



જે વિશ્વ પર્યાવરણ દિવસ છે જે એક સકારાત્મક પરિવર્તનને પ્રેરણા આપવાનું વૈશ્વિક પ્લેટફોર્મ છે. 150થી વધુ દેશોના લોકો આ સંયુક્ત રાષ્ટ્રના આંતરરાષ્ટ્રીય દિવસમાં ભાગ લે છે. 1973માં તેની શરૂઆત થઈ ત્યારથી આ ઈવેન્ટનું નેતૃત્વ યુનાઈટેડ નેશન્સ એન્વાયર્નમેન્ટ પ્રોગ્રામ (UNEP) દ્વારા કરવામાં આવ્યું છે. વિશ્વ પર્યાવરણ દિવસ, દર વર્ષે વિશ્વભરમાંથી લાખો લોકોને, સરકારને અને ખાસ કરીને બિઝનેસીસને પૃથ્વીના રક્ષણ અને પુનઃસ્થાપિત કરવાના પ્રયાસમાં એકસાથે લાવે છે. ઘણી બધી કંપનીઓ પર્યાવરણની જાળવણી માટે ઘણાં પગલાં ભરે છે અને ભરવાની તૈયારી બતાવે છે જેને આપણે કોર્પોરેટ સોશયલ રિસ્પોન્સિબિલિટી (CSR) તરીકે જાણીએ છીએ.

આજના સમયમાં CSR એ જૂનો વિચાર થઈ ગયો છે. હવે કંપનીઓ ટ્રિપલ બોટમ લાઈન (TBL) કન્સેપ્ટ પ્રમાણે સંચાલન કરે છે. TBL અભિગમ એ CSR અભિગમનું વિસ્તરણ છે જે કંપનીની લાંબા ગાળાની સ્થિરતા પર વિશેષ ભાર આપે છે. આજના બિઝનેસ લીડર્સ એ વાત સારી રીતે સમજી ગયા છે કે લાંબાગાળા માટે બિઝનેસ કરવો હોય તો ટૂંકાગાળા માટે CSR કરવાથી નહીં ચાલે. આજની પેઢીના ગ્રાહકો ફક્ત ખરીદી નથી કરતા પરંતુ કંપનીઓ પોતાની સામાજિક જવાબદારી કેવી રીતે નિભાવે છે તે પણ ધ્યાનથી જુએ છે. હવે કંપનીઓએ પોતાના બિઝનેસ અભિગમમાં જ CSR સામેલ કરી લેવું પડે એમ છે. અલગથી CSR કરવાથી કે બતાવાથી નહીં ચાલે. ટૂંકમાં પહેલાં બિઝનેસ માટે એક જ બોટમ લાઈન હતી એ છે નફો. આજે બિઝનેસ એક બોટમ લાઈનથી નહીં ચાલે. હવે કંપનીઓએ ત્રણ બોટમ લાઈન વિષે વિચારવું પડશે અને ત્રણ બોટમ લાઈન વચ્ચે સંતુલન જાળવવું પણ એટલું જ જરૂરી છે. આજે ટ્રિપલ બોટમ લાઈનને વિસ્તૃત રીતે સમજીએ.

1981માં, ફ્રી એક્સપેન્ડિંગ 'સોશયલ ઓરિન્ટેડ-એ મેનેજમેન્ટ ટૂલ ફોર કોઓપરેટીવ વર્કિંગ' નામના એક પ્રકાશનમાં ટ્રિપલ બોટમ લાઈનને સ્પષ્ટ કર્યું હતું, જ્યાં તેમણે દલીલ કરી હતી કે સાહસોને નાણાકીય કામગીરી, સામાજિક સંપત્તિ બનાવટ અને પર્યાવરણીય જવાબદારી અંગે માપવા અને જાણ કરવી જોઈએ. ત્યાર બાદ જહોન એલ્કિંગટો દ્વારા 1994માં તેમના પુસ્તક 'કેનિબલ્સ વિથ ફોર્કસ: ધી ટ્રિપલ બોટમ લાઈન ઓફ 21 સેન્યુરી' માં તેનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો હતો. ટ્રિપલ બોટમ લાઈન એ હિસાબી માળખું છે જેમાં ત્રણ ભાગો છે: સામાજિક, પર્યાવરણીય અને નાણાકીય. આ ત્રણેય પરિમાણોને સવિસ્તાર સમજીએ.

૧. પીપલ (સામાજિક)

બિઝનેસ માટે સૌ પ્રથમ મહત્વના છે પીપલ એટલે કે લોકો એટલે કે સમાજ અર્થાત્ બિઝનેસની જવાબદારી. TBLનો આ અભિગમ કંપનીના કર્મચારીઓ, સંકળાયેલા મજૂર અને કંપની જ્યાં વ્યવસાય કરે છે તે વિશાળ સમુદાયને ધ્યાનમાં લે છે. ટ્રિપલ બોટમ લાઈન અનુસરતી કંપની હંમેશાં નફાકારક વેતન ચૂકવે છે અને સપ્લાયરની ફેક્ટરીઓમાં પણ માનવીય કાર્યકારી સ્થિતિની ખાતરી કરવા પગલાં લે છે. આવી કંપની હંમેશાં પોતાની આવકમાંથી સમાજને કેંક પાછું આપવાનો પ્રયાસ કરતી હોય છે.

આ બોટમ લાઈનને માપવા માટે ઉપયોગમાં લેવાતાં પરિબલોમાં સલામત કાર્યકારી વાતાવરણ, વાજબી પગાર; વિવિધતા, સમાનતા અને સમાવેશની પહેલ; સપ્લાયર તરીકે નાના અને લઘુમતી-અથવા મહિલાઓની માલિકીના વ્યવસાયોનો ઉપયોગ; માનવ અધિકાર માટે સમર્થન અને સખાવતી દાનનો સમાવેશ થાય છે

૨. પ્લેનેટ (પર્યાવરણીય)

આજે આખી દુનિયામાં એવી દલીલો થઈ રહી છે

ટ્રિપલ બોટમ લાઈન - CSRનું વિસ્તરણ



કે ઉદ્યોગો પોતાના ફાયદા માટે કુદરતનું નુકસાન કરી રહ્યા છે અને બધી રીતના પ્રદૂષણો ફેલાવી રહ્યા છે. TBLનો પ્લેનેટ અભિગમ એવો ભાગ સૂચવે છે કે કોઈ સંસ્થા તેના બરાબ પર્યાવરણીય પદ્ધતિને શક્ય તેટલા ઓછા કરવાનો પ્રયાસ કરે છે. સોલિડ અને E ક્યરો ઘટાડવો, નવીનીકરણીય ઊર્જામાં રોકાણ કરવું, કુદરતી સંસાધનોનું વધુ કાર્યક્ષમ રીતે સંચાલન કરવું, ઉત્પાદનોનું રિસાઈકલિંગ કરવું અને લોજિસ્ટિક્સમાં સુધારો કરવો, સુધારેલ ક્યરો વ્યવસ્થાપન, સુવ્યવસ્થિત શિપિંગ પ્રથાઓ અને નૈતિક રીતે સ્ત્રોત સામગ્રીનો ઉપયોગ વગેરે આ પ્રયત્નોમાં શામેલ હોય શકે છે. આજના ગ્રાહકો પણ વિવિધ કંપનીઓ આ પ્રકારના કાર્યો બરાબ રીતે કરે છે કે નહીં એની પૂરતી ચકાસણી કરે છે અને આ અભિગમ અનુસરતી કંપનીને વધુ પ્રાધાન્ય આપે છે. IT વિભાગ

રિધીશ બેશી

પહેલોને અમલમાં મૂકીને મોટી ભૂમિકા ભજવી શકે છે જે ડેટાસેન્ટર્સ અને IT સિસ્ટમ્સને વધુ ઊર્જા કાર્યક્ષમ બનાવે છે.

૩. પ્રોફિટ (નફો)

TBLનો ત્રીજો અભિગમ નફો છે જે પહેલાંના સમયની કંપનીઓનો એક માત્ર અભિગમ હતો. હવે કંપનીઓએ સામાજિક અને પર્યાવરણીય જવાબદારી નિભાવવાની સાથે નાણાકીય રીતે સક્ષમ થવું જરૂરી છે. કંપનીએ નફો કરવો એટલે જરૂરી છે કે નફો ન કરનારી કંપની દેશ અને સમાજ ઉપર આર્થિક બોજરૂપ બને છે. તેને સિક યુનિટ કહેવામાં આવે છે. તે નુકસાન કરીને દેશને પાછળ કરે છે તેમ જ રોજગારનું સર્જન પણ નથી કરી શકતું. આપણે જોઈએ છીએ કે સરકાર અમુક કંપનીઓને બચાવવા પ્રજાના કરોડો રૂપિયા ખર્ચે છે. કંપની નફો કરે તો આ બધું અટકાવી શકાય તદ્દુપરાંત એનો અર્થ એવો નથી કે નાણાકીય પરિણામો મેળવવા સામાજિક

નૈતિક વ્યવસાય પ્રથાઓ અને ગ્રાહકો અને સપ્લાયરો સાથે ઉચિત વ્યવહાર જેવાં પરિબલોનો સમાવેશ થઈ શકે છે. વ્યાવસાયિક ભાગીદારો અને સમુદાયો માટે કંપની બનાવેલ વધારાના આર્થિક મૂલ્યનો પણ સમાવેશ કરી શકાય છે. તે વિચારણાઓને કારણે, આને કેટલીક વાર નફાને બદલે સમૃદ્ધિ કહેવામાં આવે છે જેથી તે પ્રતિબિંબિત થાય કે તેમાં માત્ર કંપની કેટલા પૈસા કમાય છે તે સામેલ નથી પરંતુ તેની સાથે જોડાનારા સૌની સમૃદ્ધિ થાય છે

કેટલાક પડકારો

ટ્રિપલ બોટમ લાઈન લાગુ કરવાના કેટલાક પડકારો પણ છે. ટ્રિપલ બોટમ લાઈનને માપવું મુશ્કેલ છે કારણ કે નફો એકદમ ચોખ્ખી રીતે માપી શકાય છે જ્યારે સામાજિક અને પર્યાવરણીય પરિબલો માપવા મુશ્કેલ છે અને તેમના માપના સામાન્ય એકમની શોધ કરવી એ એક પડકાર છે. તદ્દુપરાંત કંપનીઓ ઘણી વાર TBL ખ્યાલની અવગણના કરે છે કારણ કે તે તેમના નાણાકીય લક્ષ્યો અને નફો મેળવવાની વ્યૂહરચનાઓને અવરોધે છે. ઈકો-ફ્રેન્ડલી પ્રેક્ટિસ જેવી કે ક્યરોને રિસાઈકલિંગ કરવાથી પેઢીને સામાન્ય કરતાં વધુ ખર્ચ થઈ શકે છે. વિશ્વભરના ઘણા કોર્પોરેટ TBLનો માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના તરીકે ઉપયોગ કરે છે જે સમાજ અને ઈકોલોજીની સુધારણા માટે ન પણ હોય. દરેક સંસ્થા, પ્રોજેક્ટ અથવા સ્થાન માટે જુદા જુદા મેટ્રિક્સ અપનાવી શકાય છે જે તેના માટે સૌથી વધુ અર્થપૂર્ણ હોય. જેમ કે કોઈ રેસ્ટોરન્ટ પર્યાવરણને અનુકૂળ પેકેજિંગ પર સ્વિચ કરીને અથવા બચેલા પાષાણપદાર્થો સ્થાનિક ઘરવિહોણા આશ્રયમાં આપીને કે ક્યરોનું ઓછું ઉત્પાદન કરીને TBL અનુસરી શકે છે. એક કાર ઉત્પાદક ઓછા પ્રદૂષિત વાહનોના નિર્માણ તરફ વળીને તેની પ્રગતિને માપી શકે છે.

ટ્રિપલ બોટમ લાઈન લાગુ કરવાના કેટલાક પડકારો પણ છે. ટ્રિપલ બોટમ લાઈનને માપવું મુશ્કેલ છે કારણ કે નફો એકદમ ચોખ્ખી રીતે માપી શકાય છે જ્યારે સામાજિક અને પર્યાવરણીય પરિબલો માપવા મુશ્કેલ છે અને તેમના માપના સામાન્ય એકમની શોધ કરવી એ એક પડકાર છે

કે પર્યાવરણીય જવાબદારીમાં બાંધણી કરવી. કંપનીએ નફો કરવો એટલો જ જરૂરી છે જેટલું જરૂરી છે સામાજિક અને પર્યાવરણીય જવાબદારી નિભાવવી. પરંતુ ટ્રિપલ બોટમ લાઈનના ભાગ રૂપે, આ બોટમ લાઈન નફાના સરળ માપદંડો પર અટકી જતું નથી. ઉદાહરણ તરીકે, તેમાં