इकाई 14 कुछ व्यवसायिक शब्द – I

इकाई की रूपरेखा

14.0 उद्देश्य

14.1 प्रस्तावना

14.2 व्यापार क्षेत्र में इस्तेमाल होने वाले शब्द

14.3 सारांश

14.4 शब्दावली

14.5 बोध प्रश्नों के उत्तर

14.6 स्वपरख प्रश्न

14.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के पश्चात् आप

- अधिग्रहण और सम्बंध विपणन का अर्थ बता पायेगें;
- बैलेंस शीट, ब्रांड और व्यापार योजना का अर्थ स्पष्ट कर पायेगें;
- डिजिटल इंडिया के उद्देश्यों का वर्णन कर पायेंगें;
- आर्थिक वृद्धि और आर्थिक विकास में अन्तर स्पष्ट कर पायेगें;
- वैश्वीकरण का वर्जन कर पायेगे;
- मानव संसाधन का महत्व बता पायेगें; और
- इन्क्यूबेशन का अर्थ स्पष्ट कर पायेगें।

14.1 प्रस्तावना

व्यापार सबंधित पत्र लिखते समय अथवा बात करते समय अक्सर ऐसे शब्दों का प्रयोग किया जाता है जो अंग्रेजी के शब्दकोश में नहीं मिलते हैं। व्यापार जगत में इन शब्दों तथा मुहावरों ने अब विशिष्ट शब्दावली का स्थान प्राप्त कर लिया है अर्थात् इन शब्दों का उपयोग रोजाना के कार्यों में किया जाता है। सूचना तकनीक के इस युग में इन शब्दों की सूचि में अनेक नये शब्दों तथा मुहावरों को सम्मिलित कर लिया गया है। व्यापार जगत में कार्य करते हुए यह अपेक्षा की जाती है कि आप इस शब्दावली से भलिभांति परिचित हों और इन शब्दों का उपयोग ठीक परिपेक्ष्य में करने में सक्षम हों। पिछले कुछ वर्षों में डिजिटल इंडिया और डिमोनेटाइजेशन (नोटबंदी) जैसे शब्द भारतीय परिदृश्य में इस्तेमाल होने लगे हैं। उद्यमवृत्ति और स्टार्टअप में इस युग में इनक्यूबेशन शब्द को काफी महत्व मिला है।

इस इकाई में ऐसे ही कुछ शब्दों और मुहावरों का अर्थ तथा सन्दर्भ स्पष्ट किया जायेगा।

यहां पर यह स्पष्ट करना भी आवश्यक है कि यह शब्द अंग्रेजी भाषा से आये हैं तथा उसी रूप में इनका उपयोग होता है। अतः इन शब्दों को उसी रूप में जानना आवश्यक है क्योंकि इनमें से कई शब्दों का अभी हिन्दी रूपांतरण प्रचलित नहीं हुआ है। अतः इस इकाई में उनको देवनागरी लिपि में लिखा गया है।

14.2 व्यापार क्षेत्र में इस्तेमाल होने वाले शब्द

1 लेखा (Accounts)

सन्दर्भ के अनुसार लेखा के कई अर्थ हैं। व्यापार में इसका अर्थ लेख–पत्र अथवा बही–खाता रखना है। वित्तीय उद्योग में इसके कई भिन्न उपयोग हैं। बैंकिग में लेखा का अर्थ ग्राहक की वित्तीय सम्पत्ति का व्यवस्थित रूप में लेखा–जोखा रखना और उसके लिए सुरक्षित रखना है।

व्यवसायिक प्रतिष्ठान में लेखा का अर्थ जमा राशि, ऋण, संग्रहण और समायोजन के रूप में हुए लेन–देन का ब्यौरा रखना है जिसका प्रभाव प्रतिष्ठान की सम्पत्तियों, इक्विटी, देनदारी अथवा पिछली, वर्तमान अथवा भविष्य में आय पर पड़ सकता है। इसका सम्बन्ध लाइसेंस शुदा दलाली फर्म में ग्राहक सम्पत्तियों को दलाली लेखा के रूप में सुरक्षित रखने से भी हो सकता है। इस प्रकार के लेखा में निवेशक धन अथवा अन्य परिसम्पत्तियां जमा कर देता है और दलाल ग्राहक की ओर से व्यापार करता है। व्यापारिक प्रतिष्ठानों के लिए प्रति वर्ष वार्षिक लेखा तैयार करना आवश्यक होता है।

स्टॉक एक्सचेंज पर सूचीबद्ध होने की दशा में उनके लिए अर्धवार्षिक लाभ का लेखा (वित्तीय वर्ष की छमाही में लाभ सम्बन्धी सूचना) तैयार करना आवश्यक है।

2 लेखा देय (Accounts Payable)

जब कोई व्यापारिक प्रतिष्ठान सामान उधार खरीदता है जिसका मूल्य कुछ समय बाद देना होता है तो यह लेखा देय कहलाता है। यह देनदारी मानी जाती है और "मौजूदा देनदारी" शीर्षक में आती है। लेखा देय एक लघु–सामयिक ऋण देनदारी है जिसका भुगतान करना आवश्यक है ताकि अप्राप्ति से बचा जा सके।

3 लेखा प्राप्य (Accounts Receivable)

यह लेखा देय के ठीक विपरीत है। लेखा प्राप्य ऐसी पूंजी है जो ग्राहको को व्यापारिक प्रतिष्ठान को उनसे सामान अथवा सेवा खरीदनें के एवज में देनी होती है। साधारणतः यह पूंजी कुछ सप्ताहों के पश्चात् वसूल की जाती है और कम्पनी की बैंलेस शीट पर परिसंपत्ति के रूप में दिखाई जाती है।

4 वार्षिक तुल्यता दर (Annual Equivalent Rate) (AER)

यह हवाला है जो यह दर्शाता है कि बचत और निवेश पर भुगतान किया गया ब्याज कितना होगा। इसकी गणना करने के लिए मूल जमा पर ब्याज को जोड़ कर प्राप्त राशि पर अगला ब्याज जोड़ा जाता है। इस प्रकार ब्याज संयोजित किया जाता है।

AER की गणना का सूत्र निम्नलिखित है:

$(1 + i/n)^n - 1$

जबकि

i = वार्षिक ब्याज दर

n = एक वर्ष में संयोजित ब्याज की संख्या

5 वार्षिक प्रतिशतता दर (Annual Percentage Rate (APR)

वार्षिक प्रतिशतता दर (APR) ब्याज की वह दर है जो कर्जदार जैसे बैंक अथवा वित्तीय संस्थान को ऋणदाता को देनी होती है। APR निवेशो पर बिना वार्षिक संयोजन के भुगतान की जाने वाली वार्षिक ब्याज दर भी होती है।

6 अधिग्रहण (Acquisition)

जब कोई कम्पनी दूसरी कम्पनी के समस्त अथवा अधिकांश शेयर खरीद ले ताकि उस पर नियंत्रण किया जा सके, तो यह प्रक्रिया अधिग्रहण कहलाती है। यद्यपि बड़ी कम्पनियों के विलय अथवा अधिग्रहण के विषय में अधिकतर सुना जाता है क्योंकि उनके समाचार सुर्खियों में छपते हैं। परन्तु वास्तविकता में छोटी और मध्यम दर्जे की कम्पनियों में विलय और अधिग्रहण बड़े दर्जे की कम्पनियों की अपेक्षा लगातार होते रहते हैं। उदाहरण के रूप में रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड (RIL) ने फ्यूचर ग्रुप के खुदरा व्यापार का अधिग्रहण किया (चित्र 14.1)

Reliance acquires Future Group's retail business

The acquisition including Reliance taking over all debts, liabilities, retail stores and a minority stake in its consumer business, with an investment of about Rs 27,513 crores, involves merger of five Future Group's listed entities including Future Retail, Future Lifestyle and Future Consumer - into Future Enterprises (FEL), which currently houses the group's retail back-end infrastructure.

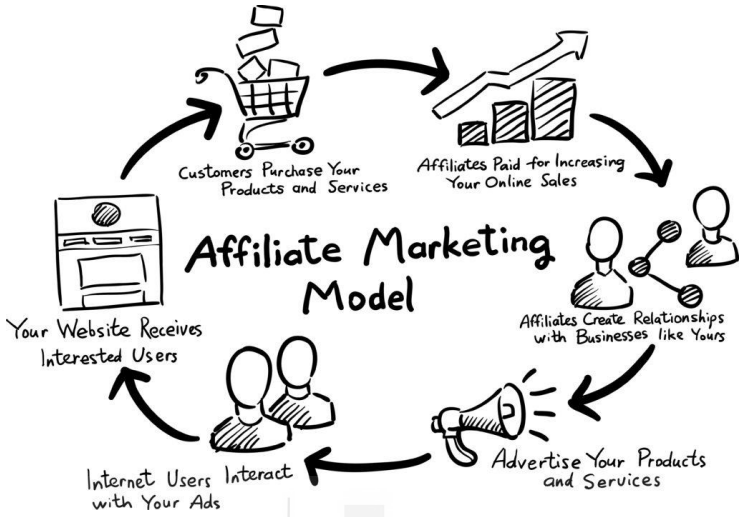
स्रोतः इक्नॉमिक टाइम्स

चित्र 14.1 रिलांयस इंडस्ट्रीज लिमिटेड द्वारा फ्यूचर ग्रुप के खुदरा व्यापार का अधिग्रहण

7 सम्बंध विपणन (Affinity Marketing)

सम्बंध विपणन बिक्री बढ़ाने की व्यवसायिक रणनीति है। इस रणनीति के अन्तर्गत कम्पनी ऐसी वेबसाइटों को अपने उत्पादों को विज्ञापित करने की अनुमति देती है जिनको उसके ग्राहक अक्सर ब्राउज करते है। ऐसे ग्राहकों को "सम्बंध ग्राहक" कहते हैं। वेबसाइटों के माध्यम से प्राप्त आर्डरों के एवज में आनलाइन विज्ञापन करने वाली वेबसाइट को कुछ कमीशन प्राप्त होता

है। आजकल अनेक वेबासाइट जैसे यूटयूब (youtube) सम्बंध विपणन करते हैं। सम्बंध विपणन के पूरे क्रम को चित्र 14.2 में दर्शाया गया है।



स्रोतः मानंस्टर इनसाइट्स

चित्र 14.2 : " सम्बंध विपणन" का चित्रण

8 बैलेंस शीट (Balance Sheet)

किसी कम्पनी की बैलेंस शीट एक ऐसा दस्तावेज है जिसमें एक निश्चित समय पर (साधारणतः वित्तीय वर्ष कें अंत में) कम्पनी की परिसम्पत्ति, देनदारियाँ, इक्विटी पूंजी तथा कुल कर्ज का ब्यौरा होता है। बैलेंस शीट में का ब्यौरा एक ओर (बायी और) देनदारियो का ब्यौरा एक परिसम्पत्तियों दूसरी ओर (दांयी ओर) दिया होता है। यह कम्पनी की वास्तविक आर्थिक स्थिति दर्शाता है। दोनों ओर के विवरण (अर्थात परिसम्पत्तियां और देनदारियां) में मिलान होना चाहिए, अर्थात्

परिसम्पत्तियां = देनदारियां + इक्विटी

एक निश्चित समय पर कम्पनी की बैलेंस शीट उसकी आर्थिक दशा का स्नैप–शॉट (प्रतिबिम्ब) है। यह समय काल एक तिमाही, छमाही अथवा एक वर्ष हो सकता है।

परिसम्पत्तियां साधारणतः दो हैड्स के अर्न्तगत लिखी जाती हैं – चल सम्पत्तियां जिनमें कैश अथवा ऐसी सम्पत्ति जिसको आसानी से कैश में बदला जा सकता हो, सम्मिलित हैं दूसरी परिसम्पत्तियां अचल सम्पत्तियां कहलाती हैं जो ऐसी परिसम्पत्तियां है जिनको तुरन्त कैश में नहीं बदला जा सकता है, जैसे भूमि, बिल्डिंग और मशीनरी। परिसम्पत्तियों की सूचि में अप्रत्यक्ष सम्पत्तियां अर्थात् ऐसी सम्पत्तियां जिनका मूल्यांकन करना कठिन हो, भी सम्मिलित हो सकती हैं। अप्रत्यक्ष सम्पत्तियों के कुछ उदाहरण हैं – फ्रैन्चाइज अनुबंध, कापीराइट और पेटैंट। इन परिसम्पत्तियों का मूल्यांकन करने के कुछ निश्चित नियम हैं।

देनदारियां ऐसी निधियां है जो कम्पनी के ऊपर दूसरी संस्थाओं के ऋण हैं। देनदारियां दो प्रकार की होती हैं – चालू देनदारियां और दीर्घकालीन देनदारियां। चालू देनदारियों का भुगतान एक वर्ष के अन्दर करना होता है। इनमें वेतन, पेंशन योजना में योगदान, मेडिकल योजना में योगदान, आवश्यक सेवाएं, बिल्डिंग और उपकरणों का किराया, विक्रेताओं को भुगतान (आपूर्तिकर्ता बिल) इंकम टैक्स कटौती, सामान पर बिक्री कर, खरीदारी पर सेवा कर, ब्याज, अवधि कर्ज, आदि सम्मिलित हैं।

दीर्घकालीन देनदारियों का भुगतान एक वर्ष के पश्चात् करना होता है। इनमें दीर्घकालीन कर्ज, ऋणपत्रों का मूलधन तथा ब्याज, और पेंशन फंड की देनदारी ओर स्थगित देनदारियां सम्मिलित हैं।

बैलेंस शीट का नमूना

कम्पनी का नाम.....

बैलेंस शीट दिनांक.....

वर्तमान परिसम्पत्तियां	(रू0)	वर्तमान देनदारियां	(रू0)
बैंक में कैश	10,35,000.00	देय खाता	2,10,000.00
रोकड़ शेष	10,000.00	देय वेतन	5,15,000.00
कुल कैश	10,45,000.00	सेवाएं	75,000.00
स्टॉक	25,05,000.00	देय इंकम टैक्स	5,10,000.00
प्राप्ति योग्य जमा खाता	10,200.00	ग्राहकों का जमा	45,000.00
पेशगी बीमा	15,400.00	देय पेंशन	40,000.00
कुल वर्तमान परिसम्पत्तियां	46,20,600.00	देय नगर निगम टैक्स	10,000.00
अचल परिसम्पत्तियां		देय मेडिकल	15,000.00
		देय बिक्री कर	21,000.00
भूमि	45,50,000.00	कुल वर्तमान देनदारी	14,41,000.00
बिल्डिंग	1,10,50,000.00	**दीर्घकालीन देनदारियां**	
– मूल्यह्रास	1,50,000.00	दीर्घकालीन कर्ज	60,10,000.00
शुद्ध भूमि और बिल्डिंग	1,54,50,000.00	गिरवी	1,15,25,000.00
		कुल देनदारियां	1,89,76,000.00
मशीनरी	5,10,000.00	**स्वामी की इक्विटी**	
– मूल्यह्रास	50,000.00	सामान्य स्टॉक	8,20,600.00
शुद्ध मशीनरी	4,60,000.00	स्वामी – निष्कासन	1,10,000.00
		धारित उपार्जन	6,24,000.00
		कुल स्वामी की इक्विटी	15,54,600.00
कुल परिसम्पत्तियां	**2,05,30,600.00**	**देनदारियां और इक्विटी**	**2,05,30,600.00**

इक्विटी और उपार्जन : इक्विटी को शेयरधारक की इक्विटी भी कहा जाता है। परिसम्पत्तियों में से देनदारियां घटाने पर शेष निधि इक्विटी कहलाती है। धारित उपार्जन वह लाभ है जो कम्पनी अपने पास रखती है और शेयरधारकों को लाभांश के रूप में नहीं देती। धारित उपार्जन का इस्तेमाल कम्पनी में पुनः निवेश के रूप में किया जाता है।

9 ब्राण्ड (Brand)

ब्राण्ड किसी उत्पाद, सेवा अथवा व्यापार की एक विशिष्ट पहचान है। ब्राण्ड के कई रूप हो सकते हैं : जैसे नाम, चिन्ह, संकेत, रंगों का मेल अथवा नारा। उदाहरण के रूप में 1960 के दशक में "डालडा" ब्राण्ड इतना प्रसिद्ध हो गया कि वनस्पति तेल से बनी प्रत्येक ठोस वसा को डालडा ही कहा जाता था। ब्राण्ड के कुछ अन्य उदाहरण ऐयरटेल, जियो, रेवलॉन, मोण्टेकार्लो, पारकर, कोलगेट आदि है कानूनी रूप से संरक्षित ब्राण्ड को ट्रेडमार्क कहा जाता है। किसी उत्पाद या सेवा का ब्राण्ड उसके किसी लक्षण से सम्बंधित होता है जो उसे विशेष बनाता है। अतः ब्राण्ड विज्ञापन का प्रमुख तत्व होता है क्योंकि यह उत्पाद की कुछ विशेषताओं को प्रमुखता देता है। ब्राण्ड की वह स्थिति जब बाजार में अत्यधिक प्रसिद्ध हो जाती है, ब्राण्ड (रिकॉगनीशन) कहलाती है। ब्राण्ड मान्यता जब उस स्तर तक पहुंच जाती है कि बाजार में उसको सकारात्मक मत से देखा जानें लगे तो इस स्थिति को ब्राण्ड फ्रैंचाइज कहते हैं।

ब्राण्ड उत्पाद की कुछ आकर्षक विशेषताओं से जुड़ा होता है। इसलिये ब्राण्ड्ेड उत्पादों का मूल्य उसी तरह के बिना–ब्राण्ड्ेड उत्पादों से कुछ ज्यादा होता है।

ग्लोबल ब्राण्ड विश्व भर में निश्चित प्रकार की विशेषताओं का प्रतीक होता है। ऐपल, कोका–कोला, मैक्डॉनल्ड, मास्टर कार्ड, सोनी इत्यादि ग्लोबल ब्राण्डों के कुछ उदाहरण हैं। ग्लोबल ब्राण्ड का उपयोग उत्पाद को विश्व भर के बाजारों में बेचने के लिए किया जाता है। इसके विपरीत स्थानीय ब्राण्ड का उपयोग उत्पाद को अपेक्षाकृत सीमित भौगोलिक क्षेत्रों में बेचने के लिए किया जाता है। भारत में स्थानीय ब्राण्ड के कुछ उदाहरण हैंः कर्नाटक में नंदिनी ब्राण्ड दूध, महाराष्ट्र में ऑरे ब्राण्ड दूध, राजस्थान में सरस ब्राण्ड दूध।

10 व्यापार योजना (Business Plan)

व्यापार योजना अर्थात् बिजनेस प्लान एक ऐसा दस्तावेज होता है जो अगले 4–5 वर्षो के लिए कम्पनी के लक्ष्यों तथा उनकों प्राप्त करने की रणनीतियों को दर्शाता है। यह योजना चिन्हित बाजारों, सम्भावित ग्राहकों, बिक्री बिन्दुओं तथा आर्थिक परिस्थितियों आदि के आकलन पर आधारित होती है। व्यापार योजना में कम्पनी के सामर्थ्यों, कमजोरियों, अवसरों तथा खतरों (अंग्रेजी में इसके लिए SWOT संक्षिप्त रूप का प्रयोग करते हैं जो Strengths, Weaknesses, Opportunities तथा Threats शब्दों के प्रथम अक्षरों से बना है) का उल्लेख भी हो सकता है।

बैंकों से कर्ज लेने और सम्भावित समावेशकों को आकर्षित करने के लिए व्यापार योजना बनाना आवश्यक है। उपलब्धियों तथा असफलताओं के आधार पर कम्पनी अपनी व्यापार योजना में समय–समय पर संशोधन कर सकती है और आवश्यकता होनें पर पूर्णतः नई रणनीतियाँ और दिशाएं अपना सकती है।

किसी स्टार्ट–अप के लिए तो व्यापार योजना बनाना आवश्यक है। पूर्णतः स्थापित व्यापार उद्यमों के लिए भी अपने उद्देश्यों को स्पष्ट रखनें के लिए यह सहायक होती है। यद्यपि व्यापार योजना में अधिक से अधिक विवरण दिया जा सकता है, परन्तु यह अच्छा और सुविधाजनक होता है यदि इसको जहां तक हो सके, संक्षिप्त रखा जाये क्योंकि उस दशा में आवश्यक होनें पर बिना अधिक समय गंवाये इसको आसानी से देखा जा सकता है।

व्यापार योजना के मुख्य बिन्दू

किसी व्यापार योजना में साधारणतः निम्नलिखित बिन्दुओं को सम्मिलित करते हैं:

कार्यकारी सारांश : कम्पनी के ध्येय के बारे में यह एक संक्षिप्त वक्तव्य होता है। इसके अतिरिक्त कम्पनी के स्थान, कार्य–विधि और नेतृत्व का ब्यौरा सम्मिलित होता है।

उत्पाद और सेवाएं: इस खंड में कम्पनी द्वारा प्रदान किये जाने वाले उत्पादों और सेवाओं का ब्यौरा दिया जाता है। इसमें उत्पादन का स्तर, उसकी तकनीक, मूल्य, उसकी जीवन–अवधि और यदि कोई विशेष रियायत दी गई हो, इन सबका विवरण सम्मिलित रहता है।

वित्तीय नियोजन : कम्पनी द्वारा पूंजी जुटाने की रणनीति इस खंड में दी जाती है। इसमें पहले से स्थापित वित्तीय ब्यौरा, बैलेंस शीट तथा अन्य वित्तीय सूचनाएं सम्मिलित होती हैं। नये उद्दम लक्षित स्रोतो तथा निवेशकों का ब्यौरा देते हैं।

बाजार विश्लेषण : इस खंड में लक्षित बाजारों तथा बाजार में चल रहे अन्य प्रतिस्पर्धात्मक उत्पादों का ब्यौरा दिया जाता है।

विपणन रणनीति : बाजार विश्लेषण के सन्दर्भ में कम्पनी अन्य प्रतिस्पर्धात्मक उत्पादों पर किस प्रकार विजय प्राप्त करेगी, इसका ब्यौरा दिया जाता है। मूल्य तथा ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये यदि कुछ रियायतें दी गई हैं तो उनका ब्यौरा भी इसी खंड में दिया जाता है।

बजटः इसमें विकास, कर्मचारियों को दिये जाने वाले वेतन, उत्पादन, विज्ञापन और विपणन पर होने वाले खर्चों को सम्मिलित किया जाता है।

उपर्युक्त विवरण का सारांश यह है कि कम्पनी की व्यापार योजना

- एक लिखित विवरण है जिसमें कम्पनी के लक्ष्यों और रणनीतियों का विवरण होता है।
- इसमें व्यापार की लघुकालीन और दीर्घकालीन योजनाओं का रेखाचित्र होता है।
- इसमें कार्यकारी सांराश, उत्पादों और सेवाओं का विवरण, वित्तीय परियोजना, बाजार विश्लेषण, विपणन रणनीति और बजट सम्मिलित होते हैं।

11 पूंजी (Capital)

किसी व्यापार को चलानें और उसमें वृद्धि करने के लिए पूंजी एक महत्वपूर्ण अवयव है। इसकों व्यापार के माध्यम से जुटाया जाता है अथवा ऋण अथवा इक्विटी के माध्यम से एकत्र किया जाता है। मोटे तौर पर यह कहा जा सकता है कि पूंजी वह सब कुछ है जो इसके स्वामी को लाभ पहुंचाता है तथा उसकी परिसम्पत्ति में वृद्धि करता है। उदाहरण के रूप में फैक्ट्री, उसकी मशीनरी, पेटेण्ट सदृश बौद्धिक सम्पत्ति (इण्टेलैक्चुअल प्रापर्टी) अथवा व्यवसाय अथवा व्यक्ति की वित्तीय परिसम्पत्तियां। यद्यपि धन को भी पूंजी माना जा सकता है, परन्तु साधारणतः इसका अर्थ वह नगद है जिसका इस्तेमाल उत्पादन अथवा निवेश के लिए किया जाता है।

बजट बनाते समय साधारणतः सभी प्रकार के व्यापार तीन प्रकार की पूंजी पर केन्द्रित होते हैं: संचालन पूंजी, इक्विटी पूंजी और ऋण पूंजी। वित्तीय उद्योग में व्यवसाय व्यापारिक पूंजी को चौथा अवयव मानता है।

12 नोटबंदी (Demonetisation)

किसी प्रचलित मुद्रा को उसकी वैध स्थिति से हटाना नोटबंदी अथवा डिमोनेटाइजेशन कहलाता है। इस प्रक्रिया में प्रचलित मुद्रा के रूप को प्रचलन से हटा लिया जाता है और उसके स्थान पर नये नोटों अथवा सिक्कों का प्रचलन शुरू किया जाता है। कभी–कभी कोई देश अपनी पूरी मुद्रा को हटा कर नई मुद्रा शुरू कर देता है। उदाहरणस्वरूप "यूरो" 1 जनवरी,1999 से प्रारम्भ हुआ जब यू. के. और डेनमार्क के अतिरिक्त सभी यूरोपीय देशो ने यह तय किया। प्रारम्भ में 1999 में मुद्रा का चलन अप्रत्यक्ष (वर्चुअल) रूप में प्रारम्भ किया गया और वर्ष 2002 से नोटों और सिक्कों का चलन प्रारम्भ हो गया। शीघ्र ही इसने देशों की पुरानी मुद्राओं का स्थान ले लिया और धीरे–धीरे पूरे यूरोप में प्रचलित हो गया। भारत सरकार ने 8 नवम्बर, 2016 को रु 500 और रु 1000 के नोटो का प्रचलन बन्द कर दिया और उसके स्थान पर रु. 500 और रु 2000 के नये नोटों का चलन प्रारम्भ कर दिया।

DEMONETISATION

स्रोत : Slide Share

13 डिजिटल भारत (Digital India)

डिजिटल इंडिया भारत सरकार का एक महत्वपूर्ण कार्यक्रम है जिसका ध्येय भारत को एक डिजिटल–शक्ति युक्त समाज और ज्ञानपूर्ण आर्थिक शक्ति बनाना है। डिजिटल इंडिया ग्रुप का ध्येय नई–नई योजनाएं बना कर उनके हल उत्पन्न करना है ताकि हमारा देश एक विकसित अर्थव्यवस्था में परिवर्तित हो सके और डिजिटल तकनीकों की सहायता से सभी नागरिकों को नये अवसर मिल सकें। इसका प्रयत्न यह है कि प्रत्येक नागरिक को डिजिटल सेवाएं, ज्ञान और सूचनाएं उपलब्ध हों। इस ग्रुप

का कार्य विश्व भर से चुन कर ऐसी नीतियां बनाना और उनको कार्यान्वित करना है जिसकी सहायता से डिजिटल इंडिया का सपना वास्तविकता में परिवर्तित हो सकें।

स्त्रोत : MyGov Blog

14 विनिवेश (Disinvestment)

विनिवेश किसी संगठन अथवा सरकार द्वारा अपनी परिसम्पत्तियों अथवा अनुषंगी कम्पनी को बेचने अथवा समाप्त करने की प्रक्रिया है। यदि परिसम्पत्तियां नही बेची जा रही हैं तो विनिवेश का उद्देश्य पूंजीगत व्यय (capital expenditure) को कम करना होता है जिसके फलस्वरूप संसाधनों को उसी संगठन अथवा सरकार द्वारा अनुदानित प्रोजेक्ट के अधिक लाभकर क्षेत्रों में स्थानांतरित किया जा सके।

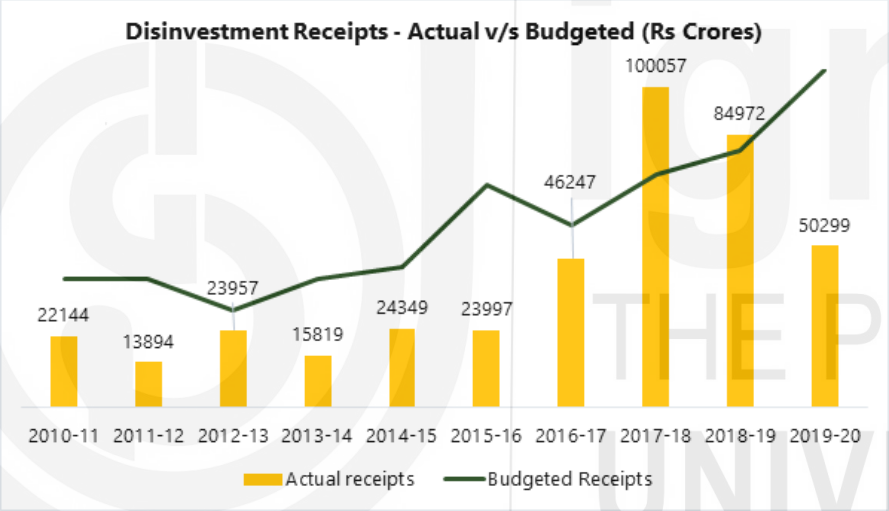
भारत सरकार ने दिसम्बर 1999 में विनिवेश विभाग स्थापित किया और सितम्बर 2001 में इसका नाम बदल कर विनिवेश मंत्रालय कर दिया गया। मई 2004 से विनिवेश विभाग वित्त मंत्रालय के अन्तर्गत एक विभाग बन गया। प्रति वर्ष वित्त मंत्री अपनी बजट भाषण में विनिवेश के लक्ष्य की घोषणा करता है। परन्तु कई कारणों से किसी भी वित्तीय वर्ष में विनिवेश का लक्ष्य पूरा नही किया जा सका। इन कारणों में सरकार के प्रस्ताव अनाकर्षक होना, अयथार्थवादी मूल्यांकन, कर्मचारियों और ट्रेड यूनियनों द्वारा विरोध आदि प्रमुख है।

कुछ कम्पनियाँ जिनकी सफलतापूर्वक बिक्री सम्भव हो पाई निम्नलिखित हैं:

- भारत ऐल्युमिनियम कम्पनी लिमिटेड
- सी. एम. सी. लिमिटेड
- हिन्दुस्तान जिंक लिमिटेड
- होटल कार्पो0 ऑफ इंडिया लिमिटेड (3 सम्पत्तियां: सैण्टॉर होटल, जुहू बीच, सैण्टॉर होटल हवाई अड्डा, मुम्बई और इण्डों होक्रॅक होटेल्स लिमिटेड, राजगीर)
- एच. टी. एल. लिमिटेड

- आई. बी. पी. कम्पनी लिमिटेड
- आई. टी. डी. सी. लिमिटेड (18 होटल सम्पत्तियाँ)
- इण्डियन पेट्रोकेमिकल्स कार्पो0 लिमिटेड
- जेसोप एण्ट कम्प. मिटेड
- लगन जूट मशीनरी कम्प0 लिमिटेड
- दॅ मारूति सुजुकी इण्डिया लिमिटेड
- माडर्न फूड इण्डस्ट्रीज (इंडिया) लिमिटेड
- पैरादीप फॉस्फेट्स लिमिटेड
- टाटा कम्यूनिकेशंस लिमिटेड

वित्त मंत्री ने अपने बजट भाषण 2021.22 के लिए रु. 1.75 लाख करोड़ का विनिवेश लक्ष्य रखा। भारत सरकार द्वारा लक्षित और प्राप्त विनिवेश 2010–11 से 2019–20 तक के आंकड़े चित्र 14.3 में दर्शाये गये हैं।



स्त्रोत : **Tavaga**

चित्र 14.3 भारत सरकार द्वारा लक्षित और प्राप्त विनिवेश 2010–11 से 2019–20 तक के आंकड़े।

15 आर्थिक विकास (Economic Development)

विकिपीडिया द्वारा परिभाषित आर्थिक विकास "ऐसी प्रक्रिया है जिसके माध्यम से कोई देश अपने नागरिकों के आर्थिक, राजनीतिक और सामाजिक स्तर में सुधार करता है।" अक्सर आर्थिक विकास को आर्थिक वृद्धि समझ लिया जाता है। जो गलत है। दोनों सिद्धान्त भिन्न हैं। आर्थिक वृद्धि एक निश्चित समय में किसी देश के उत्पादन में वृद्धि दर्शाता है। यह वास्तविक आर्थिक उत्पादन के रूप में मापनें योग्य राशि है जैसे सकल घरेलू उत्पाद (जी. डी. पी.)। यह केवल एक संख्या है। परन्तु आर्थिक विकास का दायरा काफी विस्तृत है जैसे समाज कल्याण, बाल शिक्षा, स्वास्थ्य कल्याण आदि। संक्षेप में इसका सम्बंध नागरिकों के जीवन स्तर में वृद्धि से है।

बोध प्रश्न क

1 अधिग्रहण से आप क्या समझते हैं ?

.....

.....

.....

2 नोटबंदी का क्या अर्थ है ? दो उदाहरण दीजिए।

.....

.....

.....

3 डिजिटल इंडिया के तीन उद्देश्य लिखिए ।

.....

.....

.....

4 सम्बंध–विपणन क्या है ?

.....

.....

.....

5 निम्नलिखित में से कौन से कथन **सत्य** अथवा **गलत** है ?

i) अधिग्रहण केवल बड़ी कम्पनियों का होता है।

ii) सम्बंध–विपणन बिक्री बढ़ाने के लिए किया जाता है।

iii) डिजिटल इंडिया के उद्देशयें को प्राप्त करने में सूचना प्रौद्योगिकी महत्वपूर्ण भूमिका अदा करेगी।

iv) कोका–कोला स्थानीय ब्रांड है।

v) व्यापार योजना अगले 4–5 वर्षो में कुछ लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए बनायी जाती है।

16 आर्थिक सुधार (Economic Reforms)

शब्द "आर्थिक सुधार" 1991 में प्रसिद्ध हुए जब श्री नरसिम्हा राव, तत्कालीन प्रधान मंत्री भारत सरकार ने भारतीय अर्थ व्यवस्था में उदारीकरण की प्रक्रिया अपना कर आधारभूत परिवर्तन घोषित किये जिसके फलस्वरूप आर्थिक वृद्धि की दर में तेजी आई। इनमें तकनीक सुधार, औद्योगिक लाइसेंस व्यवस्था, प्राइवेट क्षेत्र पर नियंत्रण को हटाना, विदेशी निवेश और विदेशी व्यापार सम्मिलित थे। इसको "लाइसेंस राज की समाप्ति कहा गया। इन सुधारों का उद्देश्य भारतीय अर्थव्यवस्था की वृद्धि में प्राइवेट क्षेत्र की भागीदारी बढ़ाना था। सुधारों के आवश्यक अवयव हैं –उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण, जिसको संक्षेप में एल. पी. जी.

(Liberization, Privatisation, Globalisation) कहा गया। तब से आर्थिक वृद्धि की प्रक्रिया जारी है।

17 कर्मचारी सशक्तिकरण (Employee Empowerment)

कर्मचारी सशक्तिकरण प्रबंधन की कर्मचारियों को प्रोत्साहित करने की एक ऐसी रणनीति है जिसमें कर्मचारियों को अपने निर्णय करने और उन पर कार्य करने की स्वतंत्रता होती है। न्यूस्टॉर्म और डेविस (1986) के अनुसार "सशक्तिकरण ऐसी कोई भी प्रक्रिया है जिसके अन्तर्गत आवश्यक सूचना को साझा कर कर्मचारियों को यह स्वतंत्रता दी जाती है कि वे ऐसे कार्यो पर स्वयं निर्णय ले जिसके कारण जॉब का कार्य–निष्पादन प्रभावित होता है।" कर्मचारी सशक्तिकरण के कारण कर्मचारी अपना कार्य अधिक अच्छी प्रकार कर पाते हैं और वें संगठन में अधिक उपयोगी सदस्य बनने में सफल रहते हैं।

सशक्तिकरण में सम्मिलित है

- कर्मचारियों से लगातार उनके सुझाव मांग कर और उनके फीडबैक पर काम कर उन्हें अपने सुझाव देने का अवसर प्रदान करना
- अधिक स्वायत्ता के माध्यम से कर्मचारियों को उन्नति करने के अवसर प्रदान करना
- अधिक जिम्मेवारियां सौंपना अथवा पूर्णतः एक नई भूमिका देना
- उनको अपनी योग्यताओं में अधिक आत्मविश्वास उत्पन्न करने का अवसर देना
- कर्मचारियों को उन्नति करने के लिए आवश्यक उपकरण, प्रशिक्षण और अधिकार उपलब्ध कराना।

18 कर्मचारी वचनबद्धता (Employee Engagement)

यह कर्मचारी सशक्तिकरण से सम्बंधित है। कर्मचारी वचनबद्धता को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है कि यह कर्मचारी का अपने कार्य, अपनी टीम और अपने संगठन के प्रति भावात्मक प्रतिबद्धता है। काह्न (1990) के अनुसार "कर्मचारी वचनबद्धता व्यक्ति का अपने कार्य के प्रति इतना लगाव है कि वह अपने समस्त शारीरिक, ज्ञानात्मक और भावात्मक संसाधनों को अपने कार्य के प्रति समर्पित कर दें। उनके अनुसार सार्थकता, सुरक्षा और उपलब्धता वचनबद्धता की आवश्यक शर्तें और संकेतक हैं।"

कर्मचारी जो अपने आपकों संगठन के साथ जुड़ा अनुभव करते हैं, अधिक परिश्रम करते हैं, अधिक समय तक कार्य करते है और दूसरो को भी ऐसा करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। यह संगठन के प्रत्येक महत्वपूर्ण पहलू को प्रभावित करता है जिसमें लाभप्रदता, आय, ग्राहक का अनुभव, कर्मचारी का योगदान और अन्य कई बाते सम्मिलित हैं। एक अध्ययन के अनुसार 92% व्यवसायिक अधिकारी यह मानते हैं कि वचनबद्ध कर्मचारी अधिक अच्छा कार्य करते हैं, जिसके कारण उनकी टीम की सफलता में वृद्धि होती है और उनके संगठन की सम्पन्नता बढ़ती है।

19 फीडबैक

फीडबैक भी व्यापार क्षेत्र में उपयोग होने वाला एक वर्ग–बोली शब्द है। संगठन में किसी प्रोजेक्ट के विषय में क्या प्रगति हुई है, उसके बारे में रिपोर्ट भेजना फीडबैक कहलाता है। अतः फीडबैक को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता हैः "किसी कार्यवाही अथवा प्रक्रिया के पश्चात् उसके बारे में जानकारी भेजना"। उदाहरण के रूप में यदि कोई कम्पनी बाजार में एक नया उत्पाद उतारती है तो विपणन से सम्बंधित व्यक्ति ग्राहको की प्रतिक्रिया और बाजार में पहले से चल रहें प्रतिस्पर्धी उत्पादों की तुलना में कम्पनी के उत्पाद की मांग के विषय में फीडबैक प्रबंधन को भेजता है, जो सारी स्थिति का आकलन कर आवश्यक होने पर नई रणनीति तैयार करता हैं इस प्रकार फीडबैक दो–दिशाओं में होने वाली प्रक्रिया है और यह किसी भी व्यापार उद्दम की एक अपिरहार्य क्रिया है। फीडबैक प्राप्त करना एक निरंतर होने वाली क्रिया है और ठीक प्रकार से लगन के साथ करने पर इसके परिणाम अच्छे आते हैं। वास्तव में फीडबैक पूरे व्यापार क्षेत्र का एक अभिन्न अंग है।यह प्रत्येक संगठन की जीवन–रेखा है।

फीडबैक "सकारात्मक फीडबैक" अथवा "रचनात्मक फीडबैक" हो सकता है।

"सकारात्मक फीडबैक" प्रशंसायुक्त होता है और प्रेरक का कार्य करती है। यदि काई कर्मचारी अच्छा कार्य करता है तो प्रबंधन उसे बता सकता है कि उसके बारे में अच्छा फीडबैक मिला है। अतः "सकारात्मक फीडबैक" को अक्सर "प्रेरक फीडबैक" अथवा "बढावा देने वाला फीडबैक" भी कहा जाता है क्योंकि इसका उपयोग किसी व्यकित को प्रोत्साहित करना और उसे किसी प्रोजेक्ट में उसी दिशा में कार्य करने के लिए प्रेरित करना है।

इसके विपरीत "रचनात्मक फीडबैक" कार्य करनें के किसी ढंग की आलोचना कर सकता है, परन्तु साथ ही उसमें सुधार करने के लिये सुझाव दे सकता है। इस प्रकार यह संदेश सकारात्मक होता है और किसी व्यक्ति को अपने कार्य करने के ढंग में सुधार करने का अवसर देता है। किसी व्यक्ति द्वारा अधिक अच्छी विधि अपनानें के लिये "रचनात्मक फीडबैक" "विकासोन्मुख फीडबैक" अथवा "पुनर्देशिक" भी कहते हैं।

20 आर्थिक प्रबन्ध (Finance)

पूंजी के प्रबन्धन को आर्थिक प्रबन्ध कहते हैं। गतिविधियां जैसे बजत, निवेश, ऋण लेना, ऋण देना, बजट बनाना, पूर्वानुमान (फोरकास्टिंग) आदि आर्थिक प्रबन्ध के अन्तर्गत आते हैं। आर्थिक प्रबन्ध के तीन प्रमुख क्षेत्र है : (1) व्यक्तिगत, (2) निगमित और सार्वजनिक (सरकारी)।

अर्थिक प्रबन्ध के कुछ उदाहरण निम्नलिखित हैंः

- व्यक्तिगत बचत का स्टॉक, बॉण्ड इत्यादि मं निवेश।
- व्यक्तिगत बचत को उच्च–ब्याज वाले जमा खाते में जमा करना।
- सार्वजनिक कम्पनी की ओर से बॉण्ड जारी कर संस्थानिक निवेशकों से पूंजी जुटाना।
- बैंक द्वारा व्यक्ति–विशेष को घर खरीदनें के लिए ऋण देना और उसको गिरवी रखना।
- किसी निगम के लिए बजट और वित्तीय मॉडल तैयार करना।

21 पूर्वानुमान (फोरकास्ट)

मौसम के पूर्वानुमान से तो हम सभी परिचित हैं जो यह बताता है कि आने वाले कुछ दिनों में मौसम कैसा रहेगा। व्यापार जगत में भी इसी प्रकार का पूर्वानुमान होता है जिसका महत्व इतना ही या इससे भी अधिक है। यह पूर्वानुमान व्यापार के एक निश्चित क्षेत्र में यह भविष्यवाणी करता है कि बिक्री तथा अन्य पहलुओं का स्तर क्या रहेगा। मौसम पूर्वानुमान की अपेक्षा व्यापार पूर्वानुमान की समय सीमा काफी अधिक होती है। यह एक ऋतु (जैसे शरद ऋतु, ग्रीष्म ऋतु, आदि) से लेकर कई वर्ष तक के लिए हो सकता है। व्यापार पूर्वानुमान अनुमानित बिक्री, मुनाफा अथवा घाटा और नगदी आमद के लिए होता है।

अतः व्यापार पूर्वानुमान को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है कि "यह भविष्य में अनुमानित बिक्री के दौर, आर्थिक दशा, मुनाफा, घाटा, इत्यादि का अनुमान है"।

लिओ बार्न्स के अनुसार, "व्यापार पूर्वानुमान एक ऐसी प्रक्रिया है जो नवीनतम सम्बंधित सूचना के विश्लेषण पर आधारित होती है तथा जिसकी प्रामाणिकता उपयुक्त सांख्यिकीय आर्थिक तकनीक द्वारा परखी गई होती है। इसको किसी व्यापार अथवा उद्योग से सम्बंधित अधिकारी के स्वयं के निर्णय तथा उसकी सामाजिक समझ के आधार पर संशोधित तथा लागू किया जाता है।"

जॉन जी0 ग्लोवर के अनुसार "व्यापार पूर्वानुमान एक ऐसी शोध प्रक्रिया है जिसकी सहायता से व्यापार–गतिविधि को प्रभावित करने वाले आर्थिक, सामाजिक तथा वित्तीय कारकों को ज्ञात किया जाता है ताकि वर्तमान तथा भविष्य में कम्पनी की वित्तीय उत्पादन तथा विपणन गतिविधियों को निर्धारित किया जा सकें"।

व्यापार पूर्वानुमान का उपयोग निम्नलिखित के लिए किया जाता हैः

- दीर्धकालीन नियोजन
- बजट बनाना
- स्टॉक नियोजन
- विपणन (मूल्य–निर्धारण, ग्राहक का बर्ताव, जीवन चक्र प्रबंधन)
- संचालन तथा आपूर्ति श्रृंखला

व्यापार पूर्वानुमान तकनीक दो प्रकार की है :

1 गुणात्मक पूर्वानुमान : यह विपणन में कार्यरत व्यक्तियों के दृष्टिकोण और अनुमान पर आधारित होता है।

2 परिमाणात्मक पूर्वानुमान : यह तकनीक वैज्ञानिक और अधिक भरोसेमंद है। यह पूर्व के आकंड़ो पर आधारित होती है जिनका विश्लेषण सांख्यिकी मॉडल के आधार पर किया जाता है।

22 वैश्वीकरण (Globalisation)

विभिन्न देशों का सीमा के पार दूसरे देशों के साथ सामान और सेवाओं के व्यापार, तकनीक और निवेश का मुक्त प्रवाह, लोगों के आने–जाने और सूचना के आदान–प्रदान के कारण इनकी अर्थ–व्यवस्थाएं आपस में एक दूसरे पर आश्रित होती जा रही है। दूसरे शब्दो में इन देशो की अर्थ–व्यवस्थाओं में आपसी सम्बन्ध बढ़ता जा रहा है। यह प्रक्रिया "वैश्वीकरण" कहलाती है।

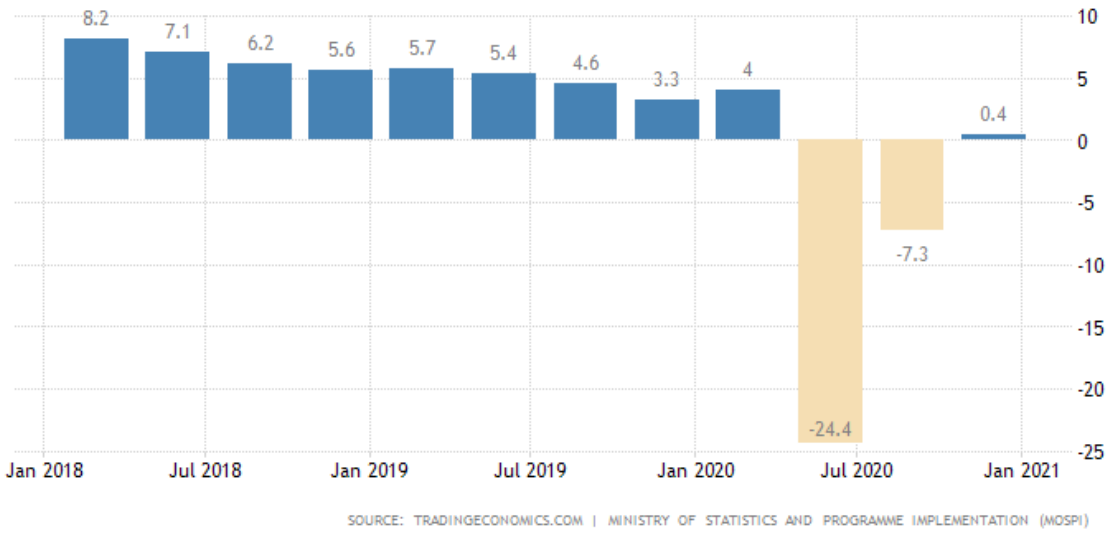
सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में अभूतपूर्व विकास ने वैश्वीकरण के क्षेत्र में बड़ा योगदान दिया है। अब बहुराष्ट्रीय कम्पनी का मुख्य कार्यकारी अधिकारी अपनी कम्पनी के विश्व भर में फैले कर्मचारियों से वीडियों–चैट अर्थात् एक दूसरे को देखते हुए बातचीत कर सकता है। अब विकसित देशो की कम्पनियां अपनी उत्पादन इकाईयां विकासशील देशों में स्थापित कर रही हैं ताकि मजदूरी और परिवहन पर लागत को बचा सकें।

वैश्वीकरण के कुछ प्रमुख बिन्दु निम्नलिखित हैः

- कम्पनी अपने उत्पादों, तकनीकों और सेवाओं को दूसरे देशो में बेच सकती है।
- निगमित कम्पनियाँ पूरे विश्व से व्यक्तियों और संस्थानों से निवेश आकर्षित कर सकती हैं।
- बहुराष्ट्रीय कम्पनियों द्वारा विकासशील देशों में उत्पादन इकाईयां स्थापित करने के कारण इन देशो में जॉब उत्पन्न होती हैं।
- वैश्वीकरण के कारण पर्यटन में वृद्धि हुई है।
- वैश्वीकरण का एक प्रभाव यह है कि किसी एक देश की आर्थिक व्यवस्था खराब होने का प्रभाव अन्य देशो की आर्थिक स्थिति पर भी पड़ता है।
- वैश्वीकरण कोविड–19 महामारी के लिए जिम्मेवार है।

23 सकल घरेलू उत्पाद (Gross Domestic Product)

किसी देश में एक निश्चित समय, साधारणतः 1 वर्ष में उत्पादित माल और सेवाओं का कुल मूल्य सकल घरेलू उत्पाद अर्थात् जी. डी. पी. कहलाता है। जी. डी. पी. वृद्धि किसी देश की अर्थव्यवस्था के प्रदर्शन का एक महत्वपूर्ण सूचक है। भारत में जी. डी. पी. के प्रति योगदान को मोटे तौर पर तीन क्षेत्रों में वर्गीकृत किया जाता है – कृषि और सम्बंधित सेवाएं उद्योग और सेवा क्षेत्र। भारत की 2018–19 से 2020–21 तक जी़ डी. पी. वृद्धि को चित्र 14.4 में, दर्शाया गया है।



चित्र 14.4 भारत की 2018–19 से 2020–21 तक जी. डी. पी. वृद्धि

24 मानव संसाधन (Human Resources)

किसी कम्पनी का मानव संसाधन विभाग कर्मचारियों से सम्बंधित मामलों का निपटारा करता है। "मानव संसाधन (Human Resources)" शब्द की रचना सर्वप्रथम वर्ष 1960 में की गई थी जब किसी संगठन में कर्मचारियों से सम्बंधित कार्यों, जैसे उनका चयन, प्रशिक्षण, कल्याण, और प्रेरण का महत्व समझा गया वास्तव में मानव का ज्ञान–सामर्थ्य और उनकी कार्य क्षमता मूल्यवान संसाधन हैं। अन्य संसाधनों के विपरीत मानव संसाधन की कार्य कुशलता उम्र तथा अनुभव के साथ बढ़ती है। अतः किसी भी संगठन में यह सर्वाधिक उत्पादक संसाधन है।

किसी संगठन में मानव संसाधन विभाग निम्नलिखित कार्य करता है:

- स्टॉफ की नियुक्ति
- प्रशिक्षण और अनुस्थापन
- कर्मचारियों और प्रबन्धन के मध्य सम्बन्ध
- स्टॉफ की कल्याणकारी और लाभ की योजनाएं
- संगठन का विकास

मानव संसाधन विभाग की यह जिम्मेवारी है कि वह कम्पनी में एक विकोसोन्मुख और सौहार्दपूर्ण वातावरण रखनें के लिय उपयुक्त रणनीति तैयार करें। इन उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए मानव संसाधन विभाग जहां एक ओर आवश्यक प्रशिक्षण और अनुस्थापन कार्यक्रम आयोजित करता है वहीं दूसरी ओर कर्मचारियों के सामाजिक और स्वास्थ्य कल्याण की भी देखरेख करता है। इसकी यह जिम्मेवारी है कि मानव संसाधनों का समुचित उपयोग हो और कम्पनी के व्यापार पर इसका अच्छा प्रभाव पड़ें।

25 इन्क्यूबेशन (Incubation)

यू के बिजनेस इन्क्यूवेशन (UKBI) के अनुसार " इन्क्यूबेशन व्यापार विकास प्रक्रिया, आधारभूत ढांचा और व्यक्तियों का एक अपूर्व और अत्यधिक लचीला संयोजन है जो नये और लघु उद्यमों को उनकी विकास और परिवर्तन की प्रारम्भिक अवस्था में सहायता देने के लिए निर्मित किया गया है।

नैशनल बिजेनस इन्क्यूबेशन असोशियेशन (NBIA) के अनुसार "व्यापार इन्क्यूबेशन व्यापार को सहायता देने की ऐसी प्रक्रिया है जो स्टार्टअप और अनुभवहीन कम्पनियों को कई प्रकार के लख्झित संसाधन और सेवा प्रदान कर उनके विकास की प्रक्रिया को तेज करता है। इन्क्यूवेशन प्रबंधन साधारणतः इन सेवाओं को विकसित करता है अथवा इनकी योजना बनाता है और इनको व्यापार इन्क्यूबेट्र को प्रदान करता है अथवा अपने सम्पकों के माध्यम से उपलब्ध कराता हैं। व्यापार इन्क्यूबेट्र का प्रमुख ध्येय सफल फर्म बनाना है जो वित्तीय रूप से विकासक्षम और स्वतंत्र अस्तित्व के लायक बन पायें। इन इन्क्यूबेटर ग्रेजुएटस में नई जॉब के सृर्जन करने पुरानी कम्पनियों को नई स्फूर्ति देने, नई तकनीकों को व्यवसायिक स्तर तक पहुँचाने और स्थानीय और राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थाओं को सृदृढ़ करने की क्षमता होती है।

स्टार्टअप और उद्यमशीलता के इस युग में व्यापार इन्क्यूबेशन का महत्व बहुत बढ़ गया है। व्यवसायिक ईन्क्यूबेटर अपने ग्राहकों को कई प्रकार की सेवाएं उपलब्ध कराता हैं जिनका उद्देश्य अच्छी तरह से प्रबंधित नया व्यापार प्रारम्भ करना होता है। इन सेवाओं में प्रशासकीय सेवाएं, व्यापार परामर्श सेवाएं, तकनीकी सेवाएं, वित्त जुटाना और अवसरों का नेटवर्किंग स्थापित करना सम्मिलित हैं। सरकार भी व्यापार इन्क्यूबेशन में कम ब्याज पर ऋण, टैक्स अवकाश और अन्य प्रोत्साहन प्रदान कर महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

बोध प्रश्न ख

1 विनिवेश का क्या अर्थ है ?

.....

.....

.....

2 "मानव संसाधन" का अर्थ स्पष्ट कीजिए।

.....

.....

.....

3 वैश्वीकरण के तीन लाभ सूचीबद्ध कीजिए।

.....

.....

.....

4 जी. डी. पी. की परिभाषा लिखिए।

.....

.....

.....

5 निम्नलिखित में कौन से कथन **सत्य** अथवा **गलत** हैं ?

(i) आर्थिक वृद्धि और आर्थिक विकास का अर्थ समान है।

(ii) "आर्थिक सुधार" शब्द 1991 में लोकप्रिय हुआ।

(iii) वैश्वीकरण ने विकासशील देशों में जॉब बढ़ाये हैं।

(iv) व्यापारिक पूर्वानुमान दीर्घ काल के लिए होता है।

(v) वर्ष 2020–21 में भारत का जी. डी. पी. बहुत अच्छा था।

14.3 सारांश

व्यापार क्षेत्र में लिखने और बोलनें में अक्सर ऐसे शब्दों का उपयोग होता है जो अंग्रेंजी के शब्दकोश में नहीं होते हैं। व्यापार क्षेत्र में इन शब्दों ने एक महत्वपूर्ण स्थान ले लिया है।

जब कोई कम्पनी दूसरी कम्पनी के समस्त अथवा अधिकांश शेयर खरीद ले ताकि उस पर नियंत्रण किया जा सके तो यह प्रक्रिया अधिग्रहण कहलाती है। सम्बंध–विपणन बिक्री बढ़ाने की व्यवसायिक रणनीति है। इस रणनीति के अन्तर्गत कम्पनी ऐसी वेबासाइटों को अपने उत्पादों को विज्ञापित करने की अनुमति देती है जिनकों उनके ग्राहक अक्सर ब्राउज करते हैं। ऐसे ग्राहकों को "सम्बंध ग्राहक" कहते हैं। वेबसाइटों के माध्यम से प्राप्त आर्डरों की एवज में आनलाइन विज्ञापन करने वाली वेबसाइट को कुछ कमीशन प्राप्त होता है।

किसी कम्पनी की बैलेंस शीट एक ऐसा दस्तावेज हैं जिसमें एक निश्चित समय पर (साधारणतः वित्तीय वर्ष के अंत में), कम्पनी की परिसम्पत्तियों, देनदारियों, इक्विटी पूंजी, कुल कर्ज आदि का ब्यौरा होता है। बैलेंस शीट में परिसम्पत्तियां देनदारियों और इक्विटी के योग के बराबर होती हैं।

ब्राण्ड एक ऐसा प्रतीक, शब्द, प्रतिबिम्ब, चिन्ह अथवा लोगो है जिसका उपयोग कम्पनी अपने उत्पादों को प्रतिस्पर्धी उत्पादों से भिन्न प्रदर्शित करने के लिए करती है। ब्राण्ड कम्पनी की बहुमल्य सम्पत्ति है। वास्तव में कम्पनी अक्सर अपने ब्राण्ड से जानी जाती है।

किसी प्रचलित मुद्रा को उसकी वैध स्थिति से हटाना नोटबंदी अथवा डिमोनेटाइजेशन कहलाता है। इस प्रक्रिया में प्रचलित मुद्रा के रूप को प्रचलन से हटा लिया जाता है और उसके स्थान पर नये नोट और सिक्को का प्रचलन शुरू कर दिया जाता है। डिजिटल इंडिया भारत सरकार का एक महत्वपूर्ण कार्यक्रम है जिसका ध्येय भारत को एक डिजिटल शक्ति युक्त समाज और ज्ञानपूर्ण आर्थिक शक्ति बनाना है। डिजिटल इंडिया ग्रुप का ध्येय नई–नई योजनाएं बना कर उनके हल उत्पन्न करना है ताकि हमारा देश एक विकसित अर्थव्यवस्था में परिवर्तित हो सकें और डिजिटल तकनीकों की सहायता से सभी नागरिकों

को नये अवसर मिल सकें। विनिवेश को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है कि यह किसी संगठन अथवा सरकार द्वारा अपनी परिसम्पत्तियों अथवा अनुषंगी कम्पनी को बेचने अथवा समाप्त करनें की प्रक्रिया है।

व्यापार पूर्वानुमान का उपयोग व्यापार के किसी क्षेत्र में बिक्री तथा अन्य बातों की भविष्यवाणी के रूप में किया जाता है। इसमें अनुमानित बिक्री, लाभ अथवा हानि तथा कैश की आमद सम्मिलित होते हैं। यह एक दीर्घकालीन अथवा लघुकालीन पूर्वानुमान हो सकता है।

व्यापार योजना एक ऐसा लिखित दस्तावेज है जिसमे अगले चार–पांच वर्षो के लिए कम्पनी के लक्ष्यों तथा उनकों प्राप्त करने के लिए अपनाई जाने वाली रणनीतियों का ब्यौरा होता है। यह लक्षित बाजारों सम्भावित ग्राहकों, बिक्री–बिन्दू, आर्थिक स्थितियों आदि पर आधारित होता है।

किसी कम्पनी का मानव संसाधन विभाग कर्मचारियों से सम्बंधित मामलों के लिए जिम्मेवार होता है। यह कर्मचारियों की नियुक्ति, प्रशिक्षण कल्याण, प्रबंधन के साथ उनके सामंजस्य और संगठन के विकास का कार्य देखता है।

विकिपीडिया द्वारा परिभाषित आर्थिक विकास "ऐसी प्रक्रिया है जिसके माध्यम से कोई देश अपने नागरिकों के आर्थिक, राजनीतिक और सामाजिक स्तर में सुधार करता है"। अक्सर आर्थिक विकास को आर्थिक वृद्धि समझ लिया जाता है जो गलत है। शब्द "आर्थिक सुधार" 1991 में प्रसिद्ध हुए जब श्री नरसिम्हा राव, तत्कालीन प्रधान मंत्री भारत सरकार ने भारतीय, अर्थव्यवस्था में उदारीकरण की प्रक्रिया अपना कर आधारभूत परिवर्तन घोषित किए जिसके फलस्वरूप आर्थिक वृद्धि की दर मे तेजी आई। कर्मचारी सशक्तिकरण और कर्मचारी वचनबद्धता प्रबंधन की कर्मचारियों को प्रोत्साहित करने की महत्वपूर्ण रणनीतियां है जिसके कारण कर्मचारियों का संगठन के प्रति लगाव बढ़ता है। इसके फलस्वरूप संगठन की लाभप्रदता बढ़ती हैं किसी संगठन में किसी गतिविधि के प्रभाव के बारे में रिपोर्ट भेजना फीडबैक कहलाता है।

आर्थिक–प्रबंध को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है कि यह पूंजी का प्रबंधन है। गतिविधियां जैसे बचत, निवेश, ऋण लेना, ऋण देना, बजट बनाना, पूर्वानुमान, (फोरकास्टिंग) आदि आर्थिक प्रबंध के अन्तर्गत आते हैं। विभिन्न देशो की आर्थिक व्यवस्थाओं के एक–दूसरे पर आश्रित होने की प्रवर्ति और सीमाओं के पार सामान और सेवाओं का व्यापार, तकनीक और निवेश का मुक्त प्रवाह, लोगो का आना–जाना और सूचना का आदान–प्रदान "वैश्वीकरण" कहलाता है। किसी देश में एक निश्चित समय, साधारणतः 1 वर्ष में उत्पादित माल और सेवाओं का कुल मूल्य जी. डी. पी. अर्थात् सकल घरेलू उत्पाद कहलाता है। जी. डी पी वृद्धि किसी देश की अर्थव्यवस्था के प्रदर्शन का एक महत्वपूर्ण सूचक है। किसी कम्पनी का मानव संसाधन विभाग कर्मचारियों से सम्बंधित कार्यों का निपटारा करता है। यह चयन, प्रशिक्षण, कल्याण, मजदूरों और प्रबंधन में आपसी सम्बंध और संगठन के विकास का कार्य करता है। इन्क्यूबेशन व्यापार विकास प्रक्रिया, आधारभूत ढांचा और व्यक्तियों का एक अपूर्व और अत्यधिक लचीला संयोजन है जो नये और लघु, उद्यमों को उनके विकास और परिवर्तन की प्रारम्भिक अवस्था में सहायता देने के लिए निर्मित किया जाता है।

14.4 शब्दावली

हाइरार्की : किसी संगठन में व्यक्तियों का पदक्रम।

इनफैंसी : प्रारंभिक अवस्था : किसी कम्पनी के स्थापित होने के प्रथम कुछ वर्ष।

विपणन कार्यविधिः बाजार में गतिविधि जिसमें किसी उत्पाद का विज्ञापन, प्रचार, लोकप्रियता बढ़ाना, वितरण और बिक्री बढ़ाने के उपाय सम्मिलित हैं।

इनवैण्टरी परियोजना : सामान के स्टॉक की योजना बनाना।

मुद्रा विच्छेप : मुद्रा के प्रचलन को रोकना।

घ्येय–दैशिक : उद्देश्यों की पूर्ति की दिशा में कार्य करना।

विपणन रणनीति : बाजार में किसी उत्पाद को उतारनें और उसको प्रसिद्ध करने की योजना।

ट्रेडमार्क : कानूनी रूप से रक्षित कम्पनी का ब्राण्ड।

अप्रत्यक्ष सम्पत्तियां : ऐसी सम्पत्तियां जिनको स्पर्श नहीं किया जा सकता।

कल्याणकारी योजनाएं : स्वास्थ्य–कल्याण, पेंशन, प्रोविडेण्ट फंड, कर्मचारियों के बच्चों की शिक्षा के लिए अनुदान, बोनस आदि।

कल्याणकारी परियोजनाएं : स्वास्थ्य कल्याण, पेंशन, भविष्य निधि, बच्चों की शिक्षा के लिए अनुदान, बोनस आदि योजनाएं।

14.5 बोध प्रश्नों के उत्तर

क 5 (i) गलत (ii) सत्य (ii) सत्य (iv) गलत (v) सत्य

ख 5 (i) गलत (ii) सत्य (ii) सत्य (iv) सत्य (v) गलत

14.6 स्वपरख प्रश्न

1 डिजिटल इंडिया के उद्देश्यों को स्पष्ट कीजिए।

2 व्यापार पूर्वानुमान को परिभाषित कीजिए। व्यापार को आगे बढ़ाने के लिए इसका किस प्रकार उपयोग किया जाता है ?

3 व्यापार–योजना का क्या अर्थ है ? इसके प्रमुख तत्वों का वर्णन कीजिए।

4 बैलेंस शीट क्या है ? उचित उदाहरण की सहायता से इसके विभिन्न तत्वों का वर्णन कीजिए।

5 कम्पनी में मानव संसाधन विभाग के कार्यो का वर्णन कीजिए। यह सौहार्दपूर्ण वातारण किस प्रकार स्थापित करता है ?

6 इन्क्यबेशन का क्या अर्थ है ? इसके उद्देश्य स्पष्ट कीजिए।

7 ब्राण्ड का क्या अर्थ है ? व्यापार में किस प्रकार सहायता करता है ?

इकाई 15 कुछ व्यवसायिक शब्द – II

इकाई की रूपरेखा

15.0 उद्देश्य

15.1 प्रस्तावना

15.2 व्यापार क्षेत्र में इस्तेमाल होने वाले शब्द

15.3 सारांश

15.4 शब्दावली

15.5 बोध प्रश्नों के उत्तर

15.6 स्वपरख प्रश्न

15.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के पश्चात् आप

- नियुक्ति का अर्थ समझ पायेंगे;
- जन–सम्पर्क का अर्थ स्पष्ट कर पायेंगे;
- "थिकिंग आटड साइड दॅ बॉक्स" मुहावरें का अर्थ समझ पायेंगे;
- हितग्राहियों का अर्थ स्पष्ट कर पायेंगे और
- मूल्य बिन्दू का अर्थ समझ पायेंगे।

15.1 प्रस्तावना

पिछली इकाई में आपने ऐसे कुछ शब्दों और मुहावरों के विषय में पढ़ा जिनका उपयोग व्यापार क्षेत्र में लेखन और बोलचाल में होता है और जो मानक अंग्रेजी शब्दकोश में नहीं मिलते हैं। इस इकाई में आप ऐसे कुछ और शब्दों और मुहावरों के बारे में पढ़ेंगे जिनका उपयोग व्यापार क्षेत्र में अक्सर होता है।

15.2 व्यापार क्षेत्र में इस्तेमाल होने वाले शब्द

1 निगेटिव इक्विटी (Negative Equity)

यदि ऋण द्वार निर्मित किसी परिसम्पत्ति का मूल्य ऋण/गिरवी की राशि जिसका बैंक को भुगतान करना है, से कम हो जाये तो यह निगेटिव इक्विटी कहलाती है। यह तब होता है जब परिसम्पत्ति का उपयोग होने के कारण उसका शीघ्रता से अवमूल्यन होता है और ऋण लेने वाले के लिए वह निगेटिव इक्विटी हो जाती है।

निगेटिव शेयरधारक इक्विटी भी इसी प्रकार का सिद्धान्त है जिसके अनुसार कम्पनी को घाटा होता है जिसकी राशि शेयरधारकों को किय गये भुगतान और इससे पहले की कुल कमाई से अधिक होती है।

निगेटिव इक्विटी के तीन परिदृश्य हैं जो सम्बंधित व्यक्तियों के लिए इसका प्रतिफल दर्शाते हैं:

क) यह मकान और स्वचालित वाहनों के क्षेत्र में सामान्य है क्योंकि मकान और कार साधारणतः ऋण की राशि (बैंक ऋण अथवा गिरवी) से खरीदे जाते हैं। भू–सम्पत्ति के मूल्य में गिरावट आने के कारण मकान का मूल्य गिर सकता है और कार का मूल्य ज्यादा इस्तेमाल होने के कारण कम हो सकता है। इन दोनो ही मामलों का परिणाम निगेटिव इक्विटी होगा।

ख) निगेटिव शेयरधारक इक्विटी का एक विशिष्ट उदाहरण हैं कि जब निवेशकों को काफी मात्रा में लाभांश का भुगतान किया गया हो जिसके कारण अवशिष्ट कमाई कम रह जाये। इसके फलस्वरूप कम्पनी निगेटिव इक्विटी जोन में पहुँच जाती है। साधारणतः यह कम्पनी के वित्तीय संकट का द्योतक है।

ग) निगेटिव इक्विटी के स्थान पर प्रायः कुल कीमत का उपयोग किया जाता है। ऐसा व्यक्ति जिसके पास निगेटिव इक्विटी हैं निगेटिव कुल कीमत वाला कहा जाता है जिसका अर्थ यह है कि उसकी देनदारियां उसकी परिसम्पत्तियों से अधिक हैं। निगेटिव कुल कीमत का एक उदाहरण विद्यार्थी ऋण हैं। यद्यपि ऋण की सहायता से विद्यार्थी उच्च शिक्षा प्राप्त करने में सफल रहता है परन्तु जब तक उसे तनख्वा हके साथ जॉब नहीं मिल जाती, उसकी कुल कीमत निगेटिव है।

2 कुल परिसंपत्ति मूल्य (Net Asset Value, NAV)

यह निवेश साख नापनें की एक विधि है। किसी की कुल परिसम्पत्तियों में से उसकी देनदारी घटा कर प्राप्त राशि एन. ए. वी. कहलाती है। यह अक्सर म्यूच्वल फंड से सम्बंधित होती है और निवेशक को इस बात को समझने मे सहायता करती है कि फंड अधिक मूल्यांकित है अथवा कम मूल्यांकित है। जब हम ओपन–एंड फंड्स की बात करते हैं तो एन. ए. वी अत्यधिक महत्वूपर्ण है एन. ए. वी. फंड का वह मूल्य दर्शाता है जो निवेशक को अपने निवेश को वापिस लेने के समय प्राप्त होगा। दूसरी ओर क्लोज–एंड फंड के मामलों में, जो एक

निश्चित यूनिट की संख्या के साथ म्यूच्वल फंड है और प्रति यूनिट के मूल्य की गणना बाज़ार के अनुसार की जाती है, यह एन. ए. वी से कम भी हो सकता है और अधिक भी।

3 अनुपयोज्य परिसम्पत्तियां (Non-performing Assets)

ऐसे ऋण अथवा अग्रिम राशि जिनका मूलधन निलंबित हो और जिस पर ब्याज का भुगतान काफी समय से न किया गया हो, अनुपयोज्य परिसम्पत्तियां कहलाती हैं। इस शब्दावली का उपयोग बैंक और वित्तीय संस्थाएं करती हैं। साधारणतः जो ऋण 90 दिन अथवा उससे अधिक समय तक बकाया हो जाते हैं, उनको अनुपयोज्य परिसम्पत्तियां माना जाता है। कुछ ऋणदात ऋण को अनुपायोज्य घोषित करने के लिए इससे कम समय देते हैं।

4 सांकेतिक ब्याज दर (Nominal Interest Rate)

मुद्रास्फीति पर बिना विचार किये जो ब्याज दर होती है वह सांकेतिक ब्याज दर कहलाती है। किसी ऋण पर बिना कोई शुल्क लगाये अथवा ब्याज को बिना संयोजित किये विज्ञापित अथवा बताई दर पर ब्याज सांकेतिक ब्याज दर कहलाती है।

भारतीय रिजर्व बैंक लघु समय के लिए सांकेतिक ब्याज दर निश्चित करता है। इसी आधार पर बैंक और वित्तीय संस्थाना अपनी ब्याज दर निश्चित करते हैं। बड़ी मन्दी के समय सांकेतिक ब्याज दन को कृत्रिम रूप से कम रखा जाता है ताकि कम ब्याज के कारण आर्थिक गतिविधि में वृद्धि हो औा उपभोक्ता अधिक ऋण ले और खर्च करें। परन्तु आर्थिक गतिविधि बढ़ाने के इस उपाय को लागू करने के लिए यह आवश्यक है कि मुद्रास्फीति न हो अथवा नगण्य हो। इसके विपरीत मुद्रास्फीति के समय भारतीय रिजर्व बैंक सांकेतिक ब्याज दर बढ़ा सकता है। मुद्रास्फीति स्तर को वास्तविकता से अधिक आंकने की दशा में सांकेतिक ब्याज दर बहुत अधिक हो सकती है। परन्तु उच्च सांकेतिक ब्याज दर के कारण अर्थव्यवस्था पर बुरा असर पड़ सकता है क्योंकि उसके कारण खर्च में कमी आ सकती है।

5 सांकेतिक मूल्य (Nominal Value)

सांकेतिक मूल्य जिसको प्रत्यक्ष मूल्य (face value) अथवा सममूल्य (par value) भी कहते हैं, वह मूल्य है जो किसी सुरक्षा प्रमाणपत्र (security certificate) अथवा उपकरण और मुद्रा पर प्रदर्शित होता है। यह सिद्धान्त साधारणतः स्टॉक और बॉण्ड पर लागू होता है। यह बॉण्ड और वरीयता प्राप्त स्टॉक में निवेशकों के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है।

मान लीजिए कोई कम्पनी XYZ नई फैक्ट्री के लिए पूंजी जुटानें केलए रु0 100 करोड़ के बॉण्ड जारी करती है। बॉण्ड 20 वर्ष में परिपक्व होते हैं। यदि कम्पनी प्रति बॉण्ड रू 1000 बेचती है तो प्रत्येक बॉण्ड प्रमाणपत्र पर सांकेतिक मूल्य रू 1000 अंकित होगा और इसलिए बॉण्ड–धारक 20 वर्ष पश्चात् XYZ कम्पनी से रू 1000 प्राप्त करने का अधिकारी होगा। यदि

कम्पनी बॉण्ड पर 5% वार्षिक ब्याज देने के लिए सहमत है तो बॉण्ड–धारक को रू 50/– प्रति बाण्ड प्रति वर्ष भी मिलेगें।

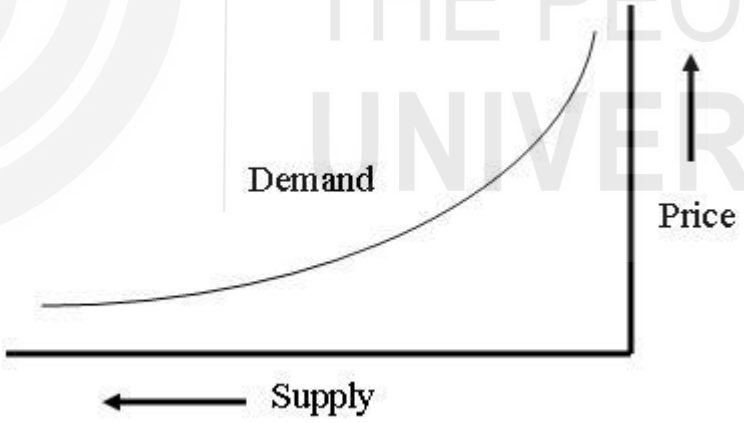
6 मूल्य बिन्दू (Price Point)

मूल्य–बिन्दू अथवा प्राइस–प्वांयट किसी सामान का खुदारा मूल्य है। इसको यह ध्यान में रख कर निश्चित किया जाता कि यह अन्य उत्पादकों के इसी प्रकार के उत्पादों से सफलतापूर्वक प्रतिस्पर्धा कर सकें। सप्लाई, मांग और प्रतिस्पर्धा के आधार पर इसको बदला भी जा सकता है।

मूल्य–बिन्दू उत्पाद के सम्भावित मूल्यों के स्केल पर एक बिन्दू है। इसको निम्नलिखित ग्राफ से अच्छी प्रकार समझा जा सकता है जो उत्पाद की सप्लाई मांग और मूल्य के मध्य सम्बन्ध दर्शाता है।

जैसा कि ग्राफ से स्पष्ट है, यदि सप्लाई में कमी होती है। परन्तु मांग बढ़ती है तो उस दशा में मूल्य बिन्दू में वृद्धि होगी। दूसरी ओर, सम्लाई बढ़ने और मांग घटने की दशा में मूल्य बिन्दू नीचे चला जायेगा।

बाजार के विस्तार, ग्राहकों की पृष्ठभूमि, उत्पादक की प्रतिष्ठा (ब्राण्डेड अथवा बिना ब्राण्डेड) और मांग के आधार पर मूल्य बिन्दू निश्चित किया जाता है। अतः बिक्री बढानें के लिये यह आवश्यक नहीं है कि सामान को सस्ती दर पर बेचा जायें। मूल्य और मूल्य–बिन्दू के मध्य क्या अंतर है ? मूल्य–बिन्दू मांग और सप्लाई के मध्य एक काल्पनिक ग्राफ पर एक बिन्दू है जबकि मूल्य वह वास्तविक मूल्य है जिस पर कोई सामान बेचा जाता हैं।



चित्र 15.1 : आपूर्ति, मांग और मूल्य के मध्य सम्बंध

7 निजीकरण (Privatisation)

सरकारी एजेंसियों द्वारा चलाई जाने वाली कम्पनियां सरकारी अथवा सार्वजनिक क्षेत्र में कहलाती हैं। यदि कोई कम्पनी अथवा उद्योग सरकारी क्षेत्र से निजी क्षेत्र में स्थानांतरित किया जाता है तो यह प्रक्रिया निजीकरण कहलाती है। यह आंशिक निजीकरण हो सकता है अथवा पूर्ण। यदि सरकार अपनी परिसम्पत्तियों को किसी निजी पक्ष को आंशिक रूप से बेचती है तो यह आंशिक निजीकरण कहलाता है परन्तु यदि सरकार द्वारा नियंत्रित परिसम्पत्तियों को पूर्ण रूप से निजी पक्ष को स्थानांतरित किया जाता

है। तो यह पूर्ण निजीकरण कहलाता है। यह प्रक्रिया विनिनेश भी कहलाती है। विनिवेश का विस्तृत वर्णन पिछली इकाई में किया गया है।

निजीकरण के उद्देश्य

- विदेशी प्रत्यक्ष निवेश के लिए मजबूत आधार प्रदान करना।
- आधुनिक तकनीक का मुक्त अंतर्प्रवाह
- सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों की कार्यक्षमता बढ़ाना
- प्रतिस्पर्धा बढ़ाना
- उत्पादों की गुणवत्ता में सुधार
- निर्यात को बढ़ावा
- प्रतिस्पर्धा के कारण मूल्यों में कमी
- कुछ कम्पनियों को उनके निर्यात की सम्भावनाओं के कारण विशेष दर्जा, जैसे नवरत्न और लघु–रत्न दिया गया है।

निजीकरण की छः विधियां हैः

- शेयरों की सार्वजनिक बिक्री
- सार्वजनिक निलामी
- सार्वजनिक टेण्डर
- सीधी समझौता वार्ता
- सरकार अथवा सार्वजनिक नियंत्रण के उद्योगों का नियंत्रण स्थानातरण।
- खरीदनें के अधिकार के साथ लीज पर देना

8 जन–सम्पर्क (Public Relations)

व्यापार संगठन कम्पनियां अथवा व्यक्ति जनता अथवा मीडिया से जिस प्रकार सम्पर्क स्थापित करते हैं, यह प्रक्रिया **जन–सम्पर्क** कहलाती है। इस वैश्विक प्रतिस्पर्धा के युग में कम्पनियों के लिये यह अपरिहार्य है कि लक्षित लोगो के मध्य उनके उत्पाद की छवि अच्छी हो। इसीलिये वे विभिन्न रणनीतियों द्वारा उनके साथ अच्छा सम्बन्ध स्थापित करने का प्रयत्न करते हैं। इनमें से कुछ रणनीतियां हैः प्रेस–विज्ञाप्ति, पत्र, व्यक्तिगत सम्पर्क, और इस सूचना–प्रौद्योगिकी के युग में वर्ल्ड वाइड वेब (www) का उपयोग।

अमेरिका की पब्लिक रिलेशन सोसायटी के अनुसार "जन–सम्पर्क एक ऐसी कूटनीतिक सम्प्रेषण प्रक्रिया है जिसके कारण संगठन और जनता के मध्य परस्पर हितकारी सम्बन्ध स्थापित होता है"।

व्यापार क्षेत्र में तीव्र प्रतिस्पर्धा का सामान करना पड़ता है। अपने पुरानें ग्राहकों को बनाये रखनें और नये ग्राहकों को आकर्षित करने के लिये कम्पनी के लिये यह आवश्यक है कि वह जन–सम्पर्क बढ़ चढ़ कर परन्तु विवेकपूर्ण तरीके से करें। अब अनेक कम्पनियां इस कार्य के लिये जन–सम्पर्क विशेषज्ञों अथवा ऐसी फर्मों की सेवाएं लेती हैं जो उनके उत्पादों, सेवाओं और

अन्य सम्बंधित कार्यों को जनता के सामनें उचित रूप में रख सकें। जनता में अच्छी छवि होने पर नयें ग्राहक आकर्षित होते हैं और बिक्री बढ़ती है। समय के साथ विपणन में जन–सम्पर्क का महत्व बढ़ा है।

9 नियुक्ति

किसी संगठन में नये कर्मचारियों को वेतन पर रखना नियुक्ति कहलाती है। यह प्रक्रिया कई चरणों में पूरी होती है। प्रमुख चरण निम्नलिखित हैं:

- कर्मचारियों की आवश्यकता का आकलन करना।
- जॉब का विवरण लिखना।
- रिक्त स्थानों का विज्ञापन देना।
- प्राप्त प्रार्थना पत्रो की जाँच कर योग्य आवेदकों की संक्षिप्त सूची बनाना
- आवश्यक होने पर लिखित परीक्षा आयोजित करना
- संक्षिप्त सूची वाले आवेदकों का साक्षात्कार लेना।
- उनकी पृष्ठभूमि की जाँच करना।
- रेफरी से आवेदक के विषय में जाँच करना
- अंतिम चयन।
- नियुक्ति पत्र जारी करना।

सगठन के विस्तार के अनुसार उपर्युक्त प्रक्रिया का पूरी तरह पालन किया जा सकता है। अथवा इसको छोटी की जा सकती है। इसके अतिरिक्त, कम्पनी का उपर्युक्त विभाग यह सब कार्य स्वयं कर सकता है अथवा यह कार्य करने का जिम्मा एक ऐसी फर्म को दिया जा सकता है जो इस सब कार्य करने में निपुण हो। परन्तु सभी नियंक्तियां कम्पनी के मानव–संसाधन विभाग के तालमेल के साथ ही की जाती है।

वास्तव में नियुक्ति की प्रक्रिया एक सतत प्रक्रिया है। कई संगठनों में मानव संसाधन विभाग विभिन्न श्रेणियों के योग्य आवेदन कों का पूल बना लेता है, भले ही उस समय उस श्रेणी के आवेदकों की आवश्यकता न हो। जैसे ही मैनेजर किसी विशिष्ट पद के लिए रिक्त स्थान घोषित करता है अथवा कुछ समय पश्चात् रिक्त स्थान होनें की जानकारी देता है, पूरी प्रक्रिया प्रारम्भ कर दी जाती है।

नियुक्तियां तीन प्रकार की होती हैं:

इस प्रकार के रिक्त स्थान संगठन के विस्तार अथवा सेवानिवृत्ति के परिणामस्वरूप होते हैं।

- पूर्वानुमतित

इस प्रकार के रिक्त पद व्यकितयों के पूर्वानुमतित स्थानान्तरण के कारण होते हैं जिनका पूर्वानुमान आन्तरिक तथा बाह्य पर्यावरण के अध्ययन से लगाया जा सकता है।

अनापेक्षित

इस के पद त्यागपत्र, मृत्यु, दुर्घटनाओं अथवा बिमारी के कारण रिक्त होते हैं।

बोध प्रश्न क

1 सांकेतिक मूल्य का क्या अर्थ है?

.....

.....

.....

2 सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यमों के निजीकरण के चार लाभ लिखियें।

.....

.....

.....

3 अनापेक्षित रिक्त स्थान क्या हैं ?

.....

.....

.....

4 रिक्त स्थान भरियें :–

i) मूल्य–बिन्दू ..... और ..... के कारण परिवर्तित होता है।
ii) निजीकरण के कारण नई ..... आती है।
iii) नियुक्ति एक .....प्रक्रिया है।
iv) त्यागपत्र के कारण .....रिक्त पद उत्पन्न होता है।
vi) जन–सम्पर्क एक .....सूचना प्रक्रिया है।

5 निम्नलिखित में से कौन से कथन **सत्य** अथवा **गलत** है ?

i) नियुक्तियां मानव–संसाधन विभाग के सामंजस्य से की जाती है।
ii) नियोजित पद सेवा–निवृति के कारण उत्पन्न होते हैं।
iii) किसी संगठन का जन–सम्पर्क विभाग उसके उत्पादों की अच्छी छवि बनानें का कार्य करता है।
iv) निजीकरण के कारण प्रतिस्पर्धा बढ़ती है।
v) मूल्य–बिन्दू में मांग के कारण परिवर्तन नहीं होता है।

10 आत्मनिर्भर अर्थव्यवस्था (Self Reliant Economy)

पॉल गाडफ्रे ने परिभाषित किया कि आर्थिक आत्मनिर्भरता (Economic Self-Reliance ESR)

किसी व्यक्ति की ऐसी योग्यता है जिसके सहारे वह अपनी आवश्यकताओं से अधिक आर्थिक संसाधनों को एकत्र कर सकें और उन्हे बनाये रखें। परन्तु यह एक आपेक्षिक शब्द है। उनके अनुसार ई. एक. आर. संदर्भ–विशिष्ट है। विकसित देश में किसी व्यक्ति की "आधारभूत आवश्यकताएं" विकासशील देश के व्यक्ति आधारभूत आवश्यकताओं से पूर्णतः भिन्न होगी। परन्तु आर्थिक विका का मूल सिद्धान्त पूरे विश्व में समान है।" जब से भारत के प्रधानमंत्री ने भारत को आत्मनिर्भर अर्थव्यवस्था बनाने के लिए 5 "I" पर जोर दिया है तब से यह शब्द भारत में बड़ा लोकप्रिय हो गया है। यह 5 "I" हैः

Intent (इच्छा), Inclusion (समावेश), Investment (निवेश), Infrastructure (आधारभूत ढांचा), और Innovation (नवाचार), जो भारत की अर्थव्यवस्था को आत्मनिर्भर बनानें में महत्वपूर्ण योगदान देगें। सरकार की उद्योगों की सहायता करने की मंशा पर जोर देते हुए प्रधानमंत्री श्री मोदी ने कहा कि यदि उद्योग दो कदम आगे बढ़ते हैं तो सरकार चार कदम आगे बढ़ेगी। पिछले कुछ समय में सरकार ने कई क्षेत्रों जैसे श्रमिक, कृषि में बड़ो सुधार किये हैं। इसके अतिरिक्त सामरिक महत्व के क्षेत्रों में निजी कम्पनियों को अनुमति और कोयले आदि का व्यवसायिक पैमानें पर खनन आदि अन्य महत्वपूर्ण सुधार हैं। इन सुधारों के आधार पर सरकार को विश्वास है कि भारतीय अर्थव्यवस्था में सुधार होगा।

प्रयोजन को इस प्रकार परिभाषित किया जाता है कि यह कुछ योजना बनाना और फिर उसको सफल करने के लिए प्रयत्न करना है। इस प्रकार आत्मनिर्भर अर्थव्यवस्था के लिए यह आवश्यक है कि उसके लिए तीव्र इच्छा हो और उसके साथ ही उसके अनुरूप प्रयत्न किये जायें।

रॉकफेलर फाउडेशन ने "समावेशी अर्थव्यवस्था की पांच विशेषताएं रेखांकित की : सहभागिता (Participation), निष्पक्षता (Equity), वृद्धि (Growth), निरंतरता (Sustainability) और स्थायित्व (Stability)।

निवेश ऐसी परिसम्पत्ति अथवा वस्तु है जिसको इस उद्देश्य के साथ ग्रहण किया जाता है कि उससे आमदनी हो अथवा उसका अधिमूल्यन हो। अधिमूल्यन का अर्थ समय के साथ मूल्य में वृद्धि होना है। इसका सम्बंध किसी परिसम्पत्ति – समय, धन अथवा प्रयास की वर्तमान स्थिति से है जो इस आशा के साथ ग्रहण किया गया है कि समय बीतनें के साथ भविष्य में इससे अधिक प्राप्त होगा।

अर्थव्यवस्था की तीव्र वृद्धि के लिए आधारभूत ढांचा अत्यधिक महत्वपूर्ण है। आधारभूत ढांचे के महत्वपूर्ण अवयव निम्नलिखित हैंः

- सड़क और सड़क परिवहन
- बिजली और इसके उत्पादन के लिए आवश्यक पदार्थ जैसे कोयला अथवा पेट्रोल
- सम्प्रेषण नेटवर्क
- रेलवे
- बंदरगाह और हवाई अड्डा
- कृषि के लिए सिंचाई साधन सर्वाधिक महत्वपूर्ण आधारभूत ढांचा है।

नवाचार का अर्थ कुछ नवीनता का समावेश करना है। बिना नवाचार के कुद भी नया नहीं हो पाता और नया न हो पाने की दशा में उन्नति नहीं हो पाती। आधुनिक अस्तित्व का मूल अवयव नवाचार है। नवाचार का उद्देश्य नये सुझाव और तकनीक अपनाना है जिसके परिणामस्वरूप उत्पादकता बढ़ती है और उसी निवेश से अधिक उत्पादन होता है।

11 हितग्राही (स्टेकहोल्डर)

हितग्राही ऐसा व्यक्ति, संगठन, सामजिक समूह अथवा समाज है जिसका हित अथवा लाभ व्यापार से सम्बंधित हो। हित का अर्थ कल्याण अथवा लाभ है। अतः कोई भी ऐसा व्यक्ति या समूह जिसका हित व्यापारिक उद्दम में हो, वह हितग्राही कहलाता है प्रमुख हितग्राही उसके निवेशक, कर्मचारी, पूर्तिकर्ता और ग्राहक हैं। परन्तु पिछले कुछ वर्षों में हितग्राहियों का अभिप्राय और विस्तृत हो गया है और इसमें अब ग्राहक, समाज और सरकार भी सम्मिलित हो गये हैं।

हितग्राही दो प्रकार के हैंः आंतरिक हितग्राही और बाह्य हितग्राही। आंतरिक हितग्राही व्यापार से प्रत्यक्ष रूप से सम्बंधित होते हैं, जैसे मालिक, कर्मचारी और निवेशक। बाह्य हितग्राही कम्पनी में प्रत्यक्ष रूप से कार्य नहीं करते हैं, परन्तु व्यापार की प्रक्रिया से किसी ना किसी रूप से प्रभावित होते हैं। बाह्य हितग्राही के कुछ उदाहरण हैंः आपूर्तिकर्ता, सामाजिक समूह, ग्राहक और सरकार। उदाहरण के रूप में यदि सरकार पर्यावरण प्रदूषण के विषय में कुछ नियम बनाती है तो व्यापारिक प्रतिष्ठान को उसके अनुरूप कदम उठानें पढ़ेंगे। इसी प्रकार यदि उत्पादक इकाई प्रदूषण उत्पन्न करती है तो सामाजिक समूह विरोध कर सकता है और इस प्रकार वह बाह्य हितग्राही बन जाता है।

12 स्र्टाट अप (Start-up)

स्टार्ट–अप अथवा स्टार्टअप (Start-up) शब्द का उपयोग ऐसे नये व्यापार उद्यम के लिए किया जाता है जिसको एक अथवा कई उद्यमियों ने इस उद्देश्य से प्रारम्भ किया है कि वे बाजार में एक नये उत्पाद अथवा सेवा को लोकप्रिय कर सकें। साधारणतः स्टार्ट–अप को अपेक्षाकृत कम पूंजी से प्रारम्भ किया जाता है और संस्थापक उद्यमी व उसके परिवारिक सदस्य इस पूंजी को स्वयं के स्रोतो से एकत्र करते हैं। " स्टार्ट–अप" शब्द का सर्वप्रथम उपयोग फोर्ब्स मैगजीन ने वर्ष 1976 में "उभरती कम्पनी" के सन्दर्भ में किया था। बिजनेस वीक 1977 के अंक में प्रकाशित एक लेख में "विशेषतः तीव्र–वृद्धि, उच्च तकनीक क्षेत्र में स्टार्ट–अप कम्पनियों के लिए इन्क्यूबेटर"। "सिलिकन वैली" में डॉट–काम कम्पनियों के बूम के सम्दर्भ में इस शब्द का उपयोग खूब किया गया। अतः प्रारम्भ में इस शब्द का उपयोग तकनीकि कम्पनियों के सन्दर्भ के किया गया परन्तु अब इस शब्द का उपयोग किसी भी नये उद्यम के लिए किया जा सकता है। साधारणतः स्टार्ट–अप का सम्बन्ध व्यापार की किसी भी नई कल्पना के साथ होता है जो एक साधारण से आफिस/वर्कशाप में कुछ ही कर्मचारियों के साथ प्रारम्भ किया जाता है। स्टार्ट–अप के प्रारम्भिक दिनों में अक्सर बिना औपचारिक हाइरार्की (कर्मचारी वर्गीकरण) का पालन करते हुए संस्थापक अथवा कम्पनी के मालिक स्वयं कार्य करते हैं। स्वचालित वाहनों के विशाल निर्मताओं में से एक बी0 एम0 डब्ल्यू0 को सर्वप्रथम जर्मनी के बायर्न राज्य के एक छोटे से कस्बें में गैराज से प्रारम्भ किया गया था। इसी कड़ी के कुछ अन्य उदाहरण बिल गैट्स द्वारा संस्थापित माइक्रो सॉफ्ट, हेनरी फोर्ड द्वारा संस्थापित फोर्ड मोट्र्स तथा रे क्रॉक द्वारा प्रारम्भ किया गया मैक्डॉनाल्ड हैं।

इसी प्रकार भारत में नारायण मूर्ति तथा अन्य द्वारा संस्थापित इन्फोसिस, बंसल भाइयों द्वारा प्रारम्भ किया गया फिल्पकॉर्ट, मुकेश बंसल व अन्यों द्वारा संस्थापित मॉयन्त्रा ओर भाविश अग्रवाल द्वारा संस्थापित ओला टैक्सी ऐसे ही कुछ स्टार्ट–अप के उदाहरण हैं।

स्टार्ट–अप एक जोखिम भरा उद्यम है। अतः इसके लिए संभावित निवेशकों तथा कर्ज–दाताओं को आकर्षित करनें से पहले संस्थापक के लिए यह आवश्यक है कि वह अपने उद्यम के सफल होने की सम्भावनाओं को सिद्ध करें। भारत में स्टार्ट–अप उद्यमों को प्रोत्साहित करने के लिए भारत सरकार नें 19 फरवरी, 2019 को " स्टार्ट–अप इंडिया ऐक्शन प्लान" नामक योजना प्रारम्भ की। जो स्टार्ट–अप जी0 एस0 आर0 अधिसूचना 127E की प्रस्तावित शर्तों को पूरा करते हैं वें इस योजना के अन्तर्गत अनुदान प्राप्त करने के लिए आवेदन कर सकते हैं। स्र्टाट–अप के रूप में मान्यता प्राप्त होने के पश्चात वे इन्कम टैक्स ऐक्ट की धारा 80 IAC के अन्तर्गत टैक्स–छूट के लिए आवेदन कर सकते हैं। टैक्स–छूट का आवेदन स्वीकार होने की दशा में स्टार्ट–अप अपनी संस्थापना के प्रथम 10 वर्षो मे से लगातार 3 वर्षो का टैक्स–छुट्टी प्राप्त कर सकते हैं यदि वे निम्न शर्तों का पालन करते हैंः

क. उद्यम एक मान्यता प्राप्त स्टार्ट–अप है।

ख. यह एक प्राइवेट–लिमिटेड अथवा एक लिमिटेड–लायबिलिटी पार्टनरशिप कम्पनी है, तथा

ग इसका निगमीकरण अप्रैल 1, 2016 के पश्चात् हुआ है।

13 शेयर बाज़ार (Stock Market)

शेयर बाज़ार एक ऐसा बाजारो और विनिमयों का संग्रह है जहाँ पर सार्वजनिक–नियंत्रित कम्पनियों के शेयरों की खरीद/बिक्री और निर्गम होता है। इस प्रकार की वित्तीय गतिविधियां संस्थागत औपचारिक विनिमय केन्द्रो अथवा काउंटर पर होती हैं जो निश्चित नियमों के अन्तर्गत कार्य करते हैं।

यद्यपि शेयर बाजार और शेयर एक्सजेज समन अर्थ में इस्तेमाल किये जाते हैं। परन्तु वास्तव में शेयर एक्सचेंज शेयर बाज़ार का एक उपवर्ग है। शेयर एक्सचेंज किसी भी देश मे पूंजी बाजार के अत्यधिक महत्वपूर्ण केन्द्र हैं। भारत में प्रमुख शेयर एक्सचेंज निम्नलिखित हैः

बॉम्बे स्टॉक एक्सचेंज (BSE): यह भारत के दो बड़े स्टॉक एक्सचेंज में से एक है। वर्ष 1875 में स्थगित यह एक्सचेंज सबसे पुराना और एशिया का प्रथम शेयर एक्सचेंज है। इसका पूर्व नाम – "दॅ नेटिव शेयर एण्ड स्टॉक ब्रोकर्स असोशियेशन" था।

नेशनल स्टॉक एक्सचेंज (NSE) : यह भारत का सबसे नवीन एक्सचेजं है जो वर्ष 1992 में अस्तित्व में आया। निफ्टी 50, भारतीय शेयर बाज़ार का एक प्रचलित मानदण्डीय सूचकांक इसी ने 1995 में प्रारम्भ किया था। निफ्टी उन सर्वोच्च 50 कम्पनियों को सूचीबद्ध करता है जो एन. एस. ई. के माध्यम से व्यापार करती है।

कलकत्ता स्टॉक एक्सचेंज (CSE) : यह एक क्षेत्रीय शेयर एक्सचेंज है जो ल्यांस रेंज कोलकता में स्थित है। यह दक्षिण–पूर्व एशिया में दूसरे स्थापित सी. एस. ई. भारत का दूसरे नम्बर का सबसे बड़ा स्टॉक एक्सचेंज है।

मेट्रोपोलिटन स्टॉक एक्सचेंज (MSE): एक एक्सचेंज को भारत सरकार के कम्पनी मामलों के मंत्रालय ने 21 दिसम्बर, 2012 को कम्पनी ऐक्ट के अन्तर्गत इसे "मान्यता–प्राप्त स्टॉक एक्सचेंज घोषित किया था। एम. एक.ई. भारतीय बाजार के पूंजी बाजार वायदा और ऐच्छिक मुद्रा व्युत्पादित और ऋण बाजार खण्ड में व्यापार के लिए उच्च–तकनीक मंच प्रस्तुत करता है।

भारतीय अन्तर्राष्ट्रीय एक्सचेंज (India INX): जनवरी 2017 में प्रारम्भ यह भारत का पहला अन्तर्राष्ट्रीय एक्सचेंज है। यह बॉम्बे स्टॉक एक्सचेंज का पूर्णतः–स्वामित्व वाला अनुषंगी है। यह गुजरात के गिफ्ट शहर में अन्तर्राष्ट्रीय वित्तीय सेवाएं परिसर में स्थित हैं।

एन. एस. ई आई एफ. एस. सी. लिमिटेड (NSE IFSC Ltd) : 29 नवम्बर 2016 को स्थापित यह पूर्णतः एन. एस. ई. का अनषंगी है। यह गुजरात के गिफ्ट शहर में अन्तर्राष्ट्रीय वित्तीय सेवाएं के परिसर में स्थित है। इसको भारतीय मुद्रा के अतिरिक्त किसी भी अन्य मुद्रा में प्रतिभूति में व्यापार करने की अनुमति है।

14 थिंकिग आउटसाइट दॅ बॉक्स

यह अग्रेंजी का मुहावरा है जिसका हिन्दी अनुवाद नई सोच हो सकता है। इसका उपयोग व्यापार क्षेत्र में अक्सर उस समय होता है जब किसी नये प्रोजेक्ट के लिये रणनीति तैयार की जाती है। जोर इस बात पर होता है कि घिसीपिटी सोच को छोड़ कर एक नई दृष्टि से समस्या को देखा जाये और उसको सुलझानें के लिये पूरी तरह से नई रणनीति अपनाई जायें। थिंकिग आउटसाइट दॅ बॉक्स का अर्थ नवाचार या नई पद्धति है जिसको अपनाने में चुनौतियां हो सकती हैं। परन्तु व्यापार क्षेत्र में इसको अच्छा समझा जाता है।

व्यापार क्षेत्र में ऐसे अनेक व्यक्तियों की साहसिक कहॉनियॉं हैं जिन्होंने अपनी नई सोच के कारण व्यापार का सारा दृश्य ही बदल दिया। स्टीव जॉब्स को ऐपल कम्पनी के निदेशक मंडल ने कम्पनी से निकाल दिया था, जब कि उन्होनें ही इस कम्पनी की स्थापना की थी। परन्तु जब उनकी टीम नें नया ऑपरेटिंग सिस्टम विकसित किया तो वें ही आगे चल कर ऐपल के सी. ई. ओ. अर्थात् मुख्य कार्यकारी अधिकारी बनें।

इममें से अधिकतर चीजों को उसी तरीके से करते हैं जिस तरीके से हम करते आ रहे हैं। परन्तु यदि हम स्वयं से यह पूछें कि "हम इस कार्य को इसी तरीकें से क्यों करते हैं ?" तो सम्भवतः हम उसको नये तरीके से करने के लिये प्रेरित होगे और एक सकारात्मक सोच विकसित होगी।

15 विशिष्ट बिक्री सुझाव

किसी कम्पनी, उत्पाद अथवा सेवा का विशिष्ट बिक्री सुझाव अर्थात् यूनिक सेलिंग प्रोपोजीशन (USP) एक ऐसी रणनीति है जो अपनी विशिष्टता के कारण बाजार में इसकी प्रतिस्पर्धा से भिन्न और अधिक अच्छी है। एक मजबूत यू. एस. पी न केवल अपने वर्तमान ग्राहकों को अपने प्रति वफादार बनाये रखती है, अपितु और नयें ग्राहकों को आकर्षित करती है। यदि बाजार में ऐसे उत्पाद अथवा सेवा पहले से है जिसको कम्पनी बाजार में उतारना चाह रही है तो इसको यू.एस.पी. विकसित करनी पड़ेगी। उत्पाद की कुछ विशिष्टताएं विपणनकर्त्ताओं को इस बात के लिए उत्साहित करती हैं कि वें ग्राहकों को दूसरी कम्पनी के उत्पादों से हटा कर अपनें उत्पाद की ओर आकर्षित कर सकें। यू.एस.पी. विकसित करन के लिए प्रतिस्पर्धी कम्पनी के

विज्ञापनों और विपणन–संदेशों का सावधानीपूर्वक विश्लेषण किया जाता है। यदि प्रतिस्पर्धी कम्पनी का कोई यू.एस.पी. हो तो उसका भी अध्ययन कर कम्पनी अपने उत्पाद की किसी ऐसी विशेषता पर ध्यान केन्द्रित करती है जो अन्य प्रतिस्पर्धी उत्पादों में नहीं होती। इस विशेषता को केन्द्र–बिन्दू बना कर उत्पाद के बारे में कोई नया नारा, मुहावरा अथवा वाक्य बनाया जाता है।

प्रसिद्ध रेवलॉन कॉस्मेटिक कम्पनी के संस्थापक चार्ल्स रेवसॅन ने एक नारा दिया "हम आशा उत्पन्न करते हैं न कि मेक–अप"। भारत की एयरलाइन, एयर इण्डिया का यू.एस.पी. है "महाराजा"। कुछ एयर लाइन "सुख साधन पर जोर देती हैं जबकि कुछ एयर लाइन "कम किराये" को अपना यू.एस.पी. बनाती है। नीमॉन मार्कस "सुख सुविधा" बेचता है जबकि ऐमेजॉन का यू.एस.पी. है" पृथ्वी पर सार्वधिक ग्राहक–केन्द्रित कम्पनी"। जियो का यू.एस.पी. है "उन्नत तकनीक सहित कम लागत में 4G LTE नेटवर्क"। अन्तिम उदाहरण में कम लागत परन्तु उन्नत तकनीक को यू.एस.पी. बनाया गया है।

उपर्युक्त उदाहरणों से यू.एस.पी. का महत्व स्पष्ट हो जाता है। यू.एस.पी. के "चार P हैः उत्पाद (Product), विशेषता मूल्य (Price), संरचना स्थापन (Placement), रणनीति (स्थिति और वितरण) और विज्ञापन (Promotional) रणनीति। इन "चार P" का संतुलित उपयोग कर बाजार में अनुकूलतम स्थिति प्राप्त की जाती है जिसके फलस्वरूप इस उत्पाद की स्थिति अन्य प्रतिस्पर्धी उत्पादों की तुलना में बेहतर हो जाती है।

16 स्थानीय के लिए मुखर (Vocal for Local)

कुछ समय पहले प्रधानमंत्री श्री मोदी ने नारा दिया वोकल फॉर लोकल अर्थात् स्थानीय के लिए मुखर "जिसका अर्थ भारत में निर्मित सामान का उपयोग करने पर जोर देना है। वास्तव में यह "आत्मनिर्भर अर्थव्यवस्था" से सम्बंधित है जिसका वर्णन इसी इकाई में पहले किया जा चुका है। "आत्मनिर्भर भारत सिद्धान्त पर जोर देते हुए सरकार नें आग्रह किया है कि न केवल सामान का उत्पादन भारत में हो अपितु स्थानीय ब्रांड उत्पादन और आपूर्ति–श्रुंखला को भी बढावा देना चाहिए। "स्थानीय के लिए मुखर" के पीछे भावना यह है कि अधिक स्थानीय ब्राण्ड विकसित किये जायें और उनको विश्व स्तर तक ले जाने का प्रयत्न किया जाये। यह तभी सम्भव है जब नई तकनीक–आधारित कम्पनियों पर ध्यान केन्द्रित किया जाये जिनका आधुनिकीकरण तेजी से सम्भव हो। इसकी यह भी भावना है कि स्थानीय–उत्पादित सामान की गुणवत्ता उच्च होनी चाहिए ताकि वे विश्व स्तर पर अपनी धाक जमा सकें। "स्थानीय के लिए मुखर" सिद्धान्त एक अच्छा गतिमान स्टार्टअप माहौल स्थापित कर सकता है। भारत सरकार ने स्टार्टअप के लिए एक प्रोत्साहन–पैकेज की घोषणा की है जो "स्थानीय के लिए मुखर" सिद्धान्त को गति देने में सहायक होगा। इन कम्पनियों को पहले बौद्धिक और तकनीकी सहायता नहीं मिली थी। जिसके कारण उनकी वृद्धि में बाधा पड़ी। परन्तु "स्थानीय के लिए मुखर" सिद्धान्त इन छोटे उपक्रमों को विश्व स्तर पर उठने में सहायत करेगा। इनमें से कुछ कम्पनियां जिनकों उपयुक्त सहायता मिलें सार्वजनिक सूचित कम्पनियां बन सकती है। अथवा उनका अधिग्रहण अन्तर्राष्ट्रीय ब्राण्ड वाली बड़ी कम्पनियां कर सकती हैं।

बोध प्रश्न ख

1 उपभोक्ता सामान के उत्पादन में समाज एक हितग्राही किस प्रकार है?

.....

.....

.....

2 "थिंकिंग आउटसाइड दॅ बॉक्स" का एक उदाहरण दीजिए।

.....

.....

.....

3 "स्थानीय के लिए मुखर" का क्या अर्थ है?

.....

.....

.....

4 निम्नलिखित में से कौन से कथन **सत्य** अथवा **गलत** हैं ?

(i) किसी व्यापार का मुख्य कार्यकारी अधिकारी एक आतंरिक हितग्राही होता है।
(ii) व्यापार में सरकार बाह्य हितग्राही है।
(iii) "थिंकिंग आउटसाइड दॅ बॉक्स" का अर्थ पहले बॉक्स में से बाहर आना और फिर सोचना है।
(iv) "स्थानीय के लिए मुखर" का अर्थ स्थानीय ब्रांड को विश्व स्तर तक ले जाना है।
(v) मूल्य बिन्दू के निर्धारण में उत्पाद का ब्राण्ड कोई भूमिका अदा नहीं करता है।

5 निम्नलिखित में रिक्त स्थान भरियें।

(i) कोई व्यक्ति अथवा व्यक्तियों का समूह जिसके हित प्रभावित होते ..... है।
(ii) किसी व्यापार उद्देश्य में समाज..... हितग्राही है।
(iii) शेयर बाज़ार वह स्थान है जहाँ पर ..... बेचे और खरीदे जाते है।
(iv) मूल्य बिन्दू किसी उत्पाद के सम्भावित मूल्यों के .....पर एक बिन्दू है।
(v) मूल्य वह ..... जिस पर कोई सामान बेचा जाता है।

15.3 सारांश

व्यापार क्षेत्र में लेखन और बोलचाल में कई ऐसे शब्दों ओर मुहावरों का उपयोग होता है जो अग्रेंजी के मानक शब्दकोश में नहीं मिलते हैं। किसी संगठन में नियुक्ति नये कर्मचारियों को वेतन पर रखनें की प्रक्रिया हैं। यह कार्य कई पदों में होता है और साधारणतः मानव संसाधन विभाग के सांमजस्य से किया जाता है। रिक्त पद तीन कारणों से हो सकते है : नियोजित, अपेक्षित और अनापेक्षित। जन सम्पर्क के माध्यम से कोई व्यापार संगठन जनता और मीडिया से सम्बन्ध स्थापित करता है। मूल्य–प्रतिस्पर्धा के कारण व्यापार उद्दमों को लगातार जन–सम्पर्क की रणनीतियां विकसित करनी पड़ती हैं और जनता में अपने उत्पादों की सकारात्मक छवि बनाने के लिये इन रणनीतियों को लागू करना पड़ता है। "थिकिंग आडटसाइट दॅ बॉक्स ऐसा बोलचाल का मुहावरा हैं जो अक्सर व्यापार क्षेत्र में उस समय कहा जाता है जब किसी नये प्रोजेक्ट को आरम्भ किया जाता है। इसका अर्थ घिसीपिटी लकीर से हट कर कुछ नया सोचना है। पूर्वाग्रहो को छोड़ कर किसी समस्या को पूरी तरह से नये दृष्टिकोण से देखना ही इस

कथन का अर्थ है। किसी व्यापार से जिस किसी का भी हित जुड़ा हो, वही उसमें हितार्थी है। हितार्थी एक व्यक्ति, संगठन, सामाजिक समूह अथवा समाज हो सकता है। परन्तु पिछले कुछ वर्षों में ग्राहक समाज और सरकार भी हितार्थियों की श्रेणी में सम्मिलित हो गये हैं। मूल्य बिन्दू किसी उत्पाद का वह खुदरा मूल्य है जो यह ध्यान मे रख कर तय किया जाता है कि वह बाजार में अन्य उत्पादों से प्रतिस्पर्धा कर सकें।

15.4 शब्दावली

जांचना : किसी वस्तु की बारिकी और सावधानी से परीक्षा करना।

संक्षिप्त सूचीबद्ध करना : प्राप्त आवेदनों में से ऐसे होने के अवसर अधिक है।

सिलिकन वैली : यह सांता क्लारा वैली का उपनाम है जिसको सैनफ्रैंसिस्कों की दक्षिण खाड़ी क्षेत्र भी कहते हैं। इस क्षेत्र में अनेक अमेरीकी कम्पनियां विशेष रूप से सूचना प्रौद्योगिकी से सम्बंधित कम्पनियां, अवस्थित हैं।

पृष्ठभूमि परीक्षण : किसी व्यक्ति के बारे में वर्तमान स्थिति के सन्दर्भ में विस्तृत जानकारी जैसे उसका मूल स्थान, शिक्षा, अनुभव इत्यादि एकत्र करना।

ऑनबोर्डिंग अथवा भर्ती करना : नये कर्मचारी को उसकी जॉब के लिये आवश्यक निपुणता के विकास, ज्ञान, जिम्मेवारियों और समझ विकसित करने में सहायता करना।

आउट सॉर्सिंग : किसी कार्य को ठेके पर कराना।

सकारात्मक छवि : गुण तथा मूल्य आदि के मामले में अच्छी छवि।

अपरंपरागत : घिसीपिटी विधि से हट कर

नवीनता : किसी उत्पाद में कुछ नई विशेषता जोड़ना।

सुधारात्मक उपाय : दोषों को दूर कर कुछ नया करना।

सर्वव्यापी: हर जगह उपस्थिति

यूटिलिट्रीस (आवश्यक सेवाएं) : सार्वजनिक सेवाएं, जैसे टेलीफोन, बिजली, पानी सप्लाई आदि।

अण्डरस्कोर : किसी बात पर जोर देना।

15.5 बोध प्रश्नों के उत्तर

क 4 (i) आपूर्ति, मांग, प्रतिस्पर्धा (ii) तकनीक (iii) बहु–पदीय (iv) अनापेक्षित (v) रणनीतिक

5 (i) सत्य (ii) गलत (iii) सत्य (iv) सत्य (v) गलत

ख 4 (i) सत्य (ii) सत्य (iii) गलत (iv) सत्य (v) गलत

5 (i) हितग्राही (ii) बाह्य (iii) शेयर (iv) ग्राफ (v) वास्तविक मूल्य

15.6 स्वपरख प्रश्न

1 किसी संगठन में नियुक्ति का क्या महत्व है ? इसके विभिन्न पदों का वर्णन कीजिए।

2 जन–सम्पर्क का क्या अर्थ है ? किसी व्यापारिक प्रतिष्ठान में इसके महत्व पर प्रकाश डालिए।

3 किसी संगठन के हितग्राही को उचित उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए। उपभोक्ता सामान का उत्पादन करने वाले संगठन में समाज किस प्रकार हितग्राही है ?

4 "थिकिंग आउटसाइट दॅ बॉक्स" मुहावरें को उचित उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए।

5 "स्थानीय के लिए मुखर" का क्या महत्व है ?

6 मूल्य बिन्दू सिद्धान्त को स्पष्ट कीजिए।

7 शेयर बाज़ार क्या है ? भारत में प्रमुख शेयर बाजारो का वर्णन कीजिए।

इकाई 16 शब्द जिसके बारे में अक्सर भ्रम होता है

इकाई की रूपरेखा

16.0 उद्देश्य

16.1 प्रस्तावना

16.2 शब्द जिनको लिखनें में अक्सर भ्रम होता है।

16.3 सारांश

16.4 बोध प्रश्नों के उत्तर

16.5 स्पप्ररख प्रश्न

16.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के पश्चात् आप अंग्रेजी के कुछ ऐसे शब्दों का ठीक उपयोग कर पायेंगे जिनका उच्चारण तो समान होता है परन्तु अर्थ भिन्न होता है।

16.1 प्रस्तावना

व्यवसायिक पत्र लिखते समय यह आवश्यक है कि ऐसे उचित शब्दों का इस्तेमाल किया जाये जो ठीक वही संदेश दें जो पत्र भेजने वाला चाहता है।

अंग्रेजी भाषा में कई ऐसे शब्द हैं जिनका उच्चारण लगभग समान है, यद्यपि उनका अर्थ भिन्न है। ऐसे शब्दों का उपयोग करते समय लेखक कभी–कभी भ्रम में पड़ जाता है। इसलिये यह आवश्यक है कि ऐसे भिन्नार्थक शब्दों के बारे में उचित ज्ञान हो ताकि व्यवसायकि पत्र में सही शब्द का ही प्रयोग हो।

इस इकाई में आप ऐसे ही कुछ शब्दों तथा उनके सही अर्थों के विषय में पढेंगे।

16.2 शब्द जिनके लिखने में अक्सर भ्रम होता है।

1. **A Lot/ Allot**
A Lot: बहुत ज्यादा
In the party, people talked a lot about Covid-19.
Allot: आवंटन करना
Separate rooms were allotted to the players of the team.

2. **A While/ Awhile**
A While: कुछ समय पश्चात्
I shall meet you in a while.

Awhile: कुछ समय तक
I rested awhile, then left for work.

3. accede/exceed

accede : सहमत होना
M/s Ram & sons acceded to the terms of the contract.
exceed : सीमा से अधिक होना
The number of books sent by Popular Book Depot exceeded the order we placed for.

4. accept/except

accept : स्वीकार करना
M/s Modern garments accepted terms and conditions proposed by Saina & Sons.
except : के अतिरिक्त
Allahabad Book Store supplied all books except Discoverty of India.

5. Adapt/ Adept/ Adopt

Adapt: अनुकूल बनाना
He adapted to the new environment.
Adept: विशेषज्ञ
The teacher is adept at speaking languages fluently.
Adopt: अपनाना/गोद लेना
The couple adopted a boy from the orphanage.

6. Advice/ Advise

Advice: यह संज्ञा है जिसका अर्थ परामर्श है।
My father still gives me advice as if I am a child.
Advise: यह क्रिया है जिसका अर्थ परामर्श देना है।
The coast guards advised fishermen to stay away from sea due to bad weather.

7. affect/effect

affect : प्रभाव अथवा प्रभाव उत्पन्न करना
In recent years, inflation has affected the retail price of grocery items.
effect : प्रभाव अथवा परिणाम
Recent revision in income tax slabs did not have any effect on the total income below five lakhs per annum.

8. Aid/ Aide

Aid: सहायता (संज्ञा), सहायता देना (क्रिया)
During COVID-19, people gave aid to less fortunate ones.
Aide: सहायक
He worked as director's aide.

9. Alternately/ Alternatively

Alternately: एक के बाद एक

They drove the car alternately so that neither of them would get tired.

Alternatively: विकल्प के रूप में

Instead of air travel he could travel alternatively by train.

10. Bazaar or Bazar/ Bizarre

Bazaar or Bazar: बाज़ार

The weekly bazaar is worth visiting.

Bizarre: विचित्र

In this dress, she looks bizarre.

11. Beside/ Besides

Beside: पास, के पास में

Director sat beside the CEO.

Besides: इसके अतिरिक्त

Besides autobiography by Gandhi, they placed order for Discovery of India also.

12. Biannual/ Biennial

Biannual: एक वर्ष में दो बार

I get tests done biannually.

Biennial: प्रति दो वर्ष में

International Book Fair is a biennial event.

13. Bolder/ Boulder

Bolder: अधिक साहसी

After facing upheavals in life, he has become bolder.

Boulder: शिलाखण्ड

In order to connect the village to the main road, they had to remove a boulder.

14. Board/ Bored

Board: सीमित, तख्ता

The board of directors decided to give bonus to the employees.

He used a good quality of board for making cupboard.

Bored: ऊबा हुआ, अरोचक

She felt bored after the lecture.

15. Brake/Break

Brake: रोकना, ब्रेक लगाना

You should brake slowly to avoid skidding.

Break: तोड़ना

To break a windshield is a crime.

16. Breath/ Breathe

Breath: यह संज्ञा है जिसका अर्थ सांस लेने पर फेफड़ों में गई हवा

The doctor asked him to take a deep breath.

Breathe: यह क्रिया है, सांस लेना

Doctor asked him to breathe deeply.

17. Buy/ By

Buy: खरीदना
I have to buy stationery.
By: पास में अथवा बगल में
Manager sat by the group leader.

18. Canvas/ Canvass

Canvas: कैनवास, कपड़े का टुकड़ा
She painted on the canvas.
Canvass: वोट मांगना, ध्यानपूवर्क जांचना
He canvassed for the candidate of his party.
She had to canvass major stores before she found the dress of her choice.

19. Censor/ Sensor/ Censure

Censor: **Noun**: संज्ञा : ऐसा व्यक्ति जो समाचार, रिपोर्ट आदि की जांच करता है।
The censor took strong objection to the publication of the report.
Verb: क्रिया, जांच करना
The Election Commission censored the candidate's speech.
Sensor: इलेक्ट्रानिक उपकरण जो प्रकाश, ताप विकिरण के प्रति संवेदक हो
The sensor gave the fire alarm.
Censure: कड़े शब्द कहना? निदां करना
The candidate was severely censured for his speech.

20. Cite/ Site/ Sight

Cite: उद्घृत करना
His research work was highly cited.
Site: कोई स्थान
The site for the new factory was liked by the CEO.
Sight: **Noun**: संज्ञा; दृश्य
He liked the sight of the hotel.
Sight: **Verb:** क्रिया : निरीक्षण करना, ध्यान से देखना
They sighted a tiger during safari.

21. Click/Clique

Click: संज्ञा : खटखट, क्रियाः दबाना, खटखट करना
You can send a large number of e-mails by a click of the mouse.
Clique: गुट, षड्यंत्रकारियों का समूह
The Director does not allow to form a clique around him.

22. Clothes/ Cloths

Clothes: वेशभूषा, परिधान
Fancy garments store sells lady clothes only.
Cloths: कपड़ा
Agrasen market has cloth merchants.

23. Coarse/ Course

Coarse: खुरदरा, अपरिष्कृत
The coarse fabric irritated her skin.

Course: दिशा, कार्यप्रणाली
The events happened in the expected course.

24. Collaborate/Corroborate

Collaborate: मिल कर कार्य करना
He often collaborates with the foreign scientists.
Corroborate: पुष्टि करना, साक्ष्य देना
The police could corroborate the whole sequence of the crime.

25. Complement/Compliment

Complement: Noun: संज्ञा : पूरक
A good ice cream is a complement to a good meal.
Verb: क्रिया : पूरक करना
The black shoes complement the suit.
Compliment: Noun: संज्ञा : प्रशंसा
He expressed compliments for her nice talk.
Verb: क्रिया : प्रशंसा करना
Audience complimented him for his motivational speech.

26. Confidant/ Confident

Confidant: विश्वासपत्र
He is a confidant of the director.
Confident: आत्मविश्वासपूर्ण
He was confident of securing first rank.

27. Conform/ Confirm

Conform: मानना, का पालन करना
The principal conforms to the rules of the school.
Confirm: पुष्टि करना
He confirmed his flight booking before leaving the hotel

28. Conscience/ conscious

Conscience: अन्तः करण, विवेक
My conscience does not allow me to sell duplicate items**.**
Conscious: सचेत, जानबूझ कर
The shopkeeper was conscious not to cheat the customer.

29. Corps/Core/Corpse

Corps: उच्चारणः कोर, सैन्यदल, किसी भी कार्यदल में भाग लेने वाला समूह
India is a member of the United Nations' peace corps.
Core: फल अथवा किसी चीज का भीतरी भाग
One cannot eat core of mango.
Corpse: शव
Police found a corpse in the bushes.

30. Creak/Creek

Creak: संज्ञा : चरमराहट, क्रिया चरचराना
The creak of the old furniture disturbs the lecture.
Creek: छोटी नदी
The children enjoyed playing in the creek on a hot summer day.

31. Credible/Creditable

Credible: विश्वसनीय
In the absence of any credible evidence, he was acquitted.
Creditable: प्रशंसनीय
His efforts to help others are really creditable.

32. Custom/Costume

Custom: रीति–रिवाज
In India, it is a custom to seek blessings by touching feet of elders.
Costume: वेशभूषा
Have you selected costume for your wedding?

33. Desert/ Dessert

Desert: संज्ञा : निर्जन स्थान, रेगिस्तान
Jaisalmer is a desert.
Verb: क्रिया : छोड़ कर भाग जाना
He suddenly deserted his family and embraced priesthood.
Dessert: भोजन के पश्चात् परोसा गया मिष्ठान
Ice cream was offered at the dessert.

34. Device/ Devise

Device: संज्ञा : यंत्र
This device is not working properly.
Devise: अविष्कार करना
They devised a new technique to save petrol.

35. Disburse/Disperse

Disburse: धन वितरित करना
He disbursed his assets to the philanthropic institutions.
Disperse: तितर–बितर करना
The volunteers dispersed pamphlets after the meeting.
It is also used 'to scatter' or 'to make disappear'.
The police dispersed the unruly mob.

36. e.g./ i.e.

e.g.: यह "यह उदाहरण स्वरूप" का लेटिन संक्षेप रूप है।
She placed order for the grocery, e.g. rice, pulses, etc.
i.e.: यह "अर्थात्" का लेटिन संक्षिप्त रूप है।
The teacher scolded the students i.e. not to make noise.

37. feel/fill

feel : महसूस करना

They feel soft texture of the clothes.
fill : भरना
Oil takers were filled with petrol.

38. **hole/whole**
hole : छिद्र
Black hole in the universe is a reality.
whole : संपूर्ण
The whole class applauded the teacher.

39. **its/it's**
its: इसका
You can imagine the contents of a book by its cover.
it's : it is का संक्षिप्त रूप
It's been a long time since we met.

40. **loose/lose**
loose : खुला हुआ, ढीला
Sometimes loose grocery items are of inferior quality.
lose : असफल होना, हारना
It is always painful to lose a game

41. Ordinance/Ordnance
Ordinance: नियम, अध्यादेश
As per the new ordinance, Ph.D. thesis cannot be submitted before completing 3 years.
Ordnance: युद्ध सामग्री
There is ordnance factory at Jabalpur.

42. principal/principle
principal : प्रमुख, मुख्य
Fierce competition was the principal cause of losses in his business.
principle : सिद्धान्त, नियम
While doing business, he adheres to principle of honesty

43. Quiet/ Quite
Quiet: शांत, बिना शोर
It was perfectly quite during his speech.
Quite: पूर्णतया, काफी हद तक
It was quite reasonable to offer a five per cent rebate.

44. Regimen/Regiment
Regimen: आहार नियम

The secret of his good health is regimen of balanced diet.
Regiment: सैन्यदल
The Gorkha regiment is famous for its chivalry.

45. right/ Write
right: ठीक, उचित
It is right to be honest in business.
Write: लिखना
Editor write a good editorial

46 **stationary/stationery**
stationary : स्थिर
The truck was stationary when accident occurred.
stationery : लेखन सामग्री
In business communication, good quality stationery should be used.

47. **Than/then**
Than : यह तुलना के लिए इस्तेमाल होता है।
The garments supplied by modern garments were found to be of better quality than supplied by others.
Then : यह समय अथवा क्रम के लिए प्रयुक्त होता है।
The came home and then finished his work.

48 Two/Too/to
Two: संख्या "दो"
There is place for two persons only.
Too: अतिरिक्त, बहुत ज्यादा, भी
He too reciprocated the greetings.
To: की दिशा मं
His family migrated to U.S.

49. Who's/ Whose
Who's: यह 'who is' का लघु रूप है।
Who's there in the shop?
Whose: किसका
Whose house it is?

50. Their/ There/ They're
Their: उनका
Their partnership turned out to be successful.
There: वहाँ
It took long before they reached there.
They're: 'they are' का लघु रूप है।
When will they arrive? They're almost here.

बोध प्रश्न क

1. 'accede' और 'exceed' को अंग्रजी वाक्यों में प्रयुक्त कीजिए।

2. रिक्त स्थान को भरिये।
   (i) Ram and Sons ……. the terms and conditions of the contract.
   (ii) The order placed with Modern Garments for the supply of baby ……. was not complied with.
   (iii) Mohan's ……. does not allow him to supply duplicate items.
   (iv) The ……. lot of stationery was found defective.
   (v) It is difficult to control quality of the ……. items.

3 पांच ऐसे अंग्रेजी शब्दों का चयन कीजिए जिनका भ्रम दूसरे शब्दों से होता है। इनको इस्तेमाल कर अंग्रेजी वाक्य बनाइये।

16.3 सारांश

अंग्रेजी भाषा में अनेक शब्द है जिनका उच्चारण दूसरे शब्दों जैसा होता है, परन्तु उनके अर्थ भिन्न होते हैं। ऐसे शब्दों का सही अर्थ समझकर उनका सही उपयोग जानना आवश्यक है।

16.4 बोध प्रश्नों के उत्तर

क 2 i) accepted ii) clothes iii) conscience iv) whole v) loose

16.5 स्वपरख प्रश्न

1) quiet और quite का उपयोग करते हुए सही वाक्य बनाइये।

2) stationary और stationery का उपयोग करते हुए सही वाक्य बनाइए।

3) शब्दों के ऐसे पाँच जोड़े चुनियें जिनके उच्चारण तो समान हो परन्तु, अर्थ भिन्न हों। इन शब्दों का सही उपयोग करते हुए वाक्य बनाइए।

इकाई 17 शब्द जिनकी स्पेलिंग में भ्रम होता है

इकाई की रूपरेखा

17.0 उद्देश्य

17.1 प्रस्तावना

17.2 शब्द जिनकी स्पेलिंग गलत होने की सम्भावना रहती है।

17.3 सारांश

17.4 बोध प्रश्नों के उत्तर

17.5 स्पप्ररख प्रश्न

17.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के पश्चात् आप

- व्यवसायिक पत्र अधिक अच्छे ढंग से लिख पायेंगे;
- व्यवसायिक सम्प्रेषण में प्रयुक्त शब्दों की स्पेलिंग ठीक लिख पायेंगे।

17.1 प्रस्तावना

पिछली इकाई में आपने ऐसे कुछ शब्दों के बारे में पढ़ा जिनको लिखते समय अक्सर उनसे मिलते जुलते उच्चारण/स्पेलिंग वाले शब्दों से भ्रम हो जाता है। उसी सन्दर्भ में व्यवसायिक पत्र लिखते समय ऐसे भी कुछ शब्द हैं जिनकी स्पेलिंग गलत होने की सम्भावना रहती है। गलत स्पेलिंग के कई कारण हो सकते है : जैसे बोलने और सुनने में अन्तर। realize बोलनें पर relize सुना जा सकता है। इसी तरही दो शब्दों का उच्चारण एक जैसा (होमोफोन) हो सकता है, परन्तु उनके अर्थ और स्पेलिंग भिन्न होते हैं। जैसे heir तथा air.

इस इकाई में आप ऐसे ही कुछ शब्दों की जानकारी प्राप्त करेगें जिनकी स्पेलिंग गलत होने की सम्भावना रहती है।

17.2 शब्द जिनकी स्पेलिंग गलत होने की सम्भावना रहती है।

1.	Misspelt	:	Arguement
	Correct	:	Argument
2.	Misspelt	:	Accomodate
	Correct	:	Accommodate
3.	Misspelt	:	Absense
	Correct	:	Absence
4.	Misspelt	:	Aquit
	Correct	:	Acquit
5.	Misspelt	:	Beleive
	Correct	:	Believe
6.	Misspelt	:	Buisness
	Correct	:	Business
7.	Misspelt	:	Calender
	Correct	:	Calendar
8.	Misspelt	:	Catagory
	Correct	:	Category
9.	Misspelt	:	Cieling
	Correct	:	Ceiling
10.	Misspelt	:	Changable
	Correct	:	Changeable
11.	Misspelt	:	Collegue
	Correct	:	Colleague
12.	Misspelt	:	Comparision
	Correct	:	Comparison
13.	Misspelt	:	Commision
	Correct	:	Commission

14. Misspelt : Commited
Correct : Committed

15. Misspelt : Compell
Correct : Compel

16. Misspelt : Definitly
Correct : Definitely

17. Misspelt : Desparate
Correct : Desperate

18. Misspelt : Disasterous
Correct : Disastrous

19. Misspelt : Enterpreneur
Correct : Entrepreneur

20. Misspelt : Enviroment
Correct : Environment

21. Misspelt : Facinating
Correct : Fascinating

22. Misspelt : Flourescent
Correct : Fluorescent

23. Misspelt : Excede
Correct : Exceed

24. Misspelt : Fullfil
Correct : Fulfil (American: Fulfill)

25. Misspelt : Garantee
Correct : Guarantee

26. Misspelt : Humerous
Correct : Humorous

27. Misspelt : Immitate
Correct : Imitate

28. Misspelt : Imediately
Correct : Immediately

29. Misspelt : Independant
Correct : Independent

30. Misspelt : Judgement
Correct : Judgment

31. Misspelt : Liason
Correct : Liaison

32. Misspelt : Lisence
Correct : License

33. Misspelt : Millenium
Correct : Millennium

34. Misspelt : Miniscule
Correct : Minuscule

35. Misspelt : Mischievious
Correct : Mischievous

36. Misspelt : Misterious
Correct : Mysterious

37. Misspelt : Noticable
Correct : Noticeable

38. Misspelt : Occassion
Correct : Occasion

39. Misspelt : Occurence
Correct : Occurrence

40. Misspelt : Percieve
Correct : Perceive

41. Misspelt : Plagerize
Correct : Plagiarize

42. Misspelt : Privelege
Correct : Privilege

43. Misspelt : Questionaire
Correct : Questionnaire

44. Misspelt : Repitition
Correct : Repetition

45. Misspelt : Seperate
Correct : Separate

46. Misspelt : Truely
Correct : Truly

47. Misspelt : Underate
Correct : Underrate

48. Misspelt : Upholstry
Correct : Upholstery

49. Misspelt : Vaccum
Correct : Vacuum

50. Misspelt : Warantee
Correct : Warranty

51. Misspelt : Wierd
Correct : Weird

बोध प्रश्न क

1 निम्नलिखित शब्दों की सही स्पेलिंग लिखिये।

(i) definitly

(ii) garantee

(iii) liason

(iv) repitition

(v) repetition

2 रिक्त स्थान में सही शब्द लिखिये।

(i) The salesman avoids unnecessary ……. with the customer (argument,arguement)

(ii) He believes in fair …… (buisiness, business).

(iii) In retail business, garments of different .,,,,,,,,,, are stocked well in time (catagories, categories).

(iv) The company gives four years …… on the washing machine.

(garantee, guarantee).

(v) The ……period of the gadget expired.

(warantee, warranty).

17.3 सारांश

अंग्रेजी भाषा में अनेक ऐसे शब्द हैं जिनको लिखते समय स्पेलिंग अक्सर गलत हो जाती है। व्यवसायिक पत्र लिखते समय ऐसे शब्दों का ध्यान रखना आवश्यक है। ऐसे शब्दों की लम्बी सूची है। इस इकाई में उदाहरण के तौर पर ऐसे ही कुछ शब्द दिये गये हैं। भ्रम होने की स्थिति में सदैव शब्दकोश को देखना चाहिए क्योंकि गलत स्पेलिंग लिखने से बुरा प्रभाव पड़ता है।

17.4 बोध प्रश्नों के उत्तर

क 1 (i) definetly, (ii) guarantee, (iii) liaison, (iv) plagiarize,

(v) repetition

2 (i) argument (ii) business (iii) categories (iv) guarantee

(v) warranty

17.5 स्वप्ररख प्रश्न

1 ऐसे शब्दों की सूची बनाइये जिनका व्यवसायिक पत्रों में अक्सर उपयोग होता है, परन्तु उनकी स्पेलिंग गलत होने की सम्भावना रहती है।

2 निम्नलिखित में से ऐसे शब्दों को चिन्हित करिये जिनकी स्पेंलिग सही है।

(i) Warantee
(ii) Indispensable
(iii) Intelligence
(iv) Jewellery
(v) Liaison

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY