


ব্যবসায়ের পরিবেশ ও সামাজিক দায়িত্ব

Business Environment & Social Responsibility



একজন ব্যবসায়ীকে শুধু ব্যবসায়ের প্রকৃতি এবং ব্যবসায়ের বিভিন্ন রূপ সম্পর্কে জানলেই চলেনা, সত্যিকারের মুনাফার জন্য তাকে ব্যবসায়ের পরিবেশ সম্পর্কে জ্ঞান অর্জন করতে হয়। এর সাথে ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব ও নৈতিকতা সম্বন্ধে জানা থাকলে তা হবে সোনায় সোহাগা। ব্যবসায়ের পরিবেশগত উপাদানসমূহের সবগুলোই কোনো না কোনোভাবে প্রতিষ্ঠান এবং তার ব্যবস্থাপনার সাথে জড়িত থাকে। কোনোটি সরাসরি বা প্রত্যক্ষভাবে আবার কোনোটি পরোক্ষভাবে জড়িত। একটি প্রতিষ্ঠানের পরিবেশ, বিশেষ করে বাহ্যিক পরিবেশ, বহুবিধ প্রকারের সমস্যা ও সম্ভাবনা থাকার প্রেক্ষিতে একটা প্রশ্ন মনে উঁকি দিতে পারে: প্রতিষ্ঠান কীভাবে পরিবেশের সাথে তাল মিলিয়ে চলবে? জবাবে সংক্ষেপে বলা যায়: প্রত্যেক প্রতিষ্ঠানই তার নিজস্ব অবস্থা বিশ্লেষণ করে দেখবে এবং উচ্চতর ব্যবস্থাপকদের বিজ্ঞতা অনুযায়ী অবস্থার সাথে খাপ খাইয়ে চলার কৌশল গ্রহণ করবে। ব্যবসায়ীদের মতো বাণিজ্যের ছাত্রছাত্রীদেরও ব্যবসায়ের পরিবেশ, সামাজিক দায়িত্ব, মূল্যবোধ ও নৈতিকতা সম্পর্কে জ্ঞান আহরণ করা বাঞ্ছনীয়। এ বিষয়গুলো সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনার লক্ষ্যে আমরা অত্র ইউনিটে নিম্নোক্ত পাঠগুলো শেষ করবো:

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ০১ সপ্তাহ
এ ইউনিটের পাঠসমূহ		
পাঠ - ৩.১: ব্যবসায়ের পরিবেশগত প্রেক্ষিত		
পাঠ - ৩.২: ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব		

পাঠ ৩.১

ব্যবসায়ের পরিবেশগত প্রেক্ষিত

Environmental Context of Business



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

- ব্যবসায়ের পরিবেশ বলতে কী বোঝায় বলতে পারবেন।
- ব্যবসায় পরিবেশের উপাদানসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- বাংলাদেশে ব্যবসায়ের পরিবেশ সম্পর্কে বলতে পারবেন।

প্রতিষ্ঠানকে বিভিন্ন অবস্থায় তার কার্য সম্পাদন করতে হয়। সকল সময় প্রতিষ্ঠান যে নিশ্চিত্তে কাজ করতে পারবে এমন কথা নাই। প্রতিষ্ঠানগুলো অনেক উপাদান দ্বারা প্রভাবিত হয়। এসব উপাদানই প্রতিষ্ঠানের পরিবেশ গঠন করে। ব্যবস্থাপকেরা এবং তাদের প্রতিষ্ঠান যে পরিবেশে ব্যবসায়িক কার্যাবলি পরিচালনা করে সে পরিবেশ সম্পর্কে ব্যবস্থাপকদের স্পষ্ট ধারণা থাকা অপরিহার্য। পরিবেশ সম্পর্কিত জ্ঞানের গুরুত্ব উপলব্ধি করেই আমরা এখানে ব্যবসায়িক পরিবেশ সম্বন্ধে আলোচনা করবো।

ব্যবসায়ের পরিবেশ বলতে কী বোঝায়

What is Meant by Business Environment

পরিবেশ হচ্ছে পারিপার্শ্বিক অবস্থার সমষ্টি। অধ্যাপক চেম্বারস-এর মতে, “পরিবেশ হচ্ছে কোনো কিছুর উন্নতি বা সমৃদ্ধির ওপর প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানসমূহের সমষ্টি।” সুতরাং যেসব উপাদান দ্বারা ব্যবসায় পরিবেষ্টিত থাকে এবং যেসব উপাদান ব্যবসায়ের কার্যক্রমকে প্রভাবিত করে সেগুলোর সমন্বয়ে ব্যবসায় পরিবেশ গড়ে ওঠে।

মানুষের জীবনধারা যেমন তার পারিপার্শ্বিক অবস্থা দ্বারা প্রভাবিত হয়, ব্যবসায়িক কর্মপ্রক্রিয়াও তেমনি দৃশ্যমান ও অদৃশ্যমান বহুবিধ উপাদান দ্বারা প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে প্রভাবিত হয়। এসব উপাদানের মধ্যে রয়েছে অর্থনৈতিক, সামাজিক, রাজনৈতিক, প্রাকৃতিক ও প্রযুক্তিগত দিক, রয়েছে মানুষের দৃষ্টিভঙ্গি ও মূল্যবোধ, শিক্ষা ও সংস্কৃতি, রয়েছে সরকারি নিয়মকানুন ও রাজস্ব নীতি। ব্যবসায় পরিচালনার লক্ষ্যে এসব উপাদানের সম্মিলিত প্রভাবে সৃষ্ট পারিপার্শ্বিক অবস্থাই ব্যবসায়ের পরিবেশ। ব্যবসায়ের পরিবেশ সম্পর্কে নিম্নে বিশেষজ্ঞ ব্যক্তিদের সংজ্ঞা তুলে ধরা হলো:

- **দত্ত ও মুখার্জী** এ দুই লেখকের মতে, “যেসব ভৌগোলিক, অর্থনৈতিক ও সামাজিক অবস্থা শিল্প ও ব্যবসায়-বাণিজ্যের উন্নয়নে প্রভাব বিস্তার করে থাকে তাকে ব্যবসায়িক পরিবেশ বলে।”
- **এন.সি. রায় চৌধুরী**-এর মতে, “যেসব অবস্থা ব্যবসায়ের উন্নতির ওপর প্রভাব বিস্তার করে থাকে তাকে ব্যবসায়ের পরিবেশ বলে।”

উপরিউক্ত আলোচনার প্রেক্ষিতে বলা যায়, প্রতিযোগিতাপূর্ণ বাজার পরিবর্তনশীল চাহিদার সাথে সঙ্গতি রেখে ব্যবসায়ের সূচ্য পরিচালনা ও নিয়ন্ত্রণের জন্য প্রাকৃতিক, অর্থনৈতিক, রাজনৈতিক, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক, আইনগত এবং তথ্য ও প্রযুক্তিগত উপাদানের সম্মিলিত প্রভাবে সৃষ্ট ব্যবসায়ের পারিপার্শ্বিক অবস্থাকে ব্যবসায়ের পরিবেশ বা ব্যবসায়িক পরিবেশ বলে। ব্যবসায়ের পরিবেশ হলো ব্যবসায়ের পারিপার্শ্বিক অবস্থার সমষ্টি। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের পরিবেশ বলতে সাধারণত

বাহিরের সেসব উপাদানগুলোকে বোঝানো হয় যেগুলো প্রতিষ্ঠানের জন্য সুযোগ বয়ে আনতে পারে কিংবা ক্ষতির সৃষ্টি করতে পারে।

প্রকৃতপক্ষে, ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের পরিবেশ অভ্যন্তরীণ (Internal) এবং বাহ্যিক (External) উভয় প্রকার হয়ে থাকে। অভ্যন্তরীণ পরিবেশ কর্মচারী, মালিকপক্ষ ও পরিচালনা পরিষদ দ্বারা গঠিত। পক্ষান্তরে, বাহ্যিক পরিবেশে রয়েছে সরবরাহকারী, প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠানসমূহ, ব্যাংক বিমা কোম্পানি, সরকারি সংস্থা, ক্রেতাবৃন্দ ইত্যাদি।

ব্যবসায় পরিবেশের উপাদানসমূহ

Elements of Business Environment

বর্তমান প্রতিযোগিতাপূর্ণ ও পরিবর্তনশীলতার যুগে ব্যবসায় সাফল্য অর্জন সম্পূর্ণ রূপে এর পরিবেশের ওপর নির্ভরশীল। যেসব উপাদান বা পারিপার্শ্বিক অবস্থা আমাদের ব্যবসায়িক ধারাকে প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে প্রভাবিত করে সমষ্টিগতভাবে সেগুলোকে ব্যবসায়ের পরিবেশ বলে। এ পরিবেশ দু প্রকার:

১. অভ্যন্তরীণ পরিবেশ (Internal environment)
 - শেয়ারহোল্ডার ● সরবরাহকারী ● মধ্যস্থ ব্যবসায়ী ● গ্রাহক ● প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান ● কর্মচারী ● অন্যান্য সংস্থা
২. বাহ্যিক পরিবেশ (External environment)
 - প্রাকৃতিক উপাদান ● অর্থনৈতিক উপাদান ● সামাজিক উপাদান ● রাজনৈতিক ও আইনগত উপাদান ● তথ্য ও প্রযুক্তিগত উপাদান



চিত্র ৩.১: ব্যবসায়ের পরিবেশের ওপর প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানসমূহ

অভ্যন্তরীণ পরিবেশের উপাদান

Factors of internal environment

ব্যবসায়ের পরিবেশগত উপাদানসমূহের সবগুলোই কোনো না কোনোভাবে ব্যবস্থাপনার সাথে সম্পর্কিত। কোনোটি সরাসরি বা প্রত্যক্ষভাবে জড়িত। যে সকল পরিবেশগত উপাদান প্রত্যক্ষভাবে বা সরাসরি ব্যবসায় কার্যক্রমের ওপর প্রভাব বিস্তার করে কিন্তু ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান কর্তৃক নিয়ন্ত্রণযোগ্য তাকে ব্যবসায়ের অভ্যন্তরীণ পরিবেশ বলে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে বিরাজমান অবস্থা ও সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন শক্তি বা পক্ষসমূহের সমন্বয়ে এরূপ পরিবেশের সৃষ্টি হয়। নিচে অভ্যন্তরীণ পরিবেশের উপাদানসমূহ কীভাবে প্রতিষ্ঠানের সাথে সম্পর্কিত এবং প্রতিষ্ঠানকে প্রভাবিত করে তা আলোচনা করা হলো:

- **শেয়ারহোল্ডার:** এরা ভোটের মাধ্যমে ব্যবস্থাপনাকে/পরিচালক পর্যদকে প্রভাবিত করে। বিশেষত, লিমিটেড কোম্পানির বেলায় এ অবস্থাটি সৃষ্টি হয়। কাজেই ব্যবস্থাপনাকে তাদের মর্জির দিকে খেয়াল রাখতে হয়।
- **সরবরাহকারী:** শিল্প বা কারবারের জন্য পণ্য সরবরাহকারী মর্জি মতো ব্যবস্থাপনাকে শিল্পোতপাদনের পরিকল্পনা প্রণয়ন করতে হয়। কারণ পণ্য যথাসময়ে সরবরাহ না পেলে উৎপাদন ব্যাহত হওয়ার বা ক্রেতাদেরকে পণ্য প্রদান করা সম্ভব না হওয়ার আশংকা থাকে।
- **মধ্যস্থ ব্যবসায়ী:** মধ্যস্থ ব্যবসায়ী এক ধরনের বাজারজাতকরণ প্রতিষ্ঠান যারা উৎপাদনকারী ও ভোগকারীদের মধ্যে অবস্থান করে পণ্যদ্রব্য বিক্রয় ও বন্টনে সহায়তা করে। মধ্যস্থ ব্যবসায়ীগণ কাজের ধরনের ভিত্তিতে বিভিন্ন প্রকৃতির হয়ে থাকে। যথা- পাইকার, খুচরা ব্যবসায়ী, প্রতিনিধি, দালাল, ফড়িয়া, ঝুঁকিবাহক প্রভৃতি। এসব মধ্যস্থ ব্যবসায়ীগণ পণ্য ও সেবাকর্মের স্বত্বগত, স্থানগত ও কালগত উপযোগ সৃষ্টি করে ব্যবসায়ের কার্যপ্রক্রিয়ার ওপর প্রভাব বিস্তার করে।
- **গ্রাহক:** ক্রেতা স্বার্থ সর্বদাই প্রতিষ্ঠানের তথা ব্যবস্থাপনার বিবেচনায় থাকে। ব্যবস্থাপনা ক্রেতার পছন্দ, রুচি, ফ্যাশন প্রভৃতি বিবেচনা করে ক্রেতাকে সন্তুষ্ট রাখার চেষ্টা করে।
- **প্রতিযোগী:** প্রতিযোগী প্রতিষ্ঠান ব্যবস্থাপনার জন্য একটি বড় চ্যালেঞ্জ। কারণ প্রতিযোগী কখন কোন কৌশল নির্ধারণ করবে তা ব্যবস্থাপনাকে অত্যন্ত সতর্কতার সাথে পর্যালোচনা করতে হয় এবং প্রতিযোগীতায় টিকে থাকার জন্য অনুরূপ বা তদপেক্ষা উন্নত কৌশল গ্রহণ করতে হয়।
- **কর্মচারী:** কর্মচারীরা প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য অর্জনের প্রধান হাতিয়ার। কাজেই কর্মচারীদের ইচ্ছা-অনিচ্ছা, সুবিধা-অসুবিধা, পরামর্শ প্রভৃতি বিষয় বিবেচনা করে নীতি ও কৌশল প্রণয়ন করতে হয়।
- **অন্যান্য সংস্থা:** প্রায় সকল প্রতিষ্ঠান বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান বা সংস্থা দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে। কোনো কোনো সময় ঋণদাতা ব্যবস্থাপনাকে তাদের ইচ্ছামতো পরিকল্পনা প্রণয়ন ও কৌশল নির্ধারণ বা পরিবর্তন করতে চাপ দেয়, এভাবে প্রতিষ্ঠান ঋণদাতা সংস্থা দ্বারা প্রভাবিত হয়। আবার, ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান স্থাপনের অনুমতি, বিদ্যুৎ সংযোগ ও গ্যাস লাইন গ্রহণ, আমদানি-রপ্তানির লাইসেন্স, আয়কর হ্রাস, মূল্য সংযোজন কর ইত্যাদি বিষয়ে সরকারি প্রতিষ্ঠানের ওপর নির্ভর করতে হয়। ফলে, ব্যবস্থাপনাকেও তার কার্য পদ্ধতি সেভাবে নির্ধারণ করতে হয়।

বাহ্যিক পরিবেশের উপাদান

Factors of external environment

প্রতিষ্ঠানের বাহ্যিক পরিবেশ দু'ভাগে বিভক্ত: (ক) সাধারণ পরিবেশ (General environment) এবং (খ) কার্য পরিবেশ (Task environment)। প্রতিষ্ঠানের সামগ্রিক প্রেক্ষাপটে যেসব পারিপার্শ্বিক অবস্থা বা শক্তিসমূহ প্রতিষ্ঠানকে প্রভাবিত করে সেগুলো দ্বারা সৃষ্টি হয় সাধারণ পরিবেশের। পক্ষান্তরে, কার্য পরিবেশ সুনির্দিষ্ট ব্যক্তিগোষ্ঠী বা অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের সমন্বয়ে গঠিত। নিম্নে বাহ্যিক পরিবেশের আওতাধীন উপাদানসমূহ আলোচনা করা হলো:

১. **প্রাকৃতিক উপাদান (Natural element):** প্রকৃতিগত কারণে যে পরিবেশ সৃষ্টি হয় তাকে প্রাকৃতিক পরিবেশ বলে। কোনো দেশের ভূ-প্রকৃতি, জলবায়ু, প্রাকৃতিক সম্পদ, অবস্থান আয়তন, জনসংখ্যা, নদ-নদী, পাহাড়-পর্বত ইত্যাদি প্রাকৃতিক পরিবেশের উপাদান। এ উপাদানসমূহের উপস্থিতি কিংবা অনুপস্থিতির দ্বারা ব্যবসায় কার্যকালাপ প্রভাবিত হয়। সে কারণেই এসব উপাদানের অনুকূল ক্ষেত্রে ব্যবসায় বাণিজ্য, শিল্প-কারখানা অধিক পরিমাণে গড়ে ওঠে।

২. **অর্থনৈতিক উপাদান (Economic element):** অর্থনৈতিক পরিবেশ সম্পর্কে Philip Kotler এবং Gary Armstrong বলেছেন, “অর্থনৈতিক পরিবেশ কতকগুলো উপাদানের সমন্বয়ে গঠিত যা ভোক্তার ক্রয় ক্ষমতা ও ব্যয়ের ধরনকে প্রভাবিত করে”। এসব উপাদানের মধ্যে রয়েছে অর্থ ও ঋণ ব্যবস্থা, সঞ্চয় ও বিনিয়োগ, মূলধন ইত্যাদি। অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডের ওপর একটি দেশের শিল্প ও বাণিজ্যের প্রতিষ্ঠা ও প্রসার ব্যাপকভাবে নির্ভরশীল। একটি দেশের জাতীয় আয়, ভোগের পরিমাণ, উৎপাদন ও বণ্টন, গড় মাথাপিছু আয় ইত্যাদির ওপর ভিত্তি করে গড়ে ওঠে কোন দেশের অর্থনৈতিক পরিবেশ। কাজেই উপরিউক্ত উপাদানসমূহ অনুকূল হলে ব্যবসায় বাণিজ্যের সম্প্রসারণ ও উন্নয়ন সহজতর হয়।
৩. **সামাজিক ও সাংস্কৃতিক উপাদান (Social and cultural element):** মানুষ সমাজবদ্ধ জীবনযাপনে অভ্যস্ত। এ সমাজবদ্ধ মানুষের ধ্যানধারণা, শিক্ষা ও সংস্কৃতি, মনোভাব ও বিশ্বাস, রীতিনীতি, মূল্যবোধ, ধর্মীয় চেতনা ইত্যাদির ওপর ভিত্তি করে গড়ে ওঠে সামাজিক পরিবেশ। ব্যবসায়-বাণিজ্যের ওপর ও সামাজিক উপাদানগুলোর প্রভাব অসীম। সামাজিক পরিবেশ সহজ, সুন্দর ও অনুকূল হলে ব্যবসায় বাণিজ্য তার কাম্য লক্ষ্য অর্জন করতে সক্ষম হয়।
৪. **রাজনৈতিক ও সাংস্কৃতিক উপাদান (Political and legal element):** একটি দেশের রাজনৈতিক ও আইনগত উপাদানসমূহ ব্যবসায়ের উন্নয়ন ও বিকাশে ব্যাপক ভূমিকা রাখে। কোনো দেশের সরকারি নিয়মকানুন, আইন-শৃংখলা ও নিরাপত্তা ব্যবস্থা অনুকূল হলে ব্যবসায়ও দ্রুতগতিতে বিকশিত হতে পারে। ঠিক তেমনি রাজনৈতিক স্থিতিশীল, ব্যবসায় বাণিজ্যের প্রতি সরকারের দৃষ্টিভঙ্গি, বাণিজ্য নীতি, রাজস্বনীতি, বিনিয়োগনীতি ইত্যাদির আনুকূল্য এবং সরকারি পৃষ্ঠপোষকতা ব্যবসায়ের সম্প্রসারণ ও উন্নয়নে ইতিবাচক ভূমিকা রাখে।
৫. **তথ্য ও প্রযুক্তিগত উপাদান (Information and technological element):** বর্তমান বিশ্ব ব্যবস্থা তথ্য ও প্রযুক্তি নির্ভর। প্রযুক্তি যেমন মানুষের জীবনে এসেছে আধুনিকতার ছোঁয়া, বর্তমান কম্পিউটারভিত্তিক তথ্য ব্যবস্থাও তেমনি মানুষের জীবনধারা কে পুরোপুরি বদলে দিয়েছে। প্রযুক্তি ও কারিগরি জ্ঞানের দ্বারা গবেষণা ও উদ্ভাবনের ফলে বিশ্ব পাচ্ছে নতুন নতুন আবিষ্কার ক্রেতা ও ভোক্তারা পাচ্ছে নতুন নতুন পণ্য ও সেবাসামগ্রী। আবার তথ্য ব্যবস্থার অবাধ প্রবাহ ব্যবসায় বাণিজ্য গতি সঞ্চার করতে সক্ষম হয়েছে। তথ্যের অবাধ প্রবাহ ব্যতীত আজকের বিশ্বায়নের যুগে ব্যবসায়-বাণিজ্যে অগ্রগতি ও উন্নয়নের প্রত্যাশা দূরশামাত্র।

বাংলাদেশে ব্যবসায়ের পরিবেশ

Business environment in Bangladesh

বাংলাদেশ তৃতীয় বিশ্বের এক ক্ষুদ্র অর্থ জনবহুল রাষ্ট্র। এদেশে ব্যবসায়-বাণিজ্যের উন্নয়নের গতি নিতান্তই মন্থর। অবশ্য অতি সম্প্রতি এর কিছুটা পরিবর্তন পরিলক্ষিত হচ্ছে। মিশ্র অর্থনীতির এ বাংলাদেশের রাষ্ট্রীয় মালিকানাধীন প্রতিষ্ঠানগুলোর ব্যর্থতা প্রকট আকার ধারণ করেছে। ফলে সরকার শিল্প প্রতিষ্ঠানসমূহ বেসরকারি মালিকানায় ছেড়ে দিতে শুরু করেছে। কিন্তু সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন মহলের অসহযোগিতা, প্রশাসনের দুর্বলতা, রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা, বিদেশি পণ্যের ব্যাপক আগমন ইত্যাদি কারণে ব্যবসায়-বাণিজ্য তার স্বাভাবিক গতি সঞ্চারে ব্যর্থ হচ্ছে। নিম্নে বাংলাদেশের ব্যবসায় পরিবেশ সম্পর্কে সংক্ষেপে আলোচনা করা হলো:

১. **প্রাকৃতিক পরিবেশ (Natural environment):** প্রকৃতি বাংলাদেশের জন্য একদিকে যেমন আর্শীবাদ বয়ে এনেছে তেমনি কখনো কখনো তা যেন অভিষাপও নিয়ে আসে। ক্ষুদ্রায়তনের এদেশ যেমন নাতিশীতোষ্ণ জলবায়ু, উর্বর ভূমি, নদনদী ইত্যাদি প্রাকৃতিক সম্পদে পরিপূর্ণ-তেমনি ঝড়, জলোচ্ছ্বাস, খরা, অতিবৃষ্টি ইত্যাদিতে পূর্ণ। এর প্রভাব পড়ছে ব্যবসায়-বাণিজ্যের ওপর। বাংলাদেশের প্রকৃতি মূলত কৃষির উপযোগী হলেও কৃষিতে আধুনিকায়ন নেই, তাই কৃষিভিত্তিক শিল্প ব্যবস্থাও আশানুরূপ উন্নতি সাধিত হতে পারেনি। অবশ্য কয়লা চূনাপাথর, খনিজ তৈল প্রাকৃতিক গ্যাস ইত্যাদি জাতীয় খনিজ সম্পদ এদেশে পর্যাপ্ত পরিমাণে রয়েছে। কিন্তু প্রযুক্তিগত পশ্চাদপদতার কারণে উত্তোলন ও প্রক্রিয়াজাত করে বাংলাদেশে এসব সম্পদের কাম্য উপযোগ সৃষ্টি করা সম্ভব হয়নি।
২. **অর্থনৈতিক পরিবেশ (Economic environment):** বাংলাদেশের অর্থনীতি অনেকটা বৈদেশিক সাহায্য নির্ভর। বিদেশি বিনিয়োগ আকৃষ্ট করার জন্য সরকারি জোর তৎপরতা সত্ত্বেও রাজনৈতিক অস্থিতিশীলতা, পরিবেশ ও

অবকাঠামোগত সমস্যার কারণে বিদেশি বিনিয়োগকারীরা তেমন উৎসাহী নয়। অবশ্য বর্তমানে ইপিজেড (Export Processing Zone) স্থাপনের মাধ্যমে বিনিয়োগ বৃদ্ধির প্রচেষ্টা চালানো হচ্ছে এবং বিনিয়োগ অনেকাংশে বেড়েছে। অর্থ ও ঋণ ব্যবস্থাও তেমন অনুকূল নয়। এছাড়া রয়েছে মুদ্রাস্ফীতি, রয়েছে শত শত কোটি টাকার খেলাপি ঋণ। এগুলো অর্থনীতিতে বিরূপ প্রভাব ফেলছে বিধায় ব্যবসায় বাণিজ্যের প্রসার লাভ দুরূহ হয়ে পড়েছে।



বিশ্বব্যাংক গ্রুপের 'ডুইং বিজনেস ২০১৭' প্রতিবেদনে ব্যবসার পরিবেশের দিক দিয়ে বিশ্বের ১৯০ দেশের মধ্যে বাংলাদেশের অবস্থান ১৭৬। ২০২১ সালের মধ্যে এই সূচকে বাংলাদেশের অবস্থান ৯৯-তে তুলে আনার লক্ষ্যে 'ওয়ান স্টপ সার্ভিস' বা 'এক দরজায় সব সেবা' নিশ্চিত করাসহ সরকার বিভিন্ন সংস্কার কর্মসূচি বাস্তবায়ন করেছে। চিত্র: ভোরের কাগজ

জাতীয় পর্যায়ে এ কমিটি গৃহীত কর্মপরিকল্পনার আলোকে নেয়া স্বল্প, মধ্য ও দীর্ঘমেয়াদি সংস্কার কার্যক্রমের অগ্রগতি পর্যবেক্ষণ, সংস্কার কর্মসূচি বাস্তবায়নে বাধাসমূহ দূর এবং এ সংক্রান্ত অন্যান্য কাজ সম্পাদন করবে।

[সৌজন্য: ভোরের কাগজ, ২৬ সেপ্টেম্বর, ২০১৭]

ব্যবসায়িক পরিবেশ উন্নয়নে জাতীয় কমিটি

দেশের ব্যবসাবাণিজ্যের পরিবেশ উন্নয়নে ইতোমধ্যে একটি জাতীয় কমিটি গঠন করেছে সরকার। ১৫ সদস্যের এই কমিটির নাম দেওয়া হয়েছে 'ন্যাশনাল কমিটি ফর মনিটরিং ইমপি-মেন্টেশন অব ডুইং বিজনেস রিফরমস' (এনসিএমআইডি)।

গঠিত এ কমিটি ব্যবসায় পরিবেশের উন্নয়নে গৃহীত সংস্কার কার্যক্রমের অগ্রগতি পর্যবেক্ষণ এবং সংস্কার কর্মসূচি বাস্তবায়নে বাধাসমূহ দূর করবে।

বাংলাদেশ বিনিয়োগ উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ (বিডা)-তে স্থাপিত ডুইং বিজনেস সংস্কার সচিবালয় (ডিবিআরসিএস) এই কমিটিকে প্রয়োজনীয় সহায়তা প্রদান করবে। কমিটি প্রয়োজনে সরকারি এবং বেসরকারিখাত থেকে উপযুক্ত ব্যক্তিকে পরবর্তিতে সদস্য করতে পারবে।

৩. সামাজিক ও সাংস্কৃতিক পরিবেশ (Social and cultural environment): দীর্ঘযুগের সংগ্রামে এদেশ পরাধীনতার শৃংখলামুক্ত হয়েছে বটে, তবে সত্যিকার অর্থে শিক্ষা-সংস্কৃতি, ঐতিহ্য, মূল্যবোধ, বিশ্বাস, রীতিনীতি ইত্যাদি দিক থেকে এদেশ স্বকীয় সামাজিক ভিত্তি তৈরি করতে পারেনি। বিদেশে বাঙালিদের কর্মদক্ষতা ও শ্রম-ক্ষমতা প্রশংসিত হলেও এরা নিজ দেশে অনেকটাই কর্মবিমুখ। এছাড়া শিক্ষার হারের স্বল্পতা, নারী সচেতনতার অভাব, প্রশাসনে দুর্নীতি-স্বজনপ্রীতি, কর্মসংস্থানের অভাব ইত্যাদি কারণে সামাজিক ও সাংস্কৃতিক পরিবেশও তেমন অনুকূল নয়। তবে আশার কথা, বর্তমানে এদেশে শিক্ষার হার বাড়ছে, বাড়ছে নারীর সচেতনতা। এসব আমাদের শিল্প-বাণিজ্যের পরিবেশ কিছুটা হলেও বদলে দিতে সক্ষম হবে বলে ধারণা করা যায়।

৪. রাজনৈতিক ও আইনগত পরিবেশ (Political and legal environment): দেশের রাজনৈতিক পরিস্থিতি, সরকারি নিয়মনীতি, আইন শৃংখলা ইত্যাদি নিয়ে গড়ে ওঠে রাজনৈতিক ও আইনগত পরিবেশ। দেশের রাজনৈতিক ও আইনগত পরিবেশ তেমন সন্তোষজনক নয়। হরতাল, ধর্মঘট, শিল্পনীতির ঘন ঘন পরিবর্তন, বাণিজ্যিক ও শিল্প আইনের অপপ্রয়োগ, আইন-শৃংখলার অবনতি ইত্যাদি কারণে বাংলাদেশে ব্যবসায় ক্ষেত্রে সুষ্ঠু পরিবেশ অর্জিত হচ্ছে না।

৫. তথ্য ও প্রযুক্তি পরিবেশ (Information and technological environment): তথ্য ও প্রযুক্তির উন্নয়ন আজ সময়ের দাবি। প্রযুক্তিগত জ্ঞানে বিকাশের মাধ্যমেই গবেষণা ও নতুন নতুন পণ্য উদ্ভাবিত হয়ে থাকে। অন্যদিকে তথ্যের অবাধ প্রবাহ ব্যবসায়িক কার্যে গতিসঞ্চার করে। বর্তমান উন্নত বিশ্ব যেমন-যুক্তরাষ্ট্র, যুক্তরাজ্য এমনকি এশিয়াভুক্ত জাপান ও কোরিয়া তথ্য ও প্রযুক্তিগত উন্নয়নের জন্যই এত দ্রুত শিল্প ও বাণিজ্যে অগ্রসর হতে সক্ষম হয়েছে। কিন্তু বিজ্ঞান ও প্রযুক্তিগত দিক থেকে বাংলাদেশ তেমন অগ্রসর হতে পারছে না। এদেশে কারিগরি জ্ঞানসম্পন্ন দক্ষ জনশক্তির বড়ই অভাব। গবেষণা ও উন্নয়নে এদেশে জাতীয় বাজেটের সামান্য অংশই ব্যয়িত হয়ে থাকে। তবে আশার কথা, এদেশে কম্পিউটারভিত্তিক তথ্য যোগাযোগ ব্যবস্থায় এক নীরব বিপ্লব পরিলক্ষিত হচ্ছে।

৬. **আন্তর্জাতিক উপাদান (International element):** বর্তমান বিশ্বে অর্থ ও বাণিজ্যিক পরিমণ্ডলে বাংলাদেশের ভাবমূর্তি উজ্জ্বল। প্রতিবেশী দেশসমূহ এবং সাপটা (SAPTA), বিশ্ব বাণিজ্য সংস্থা (WTO) ইত্যাদিসহ বিশ্বের অর্থনৈতিক ও বাণিজ্যিক সংস্থাসমূহের সাথে বাংলাদেশের সুসম্পর্ক রয়েছে।

ওপরের আলোচনা থেকে এটাই প্রতীয়মান হয় যে, বাংলাদেশের ব্যবসায়ের পরিবেশ খুব একটা সন্তোষজনক নয়। যে কারণে এদেশে ব্যবসায়-বাণিজ্য আশানুরূপভাবে গড়ে ওঠতে পারছে না। দেশের সমৃদ্ধি ও অর্থনৈতিক উন্নয়নের জন্য সরকার, রাজনৈতিক দল, আইন-শৃংখলা রক্ষাকারী সংস্থা, ব্যবসায়ী, শিল্পপতিসহ সবাইকে ব্যবসায়িক পরিবেশ উন্নয়নে আন্তরিকভাবে এগিয়ে আসতে হবে। সরকারকে দেশি ও বিদেশি বিনিয়োগে উৎসাহিত করতে বিভিন্ন বাস্তবমুখী পদক্ষেপ গ্রহণ করতে হবে।



সারসংক্ষেপ

প্রতিযোগিতাপূর্ণ বাজার পরিবর্তনশীল চাহিদার সাথে সঙ্গতি রেখে ব্যবসায়ের সুষ্ঠু পরিচালনা ও নিয়ন্ত্রণের জন্য প্রাকৃতিক, অর্থনৈতিক, রাজনৈতিক, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক, আইনগত এবং তথ্য ও প্রযুক্তিগত উপাদানের সম্মিলিত প্রভাবে সৃষ্ট ব্যবসায়ের পারিপার্শ্বিক অবস্থাকে ব্যবসায়ের পরিবেশ বা ব্যবসায়িক পরিবেশ বলে। ব্যবসায়ের পরিবেশ দু প্রকার- অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক পরিবেশ। উল্লিখিত দুটি পরিবেশই বাংলাদেশে খুব একটা সন্তোষজনক অবস্থায় নেই। এদেশে ব্যবসায়-বাণিজ্যের উন্নয়নের গতি নিতান্তই মন্থর।

পাঠ ৩.২

ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব

Social Responsibilities of Business



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

- ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব কী বলতে পারবেন।
- ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্বসমূহ লিপিবদ্ধ করতে পারবেন।
- ব্যবসায় মূল্যবোধ নৈতিকতা সম্পর্কে বলতে পারবেন।
- ব্যবসায় নৈতিকতা সম্পর্কে লিখতে পারবেন।

সকল প্রতিষ্ঠানই একটি সামাজিক সংগঠন। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান সমাজের মানুষদের নিয়েই যাবতীয় পরিকল্পনা প্রণয়ন এবং বাস্তবায়ন করে। ধরুন, আপনি একটি ওষুধ কোম্পানির ব্যবস্থাপক। আপনি বৃহত্তর সমাজের একজন সদস্য হিসেবে সমাজের মানুষের অসুস্থতা দূরীকরণের জন্য ওষুধ প্রস্তুত করেন। কাজেই রোগীদের প্রতি তথা সমাজের প্রতি আপনার একটি দায়িত্ব আছে। আর তা হলো, মানসম্পন্ন উপাদান দিয়ে ওষুধ তৈরি করা যাতে কারো জীবনহানি না ঘটে এবং তাতে যদি মুনাফা কমও হয়। শুধু মুনাফা অর্জনের জন্য আপনি যে কোনো উপাদানে ওষুধ প্রস্তুত করতে পারেন না। মুনাফা অর্জন অপেক্ষা সামাজিক দায়িত্ববোধ আপনাকে সর্বনাশা কাজ থেকে বিরত রাখে। কাজেই আপনার মতো প্রতিটি প্রতিষ্ঠানের ব্যবস্থাপকেরই সামাজিক দায়িত্ব রয়েছে। মানুষের সভ্যতার উন্নতি যতো বেশি ঘটেছে সামাজিক দায়িত্ববোধ ততো বাড়ছে।

ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলতে কী বোঝায়

What is meant by social responsibility of business

ব্যবস্থাপনা বিশারদ Peter F. Drucker তার The Practice of Management গ্রন্থে বলেছেন, “ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান এমনভাবে পরিচালিত হতে হবে যাতে তা জনকল্যাণের মাধ্যমে ব্যক্তিগত কল্যাণসাধন করতে পারে” Oliver Sheldon এর উক্তিও যেন Peter F. Drucker-এর বক্তব্যেরই প্রতিধ্বনি শুনতে পাই আমরা- “শিল্পকে শুধুমাত্র পয়সা সংগ্রহের যন্ত্র হিসেবে গণ্য করার দিন শেষ হয়ে গিয়েছে, মূলধনকে শিল্পের মাধ্যমে জনসেবার প্রত্যক্ষ দায়িত্ব গ্রহণ করতে হবে, নতুবা একে শিল্প ক্ষেত্র হতে সটকে পড়তে হবে।”

গ্রন্থকারদ্বয়ের বক্তব্য থেকে এটা স্পষ্টভাবে প্রতীয়মান হয় যে, ব্যবসায়কে কেবল অর্থোপার্জনের হাতিয়ার হিসেবে বিবেচনা করলেই চলবে না। ব্যবসায়িক কর্মপ্রবাহ সামাজিক কল্যাণের সাথেও জড়িত। বস্তুত ব্যবসায় সামাজিক সংগঠনেরই সদস্য। সে কারণে মুনাফা অর্জনের পাশাপাশি এর অনেক সামাজিক দায়িত্বও পালন করতে হয়। মানুষের সভ্যতার উন্নতি যতবেশি ঘটছে এ সামাজিক দায়িত্ববোধটাও ততো বাড়ছে। ব্যবসায়ের কার্যকলাপের সাথে বহুবিধ পক্ষ সংশ্লিষ্ট থাকে। এদের মধ্যে রয়েছে ব্যবসায়ের বিনিয়োগকারী, পণ্যের ক্রেতা, সাধারণ শ্রমিক-কর্মী, পাওনাদার, সরকার, সাধারণ জনগণ, সরবরাহকারী ইত্যাদি। এদের সকলের প্রতি ব্যবসায়ের দায়বদ্ধতা রয়েছে।

সুতরাং আমরা বলতে পারি, ব্যবসায়ের সাথে সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন পক্ষ যেমন ব্যবসায়ের শেয়ার হোল্ডার বা বিনিয়োগকারী, ক্রেতা সাধারণ, সরবরাহকারী ও পাওনাদার, শ্রমিক-কর্ম, সমাজের সাধারণ জনগণ ও সরকারের প্রতি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে মালিক বা পরিচালকগণ বা উদ্যোক্তাগণকে যে দায়িত্ব পালন করতে হয় তাকে ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলা যায়।

ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্বসমূহ বা বিভিন্ন পক্ষের প্রতি ব্যবসায়ের দায়িত্ব

Social responsibilities of business/Responsibilities of business to various parties

ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলতে সমাজবদ্ধ বিভিন্ন পক্ষের সাথে ব্যবসায়ের করণীয় দায়িত্ব ও কর্তব্যকে বোঝায়। অর্থাৎ মুনাফা অর্জনের বাহিরেও সেসব সামাজিক কল্যাণমুখী কর্তব্য ও দায়িত্ব ব্যবসায়কে পালন করতে হয় তাকে ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলা যায়। অর্থাৎ, ব্যবসায় তার আনুষ্ঠানিক সংগঠনের বাহিরেও সমাজব্যবস্থার সাথে যে সম্পর্ক রক্ষা করে তাকে ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলা যায়। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে যেসব পক্ষের সাথে এ সম্পর্ক রক্ষা করে চলতে হয় তারা হচ্ছে- ব্যবসায়ের মালিক শেয়ারহোল্ডার, ক্রেতা সাধারণ, সমাজের সাধারণ জনগণ, সরবরাহকারী ও পাওনাদার, শ্রমিক-কর্মী, সরকার প্রমুখ। নিম্নে বিভিন্নপক্ষের সাথে ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্বসমূহের সংক্ষিপ্ত আলোচনায় ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব পালনের বিষয়টি সুস্পষ্ট হয়ে উঠেছে:

১. ক্রেতা ও ভোক্তার প্রতি দায়িত্ব (Responsibility to customers & consumers): ব্যবসায় কার্যক্রমের মূল লক্ষ্যবিন্দু হচ্ছে ক্রেতা ও ভোক্তা। সুতরাং ক্রেতা ও ভোক্তাদের সন্তুষ্টি ব্যবসায়ের সফলতার অন্যতম চাবিকাঠি। ক্রেতা ও ভোক্তার প্রতি যেসব দায়িত্ব পালন করতে হয় তা হচ্ছে-

- চাহিদা অনুযায়ী পণ্যসামগ্রী সরবরাহ
- পণ্য ও সেবার গুণগতমান সংরক্ষণ
- ন্যায্যমূল্যে পণ্য সরবরাহ
- বাজার তথ্য সরবরাহ
- ক্রেতাদের প্রতি সদাচারণ
- ধারে ক্রেতার সুবিধা প্রদান

২. সমাজের সাধারণ জনগণের প্রতি দায়িত্ব (Responsibility to the general people of the society):

সমাজের সাধারণ জনগণের প্রতি ব্যবসায়ের দায়িত্ব অপরিসীম। এ দায়িত্ব নিম্নরূপ-

- কর্ম-সংস্থানের সুযোগ সৃষ্টি
- দ্রব্যমূল্য স্থিতিশীল রাখা
- পরিবেশ দূষণমুক্ত রাখা
- জনকল্যাণমূলক কাজে অংশগ্রহণ
- নির্ভেজাল পণ্যের নিশ্চয়তা দেওয়া
- সম্পদের সুষ্ঠু ব্যবহার নিশ্চিতকরণ

৩. শ্রমিক-কর্মীদের প্রতি দায়িত্ব (Responsibility to employees): শ্রমিক-কর্মীরা ব্যবসায়ের উৎপাদন প্রক্রিয়ায়

সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকায় অবতীর্ণ হয়। সুতরাং তাদের প্রতিও ব্যবসায়ের দায়িত্ব অসীম। এ দায়িত্বসমূহ হচ্ছে-

- শ্রমিক-কর্মীদের ন্যায্য মজুরি প্রদান
- তাদের বাসস্থান সুবিধা প্রদান
- চাকরির স্থায়িত্ব ও নিরাপত্তা নিশ্চিত করা
- কাজের সুষ্ঠু পরিবেশ রজায় রাখা
- তাদের কাজের স্বীকৃতি প্রদান
- যোগ্য ও দক্ষ কর্মীর পদোন্নতি প্রদান

৪. বিনিয়োগ বা শেয়ারহোল্ডারদের প্রতি দায়িত্ব (Responsibility to investors or shareholders): মুনাফা

লাভের প্রত্যাশায় অর্থের যোগান দিয়ে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠার মুখ্য ভূমিকায় থাকে বিনিয়োগকারীরা। তাদের প্রতি ব্যবসায়ের দায়িত্বসমূহ হচ্ছে-

- বিনিয়োগিত অর্থের সদ্ব্যবহার করা
- বিনিয়োগকৃত অর্থের নিরাপত্তা বিধান
- ন্যায্য হারে মুনাফা প্রদান

- ব্যবসায়ের প্রকৃত অবস্থা জ্ঞাত করা
- অর্থের অপচয় রোধ করা

৫. সরকারের প্রতি দায়িত্ব (**Responsibility to government**): একটি দেশের সর্বোচ্চ ব্যবস্থাপনা ও নিয়ন্ত্রকের ভূমিকায় থাকে সরকার। কাজেই সরকারের প্রতি ব্যবসায়কে নিম্নোক্ত দায়িত্ব পালন করতে হয়-

- সময়মত কর ও রাজস্ব প্রদান
- সরকারি নিয়মনীতি সঠিকভাবে অনুসরণ করা
- বিভিন্ন বিষয়ে সরকারকে পরামর্শ প্রদান
- সরকারের উন্নয়ন কাজে অংশগ্রহণ করা
- কর্মসংস্থানের সরকারকে সহায়তা করা ইত্যাদি

৬. পাওনাদার ও সরবরাহকারীদের প্রতি দায়িত্ব (**Responsibility to creditors and suppliers**): ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে প্রয়োজনের সময় অর্থ ঋণ দিয়ে, প্রয়োজনীয় কাঁচামাল, যন্ত্রপাতি ও অন্যান্য সেবা সরবরাহ করে থাকে পাওনাদার ও সরবরাহকারী। তাদের প্রতি ব্যবসায়ের কর্তব্য হচ্ছে-

- যথাসময়ে পাওনাদারদের ঋণ পরিশোধ
- পাওনাদারদের অর্থের সঠিক হিসাব রাখা
- সরবরাহকারীদের মালামালের সঠিক মূল্য প্রদান
- এদের সাথে সুসম্পর্ক বজায় রাখা
- সম্পাদিত কোনো চুক্তির শর্তাবলি পালন করা ইত্যাদি

৭. স্থানীয় জনগণের প্রতি দায়িত্ব (**Responsibility to community**): যে এলাকায় ব্যবসায়-বাণিজ্য গড়ে ওঠে সে এলাকার বাসিন্দাদের সুবিধা অসুবিধা যেমন-পরিবেশগত দিক, সাংস্কৃতিক বিষয়াদিও বিবেচনা করতে হয়। সেক্ষেত্রে ব্যবসায়ের দায়িত্বসমূহ নিম্নরূপ-

- সুস্থ পরিবেশ রক্ষায় রাখা
- এলাকায় জনকল্যাণমূলক স্থাপন করা
- এলাকার রাস্তাঘাট নির্মাণে সহায়তা করা
- ক্ষতিগ্রস্ত জনগণের পুনর্বাসনে সহায়তা করা

উল্লিখিত আলোচনায় প্রতীয়মান হয় যে, কেবল মুনাফা অর্জনই নয়, ব্যবসায়কে এর পরিবেশে বিদ্যমান বিভিন্ন পক্ষের প্রতি ও বহুবিধ দায়িত্ব পালন করতে হয়। এসব দায়িত্ববোধের মধ্যে নিহিত রয়েছে ব্যবসায়ের সত্যিকারের উদ্দেশ্য।

ব্যবসায় মূল্যবোধ

Business values

মূল্যবোধ হলো এমনসব আচার-আচরণ ও কর্মপ্রক্রিয়ার সমষ্টি যা মানুষকে নিয়ন্ত্রণ ও পরিচালনা করে। সততা, ন্যায়-পরায়ণতা, শিষ্টাচার, শৃঙ্খলা, সৌজন্য, সহনশীলতা, সহমর্মিতা ইত্যাদি মানবিক গুণাবলি হচ্ছে মূল্যবোধের উপাদান। মূল্যবোধ মানুষকে তার কর্মকাণ্ডের ভালো-মন্দ দিক অনুধাবন করতে সহায়তা করে। অন্যদিকে ব্যবসায়িক মূল্যবোধ বলতে এমন একটি মানদণ্ডকে বোঝায় যার ওপর ভিত্তি করে ব্যবসায়িক রীতিনীতি, চিন্তা-চেতনা, ধ্যানধারণা তথা ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড পরিচালিত হয়ে থাকে। নিম্নে মূল্যবোধ ও ব্যবসায় মূল্যবোধ সম্পর্কে দুজন বিশিষ্ট ব্যক্তির মতামত তুলে ধরা হলো:

● সমাজ বিজ্ঞানী এ. আর উইলিয়াম- এর মতে, “মূল্যবোধ হচ্ছে মানুষের ইচ্ছার একটি প্রধান মানদণ্ড যার মাধ্যমে মানুষের আচার-আচরণ, রীতিনীতি ও কার্যক্রম পরিচালিত হয় এবং সমাজের মানুষের কর্মকাণ্ডের ভালোমন্দ বিচার করা হয়”।

● মূল্যবোধ সম্পর্কে M. Rokeach এর মতে, “মূল্যবোধ হচ্ছে মানুষের মৌলিক দৃষ্টি বিশ্বাস। এ বিশ্বাসের মাধ্যমে কোনো বিষয় সম্পর্কে ব্যক্তিগত বা সামাজিক গ্রহণযোগ্যতার সৃষ্টি হয়। মূল্যবোধ কতিপয় বিবেচনামূলক উপাদানের সমষ্টি যার মধ্যে কোনো ব্যক্তির কোনো বিষয় সম্পর্কিত ধারণা প্রতিফলিত হয়।

আজকের দিনে ব্যবসায়ের উদ্দেশ্য কী হওয়া উচিত সে বিচারের মানদণ্ডে মূল্যবোধে পরিবর্তন এসেছে। ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড কেবল অর্থ উপার্জনের জন্যই নয়, সামাজিক কল্যাণের দিকটিও বিশেষভাবে বিবেচনা করছে। কাজেই আমরা বলতে পারি, সততা, ন্যায়পরায়নতা, আত্মপ্রত্যয়, বিশ্বাস, রীতিনীতি ইত্যাদি ব্যবসায়িক মূল্যবোধের উপাদান হিসেবে কাজ করে। ব্যবসায়িক মূল্যবোধ কোনো ব্যবসায়ীকে সৎ, ন্যায়বান, আচারনিষ্ঠ ও আত্মপ্রত্যয়ী করে তোলে। যে জাতি বা সমাজ ব্যবসায়িক মূল্যবোধে যতো উন্নত সে জাতি বা সমাজ অর্থনৈতিক ও ব্যবসায়-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে ততো উন্নত হয়ে থাকে।

উপরিউক্ত আলোচনার প্রেক্ষিতে আমরা বলতে পারি, কোনো জাতি বা সমাজের সামগ্রিক ব্যবসায়িক আচার-আচরণ, রীতিনীতি, স্বচ্ছতা ও জবাবদিহিতামূলক ব্যবস্থা ও কার্যক্রমের সামগ্রিক আবস্থাকে ব্যবসায় মূল্যবোধ বলে।

ব্যবসায় নৈতিকতা

Business ethics

যেসব সামাজিক কিংবা আইনগত রীতিনীতি অনুসরণ করে ব্যবসায়ীকে তার ব্যবসায় কার্যক্রম পরিচালনা করতে হয় তাকে ব্যবসায় নৈতিকতা বলে। ব্যবসায়ের কার্যক্রমে সততা, ন্যায়পরায়নতা, আচার-নিষ্ঠা ইত্যাদি ব্যবসায়িক নৈতিকতার ভিত্তি। সুতরাং যেসব নিয়মকানুন, রীতিনীতি ও অনুশাসন দ্বারা ব্যবসায়-বাণিজ্য গঠিত, পরিচালিত ও নিয়ন্ত্রিত হয় তাকে ব্যবসায় নৈতিকতা বলা যায়। নৈতিকতা মানুষকে সৎ ও সঠিক কাজের পথ প্রদর্শন করে, মানুষের মধ্যে দায়িত্ববোধ জাগ্রত করে। নৈতিকতা ও ব্যবসায় নৈতিকতা সম্পর্কে দুটি সংজ্ঞা নিম্নে উল্লেখ করা হলো:

- **Encyclopedia America** (এনসাইক্লোপেডিয়া আমেরিকা): “নৈতিকতা হচ্ছে দর্শনের এমন একটি শাখা, যার মাধ্যমে মানুষ কোনো নির্দিষ্ট কার্যক্রম বা আচার-আচরণ সম্পর্কে সঠিক মূল্যায়ন ও সিদ্ধান্ত গ্রহণে সচেষ্ট হয়।”
- **Clarence D. Walton** (ক্লারেন্স ডি ওয়ালটন): “ব্যবসায়িক নৈতিকতা মূলত সত্য ও ন্যায় বিচারের ওপর প্রতিষ্ঠিত।”

বস্তৃত ব্যবসায় কার্য কতগুলো ন্যায়-নীতির আলোকে পরিচালনা করতে হয়, যার দ্বারা এর সাথে সংশ্লিষ্ট শ্রমিক-কর্মী, শেয়ার হোল্ডার বা বিনিয়োগকারী, সরবরাহকারী ও পাওনাদার, ক্রেতা ও পৃষ্ঠপোষক সকলেরই কল্যাণ সাধিত হয় ও তাদের স্বার্থ রক্ষিত হয়। ব্যবসায়ীকে কোন অবৈধ, অন্যায় ও নীতিবিবর্জিত কাজ, যেমন-পণ্যে ভেজাল দেওয়া, অন্যায়ভাবে পণ্যের মূল্যবৃদ্ধি, পণ্যের কৃত্রিম সংকট সৃষ্টি করা, কর্মরত শ্রমিক কর্মীদের উপযুক্ত পারিশ্রমিক থেকে বঞ্চিত করা, সরকারকে আয়কর প্রদান না করা, বিনিয়োগকারীদের ঠিকভাবে লভ্যাংশ প্রদান থেকে বিরত থাকা, এলাকার পরিবেশগত ক্ষতিসাধন করা ইত্যাদি অনৈতিক কাজ থেকে বিরত থাকতে হয়। অর্থাৎ একজন ব্যবসায়ীকে তার ব্যবসায়ের পরিবেশের সাথে সংশ্লিষ্ট সকল পক্ষের সাথে কর্ম সম্পাদনের সময় এর ভালোমন্দ, ন্যায়-অন্যায় ইত্যাদি বিবেচনা করতে হয়। ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে এসব রীতিনীতির অনুসরণ করে ব্যবসায় কার্যক্রম পরিচালনা করাকেই ব্যবসায় নৈতিকতা বলা যায়।

পরিশেষে আমরা বলতে পারি যে, ন্যায়-নীতি ও মানবিক বোধ, যেমন- ন্যায়-নিষ্ঠা, সততা, বিশ্বস্ততা, ধর্মী-সামাজিক ও আইনগত রীতিনীতি এবং শৃঙ্খলা অনুসরণ করে ব্যবসায় কার্যক্রম গঠন, পরিচালনা, নিয়ন্ত্রণ করাকে ব্যবসায় নৈতিকতা বলে।



সারসংক্ষেপ

ব্যবসায়কে কেবল অর্থোপার্জনের হাতিয়ার হিসেবে বিবেচনা করলেই চলবে না। ব্যবসায়িক কর্মপ্রবাহ সামাজিক কল্যাণের সাথেও জড়িত। বস্তুত ব্যবসায় সামাজিক সংগঠনেরই সদস্য। সে কারণে মুনাফা অর্জনের পাশাপাশি এর অনেক সামাজিক দায়িত্বও পালন করতে হয়। ব্যবসায়ের সাথে সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন পক্ষ যেমন ব্যবসায়ের শেয়ার হোল্ডার বা বিনিয়োগকারী, ক্রেতাসাধারণ, সরবরাহকারী ও পাওনাদার, শ্রমিক-কর্ম, সমাজের সাধারণ জনগণ ও সরকারের প্রতি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে মালিক বা পরিচালকগণ বা উদ্যোক্তাগণকে যে দায়িত্ব পালন করতে হয় তাকে ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলা যায়। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে যেসব পক্ষের সাথে এ সম্পর্ক রক্ষা করে চলতে হয় তারা হচ্ছে- ব্যবসায়ের মালিক শেয়ারহোল্ডার, ক্রেতা সাধারণ, সমাজের সাধারণ জনগণ, সরবরাহকারী ও পাওনাদার, শ্রমিক-কর্মী, সরকার প্রমুখ। ব্যবসায়িক মূল্যবোধ থেকেই ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানগুলো সমাজের প্রতি দায়িত্ব পালন করে থাকে। কোনো জাতি বা সমাজের সামগ্রিক ব্যবসায়িক আচার-আচরণ, রীতিনীতি, স্বচ্ছতা ও জবাবদিহিতামূলক ব্যবস্থা ও কার্যক্রমের সামগ্রিক আবস্থাকে ব্যবসায় মূল্যবোধ বলে। অন্যদিকে, যেসব নিয়মকানুন, রীতিনীতি ও অনুশাসন দ্বারা ব্যবসায়-বাণিজ্য গঠিত, পরিচালিত ও নিয়ন্ত্রিত হয় তাকে ব্যবসায় নৈতিকতা বলা যায়।



ইউনিট মূল্যায়ন

১. ব্যবসায়িক পরিবেশ বা ব্যবসায়ের পরিবেশ কাকে বলে? এর বিভিন্ন উপাদান সম্পর্কে সংক্ষেপে আলোচনা করুন।
২. ব্যবসায় পরিবেশের উপাদানসমূহ আলোচনা করুন।
৩. ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলতে কী বোঝেন? ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্বসমূহ বর্ণনা করুন।
৪. বিভিন্ন পক্ষের প্রতি ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্বসমূহ সংক্ষেপে বর্ণনা করুন।
৫. ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে সমাজের প্রতি কী কী দায়িত্ব পালন করতে হয়?
৬. ব্যবসায় মূল্যবোধ এবং নৈতিকতা বলতে কী বোঝেন?
৭. ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্ব বলতে কী বোঝায়? ব্যবসায় কীভাবে এ দায়িত্ব পালন করে?
৮. ব্যবসায় পরিবেশের চারটি প্রাকৃতিক উপাদানের নাম লিখুন।
৯. মনোভাব ও ধর্মীয় কোন পরিবেশের অন্তর্ভুক্ত?
১০. বাংলাদেশের রাজনৈতিক পরিবেশ কিরূপ?
১১. কাদের প্রতি ব্যবসায় দায়িত্ব পালন করে থাকে?
১২. নৈতিকতা ও মূল্যবোধের মধ্যে পার্থক্য কী?
১৩. ব্যবসায়িক নৈতিকতা সম্পর্কে C.D. Walton কী বলেছেন? তার উক্তিটি বিশদভাবে আলোচনা করুন।