

## बिज़नेस स्टैंडर्ड

वर्ष 12 अंक 143

### कराधान की चिंता

देश में सरकारी वित्त का प्रबंधन कठिन होता जा रहा है क्योंकि राजस्व संग्रह कम है और व्यय प्रतिबद्धताएं बहुत अधिक हैं। यदि समय रहते सुधार के उपाय नहीं किए गए तो देश की आर्थिक वृद्धि पर इसका असर जारी रहेगा। राजस्व की बात करें तो कर प्रशासन की अपर्याप्तता खासकर वस्तु एवं सेवा कर (जीएसटी) के मामले में ऐसा होने से संग्रह

पर बुरा असर पड़ रहा है। नियंत्रक एवं महालेखा परीक्षक (सीएजी) की एक हालिया रिपोर्ट बताती है कि जीएसटी, जिसे देश के इतिहास के सबसे बड़े सुधारों में से एक माना जा रहा था, वह वांछित तरीके से काम नहीं कर रहा है और उसके क्रियाव्ययन में कुछ मसले बरकरार हैं।

उदाहरण के लिए सीएजी का कहना है

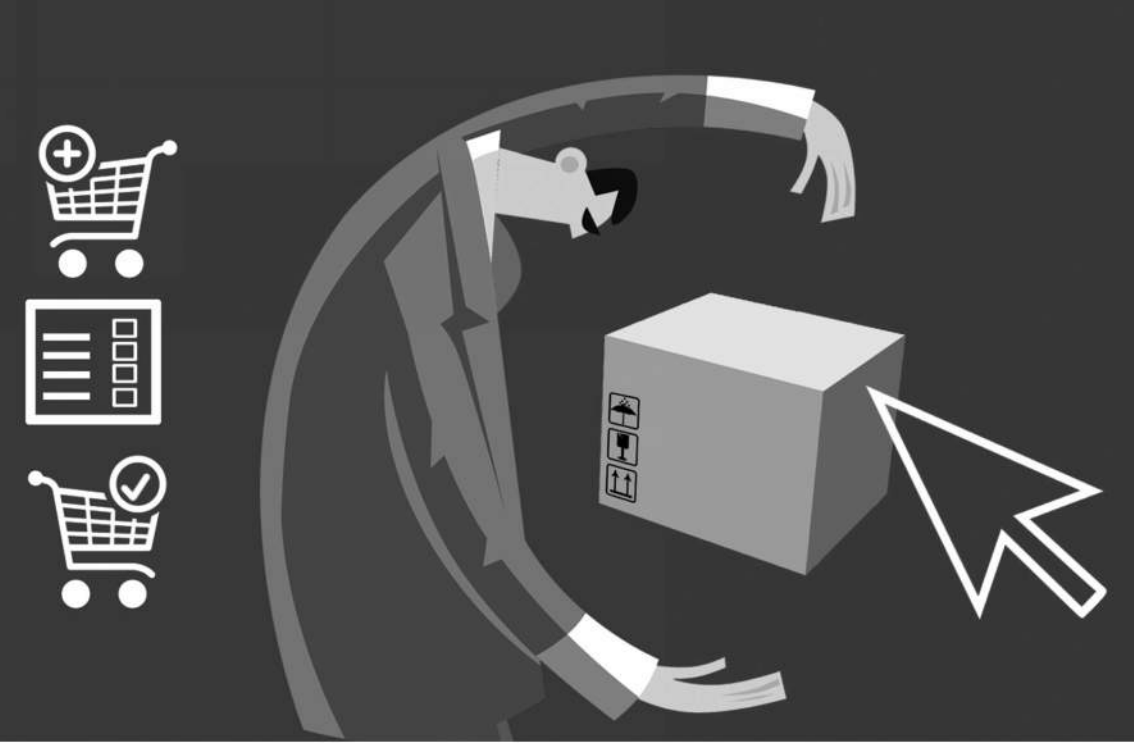
कि शुरुआत के दो वर्ष बाद भी सिस्टम की वैधता वाला इनपुट टैक्स क्रेडिट का इनवॉइस से मिलान अब तक नहीं हो पा रहा है। अनुमान के मुताबिक ही व्यवस्थागत कमियों का असर राजस्व संग्रह पर पड़ रहा है। उदाहरण के लिए अप्रत्यक्ष कर संग्रह में बढ़ोतरी 2017-18 में घटककर 5.8 फीसदी रह गई। इससे ठीक पिछले वर्ष यह बढ़ोतरी 20 फीसदी थी। गत वित्त वर्ष के लिए अनुमानित संग्रह का अनुमान भी कम किया गया। व्यवस्थागत कमियों के कारण इंटीग्रेटेड जीएसटी (आईजीएसटी) का भी उपयुक्त निस्तारण नहीं हो सका। ऐसे में जीएसटी दरों में कटौती के बजाय जीएसटी परिषद यदि व्यवस्था सुधार के लिए काम करे तो अधिक बेहतर होगा।

सरकारी अंकेक्षण ने प्रत्यक्ष कर प्रशासन में कुछ ढांचागत मसलों का भी उल्लेख किया। एक ओर जहां संग्रह और अनुपालन में इजाफा हुआ, वहीं प्रशासन में भी सुधार की आवश्यकता है। उदाहरण के लिए वर्ष 2017-18 के अंत में मांग का बकाया 11 लाख करोड़ रुपये तक है। कर विभाग को लगता है कि इसका 98 फीसदी हिस्सा वसूल कर पाना काफी मुश्किल होगा। इतना ही नहीं कर संबंधी कई मामले विभिन्न अदालतों में उलझे हुए हैं। स्पष्ट है कि कर नियमों को सहज बनाने की आवश्यकता है। ऐसा करने से कानूनी मामले कम करने में सहायता मिलेगी और संग्रह में सुधार होगा। आशा की जानी चाहिए कि नई प्रत्यक्ष कर संहिता पर काम कर रहा कार्य बल कानूनी वाद-विवाद

कम करने की राह सुझाएगा। ऐसे में सरकार को व्यय प्रतिबद्धताओं से इतर, कमतर राजस्व संग्रह भी राजकोषीय संतुलन बिगाड़ रहा है। सीएजी द्वारा किए गए आकलन के मुताबिक वर्ष 2017-18 में केंद्र का राजकोषीय घाटा सकल घरेलू उत्पाद के 5.85 फीसदी के बराबर था जबकि सरकार ने इसे 3.46 फीसदी दर्शाया था। इसमें सरकारी उपक्रमों द्वारा ली गई उधारी शामिल थी। यह उधारी सरकारी व्यय को भरपाई के लिए ली गई।

व्यापक स्तर पर देखा जाए तो इसका अर्थ यह हुआ कि केंद्र सरकार, केंद्रीय सरकारी उपक्रम और राज्य सरकारें आम पारिवारिक वित्तीय बचत का इस्तेमाल कर रही हैं। इससे विदेशों से बढ़ती उधारी के पूरे रुख को भी

समझा जा सकता है। यह केंद्र के स्तर पर भी हो रहा है और कंपनियों के स्तर पर भी। इसके अपने जोखिम हैं। सरकार को सीएजी द्वारा कर प्रशासन को लेकर उठाए गए मुद्दों को हल करने की दिशा में काम करना चाहिए। खासकर जीएसटी व्यवस्था में। उसे अपने व्यय का भी नए सिरे से आकलन करना चाहिए। हालांकि यह भी सच है कि मंदी के दौर में व्यय को तार्किक बनाना कठिन होगा, उधर बजट के आंकड़ों को लेकर तमाम आशंकाएं हैं और सरकारी उपक्रमों का ऋण काफी बढ़ा हुआ है। मध्यम अवधि में यह नुकसानदेह हो सकता है। अगर समय रहते जरूरी कदम नहीं उठाए गए तो संकट कहीं अधिक व्यापक हो जाएगा।



विनय सिन्हा

# ब्रांड की विदाई का आ गया वक़्त ?

विपणन की सफलता का आकलन करने में जिस तरह डेटा का इस्तेमाल बढ़ रहा है उससे यह सवाल उठता है कि क्या ब्रांड का अंत हो जाएगा ? विस्तार से बता रहे हैं अजित बालकृष्णन

आती के अकादमिक गर्व और दिखावे की अनदेखी कीजिए। भाषाई दलीलों को तो भूल ही जाइए। आज डेटा यानी आंकड़ों का जमाना है। डेटा विज्ञान विपणन (मार्केटिंग) का नया हथियार है।

मैंने जब यह बात लिखने वाले के बारे में जानकारी जुटाई तो आश्चर्य से अपनी आंख मलता रह गया। इसे लिखने वाले शख्स का ताल्लुक नॉर्थवेस्टर्न यूनिवर्सिटी से था। यही वह विश्वविद्यालय है जहां से प्रोफेसर फिलिप कोटलर आते हैं। कोटलर ने ब्रांड मार्केटिंग की अवधारणा प्रस्तुत की। सन 1967 में आई उनकी किताब 'मार्केटिंग मैनेजमेंट: एनालिसिस, प्लानिंग एंड कंट्रोल' आज 52 वर्ष बाद भी दुनिया के हर कॉलेजारी स्कूल के लिए अनिवार्य मानी जाती है।

मैंने पहले पैराग्राफ में जिस वाक्य का इस्तेमाल किया वह थॉमस मिलर की किताब 'मार्केटिंग डेटा साइंस' से लिया गया है। मिलर स्वयं नॉर्थवेस्टर्न विश्वविद्यालय में हैं। परंतु कोटलर की किताब के उलट यह किताब कंप्यूटर आधारित मॉडल से भरी हुई है और इसमें कंप्यूटर प्रोग्रामिंग की भाषा आर और पाइथन को मदद से मार्केटिंग के मॉडल तैयार किए गए हैं।

अगर प्रोफेसर मिलर की बातें सही हैं तो निश्चित रूप से आने वाले दिनों में हमें यकीनन आज की बड़ी और समृद्ध बाजार शोध कंपनियों, विज्ञापन एजेंसियों, जनसंपर्क कंपनियों आदि की आवश्यकता नहीं पड़ने वाली। इसके अलावा उत्पाद प्रबंधक, विपणन प्रबंधक जैसे रोजगार भी खतरे में पड़ जाएंगे। मीडिया उद्योग की बात करें तो उसका तो जीवन ही विज्ञापन से होने वाली आय है। इसके आधार पर ही ब्रांड बनते और चलते हैं। कहने का मतलब यह कि संपादक शक्ति न केवल बॉलीवुड के सितारों को नुकसान पहुंचाएगी बल्कि क्रिकेट, फुटबॉल और टेनिस जैसे खेलों की भी, जिनके खिलाड़ियों को विभिन्न ब्रांड भारी राशि देते हैं।

ये तमाम आकर्षक उद्योग इस धारणा पर टिके हुए हैं कि हर उत्पाद या सेवा के भौतिक गुणों या उसकी कीमत से परे एक खास तत्व है जो उसके ब्रांड में समाहित है। ब्रांड के अपने तमाम तत्व होते हैं। ब्रांड नाम विशिष्ट और आकर्षक होना चाहिए, एक टैगलाइन होनी चाहिए जो चार या पांच शब्दों में ब्रांड की खासियत समेटे रहे। मिसाल के लिए नाइकी की टैगलाइन कहती है: जस्ट डू इट। इसके अलावा इसमें रचनात्मकता की अलग

भूमिका होती है। एक ब्रांड इन सारी चीजों से मिलकर बनता है।

इन अवधारणाओं के इस्तेमाल की शुरुआती सफलता अमेरिका में नजर आई जहां सन 1947 में डी बियर्स के 'डायमंड्स आर फॉर एवर' (हीरा ही सदा के लिए) अभियान ने हीरो को अमीरों के अलावा आम लोगों के बीच प्रेम की अभिव्यक्ति की प्रतीक बना दिया। सन 1954 में मार्लबोरो मैन अभियान ने मार्लबोरो सिगरेट को शानदार मर्दों की पसंद के तौर पर स्थापित किया। इस बीच कोलगेट पामोलिव, यूनिलीवर और अन्य कंपनियों के साबुनों के विज्ञापनों की भरमार रही। सन 1950 के दशक में साबुनों के इन विज्ञापनों का इतना प्रभाव था कि जिन रेटिड्यो और टेलीविजन कार्यक्रमों में ये विज्ञापन आते थे उनको सोप ओपेरा कहा जाने लगा। उन आर्थिक और तकनीकी ताकतों पर पुनर्दृष्टि डालना उचित है जिनकी बदौलत ब्रांड विज्ञापनों का यह जबरदस्त सिलसिला शुरू हुआ। ऐसा इसलिए क्योंकि ये हमें मौजूदा ब्रांड विरोधी गतिविधियों को समझने में मदद कर सकते हैं। 20वीं सदी के शुरुआती दौर में रसायनिक तकनीक का उदय हो चुका था और इसके चलते रसायनों के माध्यम से बनने वाले व्यापक उत्पाद

मसलन साबुन, डिजर्ट, सिगरेट, नाश्ते में काम आने वाले अनाज आदि चीजें आसपास की छोटी-मोटी किराना दुकानों की शोभा बढ़ाने लगे। खासतौर पर अमेरिका में इन वस्तुओं के बड़े उत्पादकों पर अपनी वस्तुओं को दूसरों से अलग दिखाने का दबाव था। विज्ञापनों पर भारी खर्च करने की उनकी इच्छा के कारण अचानक उभार और वृद्धि देखने को मिली। पहले उनका विस्तार बढ़ा और उसके बाद रेटिड्यो और टेलीविजन पर विज्ञापनों का दौर शुरू हुआ। सन 1960 के दशक में ब्रांड इक्विटी जैसी अवधारणाएं चर्चा में आने लगीं, विज्ञापन एजेंसियों ने ऐसी सेवाएं प्रदान करना शुरू कर दिया। कोटलर ने इसी संदर्भ में मार्केटिंग का सिद्धांत दिया था और कहा था कि मांग को प्रभावित करने में ब्रांड उतना ही प्रभावी है जितनी कि मांग।

एक संभावना यह भी है कि प्रोफेसर मिलर की तरह सोचने और ब्रांड छवि या ब्रांड की अवधारणा को खारिज करना केवल एक किस्म की अतिरंजना हो जिसका संबंध नई तकनीक के आगमन से है। सलाहकार फर्म गार्टनर ने इसे लेकर एक सिद्धांत पेश किया है जिसे वे 'हाइप साइकिल' कहते हैं। हाइप साइकिल की शुरुआत तब होती है जब कोई तकनीकी नवाचार तो हो गया हो लेकिन वाणिज्यिक रूप से व्यवहार्य और इस्तेमाल करने लायक उत्पाद अभी सामने आने हों। बहरहाल शुरुआती प्रचार जल्दी ही उम्मीदों का बोझ भी डाल देता है। जल्दी ही पता चलता है कि इसके साथ ढेर सारी नाकामियां भी जुड़ी हैं और सफलताएं ब्रह्म सीमित हैं। इसके बाद आता है मोहभंग का दौर। कई उत्पादक कारोबार से बाहर हो जाते हैं जबकि कई अन्य साहस के साथ डटे रहते हैं और शुरुआती तौर पर अपने उत्पाद बना लेते हैं। इसके पश्चात आता है वह दौर जहां कई वर्ष लंबी अवधि के बाद उत्पाद सामने आता है और मूल वादे के परीक्षा की घड़ी होती है। इसके पश्चात ही नई तकनीक को अपनाने का सिलसिला शुरू होता है।

फिलहाल क्लिक, फॉर्म भरने, कार्ट में शामिल करने, ऑर्डर, ऑर्डर स्वीकार करने के रूप में विपणन के जो तरीके सामने आ रहे हैं और इन्हें लेकर जो आपाधापी है वह आकलन के उन पुराने तौर तरीकों से एकदम अलग है जहां इस आधार पर जांच परख की जाती थी कि उत्पाद के कितने प्रतिशत संभावित ग्राहक उसे लेकर जागरूक हैं, किनकी उसमें रुचि है, लेने के इच्छुक हैं या ले चुके हैं।

देखने पर यह एक किस्म की प्रगति को परिलक्षित करता है क्योंकि यह वास्तविक नतीजों का आकलन करता है। परंतु शुरुआती चरणों का आकलन न करके क्या हम ऑनलाइन विज्ञापन तकनीक को हाइप साइकिल में मोहभंग के खतरनाक चरण की ओर ले जा रहे हैं ? हकीकत के करीब आकलन तभी हो पाएगा जब वही मशीन से सीखने वाला मॉडल जागरूकता, रुचि और इच्छा जैसे शुरुआती चरणों पर भी लागू होगा और आकलन करेगा। कहा जा सकता है कि गणितीय नवाचार का एक बड़ा स्वरूप अभी हमारे सामने आना शेष है।

(लेखक 22 भारतीय भाषाओं में एक पुस्तक लिख रहे हैं। यह पुस्तक नि:शुल्क होगी और कक्षा 8 के बच्चों को मशीन लर्निंग से परिचित कराएगी।)

## वित्त सचिव के तबादले को लेकर कई तरह के कयास

एक वित्त सचिव को अपेक्षाकृत कम महत्त्व वाले दूसरे मंत्रालय में स्थानांतरित करना अस्वाभाविक है। किसी भी सरकारी अधिकारी के लिए, खासतौर पर भारतीय प्रशासनिक सेवा के अधिकारी के लिए वित्त सचिव का पद बहुत बड़ी उपलब्धि माना जाता है। वित्त मंत्रालय में पांच सचिव होते हैं। उनमें से केवल एक वित्त सचिव बन पाता है जो सभी समक्षों में प्रथम होता है। अधिकांश वित्त सचिवों का करियर सेवानिवृत्ति से समाप्त नहीं होता। वे प्रायः समितियों के अध्यक्ष बनते हैं या नियामकीय संस्थाओं में चले जाते हैं। कई बार उन्हें अन्य सरकारी संस्थानों का सदस्य भी नियुक्त किया जाता है।

आश्चर्य नहीं कि मोदी सरकार ने 24 जुलाई को तत्कालीन वित्त सचिव सुभाष चंद्र गर्ग को विद्युत मंत्रालय का सचिव बनाकर स्थानांतरित किया तो इस पर सरकारी और राजनीतिक हलकों में तुरंत चर्चा शुरू हो गई। सीधा सवाल यह था कि लगभग दो वर्ष की सेवा अवधि के बाद अचानक ऐसा क्या हुआ कि गर्ग का स्थानांतरण कर दिया गया ?

गर्ग को उनकी टिप्पणियों के लिए जाना जाता था जिन्हें उनके आलोचक साहसिक लेकिन गैर जिम्मेदार मानते थे। आरबीआई के साथ उनके रिश्ते तनावपूर्ण थे। आरबीआई तथा भारतीय प्रतिभूति एवं विनियम बोर्ड (सेबी) जैसे अन्य नियामकों के मन में इस बात की आशंका थी कि गर्ग ऐसे कदमों को बढ़ावा दे सकते हैं जो उनके अधिकार क्षेत्र से सीमित करने वाले हों। बाजार भी वर्ष के मध्य में सरकार की ऋण योजनाओं को लेकर गर्ग की घोषणाओं से चिंतित था।

परंतु अधिकांश वरिष्ठ अफसरशाहों के मामलों की तरह सभी यह संदेह नहीं हुआ कि गर्ग सरकारी के निर्देशों का पालन नहीं कर रहे हैं। वह हमेशा सरकार के निर्देश मानते नजर आते। ऐसे में अगर गर्ग आरबीआई के अधिशेष भंडार से अधिक हिस्सा चाहते थे या वह अपने वक्तव्यों से आरबीआई गवर्नर को नाराज कर रहे थे तो किसी ने यह नहीं सोचा कि उनके अधिकार को सरकार का समर्थन हासिल नहीं है। सरकारी तंत्र में अफसरशाह अपने बूते कुछ नहीं करते। वे राजनैतिक नेतृत्व के आदेश का पालन करते हैं। गर्ग



दिल्ली डायरी

ए के भट्टाचार्य

वित्त सचिव सुभाष चंद्र गर्ग को उनकी टिप्पणियों के लिए जाना जाता था जिन्हें उनके आलोचक साहसिक लेकिन गैर जिम्मेदार मानते थे

भी इसके अपवाद नहीं थे। यहां तक कि जब गर्ग ने बजट में बाहरी बाजारों से उधारी के लिए संवित्ति बॉन्ड जारी करने की बात पर अमल शुरू किया तब भी वह सरकार को ही बात मान रहे थे। सरकार को गर्ग को वित्त मंत्रालय से विद्युत मंत्रालय भेजना क्या आवश्यक लगा ? इससे भी अहम बात है कि तबादले के एक दिन बाद ही गर्ग ने यह क्यों कहा कि उन्होंने सरकारी सेवा से स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति चाही थी ? ये घटनाएं बताती हैं कि सरकार ने जब गर्ग को विद्युत मंत्रालय स्थानांतरित किया था तभी एक पृष्ठभूमि बन गई थी।

साथ ही ये घटनाएं बताती हैं कि गर्ग को सरकारी सेवा से अलग होने का अपना इरादा सार्वजनिक करने में कतई हिचक नहीं थी। क्या गर्ग सरकार द्वारा स्थानांतरित किए जाने को लेकर अपना विरोध जाहिर कर रहे थे ? यहां दो तारीखें अहम हैं। 17 जुलाई को पूर्व आरबीआई गवर्नर विमल जालान की अध्यक्षता वाली एक समिति ने इस बात पर चर्चा की कि केंद्रीय बैंक का अधिशेष किस प्रकार सरकार के साथ साझा किया जा सकता है। गर्ग भी इस समिति के सदस्यों में शामिल थे। खबरों के मुताबिक उन्हीं रिपोर्टों और समिति की अनुशंसा पर हस्ताक्षर करने से मना कर दिया। अगले दिन यानी 18 जुलाई को गर्ग प्रधानमंत्री कार्यालय में एक बैठक

में शामिल हुए जहां उनके मुताबिक उन्होंने स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति की योजना पर चर्चा की। उन्होंने खुद बताया कि उन्होंने अपनी तय सेवानिवृत्ति से एक वर्ष से भी अधिक पहले इस विषय पर चर्चा की।

गर्ग को विद्युत मंत्रालय क्यों स्थानांतरित किया गया और बाद में उन्होंने जल्द स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति की बात सार्वजनिक क्यों की, इन सवालों के जवाब 17 और 18 जुलाई की बैठकों में छिपे हैं। ऐसा प्रतीत होता है कि गर्ग ने जालान समिति के साथ जो रवैया दिखाया, उसमें उन्हें समिति के सदस्यों और सरकार, दोनों जगह समर्थन नहीं मिला। बहुत संभव है कि गर्ग का स्थानांतरण उन दो दिनों में घटी घटनाओं की वजह से किया गया हो।

एक अन्य कारक था जिसने गर्ग के लिए हालात को कठिन बना दिया। भारतीय अर्थव्यवस्था में धीमापन आने लगा था, वैश्विक स्तर पर कई तरह की दिक्कतों का सामना करना पड़ रहा है। बजट में कई प्रावधान ऐसे थे जिन्होंने बाजार और उद्योग जगत को निराश किया। ऐसी स्थिति में सरकार का अपने वित्त सचिव को बिजली मंत्रालय भेजने का निर्णय उन लोगों के लिए भी संकेत है जो बजट प्रावधान और अर्थव्यवस्था की स्थिति को लेकर चिंतित हैं। गर्ग की विदाई को आर्थिक प्रबंधन के लिए जिम्मेदार अधिकारियों के दंड के रूप में देखा गया। गर्ग की स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति की घोषणा को स्थानांतरण के खिलाफ उनके प्रतिरोध के रूप में देखा गया।

बीते दो दशक में केवल तीन वित्त सचिवों को कम महत्त्व वाले मंत्रालयों में स्थानांतरित किया गया। सन 2000 में पीयूष मांकड़ को उद्योग मंत्रालय और सन 2014 में अरविंद मायाराम को पहले पर्यटन मंत्रालय और बाद में अल्पसंख्यक मामलों के मंत्रालय भेजा गया था।

अब गर्ग को विद्युत मंत्रालय भेजा गया है। ये तमाम स्थानांतरण भाषाया सरकार के कार्यकाल में किए गए। न तो मांकड़ और न ही मायाराम ने स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति चाही। दोनों ने अपना कार्यकाल पूरा किया लेकिन वे न अलग राह चुनी। यही वजह है कि उनके स्थानांतरण और स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति की वजह को लेकर अटकलें लगा लगीं।

## कानाफूसी

संसद में चर्चा के लिए समय का अभाव

गत 4 जुलाई को 15 राजनीतिक दलों के सदस्यों ने राज्य सभा में प्रेस की आजादी को मजबूत करने को लेकर अल्पावधि की चर्चा का अनुरोध किया। इनमें से अधिकांश सदस्य विपक्षी दलों से थे। परंतु इस नोटिस पर हस्ताक्षर करने वालों में भारतीय जनता पार्टी के सांसद सुब्रमण्यन स्वामी भी शामिल थे। सरकार ने सुझाव दिया कि इसके बजाय केंसर के मरीजों को बुनियादी सुविधाएं और सस्ता उपचार देने के विषय पर चर्चा की जाए। राज्यसभा में बुधवार को केंसर वाले विषय पर चर्चा का हुआ और अगले घंटे की चर्चा गंगा सफाई अभियान पर भी हुई। विपक्ष से कहा गया कि राज्य सभा के पास मौजूदा सत्र में प्रेस की आजादी पर चर्चा के लिए वक़्त नहीं है। गौरतलब है कि संसद का यह मान्यून सत्र 7 अगस्त को समाप्त हो रहा है।

### थोड़ी सी प्रतीक्षा

भारतीय जनता पार्टी के वरिष्ठ नेता लालजी टंडन ने मध्य प्रदेश के नये राज्यपाल के रूप में पदभार ग्रहण कर लिया है। परंतु अभी आधिकारिक आवास में प्रवेश के लिए उन्हें थोड़ी प्रतीक्षा करनी पड़ रही है। फिलहाल वह राज भवन के प्रेसिडेंट सुइट में रह रहे हैं। उन्हें यह प्रतीक्षा इसलिए करनी पड़ रही है क्योंकि उत्तर प्रदेश के राज्यपाल के रूप में स्थानांतरित हुई प्रदेश की पिछली राज्यपाल जनता पार्टी के सांसद सुब्रमण्यन स्वामी भी भोपाल स्थित मध्य प्रदेश का राजभवन पूरी तरह खाली नहीं किया है। उनके खाली कराने के बाद टंडन पूजा अर्चना के पश्चात आधिकारिक आवास में प्रवेश करेंगे। इस बीच राजभवन में कुछ सुधार कार्य भी चल रहा है, जो तब तक पूरा हो जाएगा।



## आपका पक्ष

फर्जी जमा योजनाओं से सावधानी जरूरी

सरकार द्वारा समय-समय पर मीडिया में विज्ञापन देकर अधिक पैसे कमाने का लालच देने वालों से बचने की सलाह जारी की जाती है। फिर भी लोग लालच में फंस जाते हैं। कई कंपनियां सावधि जमा कराती हैं और अंत में दोगुने से अधिक पैसे देने की बात कहती हैं। बाद में ऐसी कंपनियों जमा पैसे लेकर भाग जाती हैं। ऐसी कंपनियों को पॉजी योजना चलाने वाली कंपनी कहते हैं। पॉजी कंपनियों ग्रामोण क्षेत्रों के लोगों को अपना शिकार बनाती हैं। पश्चिम बंगाल, बिहार, झारखंड तथा ओडिशा में कई पॉजी कंपनियों का खुलासा हुआ है। पश्चिम बंगाल की रोज वैली तथा शारदा चिटफंड इसका उदाहरण है। सरकार के शिकंजे में आई इन कंपनियों का मामला फिलहाल अदालत में चल रहा है। इन पॉजी कंपनियों पर लगाम लगाने के लिए संसद में एक विधेयक पारित किया गया है जिसमें पॉजी योजनाओं पर



प्रतिबंध लगाने और ऐसे मामलों का अदालतों में छह माह में निस्तारित करने का प्रावधान है। पॉजी कंपनियों चैन बनवा कर काम करती हैं। इसके एजेंट किसी एक व्यक्ति को ग्राहक बनाकर उनसे पैसा जमा कराते हैं। इसके बाद उस ग्राहक को किसी अन्य को ग्राहक बनाने पर उसे फायदा देने का लालच देते

फर्जी जमा कंपनियों पर लगाम लगाने के लिए संसद में एक विधेयक पारित किया गया है

हैं। पॉजी कंपनी सावधि जमा में पहले तो कुछ लोगों को पूरा पैसा लौटा देती है। इससे लोगों में कंपनी के प्रति विश्वास कायम हो जाता है। बाद में अधिक पैसे

जमा होने पर कंपनी फरार हो जाती है। अब नए कानून के तहत किसी व्यक्ति को ऐसा प्रचार नहीं करना चाहिए जो सत्य पर आधारित नहीं हो। इसके अलावा पुलिस पॉजी कंपनी चलाने वाले परिसर या व्यक्ति के घर पर बिना वारंट के छापे मार सकती है। लोगों को भी ऐसे लालच से बचना चाहिए तथा अपनी जमापूंजी नहीं लगानी चाहिए। अजित कुमार, नई दिल्ली

### खारे पानी को मीठा बनाने की कवायद

इजरायल के प्रधानमंत्री बेंजामिन नेतन्याहू ने भारत का दौरा किया था। उन्होंने प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी को समुद्र के खारे पानी को पेयजल में बदलने वाला एक वाहन तोहफे में दिया था। आज पूरे विश्व में जलसंकट छाया हुआ है। पृथ्वी

पर मौजूद पानी का लगभग 70 प्रतिशत भाग खारा है जो समुद्र में है। शेष 30 प्रतिशत पानी में भी पीने लायक सिर्फ करीब 3 फीसदी है। पानी के संकट को देखते हुए सरकार ने खारे पानी को पेयजल योग्य बनाने की दिशा में कदम उठाए हैं। नीति आयोग देश में पीने के पानी के संकट से निपटने के लिए समुद्र के खारे पानी को पीने योग्य बनाने के लिए संयंत्र लगाने के प्रस्ताव को पार कर रहा है। इन संयंत्रों को देश के तटीय क्षेत्रों में लगाने का प्रस्ताव है। देश में करीब 7,500 किलोमीटर तटीय क्षेत्र हैं। अगर सरकार को यह योजना सफल होती है तो समुद्र तट के पास रहने वालों के लिए यह वरदान साबित होगा। इस साल गर्मी के दिनों में चेन्नई में पेयजल संकट गहरा गया था। चेन्नई के अलावा कई शहरों में भी हर साल पानी की कमी की समस्या उत्पन्न हो जाती है। अगर समुद्र के पानी को पीने योग्य बना लिया जाता है तो पानी की समस्या का कुछ हद तक हल हो जाएगा। आनंद शर्मा, नोएडा

पाठक अपनी राय हमें इस पते पर भेज सकते हैं : संपादक, बिजनेस स्टैंडर्ड लिमिटेड, 4, बहादुर शाह जफर मार्ग, नई दिल्ली - 110002. आप हमें ईमेल भी कर सकते हैं : lettershindi@bmail.in उस जगह का उल्लेख अवश्य करें, जहां से आप ईमेल कर रहे हैं।