कार्लसन इंस्टीट्यूट ऑफ़ मैनेजमेंट के प्रोफ़ेसर राजेश चांडी का मानना है कि कुछ नया करने के लिए दो चीज़ें अहम हैं- प्रेरणा और अवसर। जो लोग आविष्कारी प्रवृत्ति के होते हैं, वे धुन के पक्के और अपने विचारों को साकार करने के मौकों की तलाश में लगे रहने वाले होते हैं।

प्रवीण मोहोता © प्र.पे. स्पेन्स मीडिया

नई खोज के लिए क्या पढ़ें

प्रोफ़ेसर राजेश चांडी के साथ वेब बातचीत

यूनिवर्सिटी ऑफ़ मिनेसोटा के कार्लसन स्कूल ऑफ़ मैनेजमेंट के इंस्टीट्यूट फ़ॉर रिसर्च इन मार्केटिंग के प्रोफ़ेसर और सह-निदेशक राजेश के.चांडी से जब पूछा जाता है कि क्या कुछ नया और बेहतर तरीके से करने की प्रवृत्ति को भी सिखाया जा सकता है तो उन्हें बहुत आश्चर्य होता है। वह कहते हैं कि सृजन की क्षमता और कुछ नया तथा बेहतर करने की क्षमता तो हम में से अधिसंख्य में है। अगर हमारे संसार में हर पल नई खोजों का विस्फोट नहीं हो रहा तो उसका कारण यही है कि सभी को ऐसा वातावरण नहीं मिल पाता जो हमें अपनी अंतर्निहित सृजनशीलता को सफलतापूर्वक नए और बेहतर समाधानों में तब्दील करने को प्रोत्साहित करता हो।

अमेरिका डॉट गॅव द्वारा हाल ही में आयाजित वेब बातचीत में उन्होंने अपनी बात को समझाने के लिए आर्थिक इतिहासकारों जोरिना खान और केनैथ स्कॉलॉफ़ द्वारा अमेरिका के ''महान आविष्कारकों'' के बारे में किए गए अध्ययनों का सहारा लिया। ''इन अध्ययनकर्ताओं ने पाया कि ये महान आविष्कारक जिनके आविष्कारों (जैसे टेलिफोन, बिजली का प्रकाश आदि) का उपयोग हम आज भी कर रहे हैं, कोई बहुत पढ़े-लिखे या अद्भुत तकनीकी कौशलों से सम्पन्न लोग नहीं थे। लेकिन इन सभी ने सक्रियता से ऐसे व्यावसायिक तकनीकी और बाज़ार वातावरणों की तलाश की जिनमें इन्हें अपने विचारों को वास्तविकता में बदलने में सहायता मिली। ये लोग अपनी धुन के पक्के थे और बाकी लोगों की तुलना में उन भौगोलिक और व्यावसायिक वातावरणों में अपनी जगह बनाने के अधिक इच्छुक थे जहां इन्हें अपने आविष्कारों को संभव बनाने के साधन उपलब्ध थे।''

चांडी बताते हैं कि कौन लोग आविष्कारक हो सकते हैं, यह पहचानने की उनकी आधारभूत कसौटियां हैं- प्रेरणा और अवसर। और हां, काबिलियत भी महत्वपूर्ण है और संदर्भ के अनुरूप अलग-अलग तरह की काबिलियत चाहिए होती हैं। लेकिन नई खोज के लिए प्रेरणा और अवसर विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं। ''मैं अपने छात्रों को बताता हूं कि तुम किसी छोटी सी प्रयोगशाला में काम कर रहे हो, या बड़ी फ़र्म में, अपने विचारों को साकार कर पाने के साधन उपलब्ध करवाने वाले अवसर ढूंढते रहना बहुत महत्वपूर्ण है। मैं उनसे कहता हूं कि नए विचारों और बाज़ारों की तलाश में लगन से लगे रहो।''

आज के संसार में युवाओं को उपलब्ध ऑनलाइन कम्युनिटीज़, वर्ल्डवाइड वेब जैसे इलेक्ट्रॉनिक संचार संपर्कों को राजेश चांडी नवाचार की प्रक्रिया में सहायक मानते हैं क्योंकि इनसे संचार और विचारों के आदान-प्रदान में भारी सहायता मिलती है। उन्हें लगता है कि अगर वेब और अन्य प्रौद्योगिकियां युवाओं को प्रेरित करने में सहायक सिद्ध होती हैं तो उन्हें शिक्षित करने के लिए छात्रों द्वारा प्रौद्योगिकियों के उपयोग के तरीके को समझ पाना बहुत महत्वपूर्ण है। इसके अलावा कई प्रौद्योगिकियां उपयोगकर्ता की सक्रिय सहभागिता की मांग करती हैं। इनका उपयोग करके युवा बहुत अच्छी तरह सीख पाते हैं। वह कहते हैं, ''मैं मल्टीमीडिया के उपयोग को बहुत उपयोगी और महत्वपूर्ण पाता हूं। और यह मज़ेदार भी है।''

भारतीय स्कूलों के लिए इनोवेशन सेंटर खोलने के मौके पर अमेरिकी शिक्षाविद और किड्स इन्वेंट के सह-संस्थापक एड सोबी बेंगलूर में स्कूली बच्चों के साथ।

एजाज़ ख़ान © प्र.पे. स्पेन्स मीडिया

नवाचार का अर्थ है परिवर्तन, यथास्थिति से हट कर सोचना। इस अनूठे चुनौतीपूर्ण विषय को पढ़ाने के लिए चांडी इतिहास का सहारा लेते हैं। क्योंकि, ''इतिहास ऐसे उदाहरणों से भरा पड़ा है जहां व्यक्तियों, समुदायों, यहां तक कि राष्ट्रों ने परिवर्तन को अपनाया या उसकी अनदेखी की या उसका सक्रिय प्रतिरोध किया। मैं इतिहास से उठाए उदाहरणों और नवाचार पर हाल के शोधों से निकले निष्कर्षों को जोड़ता हूं और मल्टीमीडिया उपकरणों का इस्तेमाल कर अपनी कक्षा में चल रही चर्चा को जीवन्त बनाता हूं।'' उनकी राय है कि अध्यापकों को अपने छात्रों को सूचना प्रौद्योगिकी का भरपूर उपयोग करने को प्रेरित करना चाहिए। ''आज कई अध्यापन और शोध उपकरण इंटरनेट पर मुफ़्त उपलब्ध हैं। गूगल स्कॉलर के माध्यम से लेख प्राप्त करना या यू ट्यूब पर उपलब्ध वीडियो का उपयोग अध्यापकों के लिए बहुत सहायक सिद्ध हो सकते हैं।''

मार्केटिंग में कुछ साल पहले तक जहां जोर उत्पाद, स्थान, मूल्य और विज्ञापन पर था, वहीं आज ग्राहक, प्रतिद्वंदी, कम्पनियां और सहयोगी मार्केटिंग रणनीति के आधारस्तम्भ हैं। नवाचार के विकास और मार्केटिंग के लिए इन आठों घटकों का विश्लेषण बहुत ज़रूरी हैं। चांडी इस सूची में दो नए घटक जोड़ते हैं-दामों पर मोलतोल करने में संगतता, और सम्प्रेषण।

कई बार लोग उनसे पूछते हैं कि नवाचार पढ़ाने जैसे चुनौती भरे काम करने वालों के लिए जब विकासशील देशों में पर्याप्त वित्तीय लाभ उपलब्ध नहीं हैं तो इस स्थिति में अध्यापक रचनात्मकता और नवाचार की बात कैसे सोचें? चांडी उनसे सहमत होते हुए ध्यान दिलाते हैं कि अध्यापन अपनी तरह से तुष्टिदायक काम है और इसे करने वाले अक्सर नए विचारों को सम्प्रेषित कर पाना और उत्सुक युवा मानस से संवाद करने को ही पर्याप्त प्रतिफल मानते हैं।

एक और प्रश्न जो उन से अक्सर पूछा जाता है वह यह है कि नवाचार के लिए जिन वित्तीय संसाधनों और निवेशों की ज़रूरत है, वे तो विकसित देशों के विकसित अर्थतंत्र में ही संभव हो पाते हैं, तो ऐसे में क्या विकासशील देश नवाचारों में सहयोग देने या उनका लाभ उठाने से वंचित ही रह जाने वाले हैं? इसके उत्तर में राजेश चांडी कहते हैं कि जिस तरह प्रौद्योगिकी जटिल हो रही है और बाज़ार तेजी से वैश्विक स्वरूप लेते जा रहे हैं, वैसे में नवाचार सचमुच खासे वित्तीय संसाधनों की मांग करता है। लेकिन सच यह भी है कि हम इतिहास के एक बहुत ही रोमांचक दौर में जी रहे हैं। वित्त, विचार और लोग, सभी अब अपेक्षाकृत आसानी से भौगोलिक सीमाओं को पार कर पा रहे हैं- और इससे संसार के हर कोने में नवाचार सम्भव हो पाया है। वह बताते हैं, अर्थतंत्र और निवेश, दोनों ही अभूतपूर्व तेज़ी से बढ़ रहे हैं। मैंने और मेरे सहयोगियों ने हाल ही में किए अपने शोध में पाया है कि बहुराष्ट्रीय निगमों द्वारा हाल के वर्षों में स्थापित नए शोध और विकास केंद्रों में से सब से अधिक भारत और चीन में हैं। इसके अलावा, विकासशील देशों में लोगों के सामने आने वाली अपनी तरह की खास बाधाएं और समाधानों की अनुपस्थिति वास्तव में एकदम नए ही किस्म के नवाचारी हल ढूंढने के लिए प्रेरक स्थितियां तैयार करती हैं। मिशिगन यूनिवर्सिटी के प्रोफ़ेसर सी.के प्रह्लाद द्वारा उभरते अर्थतंत्रों से शासित लोगों द्वारा किए गए नवाचारों का अध्ययन इस मुद्दे पर आंखें खोल देने वाला है। अफ्रीका में मोबाइल फोन पर आधारित वित्तीय सेवाएं उभरती अर्थव्यवस्थाओं में हो रहे ऐसे नवाचारों का उदाहरण हैं जो इन अर्थतंत्रों की रूपरेखा बदल रहे हैं।

जेरी टैलिस और जयदीप प्रभु के सहयोग से 17 देशों की सबसे नवाचारी कम्पनियों की कार्यशैली के विस्तृत अध्ययन के बाद चांडी ने पाया कि इन सभी में कुछ ज़बर्दस्त समानताएं हैं- नीति निर्माता भविष्योन्मुखी योजनाएं बनाते हैं, ज़रूरत पड़ने पर कंपनियां अपने पुराने उत्पादों का मूल्य कम कर लेती हैं और असफलता के खतरे से डरती नहीं हैं। इसके अलावा इन कंपनियों में नए विचारों पर काम करने वाले लोगों की कद्र की जाती है और सफल नवाचारों के लिए बढ़िया पुरस्कार दिए जाते हैं।

इतिहास गवाह रहा है कि परिवर्तन के अनिच्छुक समाजों और देशों का अंततः अवसान ही हुआ। चांडी बताते हैं, ''आर्थिक इतिहासकार एंगस मैडिसन ध्यान दिलाते हैं कि 15वीं शताब्दी में संसार के दो-तिहाई से अधिक आर्थिक उत्पादन का श्रेय चीन और भारत को था। लेकिन बीसवीं सदी के मध्य तक उनका योगदान 10 प्रतिशत से भी कम रह गया। डैनियल बूरस्टीन जैसे विद्वान कहते हैं कि इस अवसान का बहुत बड़ा कारण उनका आत्मकेंद्रित हो जाना और परिवर्तन का प्रतिरोध था।''

ज़्यादातर लोगों को लगता है कि नवाचार, बड़े निवेश, और बड़े लाभ जमी-जमाई अर्थव्यवस्थाओं में ही सम्भव हैं। लेकिन चांडी उनसे असहमत होते कहते हैं कि आज के दौर में मुट्ठी भर लोग भी तस्वीर बदल पाने में सक्षम हैं- सिंगापुर, दक्षिण कोरिया, दुबई और अन्य तीव्र वृद्धिशील अर्थव्यवस्थाओं में बदलाव का श्रेय कुछ महत्वपूर्ण लोगों को ही जाता है।

ज़्यादा जानकारी के लिए:

कार्लसन स्कूल ऑफ़ मैनेजमेंट का मार्केटिंग शोध संस्थान

http://www.carlsonschool.umn.edu/Page6247.aspx

अमेरिकी शिक्षा विभाग का कुछ नया एवं बेहतर करने से संबंधित कार्यालय

http://www.ed.gov/about/offices/list/oii/index.html

वेब बातचीत अमेरिकी विदेश विभाग के अंतरराष्ट्रीय सूचना कार्यक्रम ब्यूरो द्वारा आयोजित की गई।