from broadcasting to narrow Casting, from information dissemination to actual commerce.

E-Marketing Mix

The e-Marketing Strategy is normally based and built upon the principles that govern the traditional, offline Marketing - the well-known 4 P's (Product - Price - Promotion - Positioning) that form the classic Marketing mix. Add the extra 3 P's (People - Processes - Proof) and you got the whole extended Marketing mix. Until here, there are no much aspects to differentiate e-Marketing from the traditional Marketing performed offline: the extended Marketing mix (4 + 3 P's) is built around the concept of "transactional" and its

elements perform transactional functions defined by the exchange paradigm. What gives e-Marketing its uniqueness is a series of specific functions, relational functions, that can be synthesized in the 2P + 2C+ 3S formula: Personalization, Privacy, Customer Service, Community, Site, Security, Sales Promotion. These 7 functions of the e-Marketing stay at the base of any e Marketing strategy and they have a moderating character, unlike the classic Marketing mix that comprises situational functions only. Moderating functions of e-Marketing have the quality of moderate operate upon all situational functions of the mix (the classic 4 P's) and upon each other. The fundamental concept of personalization as a part of the e-Marketing mix lies in the need of recognizing, identifying a certain customer in order to establish relations (Establishing relations is a fundamental objective of Marketing). It is crucial to be able to identify our customers on individual level and gather all possible information about them, with the purpose of knowing our market and be able to develop customized, personalized products and services.

For example, a cookie strategically placed on the website visitor's computer can let us know vital information concerning the access speed available: in consequence, if we know the visitor is using a slow connection (eg. dial-up) we will offer a low volume variation of our website, with reduced graphic content and no multimedia or flash applications. This will ease our customer's experience on our website and he will be prevented from leaving the website on the reason that it takes too long to load its pages. Personalization can be applied to any component of the Marketing mix; therefore, it is a moderating function.

Sales Promotion

At least but not last, we have to consider sales promotions when we build an e-Marketing strategy. Sales promotions are widely used in traditional Marketing as well, we all know this, and it is an excellent efficient strategy to achieve immediate sales goals in terms of volume. This function counts on the

marketer's ability to think creatively: a lot of work and inspiration is required in order to find new possibilities and new approaches for developing an efficient promotion plan.

On the other hand, the marketer needs to continuously keep up with the latest internet technologies and applications so that he can fully exploit them. To conclude, we have seen that e-Marketing implies new dimensions to be considered aside of those inherited from the traditional Marketing. These dimensions revolve around the concept of relational functions and they are a must to be included in any e- Marketing strategy in order for it to be efficient and deliver results.

E Marketing Strategies

The Offer: Product strategies Existing products sold online or new products offered to the customers. The Value: Pricing strategies Dynamic pricing and Online bidding Distribution strategies Direct marketing and Agent E Business models Marketing Communication strategies Relationship Management strategies CRM software + customer behavior = comprehensive database

Six Simple Steps to Start E-Marketing

Starting e-Marketing is easy but walking on the right path is not so easy. There are just too many options you can consider! However, typically I would recommend my clients to follow 6 simple steps to plan and start doing e-Marketing and they are:

1. Building Effective Website
2. Designing Compelling Messaging
3. Sending Strategic Newsletters
4. Online Advertising
5. Managing Customer Databases
6. Building Alliances

OPPORTUNITIES OF E-MARKETING

Building an Effective Website-

I have shared in other articles how important it is a website for e-Marketing to be successful. It is not only design and layout but also the real business strategy behind. You have to consciously to make your website effective for your business and engaging your customers interactively. A website will 24 only perform well when it is being revised and updated according to the environmental changes with Compelling Messaging.

Designing Compelling Messaging -

It is really back to marketing basics about communications. You have to high play your products/services' benefits rather than functionality in order to distinguish your differential advantages over your competition. A lot of time, customers' buying decisions are based on trusts that built on the success references you are giving of other cases. Before you get this right, e-Marketing will never be a success.

Sending Strategic Newsletters -

e-Newsletters are so easy to send out if you have any emails of our suppliers, partners, customers and prospects. However, your compelling messaging must be ready before your e-Newsletters can be successful. In additional, you need to send out useful information or knowledge occasionally other than sales promotions in order to attract your target audience to keep subscribing your newsletter.

Online Advertising -

The most basic Online Advertising option I recommend is Search Engine Marketing. It is becoming mandatory for any companies nowadays to make

1. Incremental revenues

The internet is a level playing field in terms of sales and marketing. Everyone can attract new clients through very targeted and measurable marketing.

Global distribution reach is available to all, not just the major brands that have global networks

2. Reduced cost of sale

A brand web site has the lowest cost of sale. Enables business to be “channel shifted” from more expensive channels, such as travel agency or call centers

3. Enhanced brand loyalty and client relationships

A direct client should be retained for future marketing and relationship building. A customer booking through an OTA is likely to remain loyal to the booking channel. Actively seek to build relationships with clients delivered through OTAs for future, cheaper marketing.

REFERENCES:

www.doubleclick.com

www.emarketing.com

www.wikipedia.org

www.seminaronly.com

<http://epub.lib.aalto.fi/pdf/wp/w400.pdf>

<https://www.essaylib.com/blog/samples/e-marketing-research-paper.html>

<http://www.projecttopics.info/Marketing/E-Marketing.php>

<http://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/1679-e-marketing.html>

शोध अर्थ एवं परिभाषा

डॉ. आरति श्रीवास्तव

समाज शास्त्र विभाग, शा.सरोजनी नायडू
पी.जी.गर्ल्स कॉलेज भोपाल

शोध उस प्रक्रिया अथवा कार्य का नाम है जिसमें बोधपूर्वक प्रयत्न से तथ्यों का संकलन कर सूक्ष्मग्राही एवं विवेचक बुद्धि से उसका अवलोकन- विश्लेषण करके नए तथ्यों या सिद्धांतों का उद्घाटन किया जाता है। रैडमैन और मोरी ने अपनी किताब "दि रोमांस अहफ रिसर्च" में शोध का अर्थ स्पष्ट करते हुए लिखा है, कि नवीन ज्ञान की प्राप्ति के व्यवस्थित प्रयत्न को हम शोध कहते हैं। एडवांस्ड लर्नर डिक्शनरी अहफ करेंट इंग्लिश के अनुसार- किसी भी ज्ञान की शाखा में नवीन तथ्यों की खोज के लिए सावधानीपूर्वक किए गए अन्वेषण या जांच-पड़ताल को शोध की संज्ञा दी जाती है। स्पार और स्वेन्सन ने शोध को परिभाषित करते हुए अपनी पुस्तक में लिखा है कि कोई भी विद्वतापूर्ण शोध ही सत्य के लिए, तथ्यों के लिए, निश्चितताओं के लिए अन्वेषण है। वहीं लुण्डबर्ग ने शोध को परिभाषित करते हुए लिखा है, कि अवलोकित सामग्री का संभावित वर्गीकरण, साधारणीकरण एवं सत्यापन करते हुए पर्याप्त कर्म विषयक और व्यवस्थित पद्धति है।

शोध के अंगः

ज्ञान क्षेत्र की किसी समस्या को सुलझाने की प्रेरणा

प्रासंगिक तथ्यों का संकलन विवेकपूर्ण विश्लेषण और अध्ययन परिणाम स्वरूप निर्णय शोध का महत्त्व

शोध मानव ज्ञान को दिशा प्रदान करता है तथा ज्ञान भंडार को विकसित एवं परिमार्जित करता है। शोध से व्यावहारिक समस्याओं का समाधान होता है।

शोध से व्यक्तित्व का बौद्धिक विकास होता है शोध सामाजिक विकास का सहायक है शोध जिज्ञासा मूल प्रवृत्ति (Curiosity Instinct) की संतुष्टि करता है। शोध अनेक नवीन कार्य विधियों व उत्पादों को विकसित करता है शोध पूर्वाग्रहों के निदान और निवारण में सहायक है शोध ज्ञान के विविध पक्षों में गहनता और सूक्ष्मता प्रदान करता है।

शोध प्रविधि बहुत दिनों तक मनुष्य ने सामाजिक घटनाओं की व्याख्या, पारलौकिक शक्तियों, कोरी कल्पनाओं और तर्क-वाक्यों के शकारगत सत्यों के आधार पर की है। सामाजिक अनुसंधान का बीजारोपण वहीं से होता है जहाँ वह अपनी व्याख्या के संबंध में संदेह प्रकट करना प्रारंभ करता है। अनुसंधान की जो विधियाँ प्राकृतिक विज्ञानों में सफल हुई हैं, उन्हीं के प्रयोग द्वारा सामाजिक घटनाओं की समझ उत्पन्न करना, घटनाओं में कारणता स्थापित करना और वैज्ञानिक तटस्थता बनाए रखना, सामाजिक अनुसंधान की मुख्य लक्षण हैं। ऐसी व्याख्या नहीं प्रस्तुत करनी है जो केवल अनुसंधानकर्ता को संतुष्ट करे, बल्कि ऐसी व्याख्या प्रस्तुत करनी होती है जो आलोचनात्मक दृष्टि वालों या विरोधियों का संदेह दूर कर सके। इसके लिए निरीक्षण की व्यवस्थित करना, तथ्य संकलन और तथ्य-निर्वचन के लिए विशिष्ट उपकरणों का प्रयोग करना और प्रयोग में आने वाले प्रत्ययों (Variable) को स्पष्ट करना आवश्यक है।

शोध विषय विशेष के बारे में बोधपूर्ण तथ्यान्वेषण एवं यथासम्भव प्रभूत सामग्री संकलित कर सूक्ष्मतर विश्लेषण-विवेचन और नए तथ्यों, नए सिद्धान्तों के उद्घाटन की प्रक्रिया अथवा कार्य शोध कहलाता है।

शोध के लिए प्रयुक्त अन्य हिन्दी पर्याय हैं-- अनुसन्धान, गवेषणा, खोज, अन्वेषण, मीमांसा, अनुशीलन, परिशीलन, आलोचना, रिसर्च आदि।

अंग्रेजी में जिसे लोग डिस्कवरी अहफ फैक्ट्स कहते हैं, आचार्य हजारीप्रसाद द्विवेदी (सन् 1969) स्थूल अर्थों में उसी नवीन और विस्मृत तत्त्वों के अनुसन्धान को शोध कहते हैं। पर सूक्ष्म अर्थ में वे इसे ज्ञात साहित्य के पूनर्मूल्यांकन और नई व्याख्याओं का सूचक मानते हैं। दरअसल सार्थक जीवन की समझ एवं समय-समय पर उस समझ का पूनर्मूल्यांकन, नवीनीकरण का नाम ज्ञान है, और ज्ञान की सीमा का विस्तार शोध कहलाता है। पी.वी.यंग (सन् 1966) के अनुसार नवीन तथ्यों की खोज, प्राचीन तथ्यों की पुष्टि, तथ्यों की क्रमबद्धता, पारस्परिक सम्बन्धों तथा कारणात्मक व्याख्याओं के अध्ययन की व्यवस्थित विधि को शोध कहते हैं। एडवर्ड (1969) के अनुसार किसी प्रश्न, समस्या, प्रस्तावित उत्तर की जाँच हेतु उत्तर खोजने की क्रिया शोध कहलाती है।

विदित है कि हमारा यह संसार प्राकृतिक एवं चमत्कारिक अवदानों से परिपूर्ण है। अनन्त काल से यहाँ तथ्यों का रहस्योद्घाटन और व्यवस्थित अभिज्ञान का अनुशीलन होता रहा है। कई तथ्यों का उद्घाटन तो दीर्घ अन्तराल के निरन्तर शोध से ही सम्भव हो सका है। जाहिर है कि इन तथ्यों की खोज और उसकी पुष्टि के लिए शोध की अनिवार्यता बनी रही है। मानव की जिज्ञासु प्रवृत्ति ने ही शोध-प्रक्रिया को जन्म दिया। शोध-कार्य सदा से एक प्रश्नाकुल मानस की सुचिन्तित खोज-वृत्ति का उद्यम बना रहा है। जाहिर है कि किसी सत्य को निकटता से जानने के लिए शोध एक महत्त्वपूर्ण प्रक्रिया होती आई है। समय-समय पर विभिन्न विषयों की खोज और निष्कर्षों की विश्वसनीयता एवं प्रमाणिकता गहन शोध की मदद से ही सम्भव हो पाई है। समय के बदलते क्रम में मानव जीवन की समस्याएँ विकट होती आई हैं, उत्तरोत्तर नई समस्याओं से मानव जाति का सामना होता आया है। शोध की महत्ता मानव समुदाय की सोच की संगत विविधता से सम्बद्ध रहती आई है, मानव समुदाय की रुचि, प्रकृति, व्यवहार, स्वभाव और योग्यता के आधार पर यह भिन्नता परिलक्षित होती रही है। मानवीय व्यवहारों की अनिश्चित प्रकृति के कारण जब हम व्यवस्थित ढंग से किसी विषय-प्रसंग का अध्ययन कर किसी निष्कर्ष पर आना चाहते हैं, तो शोध अनिवार्य हो जाता है। यँ कहें कि सत्य की खोज या प्राप्त ज्ञान की परीक्षा हेतु व्यवस्थित प्रयत्न करना शोध कहलाता है। अर्थात् शोध का आधार विज्ञान और वैज्ञानिक पद्धति है, जिसमें ज्ञान भी वस्तुपरक होता है। तथ्यों के अवलोकन से कार्य-कारण सम्बन्ध ज्ञात करना शोध की प्रमुख प्रक्रिया है। इस अर्थ में हम स्पष्ट देख पा रहे हैं कि शोध का सम्बन्ध आस्था से कम, परीक्षण से अधिक है। शोध-वृत्ति का उद्गम-स्रोत प्रश्नों से घिरे शोधकर्मी की संशयात्मा होती है। प्रचारित मान्यता की वस्तुपरकता पर शोधकर्मी का संशय उसे प्रश्नाकुल कर देता हैय फलस्वरूप वह उसकी तथ्यपूर्ण जाँच के लिए उद्यमशील होता है। स्थापित सत्य है कि हर संशय का मूल दर्शन हैय और सामाजिक परिदृश्य का हर नागरिक दर्शन-शास्त्र पढ़े बिना भी थोड़ा-थोड़ा दार्शनिक होता है। संशय-वृत्ति उसके जैविक विकास-क्रम का हिस्सा होता है। यह वृत्ति उसका जन्मजात संस्कार भले न हो, पर जाग्रत मस्तिष्क की प्रश्नाकुलता का अभिन्न अंग बना रहना उसका स्वभाव होता है। प्रत्यक्ष प्रसंग के बारे में अधिक से अधिक ज्ञान हासिल करने की लालसा और प्रचारित सत्य की वास्तविकता सुनिश्चित करने की जिज्ञासा अपने-अपने सामर्थ्य के अनुसार हर किसी में होती है। यही लालसा जीवन के वार्द्धक्य में उसकी चिन्तन-प्रक्रिया का सहचर बन जाती है, जिसे जीवन-यापन के दौरान मनुष्य अपनी प्रतिभा और उद्यम से निखारता रहता है। नए ज्ञान की प्राप्ति हेतु व्यवस्थित प्रयत्न को विद्वानों ने शोध की संज्ञा दी है। एडवांस्ड लर्नर डिविजनरी अहफ करेण्ट इंग्लिश के अनुसार--किसी भी ज्ञान की शाखा में नवीन तथ्यों की खोज के लिए सावधानीपूर्वक किए गए अन्वेषण या जाँच-पड़ताल शोध है। दुनिया भर के विद्वानों ने अपने-अपने अनुभवों से शोध की परिभाषा दी है-- मार्टिन शटलवर्थ ज्ञानोन्नयन हेतु तथ्य-संग्रह को शोध कहते हैं। क्रेसवेल लक्षित विषय-प्रसंग की समझ पुख्ता करने हेतु तथ्य जुटाकर विश्लेषण करने की एक प्रक्रिया को शोध कहते हैं। इस प्रक्रिया में तीन चरण शामिल हैं--सवाल उठाना, उठाए हुए सवाल के जवाब हेतु तथ्य जुटाना और तदनुसार सवालों का जवाब देना। मेरियम-वेबस्टर अह्नलाइन शब्दकोष के अनुसार शोध का

अभिप्राय एक अध्ययनशील जाँच है, जिसमें नए तथ्यों, व्यावहारिक अनुप्रयोगों, या संशोधित सिद्धान्तों के आलोक में स्वीकृत सिद्धान्तों की खोजपूर्ण, तथ्यपरक, संशोधित व्याख्या प्रस्तुत की जाती है जो अनुसन्धान एवं अनुप्रयोग पर आधारित होती है।

वैज्ञानिक शोध में तथ्य-संग्रह और जिज्ञासा के दोहन की व्यवस्थित पद्धति है। शोध की यह पद्धति वैज्ञानिक सूचनाओं एवं सिद्धान्तों की दृष्टि से वैश्विक सम्पदा के वैशिष्ट्य की व्याख्या का अवसर देती है। शैक्षिक सन्दर्भों एवं ज्ञान की विभिन्न शाखाओं के अनुसार वैज्ञानिक शोध का कोटि-विभाजन किया जा सकता है। मानविकी विषयों के शोध में लागू होनेवाली विभिन्न विधियों में प्रमुख हैं--हर्मैनुटिक्स (hermeneutics), संकेत विज्ञान (semiotics), और सापेक्षवादी ज्ञान मीमांसा (relativist epistemology) पद्धति। बाइबिल, ज्ञान साहित्य, दार्शनिक एवं साहित्यिक ग्रन्थों की व्याख्या की विशेष शाखा हर्मैनुटिक्स है। प्रारम्भ में हर्मैनुटिक्स का प्रयोग शास्त्रों की व्याख्या या भाष्य मात्र के लिए होता था, पर बाद के दिनों में फ्रेडरिक श्लीर्मचर, विल्हेम डिल्थेनी, मार्टिन हाइडेगर, हैन्स जर्ज गेडेमर, पहल रिकोयूर, नार्थरोप फ्रे, वाल्टर बेन्जामिन, जाक देरीदा, फ्रेडरिक जेमसन आदि के चिन्तन से इस पद्धति का उपयोग मानविकी विषयों की समझ बनाने में होने लगा। आधुनिक हर्मैनुटिक्स में लिखित-मौखिक संवाद के साथ-साथ पूर्वग्रह एवं पूर्वधारणाएँ भी शामिल हैं। हर्मैनुटिक्स और भाष्य शब्द कभी-कभी पर्याय के रूप में उपयोग कर लिए जाते हैं, किन्तु हर्मैनुटिक्स जहाँ लिखित-मौखिक सभी संवादों से सम्बद्ध एक व्यापक अनुशासन है, वहीं भाष्य प्रथमतः और मूलतः पाठ-आधारित व्याख्या है। ध्यातव्य है कि एकवचन रूप में हर्मैनुटिक का अर्थ व्याख्या की विशेष विधि है।

हर्मैनुटिक्स की व्युत्पत्ति ग्रीक शब्द हर्मैनु (hermeneuo) या हर्मैनियस (hermeneus) से हुई है, जिसका अभिप्राय है अनुवादक, दुभाषिया। यह तकनीकी शब्द, पश्चिमी परम्परा में भाषा एवं तर्क के पारस्परिक सम्बन्धों पर विधिवत विचार करने वाली प्रारम्भिक दार्शनिक कृति (ई.पू.३६०) अरस्तू की पेरी हर्मैनियाज (Peri Hermeneias अर्थात् On Interpretation) से रचा गया था। व्यवहार की दृष्टि से हर्मैनुटिक्स का उपयोग पहले 'पवित्र' कृतियों तक ही सीमित था। लक्षण-आधारित रोग-निदान की चिकित्सा-शाखा सेम्योटिक्स कहलाती है, पर शोध के सन्दर्भ में इसे संकेत विज्ञान समझा जाएगा, क्योंकि कोई भी भावाभिव्यक्ति अपने निहितार्थ में संकेत ही होता है। संकेत विज्ञान में अर्थाभरण, संकेत विधान, और सार्थक संवाद का अध्ययन होता है इसके दायरे में संकेत-विधियाँ, पदनाम, समानता, सादृश्य, रूपक, प्रतीक, अर्थ, और संवाद का अध्ययन शामिल है। संकेत विज्ञान का गहन सम्बन्ध भाषा-विज्ञान से है, जहाँ भाषा की संरचना और अर्थ पर गहनता से चर्चा होती है।

सापेक्षवादी ज्ञान मीमांसा (relativist epistemology) पदबन्ध का उपयोग सर्वप्रथम स्कह, टलैण्ड के दार्शनिक फ्रेडरिक जेम्स फेरियर ने ज्ञान के विभिन्न पहलुओं से सबद्ध दर्शन की शाखाओं का वर्णन करने हेतु किया था। सारतः यह ज्ञान एवं समुचित आस्था का अध्ययन है। यह सवाल करता है कि ज्ञान क्या है और यह कैसे प्राप्त किया जा सकता है। मानविकी के विद्वान सामान्यतया किसी प्रश्न के चरम-परम समाधान की चिन्ता करने के बजाय, चतुर्दिक व्याप्त विवरणों की सूक्ष्मता पर अधिक बल देते हैं। ध्यातव्य है कि शोध में विषय-सन्दर्भ अत्यन्त महत्त्वपूर्ण होता है। सामाजिक, ऐतिहासिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, जातीय सन्दर्भ ही किसी विषय के शोध को दिशा देते हैं। उदाहरण के लिए मानविकी विषयों के शोध में एक ऐतिहासिक विधि लें, तो वहाँ इतिहाससम्मत तथ्य सन्निहित होगा, और यह इतिहासपरक शोध होगा। प्राथमिक स्रोतों एवं अन्य साक्ष्यों के समर्थन से कोई इतिहासकार योजनाबद्ध तरीके से अपने विषय की जाँच करता है और फिर व्यतीत का इतिहास लिखता है।

अत्याधुनिक विकास के कारण इधर ज्ञान की शाखाओं में बहुत विस्तार आया है। साहित्य-कला-संस्कृति से

सम्बद्ध शोध की दिशाएँ विराट हो गई हैं। कलात्मक एवं सृजनात्मक रचनाओं से सम्बद्ध विषय पर केन्द्रित शोध की धाराएँ बहुआयामी हो गई हैं। इसकी शोध-प्रक्रिया ज्ञान की कई शाखाओं से जा मिली हैं। ज्ञानमूल की प्राप्ति एवं तथ्यान्वेषण हेतु चिन्तन की यह नई पद्धति शुद्ध वैज्ञानिक पद्धतियों का विकल्प भी प्रदान करती है।

शोध का महत्त्व

शोध के महत्त्व को सामान्य तौर पर हम निम्नलिखित रूप में देख सकते हैं--

शोध मानव-ज्ञान को दिशा प्रदान करता है, ज्ञान-भण्डार को विकसित एवं परिमार्जित करता है।

शोध से व्यावहारिक समस्याओं का समाधान होता है।

शोध से व्यक्तित्व का बौद्धिक विकास होता है।

शोध सामाजिक विकास का सहायक है।

शोध जिज्ञासा-मूलक प्रवृत्ति की सन्तुष्टि करता है।

शोध अनेक नवीन कार्य-विधियों एवं उत्पादों को विकसित करता है।

शोध पूर्वाग्रहों के निदान और निवारण में सहायक होता है।

शोध ज्ञान के विविध पक्षों में गहनता और सूक्ष्मता प्रदान करता है।

जहन बेस्ट (सन् १९५६) के कथनानुसार सांस्कृतिक उन्नति का रहस्य शोध में निहित है।

शोध नए सत्यों के अन्वेषण द्वारा अज्ञान मिटाता है, सच की प्राप्ति हेतु उत्कृष्टतर विधियाँ और श्रेष्ठ परिणाम प्रदान करता है।

किसी शोध को बेहतर शोध कहने के लिए आवश्यक है कि उसमें--

सामान्य अवधारणाओं के उपयोग द्वारा शोध के उद्देश्यों को स्पष्टता से परिभाषित किया गया हो।

शोध-प्रक्रिया की व्याख्या इतनी स्पष्ट हो कि सम्बद्ध प्रकरण पर आगामी शोध-दृष्टि निखरे और परवर्ती शोधार्थी इस दिशा में अनुप्रेरित हों।

शोध-प्रक्रिया की रूपरेखा इतनी सावधानी से नियोजित हो कि उद्देश्य-आधारित परिणाम प्राप्त हो सके।

शोध-प्रतिवेदन प्रस्तुत करते हुए कोई शोधार्थी अपने ही शोध की कमियाँ उजागर करने में संकोच न करे।

शोध-निष्कर्ष उपयोग किए गए आँकड़ों तक ही सीमित रहे।

शोध में उपयोग किए गए आँकड़े और सामग्रियाँ विश्वसनीय हों।

सुपरिभाषित पद्धतियों और निर्धारित नियमों के अनुपालन के साथ किए गए शोध की प्रस्तुति में शोधार्थी की विलक्षण क्षमता के साथ सुव्यवस्थित, तार्किक कौशल स्पष्ट दिखे।

शोध के प्रमुख सोपान

शोध के प्रमुख चार सोपान होते हैं--

ज्ञान क्षेत्र की किसी समस्या को सुलझाने की प्रेरणा।

प्रासंगिक तथ्यों का संकलन।

तार्किक विश्लेषण एवं अध्ययन।

निष्कर्ष की प्रस्तुति।

शोध की विशेषताएँ: वस्तुनिष्ठता, क्रमबद्धता, तार्किकता, वैज्ञानिक दृष्टिकोण, यथार्थता, निष्पक्षता, विश्वसनीयता, प्रामाणिकता, तथ्यान्वेषण, समयावधि का उल्लेख एवं अनुशासनबद्धता, सन्दर्भों की सच्ची प्रतिकृति--किसी बेहतर शोध की

अनिवार्य विशेषताएँ हैं। शोध की प्रेरणा शोधोन्मुखता की प्रेरणा सामान्यतया निम्नलिखित कारणों से मिलती है--
शोध-प्रज्ञ की डिग्री प्राप्त कर सम्भावित लाभ की कामना।
विषय विशेष से सम्बद्ध अनभिज्ञताओं, उलझनों, प्रश्नों, समस्याओं का हल ढूँढने की आकांक्षा।

**समाज हित में बेहतर रचनात्मक कार्य करने की इच्छा।
यश, धन, ज्ञान, कौशल, सम्मान की लिप्सा।
नीति अथवा नियोजन के विधान की आवश्यकता।**

शोध के उद्देश्य

सामान्य तौर पर शोध का उद्देश्य निम्नलिखित होता है--
विज्ञानसम्मत कार्यविधि और बोधपूर्ण तथ्यान्वेषण द्वारा विषय-प्रसंग-घटना, व्यक्ति एवं सन्दर्भ के बारे में सूचित समस्याओं, शंकाओं, दुविधाओं का निराकरण ढूँढना।
विस्मृत और अलक्षित तथ्यों को आलोकित करना।
नए तथ्यों की खोज करना।
लक्षित विषय, वस्तु, घटना, व्यक्ति, समूह, स्थिति का सही-सही विवरण जुटाना।
संकलित सामग्रियों का अनुशीलन, विश्लेषण करना, उनके अनुषंगी प्रकरणों से परिचित होना, एकाधिक प्रसंगों के साम्य-वैषम्य का बोध प्राप्त करना।

शोध दृष्टिकोण (Research Approach)

शोध के दौरान अपनाए जानेवाले दृष्टिकोण निम्नलिखित हैं--

- मात्रात्मक दृष्टिकोण (Quantitative)
- आनुमानिक दृष्टिकोण (Inferential)
- अनुकरण दृष्टिकोण (Simulation)
- प्रयोगात्मकदृष्टिकोण (Experimental)
- गुणात्मक दृष्टिकोण (Qualitative)

शोध-प्रक्रिया (Research Procè)

शोध-प्रक्रिया उन क्रियाओं अथवा चरणों का क्रमबद्ध विवरण है जिसके द्वारा किसी शोध को सफलता के साथ सम्पन्न किया जाता है। शोध-प्रक्रिया के कई चरण होते हैं। यहाँ यह जानना आवश्यक है कि शोध-प्रक्रिया में प्रत्येक चरण एक दूसरे पर निर्भर होता है। कोई चरण एक-दूसरे से पृथक एवं स्वतन्त्र नहीं होता। शोध-प्रक्रिया के विविध चरण

१. विषय-निर्धारण
२. शोध-समस्या निर्धारण
३. सम्बन्धित साहित्य का व्यापक सर्वेक्षण (नतअमल विसपजमतंजनतम)
४. परिकल्पना या प्राकल्पना (भलचवजीमेपे) का निर्माण

५. शोध की रूपरेखा तैयार करना
६. तथ्य-संग्रह एवं तथ्य-विश्लेषण
७. परिकल्पना की जाँच
८. सामान्यीकरण एवं व्याख्या
९. शोध प्रतिवेदन (त्मेमंतबी त्मचवतज) तैयार करना

विषय-निर्धारण

स्वच्छन्द शोध की स्थिति में विषय चयन की प्रणाली शोधार्थी तक ही सीमित रहती है। शोधकर्ता स्वयं अपना विषय तय करता है। किन्तु शोध योजनाबद्ध तरीके का हो, उसकी कोई सांस्थानिक सम्बद्धता हो, किसी शैक्षिक संस्था से संचालित, सम्पोषित होय उस स्थिति में विषय की चयन प्रणाली सांस्थानिक हो जाती है। फिर शोध हेतु शोधार्थी को विषय वह संस्था देती है। सूचीबद्ध चयन-प्रणाली में विषय निर्धारित करते समय शोध-पर्यवेक्षक और शोधार्थी की भूमिका महत्त्वपूर्ण हो जाती है। ऐसे प्रसंग में शोधार्थी और पर्यवेक्षक आपसी सहमति से शोध-विषय निर्धारित करते हैं। शोध-समस्या निर्धारण शोध-समस्या निर्धारण किसी शोध-प्रक्रिया का सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण पक्ष है। यह शोध-प्रक्रिया का प्रथम सोपान है। यहीं से शोध की दिशाएँ खुलती हैं। पूरे शोध की सफलता शोधार्थी द्वारा निर्धारित शोध-समस्या पर ही निर्भर होती है। शोध-समस्या सामान्य अर्थों में सैद्धान्तिक या व्यवहारिक सन्दर्भों में व्याप्त वह कठिनाई होती है, जिसका समाधान शोधार्थी अपने शोध के दौरान करना चाहता है। शोध-समस्याएँ निर्धारित करते समय हर शोधार्थी को निम्नलिखित बातों का विशेष ध्यान रखना चाहिए--

कोई न कोई व्यक्ति, समूह अथवा संगठन हर वातावरण की समस्या से अवश्य ही सम्बद्ध रहता है। समस्या-समाधान हेतु शोधार्थियों को कम से कम दो कार्य-प्रणालियों के साथ आगे बढ़ना चाहिए। कार्य-प्रणाली से तात्पर्य उस तरीके से है जिसके अधीन संचालित एक या एक से अधिक मूल्य परिभाषित होते हैं।

कार्य-प्रणाली का प्रयोग करते हुए ध्यान रखना चाहिए कि हर समस्या के कम से कम दो सम्भावित परिणाम सामने हों, जिनमें से एक की तुलना में शोधार्थी को दूसरा परिणाम अधिक उपयुक्त लगता हो। अभिप्राय यह कि शोधार्थी के समक्ष कम से कम एक ऐसा परिणाम अवश्य हो, जो उसके उद्देश्य को पूरी तरह पूरित करता हो।

कार्य-प्रणालियाँ समान न हों, एक दूसरे से भिन्न हों, किन्तु वे लक्षित उद्देश्यों पर आधारित कार्य करने की सुविधा देने वाली हों। प्रसिद्ध अमेरिकी सिद्धान्तकार रसेल लिंग्कोन एकहफ (Russell-Lincoln-Ackoff : The Design of Social Research] Chicago University Press] 1961) शोध-समस्या निर्धारण में शोध-उपभोक्ता (Research Consumer) का भी संज्ञान लेते हैं। शोध की परिणति जिनके लिए उपयोगी है, वे शोध-उपभोक्ता हैं। कोई शोध किसी शोधार्थी के लिए जितना भी महत्त्वपूर्ण हो जाए, पर उनके शोध का सारा महत्त्व शोध-परिणति के उपभोक्ता के जीवन में उसकी सार्थकता-निरर्थकता से निर्धारित होता है। कोई उपभोक्ता किसी शोध-परिणति का उपयोग किस उद्देश्य से करता है, इससे शोध उपभोक्ता का उद्देश्य (Research Consumer's Objective) निर्धारित होता है। जाहिर है कि शोध-समस्या निर्धारित करते समय शोध-उपभोक्ताओं के उद्देश्य का खास खयाल रखना चाहिए। शोध-समस्या निर्धारण में निश्चय ही इससे स्पष्टता आएगी। उद्देश्य स्पष्ट हो, समस्याएँ निर्धारित हों, तो निदान सहजता से होता है। उद्देश्य-पूर्ति के वैकल्पिक साधन सरलता से दिखने लगते हैं।

इस क्रम में शोधार्थी के लिए यह भी आवश्यक है कि उसे अपनी ही कार्य-प्रणाली के चयन में संशय (Doubt with regard to selection of course of action) हो। आत्मसंशय किसी काम को बार-बार टोक-बजाकर पुख्ता करने की प्रेरणा

जगाता है। शोध-प्रक्रिया के दौरान परीक्षण एवं अनुशीलन के प्रति आश्वस्त होने का यह बेहतर उद्यम होता है। इसके साथ-साथ शोध-समस्या निर्धारण की हर प्रक्रिया में यह भी ध्यान रखा जाता है कि प्रस्तावित शोध में कम से कम एक वातावरण ऐसा अवश्य हो जो समस्यामूलक हो, जिसके निदान के लिए अग्रसर रहा जाए।

शोध-समस्या निर्धारण की सावधानी

शोध-समस्या का चुनाव करते समय कुछ बातों का विशेष ध्यान रखा जाता है वे बातें निम्नलिखित हैं--

जिस विषय पर अत्यधिक कार्य हो चुका है, उस पर कोई नई रोशनी डालना कठिन होता है, इसलिए वैसे विषयों के चयन से परहेज करना चाहिए।

शोध-समस्या न तो अत्यन्त संकीर्ण होना चाहिए, न अत्यधिक विस्तृत। दोनों ही स्थितियाँ नुकसानदेह होती हैं। संकीर्णता की स्थिति में विषय-प्रसंग पर कार्य करने की सुविधा नहीं होती, तो व्यापकता की स्थिति में लक्ष्यकेन्द्रित शोध की प्रेरणा नहीं जगती।

शोध का विषय परिचित और सम्भाव्य क्षेत्र का होना चाहिए ताकि शोधार्थी यथोचित तथ्य, सामग्री, संसाधन आसानी से जुटा सके।

शोध-समस्या निर्धारण के समय शोधार्थी को विषय के महत्त्व एवं उपादेयता के साथ-साथ अपनी योग्यता, प्रशिक्षण, और समय, धन एवं शक्ति के अनुमानित व्यय का सूक्ष्म ज्ञान होना चाहिए।

विषय-निर्धारण से पूर्व शोधार्थी को यथासम्भव प्रारम्भिक अन्वेषण कर लेने के बाद ही इस दिशा में आगे बढ़ना चाहिए।

शोध की रूपरेखा

शोध-संकल्पना तैयार कर लेने के बाद हर शोधार्थी अपने अनुभवजन्य संकल्पना की जाँच हेतु एक शोध-प्रारूप बनाता है। यह क्रिया उस स्थापत्य अभियन्ता के उद्यम जैसा होता है जो भवन-निर्माण से पूर्व तत्सम्बन्धी सारी व्यवस्था करता है--मकान का उद्देश्य, स्वरूप-संकल्पना, संरचना, सामग्री के स्रोत, संसाधन, अनुमानित व्यय, पूर्व-पश्चात की जनप्रतिक्रियाएँ... सारी बातों का अनुमानित निर्णय वह पूर्व में ही कर लेता है, अर्थात् अपनी योजना का एक आदर्श आधार वह तैयार कर लेता है। अपने शोध के सन्दर्भ में शोधार्थी भी इसी तरह अपनी योजना का एक आदर्श आधार तैयार कर लेता है, संकलित तथ्यों के विश्लेषण-विवेचन से उसके बारे में सारा निर्णय कर लेता है। शोध-प्रारूप वस्तुतः शोध के प्रारम्भ से अन्त तक की अभिकलित कार्य-योजना है, जिसमें शोधार्थी की पूरी कार्य-पद्धति दर्ज रहती है। आत्मस्फुरण से, अभिज्ञान से अथवा पर्यवेक्षक एवं सन्दर्भों के सहयोग से, जैसे भी हो, शोध-प्रारूप के रूप में शोधार्थी वस्तुतः अपने लिए एक स्वनिर्मित विधान पंजीकृत कराता है, जिसका अनुसरण करते हुए वह अपने लक्षित उद्देश्य तक पहुँच जाने की अश्वस्ति पाता है। प्रारूप बनाते समय शोधार्थी अपने अध्ययन के सामाजिक एवं आर्थिक सन्दर्भ का भी खास खयाल रखता है।

सन्दर्भ:-

<https://reeta-yashvantblog.blogspot.in/2016/03/blog-post.html>

<http://upendradubey0008.blogspot.in/2017/05/research-survey-of-related-literature.html>

Methods of Social Survey and Research, S. R. Bajpai, (1960)

महिलाओं के विकास में शासकीय योजनाओं की भूमिका

श्रीमति भागवति रघुवंशी

सहायक प्रध्यापक समाज शास्त्र विभाग

पिपारिया

हमारे समाज में महिला अपने जन्म से लेकर मृत्यु तक एक अहम किरदार निभाती है। अपनी सभी भूमिकाओं में निपुणता दर्शाने के बावजूद आज के आधुनिक युग में महिला पुरुष से पीछे खड़ी दिखाई देती है। पुरुष प्रधान समाज में महिला की योग्यता को आदमी से कम देखा जाता है। सरकार द्वारा जागरूकता फैलाने वाले कई कार्यक्रम चलाने के बावजूद महिला की जिंदगी पुरुष की जिंदगी के मुकाबले काफी जटिल हो गयी है। महिला को अपनी जिंदगी का ख्याल तो रखना ही पड़ता है साथ में पूरे परिवार का ध्यान भी रखना पड़ता है। वह पूरी जिंदगी बेटी, बहन, पत्नी, माँ, सास, और दादी जैसे रिश्तों को ईमानदारी से निभाती है। इन सभी रिश्तों को निभाने के बाद भी वह पूरी शक्ति से नौकरी करती है ताकि अपना, परिवार का, और देश का भविष्य उज्ज्वल बना सके।

पौराणिक समाज में महिलाओं को देवी लक्ष्मी का अवतार माना जाता था पर यह भी सच है की आज स्थिति उस समय से बिलकुल विपरीत है। उनसे अभद्र व्यवहार किया जाता है। उन्हें मनहूस माना जाता है। उन्हें सिर्फ ऊपरी मन से देवी मान लेना ही काफी नहीं है जब तक उनकी स्थिति को सुधारने के लिए प्रयास न किया जाये। महिलाओं के उत्थान के लिए यह बेहद जरूरी है की पुरुष आगे आये और प्रयास करे जिससे समाज में सकारात्मक बदलाव आ सके। हम सब की जिंदगी में महिलाओं का बहुत अहम किरदार है। उनके बिना हम अपने अस्तित्व कल्पना भी नहीं कर सकते। जीवन की निरंतरता को बनाये रखने के लिए महिलाओं का होना बेहद जरूरी है। पहले उन्हें सिर्फ इसी लायक समझा जाता था की वे घर का काम करे, झाड़ू-पोछा लगाए, खाने पीने का ध्यान रखे पर अब ऐसा नहीं है। महिलाएं घर के कामकाज के साथ साथ बाहरी दुनिया में भी अपनी प्रतिभा दिखा रही है।

महिलाओं का काम करने का तरीका, सोचने का तरीका, व्यवहार आदि सब पुरुषों से अलग है। इन्हीं तथ्यों को माना जाये तो हम यह कह सकते है की महिलाएं शारीरिक रूप से तथा मनोवैज्ञानिक तरीके से पुरुषों के बराबर नहीं है। पर महिलाएं पुरुषों से पीछे भी नहीं है। उदाहरण के तौर पर बच्चों की देखभाल को ही ले ले। भारत में बहुत पुराने समय से ही महिलाओं के लिए समाज में एक लक्ष्मण रेखा बना दी गयी है। जिसे लांघना उनके लिए लगभग नामुमकिन है। कई सालों से इन परम्पराओं में कोई बदलाव नहीं आया है। आज के आधुनिक युग में यह हमें पिछड़े हुए सामाजिक जीवन का एहसास दिलाती है। यहाँ पर प्रश्न यह उठता है की इस पिछड़ेपन के पीछे कौन जिम्मेदार है महिला खुद या पुरुषों की सोच या फिर महिलाओं के लिए बढ़ती पारिवारिक जिम्मेदारी।

21वीं सदी के समाज की बात की जाये तो आज भी महिलाओं को वे अधिकार नहीं मिले है जिनकी वे हकदार

है। आज भी उनसे कई जगह घटिया व्यवहार किया जाता है, उन पर हावी होने की कोशिश की जाती है। यह हमें सोचने पर विवश करता है कि इतने सामाजिक जागरूकता फैलाने वाले कार्यक्रम चलने के बावजूद क्यों हर जगह सिर्फ महिला को परेशान होना पड़ता है, क्यों उन्हें मानसिक पीड़ा सहनी पड़ती है, क्यों नहीं उन्हें सारी बाधाओं से मुक्त कर दिया जाता। पहले समय में महिलाएं घर पर रहकर काम करने को मजबूर थीं। मर्दों की तरह उन्हें बाहर जाकर सामाजिक कार्यों का हिस्सा बनने की अनुमति नहीं थी। पर अब माहौल बदलता जा रहा है। महिलाएं स्वयं जागरूक हो गई हैं और हर सामाजिक महोत्सवों में बढ़-चढ़ के हिस्सा ले रही हैं।

अगर हम महिलाओं की आज की अवस्था को पौराणिक समाज की स्थिति से तुलना करें तो यह तो साफ़ दिखता है कि हालात में कुछ तो सुधार हुआ है। महिलाएं नौकरी करने लगी हैं। घर के खर्चों में योगदान देने लगी हैं। कई क्षेत्रों में तो महिला पुरुषों से आगे निकल गई हैं। दिन प्रतिदिन लड़कियां ऐसे ऐसे कीर्तिमान बना रही हैं जिस पर न सिर्फ परिवार या समाज को बल्कि पूरा देश गर्व महसूस कर रहा है।

महिलाओं के उत्थान में भारत सरकार भी पीछे नहीं है। बीते कुछ सालों में सरकार द्वारा अनगिनत योजनाएँ चलाई गयी हैं जो महिलाओं को सामाजिक बेड़ियाँ तोड़ने में मदद कर रही हैं तथा साथ ही साथ उन्हें आगे बढ़ने में प्रेरित कर रही हैं। सरकार ने पुराने वक्त के प्रचलनों को बंद करने के साथ साथ उन पर क़ानूनन रोक लगा दी है। जिनमें मुख्य थे बाल विवाह, भ्रूण हत्या, दहेज प्रथा, बाल मजदूरी, घरेलू हिंसा आदि। इन सभी को क़ानूनी रूप से प्रतिबंध लगाने के बाद समाज में महिलाओं की स्थिति में काफी सुधार आया है। महिला अपनी पूरी जिंदगी अलग अलग रिश्तों में खुद को बाँधकर दूसरों की भलाई के लिए काम करती है।

हमने आज तक महिला को बहन, माँ, पत्नी, बेटी आदि विभिन्न रूपों में देखा है जो हर वक्त परिवार के मान सम्मान को बढ़ाने के लिए तैयार रहती हैं। शहरी क्षेत्रों में तो फिर भी हालात इतने ख़राब नहीं हैं पर ग्रामीण इलाकों में महिला की स्थिति चिन्ता करने योग्य है। सही शिक्षा की व्यवस्था न होने के कारण महिलाओं की दशा दयनीय हो गई है। एक औरत बच्चे को जन्म देती है और पूरी जिंदगी उस बच्चे के प्रति अपनी सारी जिम्मेदारियों को निभाती है। बदले में वह कुछ भी नहीं मांगती है और पूरी सहनशीलता के साथ बिना तर्क किये अपनी भूमिका को पूरा करती है। आज अगर महिलाओं की स्थिति की तुलना सैकड़ों साल पहले के हालात से की जाए तो यही दिखता है महिलायें पहले से कहीं %यादा तेज गति से अपने सपने पूरे कर रही हैं। पर वास्तविक परिपेक्ष में देखा जाए तो महिलाओं का विकास सभी दिशाओं में नहीं दिखता खासकर ग्रामीण इलाकों में। अपने पैरों पर खड़े होने के बाद भी महिलाओं को समाज की बेड़ियाँ तोड़ने में अभी भी काफी लंबा सफर तय करना है। आज भी समाज की भेदभाव की नज़रों से बचना महिलाओं के लिए नामुमकिन सा दिखता है। ऐसा लगता है कि पुरुष और महिला के बीच की इस खाई को भरने के लिए अभी काफी वक्त और लग सकता है।

कई अवसरों पर देखा गया है कि महिलाओं के साथ निम्न दर्जे का बर्ताव किया जाता है। उन्हें अपने दफ्तरों में भी बड़ी जिम्मेदारी देने से मना कर दिया जाता है। कई औरतें अपने साथ होते इस सुलूक को ही अपनी किस्मत मान

लेती है और जो उनके साथ हो रहा है उसके साथ ही अपना जीवनयापन कर लेती है। पर सबके साथ ऐसा नहीं है। समाज में महिलाओं के कई ऐसे उदाहरण भी हैं जो छोटी उम्र की लड़कियों के लिए प्रेरणा हैं। इनमें ऐसी भी लड़कियाँ हैं जिनका खुद का परिवार ही उनका साथ देने को तैयार नहीं था पर उन्होंने अपने दम पर समाज की विचारधारा को बदल कर रख दिया।

ग्रामीण क्षेत्रों में महिला पिछड़ेपन का एकमात्र कारण सही शिक्षा प्रबंध का न होना है। गांव में पुरुष भी अपनी जिंदगी का एकमात्र लक्ष्य यही मानता है की उसे सिर्फ दो वक्त की रोटी का जुगाड़ करना है। ऐसे माहौल में पुरुषों से महिला सशक्तिकरण की उम्मीद करना बेकार है। महिलाओं को जरूरत है कि वे अपनी क्षमता को पहचानें और प्रयास करे की अपने परिवार के साथ साथ देश और समाज के विकास के प्रति भी अपनी भूमिका को निभा सके। सरकार को भी ज्यादा से ज्यादा योजना महिलाओं के विकास लिए चलानी चाहिए। ये बदलाव तभी संभव है जब सारा समाज एक साथ खड़ा होकर सकारात्मक रुख से काम करे।

महिलायें समाज के विकास एवं तरक्की में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। उनके बिना विकसित तथा समृद्ध समाज की कल्पना भी नहीं की जा सकती। ब्रिघम यंग के द्वारा एक प्रसिद्ध कहावत है की 'अगर आप एक आदमी को शिक्षित कर रहे हैं तो आप सिर्फ एक आदमी को शिक्षित कर रहे हैं पर अगर आप एक महिला को शिक्षित कर रहे हैं तो आप आने वाली पूरी पीढ़ी को शिक्षित कर रहे हैं'। समाज के विकास के लिए यह बेहद जरूरी है की लड़कियों को शिक्षा में किसी तरह की कमी न आने दे क्योंकि उन्हें ही आने वाले समय में लड़कों के साथ समाज को एक नई दिशा देनी है। ब्रिघम यंग की बात को अगर सच माना जाए तो उस हिसाब से अगर कोई आदमी शिक्षित होगा तो वह सिर्फ अपना विकास कर पायेगा पर वहीं अगर कोई महिला सही शिक्षा हासिल करती है तो वह अपने साथ साथ पूरे समाज को बदलने की ताकत रखती है।

महिलाओं के बिना मनुष्य जीवन की कल्पना भी नहीं की जा सकती। इसे पागलपन ही कहा जाएगा की उनकी प्रतिभा को सिर्फ इसी तर्क पर नज़रअंदाज कर दिया जाए कि वे मर्द से कम ताकतवर तथा कम गुणवान हैं। भारत की लगभग आधी जनसँख्या का प्रतिनिधित्व महिलाएं करती हैं। अगर उनकी क्षमता पर ध्यान नहीं दिया गया तो इसका साफ़ साफ़ मतलब है देश की आधी जनसँख्या अशिक्षित रह जाएगी और अगर महिलाएं ही पढ़ी लिखी नहीं होगी तो वह देश कभी प्रगति नहीं कर पाएगा। हमें यह बात समझनी होगी की अगर एक महिला अनपढ़ होते हुए भी घर इतना अच्छा संभाल लेती है तो पढ़ी लिखी महिला समाज और देश को कितनी अच्छी तरह से संभाल लेगी।

महिलाएं परिवार बनाती हैं, परिवार घर बनाता है, घर समाज बनाता है और समाज ही देश बनाता है। इसका सीधा सीधा अर्थ यही है की महिला का योगदान हर जगह है। महिला की क्षमता को नज़रअंदाज करके समाज की कल्पना करना व्यर्थ है। शिक्षा और महिला सशक्तिकरण के बिना परिवार, समाज और देश का विकास नहीं हो सकता। महिला यह जानती है की उसे कब और किस तरह से मुसीबतों से निपटना है। जरूरत है तो बस उसके सपनों को आजादी देने की।

पहले महिलाओं की दशा दासियों से भी बदतर थी। अगर कोई महिला लड़की को जन्म देती तो उसे या तो मार दिया जाता था या उसे घर के सदस्यों द्वारा पीटा जाता था। लड़की को जन्म देना पाप माना जाता था। उनसे सिर्फ यही अपेक्षा की जाती थी कि वे लड़के को ही जन्म दे। पर बदलते वक़्त के साथ हालात बदलते गए। अब लोग पहले से %यादा जागरूक हैं और महिलाओं कि मदद करने के लिए आगे आने लगे हैं। अभी भी इस दिशा में बहुत कुछ किया जाना बाकी है।

जेंडर समानता का सिद्धांत भारतीय संविधान की प्रस्तावना, मौलिक अधिकारों, मौलिक कर्तव्यों और नीति निर्देशक सिद्धांतों में प्रतिपादित है। संविधान महिलाओं को न केवल समानता का दर्जा प्रदान करता है अपितु रा%य को महिलाओं के पक्ष में सकारात्मक भेदभाव के उपाय करने की शक्ति भी प्रदान करता है।

लोकतांत्रिक शासन व्यवस्था के ढांचे के अंतर्गत हमारे कानूनों, विकास संबंधी नीतियों, योजनाओं और कार्यक्रमों में विभिन्न क्षेत्रों में महिलाओं की उन्नति को उद्देश्य बनाया गया है। पांचवी पंचवर्षीय योजना (1974-78) से महिलाओं से जुड़े मुद्दों के प्रति कल्याण की बजाय विकास का दृष्टिकोण अपनाया जा रहा है। हाल के वर्षों में, महिलाओं की स्थिति को अभिनश्चित करने में महिला सशक्तीकरण को प्रमुख मुद्दे के रूप में माना गया है। महिलाओं के अधिकारों एवं कानूनी हकों की रक्षा के लिए वर्ष 1990 में संसद के एक अधिनियम द्वारा राष्ट्रीय महिला आयोग की स्थापना की गई। भारतीय संविधान में 73वें और 74वें संशोधनों (1993) के माध्यम से महिलाओं के लिए पंचायतों और नगरपालिकाओं के स्थानीय निकायों में सीटों में आरक्षण का प्रावधान किया गया है जो स्थानीय स्तरों पर निर्णय लेने की प्रक्रिया में उनकी भागीदारी के लिए एक मजबूत आधार प्रदान करता है।

महिलाएं और कृषि

कृषि और संबद्ध क्षेत्रों में उत्पादक के रूप में महिलाओं की महत्वपूर्ण भूमिका को देखते हुए, संकेन्द्रित प्रयास किए जाएंगे जिससे यह सुनिश्चित हो कि प्रशिक्षण, विस्तार और विभिन्न कार्यक्रमों के लाभ उनकी संख्या के अनुपात में उन तक पहुंचें। कृषि क्षेत्र के महिला कामगारों को लाभ पहुंचाने के लिए मृदा संरक्षण, सामाजिक वानिकी, डेयरी विकास और कृषि से संबद्ध अन्य व्यवसायों जैसे कि बागवानी, लघु पशुपालन सहित पशुधन, मुर्गी पालन, मत्स्य पालन इत्यादि में महिला प्रशिक्षण कार्यक्रमों का विस्तार किया जाएगा।

महिलाएं और उद्योग

इलेक्ट्रॉनिक्स, सूचना प्रौद्योगिकी, खाद्य प्रसंस्करण एवं कृषि उद्योग तथा वस्त्र उद्योग में महिलाओं द्वारा निभाई गई महत्वपूर्ण भूमिका इन क्षेत्रों के विकास में बहुत महत्वपूर्ण रही है। विभिन्न औद्योगिक क्षेत्रों में भागीदारी के लिए उन्हें श्रम विधान, सामाजिक सुरक्षा और अन्य सहायता सेवाओं के रूप में व्यापक सहायता दी जाएगी।

इस समय महिलाएं चाहकर भी कारखानों में रात्रि पारी में काम नहीं कर सकती हैं। महिलाओं को रात्रि पारी में काम करने में समर्थ बनाने के लिए उपयुक्त उपाय किए जाएंगे। इसके लिए उन्हें सुरक्षा, परिवहन इत्यादि जैसी सहायता सेवाएं भी प्रदान की जाएंगी।

सहायता सेवाएं

महिलाओं के लिए सहायता सेवाओं जैसे कि बाल देखाभल सुविधाएं जिनमें कार्यस्थलों और शैक्षणिक संस्थाओं में क्रेच भी शामिल है, वृद्धों और निश्चकत लोगों के लिए गृहों का विस्तार तथा सुधार किया जाएगा ताकि परिवेश को अनुकूल बनाया जाए तथा सामाजिक, राजनैतिक तथा आर्थिक जीवन में उनका पूर्ण सहयोग सुनिश्चित किया जाए। विकासात्मक प्रक्रिया में प्रभावशाली ढंग से भाग लेने के लिए महिलाओं को प्रोत्साहित करने हेतु महिला अनुकूल कार्मिक नीतियां बनाई जाएंगी।

शिक्षा

महिलाओं और लड़कियों के लिए शिक्षा तक समान पहुँच सुनिश्चित किया जाएगा। भेदभाव मिटाने, शिक्षा को जन-जन तक पहुंचाने, निरक्षरता को दूर करने, लिंग संवेदी शिक्षा पद्धति बनाने, लड़कियों के नामांकन और अवधारण की दरों में वृद्धि करने तथा महिलाओं द्वारा रोजगार/व्यावसायिक/तकनीकी कौशलों के साथ-साथ जीवन पर्यन्त शिक्षण को सुलभ बनाने के लिए शिक्षा की गुणवत्ता में सुधार के लिए विशेष उपाय किए जाएंगे। माध्यमिक और उच्च शिक्षा में लिंग भेद को कम करने की ओर ध्यानाकर्षित किया जाएगा। लड़कियों और महिलाओं, विशेष रूप से अनुसूचित जातियों/अनुसूचित जनजातियों/अन्य पिछड़ा वर्गों/अल्पसंख्यकों समेत कमजोर वर्गों की लड़कियों और महिलाओं पर विशेष ध्यानाकर्षित करते हुए मौजूदा नीतियों में समय संबंधी सेक्टरल लक्ष्यों को प्राप्त किया जाएगा। लिंग भेद के मुख्य कारणों में एक के रूप में लैंगिक रूढ़िबद्धता का समाधान करने के लिए शिक्षा पद्धति के सभी स्तरों पर लिंग संवेदी कार्यक्रम विकसित किए जाएंगे।

स्वास्थ्य

महिलाओं के स्वास्थ्य, जिसमें पोषण और स्वास्थ्य सेवाएं दोनों शामिल हैं, के प्रति सम्पूर्ण दृष्टिकोण अपनाया जाएगा और जीवन चक्र के सभी स्तरों पर महिलाओं तथा लड़कियों की आवश्यकताओं पर विशेष ध्यान दिया जाएगा। बाल मृत्यु दर और मातृ मृत्यु दर, जो मानव विकास के संवेदनशील संकेतक हैं, को कम करने को प्राथमिकता दी जाती है। यह नीति राष्ट्रीय जनसंख्या नीति 2000 में निर्दिष्ट बाल मृत्यु दर (आईएमआर), मातृ मृत्यु दर (एमएमआर) के लिए जन सांख्यिकी के राष्ट्रीय उद्देश्यों को दोहराती है। महिलाओं की व्यापक, किफायती और कोटिपरक स्वास्थ्य देखभाल तक पहुंच होनी चाहिए। ऐसे उपाय अपनाए जाएंगे जो महिलाओं को सूचित विकल्पों का प्रयोग करने में समर्थ बनाने के लिए उनके प्रजनन अधिकारों, लैंगिक और स्वास्थ्य समस्याओं जिसमें स्थानिक, संक्रामक और संचारी बीमारियां जैसे कि मलेरिया, टीबी और पानी से उत्पन्न बीमारियों के साथ-साथ उच्च रक्तचाप और हृदय रोग के प्रति अरक्षिता का ध्यान रखा जाएगा। एचआईवी/एड्स तथा अन्य यौन संचारित बीमारियों के सामाजिक, विकासात्मक और स्वास्थ्य परिणामों से लिंग परिप्रेक्ष्य में निपटा जाएगा।

शिशु और मातृ मृत्यु दर तथा बाल विवाह जैसी समस्याओं से प्रभावशाली ढंग से निपटने के लिए मृत्यु, जन्म

और विवाहों के सूक्ष्म स्तर पर अछे और सटीक आंकड़ों की उपलब्धता अपेक्षित है। जन्म और मृत्यु के पंजीकरण का सख्ती से अनुपालन सुनिश्चित किया जाएगा तथा विवाह के पंजीकरण को अनिवार्य किया जाएगा।

राष्ट्रीय जनसंख्या नीति (2000) की जनसंख्या स्थिरीकरण संबंधी प्रतिबद्धता के अनुसरण में, यह नीति इस महत्वपूर्ण आवश्यकता को स्वीकार करती है कि परिवार नियोजन की अपनी पसंद की सुरक्षित, प्रभावी और किफायती विधियों तक पुरुषों और महिलाओं की पहुंच होनी चाहिए तथा बाल विवाह एवं बच्चों में अन्तर रखने जैसे मुद्दों का उपयुक्त ढंग से समाधान किया जाना चाहिए। शिक्षा का प्रसार, विवाह का अनिवार्य पंजीकरण जैसे हस्तक्षेप और बीएसवाई जैसे विशेष कार्यक्रम विवाह की आयु में देरी करने में प्रभाव डालेंगे ताकि 2010 तक बाल विवाह की प्रथा समाप्त की जा सके।

समुचित प्रलेखन के माध्यम से स्वास्थ्य देखभाल और पोषण के बारे में महिलाओं के परम्परागत ज्ञान को मान्यता दी जाएगी और उसके प्रयोग को प्रात्साहित किया जाएगा। महिलाओं के लिए उपलब्ध समग्र स्वास्थ्य अवसंरचना की रूपरेखा के अंदर दवा की भारतीय और वैकल्पिक पद्धतियों के प्रयोग को बढ़ावा दिया जाएगा।

पोषण

चूंकि महिलाओं को तीनों महत्वपूर्ण चरणों अर्थात् शैशवकाल एवं बाल्यकाल, किशोरावस्था और प्रजनन चरण के दौरान कुपोषण और बीमारी का खतरा अधिक होता है, इसलिए महिलाओं के जीवन चक्र के सभी स्तरों पर पोषण संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने पर संकेन्द्रित ध्यान दिया जाएगा। किशोरियों, गर्भवती और धात्री माताओं के स्वास्थ्य तथा शिशुओं और बच्चों के स्वास्थ्य के बीच गहरा संबंध होने के कारण भी यह महत्वपूर्ण है। विशेष रूप से गर्भवती और धात्री महिलाओं में वृहद् और सूक्ष्म पोषण की कमियों की समस्या से निपटने के लिए विशेष प्रयत्न किए जाएंगे क्योंकि इससे विभिन्न प्रकार की बीमारियां और अपंगताएं होती हैं।

उपयुक्त कार्यनीतियों के माध्यम से लड़कियों और महिलाओं के पोषण संबंधी मामलों में घरों के अन्दर भेदभाव को समाप्त करने का प्रयास जाएगा। घरों के अन्दर पोषण में असमानता के मुद्दों और गर्भवती तथा धात्री महिलाओं की विशेष आवश्यकताओं पर ध्यान देने के लिए पोषण शिक्षा का व्यापक प्रयोग किया जाएगा। पद्धति की आयोजना, पर्यवेक्षण और प्रदायगी में भी महिलाओं की भागीदारी सुनिश्चित की जाएगी।

पेयजल और स्वच्छता

विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों और शहरी मलिन बस्तियों में सुरक्षित पेयजल, सीवेज के निस्तारण, शौचालय की सुविधाओं और परिवारों की आसान पहुंच के अंदर स्वच्छता की सुविधाओं का प्रावधान करने में महिलाओं की आवश्यकताओं पर विशेष ध्यान दिया जाएगा। इस प्रकार की सेवाओं की आयोजना, प्रदायगी और रख-रखाव में महिलाओं की भागीदारी सुनिश्चित की जाएगी।

आवास और आश्रय

ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में आवास नीतियों, आवासीय कालोनियों की आयोजना और आश्रय के प्रावधान में महिलाओं के परिप्रेक्ष्य को शामिल किया जाएगा। महिलाओं जिसमें एकल महिलाएं भी शामिल हैं, घरों की मुखिया, कामकाजी महिलाओं, विद्यार्थियों, प्रशिक्षुओं और प्रशिक्षार्थियों के लिए पर्याप्त और सुरक्षित गृह तथा आवास प्रदान करने पर विशेष ध्यान दिया जाएगा।

पर्यावरण

पर्यावरण संरक्षण और जीर्णोद्धार से संबंधित नीतियों और कार्यक्रमों में महिलाओं को शामिल किया जाएगा एवं उनके परिप्रेक्ष्यों को प्रतिबिंबित किया जाएगा। उनकी आजीविका पर पर्यावरणीय कारकों के प्रभाव को ध्यान में रखते हुए, पर्यावरण का संरक्षण करने और पर्यावरणीय विकृति का नियंत्रण करने में महिलाओं की भागीदारी सुनिश्चित की जाएगी। ग्रामीण महिलाओं का अधिकांश भाग आज भी स्थानीय रूप से उपलब्ध ऊर्जा के गैर वाणिज्यिक स्रोतों जैसे कि जानवरों का गोबर, फसलों का अवशिष्ट और ईंधन लकड़ी पर निर्भर है। इन ऊर्जा स्रोतों का पर्यावरण अनुकूल ढंग से दक्ष प्रयोग सुनिश्चित करने के लिए, गैर परंपरागत ऊर्जा स्रोतों के कार्यक्रमों को प्रोत्साहित करना नीति का उद्देश्य होगा। महिलाओं को सौर ऊर्जा, बायोगैस, धूँआं रहित चूल्हों और अन्य ग्रामीण संसाधनों के प्रयोग को प्रचारित करने में शामिल किया जाएगा ताकि पारिस्थितिकी प्रणाली को प्रभावित करने और ग्रामीण महिलाओं की जीवन शैली को परिवर्तित करने में इन उपायों का स्पष्ट प्रभाव पड़े।

विज्ञान और प्रौद्योगिकी

विज्ञान और प्रौद्योगिकी में महिलाओं को और अधिक शामिल करने के लिए कार्यक्रमों को सुदृढ़ किया जाएगा। इन उपायों में उच्च शिक्षा के लिए विज्ञान और प्रौद्योगिकी को चुनने के लिए लड़कियों को प्रेरित करना तथा यह भी सुनिश्चित शामिल होगा कि वैज्ञानिक और तकनीकी निविष्टियों वाली विकासात्मक परियोजनाओं में महिलाएं पूर्ण रूप से शामिल हों। वैज्ञानिक मनोदशा और जागृति को विकसित करने के प्रयासों को भी और भी अधिक बढ़ाया जाएगा। संचार और सूचना प्रौद्योगिकी जैसे क्षेत्रों में उनके प्रशिक्षण के लिए विशेष उपाय किए जाएंगे जिनमें उनके पास विशेष कौशल हैं। महिलाओं की आवश्यकताओं के अनुरूप उपयुक्त प्रौद्योगिकियां विकसित करने तथा साथ ही कोल्हू के बैल की तरह परिश्रम करते रहने की उनकी प्रथा को कम करने के प्रयासों पर भी विशेष ध्यान दिया जाएगा।

विकट परिस्थितिग्रस्त महिलाएं

महिलाओं की परिस्थितियों में विविधता तथा विशेष रूप से वंचित समूहों की आवश्यकताओं को स्वीकार करते हुए, उन्हें विशेष सहायता प्रदान करने के लिए उपाय और कार्यक्रम शुरू किए जाएंगे। इन समूहों में अत्यधिक गरीबी में रहने वाली महिलाएं, निराश्रित महिलाएं, टकराव की स्थितियों में रहने वाली महिलाएं, प्राकृतिक आपदाओं से प्रभावित महिलाएं, कम विकसित क्षेत्रों में रहने वाली महिलाएं, अशक्त विधवाएं, वृद्ध महिलाएं, विकट परिस्थितियों में रहने वाली एकल महिलाएं, परिवार प्रधान महिलाएं, रोजगार से विस्थापित महिलाएं, प्रवासी महिलाएं, वैवाहिक हिंसा की शिकार महिलाएं, परित्यक्त महिलाएं और वेश्याएं इत्यादि शामिल हैं।

महिलाओं के विरूद्ध हिंसा

महिलाओं के विरूद्ध सभी प्रकार की हिंसा, चाहे यह शारीरिक हो अथवा मानसिक, घरेलू स्तर पर हो अथवा सामाजिक स्तर पर, जिसमें रिवाजों, परम्पराओं अथवा प्रचलित मान्यताओं से उत्पन्न हिंसा शामिल है, से प्रभावी ढंग से निपटना जाएगा ताकि ऐसी घटनाएं न घटें। कार्य स्थल पर यौन उत्पीड़न समेत ऐसी हिंसा एवं दहेज जैसी प्रथाओं की रोकथाम के लिए, हिंसा की शिकार महिलाओं के पुनर्वास के लिए और इस प्रकार की हिंसा करने वाले अपराधियों के विरूद्ध प्रभावी कार्रवाई करने के लिए सहायता प्रदान करने वाली संस्थाओं और तंत्रों/स्कीमों का निर्माण किया जाएगा और उन्हें सुदृढ़ किया जाएगा। महिलाओं और लड़कियों के अवैध व्यापार से निपटने वाले कार्यक्रमों और उपायों पर भी विशेष जोर दिया जाएगा।

लड़कियों के अधिकार

घर के अन्दर और बाहर निवारक और दण्डात्मक दोनों प्रकार के दृढ़ उपाय अपनाकर लड़कियों के विरूद्ध सभी प्रकार के भेदभाव तथा उनके अधिकारों के हनन को दूर किया जाएगा। ये विशेष रूप से प्रसवपूर्व लिंग चयन और बालिका भ्रूण हत्या के रिवाज, लड़कियों की शैशव काल में हत्या, बाल विवाह, बाल दुरुपयोग तथा बाल वेश्यावृत्ति इत्यादि के विरूद्ध बनाए गए कानूनों को सख्ती से लागू करने से संबंधित होंगे। परिवार के अंदर और बाहर लड़कियों के साथ व्यवहार में भेदभाव को दूर करने तथा लड़कियों की अच्छी छवि प्रस्तुत करने के कार्य को सक्रियता से प्रोत्साहित किया जाएगा। लड़कियों की आवश्यकताओं तथा भोजन और पोषण, स्वास्थ्य और शिक्षा और व्यावसायिक शिक्षा से संबंधित क्षेत्रों में पर्याप्त निवेश का लक्ष्य रखने पर विशेष जोर दिया जाएगा।

सन्दर्भ

Women's Empowerment

Women's Empowerment

Definition: Women Empowerment

mpinfo.org/MPinfoStatic/hindi/articles/asp

mp.gov.in/impschemes

wcd.nic.in/hi/.../राष्ट्रीय-महिला-सशक्तीकरण-नीति

भारत में वस्तु एवं सेवा कर

नीलिमा चटर्जी

सहायक प्रध्यापक समाज शास्त्र विभाग

शा. वीर सांवरकर महाविद्यालय

वस्तु एवं सेवा कर या माल एवं सेवा कर (अंग्रेजी- Goods and Services Tax, (गुड्स एंड सर्विसिज़ टैक्स), संक्षेप में वसेक या जीएसटी अंग्रेजी- GST) भारत में 1 जुलाई 2017 से लागू होने वाली एक महत्वपूर्ण अप्रत्यक्ष कर व्यवस्था है जिसे सरकार व कई अर्थशास्त्रियों द्वारा इसे स्वतंत्रता के पश्चात् सबसे बड़ा आर्थिक सुधार बताया है। इससे केन्द्र एवम् विभिन्न राज्य सरकारों द्वारा विभिन्न दरों पर लगाए जा रहे विभिन्न करों को हटाकर पूरे देश के लिए एक ही अप्रत्यक्ष कर प्रणाली लागू की जाएगी जिससे भारत को एकीकृत साझा बाजार बनाने में मदद मिलेगी। भारतीय संविधान में इस कर व्यवस्था को लागू करने के लिए संशोधन किया गया है।

1 जुलाई 2017 से पूर्व किसी भी सामान पर केंद्र एवं राज्य सरकार के द्वारा कई तरह के अलग-अलग कर लगाती हैं लेकिन जीएसटी आने से सभी तरह के सामानों पर एक जैसा ही कर लगाया जाएगा पूर्व में किसी भी सामान पर 30 से 35% तक कर देना पड़ता था कुछ चीजों पर तो प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष रूप से लगाया जाने वाला कर 50% से %यादा होता था जीएसटी आने के बाद यह कर अधिकतम 28 प्रतिशत हो जाएगा जिसमें कोई भी अप्रत्यक्ष कर नहीं होगा जीएसटी भारत की अर्थव्यवस्था को एक देश एक कर वाली अर्थव्यवस्था बना देगा 7 फिलहाल भारतवासी 17 अलग-अलग तरह के कर चुकाते हैं जबकि जीएसटी लागू होने के बाद केवल एक ही तरह का कर दिया जाएगा इसके लागू होते ही एक्साइज ड्यूटी, सर्विस टैक्स, वैट, मनोरंजन कर, लगजरी कर जैसे बहुत सारे कर खत्म हो जाएंगे।

जीएसटी लागू होने के बाद किसी भी सामान और सेवा पर कर वह लगेगा जहां वह बिकेगा 7 जीएसटी अलग-अलग स्तर पर लगने वाले एक्साइज ड्यूटी, सर्विस कर इत्यादि की जगह अब केवल जीएसटी लगेगा 7 जीएसटी परिषद ने 66 तरह के प्रोडक्ट्स पर टैक्स की दरें घटाई हैं

जीएसटी लागू होने के पहले भारत में विविध प्रकार के टैक्स लगते थे।

कर की प्रकृति

जीएसटी एक मूल्य वर्धित कर है जो कि विनिर्माता से लेकर उपभोक्ता तक वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति पर एक एकल कर है। प्रत्येक चरण पर भुगतान किये गये इनपुट करों का लाभ मूल्य संवर्धन के बाद के चरण में उपलब्ध होगा जो प्रत्येक चरण में मूल्य संवर्धन पर जीएसटी को आवश्यक रूप से एक कर बना देता है। अंतिम उपभोक्ताओं को इस प्रकार आपूर्ति श्रृंखला में अंतिम डीलर द्वारा लगाया गया जीएसटी ही वहन करना होगा। इससे पिछले चरणों के सभी मुनाफे समाप्त हो जायेंगे।

चुंगी, सेंट्रल सेल्स टैक्स (सीएसटी), राज्य स्तर के सेल्स टैक्स या वैट, एंटी टैक्स, लॉटरी टैक्स, स्टैप ड्यूटी, टेलिकॉम लाइसेंस फी, टर्नओवर टैक्स, बिजली के इस्तेमाल या बिक्री पर लगने वाले टैक्स, सामान के ट्रांसपोर्टेशन पर लगने वाले टैक्स इत्यादि अनेकों करों के स्थान पर अब यह एक ही कर लागू किया जा रहा है। [7]

संभावित लाभ

व्यापार और उद्योग के लिए

आसान अनुपालन, पारदर्शिता एक मजबूत और व्यापक सूचना प्रौद्योगिकी प्रणाली भारत में जीएसटी व्यवस्था की नींव होगी इसलिए पंजीकरण, रिटर्न, भुगतान आदि जैसी सभी कर भुगतान सेवाएं करदाताओं को ऑनलाइन उपलब्ध होंगी, जिससे इसका अनुपालन बहुत सरल और पारदर्शी हो जायेगा।

कर दरों और संरचनाओं की एकरूपता- जीएसटी यह सुनिश्चित करेगा कि अप्रत्यक्ष कर दरें और ढांचे पूरे देश में एकसमान हैं। इससे निश्चिंतता में तो बढ़ोतरी होगी ही व्यापार करना भी आसान हो जाएगा। दूसरे शब्दों में जीएसटी देश में व्यापार के कामकाज को कर तटस्थ बना देगा फिर चाहे व्यापार करने की जगह का चुनाव कहीं भी जाये।

करों पर कराधान (कैसकेडिंग) की समाप्ति- मूल्य श्रृंखला और समस्त राज्यों की सीमाओं से बाहर टैक्स क्रेडिट की सुचारू प्रणाली से यह सुनिश्चित होगा कि करों पर कम से कम कराधान हों। इससे व्यापार करने में आने वाली छुपी हुई लागत कम होगी।

प्रतिस्पर्धा में सुधार व्यापार करने में लेन-देन लागत घटने से व्यापार और उद्योग के लिए प्रतिस्पर्धा में सुधार को बढ़ावा मिलेगा।

विनिर्माताओं और निर्यातकों को लाभ जीएसटी में केन्द्र और राज्यों के करों के शामिल होने और इनपुट वस्तुएं और सेवाएं पूर्ण और व्यापक रूप से समाहित होने और केन्द्रीय बिक्री कर चरणबद्ध रूप से बाहर हो जाने से स्थानीय रूप से निर्मित वस्तुओं और सेवाओं की लागत कम हो जाएगी। इससे भारतीय वस्तुओं और सेवाओं की अंतर्राष्ट्रीय बाजार में होने वाली प्रतिस्पर्धा में बढ़ोतरी होगी और भारतीय निर्यात को भी बढ़ावा मिलेगा। पूरे देश में कर दरों और प्रक्रियाओं की एकरूपता से अनुपालन लागत घटाने में लंबा रास्ता तय करना होगा।

सरल और आसान प्रशासन - केन्द्र और राज्य स्तर पर बहुआयामी अप्रत्यक्ष करों को जीएसटी लागू करके हटाया जा रहा है। मजबूत सूचना प्रौद्योगिकी प्रणाली पर आधारित जीएसटी केन्द्र और राज्यों द्वारा अभी तक लगाए गए सभी अन्य प्रत्यक्ष करों की तुलना में प्रशासनिक नजरिए से बहुत सरल और आसान होगा।

कदाचार पर बेहतर नियंत्रण मजबूत सूचना प्रौद्योगिकी बुनियादी ढांचे के कारण जीएसटी से बेहतर कर अनुपालन परिणाम प्राप्त होंगे। मूल्य संवर्धन की श्रृंखला में एक चरण से दूसरे चरण में इनपुट कर क्रेडिट कर सुगम हस्तांतरण जीएसटी के स्वरूप में एक अंतर्निर्मित तंत्र है, जिससे व्यापारियों को कर अनुपालन में प्रोत्साहन दिया जाएगा।

अधिक राजस्व निपुणता जीएसटी से सरकार के कर राजस्व की वसूली लागत में कमी आने की उम्मीद है। इसलिए इससे उच्च राजस्व निपुणता को बढ़ावा मिलेगा।

उपभोक्ताओं के लिए

वस्तुओं और सेवाओं के मूल्य के अनुपाती एकल एवं पारदर्शी कर केन्द्र और राशियों द्वारा लगाए गए बहुल अप्रत्यक्ष करों या मूल्य संवर्धन के प्रगामी चरणों में उपलब्ध गैर-इनपुट कर क्रेडिट के कारण आज देश में अनेक छिपे करों से अधिकांश वस्तुओं और सेवाओं की लागत पर प्रभाव पड़ता है। जीएसटी के अधीन विनिर्माता से लेकर उपभोक्ताओं तक केवल एक ही कर लगेगा, जिससे अंतिम उपभोक्ता पर लगने वाले करों में पारदर्शिता को बढ़ावा मिलेगा।

समग्र कर भार में राहत निपुणता बढ़ने और कदाचार पर रोक लगने के कारण अधिकांश उपभोक्ता वस्तुओं पर समग्र कर भार कम होगा, जिससे उपभोक्ताओं को लाभ मिलेगा।

समिति

यह कर वस्तु एवं सेवा कर परिषद् द्वारा निर्धारित किया जा रहा है जिसके अध्यक्ष केन्द्रीय वित्त मंत्री हैं।

जीएसटी काउंसिल ने चार तरह के कर निर्धारित किये हैं ये 5, 12, 18 एवं 28 प्रतिशत 7 हालांकि बहुत सी चीजों को जीएसटी से छूट दी गई है उन वस्तुओं पर कोई भी कर नहीं लगेगा या जीएसटी नहीं लगेगा जबकि लम्बरी एवं महंगे सामान पर जीएसटी के अलावा सेस भी लगेगा 7 सरकार के अनुसार इसमें से 81 प्रतिशत चीजें जीएसटी की 18 प्रतिशत की श्रेणी तक आएंगी आदर्श स्थिति में इस व्यवस्था में समस्त कर एक ही दर पर लगाए जाने चाहिएँ, किन्तु भारत में राशय व केन्द्र तथा एक ही वस्तु या सेवा पर भिन्न-भिन्न राशयों में भिन्न दरें आदि होने से प्रारम्भ में 4 दरें निर्धारित की गईं ताकि वर्तमान राजस्व में अधिक अंतर न पड़े। ये चार दरें 5%, 12%, 18% तथा 28% हैं। आवश्यक वस्तुओं जैसे कि दूध, लस्सी, दही, शहद, फल एवं सब्जियाँ, आटा, बेसन, ताजा मीट, मछली, चिकन, अंडा, ब्रेड, प्रसाद, नमक, बिंदी, सिंदूर, स्टांप, न्यायिक दस्तावेज, छपी पुस्तकें, समाचार पत्र, चूड़ियाँ और हैंडलूम आदि वस्तुओं पर जीएसटी नहीं लगेगा। 20 लाख से कम की वार्षिक बिक्री वाले व्यापारियों को इस कर व्यवस्था से छूट दी गई है।

जीएसटी के लाभ

भारत की वर्तमान कर-संरचना (**Ta& Structure**) अत्यंत जटिल है। राय सरकार एवं केन्द्रीय सरकार दोनों के द्वारा कर वसूले जाने की वजह से भारत में अलग-अलग प्रकार के कई कर मौजूद हैं। अलग-अलग करों की मौजूदगी के कारण व्यवसायियों को कई दिक्कतों का सामना करना पड़ता है। वस्तु एवं सेवा कर (**Goods and Service Tax**) के आ जाने से इन समस्याओं का काफी हद तक समाधान हो जाएगा।

वस्तु एवं सेवा कर (**Goods and Service Tax**) के लागू होने से सरकार एवं साधारण जनता दोनों का फायदा होगा। जीएसटी को लागू करने के पीछे का उद्देश्य इन समस्त लाभों को अर्जित करना है-

व्यापार करने में आसानी

जीएसटी के आ जाने से %यादातर सभी अप्रत्यक्ष कर समाप्त हो जाएँगे जिसकी वजह से व्यवसायियों को अब न तो अलग-अलग प्रकार के कर देने पड़ेंगे और ना ही विभिन्न प्रकार के कर विवरणी (**झडु× ऋहहहहहहहहहह**) का सामना

करना पड़ेगा। अब सभी व्यवसायी केवल एक अप्रत्यक्ष कर, **Gst Registration** लेकर जीएसटी, का भुगतान करेंगे एवं केवल एक प्रकार का कर विवरणी, जीएसटीआर (**GSTR**), जमा करेंगे।

टैक्स पर टैक्स व्यवस्था की समाप्ति

वर्तमान समय में उत्पाद कर (**E&Cise Duty**) एवं सेवा कर (**Service Ta&**) केंद्रीय सरकार के द्वारा संग्रह किया जाता है और वैट (**VAT**) एवं सेल्स टैक्स (**Sales Ta&**) राय सरकार के द्वारा। जिस वजह से केंद्रीय सरकार को दिये जाने वाले करो का क्रेडिट (**Input Ta& Credit**), राय सरकार को दिए जाने वाले करो पर एवं रा%य सरकार को दिए जाने वाले करो का क्रेडिट (**दुट्टुश्चहहह झडु× षहहस्रहहह**), केंद्रीय सरकार को दिए जाने वाले करो पर नहीं मिल पाता है। जिस वजह से करो पर कर लग जाते हैं। परंतु जीएसटी के आ जाने के बाद विभिन्न प्रकार के अप्रत्यक्ष करो के समाप्त हो जाने के कारण करो पर कर लगाने की व्यवस्था समाप्त हो जाएगी।

कर के बोझ में कमी

वस्तु एवं सेवा कर (**Goods and Service Ta&**) के लागू हो जाने से %यादातर सभी प्रकार के अप्रत्यक्ष कर समाप्त हो जाएँगे और सभी को केवल एक कर, जीएसटी, देना पड़ेगा। इन बदलावों की वजह से कर के बोझ में कमी आएगी।

वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य में कमी

अप्रत्यक्ष कर-संरचना (**Ta& Structure**) में बदलाव एवं विभिन्न प्रकार के अप्रत्यक्ष करो के समाप्त हो जाने की वजह से वस्तुओं एवं सेवाओं पर कर पहले की तुलना में कम लगेगा जिससे वस्तुओं एवं सेवाओं के मूल्य में कमी आएगी।

टैक्स की चोरी में कमी

जीएसटी के अंतर्गत कोई भी विक्रेता इनपुट टैक्स क्रेडिट (खरीदे हुए सामान पर दिए गये कर का लाभ) तभी उठा सकता है जब वह व्यक्ति जिससे उसने सामान खरीदा है, सरकार को अपने हिस्से का कर अदा कर दे एवं उस खरीददार को जिसे वह सामान बेच रहा है इनवॉइस (**Invoice**) अदा कर दे। अतः यह प्रक्रिया एक श्रृंखला प्रणाली (**Chain System**) में काम करती है जिससे वर्तमान समय में होने वाली कर की चोरी के समाप्त हो जाने की काफी हद तक संभावना है।

सरकार के कर-आय में वृद्धि

कर में होने वाली चोरी में कमी आने से केंद्र एवं रा%य सरकार दोनों को काफी फायदा होगा। इसके अलावा अप्रत्यक्ष कर-संरचना (**Ta& Structure**) में सुधार होने से कर-संरचना सरल बन जाएगी जिससे अधिक से अधिक लोग कर देंगे एवं इसकी वजह से सरकार के कर-आय में वृद्धि होगी, जिसका प्रयोग देश की प्रगति के लिए किया जा सकता है।

कोई भी बदलाव चाहे वो हमारे भले के लिए ही क्यों न हो कष्टकारी लगता है। शुरु में तस्ख की वजह से भी समस्याएं आएँगी लेकिन long term में हमे इसके कई फायदे मिल सकते हैं। कुल मिलाकर ये उम्मीद की जा सकती है कि जीएसटी के लागू हो जाने से भारत की अर्थव्यवस्था पर एक सकारात्मक बदलाव देखने को मिल सकता है।

संदर्भ:-

<http://hindi.economicstimes.indiatimes.com/business/business-news/know-all-about-indias-biggest-ta&-reform-gst/articleshow/z|~v~.cms>

http://hindi.moneycontrol.com/news/market-news/gst-beginning-of-new-ta&-regime_v{wv~|.html मनीकंट्रोल.कॉम

https://www.hindi.nyoooz.com/news/kanpur/ta&-reduction-rate-of-{{-products-in-gst-the-decision-taken-by-the-council_{vwvx/

<http://pib.nic.in/newsite/hindirelease.asp?relid=zxx|~>

नवभारत टाइम्स. जीएसटी लागू होने के बाद भी ई-कॉमर्स साइट्स पर मिल रहा 80% तक डिस्काउंट. अभिगमन तिथि=7 जुलाई 2017.

एनडीटीवी. जीएसटी लागू बचे माल पर नई कीमत नहीं छपी तो जेल की हवा खानी पड़ सकती है = रिपोर्ट. अभिगमन तिथि=7 जुलाई 2017.

✚ जीएसटी = टाटा मोटर्स ने 2,17,000 रुपये तक घटाए वाहनों के दाम. अभिगमन तिथि=7 जुलाई 2017.

<http://www.cbec.gov.in/resources//htdocs-cbec/gst/gst-overview-hindi.pdf>

<http://www.cbec.gov.in/resources//htdocs-cbec/gst/gst-concept-status-asonvzwv|-h.pdf>

<http://hindi.economicstimes.indiatimes.com/business/ta&/ta&-news/gst-rollout-all-you-want-to-know-about->

<http://www.achhikhabar.com/2017/06/28/gst-in-hindi/>

मजदूरी के दलदल में फंसा बचपन

शोधार्थी

राज यादव

बी.सी.ए 2 ईयर

एन.आर.आई कॉलेज ऑफ (वी.आई.एस.एम.टी)

किसी भी क्षेत्र में बच्चों द्वारा अपने बचपन में दी गई सेवा को बाल मजदूरी कहते हैं। इसे गैर-जिम्मेदार माता-पिता की वजह से, या कम लागत में निवेश पर अपने फायदे को बढ़ाने के लिये मालिकों द्वारा जबरजस्ती बनाए गए दबाव की वजह से जीवन जीने के लिये जरूरी संसाधनों की कमी के चलते ये बच्चों द्वारा स्वतः किया जाता है, इसका कारण मायने नहीं रखता क्योंकि सभी कारकों की वजह से बच्चे बिना बचपन के अपना जीवन जीने को मजबूर होते हैं। बचपन सभी के जीवन में विशेष और सबसे खुशी का पल होता है जिसमें बच्चे प्रकृति, प्रियजनों और अपने माता-पिता से जीवन

बाल मजदूरी बच्चों से लिया जाने वाला काम है जो किसी भी क्षेत्र में उनके मालिकों द्वारा करवाया जाता है। ये एक दबावपूर्ण व्यवहार है जो अभिवाक या मालिकों द्वारा किया जाता है। बचपन सभी बच्चों का जन्म सिद्ध अधिकार है जो माता-पिता के प्यार और देख-रेख में सभी को मिलना चाहिए, ये गैरकानूनी कृत्य बच्चों को बड़ों की तरह जीने पर मजबूर करता है। इसके कारण बच्चों के जीवन में कई सारी जरूरी चीजों की कमी हो जाती है जैसे- उचित शारीरिक वृद्धि और विकास, दिमाग का अनुपयुक्त विकास, सामाजिक और बौद्धिक रूप से अस्वास्थ्यकर आदि।

इसकी वजह से बच्चे बचपन के प्यारे लम्हों से दूर हो जाते हैं, जो हर एक के जीवन का सबसे यादगार और खुशनुमा पल होता है। ये किसी बच्चे के नियमित स्कूल जाने की क्षमता को बाधित करता है जो इन्हें समाजिक रूप से देश का खतरनाक और नुकसान दायक नागरिक बनाता है। बाल मजदूरी को पूरी तरह से रोकने के लिये देशों ने नियम-कानून बनाने के बावजूद भी ये गैर-कानूनी कृत्य दिनों-दिन बढ़ता ही जा रहा है।

बाल-श्रम का मतलब ऐसे कार्य हैं जिसमें की कार्य करने वाला व्यक्ति कानून द्वारा निर्धारित आयु सीमा से छोटा होता है। इस प्रथा को कई देशों और अंतर्राष्ट्रीय संघटनों ने शोषित करने वाली माना है। अतीत में बाल श्रम का कई प्रकार से उपयोग किया जाता था, लेकिन सार्वभौमिक स्कूली शिक्षा के साथ औद्योगीकरण, काम करने की स्थिति में परिवर्तन तथा कामगारों श्रम अधिकार और बच्चों अधिकार की अवधारणाओं के चलते इसमें जनविवाद प्रवेश कर गया। बाल श्रम अभी भी कुछ देशों में आम है।

बच्चों के अधिकार

यह अनुचित या शोषित माना जाता है यदि निश्चित उम्र से कम में कोई बच्चा घर के काम या स्कूल के काम को छोड़कर कोई अन्य काम करता है। किसी भी नियोक्ता को एक निश्चित आयु से कम के बच्चे को किराए पर रखने की अनुमति नहीं है। न्यूनतम आयु देश पर निर्भर करता है; जैसे संयुक्त राज्य अमेरिका में बाल श्रम कानून ने किसी

प्रतिष्ठान में बिना माता पिता की सहमति के न्यूनतम उम्र 16 वर्ष निर्धारित किया है।

यह माना जाता है कि भारत में 14 साल के बच्चों की आबादी पूरी अमेरिकी आबादी से भी ज्यादा है। भारत में कुल श्रम शक्ति का लगभग 3.6 फीसदी हिस्सा 14 साल से कम उम्र के बच्चों का है। हमारे देश में हर दस बच्चों में से 9 काम करते हैं। ये बच्चे लगभग 85 फीसदी पारंपरिक कृषि गतिविधियों में कार्यरत हैं, जबकि 9 फीसदी से कम उत्पादन, सेवा और मरम्मत कार्यों में लगे हैं। सिर्फ 0.8 फीसदी कारखानों में काम करते हैं।

आमतौर पर बाल मजदूरी अविकसित देशों में व्याप्त विविध समस्याओं का नतीजा है। भारत सरकार दूसरे राज्यों के सहयोग से बाल मजदूरी खत्म करने की दिशा में तेज से प्रयासरत है। इस लक्ष्य को हासिल करने के लिए सरकार ने राष्ट्रीय बाल श्रम परियोजना (एनसीएलपी) जैसे महत्वपूर्ण कदम उठाए हैं। आज यह कहने की जरूरत नहीं है कि इस परियोजना ने इस मामले में काफी अहम कार्य किए हैं। इस परियोजना के तहत हजारों बच्चों को सुरक्षित बचाया गया है। साथ ही इस परियोजना के तहत चलाए जा रहे विशेष स्कूलों में उनका पुनर्वास भी किया गया है। इन स्कूलों के पाठ्यक्रम भी विशिष्ट होते हैं, ताकि आगे चलकर इन बच्चों को मुख्यधारा के विद्यालयों में प्रवेश लेने में किसी तरह की परेशानी न हो। ये बच्चे इन विशेष विद्यालयों में न सिर्फ बुनियादी शिक्षा हासिल करते हैं, बल्कि उनकी रुचि के मुताबित व्यवसायिक प्रशिक्षण भी दिया जाता है। राष्ट्रीय बाल श्रम परियोजना के तहत इन बच्चों के लिए नियमित रूप से खानपान और चिकित्सकीय सहायता की व्यवस्था है। साथ ही इन्हें एक सौ रुपये मासिक वजीफा दिया जाता है।

गर सरकारी संगठनों या स्थानीय निकायों द्वारा चलाए जा रहे ऐसे स्कूल इस परियोजना के अंतर्गत अपना काम भलीभांति कर रहे हैं। हजारों बच्चे मुख्य धारा में शामिल हो चुके हैं, लेकिन अभी भी कई बच्चे बाल मजदूर की जिंदगी जीने को मजबूर हैं। समाज की बेहतरी के लिए इस बीमारी को जड़ से उखाड़ना बहुत जरूरी है। एनसीएलपी जैसी परियोजनाओं के सामने कई तरह की समस्याएं हैं। यदि हम सभी इन समस्याओं का मूल समाधान चाहते हैं तो हमें इन पर गहनता से विचार करने की जरूरत है। इस संदर्भ में सबसे पहली जरूरत है 14 साल से कम उम्र के बाल मजदूरों की पहचान करना। आखिर वे कौन से मापदंड हैं, जिनसे हम 14 साल तक के बाल मजदूरों की पहचान करते हैं और जो अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी मान्य हों क्या हमारा तात्पर्य यह होता है कि जब बच्चा 14 साल का हो जाए तो उसकी देखभाल की जिम्मेदारी राज्य की हो जाती है? हम जानते हैं कि गरीबी में अपना गुजर-बसर कर रहे बच्चों को परवरिश की जरूरत है। कोई बच्चा जब 14 साल का हो जाता है और ऐसे में सरकार अपना सहयोग बंद कर दे तो मुमकिन है कि वह एक बार फिर बाल मजदूरी के दलदल में फंस जाए। यदि सरकार ऐसा करती है तो यह समस्या बनी रह सकती है और बच्चे इस दलदल भरी जिंदगी से कभी बाहर ही नहीं निकल पाएंगे। कुछ लोगों का मानना है और उन्होंने यह प्रस्ताव भी रखा है कि बाल मजदूरों की पहचान की न्यूनतम आयु बढ़ाकर 18 साल कर देनी चाहिए। साथ ही सभी सरकारी सहायताओं मसलन मासिक वजीफा, चिकित्सा सुविधा और खानपान का सहयोग तब तक जारी रखना चाहिए, जब तक कि बच्चा 18 साल का न हो जाए।

औद्योगिक क्रांति में चार साल के कम उम्र के बच्चों को कई बार घातक और खतरनाक काम की स्थितियों के साथ उत्पादन वाले कारखाने में कार्यरत थे। अंग्रेजी श्रमिक वर्ग का बनना, (पेंगुइन, 168), पीपी. अब अमीर देशों ने

मजदूरों के रूप में बच्चों के इस्तेमाल को समझा है और इस आधार पर इसे मानव अधिकार का उल्लंघन माना है और इसे गैरकानूनी घोषित किया है जबकि कुछ गरीब देशों ने इसे बर्दाश्त या अनुमति दिया है।

1990 के दशक में दुनिया के प्रत्येक देश ने सोमालिया और संयुक्त राज्य अमेरिका को छोड़कर बाल अधिकार के सम्मेलन, . के दौरान हस्ताक्षर किए सबसे ताकतवर अंतरराष्ट्रीय कानूनी भाषा है जो अवैध बाल श्रम पर रोक लगाता है, हालाँकि यह बाल श्रम को अवैध नहीं मानता है।

बहुत से गरीब परिवार अपने बच्चों के मजदूरी के सहारे हैं। कभी कभी ये ही उनके आय के स्रोत हैं। इस प्रकार का कार्य अक्सर दूर छिप कर होता है क्योंकि अक्सर ये कार्य औद्योगिक क्षेत्र में नहीं होते हैं। बाल श्रम कृषि निर्वाह और शहरो के अनौपचारिक क्षेत्र में कार्यरत है, बच्चों के घरेलू काम में योगदान भी महत्वपूर्ण है। बच्चों को लाभ मुहैया कराने के लिए, बाल श्रम निषेध को दोनों अल्पावधि आय और दीर्घावधि संभावनाओं के साथ दोहरी चुनौती से निपटने के लिए काम करना है। कुछ युवाओं के अधिकार के समूहों यद्यपि, एक निश्चित आयु से नीचे के बच्चे को काम करने से रोक कर, बच्चों के विकल्प कम करने को मानव अधिकारों का उल्लंघन मानते हैं। और ये महसूस करते हैं कि ऐसे बच्चे पैसे वालों के इच्छा के अधीन रहते हैं। बच्चे की सहमति या काम करने के कारण बहुत भिन्न हो सकते हैं . एक बच्चा कार्य के लिए सहमत हो सकता है यदि इसका आय आकर्षक है या अगर बच्चा स्कूल से नफरत करता है, लेकिन इस तरह की सहमति को सहमति सूचित नहीं किया जा सकता . कार्यस्थल बच्चे के लिए लंबे समय में अवांछनीय स्थिति पैदा कर सकता है। एक प्रभावशाली समाचार पत्र में बाल श्रम के अर्थशास्त्र पर अमेरिकी आर्थिक समीक्षा (1998), में कौशिक बसु और हुआंग वान का तर्क है कि बाल श्रम का मूल कारण माता पिता की गरीबी है। यदि ऐसा है तो, उन्होंने बाल श्रम के वैधानिक प्रतिबंध पर आगाह किया और तर्क दिया कि इसका उपयोग वयस्क मजदूरी प्रभावित हीन पर ही करना चाहिए और प्रभावित गरीब बच्चे के परिवार को पर्याप्त रूप से मुआवजा देना चाहिए. भारत और बंगलादेश सहित कई देशों में अभी भी बाल श्रम व्यापक रूप से विद्यमान है। यद्यपि इस देश के कानून के अनुसार 14 वर्ष से कम आयु के बच्चे काम नहीं कर सकते, फरि भी कानून को नजरअंदाज कर दिया है। 11 साल जैसे छोटी उम्र के बच्चे 20 घंटे तक एक दिन में काम करते हैं, ये काम करने के लिए स्वीट शॉप में जाकर अमेरिकी कंपनियों जैसे वाल मार्ट, हेंस और टारगेट में काम करते हैं। वे मात्र साढ़े 6 सेंट प्रति मद के रूप में छोटा सा भुगतान पाते हैं। बांग्लादेश की सबसे बड़ी कंपनियों में से एक हार्वेस्ट रिच है, जो बाल श्रम ने प्रयोग नहीं करने का दावा किया है, हालाँकि बच्चों को केवल 1 डॉलर प्रति सप्ताह मिलता है।

बाल श्रम के खिलाफ

बाल श्रम औद्योगिक क्रांति के आरम्भ के साथ ही प्रारम्भ हो गया उदाहरण के लिए, कार्ल मार्क्स ने अपने कम्युनिस्ट घोषणा पत्र . में कहा कारखानों में मौजूदा स्वरूप में बाल श्रम का त्याग यह बात भी गौर करने योग्य है कि सार्वजनिक नैतिक सहायता के जरिये ऐसे उत्पाद जो विकासशील देशों में एकत्रित या बाल श्रम से बने हैं उनके खरीद को हतोत्साहित किया जाय. दूसरों की चिंता है कि बाल श्रम से बने वस्तुओं का बहिष्कार करने पर यह बच्चे वेश्यावृत्ति या कृषि जैसे काम से अधिक खतरनाक या अति उत्साही व्यवसायों में जा सकते हैं उदाहरण के लिए, एक यूनिसेफ के एक अध्ययन में पाया गया कि 5000 से 7000 नेपाली बच्चे वेश्यावृत्ति के तरफ मूड गए इसके अलावा

अमेरिका में बाल श्रम निवारण अधिनियम के लागू होने के बाद, एक अनुमान के अनुसार 50000 बच्चों को बंगलादेश में उनके परिधान उद्योग में नौकरी से बर्खास्त कर दिया गया था और बहुत से लोग पत्थर तोड़ने, गलियों में धकके खाना और वेश्यावृत्ति गए यह सब के सब तथ्य यूनिसेफ एक अध्ययन के आधार पर आधारित है। ये सारे कार्य वस्त्र उत्पादन की तुलना में अधिक खतरनाक और विस्फोटक है इस अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि भुथरे उपकरणों के दीर्घकालिक प्रयोग की भांति ऐसे परिणाम से बच्चों को फायदा की जगह हानि ज्यादा हो सकता है। आज कई उद्योग और निगम हैं जिनको कार्यकर्ताओं द्वारा बाल श्रम के कारण लक्षित किया जा रहा है। भारत में बंधुआ मजदूरी

भारत सरकार ने देश में बाध्य श्रम या बंधुआ मजदूरी के मुद्दे पर निरन्तर कठोर रुख अपनाया है। यह इस क्रूरता से प्रभावित नागरिकों के मौलिक मानवाधिकारों का हनन मानता है और यह इसके यथा सभवं न्यूनतम समय में पूर्ण समापन को लेकर अडिग है। बंधुआ मजदूरी प्रणाली (उन्मूलन) अधिनियम 1976 को लागू करके बंधुआ मजदूरी प्रणाली को 25 अक्टूबर 1975 से संपूर्ण देश से खत्म कर दिया गया। इस अधिनियम के जरिए बंधुआ मजदूर गुलामी से मुक्त हुए साथ ही उनके कर्ज की भी समाप्ति हुई। यह गुलामी की प्रथा को कानून द्वारा एक संज्ञेय दंडनीय अपराध बना दिया। इस अधिनियम को संबंधित राज्य सरकारों द्वारा क्रियान्वित किया जा रहा है।

बंधुआ मजदूरी प्रणाली (उन्मूलन) अधिनियम 1976

बंधुआ मजदूरी प्रथा (उन्मूलन) अधिनियम, 1976 बंधुआ मजदूरी की प्रथा उन्मूलन हेतु अधिनियमित किया गया था ताकि जनसंख्या के कमजोर वर्गों के आर्थिक और वास्तविक शोषण को रोका जा सके और उनसे जुड़े एवं अनुषंगी मामलों के संबंध में कार्रवाई की जा सके। इसने सभी बंधुआ मजदूरों को एकपक्षीय रूप से बंधन से मुक्त कर दिया और साथ ही उनके कर्जों को भी परिसमप्त कर दिया। इसने बंधुआ प्रथा को कानून द्वारा दण्डनीय संज्ञेय अपराध माना।

यह कानून श्रम मंत्रालय और संबंधित राज्य सरकारों द्वारा प्रशासित और कार्यान्वित किया जा रहा है। राज्य सरकारों के प्रयासों की अनुपूर्ति करने के लिए मंत्रालय द्वारा बंधुआ मजदूरों के पुनर्वास की एक केन्द्रीय प्रायोजित योजना स्कीम शुरू की गई थी। इस योजना के अंतर्गत, राज्य सरकारों को बंधुआ मजदूरों के पुनर्वास के लिए समतुल्य अनुदानों (50:50) के आधार पर केन्द्रीय सहायता मुहैया कराई जाती है।

अधिनियम के मुख्य प्रावधान इस प्रकार हैं-

बंधुआ मजदूर प्रणाली को समाप्त किया जाए और प्रत्येक बंधुआ मजदूर को मुक्त किया जाए तथा बंधुआ मजदूरी की किसी बाध्यता से मुक्त किया जाए।

ऐसी कोई भी रीति-रिवाज करार या कोई अन्य लिखित जिसके कारण किसी व्यक्ति को बंधुआ मजदूरी जैसी कोई सेवा प्रदान करनी होती थी, अब निरस्त कर दिया गया है।

इस अधिनियम के लागू होने से एकदम पहले कोई बंधुआ ऋण या ऐसे बंधुआ ऋण के किसी हिस्से का भुगतान करने की बंधुआ मजदूर की हरेक देनदारी समाप्त हो गई मान ली जाएगी।

बंधुआ मजदूरी से मिला अभिशाप बाल मजदूरी

किसी भी क्षेत्र में बच्चों द्वारा अपने बचपन में दी गई सेवा को बाल मजदूरी कहते हैं। इसे गैर-जिम्मेदार माता-पिता की वजह से, या कम लागत में निवेश पर अपने फायदे को बढ़ाने के लिये मालिकों द्वारा जबरजस्ती बनाए गए दबाव की वजह से जीवन जीने के लिये जरूरी संसाधनों की कमी के चलते ये बच्चों द्वारा स्वतः किया जाता है, इसका कारण मायने नहीं रखता क्योंकि सभी कारकों की वजह से बच्चे बिना बचपन के अपना जीवन जीने को मजबूर होते हैं। बचपन सभी के जीवन में विशेष और सबसे खुशी का पल होता है जिसमें बच्चे प्रकृति, प्रियजनों और अपने माता-पिता से जीवन जीने का तरीका सीखते हैं। सामाजिक, बौद्धिक, शारीरिक, और मानसिक सभी दृष्टिकोण से बाल मजदूरी बच्चों की वृद्धि और विकास में अवरोध का काम करता है।

बालश्रम कानून में बदलाव के साईड-इफेक्ट

जावेद अनीस भारत ने अभी तक संयुक्त राष्ट्र बाल अधिकार समझौते की धारा 32 पर सहमति नहीं दी है जिसमें बाल मजदूरी को जड़ से खत्म करने की बाध्यता है। 1992 में भारत ने संयुक्त राष्ट्र संघ में यह जरूर कहा था कि अपनी आर्थिक व्यवस्था को देखते हुए हम बाल मजदूरी को खत्म करने का काम रुक-रुक कर करेंगे क्योंकि इसे एकदम से नहीं रोका जा सकता है। आज 22 साल बीत जाने के बाद हम बाल मजदूरी तो खत्म नहीं कर पाए, उल्टे केंद्रीय कैबिनेट ने बाल श्रम पर रोक लगाने वाले कानून को नरम बनाने की मंजूरी दी है।

भारतवर्ष में प्रारंभ से ही बच्चों को ईश्वर का रूप माना जाता है। ईश्वर के बाल रूप यथा %बाल गणेश%, बाल गोपाल, बाल कृष्णा, बाल हनुमान आदि इसके प्रत्यक्ष उदाहरण हैं। भारत की धरती ध्रुव, प्रह्लाद, लव-कुश एवं अभिमन्यु जैसे बाल चरित्रों से पटी हुई है।

आज की तस्वीर इससे बिलकुल अलग है। बच्चों का वर्तमान दृश्य इससे भिन्न है। बच्चों का भविष्य अंधकारमय होता जा रहा है। गरीब बच्चे सबसे अधिक शोषण का शिकार हो रहे हैं। गरीब बच्चियों का जीवन भी अत्यधिक शोषित है। छोटे-छोटे गरीब बच्चे स्कूल छोड़कर बाल-श्रम हेतु मजबूर हैं।

बाल-श्रम, मानवाधिकार का खुला उल्लंघन है। यह बच्चों के मानसिक, शारीरिक, आत्मिक, बौद्धिक एवं सामाजिक हितों को प्रभावित करता है। बच्चे आज के परिवेश में घरेलू नौकर का कार्य कर रहे हैं। वे होटलों, कारखानों, सेवा-केन्द्रों, दुकानों आदि में कार्य कर रहे हैं, जिससे उनका बचपन पूर्णतया प्रभावित हो रहा है।

भारत के संविधान, 1950 का अनुच्छेद 24 स्पष्ट करता है कि 14 वर्ष से कम उम्र के किसी भी बच्चे को ऐसे कार्य या कारखाने इत्यादि में न रखा जाये जो खतरनाक हो। कारखाना अधिनियम, बाल अधिनियम, बाल श्रम निरोधक अधिनियम आदि भी बच्चों के अधिकार को सुरक्षा देते हैं किन्तु इसके विपरीत आज की स्थिति बिलकुल भिन्न है।

पिछले कुछ वर्षों से भारत सरकार एवं राज्य सरकारों की पहल इस दिशा में सहायनीय है। उनके द्वारा बच्चों के उत्थान के लिए अनेक योजनाओं का प्रारंभ किया गया है, जिससे बच्चों के जीवन व शिक्षा पर सकारात्मक प्रभाव दिखे। शिक्षा का अधिकार भी इस दिशा में एक सहायनीय कार्य है। इसके बावजूद बाल-श्रम की समस्या अभी भी एक विकट समस्या के रूप में विराजमान है।

इसमें कोई शक नहीं कि बाल-श्रम की समस्या किसी भी देश व समाज के लिए घातक है। बाल-श्रम पर पूर्णतया रोक लगनी चाहिए। बाल-श्रम की समस्या जड़ से समाप्त होना अति आवश्यक है।

इसमें सबसे विवादास्पद संशोधन पारिवारिक कारोबार या उद्यमों, एंटरटेनमेंट इंडस्ट्री और स्पोर्ट्स एक्टिविटी में संलग्न 14 साल से कम उम्र के बच्चों को बाल श्रम के दायरे से बाहर रखने का है। यह संशोधन एक तरह से 'बाल श्रम को आंशिक रूप से कानूनी मान्यता देता है, हालांकि इसमें यह पुछल्ला भी जोड़ दिया गया है कि ऐसा करते हुए अभिभावकों को यह ध्यान रखना होगा कि बच्चे की पढ़ाई प्रभावित न हो और उसकी सेहत पर कोई विपरीत असर न पड़े।

इसके अलावा संशोधन में माता-पिता के खिलाफ दंडात्मक कार्रवाई के प्रावधान में ढील और खतरनाक उद्योगों में 14 से 18 साल की उम्र तक के किशोरों के काम पर भी रोक लगाने जैसे प्रावधान शामिल हैं। इस संशोधन को लेकर विशेषज्ञों और बाल अधिकार संगठनों की चिंता है कि इससे बच्चों के लिए स्थितियां और बदतर हो जायेगी क्योंकि व्यवहारिक रूप से यह साबित करना मुश्किल होगा कि कौन सा उद्यम पारिवारिक है और कौन-सा नहीं। इसके आड़ में घरों की चारदीवारी के भीतर चलने वाले उद्यमों में 14 वर्ष से कम उम्र के बच्चों को बाल मजदूर के तौर पर झोके जाने की संभावना बड़ जायेगी लेकिन इस दिशा में मोदी सरकार का यह पहला कदम नहीं है, इसी साल जून में सरकार द्वारा फैक्टरी अधिनियम और न्यूनतम मजदूरी अधिनियम में संशोधन की घोषणा की गयी है, जो नियोक्ता को बाल मजदूरों की भर्ती करने में समर्थ बनाता है और ऐसे मामले में सजा नियोक्ता को नहीं, माता-पिता को देने की वकालत करता है।

जिन खतरनाक व्यवसायों एवं प्रक्रियाओं में बाल मजदूरी निशिद्ध है, उनपर सरकार को निगरानी रखनी चाहिए। हमारे आस-पास की बाल-श्रम के अनेक उदाहरण दिखाई देते हैं परंतु किसी नियोक्ता की कभी कोई शिकायत नहीं करता, न ही उसे दंडित किया जाता है तो बाल श्रम कैसे रूकेगा। देखा गया है कि निर्धन माता-पिता भी स्वयं बच्चों को मजदूरी के लिए भेजते हैं। वे उनकी शिक्षा में रूचि नहीं लेते क्योंकि पेट पालने में बड़चे उनके सहायक होते हैं। ऐसे में बच्चे कभी-कभी बंधुआ मजदूर बनकर रह जाते हैं। ऐसे परिवारों के आर्थिक स्वावलंबन का उपाय भी सरकार को करना होगा। बाल श्रमिकों की समस्या यदि सचमुच हल करनी है तो बाल श्रमिक अधिनियम को प्रभावी ढंग से क्रियावित करना होगा और बाल श्रमिक विरोधी कानून तथा राष्ट्रीय बाल श्रम परियोजना को शिक्षा के अधिकार कानून के अनुरूप बनाना होगा। ताकि बेसहारा, बेघर बच्चों और बाल श्रमिकों को पुनर्वास के माध्यम से शिक्षा के अधिकार का सीधा लाभ मिल सके, क्योंकि शिक्षा से ही बच्चों का जीवन प्रकाशमय हो सकेगा।

मेरा मानना है कि जनता के सहयोग के बिना कोई भी कानून बाल श्रम के कलंक से इस देश को मुक्ति नहीं दिला सकता। बच्चों के हित में जितने भी कानून बने हैं, उनका लाभ जब तक बच्चों को नहीं मिलेगा वे देश की उन्नति में भागीदार नहीं बन सकेंगे। और जब तक बच्चों का बचपन नहीं संवरेगा तब तक देश के उज्ज्वल भविष्य की कल्पना निरर्थक है, क्योंकि बच्चों पर ही देश का भविष्य अवलंबित है। ऐसे में, राष्ट्र के हर नागरिक का कर्तव्य है कि अपनी नैतिक जिम्मेदारी समझे और बच्चों को जहां भी मजदूरी करते देखे, उन्हें शिक्षा की रोशनी में ले जाने और उनके अधिकार दिलवाने का प्रयास करें। तभी सरकार की बाल श्रम परियोजना स्कीम सफल होगी और हमारा देश

बालमजदूरी के कलंक से छुटकारा पा सकेगा।

बाल मजदूरी बच्चों से लिया जाने वाला काम है जो किसी भी क्षेत्र में उनके मालिकों द्वारा करवाया जाता है। ये एक दबावपूर्ण व्यवहार है जो अभिवाक या मालिकों द्वारा किया जाता है। बचपन सभी बच्चों का जन्म सिद्ध अधिकार है जो माता-पिता के प्यार और देख-रेख में सभी को मिलना चाहिए, ये गैरकानूनी कृत्य बच्चों को बड़ों की तरह जीने पर मजबूर करता है। इसके कारण बच्चों के जीवन में कई सारी जरूरी चीजों की कमी हो जाती है जैसे- उचित शारीरिक वृद्धि और विकास, दिमाग का अनुपयुक्त विकास, सामाजिक और बौद्धिक रूप से अस्वास्थ्यकर आदि।

इसकी वजह से बच्चे बचपन के प्यारे लम्हों से दूर हो जाते हैं, जो हर एक के जीवन का सबसे यादगार और खुशनुमा पल होता है। ये किसी बच्चे के नियमित स्कूल जाने की क्षमता को बाधित करता है जो इन्हें समाजिक रूप से देश का खतरनाक और नुकसान दायक नागरिक बनाता है। बाल मजदूरी को पूरी तरह से रोकने के लिये ढेरों नियम-कानून बनाने के बावजूद भी ये गैर-कानूनी कृत्य दिनों-दिन बढ़ता ही जा रहा है। हमें बाल मजदूरी के खिलाफ सख्त कदम बढ़ाने होंगे जिससे कि बालमजदूरी कम से कम हो सके।

संदर्भ:-

<https://hi.wikipedia.org/w/inde&.php?title>

<http://www.hindikiduniya.com/essay/child-labour-essay-in-hindi/>

<https://hi.wikipedia.org/wiki/>

<http://www.hindikiduniya.com/essay/child-labour-essay-in-hindi/>

International Labour Office. (2005). A global alliance against forced labour

