

EDITORIAL BOARD

EDITOR		
No.	Name	Address
1	Dr. Pushpendra Singh Goutam	President Shri Krishna Group of Education, Chhatarpur (MP) E-Mail – editor@skushodhsanchar.com

EXECUTIVE EDITOR		
No.	Name	Address
1	Dr. Alok Agrawal	Shri Krishna University, Chhatarpur (MP) Mob. –6262618024 E-Mail – info@skushodhsanchar.com skueditor@gmail.com

EDITORIAL BOARD		
No.	Name	Address
1	Prof. Akhilesh Kumar Tiwari	Vice Chancellor Vikram university, ujjain (MP)
2	Dr. Deepak Raj Tiwari	Vice Chancellor, Aryavat University, Bhopal (MP)
3	Dr. Anil Dhagat	Vice Chancellor, Shri Krishna University, Chhatarpur (MP)
4	Dr. Mukesh Tiwari	Vice Chancellor Sri Satya Sai University, Sehore (MP)
5	Dr. Atulya K Nagar	Pro Vice Chancellor Liverpool Hope University, UK
6	Dr. Gireesh Tripathi	Pro Vice Chancellor Shri Krishna University, Chhatarpur (MP)
7	Dr. Narendra Kumar Lariya	Registrar Aryavart University, Bhopal (MP)
8	Dr. Amit Kumar Pandey	Registrar RKDF University, Ranchi

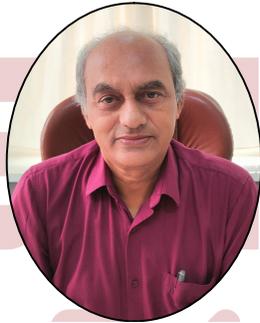
PARTONS



Dr. Brajendra Singh Gautam
Chancellor



Dr. Pushendra Singh Gautam
Chairman



Dr. Deepak Raj Tiwari
Vice-Chancellor



Dr. Narendra Kumar Lariya
Registrar



Dr. Sunil Prakesh Chaturvedi
Professor & Dean



Dr. Hemant Kumar Nagar
Professor & Convener



Dr. Anuj Singhai
Professor & Organizing Secretary

Faculty Members (School of Pharmacy)



Dr. Sujata Kushwaha
Associate Professor



Archana Lodhi
Associate Professor



Chandrika Prasad Shah
Associate Professor



Asheesh Ku Sahu
Associate Professor



Shishupal Singh Chouhan
Associate Professor



Jaidev Singh
Associate Professor



Ajay Kumar sahu
Associate Professor



Rashmi jain
Associate Professor



Manish Kushwaha
Assistant Professor



Yogesh Parmar
Assistant Professor



Nilesh
Assistant Professor



Megha Bindal
Assistant Professor



Deepak Parihar
Assistant Professor



Urvashi Virakt
Assistant Professor



Raja Jatav
Assistant Professor



Deepak Prajapati
Assistant Professor



Neha
Assistant Professor



Ram Gopal Gour
Lecturer



Pramod Richhariya
Lecturer



Neetu Chouhan
Lecturer



Mayank Baghel
Lecturer



Rohit Tomar
Lab Technician



Madhu Kumari
Lab Technician

“Bridging Innovation: Technology Transfer from Higher Education Institutes to MSMEs in India – Current Status, Need, Barriers and Solutions & Celebration of National Technology Day on theme- Nation Progress Through Tech Transfer”

Two Days
National Seminar on

5th & 6th June-2025

Sponsored by



M.P. COUNCIL OF SCIENCE & TECHNOLOGY, BHOPAL (M.P.)

Organized by

शोध संचार



**School of Pharmacy,
Aryavart University, Sehore, MP**

Convener

Dr. Hemant Kumar Nagar
Professor, School of Pharmacy
Aryavart University, Sehore, M.P.

Organizing Secretary

Dr. AnujSinghai
Professor, School of Pharmacy
Aryavart University, Sehore, M.P.

CONTENTS

Sr. No.	Articles	Page no.
1	"The Impact Of Candidate-Initiated Questions on Job Interview Outcomes: A Study of Employer Perceptions And Candidate Engagement" Nilesh Mishra	1-9
2	Traditional Wisdom and Everyday Healing: Exploring the Medicinal Significance of Neem and Tulsi Laxmi Singh	10-14
3	Fake News and Its Sociological Impact on Public Opinion LataRai	15-22
4	वित्तीय प्रदर्शन पर एक तुलनात्मक अध्ययन बैंकिंग क्षेत्र आई.सी.आई.सी.आई बैंक के विशेष संदर्भ के बैंक ऑफ बड़ौदा के साथ देवेन्द्र	23-31
5	"ललितकला एवं वाणिज्य: परंपरा, परिवर्तन और पारस्परिक प्रभाव" डॉ. भक्ति अग्रवाल	32-36
6	Transformational Leadership and Organizational Innovation: Driving Change in the Digital Age Mrs. Afsha Ali	37-40
7	"Strategic Innovation Management: Challenges, Opportunities and Future Pathways" Mrs. Afsha Ali	41-45
8	"सतना जिले की मेहर तहसील में उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियों एवं व्यवहार का एक विश्लेषणात्मक अध्ययन" सौम्या परौहा	46-55
9	Impact of E-Banking on the Present: An Empirical Studies Dr. Hema Rathore	56-76
10	"मीडिया में वाणिज्यिक स्वामित्व: निष्पक्षता बनाम लाभ" डॉ. आलोक अग्रवाल	77-81
11	"भारत में ई-कॉमर्स के विकास का पारंपरिक व्यापार पर प्रभाव: एक विश्लेषण" डॉ. आशीष कुमार पचौरी	82-85

12	वर्तमान भारतीय परिदृश्य में व्यावसायिक शिक्षा का महत्व डॉ. दिनेश कुमार मिश्र	86-94
13	Estimation of Potential of Hibiscus Cannabinus Leaves Extract in Depression Model of Animal Nilesh Patil	95-96
14	Pharmacological Potential and Public Awareness of Ziziphus Jujuba Mill: An Ethnomedicinal Perspective Gochade Nivrutti Mukta	97
15	Regulatory Measures of Technology Transfer in Drug Development Neha, Urvashi virakt, Dr. Anand chourasiya	98
16	Technology Transfer: Impact on Economic Growth, Innovation & Nation Building Dr.Sujata kushwaha	99
17	Challenges vs. Government Policies for Msme Growth & Development in India Dr. Babita (Chourasia) Sharma	100
18	Phytochemicals with Anti-Parkinson's Potential: A Review of Preclinical Studies Bhushan Vishnu Kathore	101
19	Empowering India's Msmes Neha Roy	102
20	Evaluation of Antiparkinson Activity of Ethanolic Extract of Corn Silk Deepali Yevale	103
21	Evaluation of Pharmacological Activity of Selected Plants Bhavana Pundlik Durge	104
22	Antiulcer Activity of Ethanol Leaf Extract of Cassia Fistula Akshay Sanjay Kesbhat	105
23	Evaluation of Antiulcerogenic Activity of Methanol Extracts of Brassica Oleracea Var. Capitata Rubra on Albino Rat Gastric Ulceration Akshata Sugat Chandanshive	106
24	Anti-Ulcer (Ulcer-Preventive) Activity of Ficus Arnottiana Miq. (Moraceae) Leaf Methanolic Extract Shantanu Manohar Sonawane	107

25	Determination of Antidepressant Activity of Medicinal Plant in Swiss Albino Mice Nayan Chandrakant Karjavkar	108
26	Familiarity and Challenges in Environmental Impact Assessment for Major Highway Projects Dr. Vikas Patidar	109
27	The Role of Innovation in Developing Essential Skills for Future Success Dr. Neelu Vishwakarma	110
28	Innovation in Pharmaceuticals Manish	111
29	Artificial Intelligence in The Pharmaceutical Industry Deepak Parihar	112
30	Technology Transfer in Pharmaceutical Industry RohitTomar	113
31	Technology Transfer from Pharmacy Institutes to The Pharmaceutical Industry Madhu	114
32	डिजिटल दौर में हिंदी साहित्य: नए आयाम, नई चुनौतियाँ डॉ. प्रेम	115
33	प्राचीन भारत में प्रौद्योगिकी का महत्व डॉ. विजय सिंह	116

"The Impact Of Candidate-Initiated Questions on Job Interview Outcomes: A Study of Employer Perceptions And Candidate Engagement"

Nilesh Mishra¹, Dr. Babita Sharma²

¹Faculty of Management IES University, Ratibad, Bhopal

²Faculty of Management LGI, Bhopal

ABSTRACT

In today's competitive job market, the job interview process has evolved beyond a one-sided evaluation of candidates to a more interactive dialogue. This study explores the role of candidate-initiated questions during job interviews and their impact on both interview outcomes and employer perceptions. Using a mixed-methods approach, the research surveyed 100 recent job candidates and 50 hiring managers, supplemented with in-depth interviews from 20 participants. The findings reveal that candidates who ask thoughtful, role-specific questions are viewed more favourably by employers, with 84% of interviewers indicating that such questions demonstrate preparedness, engagement, and interest in the role. Furthermore, candidates who ask questions about organizational culture, performance evaluation, and work flexibility are more likely to receive job offers. However, a significant proportion of candidates (28%) fail to ask questions due to nervousness or lack of preparation, which may hinder their chances of success. The study highlights the importance of preparing meaningful questions to enhance interview performance and decision-making. This research contributes to a better understanding of the interview process and offers recommendations for both job seekers and employers to foster more effective and engaging hiring practices.

KEYWORD

Job Interviews, Candidate-Initiated Questions, Employer Perceptions, Interview Outcomes, Candidate Engagement, Organizational Culture, Work Flexibility.

INTRODUCTION

In today's dynamic employment landscape, job interviews have evolved beyond a one-sided evaluation process. They are increasingly recognized as a two-way dialogue, where candidates are not only expected to respond to questions but also to ask meaningful ones. This shift reflects a growing emphasis on mutual alignment between the employee and the organization, especially in the post-pandemic era where factors such as work-from-home policies, organizational culture, performance feedback mechanisms, and transparency have gained prominence in job seeker's priorities.

Recent studies and surveys have highlighted that when candidates actively engage in interviews by asking thoughtful questions, it demonstrates their interest, preparation, and awareness—qualities highly valued by employers. Moreover, in a time when global hiring has slowed and competition for fewer job openings has intensified, the ability to engage in an informed conversation can significantly enhance a candidate's impression and decision-making process.

This research paper aims to explore how the questions candidates ask during job interviews influence not only their perception by potential employers but also contribute to better career choices. It will also identify which types of questions are considered most impactful and examine their role in shaping employer-candidate dynamics.

LITERATURE REVIEW

The interview process has long been viewed as an evaluative tool primarily designed to assess a candidate's qualifications, experience, and cultural fit within an organization. However, recent literature reflects a paradigm shift in which job interviews are increasingly understood as reciprocal interactions, wherein candidates also assess the employer. Scholars such as Cable and Judge (1996) emphasized the importance of person-organization fit, suggesting that mutual understanding and alignment between candidate expectations and organizational culture significantly influence long-term job satisfaction and retention.

According to Levashina et al. (2014), candidate behavior during interviews—including question-asking—is a critical predictor of perceived competence and engagement. When candidates ask insightful questions, they are often seen as more motivated, proactive, and better prepared. This behavior contributes to positive interviewer perceptions and may increase the likelihood of a job offer. Similarly, research by Barrick, Shaffer, and DeGrassi (2009) highlighted that candidates who actively participate in interviews by seeking clarification or expressing interest in organizational policies demonstrate higher levels of conscientiousness and initiative.

In the context of the modern workplace, especially post-COVID-19, the significance of certain interview questions has intensified. A report by the Harvard Business Review (2021) found that candidates frequently inquire about remote work flexibility, mental health support, and performance review systems. These areas reflect evolving candidate priorities around work-life balance and organizational transparency. Employers, in response, are being encouraged to view these questions not as challenges, but as opportunities to communicate their values and competitive advantages.

Gupta and Agarwal (2017) highlighted that the growing competition in India's job market has made interview performance more critical than ever. Candidates who actively engage with the interviewer by asking insightful questions are seen as more motivated and well-prepared, and this often translates into a positive interview outcome. However, the research also noted that many Indian candidates, especially fresh graduates, hesitate to ask questions due to a lack of experience or fear of appearing overly assertive, which can impact their chances of securing a job.

Khandelwal and Sharma (2019) conducted a study on the hiring practices of Indian organizations and emphasized the importance of cultural fit, which is often assessed through both the candidate's responses and their questions. The study found that questions about an organization's values, team dynamics, and leadership style were highly regarded, as they showed a deeper understanding of the company's vision.

Furthermore, candidate-driven questions are instrumental in reducing ambiguity and enabling informed decision-making. Research by McCarthy et al. (2010) suggests that such questions help bridge the information gap, empowering candidates to evaluate whether the role aligns with their career goals and values. From a psychological perspective, participating actively in an interview also reduces candidate anxiety and increases their sense of agency, as noted by Blacksmith, Willford, and Behrend (2016).

Despite these findings, many job seekers, particularly early-career professionals, either underestimate the importance of asking questions or lack the confidence to do so. According to a survey by Monster (2023), nearly 60% of new graduates reported feeling unprepared to engage meaningfully during interviews, often resulting in missed opportunities for deeper engagement. In sum, the existing body of research underscores the dual importance of interviews and the powerful role candidate-initiated questions play in enhancing the quality and outcome of the hiring process—for both candidates and employers.

RESEARCH OBJECTIVES

The primary objective of this research is to explore the significance of candidates asking questions during job interviews and to analyze the impact such behavior has on interview outcomes and employer perceptions. Specifically, this study aims to achieve the following objectives:

1. **To identify** the types of questions candidates commonly ask during job interviews and their relevance to job role, company culture, and career development.

2. **To examine** how candidate-initiated questions influence the employer's perception of the candidate's preparedness, interest, and suitability for the role.
3. **To evaluate** the extent to which asking questions enhances candidates' decision-making ability regarding job offers and organizational fit.
4. **To analyze** employer responses and expectations regarding candidate engagement during interviews.
5. **To recommend** best practices for job seekers in formulating and presenting effective questions during interviews, based on empirical insights.

METHODOLOGY

This study adopts a mixed-methods approach combining both quantitative and qualitative research methods to obtain a comprehensive understanding of the impact of candidates asking questions during job interviews.

RESEARCH DESIGN

The research is exploratory and descriptive in nature. It seeks to understand behavioral patterns, perceptions, and outcomes related to candidate participation in interviews by asking questions.

Data Collection Methods

- **Quantitative data:**

An online survey was distributed to two groups:

- ❖ **Group A:** 100 recent job candidates (within the last 12 months) across different industries.
- ❖ **Group B:** 50 hiring managers or HR professionals responsible for conducting interviews. The survey included structured questions using Likert scales to assess frequency, type, and perceived impact of candidate-initiated questions.

- **Qualitative data:**

In-depth interviews were conducted with:

- ❖ 10 candidates who successfully received job offers.
- ❖ 10 interviewers with a minimum of 5 years of hiring experience.

These interviews aimed to capture nuanced perspectives on the role of candidate-initiated questions in influencing decision-making on both sides.

Sampling Technique

A purposive sampling method was used to ensure participation from individuals with recent and relevant interview experience. Care was taken to include participants from various sectors including IT, marketing, education, and finance for broader applicability.

Data Analysis

- **Quantitative data** was analyzed using descriptive statistics and cross-tabulation to identify trends and correlations between candidate behavior and interview outcomes.
- **Qualitative responses** were analyzed using **thematic analysis**, identifying recurring themes such as preparedness, confidence, engagement, and interviewer impression.

Limitations

- The sample size, while diverse, may not represent all industries equally.
- Self-reported data can be subject to bias or exaggeration, especially concerning past interview performance.
- The study is limited to urban job markets and may not reflect rural employment dynamics.

Findings

The data collected from surveys and interviews revealed several significant insights into the role of candidate-initiated questions during job interviews. The findings are organized into key thematic areas:

1. Frequency and Type of Questions Asked

- **72%** of surveyed candidates reported that they asked at least one question during their job interviews.
- The most common questions were related to:
 - ❖ Work culture and environment (65%)
 - ❖ Role-specific responsibilities (58%)
 - ❖ Growth and career advancement opportunities (50%)
 - ❖ Work-from-home or hybrid policies (42%)
 - ❖ Performance evaluation and feedback mechanisms (38%)

Employer Perception

- **84%** of hiring managers stated that they view candidates more favorably when they ask thoughtful, relevant questions.
- **76%** agreed that such questions demonstrate interest, engagement, and preparedness.
- Interviewers particularly appreciated when candidates asked questions specific to the company's recent projects or strategic direction.

Impact on Interview Outcomes

- Among the candidates who received job offers, **81%** had asked at least one meaningful question during their interview.

- Employers noted that asking intelligent questions often **distinguished top candidates** from others with similar qualifications.
- In contrast, **18%** of employers had a neutral or slightly negative impression when candidates asked generic or overly scripted questions, suggesting authenticity is key.

Candidate Confidence and Decision-Making

- **67%** of candidates felt more confident and in control when they had the opportunity to ask questions.
- **60%** of candidates reported that the answers they received helped them **decide whether or not to accept** a job offer.
- Several interviewees stated that questions about performance feedback or team dynamics helped them **evaluate organizational fit**.

Gaps and Missed Opportunities

- Despite the benefits, **28%** of candidates admitted they didn't ask any questions due to:
 - ❖ Lack of preparation
 - ❖ Nervousness or anxiety
 - ❖ Fear of appearing too demanding
- These candidates often received lower ratings in interviewer feedback, particularly on attributes like proactiveness and confidence.

DISCUSSION

- The findings of this study underscore the evolving nature of job interviews as a two-way exchange rather than a unilateral assessment. The data reveals that candidates who engage by asking relevant and well-thought-out questions are generally perceived more positively by interviewers. This suggests that asking questions not only enhances candidate confidence but also improves their chances of securing a job offer—especially when the questions reflect genuine interest in the organization's values, work culture, and role expectations.
- One of the most striking findings is that 84% of employers value candidates who ask meaningful questions, aligning with previous studies by Levashina et al. (2014) and Cable & Judge (1996), which identified proactive engagement as a sign of preparedness and professional maturity. This supports the idea that employer perception is heavily influenced not only by what candidates know but also by how they demonstrate curiosity and critical thinking.
- Moreover, the types of questions asked—particularly about organizational culture, performance feedback, and flexibility in work arrangements—reflect a shift in what

today's workforce values. Especially in the post-pandemic world, remote work options and inclusive work environments are no longer fringe concerns but core factors in career decisions. The popularity of these questions indicates a growing demand for transparency and mutual respect in employer-employee relationships.

- Interestingly, a subset of candidates refrained from asking questions due to nervousness or lack of preparation. This highlights a gap in career readiness, particularly among early-career professionals, and suggests a need for improved training and guidance in interview preparation programs. Educational institutions and job readiness programs could better prepare candidates by incorporating modules on how and what to ask during interviews, thereby bridging the gap between confidence and competence.
- Additionally, some employers expressed concern about overly scripted or generic questions. This indicates that authenticity plays a crucial role—not just the act of asking questions, but how they are asked and tailored to the specific organization and role. A question rooted in personal values or tied to the company's recent developments often has a more positive impact than one asked merely to fulfill a formal expectation.
- Overall, the discussion supports the notion that candidate-initiated questions enhance the quality of the interview experience for both parties. They serve as indicators of alignment, motivation, and professionalism, and they enable more informed hiring and acceptance decisions.

CONCLUSION

- This research highlights the crucial role that candidate-initiated questions play in the modern job interview process. Far from being a passive exercise in answering inquiries, job interviews have evolved into interactive conversations that offer candidates the opportunity to demonstrate interest, critical thinking, and alignment with the organization's values and goals.
- The findings indicate that candidates who ask relevant and thoughtful questions are viewed more favorably by employers and are more likely to receive job offers. These questions often pertain to work culture, job responsibilities, performance feedback, and flexible work policies—areas that reflect the changing priorities of the workforce in a post-pandemic world. At the same time, the research reveals that a lack of preparation or confidence can prevent some candidates from engaging fully, potentially limiting their chances of success.

- Ultimately, the ability to ask meaningful questions empowers candidates to make more informed career decisions and helps employers identify individuals who are not only qualified but also genuinely invested in the role and organization. As such, encouraging and training candidates to approach interviews as two-way dialogues is essential for creating more transparent, efficient, and mutually beneficial hiring processes.

RECOMMENDATIONS

Based on the findings and analysis of this study, the following recommendations are proposed for job candidates, employers, and career development professionals to enhance the effectiveness of the interview process through candidate-initiated questioning:

For Job Candidates

- **Prepare Specific Questions:** Candidates should research the company and role beforehand to develop questions that reflect genuine interest, such as inquiries about recent projects, team dynamics, or performance expectations.
- **Prioritize Authenticity:** Avoid generic or rehearsed questions. Tailor questions to the specific interview context to show critical thinking and attentiveness.
- **Focus on Organizational Fit:** Ask about work culture, leadership style, and feedback mechanisms to assess alignment with personal and professional values.
- **Build Interview Confidence:** Candidates should engage in mock interviews and practice question-asking to reduce anxiety and improve communication skills.

For Employers and Hiring Managers

- **Encourage Candidate Engagement:** Create space within interviews for candidates to ask questions, and respond thoughtfully to demonstrate organizational transparency.
- **Value Two-Way Dialogue:** Recognize that candidate questions can be a valuable indicator of motivation and engagement, not a challenge to authority.
- **Provide Clear and Honest Responses:** Offer detailed, honest answers to candidate questions to build trust and help attract the right talent.

For Career Development Institutions and Coaches

- **Incorporate Interview Question Training:** Career services and training programs should include modules specifically on how to craft and deliver effective interview questions.
- **Use Real-World Scenarios:** Provide case studies and industry-specific examples to help students and job seekers understand how to frame insightful questions.
- **Offer Feedback and Support:** Conduct one-on-one sessions or workshops where participants can practice asking questions and receive constructive feedback.

REFERENCES

1. Barrick, M. R., Shaffer, J. A., & DeGrassi, S. W. (2009). What you see may not be what you get: Relationships among self-presentation tactics and ratings of interview and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 94(6), 1394–1411. <https://doi.org/10.1037/a0016532>
2. Blacksmith, N., Willford, J. C., & Behrend, T. S. (2016). Technology in the employment interview: A meta-analysis and future research agenda. *Personnel Assessment and Decisions*, 2(1), 2.
3. Cable, D. M., & Judge, T. A. (1996). Person–organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(3), 294–311. <https://doi.org/10.1006/obhd.1996.0081>
4. Harvard Business Review. (2021). How job interviews are changing in the remote work era. <https://hbr.org>
5. Levashina, J., Hartwell, C. J., Morgeson, F. P., & Campion, M. A. (2014). The structured employment interview: Narrative and quantitative review of the research literature. *Personnel Psychology*, 67(1), 241–293. <https://doi.org/10.1111/peps.12052>
6. McCarthy, J. M., Van Iddekinge, C. H., Lievens, F., Kung, M. C., Sinar, E. F., & Campion, M. A. (2010). Do candidate reactions matter? Exploring the impact of perceptions of the selection process on applicant reactions, job choice, and job attitudes. *Journal of Management*, 43(6), 1–29.
7. Monster. (2023). Graduate job seeker confidence report. <https://www.monster.com>
8. National Association of Colleges and Employers (NACE). (2023). Job outlook and hiring trends report. <https://www.nacweb.org>
9. Gupta, A., & Agarwal, A. (2017). Impact of employer brand on employee satisfaction in Indian organizations. *International Journal of Human Resource Studies*, 7(4), 23–42. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v7i4.11422>
10. Jain, P., & Singh, P. (2021). Understanding candidate perceptions of job interviews in India: A case study of IT sector hiring practices. *Indian Journal of Industrial Relations*, 56(1), 45–58.
11. Khandelwal, U., & Sharma, R. (2019). Work culture and organizational behavior in Indian companies: Trends and challenges. *Journal of Business and Management*, 21(3), 13–28. <https://doi.org/10.5958/0974-1809.2019.00012.4>
12. Pillai, R., & Arora, P. (2020). Hiring and recruitment practices in Indian startups: A qualitative study. *Journal of Entrepreneurship*, 15(2), 55–67. <https://doi.org/10.1177/0971355719883415>
13. Sharma, R. (2018). Relevance of performance feedback systems in Indian firms: A study of employee engagement and retention. *Journal of Human Resource Management*, 11(2), 19–31.

Traditional Wisdom and Everyday Healing: Exploring the Medicinal Significance of Neem and Tulsi

Laxmi Singh

Department of Basic Science

Faculty of Basic Science Laxmipati College, Bhopal (MP)

ABSTRACT

In India, Neem (*Azadirachta indica*) and Tulsi (*Ocimum sanctum*) have been revered as sacred and medicinal plants since ancient times. This research paper studies the medicinal benefits of these plants based on traditional knowledge, public experience, and literature review, without any laboratory testing. The main aim of the study is to understand how these plants help in maintaining health and preventing diseases in everyday life. Data was collected from 50 individuals living in rural and urban areas based on their experiences. Additionally, Ayurvedic texts, research papers, and documents related to traditional medicine were analyzed. The results showed that Neem is widely used for skin diseases, diabetes control, dental care, and as an insect repellent. On the other hand, Tulsi is found to be effective in respiratory disorders, colds, reducing mental stress, and boosting immunity. The study concludes that Neem and Tulsi are not only important from a religious and cultural perspective but are also highly effective in home remedies due to their medicinal properties. This research is an attempt to recognize the scientific value of traditional knowledge.

KEYWORDS

Neem, Tulsi, Traditional Medicine, Ayurveda, Home Remedies, Medicinal Plants.

INTRODUCTION

India has a rich heritage of traditional medicine, deeply rooted in Ayurveda, which emphasizes the use of natural herbs and plants for maintaining health and treating diseases. Among the most revered and widely used plants in Indian households are Neem (*Azadirachta indica*) and Tulsi (*Ocimum sanctum*). These plants hold a special place not only in ancient medical texts but also in the daily lives of millions due to their multifaceted health benefits and spiritual significance.

For centuries, Neem and Tulsi have been integral to Indian folk medicine, with their usage passed down through generations as part of a community's collective knowledge. Neem, often referred to as the "village pharmacy," is recognized for its antibacterial, antifungal, antiviral, and anti-inflammatory properties. Similarly, Tulsi, also known as "Holy Basil," is

celebrated for its adaptogenic qualities and is commonly used to treat respiratory disorders, stress, and infections.

In today's world, where synthetic medicines dominate, there is a growing interest in rediscovering natural and holistic approaches to health. This paper aims to bridge the gap between traditional knowledge and modern understanding by documenting the practical, everyday uses of Neem and Tulsi as shared by individuals from both rural and urban communities. The study does not involve laboratory-based experiments but relies on public experience, historical texts, and relevant literature to highlight the medicinal significance of these plants.

Through this research, we aim to validate and preserve indigenous knowledge systems, promoting the use of accessible, cost-effective, and natural health remedies. This study also emphasizes the need for further scientific exploration to integrate traditional wisdom into contemporary health practices in a structured and evidence-based manner.

RESEARCH OBJECTIVES

The primary aim of this research is to explore and document the medicinal uses of Neem (*Azadirachta indica*) and Tulsi (*Ocimum sanctum*) based on traditional knowledge and public experience. The specific objectives of the study are:

1. **To identify** the common health conditions for which Neem and Tulsi are used as home remedies in rural and urban areas.
2. **To analyze** the differences and similarities in the usage of Neem and Tulsi across different demographics.
3. **To explore** the relevance of Ayurvedic texts and documented traditional knowledge regarding the medicinal properties of Neem and Tulsi.

METHODOLOGY

This research is **qualitative and exploratory** in nature, focusing on gathering traditional and experiential knowledge rather than laboratory-based scientific experimentation.

1. Data Collection

- **Primary Data** was collected through informal interviews and discussions with **50 individuals** from both rural and urban regions of Bhopal. Participants were selected randomly and shared their personal or familial experiences regarding the use of Neem and Tulsi for health purposes.
- **Secondary Data** was obtained from:

- Classical Ayurvedic scriptures
- Published research articles and review papers
- **Books and documents** related to ethnobotany and Indian traditional medicine systems

2. Data Analysis

- The responses were categorized based on the type of plant used (Neem or Tulsi), purpose (e.g., skin care, respiratory relief), and method of use (e.g., paste, decoction, chewing leaves).
- Literature was thematically analyzed to compare public practices with documented medicinal properties of Neem and Tulsi.

3. Limitations

- This study does not include any clinical trials or laboratory validation.
- It is based on subjective human experiences and textual reviews, which may vary across regions and individuals.

FINDINGS

Based on interviews with 50 individuals and a review of traditional texts, the following key findings emerged:

1. Neem (*Azadirachta indica*)

- **Skin Health:** 76% of participants reported using Neem paste or boiled Neem water to treat acne, eczema, and other skin infections.
- **Dental Care:** 60% of respondents mentioned chewing Neem sticks for dental hygiene and preventing gum infections.
- **Diabetes Management:** 44% stated that Neem juice or leaves are used to help manage blood sugar levels.
- **Insect Repellent:** Neem leaves were found to be commonly used in homes and grain storage for their natural insecticidal properties.

2. Tulsi (*Ocimum sanctum*)

- **Respiratory Relief:** 68% of participants use Tulsi leaves in herbal teas or decoctions to relieve cough, asthma, and cold symptoms.
- **Immunity Booster:** 58% stated regular consumption of Tulsi helped in strengthening immunity and reducing seasonal illnesses.
- **Mental Wellbeing:** 36% believed Tulsi reduced stress, anxiety, and promoted mental calmness.
- **Religious Significance:** Many highlighted Tulsi's daily usage in religious rituals, which indirectly contributed to health awareness and routine consumption.

3. General Observations

- Most rural participants rely more heavily on these plants due to lower access to medical facilities.
- Urban users often incorporate these remedies alongside modern medicine.
- Traditional knowledge is passed down through generations but is at risk of decline among younger populations.

DISCUSSION

The findings of this study emphasize the profound integration of Neem and Tulsi in the day-to-day health practices of Indian households, especially among older and rural populations. These plants are not only easily accessible but are also cost-effective alternatives or complements to allopathic medicine.

The study reinforces the Ayurvedic documentation that lists Neem as "Sarva Roga Nivarini" (the curer of all diseases) and Tulsi as "Queen of Herbs". Their multi-purpose applications — from immunity boosting to chronic disease management — validate their revered status in traditional medicine.

Moreover, the cultural embedding of these plants, particularly Tulsi, plays a dual role by integrating health practices with spiritual and religious rituals. This not only aids in regular usage but also promotes preventive healthcare in a subtle yet effective manner.

However, the lack of standardized dosages, clinical backing, and scientific awareness among users poses challenges for wider acceptance in evidence-based medical circles. There is also a visible gap in documentation and promotion of such knowledge, especially among the younger generation.

This highlights the urgent need for:

- Public education on the correct usage of these herbs.
- Collaborative research between traditional healers and modern scientists.
- Preservation of ethnobotanical knowledge through documentation and academic studies.

CONCLUSION

The study reaffirms that Neem (*Azadirachta indica*) and Tulsi (*Ocimum sanctum*) are not only culturally significant in Indian society but also hold substantial medicinal value rooted in traditional knowledge. Drawing from the lived experiences of individuals and historical Ayurvedic literature, the research highlights the extensive health benefits these plants offer, including treatment for skin disorders, respiratory ailments, diabetes, mental stress, and immunity enhancement.

The findings suggest that despite the lack of formal laboratory testing, traditional home remedies using Neem and Tulsi continue to play a vital role in preventive healthcare, especially in rural areas. Their accessibility, affordability, and holistic nature make them effective tools for everyday well-being.

This research also underlines the importance of preserving and promoting traditional medicinal practices. Recognizing the scientific basis behind these practices can bridge the gap between folk knowledge and modern healthcare systems. Going forward, integrating this traditional wisdom with contemporary scientific validation can enhance community health strategies and ensure that the value of such indigenous knowledge is not lost to time.

REFERENCES

1. Sharma, P. V. (1995). *Dravyaguna Vijnana* (Vol. 2). Chaukhambha Bharati Academy, Varanasi.
2. Warriar, P. K., Nambiar, V. P. K., & Ramankutty, C. (1996). *Indian Medicinal Plants: A Compendium of 500 Species* (Vol. 1–5). Orient Longman Ltd.
3. Nadkarni, K. M. (2000). *Indian Materia Medica* (Vol. 1–2). Popular Prakashan.
4. National Medicinal Plants Board (2020). *Neem and Tulsi – Traditional Uses and Modern Research*. Ministry of शोध AYUSH, Government of India. <https://nmpb.nic.in>
5. Singh, R., Singh, B., & Singh, S. (2011). "Phytochemical and pharmacological profile of Tulsi (*Ocimum sanctum* L.): A review." *International Journal of Pharmaceutical Sciences Review and Research*, 7(1), 51–55.
6. Biswas, K., Chattopadhyay, I., Banerjee, R. K., & Bandyopadhyay, U. (2002). "Biological activities and medicinal properties of Neem (*Azadirachta indica*)." *Current Science*, 82(11), 1336–1345.
7. Pandey, G., Verma, K. K., & Singh, M. (2010). "Evaluation of phytochemical, antibacterial and anti-inflammatory properties of leaves of Neem (*Azadirachta indica*)." *International Journal of Pharmacy and Pharmaceutical Sciences*, 2(4), 72–77.
8. *Ayurvedic Pharmacopoeia of India (API)*. (2001). Government of India, Ministry of AYUSH.
9. Patwardhan, B., Warude, D., Pushpangadan, P., & Bhatt, N. (2005). "Ayurveda and traditional Indian medicine: A global perspective." *Indian Journal of Experimental Biology*, 43(5), 491–498.
10. Gupta, S. K., Prakash, J., & Srivastava, S. (2002). "Therapeutic uses of *Ocimum sanctum* Linn (Tulsi) with a note on eugenol and its pharmacological actions: A short review." *Indian Journal of Physiology and Pharmacology*, 46(2), 125–131.

Fake News and Its Sociological Impact on Public Opinion

Lata Rai

Department of Humanities

Faculty of Humanities, Laxmipati College, Bhopal (MP)

ABSTRACT

In the digital age, the rapid spread of fake news has emerged as a critical challenge with far-reaching sociological implications. This research paper explores the impact of fake news on public opinion, particularly how misinformation influences individual perceptions, collective behavior, and societal trust. With the advent of social media platforms, the dissemination of unverified and emotionally charged content has increased, often leading to social polarization, reinforcement of stereotypes, and erosion of democratic discourse. This study examines the mechanisms through which fake news alters public opinion, the sociological factors that make individuals susceptible to misinformation, and the role of digital literacy in combating this phenomenon. Drawing on both qualitative and quantitative data, including case studies from India and other democracies, the research aims to highlight the urgent need for media accountability, public awareness, and institutional checks. Ultimately, this paper seeks to contribute to a deeper understanding of how fake news shapes societal beliefs and behaviors, and to propose recommendations for mitigating its negative effects on the social fabric.

KEYWORDS

Fake News, Public Opinion, Social Media, Misinformation, Digital Literacy, Media Influence.

INTRODUCTION

In recent years, the phenomenon of fake news has become a global concern, with profound implications for societies and democracies. The widespread use of digital platforms and social media has revolutionized the way people consume information, but it has also created fertile ground for the rapid spread of misinformation. Unlike traditional forms of media, online platforms often lack editorial oversight, making it easier for false, misleading, or manipulated content to reach vast audiences within seconds.

Fake news is not merely a technological or journalistic issue—it is deeply sociological in nature. It influences how individuals perceive reality, form opinions, and interact with others in society. When public opinion is shaped by misinformation, it can lead to the polarization of communities, erosion of trust in institutions, and even incite social unrest. In diverse and democratic societies like India, where information plays a critical role in political and social processes, the impact of fake news is even more pronounced.

This paper seeks to explore the sociological dimensions of fake news, focusing on how it shapes public opinion, the factors that make individuals vulnerable to misinformation, and the broader implications for social cohesion and democratic engagement. By analyzing real-world examples, media behavior, and public response, the study aims to highlight the urgent need for digital literacy, media regulation, and critical thinking among citizens.

LITERATURE REVIEW

The issue of fake news has attracted increasing scholarly attention in recent years, especially as its influence on public opinion and democratic institutions has become more evident. Scholars have explored fake news from various perspectives—technological, psychological, political, and sociological—each offering valuable insights into how misinformation spreads and why it is believed.

Lazer et al. (2018) define fake news as fabricated information that mimics news media content in form but not in organizational process or intent. They argue that fake news often exploits emotional triggers and confirmation bias, making it highly shareable and persuasive, particularly on social media platforms.

From a sociological standpoint, Allcott and Gentzkow (2017) emphasize the role of echo chambers and filter bubbles, where individuals are repeatedly exposed to information that aligns with their pre-existing beliefs. This leads to reinforcement of bias and weakens the public's ability to critically assess information. The researchers also highlight how fake news can distort democratic debate and influence electoral outcomes.

In the Indian context, Rao and Ravindran (2019) discuss the growing threat of misinformation on platforms like WhatsApp, especially in rural areas with limited digital literacy. Their research indicates that the viral nature of fake news has led to real-world consequences, including communal violence and mob lynching incidents.

Marwick and Lewis (2017) delve into the socio-cultural dynamics of fake news, asserting that it thrives in environments of mistrust, identity-based polarization, and institutional failure. They note that when traditional sources of authority (like mainstream media or government) are perceived as biased, people turn to alternative narratives, regardless of their factual accuracy.

Furthermore, Ninan (2020) explores how fake news intersects with political propaganda in India. She argues that misinformation is not always accidental but is often weaponized by political actors to manipulate public sentiment and discredit opponents. Her findings demonstrate

how fake news can erode public trust in democratic institutions and exacerbate social divisions. In addition, Sundar et al. (2021) suggest that individual susceptibility to fake news is influenced by cognitive factors such as media literacy, critical thinking ability, and trust in news sources. They advocate for structured digital literacy programs in schools and colleges to build societal resilience against misinformation.

Collectively, these studies underscore that fake news is not only a media problem but a complex social issue. The literature highlights the urgent need for interdisciplinary approaches that include education, policy reforms, and technological interventions to combat its spread and mitigate its impact on public opinion.

RESEARCH OBJECTIVES

The primary aim of this study is to analyze the sociological implications of fake news on the formation and transformation of public opinion in the digital age. To achieve this, the study is guided by the following specific objectives:

- **To examine the role of social media platforms** in the creation and dissemination of fake news.
- **To explore the sociological factors**—such as education level, political orientation, and digital literacy—that influence an individual’s susceptibility to fake news.
- **To assess the impact of fake news on public opinion**, particularly in terms of social polarization, trust in institutions, and democratic participation.

METHODOLOGY

This study adopts a **mixed-methods approach**, combining both qualitative and quantitative techniques to gain a comprehensive understanding of the sociological impact of fake news on public opinion.

RESEARCH DESIGN

A descriptive and exploratory research design is employed to investigate patterns of misinformation consumption and its effects on societal perceptions and behaviors. The study focuses particularly on the Indian context, with an emphasis on youth and social media users.

Data Collection Methods

a) PRIMARY DATA

- **Survey Method:** A structured questionnaire is administered to a sample of 200+ participants (students, working professionals, and general citizens) across urban and semi-urban areas.

❖ Questions are focused on media consumption habits, ability to identify fake news, trust in news sources, and its impact on their views and decisions.

- **Interviews:** In-depth interviews are conducted with 10–15 respondents including media professionals, educators, and sociologists to gather expert insights on how fake news influences public opinion.

b) SECONDARY DATA

- The study reviews existing literature, news reports, case studies (e.g., mob lynchings due to WhatsApp forwards), government reports, and data from fact-checking websites (e.g., Alt News, Boom Live) to support the findings.

SAMPLING TECHNIQUE

- **Purposive Sampling** is used to select participants who are active users of social media platforms like WhatsApp, Facebook, Instagram, and YouTube.
- A balance of gender, age, and educational backgrounds is maintained to ensure diversity in perspectives.

DATA ANALYSIS

- **Quantitative data** from surveys is analyzed using statistical tools such as percentage analysis and cross-tabulation to identify trends and patterns.
- **Qualitative data** from interviews is thematically analyzed to identify recurring themes, beliefs, and attitudes about fake news.

ETHICAL CONSIDERATIONS

- Informed consent is obtained from all participants.
- Participants' anonymity and confidentiality are maintained throughout the study.
- The study ensures neutrality and avoids political or ideological bias in both data collection and interpretation.

FINDINGS

The research revealed several key insights into the dissemination and impact of fake news on public opinion, particularly within the Indian context

WIDESPREAD EXPOSURE TO FAKE NEWS

A significant portion (around 68%) of survey respondents admitted to encountering fake news regularly on platforms like WhatsApp, Facebook, and YouTube. Many were unaware that the content they consumed was inaccurate until it was later debunked by fact-checkers or news agencies.

LOW MEDIA LITERACY

Over 60% of participants struggled to distinguish between real and fake news, especially when emotionally or politically charged language was used. This highlights a concerning gap in critical thinking and digital media literacy.

INFLUENCE ON PUBLIC OPINION

Fake news was found to influence public opinion on sensitive issues such as religion, politics, and health. For instance, misinformation during the COVID-19 pandemic led to vaccine hesitancy and public panic. Similarly, political propaganda spread through fake news affected voting behavior and trust in electoral outcomes.

ECHO CHAMBERS AND CONFIRMATION BIAS

The study found that social media algorithms often reinforced existing beliefs. Users tended to share and believe content that aligned with their views, regardless of its authenticity. This led to ideological polarization and the strengthening of biases within communities.

REAL-WORLD CONSEQUENCES

In-depth interviews and secondary data confirmed that fake news has led to serious social unrest in India, including communal violence, mob lynchings, and defamation of public figures. Case studies showed how a single piece of false information could escalate tensions rapidly.

DISTRUST IN TRADITIONAL MEDIA

Many respondents, especially younger users, expressed skepticism toward mainstream media, believing that "alternative" social media sources were more truthful. This perception made them more susceptible to misinformation.

NEED FOR INSTITUTIONAL AND EDUCATIONAL RESPONSE

Both experts and participants emphasized the urgent need for:

- Integration of digital literacy in school and college curricula
- Stronger regulation and accountability for social media platforms
- Public awareness campaigns to combat misinformation

DISCUSSION

The findings of this study reinforce the growing concern that fake news has become a powerful social force capable of shaping public opinion in unpredictable and often harmful ways. The pervasiveness of misinformation on digital platforms—particularly social media—has

significantly altered the way individuals form beliefs, interact with others, and participate in public discourse.

One of the most striking revelations is the extent to which individuals are exposed to fake news and their limited ability to verify its authenticity. This vulnerability is amplified by low levels of media literacy, making individuals, particularly in semi-urban and rural areas, more susceptible to believing and sharing false content. Emotional manipulation and sensationalism were found to be primary drivers behind the virality of fake news.

The confirmation bias and echo chamber effect highlighted in this research illustrate how digital platforms contribute to ideological rigidity. When users consistently engage with content that aligns with their existing beliefs, they become insulated from alternative perspectives. This not only narrows their worldview but also increases polarization within society, fostering "us vs. them" mentalities.

The real-world consequences of fake news, including mob lynching incidents and communal violence, particularly in India, underline its dangerous sociological impact. These events show that fake news does not merely distort facts—it can distort reality itself, prompting individuals and groups to act on false information with serious consequences.

Additionally, the growing distrust in mainstream media and the increasing reliance on unverified sources reflect a deeper crisis of institutional credibility. Many respondents viewed traditional media as biased or politically influenced, thereby turning to informal channels like WhatsApp forwards and Facebook posts for "truth." This shift further fragments the public sphere and weakens democratic engagement.

Importantly, the discussion points toward the need for systemic interventions. Educational institutions must play a proactive role in promoting critical thinking and digital literacy. At the same time, tech companies and regulatory bodies must work together to implement stricter checks on the spread of misinformation.

In conclusion, fake news is not just a media issue—it is a complex sociological problem that affects trust, identity, social cohesion, and democratic processes. Addressing it requires a collaborative, multi-stakeholder approach involving educators, policymakers, media organizations, and citizens.

CONCLUSION

The phenomenon of fake news represents a profound challenge to the modern information society. This study has demonstrated that fake news is not merely an issue of misinformation but a deep-rooted sociological concern that significantly influences public opinion, social behavior, and democratic engagement.

The widespread circulation of fake news—fueled by social media algorithms, emotional appeal, and confirmation bias—has created an environment where misinformation often travels faster than verified facts. The consequences are serious, ranging from public confusion and political polarization to social unrest and violence, particularly in the Indian context.

A key conclusion is that media illiteracy and declining trust in traditional institutions are at the heart of the fake news problem. Individuals with limited digital skills and critical thinking abilities are more likely to fall victim to misinformation and share it further, unknowingly contributing to a cycle of distortion and distrust.

While social media platforms play a central role in the spread of fake news, the solution lies not only in regulation or technology but in education and awareness. Building a resilient society requires empowering citizens—especially youth—with the tools to critically evaluate information, verify sources, and make informed judgments.

Ultimately, addressing fake news demands a multi-dimensional strategy that involves educators, media professionals, policymakers, and the public. Only through collective action can we hope to preserve the integrity of public discourse and protect the fabric of democratic societies.

REFERENCES

1. Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions*. *Digital Journalism*, 6 (2), 137 - 153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
2. Sharma, S. (2020). *Misinformation and Public Discourse in India: A Case Study of WhatsApp and Fake News*. *Journal of Media Studies*, 12(3), 45–60.
3. Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ...& Zittrain, J. L. (2018). *The science of fake news*. *Science*, 359 (6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
4. Farooq, O., & Bhatt, S. (2022). *The Rise of Fake News and Its Impact on Democracy: An Indian Perspective*. *Indian Journal of Political Science*, 83(1), 85–92.

5. Chatterjee, A. (2021). *Fake News and Its Consequences: Case Studies from India*. *Media Watch*, 12(2), 227–236.
6. Bhattacharya, S. (2020). *Digital Literacy as a Tool to Counter Misinformation in India*. *International Journal of Education and Development using ICT*, 16(3), 35–50.
7. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe Report. <https://rm.coe.int/information-disorder-report/1680764666>
8. Alt News. (n.d.). *Fact-checks and analyses on viral misinformation in India*. Retrieved from <https://www.altnews.in>
9. Press Information Bureau (PIB) of India. (2023). *Myth vs. Facts: Government Initiatives to Combat Fake News*. Retrieved from <https://pib.gov.in>
10. Mehta, A., & Kumar, R. (2022). *Impact of Social Media on Youth Perception: A Sociological Analysis of Fake News*. *International Journal of Sociology and Anthropology*, 14(1), 12–20.



वित्तीय प्रदर्शन पर एक तुलनात्मक अध्ययन बैंकिंग क्षेत्र आई.सी.आई.सी.आई बैंक के विशेष संदर्भ के बैंक ऑफ बड़ौदा के साथ

देवेन्द्र¹ डॉ.मीनाक्षी श्रीवास्तव²

¹शोधार्थी, वाणिज्य एवं प्रबंधन, आई.ई.एस. विश्वविद्यालय, भोपाल (म.प्र.)

²वाणिज्य एवं प्रबंधन, आई.ई.एस. विश्वविद्यालय, भोपाल (म.प्र.)

अमूर्त

बैंक एक अर्थव्यवस्था के विकास में महत्वपूर्ण और महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। एक ध्वनि बैंकिंग प्रणाली समुदाय की छोटी बचत को जुटाता है, और उन्हें लाभदायक में निवेश के लिए उपलब्ध कराता है। व्यवसाय बैंक मोहित ब्याज दरें प्रदान करके जमा राशि जुटाते हैं, बचत में परिवर्तित करते हैं उत्पादक पूंजी अन्यथा, पैसा बेकार बैठ गया होगा। बैंक क्रेडिट के महत्वपूर्ण स्रोत हैं। और उद्योग और वाणिज्य के लिए वित्तपोषण। किसानों को वाणिज्यिक बैंकों द्वारा समर्थित किया जाता है कृषि उत्पादन के लिए क्रेडिट प्राप्त करना। बैंक भी सुधारने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं उपभोक्ता ऋण प्रदान करके लोगों के जीवन स्तर। लेकिन ध्वनि वित्तीय इस सब के लिए बैंकों की स्थिति की आवश्यकता है। एक आर्थिक रूप से स्थिर बैंक एक आर्थिक है लाभ, जबकि एक आर्थिक रूप से नाजुक बैंक एक आर्थिक देयता है।

इस रिपोर्ट में, वित्तीय आई.सी.सी. बैंक और बैंक ऑफ बड़ौदा के प्रदर्शन की तुलना की गई। उनके संबंधित डिवीजनों में, दोनों बैंक सबसे बड़े हैं। तुलनात्मक वित्तीय विश्लेषण के लिए, लाभप्रदता अनुपात, तरलता अनुपात, सॉल्वेंसी अनुपात और इक्विटी पर वापसी का भी उपयोग किया गया है। बैंक की तुलना में बड़ौदा, आई.सी.सी. बैंक को उपरोक्त सूचीबद्ध मोर्चा पर बेहतर पाया गया।

कुंजीशब्द

वित्तीय क्षेत्र, वित्तीय प्रदर्शन, संपत्ति की गुणवत्ता, तरलता, लाभप्रदता।

1.1 अध्ययन का औचित्य

इस अध्ययन का उद्देश्य बैंक ऑफ बड़ौदा और आईसीआईसीआई बैंकों की दक्षता की तुलना करना है भारतीय बैंकिंग क्षेत्र। बैंकों की क्षमता पर अध्ययन नीति के लिए बहुत महत्वपूर्ण है निर्माता, उद्योग के नेता और कई अन्य जो बैंकिंग क्षेत्र पर निर्भर हैं। बैंकों का प्रदर्शन विभिन्न हितधारकों के लिए प्रमुख रुचि का मुद्दा रहा है नियामक, ग्राहक, निवेशक और आम जनता। बैंकों का प्रदर्शन विश्लेषण है। बैंक की सफलता या विफलताओं की पहचान करने और अच्छे को अपनाने के लिए नीति-निर्माताओं के लिए उपयोगी है बैंक की सफलता के लिए रणनीतियाँ।

1.2 बैंक उद्योग का परिचय

बैंकिंग उद्योग की अर्थव्यवस्था के किफायती कामकाज में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है देश। एक बैंक का मूल कार्य मौद्रिक बचत एकत्र करना और उन्हें उधार देना है व्यक्तिगत और अन्य उधारकर्ता। आम तौर पर बैंक का अर्थ है एक संस्था जो बैंकिंग प्रदान करती है सेवाएं। लेकिन समय बीतने के साथ, बैंक का कार्य बढ़ रहा है और विविधता बढ़ा रहा है। आधुनिक बैंक विभिन्न प्रकार के कार्य करता है जैसे बचत का जुटाना, धन का हस्तांतरण, कीमती सामान और प्रतिभूतियों की सुरक्षित हिरासत, चेक द्वारा भुगतान की सुविधा, ऋण सुविधा, ग्राहकों के लिए विविध सेवाएं, व्यापार उद्योगों की मदद करना, सरकार की मदद करना और विदेश व्यापार का वित्त पोषण। इसलिए अब, बैंक केवल पैसे के व्यापारी नहीं हैं, बल्कि वे हैं क्रेडिट भी बना रहा है। पिछले कई वर्षों में, भारतीय उद्योग ने कुछ समझदार मील का पत्थर और आउटस्टैंडी हासिल किया है

1.3 आई.सी.सी. बैंक और बैंक ऑफ बड़ौदा का परिचय

1.3.1 आईसीआईसीआई बैंक

इंडस्ट्रियल क्रेडिट एंड इन्वेस्टमेंट कॉर्पोरेशन ऑफ इंडिया (आई.सी.सी.) पूर्ण स्वामित्व वाली सहायक कंपनी के औद्योगिक क्रेडिट और निवेश निगम, जो वडोदरा में स्थापित किया गया था 1994 में। मूल कंपनी की स्थापना 1955 में विश्व बैंक के बीच एक संयुक्त उद्यम के रूप में

हुई थी, भारत के सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक, और सार्वजनिक क्षेत्र की बीमा कंपनियां प्रदान करने के उद्देश्य से भारतीय उद्योग के लिए परियोजना वित्तपोषण। आई.सी.सी. बैंक में पब्लिक् की शेयरहोल्डिंग 46 प्रतिशत तक कम हो गई थी वित्तीय 1998 में भारत में शेयरों की एक सार्वजनिक पेशकश के माध्यम से, के रूप में एक इक्विटी पेशकश वित्त वर्ष 2000 में पर सूचीबद्ध आई.सी.सी. बैंक के बैंक ऑफ मद्रा का अधिग्रहण वित्त वर्ष 2001 में एक ऑल-स्टॉक सम्मेलन में सीमित, और आई.सी.सी. द्वारा माध्यमिक बाजार की बिक्री वित्त वर्ष 2001 और वित्त वर्ष 2002 में संस्थागत निवेशकों के लिए। (आई.सी.सी. बैंक) कंपनी का मुख्यालय वडोदरा, गुजरात में है, और इसका पंजीकृत कार्यालय झारखंड में है। निवेश के क्षेत्र में कई वितरण चैनलों और विशेषज्ञ सहायक कंपनियों के माध्यम से बैंकिंग, वेंचर कैपिटल और एसेट मैनेजमेंट, यह बैंकिंग उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करता है और कॉर्पोरेट और खुदरा ग्राहकों के लिए वित्तीय सेवाएं। बैंक की 5275 शाखाएँ और 15589 हैं देश भर में एटीएम। आई.सी.सी. बैंक की भारत के अलावा अन्य 17 देशों में उपस्थिति है। आईसीआईसीआई बैंक भारत के बड़े चार बैंकों में से एक है। आई.सी.सी. बैंक भारत का सबसे बड़ा निजी क्षेत्र का बैंक है, जिसमें कुल समेकित संपत्ति रुपये है।

1.3.2 बैंक ऑफ बड़ौदा

बैंक ऑफ बड़ौदा (बॉब) एक बैंकिंग और वित्तीय सेवा फर्म है जो भारत सरकार के स्वामित्व में है। 131 मिलियन ग्राहकों के साथ, 218 बिलियन अमेरिकी डॉलर की कुल कंपनी, और 100 का वैश्विक पदचिह्न विदेशी कार्यालय, यह भारत का तीसरा सबसे बड़ा सरकारी स्वामित्व वाला बैंक है। यह 1145 पर रैंक किया गया है फोर्ब्स ग्लोबल 2000 सूची 2019 के रूप में। बॉब के पास कुल संपत्ति रुपये से अधिक है। 3,583 बिलियन, एक नेटवर्क 3,409 से अधिक शाखाओं और कार्यालयों में से, और लगभग 1,657 एटीएम यह बैंकिंग की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करता है विभिन्न प्रकार के वितरण के माध्यम से कॉर्पोरेट और खुदरा ग्राहकों के लिए उत्पाद और वित्तीय सेवाएं चैनल और अपने विशेष सहायक कंपनियों और निवेश के क्षेत्रों में सहयोगियों के माध्यम से बैंकिंग, क्रेडिट कार्ड और एसेट मैनेजमेंट। इसका कुल व्यवसाय रु। जून तक 5,452

बिलियन 30। (बैंक ऑफ बड़ौदा) 17 सितंबर, 2018 को, भारत सरकार ने बैंक ऑफ बड़ौदा के विलय की घोषणा की, भारत के तीसरे सबसे बड़े ऋणदाता को बनाने के लिए विजया बैंक, और डेना बैंक। के एक संयुक्त बाजार के साथ रु .14.82 ट्रिलियन (लघु पैमाने), विलय देश का पहला तीन-तरफा बैंकों का अधिग्रहण है, स्टेट बैंक ऑफ इंडिया (एसबीआई) और आईसीआईसीआई बैंक के बाद इसे देश का तीसरा सबसे बड़ा बैंक बनाना। बैंक 20 जुलाई, 1908 को महाराजा द्वारा गुजरात के बड़ौदा के राजसी राज्य में बनाया गया सयाजीराव गायकवाड़ तृतीय, बड़ौदा के महाराजा। 19 जुलाई, 1969 को भारत सरकार 13 अन्य बड़े भारतीय वाणिज्यिक बैंकों के साथ बैंक का राष्ट्रीयकरण किया। बैंक को सूचीबद्ध किया गया था एक लाभ कमाने वाला सार्वजनिक क्षेत्र का उपक्रम। (हमारे बारे में - बैंक ऑफ बड़ौदा)

2.1 अंतर्राष्ट्रीय समीक्षा

एक साहित्य समीक्षा किसी भी शोध परियोजना का एक अभिन्न अंग है। यह एक आवर्धक कांच की तरह काम करता है, आपको एक विस्तृत और स्पष्ट क्षेत्र में समस्याओं को देखने की अनुमति देता है। शोधकर्ता एक का उपयोग कर सकता है उनके अध्ययन के अंतराल को भरने के लिए साहित्य समीक्षा। साहित्य की समीक्षा में भी मदद मिलेगी शोधकर्ता तय करते हैं कि किसी समस्या को हल करने के लिए किस प्रकार की अनुसंधान तकनीक का उपयोग करना है और अतीत में, क्या पिछले अध्ययनों में पिछले अध्ययनों पर प्रभाव पड़ रहा है।

2.1.1 वेव कुमारी 2010 दक्षिण में वाणिज्यिक वित्तीय अनुपात विश्लेषण को देखने का प्रयास किया अफ्रीका। वित्तीय अनुपात का उपयोग लाभप्रदता, तरलता और पांच की क्रेडिट गुणवत्ता का आकलन करने के लिए किया गया था प्रमुख दक्षिण अफ्रीकी वाणिज्यिक बैंक। उनका मानना है कि बैंक का समग्र प्रदर्शन है विश्लेषण के पहले दो वर्षों में काफी सुधार हुआ। वैश्विक वित्तीय की शुरुआत में 2007 में संकट, प्रवृत्ति में एक ध्यान देने योग्य बदलाव पाया गया, 2008-2009 में चरम पर। दक्षिण अफ्रीकी में बैंकिंग उद्योग, इसके परिणाम स्वरूप कमाई में गिरावट, कम तरलता, और क्रेडिट गुणवत्ता बिगड़ती है।

2.1.2 (मंजलर, 2004) लेखकों ने वित्तीय जानकारी पर एक अध्ययन किया, जिसमें चर्चा है कि कैसे करें कृषि के वित्तीय प्रदर्शन को मापें और तुलना करें घाना में विकास बैंक। अध्ययन ने पेलेरी (लाभप्रदता, दक्षता, विश्लेषण के लिए तरलता, संपत्ति की गुणवत्ता, जोखिम उपाय और निवेशक विश्लेषण) मॉडल, जो हैऊट रेटिंग के अनुरूप। परेशान संकेतों के मॉडल का उपयोग करके जोखिम को भी मापा गया था गैर-विनिर्माण कंपनियों और जोखिम सूचकांक के लिए। सजउंद - स्कोर। उन्हें पता चला कि इस शोध में बैंक तरलता तेजी से घट रही है। उन मानदंडों का निर्धारण करें जिनके खिलाफ कंपनी के वित्तीय अनुपात की तुलना की जा सकती है, और यह संबंधित है तरलता, सॉल्वेंसी और फंड के उपायों के उपाय। मूल्यांकन के लिए उपयोग किए जाने वाले दृष्टिकोणों में से एक वित्तीय स्थिति और उपलब्धि वित्तीय अनुपात है। यह एक बनाने के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण है कंपनी की वित्तीय रिपोर्ट विश्लेषण के आधार पर निवेश का निर्णय, क्योंकि यह सभी पहलुओं का मूल्यांकन करता है वित्तीय विवरण के मूल्य का उपयोग करके कंपनी की वित्तीय स्थिति।

2.1.3 (चोई, 2014) बेसल III मानकों के कार्यान्वयन के बाद, तरलता-परिभाषित लिक्विडिटी कवरेज अनुपात और शुद्ध स्थिर फंडिंग अनुपात जैसे अनुपातों पर भारी बहस की गई और एक नया तरलता अनुपात, तरलता तनाव अनुपात का उपयोग क्रॉस-अनुभागीय डेटा का विश्लेषण करने के लिए किया गया था संयुक्त राज्य अमेरिका में बैंकिंग होल्डिंग कंपनियों की एक छोटी संख्या में। परिणाम, तनाव अनुपात एक ली के शुरुआती चेतावनी संकेतों को उजागर करते हैं।

अनुसंधान कार्यप्रणाली

3.1 अध्ययन का उद्देश्य

1. आई.सी.आई.सी.आई. बैंक और बैंक ऑफ बड़ौदा के वित्तीय प्रदर्शन की तुलना और अध्ययन करने के लिए।
2. बैंकों की तरलता, सॉल्वेंसी और लाभप्रदता की स्थिति का विश्लेषण करने के लिए।
3. बैंकों के वित्तीय प्रदर्शन को बढ़ाने के लिए खोज और सुझाव देने के लिए।

3.2 अनुसंधान परिकल्पना

1. बैंक ऑफ बड़ौदा और आईसीआईसीआई बैंक के वित्तीय प्रदर्शन और प्रभावशीलता का परीक्षण करने के लिए, निम्नलिखित सिद्धांत उपरोक्त लक्ष्यों का उपयोग करके तैयार किया गया है।
2. आईसीआईसीआई और बैंक ऑफ के वित्तीय प्रदर्शन के बीच कोई महत्वपूर्ण अंतर नहीं हैजमा, अग्रिम, निवेश, कुल संपत्ति और शुद्ध लाभ के संदर्भ में बड़ौदा।
3. आईसीआईसीआई और बैंक ऑफ के वित्तीय प्रदर्शन के बीच एक महत्वपूर्ण अंतर हैजमा, अग्रिम, निवेश, कुल संपत्ति और शुद्ध लाभ के संदर्भ में बड़ौदा।

3.3 अध्ययन का दायरा

फाइनेंशियल फंड मैनेजमेंट हर व्यवसाय में एक महत्वपूर्ण कार्य है ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि धन का उपयोग किया जाता है कुशलता से मुनाफे को अधिकतम करने के लिए। वित्तीय निधि प्रबंधन का निवेश नीति पर प्रभाव पड़ता है प्रबंधकों द्वारा किए गए निर्णय। यह शोध शिक्षाविदों और आम जनता को समग्र दक्षता के बारे में सूचित करेगा जिसके साथ सबसे बड़े वाणिज्यिक बैंक अपने ग्राहकों की सेवा करते हैं। यह शोध वित्तीय स्थिति के परिणामों को समझने में भी सहायता करेगा दोनों बैंक। यह शोध उन विभिन्न क्षेत्रों पर प्रकाश डालेगा जिनमें बैंक ऑफ बड़ौदा और आईसीआईसीआई बैंक एक्सेल, साथ ही साथ दोनों बैंक एक दूसरे से कैसे तुलना करते हैं। यह हमारी सहायता करेगा बैंकों की ताकत और कमजोरियों को समझना

3.4.1 डेटा संग्रह

अध्ययन संबंधित बैंकों की वार्षिक रिपोर्ट से एकत्र किए गए माध्यमिक आंकड़ों पर आधारित है, किताबें, समाचार पत्र, पत्रिकाएं, पत्रिकाएं, दस्तावेज, सर्वेक्षण रिपोर्ट, शोध पत्र, वेबसाइट, वेबसाइट, और अन्य सार्वजनिक रूप से उपलब्ध स्रोत। नतीजतन, अध्ययन के लिए डेटा आईसीआईसीआई से एकत्र किया गया था और बैंक ऑफ बड़ौदा की वार्षिक रिपोर्ट और अन्य प्रकाशित सामग्री।

3.4.2 अध्ययन अवधि

यह शोध 2021-22 से 2022-25 तक पांच साल की अवधि तक फैला है।

3.4.3 डेटा विश्लेषण की विधि

अध्ययन के लिए, माध्यमिक स्रोतों से एकत्र किए गए डेटा का विश्लेषण वित्तीय अनुपात द्वारा किया गया है और सारणीकरण और चित्रमय प्रतिनिधित्व के साधनों द्वारा दिखाया गया है। डेटा संसाधन और विश्लेषण मैन्युअल रूप से और कंप्यूटर का उपयोग करके दोनों द्वारा किया गया था। अनुपात विश्लेषण मुख्य रूप से उपयोग किया जाता है बैंक वित्तीय प्रदर्शन की तुलना करें। निम्नलिखित अनुपात का उपयोग किया गया था।

1. तरलता अनुपात
2. सॉल्वेंसी अनुपात
3. लाभप्रदता अनुपात

3.4.4 अध्ययन की सीमा

अध्ययन में कुछ बाधाएं हैं, जो नीचे सूचीबद्ध हैं ताकि अध्ययन के निष्कर्ष हो सकें ठीक से समझा। इस अध्ययन में कुछ सीमाएँ हैं।

1. अध्ययन पूरी तरह से माध्यमिक डेटा पर निर्भर करता है, जो सार्वजनिक रूप से उपलब्ध से एकत्र किया गया था वार्षिक रिपोर्ट और बैंक वेबसाइटें। यह डेटा, जिसे रिपोर्ट में दिखाया जा सकता है, हो सकता हैकेवल विंडो ड्रेसिंग और बैंक की वास्तविक स्थिति को प्रतिबिंबित नहीं करता है।
2. अनुसंधान पिछले पांच वित्तीय वर्षों तक सीमित है।
3. यह शोध सभी अनुपातों को कवर करने के लिए पर्याप्त व्यापक नहीं हो सकता है। आकलन करते समय माना जाता है।

4.1 डेटा प्रतिनिधित्व और व्याख्या

लाभप्रदता अनुपात

1 शुद्ध लाभ अनुपात-यह अनुपात के बीच प्रतिशत के संदर्भ में संबंध स्थापित करता है।
शुद्ध लाभ और शुद्ध बिक्री।

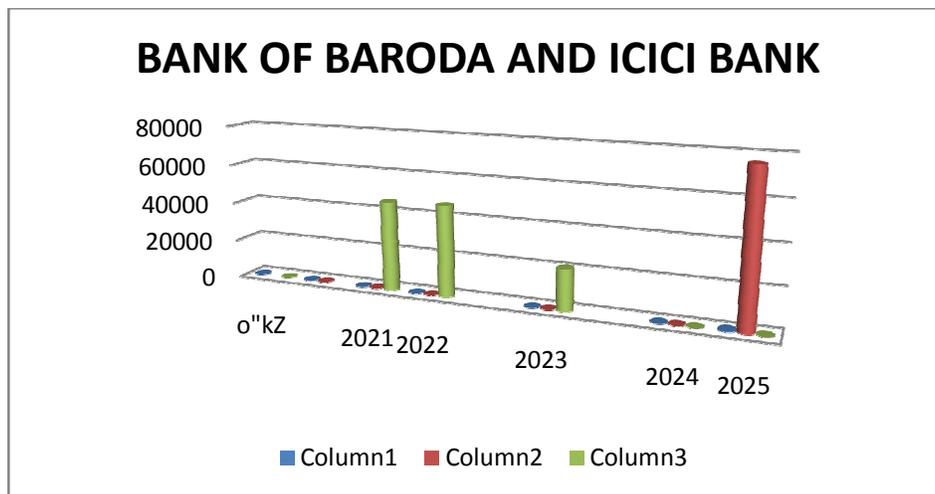
$$\text{शुद्ध लाभ अनुपात} = \frac{\text{शुद्ध लाभ}}{\text{शुद्ध बिक्री}} \times 100$$

तालिका नंबर एक

वर्ष के बड़ा अनुपात आइसीसी बैंक बैंक अनुपात

शुद्ध लाभ शुद्ध बिक्री शुद्ध लाभ शुद्ध बिक्री

वर्ष	बैंक ऑफ बड़ोदा		अनुपात	आईसीआईसीआई बैंक		अनुपात
	शुद्ध लाभ	शुद्ध बिक्री		शुद्ध लाभ	शुद्ध बिक्री	
2021	5395.54	44061.28	12.24	9726.29	52739.43	18.44
2022	1383.14	42199.93	3.27	9801.09	54156.28	18.09
2023	2431.81	43648.54	5.57	6777.42	54965.89	12.33
2024	433.52	49770.61	0.87	3363.30	63401.19	5.30
2025	546.19	75983.65	0.71	7930.81	74798.32	10.60
	औसत		-2.59	औसत		12.95



संदर्भ ग्रंथ

1. A-SAMADA (2007) घरेलू और पूर्वगामी बैंकों का तुलनात्मक विश्लेषण वैश्विक जर्नल वित्त और आर्थिक हमारे बारे में - बैंक ऑफ बड़ौदा बैंक ऑफ बड़ौदा से लिया गया <https://www-bankofbaroda-in/aboutus-htm>
2. बी सी,चयनित सार्वजनिक क्षेत्र और निजी के प्रदर्शन पर एक तुलनात्मक अध्ययन भारत में सेक्टर बैंक व्यवसाय प्रबंधन और सामाजिक विज्ञान अनुसंधान के बारे में।
3. बी.एस.,पवन (2016) वित्तीय प्रदर्शनर PNB और HDFC बैंक का एक तुलनात्मक विश्लेषण अध्ययन।
4. अंतर्राष्ट्रीय विपणन जर्नलचोई, डी बी (2014) तरलता तनाव अनुपात बैंकों की बैलेंस शीट पर तरलता बेमेल को मापना।
5. लिबर्टी स्ट्रीट अर्थशास्त्र जी.एस. वाई सी एम (2014) कृषि विकासकर्ता बैंकों के वित्तीय प्रदर्शन का एक गंभीर विश्लेषण।
6. यूरोपीय जर्नल ऑफ अकाउंटिंग एंड फाइनेंस रिसर्च।
7. गुप्ता, डी एस एडवांस स्टैटिस्टिक्स साहित्य भवन प्रकाशन।
8. गुरप्रीत, के (2015) प्रदर्शन विश्लेषणर सार्वजनिक क्षेत्र और निजी क्षेत्र का एक अध्ययन। अंतरराष्ट्रीय
9. जर्नल ऑफ बिजनेस मैनेजमेंट।वेब, आर। कुंबिराई, एम। (2010)। दक्षिण में वाणिज्यिक बैंक प्रदर्शन का एक वित्तीय अनुपात विश्लेषण अफ्रीका। अर्थशास्त्र और वित्त की अफ्रीकी समीक्षा
- 10.वी.एस.पाई। (2006) भारतीय बैंकिंग उद्योग में रुझान जमा में अंतर-क्षेत्रीय रुझानों का विश्लेषण और क्रेडिट। उन्होंने ICFAI जर्नल ऑफ मैनेजमेंट रिसर्च।
- 11.शर्मा, डी ए (2014) सिंडिकेट बैंक और कैनरा बैंक के वित्तीय प्रदर्शन का एक तुलनात्मक अध्ययन।
- 12.आर.एस. (2002)। अमेरिकी वाणिज्यिक बैंकों की उत्पादक दक्षता और प्रदर्शन का मूल्यांकन। प्रबंधकीय

"ललितकला एवं वाणिज्य: परंपरा, परिवर्तन और पारस्परिक प्रभाव"

डॉ. भक्ति अग्रवाल

सहायक प्राध्यापक (ललितकला)

श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, (म.प्र.)

सारांश

ललितकला, जो आत्माभिव्यक्ति, सौंदर्यबोध और संस्कृति की संवाहिका है, आज के युग में केवल भावनात्मक या रचनात्मक गतिविधि न होकर एक महत्वपूर्ण आर्थिक गतिविधि भी बन चुकी है। बदलते वैश्विक परिदृश्य में जब कला का स्वरूप उपभोक्तावादी और डिजिटलीकृत होता जा रहा है, तब वाणिज्य और ललितकला के बीच का संबंध और भी गहरा होता जा रहा है। यह शोध पत्र इस पारस्परिक संबंध का अध्ययन करता है कि किस प्रकार वाणिज्य ललितकला को आर्थिक सहायता और वैश्विक पहचान प्रदान करता है, वहीं दूसरी ओर उसी वाणिज्यिक प्रभाव के कारण कला की मौलिकता, सांस्कृतिक गहराई और स्वतंत्रता भी प्रभावित होती है।

इस शोध में पारंपरिक भारतीय कला के इतिहास से लेकर समकालीन डिजिटल आर्ट तक की यात्रा को प्रस्तुत करते हुए यह समझने का प्रयास किया गया है कि कलाकार की भूमिका कैसे बदली है—अब वह केवल एक सृजनकर्ता नहीं, बल्कि एक विपणनकर्ता और उद्यमी भी है। साथ ही यह भी विश्लेषण किया गया है कि कला बाज़ार, ब्रांडिंग, डिज़ाइन उद्योग और NFT जैसी तकनीकों ने कला को कैसे वाणिज्यिक संरचना में ढाला है। इस शोध का निष्कर्ष यह है कि ललितकला और वाणिज्य दोनों का परस्पर सहयोग आवश्यक है, किंतु उसमें संतुलन बनाए रखना ही सच्ची रचनात्मकता और सांस्कृतिक उत्तरदायित्व की कुंजी है।

बीज शब्द

ललितकला, वाणिज्य, कला बाज़ार, कला विपणन, संस्कृति, डिज़ाइन उद्योग, कला निवेश, कलाकार, ब्रांडिंग, कलात्मक मूल्य।

प्रस्तावना

ललितकला का इतिहास मानव सभ्यता के इतिहास जितना ही पुराना है। चाहे वह सिंधु घाटी की मूर्तिकला हो, अजंताएलोरा की भित्तिचित्र हों-, या मुगलकालीन लघुचित्र—हर युग में कला ने न केवल सौंदर्य की भाषा बोली है, बल्कि समाज, धर्म और संस्कृति की आत्मा को भी प्रतिबिंबित किया है। पहले यह कला राजाश्रय और धर्माश्रय में पनपती थी, जहाँ कलाकारों का उद्देश्य केवल आत्माभिव्यक्ति या श्रद्धा का संप्रेषण होता था। परंतु आज का युग पूंजी, ब्रांडिंग और उपभोक्तावाद का है, जहाँ कला भी एक उत्पाद बन गई है।

आधुनिक और उत्तर आधुनिक समय में ललितकला अब-केवल दीर्घाओं और संग्रहालयों तक सीमित नहीं रही। वह डिजाइन स्टूडियोज़, विज्ञापन एजेंसियों, फैशन इंडस्ट्री, फिल्मों और सोशल मीडिया प्लेटफार्म्स पर दिखाई देती है। इसका कारण यह है कि वाणिज्य ने कला को एक नया जीवन, एक नया बाज़ार और एक नया मंच प्रदान किया है। लेकिन यह भी सत्य है कि यही वाणिज्य कलाकारों पर यह दबाव भी डालता है कि वे बाज़ार की मांग के अनुसार रचना करें, न कि अपनी आंतरिक प्रेरणा के अनुसार।

इस शोध पत्र के माध्यम से हम यह जानने का प्रयास कर रहे हैं कि क्या ललितकला का यह व्यापारिकरण रचनात्मकता के लिए वरदान है या संकट? क्या आर्थिक संरचना के बिना कलाकार का जीवित रहना संभव है? और क्या कला की आत्मा—उसकी मौलिकता और सांस्कृतिक मूल्य—इस व्यापारिक प्रक्रिया में सुरक्षित रह सकती है?

उद्देश्य

1. ललितकला एवं वाणिज्य के पारस्परिक संबंधों का विश्लेषण करना।
2. यह समझना कि बाजार ने कला के स्वरूप, मूल्य और प्रस्तुति को कैसे प्रभावित किया है।
3. आधुनिक युग में कलाकारों के सामने आ रही व्यावसायिक चुनौतियों को रेखांकित करना।
4. कला के प्रचारप्रसार में डिजिटल माध्यमों और विपणन तकनीकों की भूमिका समझना।

5. कला और व्यापार के संतुलन हेतु नैतिक और सांस्कृतिक दृष्टिकोण प्रस्तुत करना।

परिकल्पना

1. H_1 : वाणिज्यिक बाजार की मांग ललितकला के विषयवस्तु और शैली को प्रभावित करती है।
2. H_2 : डिजिटल प्लेटफॉर्म और ई-कॉमर्स ने स्वतंत्र कलाकारों के लिए आर्थिक अवसर बढ़ाए हैं।
3. H_3 : ललितकला का अति-व्यावसायीकरण उसके सांस्कृतिक और कलात्मक मूल्यों को कमजोर करता है।
4. H_4 : कलाकार अब स्वयं को एक उद्यमी के रूप में स्थापित करने की दिशा में अग्रसर हो रहा है।
5. H_5 : कला बाजार और उपभोक्तावाद के दबाव के चलते पारंपरिक कलाओं के संरक्षण में कमी आई है।

शोध विस्तार

1. ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

भारतीय ललितकला की परंपरा मंदिर निर्माण, राजाओं के संरक्षण और धार्मिक अनुष्ठानों से जुड़ी रही है। उस समय कलाकारों को राजाश्रय प्राप्त होता था। परंतु आधुनिक काल में संरक्षक की जगह उपभोक्ता ने ले ली है, और अब कला को बाजार में प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है।

2. कला का व्यावसायीकरण

चित्रों की नीलामी, ब्रांडिंग, डिज़ाइन, फैशन और विज्ञापन में ललितकला की भूमिका लगातार बढ़ी है। आर्ट गैलरी, संग्रहालय, म्यूजियम शॉप्स और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म अब कलाओं को व्यापारिक उत्पादों में बदल रहे हैं।

3. कलाकार की भूमिका में परिवर्तन

आज का कलाकार केवल सृजनकर्ता नहीं, बल्कि विपणनकर्ता और उद्यमी भी है। उसे न केवल अच्छी कला बनानी होती है, बल्कि उसे बेचने योग्य और बाजारसंवेदनशील भी बनाना होता है।-

4. डिजिटल युग और ईकॉमर्स-

Instagram, Etsy, Pinterest, Behance जैसे प्लेटफॉर्म ने स्वतंत्र कलाकारों को वैश्विक दर्शकों तक पहुँचने में सहायता दी है। डिजिटल आर्ट और NFT (Non-Fungible Tokens) जैसे नवाचारों ने कला के बाजार को नया आयाम दिया है।

5. नैतिकता और सांस्कृतिक चिंता

वाणिज्य के दबाव में कई बार कला केवल 'बिकाऊ' विषयों तक सीमित रह जाती है। इससे मौलिकता, सांस्कृतिक संवेदनशीलता और विचारशीलता पर संकट आ सकता है।

निष्कर्ष

इस शोध के निष्कर्षस्वरूप यह स्पष्ट हुआ कि ललितकला और वाणिज्य के बीच एक जटिल किंतु अपरिहार्य संबंध विद्यमान है। वाणिज्य ने जहाँ कलाकारों को आजीविका, पहचान और मंच दिया है, वहीं इसने कला को एक त भी किया है। जब कला को लाभके रूप में परिवर्ति "उत्पाद", ब्रांडिंग और बिक्री के मापदंडों से आँका जाने लगे, तो उसका मौलिक और सांस्कृतिक स्वरूप प्रभावित होता है।

बाजार की मांग ने कला को अधिक सुलभ, उपभोग्य और वैश्विक तो अवश्य बनाया है, किंतु इसके साथ ही कई बार इसकी गहराई, विविधता और लोकाभिव्यक्ति भी सीमित होती चली जाती है। कई पारंपरिक कलाएँ—जैसे मधुबनी, पत्ताचित्र, गोंड या वारली—केवल सजावटी वस्तु बनकर रह गई हैं। डिजिटल आर्ट और NFT जैसे नए स्वरूपों ने भी कला के आर्थिक मूल्य को तो बढ़ाया है, परंतु इनमें से कुछ प्रयास केवल लाभतक सीमित रह गए हैं। प्राप्ति-

इसलिए यह आवश्यक है कि कलाकार, कला संस्थान, सरकार और समाज सभी मिलकर यह सुनिश्चित करें कि ललितकला केवल बाजार के दबाव में ना ढले, बल्कि उसकी आत्मा—

रचनात्मकता, संस्कृति और सौंदर्यबोध—सुरक्षित रहे। वाणिज्य को कला का समर्थक होना चाहिए, उसका स्वामी नहीं। जब दोनों में संतुलन होगा, तभी कला समाज के सौंदर्य, संवेदना और विवेक का दर्पण बनी रह सकेगी।

संदर्भ

1. श्रीवास्तव, अनीता, भारतीय चित्रकला का व्यापारिक पक्ष, साहित्य भवन, 2021
2. सिंह, रवींद्र, आधुनिक ललितकला और बाज़ार, वाणी प्रकाशन, 2020
3. Robertson, I. (2016). Understanding Art Markets. Routledge.
4. Velthuis, O. (2005). Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art. Princeton University Press.
5. Benjamin, Walter. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction.
6. ऑनलाइन स्रोत:

www.artsy.net

www.artprice.com

www.nationalartgallery.in



Transformational Leadership and Organizational Innovation: Driving Change in the Digital Age

Mrs. Afsha Ali¹

Devendra Niranjana²

Aryavart University, Sehore (MP)

In today's volatile, uncertain, complex, and ambiguous (VUCA) environment, innovation is no longer an organizational luxury—it is a necessity. This paper explores how transformational leadership serves as a catalyst for organizational innovation, especially in the era of digital disruption. Drawing upon leadership theories, real-world case studies, and strategic frameworks, the study highlights how visionary leaders foster a culture of creativity, agility, and continuous improvement. It also investigates challenges in implementation and provides practical, actionable recommendations for fostering innovation through effective leadership. The research emphasizes the significance of emotional intelligence, strategic vision, and empowerment in leading organizations toward sustainable innovation.

1. INTRODUCTION

The 21st-century business landscape is characterized by rapid technological change, global competition, and evolving consumer demands. In such an environment, organizations must adapt or risk becoming obsolete. Innovation, both in products and processes, is the driving force behind this adaptation. However, innovation does not occur in a vacuum. It requires an environment that supports creativity, risk-taking, and experimentation. Transformational leadership has emerged as a key driver in cultivating such environments. Unlike transactional leaders who focus on short-term goals and task completion, transformational leaders inspire, challenge, and motivate their teams to exceed expectations and embrace change. This paper investigates the link between transformational leadership and organizational innovation, presenting theoretical perspectives, practical implications, and strategic interventions to align leadership practices with innovation goals.

2. UNDERSTANDING TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP

Transformational leadership, introduced by James MacGregor Burns and further developed by Bernard Bass, consists of four core components:

1. Idealized Influence: Leaders act as role models with high ethical standards.
2. Inspirational Motivation: Leaders communicate a compelling vision.
3. Intellectual Stimulation: Leaders encourage creativity and innovation.
4. Individualized Consideration: Leaders provide support and mentorship.

Transformational leaders do more than just manage; they lead with a purpose, challenge the status quo, and foster an inclusive culture of innovation.

3. ORGANIZATIONAL INNOVATION IN THE DIGITAL ERA

Digitalization has disrupted traditional business models. Companies such as Netflix, Amazon, and Tesla have revolutionized industries by leveraging innovation and technology. However, innovation is not confined to tech giants; it is a crucial element for survival in all sectors, from education and healthcare to agriculture and manufacturing.

Organizational innovation encompasses:

Product innovation: Introducing new or significantly improved goods/services.

Process innovation: Changing how goods/services are produced or delivered.

Business model innovation: Transforming how value is created and captured.

In this era, organizations need leaders who not only understand technology but can integrate it into a broader strategic vision that mobilizes people toward innovation.

4. THE INTERPLAY BETWEEN LEADERSHIP AND INNOVATION

Leadership plays a critical role in shaping the innovation culture of an organization.

Transformational leaders foster an environment where:

Failure is viewed as a learning opportunity.

Employees feel empowered to contribute ideas.

Collaboration across departments is encouraged.

Risk-taking is supported within reason.

Such an environment leads to increased employee engagement, creativity, and knowledge sharing, which are foundational to innovation. The leader's role is to remove barriers, allocate resources, and provide strategic direction.

5. CASE STUDIES OF SUCCESSFUL LEADERSHIP-DRIVEN INNOVATION

Case 1: Satya Nadella – Microsoft

When Nadella took over as CEO, Microsoft was seen as outdated. Through transformational leadership, he redefined the company's vision, embraced cloud computing, and shifted the internal culture from "know-it-all" to "learn-it-all." Today, Microsoft is a leading innovator in AI and cloud services.

Case 2: Indra Nooyi – PepsiCo

As the CEO of PepsiCo, Nooyi introduced the "Performance with Purpose" initiative. She emphasized health-conscious products, sustainability, and employee well-being. Her leadership sparked innovation across product lines and strengthened brand loyalty.

Case 3: Elon Musk – Tesla & SpaceX

Musk's visionary leadership has transformed multiple industries. Despite risks and failures, his ability to think long-term, challenge norms, and invest in R&D has positioned his companies as leaders in innovation.

6. BARRIERS TO INNOVATION UNDER TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP

Despite its potential, transformational leadership is not a cure-all. Several challenges may limit its effectiveness:

Resistance to Change: Employees may be hesitant to adopt new ideas.

Risk Aversion: Fear of failure can suppress innovation.

Lack of Resources: Innovation often requires time, money, and human capital.

Short-term Pressure: Market demands and quarterly results may shift focus away from long-term innovation.

Misalignment: Vision may not be aligned with the organization's capabilities or market needs.

Overcoming these barriers requires consistent communication, strong support systems, and alignment between strategy and execution.

7. STRATEGIC SOLUTIONS AND FRAMEWORKS FOR IMPLEMENTATION

To effectively harness transformational leadership for innovation, organizations can adopt the following frameworks:

1. Innovation Leadership Model

This model combines transformational leadership traits with innovation enablers like:

Open communication

Cross-functional teams

Incentive systems

Continuous learning

2. Kotter's 8-Step Change Model

This model provides a roadmap for implementing change:

1. Establish urgency

2. Form a powerful coalition

3. Create a vision

4. Communicate the vision

5. Empower others to act

6. Generate short-term wins

7. Consolidate gains

8. Anchor the changes

3. Agile Leadership

Agile principles emphasize customer feedback, iterative development, and flexibility. Transformational leaders adopting agile mindsets can foster faster innovation cycles.

4. Design Thinking

This user-centered approach focuses on empathy, prototyping, and experimentation. Leaders who promote design thinking create a culture of innovation focused on solving real-world problems.

8. FUTURE TRENDS AND IMPLICATIONS FOR MANAGERS

The future of innovation management is intertwined with digital capabilities, ethical leadership, and global awareness. Key trends include:

AI and Automation: Leaders must understand AI's potential while navigating its ethical implications.

Remote Work: Virtual leadership requires new ways to build trust and foster collaboration.

Sustainability: Innovation must align with environmental and social goals.

Employee Experience: A focus on well-being, diversity, and inclusion enhances innovation.

Managers must become transformational enablers, integrating technology with human-centered leadership to drive sustainable innovation.

9. CONCLUSION

Transformational leadership is a cornerstone of innovation in the digital age. It empowers individuals, aligns organizational vision with strategic goals, and cultivates an environment conducive to creativity and experimentation. While challenges exist, a proactive, people-centered, and adaptive leadership approach can unlock vast innovation potential. By integrating strategic frameworks and fostering a culture of trust and purpose, transformational leaders can guide their organizations through change and toward long-term success.

REFERENCES

6. Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. Free Press.
7. Kotter, J. P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business Review Press.
8. Nadella, S. (2017). *Hit Refresh: The Quest to Rediscover Microsoft's Soul*. Harper Business.
9. Nooyi, I. (2021). *My Life in Full: Work, Family, and Our Future*. Portfolio
10. Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. Bantam.
11. Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harvard Business Press.
12. McKinsey & Company (2022). *Innovation in the Age of AI*.
13. Harvard Business Review (2021). *The Agile C-Suite*.

"Strategic Innovation Management: Challenges, Opportunities and Future Pathways"

Mrs. Afsha Ali

Aryavart University, Sehore (MP)

ABSTRACT

Innovation has emerged as a fundamental pillar for sustainable success in modern organizational management. This research paper delves into the current status of innovation in management, explores the core needs and drivers, identifies prevalent barriers, and provides strategic solutions through real-world case studies and theoretical perspectives. The aim is to present a comprehensive view of how innovation can be nurtured and managed effectively in evolving business environments.

1. INTRODUCTION

In the contemporary era of globalization and digital transformation, innovation is no longer optional—it is a strategic necessity. Management practices today are increasingly shaped by the pace of change in technology, consumer expectations, and competitive dynamics. Innovation in management not only refers to new products or technologies but also to fresh ideas in leadership, processes, structures, employee engagement, and customer interactions.

While numerous organizations across the globe recognize the importance of innovation, there exists a significant gap between intent and execution. This paper aims to analyze the current state of innovation in management, determine what organizations need to truly innovate, explore the common barriers, and provide actionable strategies for overcoming them.

2. CURRENT STATUS OF INNOVATION IN MANAGEMENT

2.1 Global Perspective

Globally, businesses are investing heavily in innovation—particularly in digital transformation, artificial intelligence, blockchain, and agile management frameworks. Fortune 500 companies are setting up dedicated innovation labs, acquiring startups, and collaborating with research institutions. For instance:

Amazon uses customer-driven innovation backed by AI and data analytics. Tesla integrates rapid prototyping and iterative innovation into its core manufacturing and design processes. IBM promotes open innovation through partnerships with universities and entrepreneurs.

2.2 Indian Context

India has made significant strides in innovation, especially in the startup ecosystem. Government schemes such as Startup India, Atal Innovation Mission, and Digital India have encouraged young entrepreneurs and tech-based innovation.

However, traditional corporate and academic institutions in India still face challenges such as rigid hierarchy, resource constraints, and a risk-averse mindset. There is a need for a cultural and structural shift in how innovation is perceived and practiced within Indian organizations.

3. KEY NEEDS FOR FOSTERING INNOVATION

To embed innovation successfully into management systems, organizations must fulfill several fundamental needs:

3.1 Innovative Organizational Culture

Encouragement of experimentation, tolerance for failure, and support for diverse thinking. Creating a psychologically safe environment where employees feel empowered to express ideas.

3.2 Visionary Leadership

Leadership that promotes creativity, long-term strategic vision, and flexibility. Leaders must act as facilitators and mentors, rather than just controllers or evaluators.

3.3 Talent Development

Hiring for curiosity and creativity, not just qualifications or experience. Providing continuous learning opportunities and upskilling in new technologies.

3.4 Customer-Centric Thinking

Innovation should be driven by real customer needs and insights. Involving customers in the innovation process through feedback loops, beta testing, and co-creation.

3.5 Technological Readiness

Investing in new tools such as AI, machine learning, IoT, and cloud platforms to enhance operational innovation.

Despite understanding its importance, many organizations struggle with innovation. Common barriers include:

4.1 Structural Barriers

Rigid hierarchies, bureaucratic decision-making, and outdated systems slow down the innovation process.

Lack of cross-functional collaboration and departmental silos.

4.2 Resource Constraints

Limited budgets for R&D or new initiatives.

Inadequate technological infrastructure or innovation enablers.

4.3 Cultural Resistance

Fear of failure, unwillingness to change, and skepticism toward new ideas.

Employee disengagement or lack of ownership in innovative pursuits.

4.4 Inadequate Leadership Support

Leaders may prioritize short-term profitability over long-term innovation.

Absence of role models or innovation champions within the organization.

4.5 External Challenges

Uncertain regulations, intense competition, rapid technological obsolescence.

Market unpredictability and changing consumer behavior.

5. Strategic Solutions for Enhancing Innovation

To overcome these barriers, organizations can adopt several actionable strategies:

5.1 Promote Open Innovation

Collaborate with external stakeholders like startups, universities, customers, and even competitors.

Establish innovation networks and participate in global innovation ecosystems.

5.2 Establish Intrapreneurship Programs

Encourage employees to develop their own projects internally, with time and resources allocated (e.g., Google's "20% time" policy).

Set up internal innovation labs or "sandbox" environments for prototyping.

5.3 Invest in Digital Transformation

Use tools such as AI, big data, automation, and collaborative software to drive operational and customer-centric innovation.

Develop digital maturity roadmaps aligned with innovation goals.

5.4 Build a Learning Organization

Promote knowledge sharing, continuous upskilling, and reflective practices.
Create mentorship programs and innovation bootcamps.

5.5 Recognize and Reward Innovation

Publicly acknowledge creative contributions and risk-taking.
Create tangible incentives such as promotions, bonuses, or innovation awards.

6. CASE STUDIES

6.1 Tata Group – Frugal Innovation

Tata has pioneered “frugal innovation” by delivering high-quality products at low cost. The Tata Nano, Tata Swach water purifier, and Tata Consultancy Services’ innovation centers are examples of Indian innovation tailored for local needs.

6.2 Google – Empowering Employee Innovation

Google allows its engineers to spend 20% of their time on independent projects. Products like Gmail and AdSense originated from this freedom.

6.3 3M – Institutionalizing Creativity

3M has a long history of innovation. The company dedicates 15% of working hours to creative experimentation. Post-it Notes and Scotch Tape are outcomes of this policy.

6.4 Mahindra Group – Digital Disruption

Mahindra & Mahindra transformed its tractor and automotive manufacturing by implementing AI-based predictive maintenance, IoT-enabled factories, and digital platforms for customer engagement.

7. EMERGING TRENDS IN INNOVATION MANAGEMENT

Design Thinking: Putting user needs at the center of problem-solving.

Agile Management: Iterative approaches for faster product development and adaptability.

Sustainable Innovation: Balancing profitability with environmental and social responsibility.

Decentralized Innovation: Moving away from centralized R&D towards crowd-sourced ideas and distributed innovation teams.

8. CONCLUSION

Innovation in management is not a luxury—it is essential for survival in today’s volatile, uncertain, complex, and ambiguous (VUCA) world. Organizations that fail to innovate risk stagnation, while those that embrace it stand to gain agility, market leadership, and long-term relevance. To foster meaningful innovation, organizations must invest in culture, leadership, technology, and processes that empower people to think differently and act boldly. Overcoming barriers requires a blend of strategy, empathy, and persistent experimentation.

9. RECOMMENDATIONS

1. Integrate innovation into organizational vision and key performance indicators.
2. Break silos and promote cross-functional teamwork.
3. Invest in emerging technologies and digital infrastructure.
4. Empower employees with autonomy and tools to innovate.
5. Regularly benchmark against industry innovators and adapt best practices.

10. REFERENCES

1. Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing Innovation*. Wiley.
2. Christensen, C. M. (1997). *The Innovator’s Dilemma*. Harvard Business School.
3. Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation*. Harvard Business Review Press.
4. Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row.
5. HBR (2022). “How to Create a Culture of Innovation”.
6. OECD Innovation Reports (2021–2023).
7. McKinsey Digital: *Innovation in the Age of Transformation* (2022).

"सतना जिले की मैहर तहसील में उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियों एवं व्यवहार का एक विश्लेषणात्मक अध्ययन"

सौम्या परौहा

प्रबंधन संकाय

आई.ई.एस. विश्वविद्यालय, रातीबड़, भोपाल (म.प्र.)

सारांश

यह शोध पत्र मध्यप्रदेश के सतना जिले की मैहर तहसील के ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियों एवं व्यवहार का विश्लेषणात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है। वर्तमान समय में सामाजिक-आर्थिक परिवर्तनों एवं बाजार की बढ़ती पहुँच के कारण उपभोक्ताओं का व्यवहार विशेष रूप से अर्ध-शहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में जटिल एवं गतिशील होता जा रहा है।

इस अध्ययन में मिश्रित विधियों (मिश्रित अनुसंधान पद्धति) का उपयोग किया गया है, जिसमें सर्वेक्षण एवं साक्षात्कार के माध्यम से उपभोक्ताओं की जानकारीयाँ एकत्रित की गई हैं। अध्ययन में आयस्तर, शिक्षा, व्यवसाय, सांस्कृतिक प्रभाव, ब्रांड जागरूकता, उत्पाद प्राथमिकताएँ एवं क्रय व्यवहार जैसे प्रमुखकारकों का विश्लेषण किया गया है। परिणामों से यह स्पष्ट होता है कि मैहर के ग्रामीण और शहरीक्षेत्रों के उपभोक्ताओं में उपभोग प्रवृत्तियों में महत्वपूर्ण अंतर हैं, जो कि मुख्यतः सामाजिक एवं आर्थिक परिस्थितियों, संसाधनों की उपलब्धता तथा बाज़ार तक पहुँच पर आधारित हैं। इसके अतिरिक्त डिजिटल मीडिया एवं ई-कॉमर्स का प्रभाव भी उपभोक्ता निर्णयों पर स्पष्ट रूप से दिखाई दे रहा है।

यह अध्ययन विपणनकर्ताओं, नीति निर्माताओं एवं खुदरा व्यवसायियों के लिए उपयोगी सिद्ध हो सकता है, जो स्थानीय स्तर पर उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं एवं प्राथमिकताओं को समझ कर रणनीतियाँ विकसित करना चाहते हैं। यह शोध ग्रामीण और तृतीय श्रेणी के बाज़ारों में उपभोक्ता व्यवहार की गहराई से समझ विकसित करता है।

मुख्य शब्द

उपभोक्ता व्यवहार, उपभोक्ता प्रवृत्ति, ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ता, क्रय प्रवृत्तियाँ, मैहर तहसील, सतना जिला, सामाजिक-आर्थिक कारक, बाजार प्रवृत्तियाँ, उपभोक्ता मनोविज्ञान, तुलनात्मक अध्ययन।

परिचय

आज के प्रतिस्पर्धात्मक और वैश्वीकृत बाजार में उपभोक्ता के व्यवहार को समझना किसी भी व्यवसाय, नीति-निर्माता, या शोधकर्ता के लिए अत्यंत आवश्यक हो गया है। उपभोक्ता न केवल वस्तुओं और सेवाओं का उपभोग करता है, बल्कि वह बाजार की दिशा और रणनीतियों को भी प्रभावित करता है। उपभोक्ता की प्रवृत्तियाँ, क्रयनिर्णय, ब्रांड चयन, तथा उपभोग व्यवहार सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, और मनोवैज्ञानिक कारकों से प्रभावित होते हैं।

ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों के उपभोक्ताओं में इन व्यवहारिक पहलुओं में कई महत्वपूर्ण अंतर देखे जाते हैं। शहरी उपभोक्ता जहाँ ब्रांड-अवगत, तकनीकी रूप से उन्नत, और बाजार-संवेदनशील होता है, वहीं ग्रामीण उपभोक्ता परंपरागत, मूल्य-उन्मुख तथा स्थानीय आवश्यकताओं पर आधारित निर्णय लेता है। ऐसे में उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियाँ और व्यवहार का तुलनात्मक अध्ययन नीति निर्धारण, विपणन रणनीति तथा उत्पाद विकास के क्षेत्र में उपयोगी सिद्ध हो सकता है।

यह शोध विशेष रूप से मध्यप्रदेश के सतना जिले की मैहर तहसील के ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियों और व्यवहार का विश्लेषणात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है। अध्ययन का उद्देश्य उपभोक्ताओं की खरीद संबंधी आदतों, प्राथमिकताओं, जागरूकता स्तर एवं प्रभावित कारकों का विश्लेषण करना है। यह शोध क्षेत्रीय आर्थिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक प्रभावों की पृष्ठभूमि में उपभोक्ता व्यवहार को समझने का प्रयास करता है, जिससे क्षेत्र विशेष की आवश्यकताओं के अनुरूप बाजार नीतियों का निर्माण संभव हो सके।

साहित्य समीक्षा

उपभोक्ता व्यवहार एक बहु-आयामी अध्ययन क्षेत्र है, जो समाजशास्त्र, मनोविज्ञान, अर्थशास्त्र और विपणन जैसे विभिन्न अनुशासनों से जुड़ा हुआ है। विगत वर्षों में उपभोक्ता व्यवहार पर अनेक विद्वानों द्वारा गहन शोध किए गए हैं, जिनसे यह स्पष्ट होता है कि उपभोक्ताओं की निर्णय प्रक्रिया अनेक आंतरिक और बाहरी कारकों से प्रभावित होती है।

शेठ, न्यूमैन एवंगॉस (1991) ने अपनी पुस्तक *Theory of Buyer Behavior* में उपभोक्ता निर्णय को प्रेरक, जानकारी, विकल्प और मूल्यांकन जैसे चरणों में विभाजित किया। उनका मानना है कि उपभोक्ता का व्यवहार उसके अनुभव, सामाजिक परिवेश, और आर्थिक स्थिति से गहराई से जुड़ा होता है।

फिलिपकोटलर (2006) ने उपभोक्ता व्यवहार को विपणन रणनीतियों के केन्द्र में रखते हुए बताया कि ब्रांड छवि, विज्ञापन और उपभोक्ता की व्यक्तिगत धारणाएँ उसकी खरीद प्रवृत्तियों को प्रभावित करती हैं।

भारतीय परिप्रेक्ष्य में, ग्रामीण और शहरी उपभोक्ताओं के बीच स्पष्ट अंतर पाया गया है। सिंह एवं मिश्रा (2014) के अनुसार, ग्रामीण उपभोक्ता अधिक मूल्य-संवेदनशील होता है और स्थानीय उत्पादों में अधिक रुचि रखता है, जबकि शहरी उपभोक्ता ब्रांड एवं गुणवत्ता को प्राथमिकता देता है।

दत्ता (2017) ने अपने अध्ययन में यह पाया कि मध्यप्रदेश के अर्ध-शहरी क्षेत्रों में मोबाइल इंटरनेट और सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग से उपभोक्ता जागरूकता में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है, जिससे उनके खरीद व्यवहार में भी बदलाव आया है।

इस अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले प्रमुख घटक—जैसे आयस्तर, शिक्षा, सूचना स्रोत, सामाजिक प्रभाव, और सांस्कृतिक मान्यताएँ—स्थान विशेष के अनुसार परिवर्तित हो सकते हैं। इस साहित्य समीक्षा के आधार पर यह शोध मैहर तहसील में उपभोक्ताओं के व्यवहार का क्षेत्रीय दृष्टिकोण से विश्लेषण करता है, जो पूर्ववर्ती अध्ययनों को स्थानीय संदर्भ में विस्तार प्रदान करता है।

अनुसंधान उद्देश्य

इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य मैहर तहसील के ग्रामीण एवं शहरी क्षेत्रों में उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियों एवं क्रय व्यवहार का विश्लेषण करना है। इस प्रमुख उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए निम्नलिखित विशिष्ट अनुसंधान उद्देश्यों को निर्धारित किया गया है:

1. मैहर तहसील के ग्रामीण और शहरी उपभोक्ताओं की खरीद संबंधी प्रवृत्तियों का अध्ययन करना।
2. उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक तथा मनोवैज्ञानिक कारकों की पहचान करना।
3. ग्रामीण और शहरी उपभोक्ताओं के बीच क्रय निर्णय प्रक्रिया में विद्यमान अंतर का विश्लेषण करना।
4. ब्रांड जागरूकता, उत्पाद प्राथमिकताओं, एवं गुणवत्ता मानकों के प्रति उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण का मूल्यांकन करना।
5. विपणन रणनीतियों के लिए उपयोगी सुझाव प्रस्तुत करना जो स्थानीय उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं और अपेक्षाओं पर आधारित हों।
6. डिजिटल मीडिया, विज्ञापन और अन्य सूचना स्रोतों के उपभोक्ता व्यवहार पर प्रभाव का अध्ययन करना।

अनुसंधान पद्धति

इस अध्ययन में उपभोक्ता व्यवहार का विश्लेषणात्मक एवं तुलनात्मक दृष्टिकोण से मूल्यांकन किया गया है। अध्ययन की पद्धति को इस प्रकार निर्धारित किया गया है कि यह मैहर तहसील

के ग्रामीण एवं शहरी क्षेत्रों के उपभोक्ताओं की प्रवृत्तियों और व्यवहार को यथार्थ रूप में चित्रित कर सके।

1. अनुसंधान की प्रकृति

यह एक वर्णनात्मक (Descriptive) एवं विश्लेषणात्मक (Analytical) अध्ययन है, जिसमें तुलनात्मक दृष्टिकोण के माध्यम से ग्रामीण और शहरी उपभोक्ताओं के व्यवहार का विश्लेषण किया गया है।

2. डेटा संग्रहण की विधि

अध्ययन के लिए प्राथमिक एवं द्वितीयक दोनों प्रकार के आँकड़ों का उपयोग किया गया है:

- **प्राथमिक आँकड़े**

यह आँकड़े प्रश्नावली (structured questionnaire), व्यक्तिगत साक्षात्कार (interviews) एवं फोकस ग्रुप चर्चाओं (FGD) के माध्यम से एकत्रित किए गए।

- **द्वितीयक आँकड़े**

संबंधित पुस्तकों, शोधपत्रों, सरकारी रिपोर्टों, वेबसाइटों एवं पत्रिकाओं से प्राप्त आँकड़ों का उपयोग किया गया।

3. नमूना चयन

- **नमूना आकार (Sample Size):** 200 उपभोक्ताओं को चयनित किया गया, जिनमें से 100 ग्रामीण एवं 100 शहरी क्षेत्र से लिए गए।
- **नमूना विधि (Sampling Technique):** *Stratified Random Sampling* का प्रयोग किया गया, जिससे दोनों क्षेत्रों के प्रतिनिधित्व को सुनिश्चित किया जा सके।

4. अध्ययन क्षेत्र

सतना जिले की मैहर तहसील के प्रमुख ग्राम पंचायतों तथा शहरी वार्डों को इस अध्ययन में सम्मिलित किया गया।

5. डेटा विश्लेषण के उपकरण

संग्रहित आँकड़ों का विश्लेषण सांख्यिकीय विधियों जैसे प्रतिशत (Percentage), औसत (Mean), मानक विचलन (Standard Deviation) एवं चार्ट/ग्राफ़ के माध्यम से किया गया। जहाँ आवश्यक हुआ, वहाँ SPSS जैसे सांख्यिकीय सॉफ़्टवेयर का सहारा लिया गया।

6. समयावधि

यह अध्ययन फरवरी 2025 से मई 2025 के मध्य किया गया।

अध्ययन की सीमाएँ

हर शोध अध्ययन की अपनी कुछ सीमाएँ होती हैं, जो अध्ययन की परिधि, संसाधनों, समय तथा डेटा संग्रहण की विधियों से प्रभावित होती हैं। प्रस्तुत अध्ययन की प्रमुख सीमाएँ निम्नलिखित हैं -

1. भौगोलिक सीमा

यह अध्ययन केवल सतना जिले की मैहर तहसील तक सीमित है, अतः इसके निष्कर्ष अन्य क्षेत्रों पर सीधे रूप से लागू नहीं किए जा सकते।

2. नमूना आकार

अध्ययन में केवल 200 उपभोक्ताओं को शामिल किया गया, जो पूरे क्षेत्र की उपभोक्ता विविधता को पूर्णतः प्रतिबिंबित नहीं कर सकता।

3. उत्तरदाताओं की व्यक्तिगत धारणा

उत्तर दाताओं द्वारा दी गई जानकारी उनकी व्यक्तिगत समझ, अनुभव और समयानुसार प्रभावित हो सकती है, जिससे निष्कर्षों में पक्षपात (bias) की संभावना हो सकती है।

4. सीमित संसाधन और समय

अध्ययन एक सीमित समयावधि और संसाधनों के भीतर किया गया, जिससे विस्तृत और गहराई से अध्ययन कर पाना संभव नहीं हो सका।

5. डिजिटल साक्षरता का प्रभाव

ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल माध्यमों से जानकारी प्राप्त करने की सीमित क्षमता उपभोक्ताओं के व्यवहार विश्लेषण में कुछ हद तक बाधा बन सकती है।

6. सांस्कृतिक एवं सामाजिक विविधता

मैहर क्षेत्र में सांस्कृतिक विविधता होते हुए भीड़ से अध्ययन में व्यापक रूप से शामिल नहीं किया जा सका।

1. अनुसंधान निष्कर्ष ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं में व्यवहारिक भिन्नता स्पष्ट रूप से देखी गई।

○ ग्रामीण उपभोक्ता मूल्य और उपयोगिता को प्राथमिकता देते हैं, जब कि शहरी उपभोक्ता ब्रांड, गुणवत्ता और सुविधा पर अधिक ध्यान देते हैं।

2. सूचना प्राप्ति के साधनों में अंतर पाया गया।

○ शहरी उपभोक्ता अधिकतर सोशल मीडिया, टीवी और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म से जानकारी प्राप्त करते हैं, जबकि ग्रामीण उपभोक्ता पारिवारिक एवं सामाजिक सिफारिशों पर निर्भर रहते हैं।

3. डिजिटल माध्यमों की पहुँच में शहरी उपभोक्ता आगे हैं।

○ ऑनलाइन खरीदारी, डिजिटल भुगतान आदि का उपयोग शहरी क्षेत्रों में अधिक प्रचलित है; ग्रामीण क्षेत्र में इसकी पहुँच सीमित परन्तु बढ़ती हुई है।

4. उपभोक्ता जागरूकता का स्तर शहरी क्षेत्र में अपेक्षाकृत अधिक पाया गया।

○ शहरी उपभोक्ता उत्पाद की गुणवत्ता, गारंटी, ब्रांड और वैधता को लेकर अधिक सतर्क हैं।

5. क्रय निर्णय में सामाजिक एवं पारिवारिक प्रभाव महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

○ विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में परिवार, रिश्तेदार और मित्रों की राय को प्रमुखता दी जाती है।

6. ग्रामीण उपभोक्ताओं में शिक्षा और उत्पाद जानकारी की कमी देखी गई।

○ जिससे कई बार वे भ्रामक प्रचार या असंगठित विक्रेताओं के प्रभाव में आकर निर्णय लेते हैं।

7. उपभोक्ताओं की प्राथमिकताएँ आय, शिक्षा और स्थान के अनुसार बदलती हैं।

- अधिक आय और शिक्षावाले उपभोक्ता उत्पाद की विविधता, सुविधा और सेवागुणवत्ता को अधिक महत्व देते हैं।

निष्कर्ष

अध्ययन के आधार पर यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि उपभोक्ता व्यवहार क्षेत्र विशेष, सामाजिक-सांस्कृतिक पृष्ठभूमि, आर्थिक स्थिति, और सूचना के स्रोतों से गहराई से प्रभावित होता है। सतना जिले की मैहर तहसील में ग्रामीण एवं शहरी उपभोक्ताओं के बीच क्रयनिर्णय, प्राथमिकताओं तथा उत्पाद चयन की प्रवृत्तियों में स्पष्ट अंतर पाया गया।

जहाँ एक ओर शहरी उपभोक्ताब्रांड, गुणवत्ता, सुविधा और आधुनिक तकनीकों को अपनाने में आगे हैं, वहीं ग्रामीण उपभोक्ता अभी भी मूल्य, उपयोगिता, और पारंपरिक जानकारी स्रोतों पर निर्भर हैं। डिजिटल युग में परिवर्तन की लहर ग्रामीण क्षेत्र को भी प्रभावित कर रही है, किंतु जागरूकता, शिक्षा और संसाधनों की कमी अभी भी एक चुनौती है।

यह शोध दर्शाता है कि यदि उत्पाद, सेवा और विपणन रणनीतियाँ स्थानीय उपभोक्ता मानसिकता और आवश्यकता के अनुरूप निर्मित की जाएँ, तो व्यवसायिक सफलता की संभावनाएँ अधिक हो सकती हैं। साथ ही, उपभोक्ताओं में जागरूकता एवं सूचना-संपन्नता को बढ़ावा देना आवश्यक है ताकि वे सूझबूझ पूर्ण और सशक्त निर्णय ले सकें।

सुझाव

अध्ययन के निष्कर्षों के आधार पर निम्नलिखित सुझाव प्रस्तुत किए जाते हैं, जो उपभोक्ताओं, विपणक (marketers), और नीति निर्माताओं के लिए उपयोगी सिद्ध हो सकते हैं:

1. ग्रामीण उपभोक्ताओं के लिए जागरूकता कार्यक्रम चलाए जाएँ

- उपभोक्ता अधिकार, उत्पाद गुणवत्ता, गारंटी/वारंटी जैसी जानकारी से संबंधित अभियान गाँवों में चलाए जाएँ ताकि उपभोक्ता ठगी से बच सकें।
2. **स्थानीय भाषाओं में विपणन सामग्री उपलब्ध कराई जाए**
 - विज्ञापन और उत्पाद जानकारी हिंदी या स्थानीय बोली में होने से ग्रामीण उपभोक्ता बेहतर समझ पाते हैं।
3. **ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल साक्षरता बढ़ाई जाए**
 - डिजिटल भुगतान, ऑनलाइन खरीदारी, उत्पाद तुलना आदि की जानकारी देकर उपभोक्ताओं को तकनीक से जोड़ा जा सकता है।
4. **स्थानीय आवश्यकताओं के अनुसार उत्पाद और सेवाएँ डिजाइन की जाएँ**
 - ग्रामीण और शहरी उपभोक्ताओं की भिन्न प्राथमिकताओं को ध्यान में रखकर अलग विपणन रणनीतियाँ अपनाई जानी चाहिए।
5. **उपभोक्ताओं की फीडबैक प्रणाली को सशक्त बनाया जाए**
 - उत्पाद या सेवा से असंतुष्टि की स्थिति में उपभोक्ता अपनी शिकायत आसानी से दर्ज करा सकें, इसके लिए स्थानीय स्तर पर हेल्पलाइन या केंद्रस्थापित हों।
6. **विपणन में पारदर्शिता और भरोसे का निर्माण किया जाए**
 - विशेष रूप से ग्रामीण उपभोक्ताओं के लिए, जहाँ परंपरागत विश्वास अधिक होता है, वहाँ ईमानदारी और पारदर्शिता से कार्य करना दीर्घकालीन संबंध बना सकता है।
7. **उपभोक्ताओं में तुलना करने की आदत को प्रोत्साहित किया जाए**
 - ताकि वे केवल ब्रांड या प्रचार के आधार पर निर्णय न लें, बल्कि मूल्य, गुणवत्ता और उपयोगिता को भी ध्यान में रखें।

संदर्भ

1. कोट्लर, फिलिप एवं केलर, केविनलेन (2019)। *मार्केटिंग मैनेजमेंट*, 15वां संस्करण। पियरसन एजुकेशन।

2. शुक्ला, एस. के. (2018)। *ग्रामीण विपणन एवं उपभोक्ता व्यवहार* । नई दिल्ली: प्रकाशन भवन।
3. शर्मा, रेखा (2020)। "ग्रामीण उपभोक्ताओं के व्यवहार में परिवर्तन के कारक", *भारतीय विपणन शोधपत्रिका*, खंड 12(3), पृष्ठ 45-52।
4. Gupta, R. (2017). *Consumer Behaviour in Emerging Markets*. Sage Publications.
5. Singh, A. & Tiwari, N. (2021). "Digital Influence on Rural Consumers: A Case Study of Central India." *International Journal of Marketing Studies*, 13(2), 110-118.
6. Ministry of Consumer Affairs, Government of India (2023). *Annual Consumer Survey Report*.
7. www.statista.com - Rural vs. Urban Consumer Behaviour Statistics (अभिगम दिनांक: 15 मई 2025)।
8. www.consumerhelpline.gov.in - उपभोक्ता अधिकार एवं शिकायत प्रणाली।

SHODH
SANCHAR

Impact of E-Banking on the Present: An Empirical Studies

¹Dr. Hema Rathore

Associate Professor (Department of Management)
Aryavart University, Sehore (M.P.)

²Arun Joseph

Assistant Professor (Department of Management)
Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

It has recently been noted that the number of e-banking services is growing quickly. Globally, digital technology is expanding quickly across many industries, including banking. Every bank offers its clients e-banking services, which, when used, lessens the amount of people crammed into the branch. In the meantime, banks were able to accomplish their objectives thanks to the sharp rise in phone-based technology use. Internet banking and mobile banking are two different ways that banks can offer their services to their clients they are frequently referred to as E-Banking. clients utilise a computer that is linked to the Internet to access internet banking. However, just as e-banking services have been described as two distinct methods of approaching clients, the general population is becoming a victim of cybercrime as a result of the widespread use of e-banking. The usage of wireless to conduct mobile banking distinguishes it from online banking. The study's findings show how e-banking security and privacy, responsibility, and dependability influence consumer satisfaction both positively and negatively, as well as how to avoid falling victim to cybercrime.

KEYWORDS

E-banking, Banking Industry, ATM, Mobile Banking, Debit Card, Mastercard Cyber Crime.

1. INTRODUCTION

Due to the effects of deregulation, technological advancement, and competitive factors, the banking services industry has undergone a rapid global transformation. Diverse media approaches, quickly developing wireless technology, and the internet's quick globalization have created major commercial prospects in the financial industry. Many Indian conventional banks have embraced new technological strategies to help them boost their profitability while lowering transaction costs in order to stay in business and take advantage of the new prospects presented by internet banking facilities.

Generally speaking, banking includes tasks including receiving deposits, disbursing loans, facilitating transactions, and offering wealth management services. Commercial banks

provide services including financial management and commercial loans to larger companies. Investment banks provide guidance on mergers and acquisitions and assist businesses in raising capital. Central banks, on the other hand, are responsible for overseeing the nation's money supply, controlling other banks, and preserving financial stability.

E-banking, often known as online banking or electronic banking, is the process of completing financial transactions over the internet. Instead of coming to a physical branch, clients can access and manage their bank accounts remotely, usually through a bank's website or mobile app. E-finance grows in lockstep with the expansion of the Internet.

E-finance, a subset of e-commerce, has distinct features of its own. While financial services are data-intensive and typically do not require physical product delivery, the Internet offers convenience, price transparency, wider access to information, and reduced expenses. The two appear to work together to provide special benefits that enable e-financial services to expand more quickly than other e-commerce industries. Nonetheless, banks must manage risks, comply with regulations, adopt new fintech technology, and defend against cybersecurity attacks. Digital banking and sustainability are growing in significance as technology advances, influencing how banks will serve consumers' and businesses' requirements in the future. In general, banking continues to play a significant role in contemporary economies.

Numerous scholars have asserted that the primary driver of e-banking's global success is consumer adoption. In many developed nations, mobile payments are very popular. The use of a mobile phone or other device to transfer money from a payer to a recipient, either directly or through an intermediary, is known as mobile payments [1].

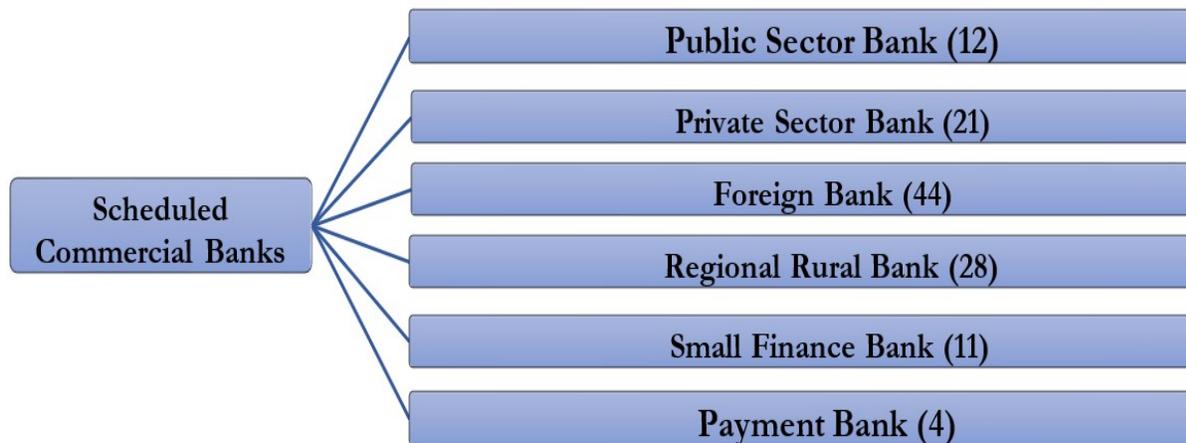
2. INDIAN BANKING BYSTEM

India's banking system is well-established, have been serving the country's credit and banking necessities for many years. Banks' major responsibility is to make sure fluidity of resources from depositors to lenders for both sides' benefit while allocating them efficiently. Banks promote economic growth by improving resource usage efficiency. To suit the specific and diversified needs of numerous clients and borrowers, the modern banking system is separated into several layers. In addition to addressing the specific and diverse financial demands of individual clients and borrower's, this banking ecosystem pushes forward national economic growth and development.

The Indian financial industry is majorly composed of - Scheduled Banks, Non-Scheduled Banks, and Development Banks. Scheduled banks are those designated in the second schedule to

the Reserve Bank of India Act, 1934. In India, there are currently 135 scheduled commercial banks that provide financial services.

Additionally, local banks and cooperative banks provide financial services in a variety of locations across the country. Around 9,306 Non-Banking Financial Companies which are registered under the RBI as on date 30.6.2024 and all the 5 India Financial Institutions also meet the requirement of borrowers by lending to specific industries or segments.



Scheduled Commercial Banks

These are banks which are listed under the Second Schedule of the RBI Act, 1934. They generally follow RBI regulations and are eligible for loans and re-financing from the RBI. Banks under this includes - Public and Private Sector Banks, Foreign Banks, Regional Rural Banks, Small Financing Banks, and Payment Banks.

- **Public Sector Banks:** The Banking Companies (Acquisition and Transfer of Undertakings) Act of 1970/1980 and the SBI Act of 1955 established the State Bank of India and the Eleven nationalized banks.
- **Foreign Bank:** A multinational bank is a financial institution that operates as a private company in other parts of India but has its headquarters located outside of the country. It is mandatory for these banks to function in accordance with the guidelines established by the RBI and the parent company situated outside of India.
- **Private Sector Banks:** Private sector banks are financial institutions authorized to conduct business under the 1949 Banking Regulation Act.

- **Regional Rural Banks:** In order to guarantee adequate institutional credit for agriculture and other rural industries, the Regional Rural Banks Act of 1976 created the Regional Rural Banks (RRB). RRBs can only operate in the areas that the Central Government has designated. The Indian Government, State Governments, and Sponsor Banks collectively own RRBs.
- **Small Finance Banks:** Small finance banks have been established to encourage financial inclusion through providing basic banking services to underserved and underserved populations, include micro and small companies, small and marginal farmers, small business units, and others. These banks were licensed under the Banking Regulation Act of 1949.
- **Payment Banks:** Payment Banks are public limited businesses licensed under the Banking Regulation Act of 1949. Their primary operations are limited to accepting demand deposits as well as offering payment and remittance services.

3. SECURITY IN MOBILE BANKING

Security is a key element in e-banking. Security in financial transactions is executed from a remote location. There are some steps of mobile security used by banks. The first thing which is checked by banks is the physical part of the handheld device. Indian banks do not use smart card-based security and that is why they check various physical components of the device. The application is a thick-client application which is used by most of the banks in India. If the device gets stolen, hackers need at least an ID or password to access the application. User ID and password authentication of the bank customer enhances the security of the mobile application. Encryption and decryption of data is done properly by the mobile banking application. There are some banks in India like United Bank of India, State Bank of India etc. which use one-time password which is the latest tool to secure mobile banking transactions. It assists financial and banking service providers in combating cyber fraud. However, this needs the user to be completely knowledgeable and competent in e-banking and not reveal his OTP with anyone. Rather than relying on a standard remembered password, the bank creates an OTP each time a customer uses mobile banking. When a consumer receives an OTP by SMS, he must input it to complete any request.

Types of Electronic Banking

1. Online Banking: By enabling functions such as fund transfers, transactions, payments, and account access, online banking enables users to handle their accounts with ease via online platforms. Along with a number of services like online transactions, account management, and

bill paying, it provides convenience, accessibility, and security. Customers may simply trace their spending patterns and keep an eye on their accounts in real time using online banking.

2. Mobile Banking: Customers may use smartphones or other mobile devices to monitor activities, make payments, access their accounts, and transfer funds. Mobile banking, which was designed to be convenient while on the go, provides easy access to banking services at any time and from any location via mobile applications. Mobile banking includes features such as biometric authentication for additional security and convenience.

3. ATM Banking: Using automated teller machines (ATMs), users can easily access accounts, view activities, make payments, and transfer money. It gives 24/7 access to traditional banking services such as deposits, cash withdrawals, and account inquiries via ATM networks. For further convenience, ATM banking provides smartphone access and cardless withdrawals.

4. Direct Deposit: By enabling customers to have their paychecks, government subsidies, or additional revenue deposited straight into their bank accounts, direct deposit facilitates income management. Financial procedures are made easier by eliminating the need for paper checks and automating monthly revenue deposits. Direct deposit additionally decreases the potential of missing or stolen cheques and guarantees payment on time.

5. Electronic Funds Transfer (EFT): EFT services provide clients with a secure way to manage their finances by allowing them to make electronic payments and transfer money between accounts or financial institutions. It allows users to access accounts online and transfer funds swiftly and securely using instruments such as cards or codes. EFT services also contain features like real-time transfers and transaction alerts to help you manage your money more effectively.

6. Electronic Bill Payment: With this straightforward approach of managing financial responsibilities, clients can pay bills online using mobile apps or web platforms. It simplifies bill payments for consumers by providing an efficient way to pay utility bills, credit card payments, loan repayments, and other obligations online. For added convenience, computerized bill payment systems usually include recurring payment plans and bill scheduling options.

7. Online Investing: Consumers can purchase investments such as stocks, bonds, and mutual funds via online platforms under e-banking. Users can easily and quickly invest in financial markets thanks to electronic platforms. Online investing platforms also offer research tools, investment advice, and portfolio tracking capabilities to help consumers make sound financial decisions.

Features of Electronic Banking

1. **Convenience:** Electronic banking allows customers to access their accounts, execute transactions, and manage money at any time and from any location using devices such as computers, smartphones, or automated teller machines. Customers can now execute basic banking procedures without physically visiting a bank branch, saving them a lot of time and effort.
2. **Cost-Effectiveness:** By removing the need for frequent trips to physical bank branches, e-banking saves consumers money and time by lowering transaction costs. Customers can save money on transportation and other expenses related to in-person banking by using ATMs or the internet to perform transactions, which makes banking more accessible and inexpensive.
3. **Accessibility:** By eliminating geographical barriers, clients may now access their accounts and conduct banking activities from afar, enhancing accessibility and financial management flexibility. Customers may easily check their account balances, transfer funds, and pay bills online or using mobile banking apps, regardless of where they are—at home, at work, or on the go.
4. **Efficiency:** By automating routine payments, fund transfers, and other banking procedures, electronic banking improves and streamlines financial transactions for people and businesses. Customers can create automated systems to handle repeated tasks, saving time and ensuring payments are made on time, utilizing options such as scheduled payments and recurring transfers.
5. **Security:** To provide a safe and secure environment for online banking activities, e-banking platforms prioritize security measures that protect customer data and transactions. Multi-factor authentication, real-time fraud monitoring, and advanced encryption methods all help protect consumer data and prevent unauthorized account access.
6. **Enhanced Services:** To meet a variety of client needs, electronic banking provides a broad range of services beyond traditional banking, such as online account management, bill payment, fund transfers, loan applications, and investment services. These extra offerings give clients more financial control and allow them to quickly access a variety of banking services and products in one location.
7. **Decreased Fraud and faults:** By offering precise and automated procedures, e-banking lowers the possibility of human error, which can result in expensive mistakes, and minimizes faults in

financial transactions. Furthermore, electronic banking's digital trace aids in the identification and prevention of fraudulent activity. Customers can swiftly spot and report any questionable activities with tools like activity tracking and transaction alerts, improving overall security and peace of mind.

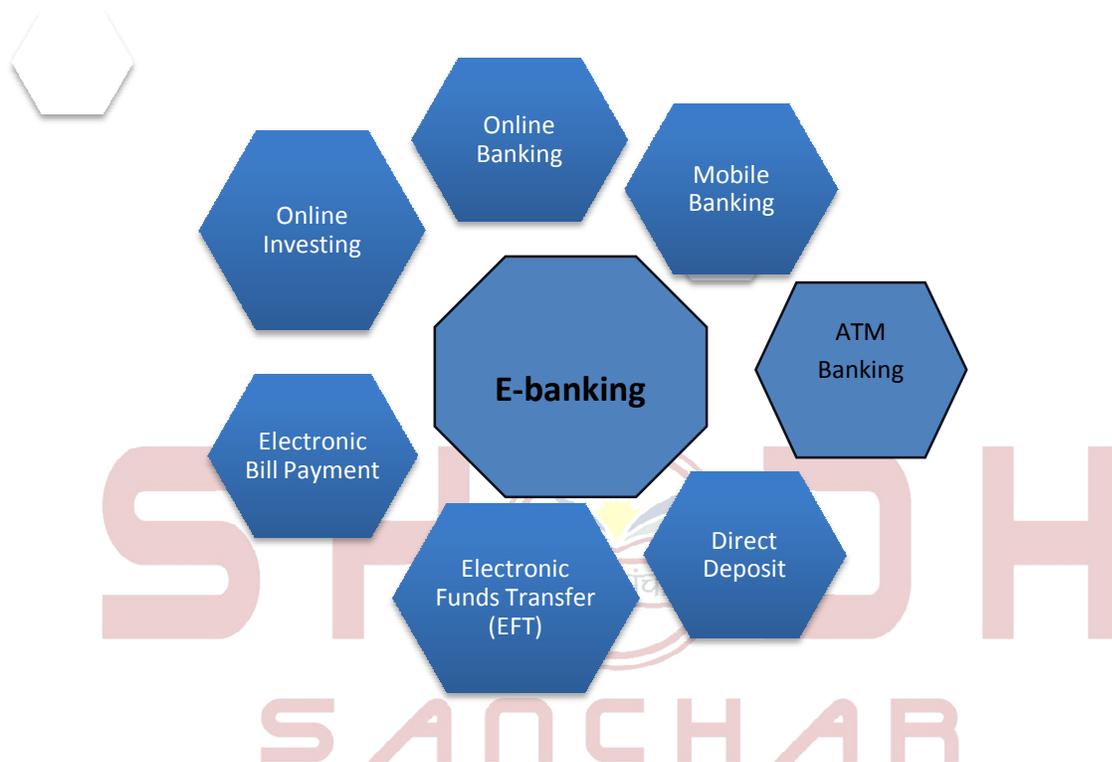


Figure 1: Features of E-banking.

4. CHALLENGES AND CONCERNS

Despite the numerous advantages of mobile banking, there are certain drawbacks as well:

1. Security Risks: With threats like phishing and hacking, cybersecurity is a big worry. Although banks employ robust security measures, consumers should also exercise caution when doing financial transactions online by using strong passwords and avoiding public Wi-Fi.
2. Technical concerns: Users may occasionally encounter problems that hinder their ability to access banking services, such as app crashes, malfunctions, or connectivity concerns.
3. Digital Divide: Not all people have access to dependable internet connections or cellphones. Some find this to be a hurdle, particularly in low-income or rural areas where mobile banking may not be as readily available.

5. LITERATURE REVIEW

Md. Nur Alam Siddik, et al., (2016) One of the most widely used banking methods that has grown significantly in the last several years is e-banking. Nevertheless, there aren't many empirical studies looking at how e-banking affects bank performance. Although e-banking is becoming more popular in Bangladesh, it is yet unknown how it will affect banks' operations. This work closes this gap. This study empirically examined how e-banking affected Bangladeshi banks' performance as assessed by return on equity, return on assets, and net interest margin using panel data from 13 banks between 2003 and 2013. According to the results of a pooled ordinary least square study, e-banking has a negative impact on banks' return on equity in the first year of adoption but starts to positively contribute after two years. The study's empirical findings are especially important for developing nations like Bangladesh since they will encourage bank management and policymakers to seek measures to increase e-banking. Additionally, this work adds to the empirical literature by validating—or not—the results of earlier research.

“Impacts of e-banking on performance of banks in a developing economy: empirical evidence from Bangladesh”, *Journal of Business Economics and Management*, Pages 1066-1080.

Saad A. & Muhammad O. (2011) One of the most essential and contemporary applications that has grown significantly in recent years is electronic banking. The purpose of this study is to look into how electronic banking affects Jordanian bank performance. 15 Jordanian banks' worth of panel data from 2000 to 2010 have been the subject of empirical investigation. The banks' performance was assessed using accounting data, which was then regressed using OLS regression on pertinent variables. The findings indicate that banks' performance is significantly harmed by electronic banking. These banks' performance has not improved as a result of electronic banking. Customers of Jordanian banks rely on conventional methods to conduct their banking business. Consequently, the expenses incurred in implementing electronic banking continue to surpass the earnings from offering electronic services. Therefore, banks should concentrate their efforts on boosting client confidence in electronic banking services and encouraging them to use them.

Hasan Ali Al-Zu'bi, Ala Eddin Mohd Khalaf Ahmad (2011) The purpose of this article is to investigate how e-banking is used and how it influences customer satisfaction results, specifically loyalty and positive word-of-mouth, in Jordanian commercial banks. A purposive sampling technique was utilized to recruit 179 consumers who represented the desired range of demographic variables (such as gender, age, and computer use), prior internet experience levels, and product-related expertise. According to this study, Jordanian Commercial Bank customers' satisfaction, loyalty, and positive word-of-mouth (WOM) were positively impacted by e-banking (accessibility, convenience, security, privacy, content, design, speed, fees and charges). The

analysis expands on what is already known about e-banking services, adding to previous research. The paper makes crucial recommendations for improving the current offering of online financial services.

Shafiq I. Haddad and Heba Khalil Asfour (2014) Mobile banking has just become widely available and is one of the newest services provided by Jordanian commercial banks. Therefore, in order to conduct banking transactions using mobile devices, the researcher links banking services through mobile devices to impact customer e-satisfaction. As a result, clients get financial services independently, without the assistance of bank employees. Reliability, flexibility, privacy, accessibility, simplicity of navigation, efficiency, and safety are the seven qualities that are critical for providing this service. The study's purpose is to assess the influence of mobile banking services on customer e-satisfaction levels. This emphasizes the significance of mobile banking services and the importance of focusing on the services provided by banks that are utilizing them.

The study sampled 360 of 400 clients who use mobile banking services from the following banks: Capital Bank, HSBC Bank, Union Bank, and Jordan Ahli Bank. Simple regression was performed to evaluate the hypotheses, and the results revealed that employing mobile banking services improves consumer happiness. The results showed that all features of mobile banking services had a statistically significant impact on client e-satisfaction. A simple regression study found that privacy and accessibility were more influential than other characteristics of mobile banking. To achieve consumer e-satisfaction, the study recommended that the bank devote more time and resources to creating and implementing mobile banking services capable of performing a wide variety of banking procedures.

Sonam Rani, Harsh Goyal (2025) Mobile banking's phenomenal growth has transformed the banking business by giving users with greater accessibility, speed, and convenience. This study investigates how mobile banking influences consumer satisfaction, focusing on the essential components that influence users' experiences with mobile banking apps. Using primary data collected through regional surveys, this study assesses customer attitudes toward mobile banking services such as account management, fund transfers, bill payments, and security measures. The collected data will be examined using ANOVA (Analysis of Variance) to determine changes in satisfaction levels based on parameters such as age, income, and frequency of use. The findings are expected to give light on the challenges that consumers face, the ways that mobile banking services improve customer satisfaction, and the areas where banks may improve their services. This project will deepen understanding of how mobile banking improves

consumer experience and what this means for the future of digital banking in a rapidly changing financial environment.

Modifica Maria Apsari Sugiati, Adelina Felix (2024) Numerous studies have looked into characteristics of mobile banking services that have a direct impact on client satisfaction and loyalty. The primary purpose of this study is to identify customer satisfaction indicators in Mobile Banking Service Quality (MBSQ) services that influence customer loyalty both directly and indirectly. The Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) technique is utilized to evaluate the research model in this quantitative study, which has a descriptive and verification research design. The study's findings confirm that expenses have an indirect impact on customer loyalty via customer satisfaction, but cost, security, responsiveness, relative advantage, and convenience have a direct impact on customer satisfaction. In the banking industry, client satisfaction becomes a technique or assistance in the transmission of service quality to loyalty. The research can help to increase understanding of digital-based banking service marketing tactics, which can improve customer happiness and loyalty while also increasing the company's long-term competitiveness. Furthermore, the findings have theoretical and managerial implications.

METHODOLOGY

1. Formulation of Hypotheses Null Hypothesis (H_0): Mobile banking has no appreciable effect on client satisfaction.
2. Alternative Hypothesis (H_1): Mobile banking significantly improves customer satisfaction.

6. RESEARCH DESIGN

This study will employ a quantitative research approach, allowing for the collection and analysis of numerical data to assess the relationship between customer happiness and e-banking use. In specifically, a descriptive study approach will be used to assess how E-banking is currently impacting customers. This method allows you to measure customer satisfaction levels before and after implementing e-banking services. The study will use a cross-sectional survey to collect data from clients who actively use e-banking services. The study aims to identify patterns, trends, and linkages between e-banking features and consumer happiness.

Data Collection: A structured questionnaire will be used to gather primary data for this study. The purpose of the questionnaire is to collect information on a number of topics related to using mobile banking, such as: Use of mobile banking frequency Customers find the most helpful aspects of mobile banking, such as accessibility, security, and ease of transactions. Overall contentment with mobile banking, Expectations and experiences of customers to

guarantee a large and varied sample of responders, the questionnaire will be distributed via both in-person interviews and online surveys.

Methods of Screening: Easy sampling to make sure that only accurate and pertinent replies are included in the study, screening methods will be used. The actions listed below will be implemented:

- Demographic Screening: The study will only involve participants who actively use mobile banking. To determine who is eligible to reply, demographic questions on age, gender, income, and education will be used.
- Response Validation: To evaluate the consistency of responses, the survey will contain control questions. Answers that are contradictory or inconsistent will be noted and eliminated from the final dataset.
- Data Quality Check: Questionnaires that are incomplete or incorrectly completed will not be included in the analysis. This will guarantee that only legitimate responses are included in the final dataset.

ANALYSIS OF DATA

Analysis of variance (ANOVA) A statistical test known as the single factor is used to determine if the means of three or more independent groups differ statistically significantly. It is commonly used to compare the means of multiple groups using a single component or independent variable.

RESULTS

Anova: Single Factor

SUMMARY

Groups	Count	Sum	Average	Variance
Is e-banking more time-saving than conventional banking?	100	139	1.39	0.321111111
Is e-banking more flexible or convenient than conventional banking?	100	149	1.49	0.494848485
Is e-banking easier to use	100	181	1.81	0.519090909

than conventional banking?				
Is e-banking more secure than conventional banking?	100	207	2.07	0.873838384
Is e-banking more tangible than conventional banking?	100	215	2.15	0.593434343
Is E-banking more accessible in terms of system, network, and so on than conventional banking?	100	203	2.03	0.675858586
Is e-banking more capable of handling problems than traditional banking?	100	221	2.21	0.652424242
Has e-banking met my expectations more than conventional banking?	100	189	1.89	0.523131313
Are you overall satisfied?	100	178	1.78	0.294545455

ANOVA						
Source of variation	SS	df	MS	F	P-value	F Crit

Between Groups	64.64888889	8	8.081111111	14.69802809	2.58924E-20	1.94877781
Within Groups	489.88	891	0.549809203			
Total	554.5288889	899				

The descriptive statistics for each group—the many questions or categories you are comparing—are displayed in this table. The summary table's columns display:

- Count: The quantity of answers in every group. It's 100 for each group in your situation.
- Sum: The sum of each group's responses.
- Average (Mean): The mean of each group's response scores.
- Variance: How the scores within each category are distributed. The degree to which individual scores differ from the group mean is measured by variance.

For instance, the variance is 0.321 and the mean (average) score is 1.39 for the statement "E-banking is Time Saving than Conventional Banking?" This indicates that, given the low variance, the scores for this statement are fairly near to the average, with the average response being 1.39 (presumably on a Likert scale of 1–5, where 1 denotes disagreement and 5 denotes agreement).

ANOVA Table.

To evaluate whether there are any statistically significant differences between the group means, the ANOVA table is used. It highlights the distinctions between and within each group. Each row and column carries the following meanings:

Source of Variation

The sources of variation in your data are indicated in this row:

- Between Groups: Variation brought about by variations in the means of various groups, in this case questions.
- Inside Groups: Disparities resulting from individual answers to each question inside the groups.
- Total: The sum of the within-group and between-group variations in the data. Sum of Squares, or SS:

- Between Groups (SS Between): This gauges the variance brought on by variations in group means. The SS Between in your instance is 64.64888889, indicating some degree of response variability between the groups.

DF (Degrees of Freedom)

In degrees of freedom, the "between groups" (df Between) are those with fewer than one group. Nine groups (questions) indicate that the df Between is $9-1=89 - 1 = 89-1=8$. Within Groups refers to the total number of observations minus the number of groups.

- Total (df Total): The sum of degrees of freedom for the "Between" and "Within" groups.

MS (mean square)

The mean square (MS) between groups is calculated by dividing the total of squares between groups by their degrees of freedom.

- MS Within (Groups) This is computed by dividing the total of squares within groups by the number of degrees of freedom within each.

F-Statistic

The F-statistic is calculated by dividing the MS Between and MS Within. This statistic displays how far the group mean deviates from the variability within each group. A higher F-value shows that there is more variation between the group means than within the groupings, implying substantial differences between the groups.

P-Value

The P-value is the probability that the observed F-statistic or other extreme outcome would occur if the null hypothesis was valid. The null hypothesis in ANOVA asserts that there are no differences between groups and that all group averages are the same. P-value = 2.58924E-20: This is a very small value, close to zero, indicating that there is essentially no possibility of observing the data if all group means are equal. To put it another way, you may confidently reject the null hypothesis since there are statistically significant differences between the group means.

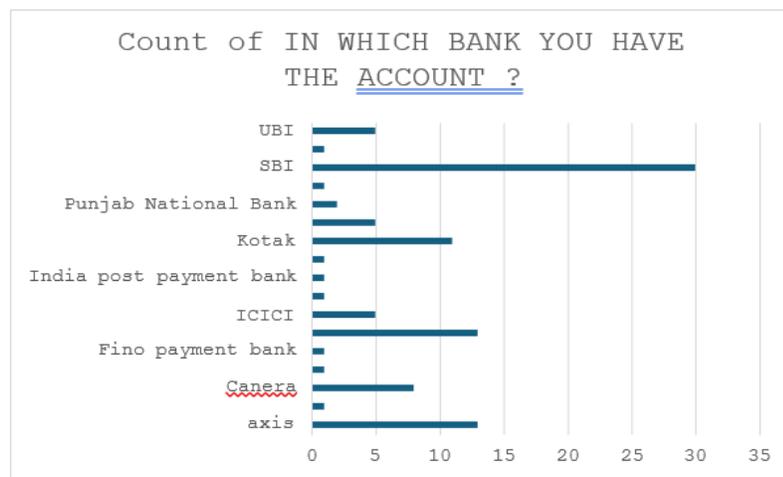
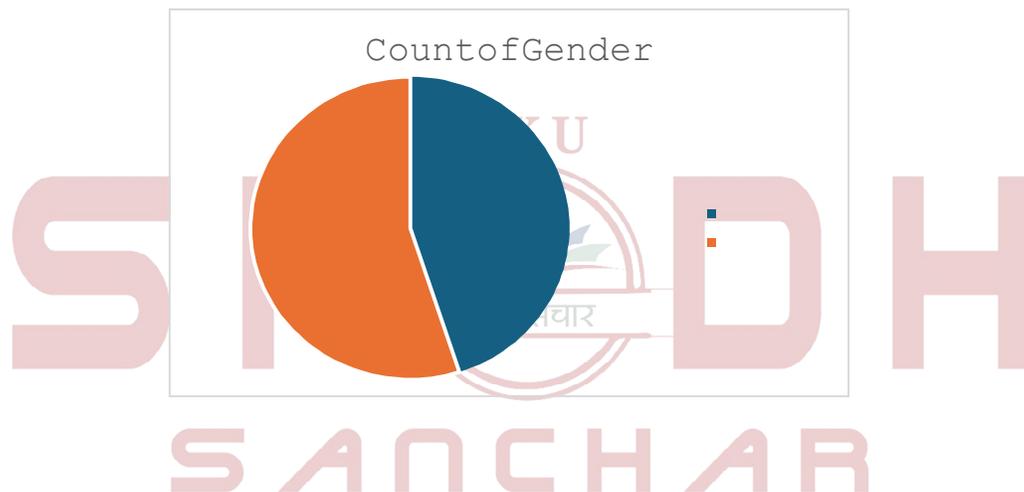
F-Crit (Critical Value)

This is F's critical value at a given significance level, which is usually 0.05. The F-critical value in this case is 1.94877781. You reject the null hypothesis because your calculated F-value (14.69802809) is significantly more than the crucial value. Significant differences between groups are proven when the computed F-value exceeds the F-critical value.

Summary of Findings

- Both the F-value of 14.69802809 and the P-value of 2.58924E-20 show that the group means (the responses to the several questions on traditional and mobile banking) differ significantly.
- The F-statistic is far greater than the F-critical value of 1.94877781, indicating that the group differences are statistically significant.

According to the statistics, respondents have varying opinions about e-banking and traditional banking based on a number of characteristics (such as time-saving, flexibility, and security), and these disparities are statistically significant.

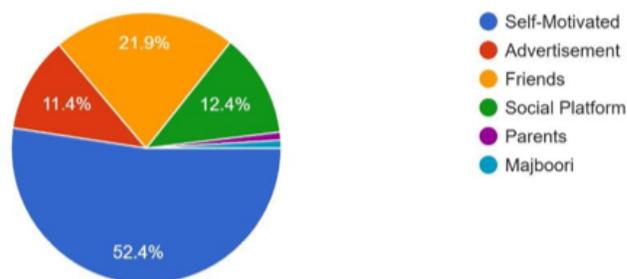


WHAT BANK DO YOU OWN THE ACCOUNT WITH?	Which bank do you have the account with?
axis	13
Bankof Maharashtra	1
Canera	8
CBI	1
Finopaymentbank	1
Hdfc	13
ICICI	5
IDBIBANK	1
Indiapostpaymentbank	1
IndusIndBank	1
Kotak	11
PNB	5
PunjabNationalBank	2
Reservebankofindia	1
SBI	30
TheNanitalBank	1
UBI	5

Peoplereponse:

How are you motivated to open an accounting in E-banking?

105 Responses



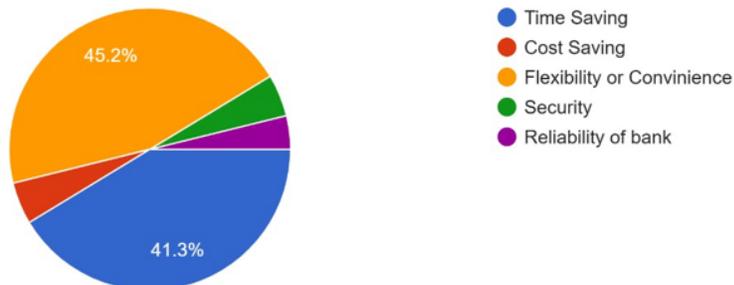
- Self-Motivated 52.4%
- Advertisement 11.4%
- Friends 21.9%
- SocialPlatform 12.4%

According to the data, 52.4% of respondents said that their primary incentive for opening an e-banking account was self-motivation. This may suggest that consumers

appreciate the ease, accessibility, and control that online banking provides. A sizable percentage, 21.9%, is impacted by friend recommendations, demonstrating the strength of peer pressure. With respective percentages of 11.4% and 12.4%, advertisements and social media platforms also influence motivation, indicating that online platforms and marketing tactics are important in promoting the use of e-banking.

What influences your decision to open an online bank account?

104 Responses

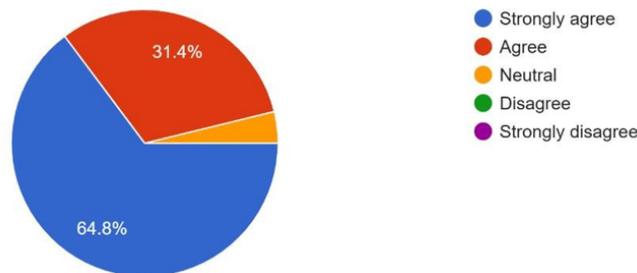


- Saving 41.3% of time
- 5% of money
- Convenience or Flexibility: 45.2%
- 5% security

3.5% is the bank's reliability. According to the data, people are most likely to register an e-bank account for time savings (41.3%) and flexibility or convenience (45.2%). These imply that the main attraction of e-banking is the convenience and effectiveness it provides. Although they are significant, security and cost-saving considerations are not the main motivators, as seen by their lower influence (only 5% each). Furthermore, the bank's dependability has the least influence (3.5%), suggesting that the ease and effectiveness of mobile banking may be more important considerations than confidence in the bank itself.

E-banking is time saving then conventional banking ?

105 Responses

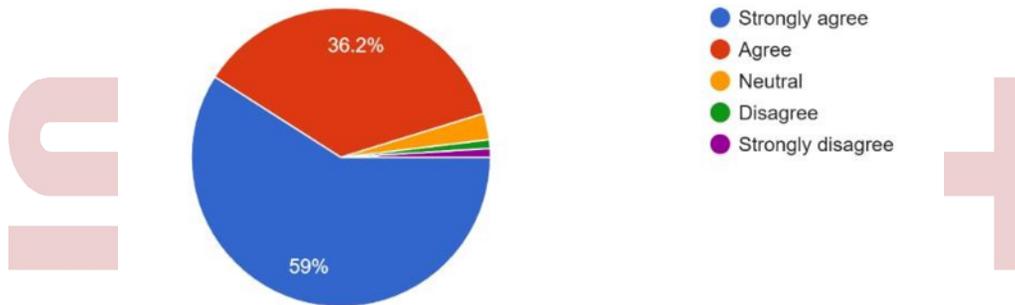


Strongly Agree	64.8%
Agree	31.4%
Neutral	4.8%

According to the study, e-banking is strongly preferred over traditional banking because it saves time. A noteworthy 64.8% of respondents "strongly agree" and 31.4% "agree" with this statement, indicating that most people view online banking to be much more time-efficient. Very few people disagree with the notion that online banking saves time, as evidenced by the 4.8% who are neutral. This demonstrates the primary benefit of online banking over conventional techniques, which is its speed and convenience

Is e-banking more adaptable than traditional banking?

105 Responses

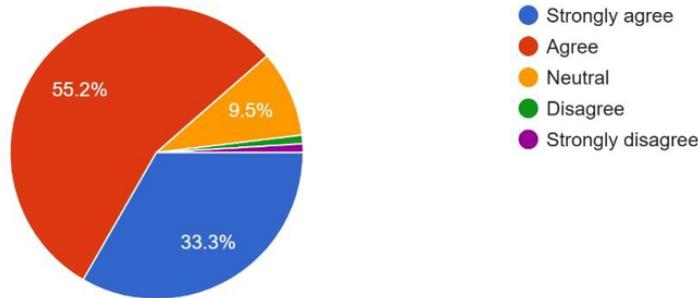


Strongly Agree	59%
Agree	36.2%
Neutral	2.7%

According to the data, most people believe that online banking offers greater flexibility and convenience than traditional banking. In particular, 59% of respondents "strongly agree," and 36.2% "agree," indicating that the majority of consumers value the convenience and flexibility that online banking provides. The fact that only 2.7% are neutral indicates that relatively few people believe online banking is not more convenient. This demonstrates how e-banking is far more appealing than traditional banking methods due to its flexibility and convenience.

Is e-banking more user-friendly than traditional banking?

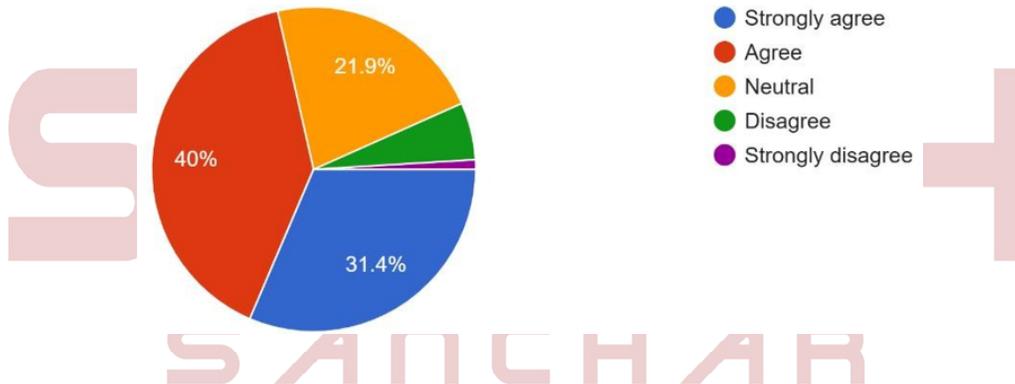
105 Responses



- Strongly Agree 33.3%
- Agree 55.2%
- Neutral 9.5%

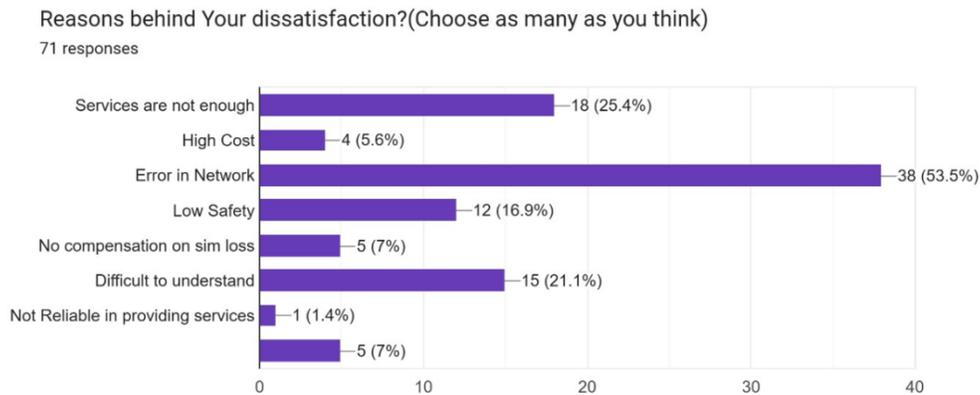
Is online banking more secure than traditional banking?

105 Responses



Strongly Agree	31.4%
Agree	40%
Neutral	21.9%
Disagree	5.5%

The majority of people believe that online banking is safe, according to the data, with 40% "agreeing" and 31.4% "strongly agreeing" with the assertion. This implies that a sizable percentage of customers prefer the security of online banking to traditional banking. Nonetheless, 5.5% disagree and 21.9% are neutral, suggesting that some people are still worried about its security. Though not universally held, most people have a positive opinion of e-banking security.



7. CONCLUSION

E-banking has transformed the financial environment by making it more accessible, efficient, and convenient for customers throughout the world. As digital technology advances, its integration into banking allows institutions to meet consumer needs with unparalleled speed and customisation. However, this shift has raised worries about cybersecurity, data privacy, and digital literacy.

The empirical findings of this study highlight that, while e-banking greatly enhances customer satisfaction through convenience and service availability, its long-term viability is strongly dependent on strong security frameworks, consumer awareness, and regulatory monitoring. To maximize the benefits of e-banking while minimizing its risks, stakeholders must work together to invest in safe platforms, educate consumers, and enforce tight accountability mechanisms. Only then will the promise of digital banking be fully realized while maintaining user confidence and safety.

8. REFERENCE

1. Amanda, Marsya, & Febrina, Hambalah. (2024). "The Influence of Service Innovation and Service Quality on Customer Satisfaction Users of Mobile Banking Livin." *Mandiri. Balance (Surabaya)*, 21(2): 309-320.
2. Amit, Kumar, and Sahani. (2024). "Factors Affecting Customer of Mobile Banking Services at Commercial Banks in Nepal." *Journal of Corporate Finance Management, Banking System*.
3. Sulaiman, Helmi, Adelia, Trisninawati, Dian, Rianawati, Ratna, Sesotya, and Wedadjati. (2024). "The Role Of Mobile Banking In Improving Service Efficiency To Customers In The Digital Era." *Data*, 2(2), pp 14–23.

4. Arynda, Syavina, Hidayat, Herlina, and Pusparini (2024). The Importance of Customer Satisfaction and its Determinants in Mobile Banking Services. *EAJMR East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(9), 4549–4566.
5. Muhammad, Rifky, Pratama, and Marliyah. (2024). "The Influence of Mobile Banking Service Quality on Customer Satisfaction." *Journal of Management and Administration Provision*, 4(2), pp. 170-178.
6. Department of Financial Services, Banking System in India, <https://financialservices.gov.in/beta/en/banking-overview>.
7. <https://www.geeksforgeeks.org/finance/electronic-banking-e-banking>.
8. Md. Nur Alam Siddik, Gang Sun, Sajal Kabiraj, Joghee Shanmugan, and Cui Yanjuan (2016) "Impacts of e-banking on the performance of banks in a developing economy: empirical evidence from Bangladesh" in *Journal of Business Economics and Management*, pages 1066-1080.
9. Mohammad O. and Saad A. (2011) "The Impact of E- Banking on The Performance of Jordanian Banks" *Journal of Internet Banking and Commerce*, vol. 16, no. 2, pp. 1-10.
10. Al-Eddin Mohd Khalaf Ahmad and Hasan Ali Al-Zu'bi (2011) "E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation," *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No. 1, ISSN 1918-719X E-ISSN 1918-7203, pp. 50-65.
11. Heba Khalil Asfour and Shafiq I. Haddad, (2014) "The Impact of Mobile Banking on Enhancing Customers' E-Satisfaction: An Empirical Study on Commercial Banks in Jordan", *International Business Research*; Vol. 7, No. 10, ISSN 1913-9004 E-ISSN 1913-9012, doi:10.5539/ibr.v7n10p145 URL: <http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v7n10p145>, pp-145-169.
12. Harsh Goyal and Sonam Rani (2025), "Impact of Mobile Banking on Customer Satisfaction," *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, IJCRT2503627, Volume 13, Issue 3, ISSN: 2320-2882, pp. 431-451.
13. Modifica. Adelina Felix and Maria Apsari Sugiati, (2024), "Analysis of Factors Influencing Customer Satisfaction and Its Impact on Mobile Banking Customer Loyalty," <https://doi.org/10.54099/ijmdb.v3i2.1117>, *International Journal of Management and Digital Business*, 3(2), pp. 69-83.
14. Ujjwal, Adhikari, & Santosh, Gyawali. (2023). "Customer Satisfaction of Service Quality: Assessing Mobile Banking Practices".
15. Department of Financial Service, Ministry of Finance
16. Internet

"मीडिया में वाणिज्यिक स्वामित्व: निष्पक्षता बनाम लाभ"

डॉ. आलोक अग्रवाल

संकायाध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार

श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर (म.प्र.)

सारांश

आज के वैश्विक मीडिया परिवेश में पत्रकारिता केवल जनसेवा या सूचना संप्रेषण तक सीमित नहीं रही, बल्कि यह एक वाणिज्यिक उद्योग में बदल चुकी है। मीडिया संस्थानों का स्वामित्व जब तक स्वतंत्र पत्रकारों या सामाजिक संगठनों के हाथों में था, तब तक पत्रकारिता का मूल उद्देश्य जनता को जागरूक करना, सत्ता से सवाल करना और सामाजिक सरोकारों को उठाना रहा। लेकिन जैसे-जैसे बड़े कॉर्पोरेट समूहों ने समाचार माध्यमों में निवेश करना शुरू किया, पत्रकारिता के स्वरूप और उद्देश्य में मूलभूत परिवर्तन आने लगे।

यह शोध पत्र इसी परिवर्तन का विश्लेषण करता है कि किस प्रकार वाणिज्यिक स्वामित्व मीडिया की निष्पक्षता को प्रभावित करता है। इसमें यह भी देखा गया है कि लाभ कमाने की होड़ में मीडिया संस्थान कैसे समाचारों को उत्पाद के रूप में प्रस्तुत करते हैं। आज पत्रकारिता बाजार आधारित निर्णयों से संचालित होती दिख रही है, जहाँ संपादकीय स्वतंत्रता पर व्यावसायिक हितों का दबाव बढ़ता जा रहा है। यह स्थिति लोकतंत्र और सामाजिक उत्तरदायित्व के लिए चिंताजनक है। शोध पत्र में भारतीय और अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य से मीडिया में वाणिज्यिक स्वामित्व की प्रवृत्तियों, उसके प्रभावों और संभावित समाधानों की विस्तारपूर्वक विवेचना की गई है।

बीज शब्द

मीडिया स्वामित्व, निष्पक्षता, लाभ, पत्रकारिता नैतिकता, कॉर्पोरेट मीडिया, संपादकीय स्वतंत्रता, व्यावसायीकरण, जनहित, समाचार चयन, विज्ञापन प्रभाव

प्रस्तावना

"पत्रकारिता केवल सूचना देने का माध्यम नहीं है, यह लोकतंत्र की आत्मा है।"

यह वाक्यांश इस बात को रेखांकित करता है कि पत्रकारिता किसी भी समाज के बौद्धिक और नैतिक स्वास्थ्य की परिचायक होती है। किंतु जब पत्रकारिता का माध्यम—मीडिया—पूरी तरह वाणिज्यिक हाथों में चला जाए, तब उसकी भूमिका केवल जनहित की प्रहरी नहीं, बल्कि व्यापारिक हितों की प्रवक्ता बन जाती है।

वर्तमान वैश्विक परिदृश्य में अधिकांश मीडिया संस्थान किसी न किसी कॉर्पोरेट समूह के स्वामित्व में हैं। चाहे वह समाचार चैनल हों, बड़े अखबार समूह हों, रेडियो स्टेशन हों या डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म—अधिकांश पर वाणिज्यिक शक्तियों का नियंत्रण स्पष्ट दिखाई देता है। ये शक्तियाँ लाभ को सर्वोपरि मानती हैं, जिससे पत्रकारिता के मूल मूल्य—निष्पक्षता, सत्यता, स्वतंत्रता—पर प्रभाव पड़ता है।

प्रस्तुत शोधपत्र इसी गंभीर प्रश्न को केंद्र में रखता है कि क्या वाणिज्यिक स्वामित्व के अंतर्गत पत्रकारिता निष्पक्ष रह सकती है? क्या लाभ कमाने की प्रवृत्ति पत्रकारिता की स्वतंत्रता को बाधित कर रही है? इस शोध के माध्यम से हम यह जानने का प्रयास करेंगे कि मीडिया का व्यवसायीकरण समाज, राजनीति और लोकतांत्रिक मूल्यों को किस प्रकार प्रभावित कर रहा है। साथ ही, इस संकट से उबरने के उपायों पर भी विचार किया जाएगा।

उद्देश्य

1. मीडिया संस्थानों में वाणिज्यिक स्वामित्व की वर्तमान स्थिति का अध्ययन करना।
2. यह विश्लेषण करना कि कॉर्पोरेट हित समाचारों की निष्पक्षता को किस प्रकार प्रभावित करते हैं।
3. संपादकीय स्वतंत्रता पर व्यावसायिक दबावों का मूल्यांकन करना।
4. मीडिया नैतिकता और जनहित के प्रति उत्तरदायित्व को समझना।
5. निष्पक्ष पत्रकारिता की रक्षा हेतु संभावित उपाय सुझाना।

शोध विस्तार

1. मीडिया स्वामित्व का परिवर्तन

20वीं सदी तक अधिकांश मीडिया संस्थान पत्रकार या स्वतंत्र समूहों के स्वामित्व में थे। परंतु उदारीकरण और निजीकरण के बाद मीडिया में भी पूँजी निवेश बढ़ा और कई बड़े कॉर्पोरेट समूहों ने टीवी चैनलों, अखबारों और डिजिटल पोर्टलों को अपने अधीन कर लिया।

2. लाभ के लिए खबरों का व्यावसायीकरण

विज्ञापनों, प्रायोजित कार्यक्रमों और ब्रांड प्रचार ने समाचारों की प्रस्तुति को पूरी तरह बदल दिया है। 'पेड न्यूज़' (Paid News) जैसी प्रवृत्तियाँ निष्पक्षता पर प्रश्नचिन्ह लगाती हैं।

3. संपादकीय स्वतंत्रता पर दबाव

पत्रकार अब आर्थिक हितों के अनुरूप समाचार छोटने या दबाने को विवश होते हैं। उदाहरणस्वरूप, उन खबरों को कम महत्व मिलता है जो कंपनी के निवेशकों या विज्ञापनदाताओं के खिलाफ हों।

4. कॉर्पोरेट हित बनाम जनहित

जब मीडिया स्वामित्व व्यापारिक घरानों के हाथों में होता है, तब पत्रकारिता जनहित के बजाय कॉर्पोरेट छवि निर्माण का माध्यम बन जाती है। इससे लोकशक्ति की आवाज दबती है।

5. भारतीय संदर्भ में विश्लेषण

भारत में रिलायंस समूह, जी मीडिया, टाइम्स ग्रुप जैसे अनेक मीडिया हाउस अब सीधे या परोक्ष रूप से व्यापारिक हितों से जुड़े हैं। कई बार इनकी रिपोर्टिंग पर पक्षपात का आरोप लगता है।

6. वैश्विक परिदृश्य

अमेरिका में फॉक्स न्यूज और मर्डोक समूह ब्रिटेन में BBC बनाम प्राइवेट चैनलों की स्थिति इस संदर्भ में अध्ययन हेतु उपयुक्त उदाहरण हैं।

7. निष्पक्षता की रक्षा के उपाय

1. मीडिया स्वामित्व की पारदर्शिता
2. पब्लिक सर्विस ब्रॉडकास्टिंग को बढ़ावा
3. संपादकीय एवं मार्केटिंग विभाग का पृथक्करण
4. प्रेस परिषद और नियामक संस्थाओं को सशक्त बनाना
5. मीडिया शिक्षा में नैतिकता पर बल

निष्कर्ष

इस शोध के माध्यम से यह स्पष्ट हुआ कि मीडिया का वाणिज्यिक स्वामित्व पत्रकारिता के मूलभूत मूल्यों के लिए एक गहन संकट है। जब समाचार संस्थानों का संचालन लाभ की दृष्टि से होता है, तब समाचारों की चयन प्रक्रिया, रिपोर्टिंग की दिशा और प्रस्तुतिकरण की शैली पर कॉर्पोरेट हित हावी हो जाते हैं। पत्रकारिता जो कभी सत्ता की निगरानी और जन-आवाज की संवाहक थी, आज वह कई बार ब्रांड प्रचार, छवि निर्माण और विज्ञापन की सेविका बनती दिख रही है।

यह प्रवृत्ति लोकतंत्र की बुनियादी संरचना पर प्रश्नचिन्ह लगाती है। यदि मीडिया केवल उन्हीं मुद्दों को उठाएगा जो लाभदायक हैं, तो गरीबों, हाशिए पर खड़े लोगों, सामाजिक असमानताओं और भ्रष्टाचार जैसे विषयों की अनदेखी होगी। इससे जनमत निर्माण की प्रक्रिया प्रभावित होती है और समाज एकपक्षीय सूचना के प्रवाह में बहने लगता है।

इसलिए आवश्यक है कि—

1. मीडिया स्वामित्व पारदर्शी हो।
2. पत्रकारिता और वाणिज्य के बीच स्पष्ट सीमा रेखा खींची जाए।
3. संपादकीय और विज्ञापन विभागों को अलग किया जाए।
4. सरकार, समाज और नागरिक समूह मिलकर मीडिया की स्वतंत्रता और निष्पक्षता की रक्षा करें।

जब तक मीडिया लाभ और जनहित के बीच संतुलन नहीं बनाएगा, तब तक वह अपने लोकतांत्रिक उत्तरदायित्व को पूरी तरह नहीं निभा पाएगा। निष्पक्ष और स्वतंत्र पत्रकारिता ही एक सशक्त, समावेशी और उत्तरदायी लोकतंत्र की नींव रख सकती है।

संदर्भ

1. कुमार, अरुणस्वामित्व और सत्ता : भारतीय मीडिया ., राजकमल प्रकाशन, 2020
2. चौधरी, मनोजपत्रकारिता और व्यावसायीकरण ., वाणी प्रकाशन, 2021
3. McChesney, R.W. (2004). The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the 21st Century.
4. Bagdikian, B.H. (2004). The New Media Monopoly.
5. Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). Manufacturing Consent.
6. Kohli-Khandekar, V. (2013). The Indian Media Business, Sage Publications.
7. Press Council of India Reports, Annual Publications, www.presscouncil.nic.in
8. मीडिया स्वामित्व और नियमन पर भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (TRAI) की रिपोर्ट, 2019.

"भारत में ई-कॉमर्स के विकास का पारंपरिक व्यापार पर प्रभाव: एक विश्लेषण"

डॉ. आशीष कुमार पचौरी

संकायाध्यक्ष वाणिज्य

श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर (म.प्र.)

सारांश

भारत में पिछले एक दशक में तकनीकी प्रगति, इंटरनेट की व्यापक उपलब्धता और स्मार्टफोन की सुलभता के कारण ई-कॉमर्स उद्योग ने अभूतपूर्व गति से विकास किया है। इससे उपभोक्ताओं की खरीदारी की प्रवृत्तियाँ तेजी से बदल गई हैं, और पारंपरिक व्यापार प्रणाली को गंभीर चुनौती मिली है। यह शोध पत्र इस परिवर्तन के विभिन्न पहलुओं की पड़ताल करता है— उपभोक्ताओं के व्यवहार में हुए बदलाव, पारंपरिक व्यापार की प्रतिक्रिया, और व्यापारियों के समक्ष उत्पन्न हुई चुनौतियाँ।

शोध में यह पाया गया कि ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों की सुविधा, विविधता, छूट और होम डिलीवरी जैसी सेवाओं ने उपभोक्ताओं को आकर्षित किया है, जबकि पारंपरिक व्यापार सीमित पहुंच और तकनीकी पिछड़ेपन के कारण प्रतिस्पर्धा में पिछड़ता जा रहा है। हालांकि यह शोध यह भी इंगित करता है कि यदि पारंपरिक व्यापार डिजिटल तकनीक, ग्राहक सेवा और लोकेल नेटवर्किंग को अपनाता है, तो वह ई-कॉमर्स के साथ तालमेल बिठाकर अपना अस्तित्व बनाए रख सकता है।

बीज शब्द

ई-कॉमर्स, पारंपरिक व्यापार, उपभोक्ता व्यवहार, डिजिटलीकरण, खुदरा व्यवसाय, ऑनलाइन मार्केटिंग

प्रस्तावना

वाणिज्य मानव समाज का एक आवश्यक और अपरिहार्य भाग रहा है, जो समय के साथ बदलता रहा है। परंतु 21वीं सदी के दूसरे दशक में, जब डिजिटल युग ने अपने पंख फैलाए, तब व्यापार की परंपरागत परिभाषाएँ और तौर-तरीके तेजी से बदलने लगे।

भारत जैसे विकासशील देश में, जहाँ अब भी एक बड़ी आबादी पारंपरिक बाजारों पर निर्भर है, वहीं युवा पीढ़ी और महानगरों के उपभोक्ता तेजी से ई-कॉमर्स की ओर आकर्षित हो रहे हैं।

ई-कॉमर्स ने न केवल उपभोक्ताओं को अधिक विकल्प प्रदान किए हैं, बल्कि विक्रेताओं के लिए भी वैश्विक बाजारों तक पहुंच आसान की है। परंतु इसका प्रभाव पारंपरिक व्यापार पर बहुआयामी रहा है—जहाँ एक ओर इससे नवाचार की प्रेरणा मिली, वहीं दूसरी ओर छोटे और स्थानीय व्यापारियों के अस्तित्व पर संकट भी उत्पन्न हुआ। यह शोध पत्र इसी संक्रमणकालीन दौर का गहन विश्लेषण करता है, और यह जानने का प्रयास करता है कि पारंपरिक व्यापार इस डिजिटल चुनौती का सामना कैसे कर सकता है।

उद्देश्य

1. भारत में ई-कॉमर्स के वर्तमान परिदृश्य का अध्ययन करना।
2. पारंपरिक व्यापार पर ई-कॉमर्स के प्रभाव का विश्लेषण करना।
3. उपभोक्ताओं के व्यवहार में आए परिवर्तनों का मूल्यांकन करना।
4. पारंपरिक व्यापार को डिजिटल युग में टिकाऊ बनाने हेतु सुझाव देना।

परिकल्पना

1. ई-कॉमर्स के विकास से पारंपरिक व्यापार की बिक्री में कमी आई है।
2. उपभोक्ताओं की प्राथमिकताएँ ऑनलाइन खरीदारी की ओर स्थानांतरित हो रही हैं।
3. तकनीकी समावेशन पारंपरिक व्यापार के लिए आवश्यक हो गया है।
4. पारंपरिक व्यापार, यदि सही डिजिटल रणनीतियाँ अपनाए, तो ई-कॉमर्स के साथ सह-अस्तित्व संभव है।

शोध विस्तार

1. शोध की प्रकृति एवं उद्देश्य

यह शोध वर्णनात्मक (descriptive) एवं विश्लेषणात्मक (analytical) है, जिसका उद्देश्य भारत में ई-कॉमर्स के विकास की प्रवृत्ति को समझना और इसका पारंपरिक व्यापार पर पड़ने वाले प्रभावों का विश्लेषण करना है।

2. डेटा संग्रहण

प्राथमिक स्रोत:

100 पारंपरिक व्यापारियों से साक्षात्कार

200 उपभोक्ताओं से प्रश्नावली

द्वितीयक स्रोत:

विभिन्न सरकारी व निजी रिपोर्टें शोध पत्र, न्यूज पोर्टल, रिपोर्ट्स

3. उपभोक्ता व्यवहार में परिवर्तन

उपभोक्ता अब तेजी, सुविधा, और कम कीमत को प्राथमिकता देने लगे हैं।

ब्रांड की तुलना, उत्पाद रेटिंग और रिटर्न सुविधा जैसी चीजें ऑनलाइन शॉपिंग को आकर्षक बनाती हैं।

4. पारंपरिक व्यापार पर प्रभाव

बिक्री में गिरावट, ग्राहक संख्या में कमी, लागत में वृद्धि

डिजिटल जानकारी और कौशल की कमी

कुछ व्यापारियों ने डिजिटल भुगतान, सोशल मीडिया मार्केटिंग को अपनाया

5. संभावित समाधान

पारंपरिक व्यापार को Phygital Model (Physical + Digital) अपनाना चाहिए

लोकल डिलीवरी और व्यक्तिगत संपर्क को बनाए रखते हुए डिजिटल प्लेटफॉर्म का प्रयोग

ग्राहकों के अनुभव को बेहतर बनाकर विश्वास अर्जित करना

निष्कर्ष

शोध से यह स्पष्ट होता है कि ई-कॉमर्स भारत में एक अपरिहार्य वास्तविकता बन चुका है, और यह लगातार विकासशील है। यह केवल उपभोक्ताओं के लिए ही नहीं, व्यापारियों के लिए भी अनेक संभावनाएँ लेकर आया है। हालांकि, पारंपरिक व्यापार इस बदलाव से प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित हुआ है और उसे अपनी रणनीतियों में परिवर्तन लाने की आवश्यकता है।

यदि पारंपरिक व्यापारी डिजिटल उपकरणों का प्रयोग करना सीखें, ग्राहकों की बदलती अपेक्षाओं को समझें, और अपनी सेवाओं में लचीलापन लाएं, तो वे ई-कॉमर्स की चुनौती को अवसर में बदल सकते हैं।

इस शोध का निष्कर्ष यह दर्शाता है कि व्यापार का भविष्य अब पारंपरिक बनाम डिजिटल नहीं है, बल्कि एक समन्वित प्रणाली में निहित है, जहाँ दोनों ही प्रकार के व्यापार मिलकर उपभोक्ता अनुभव को समृद्ध कर सकते हैं।

संदर्भ

1. भारतीय वाणिज्य मंत्रालय की वार्षिक रिपोर्ट, 2023
2. Statista India Report on E-Commerce, 2024
3. चौधरी, एस. (2022). "डिजिटल युग में भारतीय व्यापार की दिशा", दिल्ली विश्वविद्यालय प्रकाशन।
4. ET Retail. (2023). "How Indian retailers are embracing digital transformation"
5. Kumar, R. (2021). Impact of E-commerce on Retail Business, International Journal of Business Studies

वर्तमान भारतीय परिदृश्य में व्यावसायिक शिक्षा का महत्व

डॉ. दिनेश कुमार मिश्र
सह-प्राध्यापक (शिक्षाशास्त्र विभाग)
श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर (.प्र.म)

सारांश

उद्योग की बदलती जरूरतों के साथ संरेखित करने के लिए व्यावसायिक शिक्षा कार्यक्रमों के पाठ्यक्रम को नियमित रूप से अद्यतन करने की आवश्यकता है सरकार को व्यावसायिक शिक्षा में और अधिक निवेश करने और इसे छात्रों के लिए अधिक आकर्षक और व्यावहारिक विकल्प बनाने की आवश्यकता है। उभरती प्रौद्योगिकियों, डिजिटल शिक्षा, उद्योग-अकादमिक सहयोग और उद्यमिता पर अधिक ध्यान देने के साथ भारत में व्यावसायिक शिक्षा का भविष्य आशाजनक दिख रहा है।

बीज शब्द

कार्मिक-	"कर्मचारी" "कर्मों" या "
संगठित-	"एकत्रित"
व्यावसायिक-	"व्यवसाय से संबंधित" "पेशेवर" या "
प्रशिक्षित-	"कौशल प्राप्त"
परिदृश्य-	"दृश्य" "नज़ारा" या "
मूलभूत	"आधारभूत" "बुनियादी" या "

परिचय

हर मनुष्य सुबह उठकर रात को सोने तक बहुत सारे काम में व्यस्त रहता है क्योंकि कार्य करना ही जीवन की आवश्यकता है। भारत में प्राचीन काल से ही व्यावसायिक शिक्षा के प्रमाण मिलते रहे हैं, परंतु इसकी संगठित शुरुआत ईस्ट इंडिया कंपनी के शासनकाल में ही हुई। कंपनी

ने अंग्रेजी सरकार की आवश्यकता के अनुरूप कार्मिक तैयार करने के लिए व्यावसायिक संस्थान स्थापित करने शुरू किए।

1947 में स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद भारत में तकनीकी और व्यावसायिक शिक्षा के पक्ष में लगातार वृद्धि हो रही है। यह महसूस किया गया है कि यदि देश का विकास करना है और जनता के जीवन स्तर को ऊपर उठाना है, तो व्यावसायिक शिक्षा के लिए पर्याप्त प्रावधान किया जाना चाहिए।

भारत में व्यावसायिक शिक्षा और विस्तार की आवश्यकता-

भारत में व्यावसायिक शिक्षा (Vocational Education in India in Hindi) उन शैक्षिक कार्यक्रमों को संदर्भित करती है जो व्यक्तियों को विशिष्ट कैरियर या कौशल के लिए तैयार करने के लिए डिजाइन किए गए हैं। भारत में व्यावसायिक शिक्षा का विस्तार अनौपचारिक क्षेत्र में एक कुशल श्रम शक्ति प्रदान करेगा जो औद्योगिक क्षेत्र की उत्पादकता को और बढ़ाएगा। यूनेस्को की शिक्षा रिपोर्ट की नवीनतम स्थिति के अनुसार, व्यावसायिक शिक्षा और प्रशिक्षण पर ध्यान देना चाहिए। भारत में व्यावसायिक शिक्षा (Vocational Education) का प्राथमिक लाभ छात्रों को उनके चुने हुए क्षेत्र में सफल होने के लिए आवश्यक ज्ञान और कौशल प्रदान करना है, साथ ही उन्हें 21वीं सदी में आधुनिक कार्यस्थल की मांगों और चुनौतियों के लिए तैयार करना भी है।

इसके साथ ही भारतीय अर्थव्यवस्था की उत्पादक क्षमता को बढ़ावा देना। देश के नागरिकों के आर्थिक स्तर में सुधार करना। जनता को स्वरोजगार के अवसर प्रदान कर बेरोजगारी दूर करना। मानव संसाधनों का अधिकतम उपयोग करना। युवाओं को विशेषज्ञ तकनीशियन के रूप में प्रशिक्षित करना। सामाजिक और आर्थिक न्याय सुनिश्चित करने के लिए आर्थिक प्रगति के लाभों के समान वितरण में योगदान देना। महिलाओं, ग्रामीणों और आदिवासी छात्रों, और समाज के हाशिए के सदस्यों की आवश्यकताओं को समायोजित करने के अवसर प्रदान करना। सामग्री और मानव संसाधन दोनों का उपयोग करने के लिए। समाज के कल्याण

के लिए वैज्ञानिक और तकनीकी ज्ञान का उपयोग करना। छात्रों में अपने काम के प्रति जुनून पैदा करना आदि कारकों को ध्यान में रखते हुए भारत में व्यावसायिक शिक्षा की आवश्यकता है।

आज हमारा राष्ट्र ऐसे दौराहे पर खड़ा है, जहां पर उसे एक ऐसी नई सोच, नई पहल, नई शिक्षा व्यवस्था, नये प्रशिक्षण आदि की आवश्यकता है। अगर हमारे राष्ट्र को विश्व के प्रत्येक राष्ट्रों के साथ कदम से कदम मिलाकर चलना है, तो उसे अपने मूलभूत आधारशिला में परिवर्तन लाना होगा। जिससे वह अपनी आवश्यकता तथा भविष्य की संभावनाओं को पूरा कर सके।

हमारे राष्ट्र की नई सरकार द्वारा 29 जुलाई 2020 को राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 को लागू किया गया। इसी शिक्षा नीति में सर्वाधिक व्यावसायिक शिक्षा पर जोर दिया गया। अभी तक पुरानी शिक्षा नीति में जो व्यावसायिक शिक्षा प्रदान की जाती थी, उसे सिर्फ छात्र-छात्राओं को अंक प्राप्त करने वाली होती थी, परंतु नई शिक्षा नीति 2020 में व्यावसायिक शिक्षा में शिक्षा के प्राथमिक स्तर से ही अनिवार्य शिक्षण प्रशिक्षण प्रत्येक छात्र-छात्राओं को प्रदान करना अनिवार्य कर दिया गया है।

विश्व के अन्य राष्ट्रों के लोगों की सोच किसी न किसी व्यवसाय को चुन कर अधिक से अधिक लाभ कमाना होता है। जिससे वे तो लाभ कमाते हैं, साथ ही साथ उनके राष्ट्र का भी विकास होता है। इसलिए वह राष्ट्र एक विकसित राष्ट्र है। परंतु हमारे राष्ट्र में 90% व्यक्तियों की सोच एक नौकरी की रहती है, कि वे सोचते हैं कि नौकरी मिलने पर वह एक अच्छा जीवन जी लेंगे। इसी कारण वह कभी आगे नहीं बढ़ते तथा इसी कारण से हमारा राष्ट्र भी एक विकासशील राष्ट्र बनकर रह गया है।

इसी सोच को बदलने के लिए भारत सरकार एक ऐसी शिक्षा व्यवस्था का निर्माण किया, जिससे भारतवासियों की सोच में बदलाव हो इसीलिए नई शिक्षा नीति 2020 के अंतर्गत व्यावसायिक शिक्षा पर अधिक जोर दिया गया। जिससे भारत के प्रत्येक छात्र-छात्राओं के अंदर नौकरी के चाहत के स्थान पर स्वरोजगार व्यवसाय चुना जा सके।

नई शिक्षा नीति 2020 में व्यावसायिक शिक्षा

भारत सरकार ने नई शिक्षा नीति में जो सबसे ज्यादा ध्यान लगाया है तथा सबसे अधिक परिवर्तन किया है, वह व्यावसायिक शिक्षा है। जो नई शिक्षा नीति से पहले व्यावसायिक शिक्षा चली आ रही वह एकमात्र दिखावे की शिक्षा तथा अनुपयोगी शिक्षा थी। उस व्यावसायिक शिक्षा का वास्तविक जीवन से कोई भी लेना-देना नहीं होता था। वह सिर्फ छात्र-छात्राओं को अधिक अंक प्राप्त करने की होती थी। व्यावसायिक शिक्षा के अंतर्गत ना तो छात्र-छात्राओं को उचित व्यावसायिक शिक्षा दी जाती थी ना ही उन्हें प्रशिक्षण दिया जाता था। जिससे छात्र-छात्राओं को प्रशिक्षण प्राप्त करके वास्तविक जीवन में कोई समानता नहीं रहती थी।

नई शिक्षा नीति 2020 व्यावसायिक शिक्षा में इन्हीं कमियों को दूर करना, भविष्य की चुनौतियों का सामना करना, विश्व के प्रत्येक राष्ट्र के साथ-साथ कदम मिला कर चलना, मांग व पूर्ति का संतुलन करना, बेरोजगारी, असमानता, गरीबी आदि को दूर करने के लिए व्यावसायिक शिक्षा में मूलभूत परिवर्तन किया गया, जो एक भारत को विकसित राष्ट्र बनने में आधारशिला बनेगी।

भारत एक अधिक जनसंख्या वाला देश है। यहां की जनसंख्या की सोच सरकारी नौकरी की होती है। यहां पर बालकों के अभिभावक शुरुआत से ही उन्हें सरकारी नौकरी के लिए तैयार करते हैं, तथा उसी प्रकार की उन्हें शिक्षा प्रदान करते हैं। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि शुरुआत से ही बालकों के विचारों में एक सरकारी नौकरी की चाहत होती है। वह किसी भी प्रकार के व्यावसायिक प्रशिक्षण तथा शिक्षण से दूर रहते हैं। उनके मन तथा विचारों में अपने अंदर किसी प्रकार का हुनर तथा कौशल को विकसित करने का नहीं होता है। हमारा देश एक ऐसा देश है, जो किसी कौशल या हुनर के बिना आगे बढ़ रहा है। इन्हीं कमियों को दूर करने के लिए भारत सरकार ने नई शिक्षा नीति- 2020 में व्यावसायिक शिक्षा को अधिक से अधिक केंद्र बिंदु मानकर नीतियों का निर्धारण किया है तथा इन नीतियों को निर्धारित लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए सदैव तत्पर रहते हैं।

भारत में व्यावसायिक शिक्षा के साथ चुनौतियाँ

भारत में व्यावसायिक शिक्षा का विस्तार कई चुनौतियों का सामना करता है जो इसके विकास को प्रतिबंधित करता है। भारत में व्यावसायिक शिक्षा के साथ कुछ चुनौतियाँ इस प्रकार हैं -

- 1. संगठन और कमजोर कार्यान्वयन:** भारत में व्यावसायिक शिक्षा के लिए आवश्यक बुनियादी ढांचे और संसाधनों की भारी कमी है। अधिकांश व्यावसायिक प्रशिक्षण संस्थानों में उचित उपकरण, प्रौद्योगिकी और प्रशिक्षित संकाय सदस्यों की कमी है। भारत में कई व्यावसायिक प्रशिक्षण संस्थान खराब गुणवत्ता वाले प्रशिक्षण प्रदान करते हैं, जिसके परिणामस्वरूप स्नातकों में उनके चुने हुए पेशे के लिए आवश्यक कौशल और ज्ञान की कमी होती है।
- 2. सामाजिक कलंक:** भारत में, पारंपरिक विश्वविद्यालय शैक्षणिक कार्यक्रमों की तुलना में व्यावसायिक शिक्षा को अभी भी निचले स्तर के शिक्षा विकल्प के रूप में देखा जाता है। नकारात्मक धारणा और सामाजिक कलंक के परिणामस्वरूप व्यावसायिक शिक्षा को आगे बढ़ाने के लिए छात्रों में रुचि और प्रेरणा की कमी हुई है।
- 3. लिंग भेद:** भारत में व्यावसायिक शिक्षा में एक महत्वपूर्ण लिंग पूर्वाग्रह है, जिसमें कई पाठ्यक्रम लिंग-विशिष्ट हैं और महिलाओं के लिए अवसरों को सीमित करते हैं।
- 4. धन की कमी और खराब उद्योग लिंकेज:** भारत में व्यावसायिक शिक्षा अक्सर कम वित्तपोषित होती है, जिसके परिणामस्वरूप बुनियादी ढांचे, पाठ्यक्रम विकास और संकाय सदस्यों के प्रशिक्षण में निवेश की कमी होती है।

व्यावसायिक शिक्षा के लाभ - नई शिक्षा नीति 2020

- **माध्यमिक विद्यालयों के शैक्षिक विषयों में व्यावसायिक को सम्मिलित करना**
नई शिक्षा नीति में पहले स्तर की शुरुआत कक्षा तक के छात्रों के लिए पूर्व 8 से 6 वसायिक पाठ्यक्रम के साथ की जाएगी। शिक्षण वर्ष के दौरान छात्रों के लिए व्यावसायिक कौशल जैसे शिल्पपूर्ण व्यामहत्व, कारपेंटर, इलेक्ट्रीशियन, धातु सेल, बागवानी, मिट्टी के बर्तन जैसे कई गतिविधियां शिक्षकों द्वारा आयोजित की जाएगी। इन गतिविधियों के अलावा कक्षा दिनों का इंटरनशिप के 10 तक के छात्रों को 8 से 6

छात्रों को वसायिक प्रशिक्षण दिया जाएगा। इसका उद्देश्यव्या म से अनौपचारिकमाध्य शियननीय टेक्नीस्था, कलाकार, शिल्पकार जैसे कुशल व्यक्ति के साथ कार्य करना और व्यवहारिक प्रशिक्षण प्राप्त करना ताकि छात्रों को यह समझने में मदद मिलेगी कि काम की दुनिया में अलग-अलग व्यावसाय क्या है।

- **उच्चतर शिक्षा संस्थानों को विभिन्न कौशलों में सीमित अवध के लिए सर्टिफिकेट कोर्स करने की अनुमति देना**

उच्चतर शिक्षा संस्थानों को विभिन्न कौशलों में सीमित अवध के लिए सर्टिफिकेट कोर्स करने की अनुमति दी जाएगी। इसी क्रम में और साथ ही व्यावसायिक शिक्षा को 50% पहुंचने का लक्ष्य हासिल करने में मदद मिलेगी लेकिन भारत में ऐसे बहुत सारे छात्र हैं जो अपनी पढ़ाई मुक्त शैक्षिक व्यवस्था के माध्यम से पूर्ण करते हैं। आप सभी जानते हैं कि भारत में राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षा संस्थान मुक्त शिक्षा प्रदान करने वाली एकमात्र संस्थान है, आपको यह जानकर प्रसन्नता होगी कि वर्तमान में राष्ट्रीय मुक्त शिक्षा संस्थान के लगभग 5% छात्र जो कि लगभग वसायिक लाख है आज व्या 27 न यानी कि शिक्षा संस्थाय मुक्तख है इसलिए राष्ट्रीपाठ्यक्रम की ओर उन्मु शिक्षा पाठ्यक्रम की शुरुआत करने की एवं दूरस्थद्वारा शिक्षा में मुक्त .एस.ओ.आई.एन योजना बनाई जा रही है।

- **भारत में विकसित महत्वपूर्ण व्यवसाय ज्ञान लोक विधा से जुड़े विषयों को व्यावसायिक शिक्षा पाठ्यक्रम में सम्मिलित किया जाए**

भारत एक सांस्कृतिक विरासतों का देश है। हमारे यहां कई पारंपरिक कलाएं भी है जिसे भारत में विकसित किया गया है। लोक विधा के व्यावसायिक पाठ्यक्रम में एकीकरण के माध्यम से छात्रों के लिए सुलभ बनाया जाएगा। यह सब करने के लिए एन .एफ.क्यू.एस.

विभिन्नम की उच्चवसायिक पाठ्यक्र शिक्षा तक व्यामिक शिक्षा से उच्चके तहत माध्य डिग्री कौशल आधारित पाठ्यक्रमों को संचालित करेंगे।

- **पेशवरों को तैयार करना**

नई शिक्षा नीति में व्यावसायिक शिक्षा के अंतर्गत पूरे भारतवर्ष में पेशवरों को तैयार करने से जुड़ी शिक्षा के लिए यहां अनिवार्य है कि उसके पाठ्यक्रम में सार्वजनिक उद्देश्य एवं नैतिकता के महत्व का सम्मिलित हो और साथ ही साथ उसे विशेष की शिक्षा और व्यवहारिक अभ्यास की शिक्षा को भी सम्मिलित किया जाए। अन्य समस्त उच्चतर शिक्षा से जुड़े विषयों की तरह ही इसके केंद्रों में भी तार्किक व अंत विषय, सोच, चर्चा, नवाचार, अनुसंधान तथा विमर्श को सम्मिलित किया जाना चाहिए।

- **कृषि शिक्षा और इससे संबंधित विषयों को पुनर्जीवित करना**

हमारा देश एक कृषि प्रधान देश है लगभग 85% लोग कृषि से संबंधित जीवन यापन करते हैं। व्यावसायिक शिक्षा के अंतर्गत कृषि शिक्षा और उससे संबंधित विषयों को पुनर्जीवित करना अत्यंत आवश्यक है। विश्वविद्यालय का प्रतिशत 9% है लेकिन कृषि और संबंधित विज्ञान विषयों में नामांकन उच्च उत्तर शिक्षा के कुल नामांकन की एक प्रतिशत से कम है। कुशल स्नातकों और तकनीशियनों, नवीन अनुसंधान तथा तकनीकी और कार्य प्रक्रियाओं से जुड़े बाजार आधारित विस्तार के माध्यम से कृषि उत्पादकता को बढ़ाने के लिए यह आवश्यक है कि कृषि और संबंधित विषयों की क्षमता और गुणवत्ता दोनों को बेहतर किया जाए।

- **नई शिक्षा नीति व्यावसायिक शिक्षा की मॉनीटरिंग करना**

नई शिक्षा नीति पूर्ण पहलू है इसकी मॉनीटरिंग करना आप का एक और महत्व 2020 वसायिक शिक्षा की सभी राष्ट्रसब जानते हैं। व्यायीय शिक्षा नीतियों में यह बात कही गई है। इस राष्ट्रीय शिक्षा नीति का अहम पहलू इसका मॉनिटरिंग है। व्यावसायिक शिक्षा की निगरानी और ट्रैकिंग के लिए ऑनलाइन पोर्टल बनाया जाएगा। इस पोर्टल पर छात्रों की पूर्ण जानकारी उपलब्ध होगी। जो दात्र पॉलिटेक्निक, आई.आई.टी. और कौशल विकास मंत्रालय द्वारा आयोजित कौशल विकास कार्यक्रम में शामिल हुए उन सभी छात्रों की जानकारी इस पोर्टल पर उपलब्ध होगी।

- **व्यावसायिक शिक्षा को चरणबद्ध तरीके से सभी विद्यालय और उच्चतर शिक्षा संस्थानों में स्वीकृत किया जाएगा**

नई शिक्षा नीति का सबसे महत्वपूर्ण बिंदु अकादमी शिक्षा के साथ-साथ व्यावसायिक शिक्षा का एकीकरण है। शैक्षणिक शिक्षा के साथ व्यावसायिक शिक्षा को एकीकृत करने के लिए अगले मिकवर्षों में चरणबद्ध योजनाओं के तहत माध्य 10, उच्चतर माध्यमिक स्कूलों और उच्च शिक्षा संस्थानों को व्यावसायिक शिक्षा से जोड़ा जाएगा। इसकी शुरुआत कक्षा वसायिक शिक्षा दी जाएगी। साथ ही वीं तक के छात्रों को आगे की व्या12 वीं से9 शिक्षा के साथ भी सुचारु रूप से जारी रखने छात्रों के लिए उच्च वसायिक शिक्षा कोव्या की योजना है। शैक्षणिक शिक्षा के साथ-साथ व्यावसायिक शिक्षा को एकत्रित करने के लिए कई अन्य योजनाएं भी इस नीति के अंतर्गत हैं।

- **व्यावसायिक शिक्षा के व्यावसायिक क्षेत्र का चुनाव स्थानीय अवसरों के आधार पर किया जाएगा**

व्यावसायिक शिक्षा के लिए व्यावसायिक क्षेत्र का चुनाव स्थानीय अवसरों के आधार पर किया जाएगा। हमारे देश में अलग-अलग तरीके से संस्कृतियों, रहन-सहन, खानपान-, भाषा तथा अन्य प्रकार की विभिन्नता होती है। इन्हीं विभिन्नताओं को ध्यान में रखते हुए नई शिक्षा नीति में ऐसे पाठ्यक्रमों को सम्मिलित किया जाएगा, जो स्थानीय अवसरों के हिसाब से बनाए जाएंगे। जहां पर जिस प्रकार की आवश्यकता होगी, बालकों को इस प्रकार की व्यावसायिक शिक्षा प्रदान की जाएगी।

- **भारत के मानकों को अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन द्वारा बनाए गए व्यवसाय के अंतर्राष्ट्रीय मानकों के साथ जोड़ा जाएगा**

नई शिक्षा नीति में भारतीय मानकों को अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन द्वारा बनाए गए व्यापार तथा व्यवसाय के अंतर्राष्ट्रीय मानक वर्गीकरण के साथ भी जोड़ा जाएगा। ताकि हमारे बालक जब व्यावसायिक शिक्षा ग्रहण करने के बाद अगर वह विदेशों में भी रोजगार प्राप्त करना चाहते हैं, तो उन्हें किसी भी प्रकार का बाधा उत्पन्न ना हो कि आपने हमारी श्रमिक मानको को पूरा नहीं किया है इसलिए अब हमारे देश में अंतर्राष्ट्रीय मानकों के अनुरूप व्यावसायिक शिक्षा दी जाएगी जो हमारे देश के साथ पर य स्तसाथ अंतर्राष्ट्री- हो।भी वैधानिक तरीके से मान्य

- विद्यार्थियों को सामान्य से व्यावसायिक शिक्षा तक जाने को सरल बनाया जाएगा नई शिक्षा नीति में शिक्षा मंत्रालय तथा उद्योग मंत्रालय तथा उद्योग मंत्रालय ने एक साथ एक कार्य योजना तैयार की है। जो व्यावसायिक शिक्षा को पुस्तकीय के ज्ञान के साथ करवाएगी। बालकवहारिक ज्ञान भी प्राप्तसाथ व्य- जब यह व्यावसायिक शिक्षा प्राप्त कर किसी कार्य को प्राप्त करने के लिए जाएगा, तो उसे पुस्तकीय ज्ञान के साथसाथ - वहारिक ज्ञान भी होगा। जिससे उसे अपना कार्य करने में व्य कार्य से संबंधितउक्त होगी।अधिक से अधिक सहायता प्राप्त

निष्कर्ष

नई शिक्षा नीति में शिक्षा कार्यक्रम के अंतर्गत जो भी शिक्षण एवं प्रशिक्षण छात्रछात्राओं का - प्रदान किए जाएंगे, इसका असर हमें भविष्य में एक मजबूत समाज व राष्ट्र के रूप में दिखाई देगा। साथ ही साथ छात्रर में बदलावछात्राओं के अंदर बौद्धिक स्त-, मानसिक स्तर में बदलाव, सामाजिक स्तर पर बदलाव तथा राष्ट्रीय स्तर पर बदलाव होगा। नई शिक्षा नीति के व्यावसायिक शिक्षा कार्यक्रमों के अंतर्गत हम एक ऐसे मजबूत व परिपूर्ण राष्ट्र का निर्माण होगा, जिसकी आधारशिला नई शिक्षा नीति वसायिक शिक्षा होगी।की व्या 2020

संदर्भ ग्रंथ सूची

- शिक्षा नीति तियाकुछ संस्तु 2020ँ एवं विमर्श - डॉसुधांशू कुमार पांडे .
- राष्ट्रीय शिक्षा नीति - क सुधारों की ओररचनात्म 2020 पंकज अरोड़ा एवं उषा शर्मा
- शिविरा पत्रिका, मई जून-(2023)
- NEP_2020.pdf (ncert.nic.in)
- <https://sstmaster.com/vocational-education-hindi/>
- <https://hindi.aicte-india.org/education/vocational-education-hi>

Estimation of Potential of Hibiscus Cannabinus Leaves Extract in Depression Model of Animal

NileshPatil*, VanitaKanase

Konkan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute, Karjat, Maharashtra

ABSTRACT

Depression is a complex mental illness that is impacted by abnormalities in several neurotransmitter systems, such as glutamate, serotonin, norepinephrine, and dopamine. The monoamine hypothesis postulates that decreased levels of serotonin and norepinephrine contribute to depressed symptoms. Decreased motivation and anhedonia are also associated with disturbances in dopamine signalling, namely in the mesolimbic pathway. Disability-adjusted life years (DLAs) showed that depression was responsible for 4.5% of the world's illness burden. Globally, non-fatal health consequences are responsible for around 12% of disability years. Depression, also referred as major depressive disorder (MDD), it is a widespread and complex mental health problem that affects around 264 million people worldwide as pointed out by the World Health Organization (WHO).

OBJECTIVE

The study aimed to assess the antidepressant potential of the ethanolic extract of Hibiscus cannabinus.

METHODS

The mice were given three doses of Hibiscus cannabinus ethanolic extract (100, 250, and 400 mg/kg) orally every day for 14 days in a row, along with a standard dose of imipramine (20 mg/kg). The effect of the extract on the immobility time was evaluated using the tail suspension test (TST) and the forced swimming test (FST).

RESULTS

The tail suspension test (TST) and the forced swimming test (FST) were used to assess antidepressant activity. Three doses of 100, 250, and 400 mg/kg of the ethanolic extract of the leaves were selected for testing. The prescription drug was imipramine (20 mg/kg, i.p.). The ethanolic extract from Hibiscus cannabinus leaves greatly shortened the immobility duration in both TST and FST, which is similar to what imipramine does.

CONCLUSIONS

The ethanol-based extract of Hibiscus cannabinus leaves included saponins, flavonoids, alkaloids, phenols, tannins and glycosides, according to the preliminary phytochemical study. In comparison to the ARS, the ethanolic extract of Hibiscus cannabinus leaves showed a substantial antidepressant-like effect in this investigation, as indicated by a reduction in immobility time in the tail suspension test (TST) and forced swim test (FST). These results imply that the extract from Hibiscus cannabinus leaves has antidepressant potential.



Pharmacological Potential and Public Awareness of *Ziziphus Jujuba* Mill: An Ethnomedicinal Perspective

Gochade Nivrutti Mukta

Konkan Gyanpeeth

Rahul Dharkar College of Pharmacy & Research Institute, Karjat

ABSTRACT

Ziziphus jujuba Mill., commonly known as jujube or Indian ber, is a well-known plant in traditional medicine systems, recognized for its therapeutic benefit in managing insomnia, stress, digestive disorders, and general fatigue. It represents significant ethnomedicinal value across various cultures, particularly in Asia and the Middle East. However, its broad traditional uses, current public knowledge—especially among students and local communities remains limited. Current study aims to assess awareness of the plant's medicinal applications and traditional uses while highlighting its pharmacological potential. Planned survey-based research explored recognition of *Z. jujuba*, understanding of its therapeutic benefits, and its place in traditional knowledge. Phytochemical investigations have revealed the presence of several active compounds, such as flavonoids, saponins, triterpenoids, and polysaccharides, which contribute to its diverse pharmacological activities. These include strong antioxidant and antidiabetic effects, along with hepatoprotective, anti-inflammatory, and neuroprotective actions, making *Z. Jujuba* Useful in natural and modern medicine together. There's still a lack of awareness regarding traditional herbal knowledge and scientific research in the public view. Current research raised awareness based on scientific proof, helping people to use these plants wisely in modern healthcare and respecting our traditional knowledge.

Regulatory Measures of Technology Transfer in Drug Development

Neha¹, Urvashi virakt¹

Dr. Anand chourasiya²

¹School of Pharmacy, Aryavart University, Sehore (M.P.)

²Shri Krishna University, Chhatarpur (M.P.)

ABSTRACT

Technology Transfer is fundamental and crucial to the drug development process for new drug products the great decision is based on that factor in which the concept or process is advanced from research and development-oriented scheme to aimed towards the commercialization of the drug. The transfer could also be said to achieve success if the receiving section and the transferee can efficiently use the technology for profit. The achievement relies upon an understanding of the process or the capability to predict exactly the future prospects of a process. The main intention of this review article is to study the Regulatory aspects of technology transfer. This review article is mainly focused on the Consequence of technology transfer, the purpose for technology transfer in industries. Key Considerations in Parma Tech Transfer, Benefits of Successful Tech Transfer.

In order to technology transfer and drug development and drug discovery in pharmaceuticals the goal of technology transfer activities is to transfer product and process knowledge between development and manufacturing and within or between manufacturing sites to achieve product realization. This knowledge forms the basis for the manufacturing process control strategy, process validation approach, and ongoing continual improvement.

Technology Transfer: Impact on Economic Growth, Innovation & Nation Building

Dr. Sujata kushwaha
School of Pharmacy
Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

Technology transfer is not just a technical process but a strategic pillar for national progress. It drives economic growth, enhances innovation capacity, and underpins the foundations of nation building. A proactive, inclusive, and well-governed approach to technology transfer can transform developing economies into global innovation leaders. Innovation-driven business enterprises, or IBEs² are vital to the economy because they provide economic opportunities by focusing on socioeconomic issues and societal concerns, which leads to economic growth and improved living standards. However, these initiatives are rife with failure traps in the undiscovered territory of the disruptive technology world. In addition to being enormous, creating and maintaining an ecosystem to support these efforts to completion is fraught with difficulties at every stage, especially when working with academic and research institutions whose perspectives on the creation, administration, and monetization of intellectual property are entirely at odds with those of any commercial endeavor. Given the difficulties in developing nations, it is imperative that an organization manage the various facets of technology creation, translation, and management using a bottom-up strategy.

Challenges vs. Government Policies for Msme Growth & Development in India

Dr. Babita (Chourasia) Sharma
Laxmipati Institute of Science & Technology, Bhopal (M.P.)

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are recognized as a global engine for development and employment. They make a significant contribution to Gross Domestic Product (GDP), exports, and job creation, playing a crucial role in improving a country's socio-economic conditions. Therefore, enhancing the competitiveness of MSMEs through the establishment of an efficient legal, regulatory, and administrative framework is essential. This can increase their access to finance, technology, and skilled human resources. The present work sheds light on the challenges faced by MSMEs in India and their corresponding impacts. The aspects covered include technology, human resources, operations, and policies. These challenges are linked to government policies and schemes that could contribute to the development of MSMEs. The need for effective implementation of policies and improved coverage of MSMEs is recommended.



Phytochemicals with Anti-Parkinson's Potential: A Review of Preclinical Studies

¹Bhushan Vishnu Kathore

²Dr. Amol R. Chandekar

Kokan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy & Research Institute, Karjat, Raigad

ABSTRACT

Parkinson's disease (PD) is a chronic and progressive neurological disorder characterized by the degeneration of dopaminergic neurons in the substantia nigra, resulting in both motor and non-motor impairments. Although current drug therapies provide symptomatic relief, they do not prevent disease progression and often lead to undesirable side effects over time. In this context, phytochemicals—bioactive compounds derived from plants have emerged as promising neuroprotective agents in experimental models of PD. This review outlines the potential of various classes of phytochemicals, including flavonoids, alkaloids, terpenes, and phenolic acids, to counteract pathological processes such as oxidative damage, mitochondrial dysfunction, neuroinflammation, and α -synuclein aggregation. Compounds such as curcumin, resveratrol, baicalein, and ginsenosides have shown significant neuroprotective effects in preclinical studies, primarily through antioxidant, anti-inflammatory, and anti-apoptotic pathways. While laboratory findings are encouraging, further clinical research is necessary to confirm their therapeutic benefits and safety in human populations. This review highlights the therapeutic promise of plant-derived compounds as adjuncts or alternatives in the management of Parkinson's disease.

Empowering India's Msmes

Neha Roy*, Vaishnavi Mali, Samreen Ali,
Brijesh Pathak, Priti Singh, Dr Ashish Manigauha
Mittal Institute of Pharmacy, Bhopal (M.P.)

ABSTRACT

Fostering a collaborative ecosystem is crucial for the growth and development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in India. By implementing strategic initiatives, we can create an environment that supports MSMEs in overcoming challenges and achieving their full potential. Key components of this initiative include promoting partnerships between MSMEs, government agencies, and stakeholders. Additionally, providing access to funding, training programs, and infrastructure will enable MSMEs to enhance their efficiency and productivity. The primary objectives of this initiative are threefold. Firstly, improving MSMEs' competitiveness in the market will be achieved through enhanced efficiency and productivity. Secondly, encouraging innovation and entrepreneurship will lead to the development of new ideas and businesses. Finally, contributing to India's economic growth will be realized through the collective efforts of MSMEs. By supporting MSMEs, we can establish a thriving ecosystem that fosters entrepreneurship, job creation, and sustainable growth. This, in turn, will positively impact the Indian economy, resulting in increased economic activity, job opportunities, and improved living standards. The success of this initiative relies on effective implementation and active participation from all stakeholders. With meticulous planning and execution, this initiative can significantly contribute to India's economic development and growth. Ultimately, supporting MSMEs is vital for promoting economic growth, entrepreneurship, and job creation in India. Collaborative efforts can create a supportive ecosystem that enables MSMEs to flourish and contribute to the country's economic progress.

Evaluation of Antiparkinson Activity of Ethanolic Extract of Corn Silk

¹Deepali Yevale

²Dr.Amol chandekar

Konkan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute, Karjat

ABSTRACT

Parkinson's disease (PD) is a progressive neurodegenerative disorder characterized by the degeneration of dopaminergic neurons in the substantianigra, resulting in motor dysfunction such as rigidity and impaired locomotion. Current treatments provide only symptomatic relief and are often limited by side effects and reduced long-term efficacy. This research study renders to evaluate the anti-Parkinsonian potential of Ethanolic extract of (*Zea Mays L.*) Corn silk (EECS), Family Gramineae. In mice, catalepsy was induced using haloperidol .Treatment group received Bromocriptine and EECS at the dose of (75,150,300 mg /kg) orally, for 7 days. Bar test for catalepsy, motor coordination test by Rota rod, and locomotor activity by Actophotometer were carried out to asses' behavioral changes.

EECS at 75 mg/kg significantly ($p < 0.05$) reduced catalepsy, while higher doses improved locomotor activity in a dose-dependent manner. Additionally, EECS (0.05% and 0.1% w/v) showed significant improvement in motor behavior comparable to the standard drug Bromocriptine. These findings suggest that EECS possesses dose-dependent anti-Parkinsonian effects, likely due to its neuroprotective and antioxidant properties. A more detailed study is required to estimate dose dependent and precise mechanism of action of corn silk extract for its antiparkinson activity.

Evaluation of Pharmacological Activity of Selected Plants

Bhavana Pundlik Durge¹
Dr. Amol Chandekar²

Konkan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute, Karjat

INTRODUCTION

Traditional healers' assertions that *Amorphophallus commutatus* is a plant that has been used in traditional medicine to treat various renal diseases, thus the present study aims to investigate the diuretic activity of the methanolic extract of leaves in rats.

METHODS

Dried course powder was extracted with methanol using soxhlet extraction. Male Wistar rats were given a control (normal saline, 10 ml), a reference medication (furosemide, 10mg/kg), and three separate doses (100 mg/kg, 200 mg/kg, and 400 mg/kg) of the extract orally. Body weight, Urine volume, Diuretic action & activity, urinary electrolytes, urine pH and Specific gravity, were measured to establish the extract's diuretic activity. Urine output was measured at 12 and 24 hours, along with measurements of body weight, urinary pH, electrolyte concentrations, and specific gravity, during the acute study (1 day) and after 7 days in the sub-acute study. Creatinine, urea, and electrolyte concentrations in plasma and urine samples were also determined. One-way ANOVA was used to evaluate the data.

RESULTS

The findings demonstrated that the extract increased diuresis in a dose-dependent manner, i.e., at 400 mg/kg, the extract exhibited significant diuretic effects as compared to the control and reference medicine. The urinary excretion of Na⁺, K⁺, and Cl⁻ was also significantly increased at all doses.

The effectiveness of the extract as a diuretic was further established by biochemical analysis. These results confirm the historic usage of the herb as a diuretic and the importance of maintaining indigenous knowledge.

CONCLUSION

Collectively, the data provided here indicated that using a methanolic extract of *Amorphophallus commutatus* leaves to cause diuresis is a viable option.

Antiulcer Activity of Ethanol Leaf Extract of Cassia Fistula

Akshay Sanjay Kesbhat¹

Dr. Mohan K. Kale²

Konkan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute, Karjat

ABSTRACT

The ethanol leaf extract (ELE) of Cassia fistula Linn. (Caesalpinaceae) was evaluated for antiulcer activity against pylorus ligation-induced gastric ulcer. Ranitidine (30 mg/kg b.w.) and ELE at doses of 250, 500, and 750 mg/kg b.w. were administered orally in different groups of rats (n = 6), 1 h prior to pyloric ligation. Four hours after pyloric ligation, the gastric juice was collected for evaluation of various parameters. The antiulcer activity of ELE was evidenced by the significant attenuation of gastric volume, pH, free acidity, and total acid ity in the gastric juice of pyloric-ligated rats in a dose-dependent manner, and this protective effect could be due to strengthening of the mucosal defense mechanism. ELE pre-treatment significantly attenuated the fall in status of sialic acid and fucose accompanied by an increase in hexose, hexosamine, total non amino polysaccharide, total carbohydrate, and C:P ratio in the gastric juice of pylorus-ligated rats, and this effect could be due to protection of the mucosal barrier system. ELE pre-treatment significantly prevented the increase in LPO and SOD accompanied by a fall in CAT, in the gastric juice of pyloric-ligated rats. This protective ability of ELE against pylorus ligation-induced gastric ulcer could be attributed to its free radical scavenging and antioxidant properties. Higher doses of ELE (750 mg/kg b.w.) produced maximum antiulcer activity comparable to ranitidine treatment. In essence, the antiulcer activity of ELE could be attributed to (i) a decrease in gastric acid secretion, (ii) protection of the mucosal barrier and restoration of mucosal secretions, (iii) inhibition of free radical generation or prevention of lipid peroxidation, and (iv) free radical scavenging or antioxidant properties.

Evaluation of Antiulcerogenic Activity of Methanol Extracts of Brassica Oleracea Var. Capitata Rubra on Albino Rat Gastric Ulceration

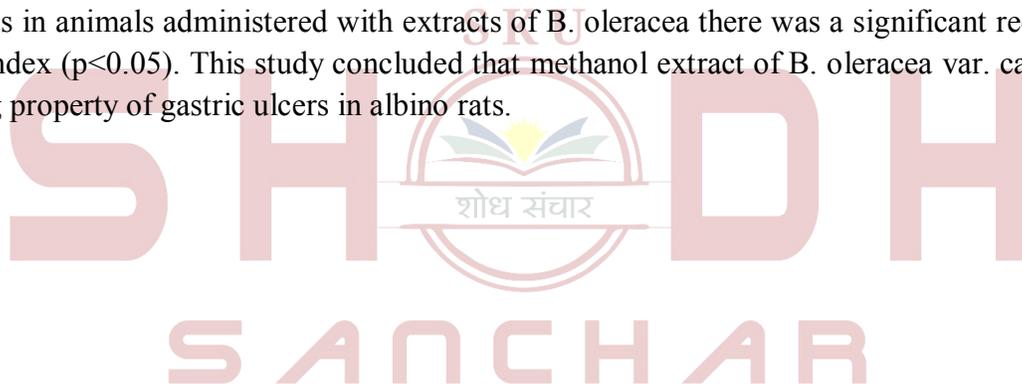
Akshata Sugat Chandanshive¹

Dr. Mohan K. Kale²

Konkan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute, Karjat

ABSTRACT

To investigate the antiulcerogenic activity of methanolic extract of Brassica var. capitatarubra in albino rats. To evaluate the antiulcer activity by pyloric ligation models experimentally induced gastric ulcer by ranitidine (10 mg/kg) subcutaneously. The parameters taken to assess antiulcer activity were free acidity, total acidity, volume of gastric juice, PH, ulcer score, and ulcer index. The methanolic extract of Brassica oleracea var. capitatarubra in the dose of 0.50 mg/kg produced significant antiulcer activity. The control animals had ulcers and haemorrhagic streaks, whereas in animals administered with extracts of B. oleracea there was a significant reduction in ulcer index ($p < 0.05$). This study concluded that methanol extract of B. oleracea var. capitata has healing property of gastric ulcers in albino rats.



**Anti-Ulcer (Ulcer-Preventive) Activity of Ficus Arnottiana Miq. (Moraceae)
Leaf Methanolic Extract**

Shantanu Manohar Sonawane¹
Dr. Mohan Kale²

Konkan Ganpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute Karjat, Tal. Karjat
Dis. Raigad, Maharashtra

ABSTRACT

Problem statement: In spite of being one of the well-known medicinal plants used in Indian traditional medicine to treat several ailments, studies pertaining to the pharmacological properties of Ficusarnottiana are very scarce. We studied the anti-ulcer activity and acute toxicity of Ficusarnottiana leaf methanolic extract for the first time. Approach: Freshly collected F. arnottiana leaves were dried, powdered and extracted in methanol. To study the anti-ulcer activity, Wistar rats were orally administered with different doses of the extract (0, 250 and 500 mg kg⁻¹ body weight day⁻¹) or with the reference drug omeprazole (8 mg kg⁻¹) for 10 days. After induction of ulcer using 5 mL kg⁻¹ ethanol, stomachs of these animals were analyzed for gastric volume, ulcer area and gross pathological changes. Results: Our results showed that F. arnottianamethanolic extract could prevent ulcer in rats in a dose-dependent manner. Histological studies revealed that the extract had muco protective activity. The extract did not show any acute toxicity even at the dose of 5000 mg kg⁻¹ indicating that the extract has no lethal effect. Preliminary phytochemical screening of this extract identified the presence of important secondary metabolites like flavonoids and tannins. Conclusion/Recommendations: From this study, it is clear that F. arnottiana leaf extract had significant anti-ulcer activity in animal models. It had muco-protective activity and gastric anti secretary activity. The extract is non-toxic even at relatively high concentrations.

Determination of Antidepressant Activity of Medicinal Plant in Swiss Albino Mice

Nayan Chandrakant Karjavkar¹
Dr. Vanita G. Kanase²

Konkan Gyanpeeth Rahul Dharkar College of Pharmacy and Research Institute, Karjat, Raigad

ABSTRACT

The main objective of this study to evaluate the in vivo antidepressant activity of Ethanolic extract of Scopariadulcisin Swiss albino mice. Ethanolic extract of Scopariadulcis was prepared by a continuous method using Soxhlet apparatus. The extract was subjected to phyto-chemical analysis. Animals were divided in 6 groups, each group contains 6 mice. Animals in standard group and test groups were depressed with Acute Restraint Stress method for 24 hours. Normal control group and stress control group treated with normal saline 1ml/kg, standard group treated with 20 mg/kg Imipramine by oral route. EESD in the doses of 50, 100 and 400 mg/kg body weight was administered to test groups 1,2 and 3 respectively by oral route. Antidepressant activity was identified by using Forced Swimming Test (FST) and Tail Suspension Test (TST). Period of immobility was observed in both the models which was indicative of antidepressant activity. Biochemical tests were performed on isolated brains of animals for estimation of Catalase activity, Superoxide Dismutase activity, Malonaldehyde level and lipid peroxidation. Standard statistical methods were used to evaluate the results. The results showed significant dose dependent antidepressant effect of EASD in Swiss albino mice for both the models in all the test groups (Test group 1, 2 and 3). Catalase and Superoxide Dismutase level increased and MDA and Lipid peroxidation decreased in isolated brains of Swiss albino mice. EASD possess significant antidepressant activity. However, further investigations are required to determine molecular level of target mechanism for further use in humans.

Familiarity and Challenges in Environmental Impact Assessment for Major Highway Projects

Dr. Vikas Patidar
School of Engineering, SSSUTMS

ABSTRACT

Environmental Impact Assessment (EIA) serves as a critical tool in evaluating the potential environmental consequences of major infrastructure projects, particularly highways. While the EIA process is well-established in many countries, varying levels of familiarity among stakeholders—including policymakers, engineers, consultants, and local communities—pose significant challenges to its effective implementation. This paper explores the extent of stakeholder awareness and understanding of EIA practices in the context of highway development, highlighting common gaps in technical knowledge, regulatory compliance, and participatory engagement. Additionally, the study identifies key challenges such as inconsistent baseline data, limited institutional capacity, procedural delays, and inadequate integration of social and ecological concerns into decision-making. Through case studies and stakeholder interviews, the research underscores the need for enhanced training, standardized methodologies, and stronger inter-agency coordination to improve EIA outcomes. Addressing these challenges is essential to ensure that highway projects are both environmentally sustainable and socially responsible.

SANCHAR

The Role of Innovation in Developing Essential Skills for Future Success

Dr. Neelu Vishwakarma

Department of Yogic Science, Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

Innovation plays a vital role in student life, transforming the learning experience into a more engaging, effective, and meaningful process. By introducing new methods, materials, and technologies, innovation enables students to learn in a more interactive and participatory manner. This, in turn, helps students develop essential skills such as problem-solving, critical thinking, creativity, and collaboration, which are crucial for their future success. The significance of innovation in education lies in its ability to make learning more enjoyable, improve understanding and retention, and foster holistic development. By leveraging digital technologies, group work, and project-based learning, students can engage with complex concepts in a more meaningful way. Teachers also benefit from innovation, as it allows them to adopt new and creative approaches to teaching, thereby enhancing their role in the learning process. The impact of innovation on student life is multifaceted. It not only enhances academic performance but also prepares students for the challenges of the future. By embracing innovation, students can develop a growth mindset, become more adaptable, and cultivate the skills necessary to thrive in an ever-changing world.

In conclusion, innovation is a critical component of student life, offering numerous benefits that extend beyond the classroom. By embracing innovation, students can unlock their full potential, develop essential skills, and prepare themselves for a successful and fulfilling future.

Innovation in Pharmaceuticals

Manish*, Anuj Singhai, SP Chaturvedi
School of Pharmacy, Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

The pharmaceutical industry is undergoing a transformative shift driven by innovative technologies that are redefining drug discovery, development, manufacturing, and patient care. Advancements such as artificial intelligence (AI), machine learning, big data analytics, 3D printing, blockchain, and personalized medicine are accelerating research timelines, improving drug efficacy and safety, and enhancing regulatory compliance. AI and computational modeling are enabling more efficient target identification and molecule screening, while digital health technologies and wearable devices are fostering real-time patient monitoring and data collection. Moreover, innovations in biomanufacturing, such as continuous manufacturing and smart automation, are reducing costs and production time. This paper explores the current landscape of technological innovation in the pharmaceutical sector, highlights key breakthroughs, examines regulatory and ethical considerations, and discusses future directions for sustainable and patient-centered healthcare solutions.



Artificial Intelligence in the Pharmaceutical Industry

Deepak Parihar*, Anuj Singhai, SP Chaturvedi, Hemant Nagar
School of Pharmacy, Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

Artificial Intelligence (AI) is revolutionizing the pharmaceutical industry by significantly enhancing the efficiency, accuracy, and speed of drug discovery, development, and delivery. AI-driven platforms enable rapid analysis of vast biomedical datasets, facilitating target identification, molecular design, and predictive modeling for drug efficacy and toxicity. Machine learning algorithms are increasingly used to optimize clinical trial design, patient selection, and outcome prediction, thereby reducing costs and time-to-market for new therapies. Additionally, AI is transforming pharmaceutical manufacturing through process automation, quality control, and real-time monitoring. Applications in pharmacovigilance and personalized medicine further demonstrate AI's potential to improve patient safety and treatment outcomes. Despite its promise, challenges related to data privacy, algorithm transparency, and regulatory acceptance remain. This abstract provides an overview of current AI applications in the pharmaceutical industry, explores emerging trends, and discusses the ethical and regulatory considerations shaping its future.

Technology Transfer in Pharmaceutical Industry

RohitTomar*, Anuj Singhai, Manish
School of Pharmacy, Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

Technology transfer is a critical process in the pharmaceutical industry, enabling the seamless transition of products and processes from research and development (R&D) to commercial manufacturing. It ensures that scientific innovations are effectively scaled up, standardized, and reproduced while maintaining product quality, safety, and efficacy. This process involves the systematic exchange of knowledge, technical data, protocols, and analytical methods between development and production units, contract manufacturers, or across global sites. Successful technology transfer is essential for regulatory compliance, cost efficiency, and timely product launch. It also plays a key role in adapting technologies to local manufacturing capabilities in different markets. This abstract explores the strategic importance of technology transfer in the pharmaceutical lifecycle, highlights the key challenges—including regulatory hurdles, data integrity, and communication gaps—and outlines best practices and frameworks that ensure successful implementation and global market readiness.



Technology Transfer from Pharmacy Institutes to The Pharmaceutical Industry

**Madhu
Anuj Singhai
Megha Bindal
Mayank**

School of Pharmacy, Aryavart University, Sehore (M.P.)

ABSTRACT

Technology transfer from pharmacy institutes to the pharmaceutical industry plays a vital role in bridging academic research with real-world healthcare solutions. Academic and research institutions serve as innovation hubs, generating novel drug candidates, advanced drug delivery systems, and breakthrough pharmaceutical technologies. For these innovations to reach patients, a structured technology transfer process is essential—encompassing intellectual property protection, licensing agreements, scale-up studies, and regulatory alignment. Effective collaboration between academia and industry fosters the commercialization of research outputs, accelerates drug development timelines, and supports national healthcare and economic goals. This abstract examines the key elements of successful technology transfer from pharmacy institutes, including institutional readiness, industry partnerships, legal frameworks, and funding mechanisms. It also highlights the challenges faced, such as limited translational infrastructure, gaps in industry-academia communication, and regulatory complexities. Strengthening this interface is crucial for transforming academic innovation into accessible and impactful pharmaceutical products.

डिजिटल दौर में हिंदी साहित्य: नए आयाम, नई चुनौतियाँ

डॉ. प्रेम

सहायक प्राध्यापक

आर्यावर्त विश्वविद्यालय, सीहोर (म.प्र.)

वर्तमान डिजिटल युग में तकनीक ने जीवन के हर क्षेत्र को प्रभावित किया है, और साहित्य भी इससे अछूता नहीं रहा। जहां एक ओर पुरानी पुस्तकों और पांडुलिपियों के नष्ट होने का खतरा है, वहीं डिजिटल प्लेटफार्म साहित्य संरक्षण में एक मजबूत माध्यम बनकर उभरे हैं। ये प्लेटफार्म न केवल साहित्य को संरक्षित कर रहे हैं, बल्कि इसे व्यापक स्तर पर लोगों तक पहुँचाने का कार्य भी कर रहे हैं।

डिजिटल प्लेटफार्मों जैसे कि Google Books, Project Gutenberg, Internet Archive, हिंदी लाइब्रेरी, और Kitaabnama, हजारों पुस्तकों को स्कैन करके ऑनलाइन उपलब्ध करा रहे हैं। यह प्रयास विशेष रूप से दुर्लभ और विलुप्त होती साहित्यिक कृतियों के संरक्षण में सहायक है। इससे शोधकर्ताओं, छात्रों और साहित्य प्रेमियों को कहीं से भी साहित्यिक सामग्री तक पहुँच मिल रही है।

इसके अलावा, सोशल मीडिया प्लेटफार्म जैसे Facebook, Instagram, और YouTube भी साहित्यिक अभिव्यक्ति के सशक्त माध्यम बन गए हैं। अनेक लेखक और कवि अपनी रचनाएँ वीडियो, ऑडियो और पोस्ट के रूप में साझा कर रहे हैं, जिससे साहित्य को नया पाठक वर्ग मिल रहा है। इसने युवा पीढ़ी को साहित्य की ओर आकर्षित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

ई-बुक्स और ऑडियो बुक्स ने भी साहित्य के संरक्षण और प्रचार में योगदान दिया है। डिजिटल रूप में उपलब्ध पुस्तकों को न केवल लंबे समय तक संरक्षित किया जा सकता है, बल्कि उन्हें बिना भौगोलिक सीमाओं के पाठकों तक पहुँचाया जा सकता है। Kindle, Audible, और Storytel जैसे प्लेटफार्म इसकी उदाहरण हैं। ब्लॉग्स और वेबसाइट्स पर लिखे जा रहे लेख, कविताएँ और कहानियाँ नए रचनाकारों को मंच प्रदान कर रहे हैं। इससे साहित्यका निरंतर विकास हो रहा है।

प्राचीन भारत में प्रौद्योगिकी का महत्व

डॉ. विजय सिंह

कला एवं मानविकी विभाग

आर्यावर्त विश्वविद्यालय, सीहोर, (म.प्र.)

प्राचीन काल में प्रौद्योगिकी का बहुत महत्वपूर्ण स्थान था। प्रागैतिहासिक कालीन मानव द्वारा अपनी सुरक्षा और शिकार हेतु बनाये गये प्रस्तर के हथियार चापर, चापिंग आदि का निर्माण तथा चाक का निर्माण भी तत्कालीन परिस्थितियों में किसी न किसी अविष्कार से कम न थे। वैदिक काल में विश्वकर्मा को समस्त शिल्पों का ज्ञाता अर्थात् जन्मदाता कहा गया है। वैदिक कालीन स्थापत्य प्रौद्योगिकी काष्ठशिल्प के अद्भुत दिखाई देती है। वैदिक काष्ठ वेदिकाओं की झलक भरहुत साँची की प्रस्तर वेदिकाओं में देखने को मिलती है। सिन्धु सभ्यता के सुनियोजित नगर के साक्ष्य भी प्राचीन कालीन प्रौद्योगिकी के साक्षी हैं। मेगस्थनीज के विवरण से ज्ञात होता है। चन्द्रगुप्त मौर्य की राजधानी पाटलिपुत्र के चारों ओर लकड़ी की चहारदीवारी का निर्माण किया गया था। मेगस्थनीज लिखता है कि पाटलिपुत्र ईरानी नगर सुसा तथा एकबतना आदि नगरों से भी भव्य था। सम्राट अशोक द्वारा निर्मित करावाया गया सारनाथ स्तम्भ मौर्य कालीन कला की तकनीकी दक्षता और मौर्य तक्षकों की अद्भुत बुद्धि कौशल का परिचायक है। इसके साथ ही अजन्ता की बौद्ध काल की भित्त चित्र तकनीक भी इस सन्दर्भ में उल्लेखनीय उदाहरण कहे जा सकते हैं। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि यद्यपि वर्तमान युग प्रौद्योगिकी का है। परन्तु प्राचीन कालीन प्रौद्योगिकी का भी उतना ही महत्व है। जितना की आज की प्रौद्योगिकी का क्योंकि वर्तमान की प्रौद्योगिकी की नींव प्राचीन की प्रौद्योगिकी ही है।