

# नेटवर्क मार्केटिंग की असलियत

## ● अरविन्द कुमार

आजकल 'नेटवर्क मार्केटिंग' का चलन और कोलाहल बढ़ता जा रहा है। नब्बे के दशक में 'एमवे', 'टाइम लाइन' एशिया', 'एमवे' और 'ओरिफिल्म'—जैसी कुछ कंपनियों ने भारत में अपना कारोबार शुरू किया था। सम्रति 15 से भी ज्यादा विदेशी-स्वदेशी कंपनियों के 11 लाख वितरक 2000 करोड़ रु. का सालाना करोबार कर रहे हैं। दैनिक घरेलू उपयोग के विभिन्न उत्पादों के अलावा ये कंपनियाँ सौंदर्य प्रसाधन, वजन नियंत्रित करने वाले उत्पाद, पोषक आहार, प्रीमियम रेंज की पुस्तकें आदि बिक्री करने में जुटी हैं। 'एमवे इंडिया' के सी.ई.ओ. और प्रबंध निदेशक विलियम एस. पिंकने के अनुसार—“यह तो शुरूआत है, हमारे व्यवसाय के लिए भारत में काफी संभावनाएँ हैं।”

(‘इंडिया टुडे’, 30 जुलाई, 2003)

निम्नलिखित आँकड़ों से नेटवर्क कंपनियों के फैले जाल का एक अंदाजा लगाया जा सकता है—

कंपनी	शुरूआती वर्ष	अनुमानित बिक्री	सक्रिय वितरकों की संख्या
एमवे	1998	626 करोड़	3.5 लाख
मोटी केयर	1996	150 करोड़	4.75 लाख
ए.भी.ओन	1998	100 करोड़	62 हजार
हर्बफ	1999	80 करोड़	20 हजार

(‘इंडिया टुडे’, 30 जुलाई, 2003)

आइए, अब यह देखें कि नेटवर्क मार्केटिंग की यह प्रणाली किस तरह परिचालित होती है। इसे एक उदाहरण द्वारा समझा जा सकता है—अगर कोई एमवे से जुड़ना चाहता है तो उसे 4500 रुपये की निर्धारित राशि कंपनी को देनी होती है, जिसमें से 500 रु० निबंधन-शुल्क के रूप में काटकर कंपनी 4000 रु० के अपने उत्पाद उसे मुहैया कराती है। अब उसे अपने प्रयास से अन्य 6 लोगों को तैयार करना पड़ता है, जो उसी तरह इस कंपनी से जुड़े। फिर उन 6 लोगों में से प्रत्येक 6-6 अन्य को प्रेरित कर इस नेटवर्क में जोड़ने का प्रयास करता है। इस तरह उपभोक्ताओं की इस शृंखला से एक पिरामिड की संरचना तैयार होती है। इस शृंखला में शामिल हर व्यक्ति कंपनी के उत्पादों का वितरक सह उपभोक्ता सह प्रचारक होता है। उसके द्वारा बनाए गए वितरक उसके डाउन लाइन में होते हैं, जैसे वह खुद अपने अपलाइन वितरकों सह उपभोक्ताओं-प्रचारकों के डाउन लाइन में होता है। इस शृंखला के किसी बिन्दु पर स्थित किसी वितरक सह उपभोक्ता

को उसके डाउन लाइन के लोगों द्वारा क्रय किए गए उत्पादों पर कमीशन प्राप्त होता है। इस तरह गणितीय गणना द्वारा कंपनी यह दिखाती है कि कोई वितरक अपने डाउन लाइन में एक खास संख्या में वितरकों की शृंखला तैयार कर सिल्वर, गोल्ड और डायमंड कैटेगरी तक पहुँच सकता है और लाखों कमाई कर सकता है। इस प्रकार कंपनी उपभोक्ता बनने के साथ-साथ लाखों की कमाई करने के सब्जबाग में लोगों को फौसी है। कुछ इस तरह के प्रवचन दिए जाते हैं—

“आपने कभी यह विचारा है कि एक आम आदमी कितना कष्टपूर्ण जीवन बिताता है? वह सामान्य घरों में रहता है, अपने बच्चों को सामान्य स्कूलों में पढ़ाता है, पल्ली और बच्चों को खुश नहीं रखता, परोपकार या समाज व देश सेवा नहीं करता, मनचाही छुट्टियाँ मनपसंद जगहों पर नहीं बिताता है। ऐसे में यदि उसका एक्सीडेंट हो जाए, उसकी पल्ली विधवा और बच्चे अनाथ हो जाएँ तो उसका क्या हश्च होगा? आपको आर्थिक मौका मिला है। अब आप भी 45000 डॉलर वाली लेकप्स कार पर चढ़ सकते हैं। इन्हें करने स्विट्जरलैंड और हांगकांग जा सकते हैं।”\*

“क्या आपको ऐसा नहीं लगता कि तनावग्रस्त जीवन बिता रहे हैं? दिनभर की भाग-दौड़ और कमरतोड़ मेहनत के बावजूद क्या आप आर्थिक तंगी महसूस नहीं करते हैं? क्या आपकी पल्ली और आपके बच्चे छोटी-मोटी चीजों के लिए तरसते नहीं रहते हैं? क्या आपकी इच्छा नहीं होती कि हमारे पास भी तमाम तरह की भौतिक वस्तुएँ हों? विदेश-यात्रा करें? पर्याप्त धन और समय हो? हम खूब इन्ज्वाय करें?”\*

एमवे कम्पनी का प्रवचनकर्ता मध्यवर्ग के लोगों को सम्प्रोहित करते हुए अमरीका के मध्यवर्ग के लोगों की सफलता की बातें कहता है—

“आज मध्यम-वर्ग की आमदनी 47000 डॉलर है। लोगों की संख्या से ज्यादा कारों हैं। हर परिवार में कम-से-कम दो टी०वी० सेट्स हैं। लोगों की औसत आयु 75 वर्ष है। सामान्य लोगों के पास भी खर्च करने को ज्यादा धन और मौज-मस्ती के लिए फालतू बक्त है।”\*

नाना प्रकार की चीजों का उपभोग करने और एक समृद्ध जीवन जीने के लिए एक आसान उपाय के रूप में ही वह नेटवर्क मार्केटिंग में शामिल होने का लोगों का आह्वान करता है।

आइए, अब इन हवाई उपदेशों और नेटवर्क मार्केटिंग के इस सब्जबाग की असलियत का एक जायजा लें।

समृद्धि का उदाहरण प्रस्तुत करते हुए यह घोषणा की

जाती है—

“आपने 32 वर्षीय नाज फरोज का नाम सुना होगा। चार वर्ष पहले राँची में इनका परिवार अर्थिक तंगी में था। ये एमवे की वित्रक बनी और इनका वक्त बदला। आज ये 50,000 रु० प्रतिमाह कमाती हैं। विदेशों में छुटियाँ बिताना और फाइबर स्टार होटलों में खाना अब इनके लिए आम बात हैं।”

(‘इडिया टुडे’, जुलाई, 2003)

अब प्रश्न यह उठता है कि क्या राँची में एकमात्र नाज फरोज ही वित्रक बनीं? क्या और लोग इससे नहीं जुड़े? यदि और भी जुड़े तो फिर उन सबों का क्या हुआ?

दरअसल, नेटवर्क मार्केटिंग मालों के अति-उत्पादन के दुश्चक्र में फँसी पूँजीवादी अर्थव्यवस्था में मालों को खपाने और मुनाफा बढ़ाने की ही एक तदबीर है। भड़कीले विज्ञापनों, तरह-तरह की स्कीमों, नगनता-प्रदर्शनों आदि, द्वारा मालों की बिक्री और मुनाफा बढ़ाने का प्रयास तो पहले से ही किया जाता रहा है। संकट बढ़ने पर, नेटवर्क मार्केटिंग द्वारा यही काम आम लोगों को करोड़पति बनाने का झाँसा देकर अपना नियमित और स्थायी उपभोक्ता और प्रचारक बनाने की धूर्त चाल द्वारा किया जा रहा है। जिस समाज में 10 प्रतिशत लोगों की स्थिति ही करोड़पति बनने की हो उस परिस्थिति में ये ‘डाइरेक्ट सेलिंग’ कम्पनियाँ अपने नेटवर्क मार्केटिंग के ठगी भरे नुस्खे के सहारे हर एक उपभोक्ता को करोड़पति बना देने की हास्यास्पद बातें करती हैं!! अर्थशास्त्रीय गणित तो यह कहत है कि 90 प्रतिशत लोगों का शोषण कर ही 10 प्रतिशत पूँजीपति लाभान्वित होते हैं, अपने अस्तित्व को बकरार रखते हैं। हाँ, नेटवर्क मार्केटिंग में जो इक्के-दुक्के समृद्धि के ऊँचे सोपान तक पहुँचते भी हैं तो नेटवर्क की श्रृंखला में अपने नीचे के लोगों की जेब झटकर ही। फिर यह स्वप्न दिखाना कि आम लोग नेटवर्क मार्केटिंग अपनाकर बिना पूँजी लगाए करोड़पति बन सकते हैं, एक झूठ और फरेब है। वास्तव में आपसे अपना माल बेचवाना ही इनका (कम्पनियों का) मुख्य उद्देश्य है। अनेक कंपनियाँ करोड़ों की पूँजी लगाकर स्वयं फँसी हुई हैं और आप करोड़पति बनने का कोरा स्वप्न देखते हुए अपनी एडी-चोटी का जोर लगाकर उनके मालों की बिक्री का प्रयास करते हैं। और इस तरह आप जहाँ कंपनियों को संकट से उबारने का प्रयास करते हैं, वहाँ खुद संकटों के दलदल में फँसते जाते हैं।

आप इसके दुश्चक्र में स्वयं तो फँसते ही हैं, अन्य लोगों को भी जो आपके सगे-सम्बन्धी, मित्र, पड़ोसी होते हैं—इस भ्रमजाल में फँसने की कोशिश करते हैं। अन्य लोगों को भी इस मकड़ाजाल में फँसने के लिए और डाउन लाइन के लोगों को उत्साहित करते रहने हेतु एक-से-एक नौर्टिकीयाँ करनी होती हैं। कोई भाड़े पर कार लेकर समय-समय पर आयोजित मीटिंगों में आता है एवं अपनी पूर्व-पृष्ठभूमि एक गरीब रिक्षाचालक की बताते हुए झूठ-मूठ के किस्से सुनाता है, तो कोई अपनी समृद्धि का अन्य तरीके से झूठा प्रदर्शन करता है, और इसका श्रेय अपने नेटवर्क मार्केटिंग व्यवसाय को ही देता है। ये सारी तिकड़ियों और फरेब आपको इसलिए करने पड़ते

हैं कि इसमें शामिल होते ही आपका एकमात्र काम उन छः लोगों को फँसना होता है जिनकी कीमत पर आपकी कुछ कमाई हो सके आपकी कमाई बढ़ाने के लिए ये छह पहले शिकार, अपने छह-छह शिकारों को पकड़ें, यह भी आपकी चिंता में सदा शामिल रहता है। इस जंजाल के जिस जाल में आप फँस चुके होते हैं, उसमें आगे बढ़ने के लिए काफी वक्त देना पड़ता है, यह कहने की जरूरत नहीं है।

इस पूँजीवाद में ‘आठ घंटे काम-आठ घंटे आराम और आठ घंटे मनोरंजन’ वाला नियम तो व्यवहारतः बहुत पहले ही टूट चुका है। लोगों को जीविकोपार्जन करने में भी घोर कठिनाइयों का सामना करना पड़ रहा है। ‘ओवर टाइम’ काम करके भी आज आदमी अपने अस्तित्व को बचा पाने में असमर्थ जान पड़ता है; जहाँ, एक आम आदमी के लिए विभिन्न आफतों से निजात पाने का समय भी मुश्किल से निकल पाता है, वहाँ नेटवर्क मार्केटिंग कम्पनी का प्रवचनकर्ता उनकी समस्याओं को नजरअंदाज कर इस माल-बिक्री के काम के लिए समय निकालने का यह फार्मूला पेश करता है—

सुबह + शाम—2 घंटे

शनि + रवि—3 घंटे

प्रति सप्ताह—16 घंटे

पूरा वर्ष—800 घंटे

(बिजनेस पाइप लाइन)

यह एक ऐसा फार्मूला है कि आप जीविकार्जन हेतु काम के जुए से छूटते ही कम्पनी के लिए भिड़ जाते हैं, हरदम बेचैन रहते हैं, नींद भी ठीक से नहीं आती और आप स्वयं के लिए मनोरंजन, कला-संस्कृति, साहित्य, विज्ञान आदि की अनिवार्यता पर रक्तीभर भी ध्यान न देकर, पूँजीवादी व्यवस्था के आर्थिक नियमों से अनजान रहते हुए झूठे सफरे ढोते हुए तांगे के घोड़े की तरह दौड़ते-दौड़ते, असफलताओं की दीवारों से टकरा-टकरा कर अंततः अपना मानसिक संतुलन खो बैठते हैं। आपका हर पड़ोसी आपको ग्राहक नजर आता है। आप अपने इष्ट मित्रों से भी एक व्यवसायी के रूप में मिलते हैं। आपकी सामाजिकता और नैतिकता दोनों दुष्प्रभावित होती है। जहाँ सामाजिक संबंध बिगड़ जाने की संभावना शत-प्रतिशत हो, वहाँ इस मकड़ाजाल का बुनकर आपके सामने “लोकप्रियता”, “परोपकार” और “समाज व देश-सेवा” के नशे परोसता है—“यह योजना अत्यन्त महत्वपूर्ण और कल्याणकारी है। आपके पास इतने पैसे और फालतू वक्त होंगे कि खर्च करते नहीं घटेंगे। आप समाज व देश-सेवा जैसे अनेकानेक परोपकार के कार्य कर महान हो जायेंगे, अपने समाज में प्रतिष्ठित हो जायेंगे। कौन जानता है कि आपके लिए राजनीति का द्वारा भी खुल जाए, आप राष्ट्रपति भवन, ‘हाइट हाउस’ तक पहुँच जाएँ। भटके को राह, भूखों को अन्न, नांगों को वस्त्र देकर आप बेशुमार पुण्य भी बैठेंगे!”

हम जानते हैं कि अति-उत्पादन के कारण बाजार में मालों का अंबार लगा है। कई कंपनियों के द्वारा एक प्रकार के ही माल विभिन्न नामों से तैयार पड़े हैं—बिकने को। इधर

डुप्लीकेट (नकली) सामानों से भी बाजार पटता जा रहा है। क्रेताओं की क्रयशक्ति जवाब दे रही है। विभिन्न कंपनियाँ सामान्य और नेटवर्क दोनों तरह की मार्केटिंग कर रही हैं। नेटवर्क के माध्यम से ये सामान्यतः महँगे सामानों को बेचती हैं ताकि अधिकाधिक मुनाफा हो सके। लोगों की पूँजीवादी आकांक्षाओं को उकसा-उभारकर ये कंपनियाँ उन्हें अपने जाल में फँसाती हैं और अपने बाजार और बिक्री को सुनिश्चित करने के लिए उनसे कहती हैं—“आप अपने पड़ोसियों और मित्रों से, सगे-संबंधियों से हमारे प्रोडेक्ट (उत्पाद) खरीदने को कहें। आज चोरबजारों में भी इन्हीं नामों से बहुत डुप्लीकेट (नकली) माल मिलने लगे हैं। इनसे बचिए। लोग एक नंबर का सामान खरीदेंगे; कम्पनी की आय बढ़ेगी और साथ-साथ आपकी भी। आप हमारा माल खरीदें और खरीदवाएँ, हम आपको मालामाल कर देंगे।”

बाजार की प्रतिद्वंद्विता में स्वदेशी कंपनियाँ, विदेशी को हटाने के लिए स्वदेश-प्रेम, राष्ट्रवाद के फ़िकरे फ़ैक्टरे हुए कहती हैं—

“आप भारतीय हैं। अपनी सभ्यता और संस्कृति से प्रेम करनेवाले, उस पर पर मिटनेवाले। आपने बड़ी मशक्कत से अपनी आजादी पायी है। गुलामी की बेड़ियाँ तोड़ने में आपने जो देशभक्ति और बहादुरी दिखाई है, वह जगजाहिर है। आपकी आजादी को छीनने की फिर सजिश रची जा रही है। आपके यहाँ विभिन्न विदेशी कंपनियाँ फिर पाँच पसार रही हैं। आप इतिहास को याद कीजिए, अंग्रेजों ने भी ऐसे ही कब्जा किया था। आप इनके बड़यत्र को समझें और अपनी देशभक्ति का पुनः परिचय दें—स्वदेशी सामानों को अपनाकर। हमारा विश्वास है हम इसमें पूरी तरह कामयाब होंगे; पूँज्य बापू के सपनों को साकार करेंगे।”\*

बात स्पष्ट है। विदेशी हो या स्वदेशी, दोनों का एक ही उद्देश्य है—अपना माल बेचना और मुनाफा कमाना। कोई विदेशी नेटवर्क कंपनी की दलाली करता हैं तो कोई स्वदेशी की तीमारदारी।

इन नेटवर्क कंपनियों द्वारा आपके सामने छः सूत्री ‘जीवन दर्शन’ पेश किया जाता है—**सुरक्षा**>**स्वतंत्रता**>**नियंत्रण**>**समाज व देश-सेवा**>**सुख**>**परमानन्द**। और आप इसी को सही मानकर सच्चाई से बेखबर हो जाते हैं। आप दिन-रात एक कर देते हैं। आपको “हर समय अडिंग और पैसे कमाने को आतुर” रहने की सीख दी जाती है। आज बंबई तो कल कलकत्ता—इसकी मीटिंगों में भाग लेने के लिए दौड़ लगाते हैं। शृंखला की एक कड़ी के शिथिल होते ही आपको खतरा महसूस होने लगता है। इस काम में आपकी पली के गहने तक बिक सकते हैं। कड़ियों का मानसिक संतुलन बिगड़ जाता है। कई पागल हो जाते हैं। कई शिक्षकों और वकीलों को इस दुश्चक्र में फँसकर पागल होते मैंने देखा है। उनका जीवन नारकीय हो गया है। कई लोग आत्माहत्या तक कर चुके हैं। इस तरह अधिकांश लोग इसके चक्कर में बरबाद हो चुके हैं। यदि इक्के-दुक्के ‘सिल्वर’ अथवा ‘डायमंड’ श्रेणी तक पहुँचे

भी हैं तो इन्हीं अधिकांश लोगों की लाशों को रोदते हुए। हाँ, ये ‘अपलाइन’ वाले नीचे के ‘डाउनलाइन’ के लोगों के अंतः निराश होकर शृंखला छोड़कर हट जाने और इस तरह से (इससे ऊपर के इक्के-दुक्कों की कमाई प्रभावित हो जाती है) बरबाद हो जाने वालों के संभावित आक्रोश से सदा संशक्ति रहते हैं। यह तो तथ्य है कि शृंखला में नीचे के आधिकांश लोग बरबाद होंगे ही।

“हर सफल वितरक के पीछे कम-से-कम वितरकों का एक ऐसा वर्ग होता है, जिसका इस कारोबार से मोहर्भंग हो चुका होता है। ‘इंडियन-डायरेक्ट-सेलिंग डिस्ट्रीब्यूटर्स एसोसिएशन’ (आईडी०एस०ए०) के अनुसार 40 से 50 प्रतिशत वितरक इस कारोबार से बाहर हो जाते हैं। ज्यादा से ज्यादा प्लाइट वैल्यू और इस तरह पैसा अर्जित करने की लालसा में शुरू में अति उत्साही वितरकों के बहुलांश को अंतः: यह ज्ञान हो ही जाता है कि धनी बनना इतना आसान नहीं। ‘एवन ब्यूटी प्रोडक्ट्स’ के प्रबंध निदेशक हरमीत पैटेल के शब्दों में—“दुनिया में कहीं भी आसानी से पैसा कमाया नहीं जा सकता।”

(‘इंडिया-टुडे’, जुलाई, 2003)

नेटवर्क मार्केटिंग कंपनियों के जाल में फँसे ये मध्यवर्गीय अतिउत्साही व्यक्ति करते तो हैं कंपनी की एजेंटी का काम-कंपनी के लाभ के लिए, किन्तु इन्हें इस भ्रम में रखा जाता है कि यह आपका ‘अपना’ बिजनेस है—“बिना पूँजी लगाए ही मालामाल” हो जाने वाला बिजनेस। पर एक ताजा आँकड़े से आप सहज ही अनुमान लगा सकते हैं कि इस कारोबार में किसका स्वार्थ निहित है और कौन मालामाल हो रहा है। एमवे ने केवल पंजीकरण शुल्क के रूप में अबतक 7 लाख वितरकों से 880 करोड़ रूपये कमाए हैं।

(‘इंडिया-टुडे’, जुलाई, 2003)

वास्तव में इन कंपनियों के दर्शन का निहितार्थ, करोड़पति बनाने का भ्रामक चारा फ़ैक्कर बिना कोई पारिश्रमिक दिये यानी मुफ्त में अपने माल के प्रचारकों की फौज खड़ी करने, उनसे अपने फायदे के लिए दिन-रात खटवाने और इस तरह माल-बिक्री से अपना अतिलाभ सुनिश्चित करने के सिवा और कुछ नहीं है।

इनके प्रवक्ताओं के लिए मुट्ठी भर लुटेरे, तिकड़मबाज व पैसेवाले निकृष्ट लोग ही महान व्यक्ति हैं और अपने श्रम पर जिंदा रहनेवाले और इन पेटुओं का पेट भरने वाले करोड़ों मेहनतकश, आदमी कहलाने लायक भी नहीं हैं, हेय और तुच्छ हैं। इस दर्शन में विश्वास कर लोग नैतिक-सांस्कृतिक पतन के गर्त में चले जाते हैं और अपने ही गरीब पड़ोसी भाइयों की गरीबी का मजाक उड़ाकर अमानवीय आचरण करने लगते हैं।

जब तक यह पूँजीवादी व्यवस्था रहेगी, तबतक शासक पूँजीपति वर्ग इसी तरह के भिन्न-भिन्न मकड़जाल बुनता रहेगा। शोषण और अन्याय पर टिकी इस व्यवस्था को उखाड़ फ़ैक्नेवाले मजदूर वर्ग के साथ होने में ही मध्यवर्ग की

(पैज 18 पर जारी)

से मेडिकल रिकॉर्डों को ट्रांसक्राइब करना, आदि। इन नौकरियों में बेशक बेहद तेज बढ़ोत्तरी हुई है। सॉफ्टवेयर नव्वे के दशक में लगभग शून्य से शुरू हुआ था और ITES लगभग पांच साल पहले। 2003 तक वे क्रमशः 4 लाख 60 हजार और 1 लाख 60 हजार रोजगार दे रहे थे। जबकि हमें पता है कि संगठित चेत्र में इसी कालखण्ड में नौकरियाँ कम हो रही हैं, तो ऐसी वृद्धि नाटकीय प्रतीत होती है। निश्चित तौर पर, भाजपा सरकार ने इसी चीज को अपने “भारत उदय” का एक प्रमुख अंग बनाया था और जल्दी ही उसने “ITES क्षेत्र में रोजगार की संभावनाओं को दर्शाने के लिए और इसे पसंदीदा कैरियर के रूप में प्रोत्साहित करने का अभियान हाथ में लिया।” (Business Standard, 2/12/03)

लेकिन जहां एक ओर सॉफ्टवेयर और ITES मध्य वर्ग के बेरोजगारों के एक बड़े हिस्से को ले सकता है और उनकी हताशा को ठण्डा करने में एक अहम भूमिका निभा सकता है वहां इसकी नौकरियाँ कुल रोजगार के हिस्से के तौर पर (2004 में 0.2 प्रतिशत) भी और आवश्यक कुल रोजगार के हिस्से की तुलना में भी मामूली है अमेरिका से किजनी ITES नौकरियाँ 2015 तक खिसक सकती हैं इसका फैरिस्टर रिसर्च द्वारा किया गया बेहद उदार अनुमान भी महज 33 लाख पर आकर रुक जाता है। यह अंदाजा कोई भी लगा सकता है कि इसमें से कितनी नौकरियाँ भारत आ सकती हैं जबकि हम जानते हैं कि चीन जैसे कई देश समान रूप की गतिविधियों के लिए अपने आपको तैयार कर रहे हैं। अगर यह भी मान लिया जाए कि भारत को इनमें से बीस लाख नौकरियाँ मिलती हैं तो भी हमें जरूरत है कि हम इस आंकड़े को भारतीय श्रम बाजार के आकार के बरक्स खड़ा करें। अगर भारतीय श्रम बाजार में नवागंतुकों संख्या को नौ से दस लाख प्रति वर्ष माना जाए, तो खिसक कर आए ITES रोजगार भारतीय रोजगार बाजार के सिर्फ दो प्रतिशत हिस्से का प्रतिनिधित्व करेंगे।

भारत के अधिकांश उद्योग मुख्य रूप से घरेलू मांग पर निर्भर हैं और मुख्य रूप से घरेलू आगमों का ही इस्तेमाल करते हैं। लेकिन IT और ITES उद्योग घरेलू उद्योग से आगमों का एक बेहद छोटा हिस्सा इस्तेमाल करते हैं और अपनी सेवाओं से मुख्य रूप से विदेशी मांग को संतुष्ट करते हैं। रोजगार के लिए इसके दो मतलब हैं। पहला, पिछड़े

जुड़ावों (backward linkages) के बाकी अर्थव्यवस्था से सम्बन्धों के अभाव का अर्थ यह है हक IT उद्योगों की वृद्धि अन्य उद्योगों में ज्यादा नौकरियों को नहीं जन्म देगा। दूसरा मजलब यह है कि, आग किसी वजह से विदेशी मांग गिरती है—मसलन, इन्हीं सेवाओं में दूसरे देशों से कड़ी चुनौती मिलती है या अमेरिका जैसे देश ऐसी सेवाओं की आउटसोर्सिंग पर रोक लगा दें—तो रोजगार अचानक बेहद नीचे जा सकता है। अभी तक हुई ITES नौकरियों के मामूली विस्थापन तक की अमेरिका में राजनीतिक रूप से काफी थू-थू हुई है, सॉफ्टवेयर पेशेवरों के लिए बीजा के कोटे को घटाकर आधा कर दिया गया है, भारतीय कम्पनियों को ठेके पर काम देने से अमेरिकी राज्य सरकारों को रोकने के लिए कानून पारित किए जा रहे हैं। इस तरह “इस क्षेत्र की रोजगार संभावनाओं को प्रदर्शित करने और इसे एक पसंदीदा कैरियर के तौर पर प्रोत्साहित करने के लिए” मुश्किल से कोई बुनियाद मौजूद है।

देश में रोजगार और बेरोजगारी की यह स्थिति है। यह सोच कि श्रम शक्ति की कीमत को पर्याप्त रूप से नीचे गिरा दिया जाए तो पूर्ण रोजगार प्राप्त किया जा सकता है, उन्नत पूँजीबादी देशों के लिए भी गलत है, क्योंकि पूँजीपति रोजगार देने के फैसले मजदूरी के स्तर के आधार पर नहीं बल्कि इस आधार पर लेते हैं कि लाभ सुनिश्चित करने के लिए पर्याप्त मांग मौजूद है या नहीं। लेकिन भारत में तो श्रम शक्ति की ‘बाजार सफाया’ कीमत की सोच खास तौर पर मूर्खतापूर्ण है, जहाँ कार्य करने योग्य आयु के आधे लोगों के पास किसी भी प्रकार का रोजगार नहीं है, और रोजगारशुदा आबादी का भी एक अच्छा-खासा हिस्सा विभिन्न प्रकार के स्वरोजगारों के जरिए किसी तरह जीवन चला रहे हैं। श्रम बाजार का सफाया नहीं हो सकता, यानी सभी संभावित मजदूरों को रोजगार नहीं मिल सकता, चाहे श्रम शक्ति का मूल्य कितना भी कम हो, क्योंकि देश की राजनीतिक अर्थव्यवस्था कुल मांग और रोजगार का वह स्तर पैदा कर पाने में अक्षम है। ऐसा इसलिए भी है क्योंकि भारत साम्राज्यवाद की गिरफ्त में है (विकासरुद्ध और विदेशी पूँजी के शिकंजे में)। और इसलिए इसकी विशाल उत्पादक संभावना, करोड़ों लोगों का श्रम एक फिजूल मामला बन जाता है।

‘आप्येक्टस आफ इण्डियाज़ इकॉनमी’ से साभार

## नेटवर्क मार्केटिंग की असलियत

(पेज 40 से जारी)

भलाई है, न कि शोषक पर्जीवी पूँजीपति वर्ग के पीछे चलते हुए उसके इशारों पर नाचने व उसके बिछाये जाल में फँसने में। यह तय है कि अंततः उसे अपने वर्ग से टूटकर मजदूर वर्ग में शामिल होना ही है। अतएव इस मकड़जाल से बचें। जो फँस चुके हैं, वे इस चक्रव्यूह से निकलने की कोशिश करें; अन्यथा इसका बड़ा ही भयानक परिणाम भोगना पड़ेगा।

(\* संदर्भ—नेटवर्क मार्केटिंग से संबंधित प्रचार-सामग्री;

जैसे—सी०डी०, कैसेट्स, पुस्तकें, सेमिनारों के भाषण आदि से।)

‘जीवन-चर्चा’ से साभार

## सा विद्या या विमुक्तये

(पेज 22 से जारी)

का सहारा लेकर युवाओं का मत कोसिए। आज शिक्षा सत्ता की अनुगमिनी है। शिक्षा-नीति सत्ताधारी बनाते हैं। शिक्षक औंख मूँदकर उसका अमल करते हैं तो छात्र उन्हें बड़े बाबू, खजांची या टिकट-कलर्क ही समझते हैं। इससे अधिक कुछ भी नहीं। हाँ, जो भी सत्ता-प्रतिष्ठानों के सीमान्तों से बाहर आकर शिक्षक धर्म अनुपालन करेगा, छात्र उसे निश्चय ही सम्मान देंगे।”

भाईजी सहमत नहीं थे, पर चुप थे।