



एम 1- गैर-लाभ और लाभ-संचार के बीच



एम 1-  
गैर-लाभ और लाभ-संचार के  
बीच

## अंतर माँड्यूल का परिचय

गैर-सरकारी और गैर-लाभकारी संचार के लिए किस प्रकार की संचार रणनीति सर्वोत्तम है, इसके बारे में जागरूकता से कड़ाई से जुड़ी एक एनजीओ की संचार क्षमता बढ़ाना है। दो श्रेणियों को बेहतर ढंग से पहचानने के लिए एक अन्य बट्टि पर विचार करना गैर-लाभकारी संचार और वणिणन के बीच की पतली रेखा है: बहुत सारे कार्य हैं जो वणिणन या संचार पेशेवर द्वारा किया जा सकता है। अपने संगठन के लिए सर्वोत्तम संचार रणनीतिकी पहचान करने से एनजीओ अपने लक्ष्य और परिणामों को प्रसारित करने में लाभार्थियों और हतिधारकों को बेहतर आकर्षित करने में मदद कर सकता है। किसी भी तरह के संगठन को अपने हतिधारकों का ध्यान आकर्षित करना है। गैर-लाभकारी संगठन व्यावसायिक कंपनियों की तरह प्रतियोगिता का सामना करते हैं; वे अन्य सेवा प्रदाताओं के खिलाफ प्रतस्पर्धा करते हैं लेकिन लोगों की पारस्परिकता के खिलाफ है गैर-लाभकारी संस्थाओं को अपने लक्ष्यों तक पहुंचने के लिए इस्तेमाल किए गए संसाधनों और उपकरणों के बारे में सामरिक नर्णय करना है। एक गैर-लाभकारी संगठन में संचार रणनीतिकी विकसित करने और उसे मजबूत करने का उद्देश्य कड़ाई से अपने कार्यों की प्रभावशीलता से जुड़ा हुआ है। सामरिक लक्ष्यों को नर्णयित करना संचारको के लिए एक महत्वपूर्ण संपत्ति है। एक अच्छी संचार रणनीतिकी जोर देना जरूरी है कि एक सामाजिक संगठन अपनी दृष्टिकी लिए किस प्रकार प्रयास करता है और उसके मशिन पर उद्धार करता है। अपने लक्ष्यों और उद्देश्यों को हासिल करने के लिए संगठन को समर्थन देने की आवश्यकता क्यों है, कैसे और किस प्रकार संवाद करना चाहिए पर नर्णय इस माँड्यूल में हम गैर-लाभकारी और लाभकारी संगठनों के बीच मतभेदों की खोज करेंगे, जो संचार रणनीतिकी तैयार करते समय विचार करने के लिए आवश्यक हैं; और उन तत्वों को जो एक गैर-लाभकारी संगठन का मूल्यांकन करना होता है जब यह संचार की बात आती है



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union





# गैर लाभ और लाभकारी संगठनों के बीच अंतर

गैर लाभ और लाभकारी संस्थाओं के पास अलग-अलग मशिन, लक्ष्पति ऑडियंस और समस्या हल करने की रणनीतियाँ हैं। दर्जी संचार रणनीतियों को डिजाइन करने के लिए, उन मतभेदों से अवगत होना जरूरी है।

## 1। उद्देश्य

जबकि लाभकारी संगठनों के पास वभिन्न लक्ष्यों का हो सकता है, उनका प्राथमिक लक्ष्य लाभ उत्पन्न करना और प्रभावी उत्पाद और सेवाएं विकसित करना है जो उपभोक्ताओं के लिए महत्वपूर्ण है।

एक गैर-लाभकारी संगठन एक सामाजिक कारण को बढ़ावा देने या एक विशेष दृष्टिकोण की वकालत करने के लिए समर्पित है, उदाहरण के लिए मानवाधिकारों और पर्यावरण संबंधी जरूरतों, गरीबी, शिक्षा आदि के बारे में। संगठन की गतिविधियाँ और सेवाएं महत्वपूर्ण, संभावित जीवन-धमकी को हल करने का प्रयास करते हैं समस्याओं और मुद्दों इसलिए, गैर-लाभ की सफलता को इस आधार पर मापा जाता है कि संगठन अपने परोपकारी मशिन को पूरा करता है।

## 2. वित्तपोषण

एक संगठन चलाने के सबसे महत्वपूर्ण पहलुओं में से एक परियोजनाओं और प्रबंधन गतिविधियों को नधि के लिए एक सुसंगत तरीके की स्थापना कर रहा है।

लाभकारी संगठन बैंक ऋण, स्थानीय नविशकों और बकिरी से उत्पन्न राजस्व के माध्यम से अपने शुरुआती प्रयासों को नधि देते हैं।

गैर-मुनाफे अक्सर समय और पैसा, कॉर्पोरेट प्रायोजकों और सरकारी अनुदानों के नजि दान की तलाश में एक अन्य दृष्टिकोण लेते हैं, दूसरों के बीच में क्राउडफंडिंग, वेब धन उगाहने का एक रूप, हाल ही में गैर-लाभकारी संगठनों के लिए धन की एक लोकप्रिय वधि बन गई है।

**3. दर्शकों की वविधिता लाभ-लाभ वाली कंपनियों में गैर-लाभ की तुलना में अधिक निर्धारित लक्ष्पति ऑडियंस हो सकते हैं।** एक लाभप्रद संगठन में कंपनी राजस्व उत्पन्न करने के लिए अपने उत्पादों / सेवाओं की खरीद करने वाले उपभोक्ताओं के साथ संबंध स्थापित करने और स्थापित करने का प्रयास करती है। किसी उत्पाद या सेवा को प्रत्यक्ष रूप से वतित करने के बजाय, नॉन-प्रॉफिट आमतौर पर एक उत्पाद, सेवा या क्रिया के बारे में एक संदेश के साथ अपने दर्शकों को आकर्षित कर रहे हैं गैर-मुनाफे में एक अधिक वविधि ऑडियंस तक पहुंचने चाहिए, जिसमें स्वयंसेवकों, दाताओं, कॉर्पोरेट प्रायोजकों और आम जनता शामिल हो सकते हैं। इस व्यापक ऑडियंस के कारण, गैर-लाभ सावधानी से अपने दर्शकों के प्रत्येक सेगमेंट के हितों पर ध्यान देना चाहिए। 4. नेतृत्व एक लाभकारी कंपनी का कार्यकारी नेतृत्व आमतौर पर काफी स्पष्ट है। चाहे यह एक नजि तौर पर आयोजित लघु व्यवसाय या बोर्ड और हतिधारकों के साथ एक बड़ा नगिम हो, व्यक्तियों के चयनित समूह





के बीच नेतृत्व जम्मेदारियों को वितरित किया जाता है। गैर-लाभकारी संस्थाओं को एक बोर्ड ऑफ़ डायरेक्टर्स द्वारा निर्देशित किया जाता है जो प्रत्यक्ष वित्तीय स्वामित्व रखने के बिना संगठन के भविष्य को निर्देशित करते हैं। वित्तीय सफलता के साथ ज्यादा चर्चा नहीं होने पर, नेतृत्व को सामाजिक और / या पर्यावरणीय मुद्दों के साथ-साथ वित्तीय चर्चाओं को संतुलित करना पड़ता है। इस मामले में, अगुआ परियोजनाओं, उनके मशिन से जुड़े सामाजिक और राजनीतिक चर्चाओं, संगठनात्मक प्रदर्शन, धन उगाहने और संभावित सामुदायिक चर्चाओं को सहायता की आवश्यकता होती है जैसे कि व्यापक वषियों के लिए नेतृत्व की बैठकें शामिल हैं।

### 5. संगठनात्मक संस्कृति

मशिन में मतभेद दो अलग-अलग संगठनात्मक संस्कृतियों को स्थापित करने के लिए लाभ और गैर-लाभकारी संस्थाओं का नेतृत्व कर सकते हैं। वित्तीय लाभ के लक्ष्य के कारण, लाभकारी संगठनों के भीतर की संस्कृति को वित्त और व्यवसाय मीट्रिक पर ध्यान देने की प्रवृत्ति होती है और नए उत्पादों और बाजारों के निर्माण के साथ अभिनव होने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। एक गैर-लाभकारी संस्था के भीतर संस्कृति अक्सर अधिक समुदाय-उन्मुख होती है, क्योंकि कर्मचारियों को अक्सर उन समस्याओं का समाधान करने और हल करने के लिए कहा जाता है जिनकी कम वित्तीय प्रोत्साहन है। इस समुदाय-उन्मुख संस्कृति के साथ, गैर-लाभकारी संगठनों के कर्मचारियों को उनके कार्य शेड्यूल के बाहर संगठन की वकालत करने के लिए आम बात है।

### 6. कराधान

आम तौर पर, गैर-लाभकारी अपनी आय का एक हिस्सा सरकार को वापस न दिए जाने के बावजूद सार्वजनिक सेवाओं के रूप में सार्वजनिक सेवाएं प्रदान करने में सक्षम है। इसी तरह, इन संगठनों को दान करने वाले व्यक्तियों और कंपनियों कर-कटौती के रूप में अपने योगदान को लिखने में सक्षम है। लाभ-लाभकारी कंपनियों कर छूट से लाभान्वित नहीं कर सकती हैं और करों का भुगतान करना होगा क्योंकि कानून की आवश्यकता है। बेशक, प्रत्येक संगठन अपने देश के कानूनों पर निर्भर करता है।

### 7. कर्मचारी

एक गैर-लाभकारी संगठन का कार्यबल एक लाभप्रद संगठन की तुलना में पूरी तरह से अलग हो सकता है। जबकि एक लाभप्रद संगठन में अधिकांश भुगतान वाले कर्मचारी और इंटरन शामिल होंगे, एक गैर-लाभ आम तौर पर स्वयंसेवक कर्मचारियों पर भारी निर्भर करता है यह तत्व एक गैर-लाभकारी कंपनी के कई अन्य पहलुओं के साथ जुड़ता है, क्योंकि ये स्वयंसेवकों अक्सर सामने वाले रेखा पर होंगे जो गैर भविष्य संगठन के संभावित भविष्य दाताओं के मशिन का प्रतिनिधित्व करेंगे।





## गैर लाभ संचार

एक कुशल संचार रणनीतिके डिजाइन के लिए यह सामान्य संचार के क्षेत्र में और वपिणन के अवसरों और बाधाओं का मूल्यांकन करने के लिए महत्वपूर्ण है। हम एक ऐसी गतिविधिके रूप में सामान्य संचार का विचार करते हैं जो पहले से मौजूद हतिधारकों और लाभार्थियों के साथ सूचित, प्रबंधन और इंटरैक्ट करता है। वपिणन नए दाताओं, सहयोगियों, अन्य हतिधारकों और लाभार्थियों को आकर्षित करने के उद्देश्य से एक संचार गतिविधि है। नमिन्लखित तत्वों में से कुछ एक श्रेणी से दूसरे स्थानांतरित किए जा सकते हैं, उनका उपयोग और प्रबंधन संगठन की पसंद और गतिविधिके विशिष्ट उद्देश्य पर निर्भर करता है। सामान्य संचार:

- आंतरिक संचार रणनीति
- मशिन / दृष्टि / मूल्यों को संवाद करने के लिए कथा
- सामग्री लेखन / संपादन / अशुद्धि जाँच / प्रकाशन
- सोशल मीडिया प्रबंधन / ब्लॉग सामग्री संपादन
- हतिधारकों और लाभार्थियों / सामुदायिक प्रबंधन के साथ संचार
- सार्वजनिक संबंध प्रबंधन

वपिणन: - प्रौद्योगिकी विश्लेषण और कार्यान्वयन - डिजिटल रुझानों और अवसरों की पहचान - वेबसाइट और सामाजिक मीडिया वजिजापन / समुदाय निर्माण - खोज इंजन वपिणन - मुद्रति सामग्री का निर्माण (यात्रियों / प्रचार सामग्री) कुछ उदाहरण जो सामान्य संचार या वपिणन के रूप में माना जा सकता है, गतिविधिके लक्ष्य के आधार पर: - इवेंट प्रमोशन: यदि आप नए संभावित हतिधारकों को इस कार्यक्रम में भाग लेने के लिए चाहते हैं तो यह एक वपिणन गतिविधि है। यदि आप केवल वर्तमान समर्थकों को उपस्थित होने के लिए चाहते हैं तो इसे सामान्य संचार माना जा सकता है - ई-मेल अभियान: ई-मेल के माध्यम से आप क्या बात करना चाहते हैं? यदि यह ई-मेल की एक श्रृंखला है जो लोगों को अपने मशिन में शामिल होने के लिए प्रोत्साहित करती है और यदि इस आउटरीच गतिविधिके नतीजा है और मापा जाता है, तो उन्हें मार्केटिंग के रूप में माना जा सकता है। यदि ई-मेल बस संगठन से संबंधित महत्वपूर्ण सूचनाओं को संवाद करने के लिए बयान प्रदान करते हैं, तो यह एक सामान्य संचार गतिविधि है। नमिन्लखित मॉड्यूल में हम गैर लाभ संचार और वपिणन की विशिष्टताओं का पता लगाएंगे।

