

आइआइएम के बिजनेस कॉन्क्लेव रैंडिक्स में रिलायंस इंडस्ट्रीज के उपाध्यक्ष मनोज प्रसाद ने कहा

आज के बुका वर्ल्ड में तेजी से बदल रहा है जमाना सिर्फ व्यक्ति का विश्वास और परंपरा ही है स्थायी

लाइफ रिपोर्टर @ रांची

भारतीय प्रबंधन संस्थान (आइआइएम) रांची का दो दिवसीय बिजनेस कॉन्क्लेव रैंडिक्स-2018 रविवार को समाप्त हो गया। दो दिवसीय कॉन्क्लेव में विश्वास जमाने और उसे बरकरार रखने के लिए नैतिकता का बोध जागृत करने की बातें सामने आयीं। दूसरे दिन रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड के उपाध्यक्ष मनोज के प्रसाद ने कहा कि बुका वर्ल्ड (वोलाटिलिटी, अंसर्टेन्टी, कंप्लेक्सिटी और एंबिग्यूअटी) में तेजी से बदलते जमाने की बातें सामने आ रही हैं। इसमें एक ही चीज स्थायी है, वह है व्यक्ति का विश्वास और परंपरा।

20 वर्षों की नौकरी में चार-पांच प्रमोशन मायने नहीं रखता
मनोज प्रसाद ने कहा कि आज डिजिटल जमाना है। अब 20 वर्षों की नौकरी के कार्यकाल में चार या पांच प्रमोशन (प्रोन्नति)

मायने नहीं रखता है। अब नये युग के युवाओं को काम के बदले त्वरित प्रोन्नति चाहिए। उन्होंने कहा कि कई कॉर्पोरेट घराने इस पर काम कर रहे हैं। तकनीकी, प्रोसेस और लोगों से जमाने को बदल रहे हैं। कॉर्पोरेट घरानों का काम एक लैपटॉप, इंटरनेट कनेक्शन और स्मार्ट फोन से हो रहा है। इसके लिए दफ्तर आने की जरूरत भी नहीं है, क्योंकि दफ्तर में तीन से पांच घंटे तक सिर्फ कंप्यूटिंग करने और समय व्यतीत करने से उत्पादकता बढ़ नहीं सकती है। दफ्तर के आने-जाने में जो समय लगता है, वह अलग है।

जरूरत के आधार पर मिल रही हैं अस्थायी नौकरियां

उन्होंने कहा कि गिग (जीआइजी) इकोनॉमी में अस्थायी नौकरियां जरूरत के आधार पर मिल रही हैं। इसमें प्रोन्नति की जरूरत ही नहीं है। रिलायंस इंडस्ट्रीज अपने मानव संसाधन को डिजिटल प्लेटफॉर्म पर लाने की तैयारी कर रही है। इसके लिए नियुक्ति की प्रक्रिया

से लेकर सेवानिवृत्ति तक की प्रक्रियाओं को ऑनलाइन किया जा रहा है। रिलायंस ने अपने सात किलोमीटर तक फैले मुंबई कार्यालय में हर तरह की सुविधाएं दी हैं। आइटीसी की तरफ से तबादलावाले कर्मियों को उनके बच्चों के स्कूलों में दाखिले से लेकर मकान तक की सहुलियत दी जा रही है। अब एचआरबीपी (ह्यूमन रिसोर्स बिजनेस पार्टनर) और एचआरबीओ (बिजनेस यूनिट) की तर्ज पर काम हो रहा है। रीयल टाइम आधार पर कर्मचारियों की संतुष्टि सेवा ऑनलाइन की जा रही है। इसका बेहतर उदाहरण है ओला और उबर। तीन निगेटिव फीडबैक पर ड्राइवर का तीन मिनट वीडियो सेशन होता है, तभी वह दूसरे दिन जाँब पर जा सकता है।

पहले विश्वास बनायें

केलोग्स के पूर्व प्रबंध निदेशक अनुपम दत्ता ने कहा कि पहले विश्वास बनाने की आवश्यकता है। अब सोशल मीडिया पर आनेवाली प्रतिक्रिया किसी भी उत्पाद की सफलता पर



आइआइएम के रैंडिक्स-2018 में कॉर्पोरेट जगत के लोगों ने विद्यार्थियों को अहम जानकारियां दीं।



मायने रखती है। जेएनजे कंपनी (फार्मा) ने अपने सभी उत्पाद इसलिए बर्बाद कर दिये, क्योंकि वे ग्राहकों की संतुष्टि में खरा नहीं उतर सके। एक समय ब्रिटानिया का विज्ञापन स्वस्थ खाओ, तन मन जगाओ काफी पॉपुलर हुआ था। ग्राहकों की मांग अब सुबह से लेकर शाम

तक बदलती रहती है। इसको ध्यान में रख कर ही उत्पाद बाजार में लाया जाना चाहिए। फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर जैसे सोशल मीडिया में शेयरिंग एक्सपीरियंस से काम हो रहा है। ओल्ड स्पाइस का विज्ञापन इसलिए प्रचलित हुआ, क्योंकि उसने वैसे कंटेंट डाले,

जिसे दर्शकों ने काफी पसंद किया। एलएनटी फाइनांस की सीएसआर हेड ऋचा पंत ने कहा कि सीएसआर के जरिये समाज के अंतिम व्यक्ति तक पहुंचा जा सकता है। डिलोलाइट इंडिया के संदीप चटर्जी ने भी सफ्टाई चैन मैनेजमेंट पर अपना अनुभव साझा किया।