पाठ्यक्रम I

अधिकतम अंक 12

अध्ययन के घंटे 25

व्यवसाय-परिचय

हम व्यावसायिक वातावरण में रहते हैं। यह समाज का एक अनिवार्य अंग है। यह व्यावसायिक क्रियाओं के विस्तृत नैटवर्क के माध्यम से विभिन्न प्रकार की वस्तुएं तथा सेवाएं उपलब्ध कराकर हमारी आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। यह पाठचक्रम अध्ययनकर्ताओं को व्यवसाय के बारे में जागरूक करने में उद्देश्य से बनाया गया है। ताकि वे व्यवसाय के महत्व, व्यवसाय के उद्देश्य (क्षेत्र), तथा विभिन्न प्रकार की व्यावसायिक गतिविधियों की जानकारी प्राप्त कर सकें तथा यह भी जान सकें कि क्या-क्या नये-नये विकास हो रहे है; जैसे – ई-वाणिज्य तथा विभिन्न प्रकार के हित धारकों के उत्तरदायित्व को समझ सकें।

पाठ 1 : व्यवसाय की प्रकृति एवं क्षेत्र

पाठ 2 : उद्योग तथा वाणिज्य

1. व्यवसाय की प्रकृति तथा क्षेत्र

जब हम अपने आसपास ध्यान देते हैं तो देखते हैं कि ज्यादातर लोग किसी न किसी काम में संलग्न हैं। अध्यापक विद्यालयों में पढ़ाते हैं, किसान खेतों में काम करते हैं, मजदूर कारखानों में काम करते हैं, चालक गाड़ियाँ चलाते हैं, दुकानदार सामान बेचते हैं, चिकित्सक रोगियों को देखते हैं आदि। इस तरह बारहों महीने हर आदमी दिन भर, या कभी-कभी रात भर, किसी न किसी काम में व्यस्त रहता है। लेकिन अब प्रश्न यह उठता है कि हम सब इस तरह किसी न किसी काम में अपने आपको इतना व्यस्त क्यों रखते हैं? इसका सिर्फ एक ही उत्तर है, अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए। इस तरह काम करके या तो हम अपने विभिन्न उत्तरदायित्वों की पूर्ति करते हैं या धन अर्जित करते हैं, जिससे कि हम अपनी आवश्यकता की वस्तुएँ तथा सेवाएँ खरीद सकें।

आइए, इस पाठ में हम उन विभिन्न क्रियाओं के बारे में अध्ययन करें, जिनमें हम सब अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए व्यस्त रहते हैं। यहाँ व्यवसाय को हमें एक मानवीय क्रिया के रूप में विस्तार से जानना है।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- मानवीय क्रियाओं को परिभाषित कर सकेंगे;
- आर्थिक तथा अनार्थिक क्रियाओं में अन्तर्भेद कर सकेंगे;
- 'व्यवसाय' शब्द को परिभाषित कर सकेंगे;
- व्यवसाय के विभिन्न लक्षणों का पहचान कर सकेंगे;
- व्यवसाय के उद्देश्यों की व्याख्या कर सकेंगे;
- व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्वों की व्याख्या कर सकेंगे; और
- प्रदूषण के प्रकारों, कारणों तथा प्रभावों का वर्णन कर सकेंगे और पर्यावरणीय प्रदूषण कम करने में व्यवसाय का भूमिका की व्याख्या कर सकेंगे।

1.1 मानवीय क्रियाएँ

मनुष्य द्वारा की जाने वाली विभिन्न मानवीय क्रियाएँ कहलाती हैं। इन सभी क्रियाओं को हम दो वर्गों में बाँट सकते हैं- (i) आर्थिक क्रियाएँ, और (ii) अनार्थिक क्रियाएँ।

(i) आर्थिक क्रियाएँ

जो क्रियाएँ धन अर्जित करने के उद्देश्य से की जाती हैं, उन्हें आर्थिक क्रियाएँ कहते हैं। उदाहरण के लिए, किसान खेत में हल चलाकर फसल उगाता है और उसे बेचकर धन अर्जित करता है, कारखाने अथवा कार्यालय का कर्मचारी अपने काम के बदले वेतन या मजदूरी प्राप्त करता है, व्यापारी वस्तुओं के क्रय विक्रय से लाभ अर्जित करता है। ये सभी क्रियाएँ आर्थिक हैं।

चित्र : मानवीय क्रियाएँ

(ii) अनार्थिक क्रियाएँ

जो क्रियाएँ धन अर्जित करने की अपेक्षा, संतुष्टि प्राप्त करने के उद्देश्य से की जाती हैं उन्हें अनार्थिक क्रियाएँ कहते हैं। इस तरह की क्रियाएँ, सामाजिक उत्तरदायित्वों की पूर्ति, मनोरंजन या स्वास्थ्य लाभ के लिए की जाती हैं। लोग पूजा स्थलों पर जाते हैं, बाढ़ अथवा भूकंप राहत कोष में दान देते हैं, स्वास्थ्य लाभ के लिए स्वयं को खेलकूद में व्यस्त रखते हैं, बागवानी करते हैं, रेडियो सुनते हैं, टेलीविजन देखते हैं या इसी तरह की अन्य क्रियाएँ करते हैं। ये कुछ उदाहरण अनार्थिक क्रियाओं के हैं।

आर्थिक तथा अनार्थिक क्रियाओं में अंतर

आधार	आर्थिक क्रियाएँ	अनार्थिक क्रियाएँ
i. उद्देश्य	ये आर्थिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिए की जाती है।	ये सामाजिक तथा मनोवैज्ञानिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिए की जाती हैं।
ii. लाभ	इनसे धन और संपत्ति बढ़ती है।	इनसे संतुष्टि और प्रसन्नता प्राप्त होती है।
iii. अपेक्षा	लोग इनसे लाभ या धन की आशा करते हैं।	लोग इनसे लाभ या धन की आशा नहीं करते।
iv. प्रतिफल	ये विवेकशील सोच द्वारा निर्देशित होती हैं क्योंकि इनमें विरल आर्थिक संसाधन, जैसे- भूमि, श्रम, पूँजी आदि संलग्न होते हैं।	ये भावनात्मक कारणों से अभिप्रेरित होती हैं। कोई आर्थिक प्रतिफल संलग्न नहीं होता।

पाठगत प्रश्न 1.1

I. नीचे दिए गए वाक्यों में से सही के सामने सही और गलत के सामने गलत लिखिए :

i. डॉक्टर जब अपने क्लीनिक में मरीज का इलाज करता है तो वह आर्थिक क्रिया होती है।

ii. माँ अपने बच्चे के लिए कपढ़ा सिलती है तो वह आर्थिक क्रिया में संलग्न होती है।

iii. दर्जी किसी ग्राहक का कपढ़ा सिल रहा है तो वह आर्थिक क्रिया है।

iv. मंदिर के सामने बैठे भिखारियों को भोजन बाँटना एक अनार्थिक क्रिया है।

v. जब सचिन तेंदुलकर विश्व कप क्रिकेट खेल रहा होता है तो अनार्थिक क्रिया में संलग्न होता है।

II. नीचे दी गई क्रियाओं में से आर्थिक और अनार्थिक क्रियाएँ छांटिए :

i. दोस्तों के साथ फुटबाल खेलना।

ii. स्कूल में पढ़ाना।

iii. किसी बीमार रिश्तेदार की देखभाल करना।

iv. टेलिविजन देखना।

v. स्थानीय बाजार में फल तथा सब्जियां बेचना।

vi. किसी घायल व्यक्ति के लिए रक्त दान करना।

vii. कार्यालय में नौकरी करना।

1.2 आर्थिक क्रियाओं के प्रकार

आमतौर पर आर्थिक क्रियाएँ धन अर्जित करने के उद्देश्यों से की जाती है। साधारणतया लोग इस तरह की क्रियाओं में नियमित रूप में संलग्न होते हैं, जिसे आर्थिक क्रिया कहा जाता है।

(i) व्यवसाय : व्यवसाय का अर्थ है एक ऐसा धंधा, जिसमें धन के बदले वस्तुओं अथवा सेवाओं का उत्पादन, विक्रय और विनिमय होता है। यह नियमित रूप से किया जाता है तथा इसे लाभ कमाने के उद्देश्य से किया जाता है। खनन, उत्पादन, व्यापार, पारवहन, भंडारण, बैंकिंग तथा बीमा व्यावसायिक क्रियाओं के उदाहरण हैं।

चित्र- व्यवसाय

(ii) पेशा : कोई भी व्यक्ति हर क्षेत्र का विशेषज्ञ नहीं हो सकता। इसलिए हमें दूसरे क्षेत्रों में विशेषज्ञ व्यक्तियों की सेवाओं का आवश्यकता पड़ती है। उदाहरण के

लिए, हमें अपने इलाज के लिए डॉक्टर की और कानूनी सलाह के लिए वकील के सहयोग की आवश्यकता पड़ती है। ये सभी व्यक्ति पेशे से जुड़े लोग हैं। इस प्रकार पेशे का अभिप्राय ऐसे धंधे से है, जिसमें उस पेशे के विशेष ज्ञान और प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है तथा प्रत्येक पेशे का मुख्य उद्देश्य सेवा प्रदान करना होता है। एक पेशेवर निकाय प्रत्येक पेशे का नियमन करती है। इन पेशेवरों की आचार संहिता होती है, जिसे सम्बन्धित पेशेवर इकाई द्वारा विकसित किया जाता है।

पेशा

चित्र : पेशा

(iii) नौकरी : नौकरी का अर्थ, एक ऐसे धंधे से है जिसमें व्यक्ति नियमित रूप से दूसरों के लिए कार्य करता है और उसके बदले में वेतन अथवा मजदूरी प्राप्त करता है। सरकारी कर्मचारी, कंपनियों के कार्यकारी, अधिकारी, बैंक कर्मचारी, फैक्टरी मजदूर आदि नौकरी में संलग्न माने जाते हैं। नौकरी में काम के घंटे मजदूरी/वेतन की राशि तथा अन्य सुविधाएं यदि हैं, के सम्बंध में शर्ते होती है। सामान्यत: नियोक्ता इन शर्तों को तय करता है। कोई भी व्यक्ति जो नौकरी चाहता है, उसे तभी कार्य करना आरम्भ करना चाहिए जबकि वह शर्तों से संतुष्ट हो। कर्मचारी का प्रतिफल निश्चित होता है तथा उसका भुगतान मजदूरी अथवा वेतन के रूप में किया जाता है।

नौकरी

चित्र- नौकरी

व्यवसाय, पेशा और नौकरी में अंतर

अंतर का नाम	व्यवसाय	पेशा	नौकरी
1.कार्य की प्रकृति	ग्राहकों को धन के बदले वस्तुओं तथा सेवाओं की आपूर्ति।	कार्य के स्वनिर्णय सहित शुल्क के बदले विशिष्ट वैयक्तिक सेवाएँ।	स्वनिर्णय के बिना नियोक्ता के आदेशानुसार कार्य निष्पादित करना।
2.	कोई न्यूनतम योग्यता की	विशेष क्षेत्र में शिक्षा एवं प्रशिक्षण	सभी मामलों में विशिष्ट ज्ञान

योग्यता	आवश्यकता नहीं।	आवश्यक।	आवश्यक नहीं।
3. पूँजी	व्यवसाय की प्रकृति, आकार तथा पैमाने के अनुसार पूँजी निवेश आवश्यक।	स्थापना हेतु सीमित पूँजी आवश्यक।	पूँजी की आवश्यकता नहीं।

4. अभिप्रेरणा	ग्राहकों को वस्तुएँ बेचकर तथा सेवाएँ उपलब्ध करा-कर लाभ कमाना।	सेवाओं के प्रदान करने के बदले निर्धारित शुल्क प्राप्त करना।	निर्धारित मजदूरी अथवा वेतन प्राप्त करना।
5. जोखिम	इसमें हानि या लाभ अनिश्चित हैं।	निर्धारित आय, कर्त्तव्य में कोताही का दायित्व।	नियमित, निर्धारित मजदूरी या वेतन, जोखिम नहीं।
6. आचार संहिता	कोई विशेष आचार संहिता नहीं।	पेशे के उच्च मानक बनाए रखने हेतु कड़ी पेशेगत आचार संहिता।	नौकरी की अनुबंधीय शर्तें।

पाठगत प्रश्न 1.2

I. उपयुक्त शब्दों का प्रयोग कर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. जब कोई व्यक्ति नियमित आर्थिक क्रिया में संलग्न होता है तो उस क्रियाकलाप को ——— कहते हैं।

ii. पेशेवर व्यक्ति के लिए किसी क्षेत्र विशेष में —— और प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है।

iii. जब व्यक्ति किसी दूसरे के लिए नियमित रूप से कार्य करता है तो उस धंधे को ——- कहते हैं।

iv. पेशे और पेशेवर लोगों को नियंत्रित करने के लिए हर पेशागत निकाय एक —— तैयार करती है।

v. कर्मचारियों के लिए नियम तथा शर्तों का निर्धारण ——— करता है।

II. कॉलम अ में गए कथनों को कॉलम ब के साथ मिलान कीजिए :

कॉलम- अ	कॉलम- ब
i. व्यवसाय का प्राथमिक उद्देश्य होता है	क) विशेष दक्षता
ii. पेशे का प्राथमिक उद्देश्य होता है	ख) लाभ कमाना
iii. पेशे के लिए आवश्यक है	ग) पेशा
iv. एक चार्टर्ड अकाउंटेंट का धंधा है।	घ) सेवा प्रदान करना

1.3 व्यवसाय का अर्थ

आपने देखा होगा बाजार में विभिन्न प्रकार का वस्तुएँ उपलब्ध होती हैं। आपको जब और जिन वस्तुओं का आवश्यकता होती है, आप वे वस्तुएँ खरीद लाते हैं। क्या आप जानते हैं ये वस्तुएँ बाजार में कहाँ से आती हैं? वास्तव में इन वस्तुओं का उत्पादन कुछ विशेष स्थानों पर किया जाता है, जहाँ से कुछ लोग इन्हें लाकर बाजार तक पहुँचाते

उसके बाद ही हम अपना आवश्यकताओं के अनुसार इन्हें खरीदते हैं, और इनका उपयोग कर पाते हैं ।

इसके अतिरिक्त आपने ऐसे भी बहुत से व्यक्तियों को देखा होगा, जो यात्री तथा माल परिवहन, बैंकिंग, बीमा, विज्ञापन, बिजली आपूर्ति, टेलीफोन आधि जैसी विभिन्न क्रियाओं में लगे होते हैं । ये सभी नियमित आधार पर की जाती है । इस प्रकार व्यवसाय का अर्थ, ऐसी मानवीय क्रियाओं से है. जिन्हें नियमित रूप से आर्थिक लाभ कमाने के उद्देश्य से उत्पादन, वितरण, वस्तुओं या सेवाओं के क्रय-विक्रय द्वारा सम्पन्न किया जाता है ।

व्यवसाय को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है : ”व्यवसाय एक ऐसी क्रिया है, जिसमें लाभ कमाने के उद्देश्य से वस्तुओं अथवा सेवाओं का नियमित उत्पादन क्रय-विक्रय तथा विनिमय सम्मिलित है” ।

चित्र : व्यवसाय

व्यवसाय की निम्नलिखित विशेषताएँ होती हैं :

(i) वस्तुओं तथा सेवाओं का लेन-देन : व्यवसाय में लोग वस्तुओं अथवा सेवाओं के उत्पादन तथा वितरण कार्यों में संलग्न होते हैं । इन वस्तुओं में ब्रेड, मक्खन, दूध, चाय आदि जैसी उपभोक्ता वस्तुएं भी हो सकती हैं और संयन्त्र, मशीनरी, उपकरण आदि जैसी पूंजीगत वस्तुएँ भी । सेवाएँ- परिवहन, बैंकिंग, बीमा, विज्ञापन आदि रूपों में हो सकती हैं ।

(ii) वस्तुओं तथा सेवाओं का विक्रय अथवा विनिमय : याद कोई व्यक्ति अपने उपयोग के लिए या व्यक्ति को उपहार देने के कोई वस्तु खरीदता या उत्पादित करता है तो वह किसी प्रकार के व्यवसाय में संलग्न नहीं है । लेकिन जब वह दूसरे व्यक्ति को बेचने के लिए किसी वस्तु का उत्पादन करता है अथवा खरीदता है तो वह व्यवसाय में संलग्न होता है । इस प्रकार व्यवसाय में क्रेता और विक्रेता के बीच वस्तुओं अथवा सेवाओं के उत्पादन अथवा क्रय में धन अथवा वस्तु (वस्तु विनिमय प्रणाली में) का आवश्यक होता है । बिना विक्रय अथवा विनिमय के किसी भी क्रिया को व्यवसाय का संज्ञा नहीं दी जा सकती ।

(iii) वस्तुओं अथवा सेवाओं का नियमित विनिमय : इसमें वस्तुओं का नियमित उत्पादन अथवा क्रय-विक्रय होना आवश्यक होता है । सामान्यतया एकाकी सौदे को

व्यवसाय की संज्ञा नहीं दी जा सकती। उदाहरण के लिए, यदि राजू अपनी पुरानी कार हरि को बेचता है तो इसे व्यवसाय नहीं कहा जाएगा, जब तक कि वह नियमित रूप से कारों के क्रय-विक्रय में संलग्न न हो।

(iv) निवेश की आवश्यकता : प्रत्येक व्यवसाय में भूमि, श्रम अथवा पूंजी के रूप में कुछ न कुछ निवेश की आवश्यकता होती है। इन संसाधानों का उपयोग विविध प्रकार की वस्तुओं अथवा सेवाओं के उत्पादन, वितरण और उपभोग के लिए किया जाता है।

(v) लाभ कमाने का उद्देश्य : व्यावसायिक क्रियाओं का प्राथमिक उद्देश्य लाभ के माध्यम से आय अर्जित करना है। बिना लाभ के कोई भी व्यवसाय अधिक समय तक चालू नहीं रह सकता। लाभ कमाना व्यवसाय के विकास और विस्तार की दृष्टि से भी आवश्यक होता है।

(vi) आय की अनिश्चितता और जोखिम : प्रत्येक व्यवसाय का उद्देश्य लाभ कमाना है। जब कोई व्यवसायी विभिन्न संसाधनों का निवेश करता है तो वह उसके बदले में कुछ न कुछ आय प्राप्त करना चाहता है। लेकिन उसके श्रेष्ठतम प्रयासों के बावजूद व्यवसाय में आय की अनिश्चितता बनी रहती है। कई बार उसे बहुत लाभ होता है, और कई बार ऐसा भी समय आता है, जब उसे भारी हानि उठानी पड़ती है। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि भविष्य अनिश्चित है। व्यवसायी का आय को प्रभावित करने वाले तत्वों पर कोई नियंत्रण नहीं होता।

1.5 व्यवसाय विकास

हम सभी जानते हैं कि भारत की सांस्कृतिक धरोहर बहुत समृद्ध है। लेकिन शायद यह बहुत कम लोग जानते होंगे कि प्राचीन काल में भारत, अर्थव्यवस्था तथा व्यवसाय के स्तर पर बहुत ही विकसित देश था। यह बात ऐतिहासिक साक्षयों, खुदाई से प्राप्त प्रमाणों, साहित्य व लिखित दस्तावेज़ों से सिद्ध होती हैं। इन सबसे अधिक भारत की असीम धन संपत्ति से आकर्षित होकर विभिन्न विदेशी आक्रमणकारियों द्वारा समय-समय पर हुए आक्रमण भी इस तथ्य को प्रमाणित करते हैं। प्राचीन भारतीय सभ्यता न केवल कृषि आधारित थी, बल्कि इसके आंतरिक व बाह्य व्यापार व वाणिज्य भी काफी उन्नत थे। व्यावसायिक जगत के विभिन्न क्षेत्रों में भारत का असीम योगदान है। उस समय के अन्य देशों में प्रचलित व्यवसायों से तुलना करने पर हम पाते हैं कि भारतीय व्यवसाय अपनी विलक्षणता, गतिशीलता (गत्यात्मकता) व गुणात्मकता में इन सबसे कहीं आगे था।

शुरू के दिनों में भारतीय अर्थव्यवस्था पूर्णत: कृषि आधारित थी। लोग अपने उपभोग की
वस्तुओं का उत्पादन स्वयं करते थे। वस्तुओं को बेचने अथवा विनिमय की आवश्यकता ही नहीं थी। लेकिन विकास के साथ-साथ लोगों की आवश्यकताएँ बढ़ने लगी। जिसके कारण वस्तुओं के उत्पादन में भी वृद्धि होने लगी। लोगों ने दैनिक उपयोग तथा विलासिता संबंधी विभिन्न वस्तुओं के उत्पादन में विशेषज्ञता अर्जित करनी शुरू कर दी और इस तरह से उनके पास अपने उपयोग की अन्य वस्तुओं के उत्पादन के लिए दक्षता और समय का

अभाव होना शुरू हो गया। इस प्रकार इनकी कुशलता में वृद्धि होने लगी और ये अपनी आवश्यकता से अधिक वस्तुओं का उत्पादन करने में सक्षम हो गए। अतः अपनी अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए अपनी अधिक उत्पादित वस्तुओं के विनिमय की प्रणाली विकसित हो गई। यह व्यापार की शुरूआत थी।

आज ज्यादातर लोग यह मानते हैं कि भारत में व्यवसाय व व्यापार के क्षेत्र में इतना विकास स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात ही हुआ है। भारत, आज औद्योगिक उत्पादन में इतना सक्षम हो गया है कि हम सभी वस्तुओं का उत्पादन देशी तकनीक के प्रयोग से कर सकते हैं। लेकिन इससे यह परिणाम नहीं निकाल लेना चाहिए कि भूत काल में भारतीय सभ्यता विकसित या उन्नत नहीं थी। जबकि हमें आज भी भारत की समृद्ध व्यापारिक व वाणिज्यिक धरोहर पर गर्व है।

आप यह जानकर हैरान होंगे कि भारत ने व्यापार व वाणिज्य के क्षेत्र में अपनी यात्रा 5000 वर्ष ई.पू. शुरू कर दी थी। कई ऐतिहासिक साक्ष्यों से यह प्रमाणित होता है कि उस समय भारत में सुनियोजित शहर थे। भारतीय कपड़ों, आभूषणों और इत्र इत्यादि के प्रति पूरे विश्व में आकर्षण था। यह भी प्रमाण मिले हैं कि काफी समय से भारतीय व्यापारियों में व्यवसाय के मुद्रा के प्रयोग का चलन था। व्यापारियों, शिल्पकारों व उत्पादकों के हितों की रक्षा के संघों (guild) का प्रचलन था। यह भारत में व्यापार व वाणिज्य के जटिल विकास की ओर संकेत करता है। उस समय भारत के व्यापारियों ने न केवल सुदृढ़ आंतरिक व्यवसायिक रास्तों का जाल बुना था, बल्कि उनके व्यावसायिक संबंध अरब, मध्य व दक्षिण पूर्व एशिया के व्यापारियों से भी थे।

भारत विभिन्न प्रकार की धातु सामग्री के उत्पादन में भी सक्रिय था, जैसे तांबा, पीतल की वस्तुएं, बर्तन, गहने तथा सजावटी सामान आदि। भारतीय व्यापारी विश्व के विभिन्न भागों में अपने उत्पादों का निर्यात करते थे और वहां से उनके उत्पादों का आयात करते थे। यह एक सर्वविदित तथ्य है कि अंग्रेज सर्वप्रथम भारत में व्यापार करने के ही आए थे, जिन्होंने बाद में यहां अपना राज्य स्थापित कर लिया।

भारत ने कई प्रकार से विश्व व्यापार व वाणिज्य में योगदान दिया है। गणना के लिए अंक प्रणाली, जिसका हम आज भी उपयोग करते हैं, भारत में पहले से विकसित थी। संयुक्त परिवार प्रथा तथा व्यवसाय में श्रम विभाजन का विकास भी यहीं हुआ, जो आज तक प्रचलित है। आज आधुनिक समय में प्रयोग की जाने वाली उपभोक्ता केंद्रित व्यवसाय तकनीक पुराने समय से भारतीय व्यवसाय का एक अभिन्न अंग रही है।

इसलिए हम कह सकते हैं कि भारत की अपनी समृद्ध व्यावसायिक धरोहर है, जिसने इसकी उन्नति में महत्वपूर्ण योगदान दिया है।

पाठगत प्रश्न 1.3

I. राहुल एक दुकानदार है और वह निम्नलिखित क्रियाओं में संलग्न है, जिन्हें वह व्यवसाय कहता है। नीचे दिए गए कथनों को जांचिए और बताइए कि

आप किनसे सहमत और किनसे असहमत हैं। हर कथन के आगे 'सहमत' अथवा 'असहमत' लिखिए।

i. राहुल ने ग्राहक को अपनी दुकान से ब्रेड बेची।

ii. उसने अपनी छोटी बहन को उपहार देने के लिए एक पेन खरीदा।

iii. उसने अपने पड़ोसी को अपना पुराना टेलीविजन Rs. 3000 में बेचा।

iv. राहुल ने ग्राहकों को बेचने के लिए मुर्गी पालन केंद्र से अंडे खरीदे।

v. राहुल ने Rs. 10 मूल्य वाला दूध का पैकेट ग्राहक को Rs. 12 में बेचा।

vi. राहुल अपने घर के लिए Rs. 30 की सब्जी ले आया।

vii. उसने अपनी दुकान से बच्चों को मुफ्त बिस्किट बाँटे।

II. नीचे व्यवसाय से सम्बन्धित कुछ क्रियाएँ दी गई हैं। इनमें से कुछ क्रियाएं सही हैं और कुछ गलत। सही क्रियाओं के आगे सही लिखिए और गलत क्रियाओं के आगे गलत लिखिए :

i. व्यवसाय में केवल वस्तुओं अथवा सेवाओं का लेन-देन किया जाता है। राष्ट्रीय एकता में इसकी कोई भूमिका नहीं होती।

ii. व्यवसाय लोगों के जीवन स्तर में कोई सुधार नहीं लाता।

iii. औद्योगिक शोधों से नए उत्पादों का विकास संभव हो पाता है।

iv. व्यवसाय, विदेशों से वस्तुएं आयात करने की स्वीकृति नहीं देता।

v. व्यवसाय, रोजगार के अवसर प्रदान कर गरीबी कम करने में मदद करता है।

vi. यह अंतराष्ट्रीय मेलों तथा प्रदर्शनियों में हमारे उत्पादों के विक्रय अथवा प्रदर्शन से देश की छवि सुधरता है।

1.6 व्यवसाय के उद्देश्यों का वर्गीकरण

सभी व्यावसायिक क्रियाएँ कुछ उद्देश्यों की पूर्ति के लिए की जाती है। व्यवसाय के उद्देश्यों को निम्न प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है।

1.6.1 आर्थिक उद्देश्य

व्यवसाय के आर्थिक उद्देश्यों के अंतर्गत लाभ कमाने के उद्देश्य के साथ वे समस्त आवश्यक क्रियाएँ भी आती हैं, जिनके द्वारा लाभ कमाने के उद्देश्य का पूर्ति का जाती है, जैसे ग्राहक बनाना, नियमित नव प्रवर्तन तथा उपलब्ध संसाधनों का बेहतर उपयोग आदि।

लाभ कमाना

लाभ, व्यवसाय के जीवन दायिनी शक्ति का कार्य करता है। इसके बिना कोई भी व्यवसाय प्रतियोगिता के बाजार में टिका नहीं रह सकता। वास्तव में किसी भी व्यावसायिक इकाई के अस्तित्व में आने का उद्देश्य होता है- लाभ कमाना। लाभ, व्यवसायी को न केवल उसकी आजीविका अर्जित करने में सहायता करता है, अपितु लाभ का एक भाग व्यवसाय में पुन: विनियोजित कर व्यावसायिक गतिविधियों के विस्तार में भी सहायक होता है।

व्यवसाय के उद्देश्य

1. आर्थिक उद्देश्य

2. सामाजिक उद्देश्य

3. मानवीय उद्देश्य

4. राष्ट्रीय उद्देश्य

5. वैश्विक उद्देश्य

1. आर्थिक उद्देश्य

i. लाभ कमाना

ii. ग्राहक बनाना

iii. नियमित नव प्रवर्तन

iv. संसाधनों का श्रेष्ठतम उपयोग

2. सामाजिक उद्देश्य

i. अच्छी किस्म की वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन तथा पूर्ति

ii. उचित व्यापारिक प्रथाएँ अपनाना

iii. समाज कल्याण कार्यों में योगदान

3. मानवीय उद्देश्य

i. कर्मचारियों का आर्थिक कल्याण

ii. कर्मचारियों का सामाजिक तथा मानसिक संतुष्टि

iii. मानवीय संसाधनों का विकास

iv. सामाजिक तथा आर्थिक रूप से पिछड़े लोगों का आर्थिक कल्याण

4. राष्ट्रीय उद्देश्य

i. रोजगार निर्माण

ii. सामाजिक न्याय

iii. राष्ट्रीय प्राथमिकता के अनुसार उत्पादन

iv. देश के राजस्व में योगदान

v. आत्मनिर्भरता तथा निर्यात को बढ़ावा

5. वैश्विक उद्देश्य

i. सामान्य जीवन स्तर में वृद्धि

ii. विभिन्न देशों के बीच असमानताओं को कम करना

iii. विश्व स्तर पर प्रतिस्पर्धी वस्तुओं तथा सेवाओं की उपलब्धता

लाभ कमाने के प्राथमिक उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए व्यवसाय के कुछ अन्य उद्देश्य

निम्नलिखित हैं :

i) ग्राहक बनाना : जब तक उत्पाद को और सेवाओं को खरीदने वाले ग्राहक न हों, तब तक किसी भी व्यवसाय का अस्तित्व में बने रहना संभव नहीं है। कोई भी व्यवसायी तभी लाभ अर्जित कर सकता है जबकि वह लाभ के बदले में अपने ग्राहकों को अच्छी गुणवत्ता की वस्तुएँ और सेवाएँ उपलब्ध कराए। इसके लिए यह आवश्यक है वह अपनी विद्यमान वस्तुओं के लिए ग्राहकों को आकर्षित करे तथा अधिक से अधिक ग्राहक बनाए और नए-नए उत्पाद बाजार में लाए। विभिन्न विपणन क्रियाओं के द्वारा इसे प्राप्त किया जा सकता है।

ii) नियमित नव-प्रवर्तन : व्यवसाय अत्यंत गतिशील है तथा एक उपक्रम अपने वातावरण में हुए परिवर्तनों को अपनाकर ही निरंतर सफल हो सकता है। नव प्रवर्तन का अर्थ है- नया परिवर्तन। ऐसा परिवर्तन, जिससे उत्पाद की गुणात्मकता, प्रक्रिया और वितरण में संशोधन हो। कीमतों में कमी और बिक्री में वृद्धि से व्यवसायी को अधिक लाभ प्राप्त होता है। हथकरघों के स्थान पर पावरलूम और कृषि में हल अथवा हाथ से चलने वाले यंत्रों के स्थान पर ट्रैक्टर का उपयोग आदि नव-प्रवर्तन के ही परिणाम हैं।

iii) संसाधानों का श्रेष्ठतम उपयोग : आप जानते हैं कि किसी भी व्यवसाय को चलाने के लिए पर्याप्त पूँजी अथवा कोष की आवश्यकता होती है। इस पूँजी को मशीनें खरीदने, कच्चा माल तथा कर्मचारियों को काम पर रखने और प्रतिदिन के खर्चों की पूर्ति के लिए प्रयोग में लाया जाता है। इस प्रकार व्यावसायिक क्रियाओं में विभिन्न संसाधनों जैसे मशीनें, आदमी, माल, मुद्रा आदि की आवश्यकता होती है। कुशल कर्मचारियों की नियुक्ति द्वारा, मशीनों का क्षमता पूर्ण उपयोग करके तथा कच्चे माल के अपव्यय को कम करके इन उद्देश्यों की प्राप्ति की जा सकती है।

पाठगत प्रश्न 1.4

नीचे व्यवसाय के आर्थिक उद्देश्यों से संबंधित कुछ कथन दिए गए हैं। उनमें कुछ सत्य हैं और कुछ असत्य। सत्य और असत्य कथनों को छाँटिए।

i. माल की माँग को बढ़ाना व्यवसाय का प्राथमिक उद्देश्य होता है।

ii. व्यवसायी, व्यवसाय में विनियोजित पूंजी के अनुपात में लाभ अर्जित करना चाहता है।

iii. व्यवसायी के लिए हमेशा यह संभव नहीं होता कि वह सामग्री का श्रेष्ठतम उपयोग करे।

iv. व्यवसायी, व्यवसाय से अर्जित लाभ का प्रयोग केवल अपनी दैनिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए करता है।

v. रोजगार के अवसर उपलब्ध कराना व्यवसाय का प्राथमिक आर्थिक उद्देश्य होता है।

1. 6.2 सामाजिक उद्देश्य

सामाजिक उद्देश्य व्यवसाय के वे उद्देश्य होते हैं, जिन्हें समाज के हितों के प्राप्त करना आवश्यक होता है। अतः हर व्यवसाय का उद्देश्य होना कि वह किसी भी प्रकार से समाज को हानि न पहुँचाए। व्यवसाय के सामाजिक उद्देश्यों के अंतर्गत अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन तथा पूर्ति, उचित व्यापारिक प्रथाएँ अपनाना, समाज के सामान्य कल्याणकारी कार्यों में योगदान तथा कल्याणकारी सुविधाओं में योगदान करना सम्मिलित है।

i) अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन तथा पूर्ति : चूंकि व्यवसाय समाज के विविध संसाधनों का उपयोग करता है। इसलिए समाज की अपेक्षा होती है कि व्यवसाय उसे गुणवत्ता वाली वस्तुओं तथा सेवाओं की आपूर्ति करे। इसलिए व्यवसाय का उद्देश्य होना चाहिए कि वह अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुओं तथा सेवाओं का उत्पादन करे तथा उचित कीमत पर और उचित समय पर उनकी पूर्ति करें। व्यवसायी द्वारा समाज को आपूर्ति की जाने वाली वस्तुओं तथा सेवाओं की गुणवत्ता के अनुसार उनका मूल्य वसूल करना चाहिए।

ii) उचित व्यापारिक प्रथाएँ अपनाना : प्रत्येक समाज में जमाखोरी कालाबजारी, अधिक कीमत वसूलना आदि क्रियाएँ अवांछित मानी जाती हैं। इसके अलावा गुमराह करने वाले विज्ञापन, वस्तुओं की गुणवत्ता के बारे में गलत छाप छोड़ते हैं।

व्यावसायिक इकाइयों को अधिक लाभ कमाने के लिए आवश्यक वस्तुओं की कृत्रिम कमी अथवा कीमतों में वृद्धि नहीं करनी चाहिए। ऐसी क्रियाओं से व्यवसायी की बदनामी होती है और कभी-कभी उसे दंड अथवा कानूनन जेल की सजा भी भुगतनी पड़ती है। इस प्रकार उपभोक्ता और समाज के कल्याण को ध्यान में रखते हुए, व्यवसायी को उद्देश्य तथा उचित व्यापारिक प्रथाओं को अपनाना चाहिए।

iii) समाज के सामान्य कल्याण कार्यों में योगदान : व्यावसायिक इकायों को समाज के सामान्य कल्याण तथा उत्थान के लिए कार्य करना चाहिए। यह अच्छी शिक्षा
के लिए स्कूल तथा कॉलेज बनाकर, लोगों को आजीविका कमाने के लिए व्यावसायिक प्रशिक्षण केन्द्र खोलकर, चिकित्सा की सुविधा के लिए अस्पतालों की स्थापना कर, आम जनता के मनोरंजन के लिए पार्क तथा खेल परिसरों आदि की सुविधाएँ प्रदान करके संभव है।

पाठगत प्रश्न 1.5

व्यवसाय के सामाजिक उद्देश्यों के संदर्भ में निम्नलिखित में से कौन से कथन सही और कौन से गलत हैं।

i. व्यवसाय के सामाजिक उद्देश्य इस सिद्धांत पर आधारित हैं कि जो व्यवसाय के
लिए अच्छा है वही समाज के लिए भी अच्छा है।

ii. उपभोक्ता के लिए अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुओं का उत्पादन तथा आपूर्ति व्यवसाय
का सामाजिक उद्देश्य है।

iii. उत्पाद की माँग को बढ़ाना व्यवसाय का सामाजिक उद्देश्य है।

iv. जनता के लिए खेल परिसर का निर्माण व्यवसाय का आर्थिक उद्देश्य है।

v. जमाखोरी और कालाबाजारी व्यवसाय के एक हिस्से के रूप में उचित समझे जाते हैं।

1.6.3 मानवीय उद्देश्य

मानवीय उद्देश्यों से अभिप्राय उन उद्देश्यों से है, जिनमें समाज के अक्षम तथा विकलांग, शिक्षा अथवा प्रशिक्षण से वंचित लोगों के कल्याण तथा कर्मचारियों की अपेक्षाओं की पूर्ति के लक्षय निहित होते हैं। इस प्रकार व्यवसाय के मानवीय उद्देश्यों के अंतर्गत कर्मचारियों की आर्थिक सुरक्षा, सामाजिक तथा मनोवैज्ञानिक संतुष्टि और मानव संसाधनों का विकास निहित है।

i) कर्मचारियों का आर्थिक कल्याण : व्यवसाय में कर्मचारियों को उचित वेतन, कार्य-निष्पादन के लिए अभिप्रेरणाएं, भविष्यनिधि (प्रोविडेंट फंड) के लाभ, पैंशन तथा अन्य अनुलाभ जैसे चिकित्सा सुविधा, आवासीय सुविधा आदि उपलब्ध कराए जाने चाहिए। इससे कार्य क्षेत्र में व्यक्ति अधिक संतुष्टि का अनुभव करेंगे और व्यवसाय के लिए अधिक योगदान दे सकेंगे।

ii) कर्मचारियों की सामाजिक तथा मानसिक संतुष्टि : यह हर व्यावसायिक इकाई का कर्तव्य बनता है कि वह अपने कर्मचारियों को सामाजिक तथा मानसिक संतुष्टि प्रदान करें और ऐसा वे उनके काम को रोचक और चुनौतीपूर्ण बनाकर, सही कार्य के लिए सही व्यक्ति को नियुक्त कर तथा कार्य की नीरसता को समाप्त करके संभव बना सकते हैं। साथ ही निर्णय लेते समय कर्मचारियों की शिकायतों तथा उनके सुझावों पर गंभीरतापूर्वक विचार किया जाना चाहिए। यदि कर्मचारी खुश और संतुष्ट हैं तो वे अपने कार्य भी अच्छे ढंग से कर सकेंगे।

iii) मानवीय संसाधानों का विकास : कर्मचारी मनुष्य हैं और इसलिए सदैव अपने पेशागत वृद्धि के लिए तत्पर रहते हैं। इसके लिए उपयुक्त प्रशिक्षण तथा विकास की आवश्यकता होती है। व्यवसाय तभी उन्नति की ओर अग्रसर हो सकता है जब समय के अनुसार उसके कर्मचारी अपनी क्षमताओं, कार्य-कुशलताओं तथा दक्षताओं में सुधार करते रहें। अत: व्यवसाय के लिए यह महत्वपूर्ण है कि वह अपने कर्मचारियों के लिए प्रशिक्षण तथा विकास के कार्यक्रम आयोजित करते रहें।

iv) सामाजिक तथा आर्थिक रूप से पिछड़े लोगों का आर्थिक कल्याण : व्यावसायिक इकाइयाँ समाज के पिछड़े तथा शारीरिक और मानसिक रूप से विकलांग लोगों की मदद करके समाज के लिए एक प्रेरणा स्रोत बन सकती हैं। ऐसा वे विभिन्न प्रकार से कर सकती हैं। उदाहरण के लिए व्यवसायिक प्रशिक्षण कार्यक्रमों का आयोजन करके समाज के पिछड़े समुदाय के लोगों की आय अर्जन क्षमता बढ़ाई जा सकती है। इसके अलावा व्यवसायिक इकाइयाँ मेधावी विद्यार्थियों को उच्च शिक्षा के लिए छात्रवृत्ति प्रदान करके भी ऐसा कर सकती है।

पाठगत प्रश्न 1.6

मानवीय उद्देश्यों से संबंधित निम्नलिखित कथनों में से सही और गलत कथन छांटिए :

i. व्यवसायी को अपने कर्मचारियों को उचित वेतन देना चाहिए, जो कर्मचारियों को कार्य करने के लिए प्रोत्साहित करेगा।

ii. व्यावसायिक इकाइयों को अपने कर्मचारियों को सामाजिक तथा मानसिक संतुष्टि प्रदान करनी चाहिए।

iii. जब तक कि कोई विकलांग व्यक्ति व्यवसाय का कर्मचारी न हो, व्यवसायी को उसकी मदद नहीं करनी चाहिए।

iv. व्यावसायिक इकाइयों को महत्वपूर्ण निर्णय लेते समय, कर्मचारियों द्वारा दिए गए सुझावों पर ध्यान नहीं देना चाहिए।

v. समाज के किसी शारीरिक रूप से विकलांग व्यक्ति की सहायता करना व्यवसाय के आर्थिक उद्देश्यों के अंतर्गत आता है।

1.6.4 राष्ट्रीय उद्देश्य

व्यवसाय, देश का एक महत्वपूर्ण अंग होता है अत: राष्ट्रीय लक्षयों और आकांक्षाओं की प्राप्ति प्रत्येक व्यवसाय का उद्देश्य होना चाहिए। व्यवसाय के राष्ट्रीय उद्देश्य निम्नलिखित हैं :

i) रोजगार के अवसर उपलब्ध कराना

व्यवसाय के महत्वपूर्ण राष्ट्रीय लक्षय है, लोगों को लाभपूर्ण रोजगार के अवसर उपलब्ध कराना। इस लक्षय की पूर्ति नई व्यावसायिक इकाईयाँ स्थापित करके, बाजार का विस्तार करके तथा वितरण प्रणाली को और अधिक व्यापक बनाकर की जा सकती है।

ii) सामाजिक न्याय को बढ़ावा देना

एक जिम्मेदार नागरिक के रूप में एक व्यवसायी से यह आशा की जाती है कि जिन लोगों के साथ वह लेनदेन करता है उन सभी को समान अवसर प्रदान करे। यह भी आशा की जाती है कि वह सभी कर्मचारियों को कार्य करने तथा उन्नति करने के समान अवसर उपलब्ध कराए। इस उद्देश्य के अंतर्गत वह समाज के पिछ्ड़े तथा कमजोर वर्गों के लोगों पर विशेष ध्यान दें।

iii) राष्ट्रीय प्राथमिकता के अनुसार उत्पादन करना

व्यावसायिक इकाइयों को सरकार की नीतियों तथा योजनाओं की प्राथमिकता को देखते हुए उन्हीं के अनुसार वस्तुओं का उत्पादन तथा आपूर्ति करनी चाहिए। हमारे देश में व्यवसाय के राष्ट्रीय उद्देश्यों में से एक उद्देश्य आवश्यक वस्तुओं के उत्पादन को बढ़ाकर उचित दर पर उपलब्ध कराना होना चाहिए।

iv) देश के राजस्व में योगदान

व्यवसाय के स्वामियों को करों और बकाया राशि का भुगतान ईमानदारी के साथ करना चाहिए। इससे सरकार का राजस्व बढ़ता है, जिसका उपयोग राष्ट्र के विकास के लिए किया जा सकता है।

v) आत्मनिर्भरता तथा निर्यात को बढ़ावा

देश को आत्मनिर्भर बनने में सहायता करने के लिए व्यावसायिक इकाइयों की एक अतिरिक्त जिम्मेदारी है कि वे वस्तुओं के आयात को रोकें। इसके अतिरिक्त प्रत्येक
व्यावसायिक इकाई को निर्यात बढ़ाने तथा अधिक से अधिक विदेशी मुद्रा देश के कोष में लाने को अपना लक्षय बनाना चाहिए।

पाठगत प्रश्न 1.7

उचित शब्दों का चुनाव कर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. आवश्यक वस्तुओं का उत्पादन तथा उचित कीमत पर उनकी आपूर्ति, व्यवसाय के ——— उद्देश्यों के अंतर्गत आता है। (सामाजिक, राष्ट्रीय, मानवीय)

ii. देश को आत्म निर्भर बनाने के लिए व्यावसायिक इकाइयों का लक्षय ——— को बढ़ाना होना चाहिए। (निर्यात, आयात, कीमत)

iii. व्यावसायिक इकाइयों को ईमानदारी के साथ ——- रूप से अपने कर चुकाने चाहिएँ। (कभी-कभी, प्राय:, नियमित)

iv. व्यवसाय को अपने सभी —— को उन्नति करने के समान अवसर उपलब्ध कराने चाहिएँ। (स्वामियों, कर्मचारियों, पूर्तिकर्त्ताओं)

1.6.5 वैश्विक उद्देश्य

पहले भारत के अन्य देशों के साथ बहुत ही सीमित व्यापारिक संबंध थे। तब वस्तुओं की आयात और निर्यात संबंधी नीतियाँ बहुत कठोर थीं, लेकिन आजकल उदारवादी आर्थिक नीतियों के कारण काफी हद तक विदेशी निवेश पर प्रतिबंध समाप्त हो चुका है, तथा आयातित वस्तुओं पर लगने वाला शुल्क भी काफी कम हो गया है। इन परिवर्तनों से बाजार में प्रतियोगिता काफी बढ़ गई है। आज वैश्वीकरण के कारण पूरी दुनिया एक बड़े बाजार के रूप में परिवर्तित हो चुकी है। आज एक देश में तैयार माल दूसरे देश में आसानी से उपलब्ध है। इस प्रकार विश्व बाजार में प्रतिस्पर्धा बढ़ने से प्रत्येक व्यवसाय अपने मस्तिष्क में कुछ उद्देश्य रखकर काम करने लगा है, जिसे वैश्विक उद्देश्य कहा जा सकता है। आइए उन उद्देश्यों का अध्ययन करें।

i) सामान्य जीवन स्तर में वृद्धि : व्यावसायिक गतिविधियों के विकास के कारण अब दुनिया भर में उचित मूल्य पर अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुएँ आसानी से उपलब्ध हैं। इस प्रकार एक देश का व्यक्ति दूसरे देश के व्यक्ति द्वारा उपयोग किए जा रहे उसी प्रकार के सामान का उपयोग कर सकता है। इससे लोगों के सामान्य जीवन स्तर में वृद्धि होती है।

ii) विभिन्न देशों के बीच असमानताओं को कम करना : व्यवसाय को अपनी गतिविधियों का विस्तार कर अमीर और गरीब राष्ट्रों के बीच की असमानता को कम करना चाहिए। विकासशील तथा अविकसित देशों में पूँजी विनियोजित करके ये औद्योगिक तथा आर्थिक वृद्धि को प्रोत्साहित कर सकते हैं।

iii) विश्व स्तर पर प्रतिस्पर्धा वस्तुओं तथा सेवाओं की उपलब्धता : व्यवसाय को उन वस्तुओं तथा सेवाओं के उत्पादन में वृद्धि करनी चाहिए, जिनकी विश्व बाजार में माँग तथा प्रतिस्पर्धा अधिक है। इससे निर्यातक देश की छवि में सुधार आता है और देश को अधिक विदेशी मुद्रा की प्राप्ति होती है।

1.7 व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व

हम सभी जानते हैं कि लोग लाभ अर्जित करने के उद्देश्य से व्यवसाय चलाते हैं। लेकिन केवल लाभ अर्जित करना ही व्यवसाय का एकमात्र उद्देश्य नहीं होता। समाज का एक अंग होने के नाते इसे बहुत से सामाजिक भी करने होते हैं। यह विशेष रूप से अपने अस्तित्व की सुरक्षा में संलग्न स्वामियों, निवेशकों, कर्मचारियों तथा सामान्य रूप से समाज

व समुदाय की देखरेख की जिम्मेदारी भी निभाता है। अत: प्रत्येक व्यवसाय को किसी न किसी रूप में इनके प्रति जिम्मेदारियों का निर्वाह करना चाहिए। उदाहरण के लिए, निवेशकों को उचित प्रतिफल की दर का आश्वासन देना, अपने कर्मचारियों को अच्छा वेतन, सुरक्षा, उचित कार्य दशाएँ उपलब्ध कराना, अपने ग्राहकों को अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुएँ उचित मूल्यों पर उपलब्ध कराना, पर्यावरण की सुरक्षा करना तथा इसी प्रकार के अन्य बहुत से कार्य करने चाहिएँ।

हालांकि ऐसे कार्य करते समय व्यवसाय के सामाजिक उत्तारदायित्वों के निर्वाह के लिए दो बातों का विशेष रूप से ध्यान रखना चाहिए। पहली तो यह कि ऐसी प्रत्येक क्रिया धर्मार्थ क्रिया नहीं होती। इसका अर्थ यह है कि यदि कोई व्यवसाय किसी अस्पताल अथवा मंदिर या किसी स्कूल अथवा कॉलेज को कुछ धनराशि दान में देता है तो यह उसका सामाजिक उत्तरदायित्व नहीं कहलाएगा, क्योंकि दान देने से सामाजिक उत्तरदायित्वों का निर्वाह नहीं होता। दूसरी बात यह है कि, इस तरह की क्रियाएँ कुछ लोगों के लिए अच्छी और कुछ लोगों लिए बुरी नहीं होनी चाहिए। मान लीजिए एक व्यापारी तस्करी करके या अपने ग्राहकों को धोखा देकर बहुत सा धन अर्जित कर लेता है और गरीबों के मुफ्त इलाज के लिए अस्पताल चलाता है तो उसका यह कार्य सामाजिक रूप से न्यायोचित नहीं है। सामाजिक उत्तरदायित्व का अर्थ है कि एक व्यवसायी सामाजिक क्रियाओं को सम्पन्न करते समय ऐसा कुछ भी न करे, जो समाज के लिए हानिकारक हो।

इस प्रकार सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा व्यवसायी को जमाखोरी व कालाबाजारी, कर चोरी, मिलावट, ग्राहकों को धोखा देना जैसी अनुचित व्यापरिक क्रियाओं के बदले व्यवसायी को विवेकपूर्ण प्रबंधन के द्वारा लाभ अर्जित करने के लिए प्रोत्साहित करती है। यह कर्मचारियों को उचित कार्य तथा आवासीय सुविधाएँ प्रदान करके, ग्राहकों को उत्पाद विक्रय उपरांत उचित सेवाएँ प्रदान करके, पर्यावरण प्रदूषण को नियंत्रित करके तथा प्राकृतिक संसाधनों की सुरक्षा द्वारा संभव है।

पाठगत प्रश्न 1.8

उचित शब्द चुनकर खाली स्थानों को भरिए :

i. प्रत्येक व्यवसाय एक ——- के भीतर संचालित होता है।

ii. व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्वों का अर्थ है वे भी दायित्व तथा ——- जिनका समाज कल्याण से सीधा संबंध होता है।

iii. उपभोक्ताओं को ऊंची कीमत पर ——- वस्तुओं की आपूर्ति कर अपने निवेशकों को अच्छा प्रतिफल देना सामाजिक उत्तरदायित्वों की पूर्ति नहीं है।

iv. सरकारी अधिनियम से बचने के व्यवसायिक संगठनों को अपने दायित्वों का निर्वाह —— रूप से करना चाहिए।

v. व्यवसाय के लाभ अर्जित करने की क्षमता इसकी ——— पर निर्भर करती है।

vi. आज ——— के कारण संपूर्ण विश्व एक बड़ा बाजार बन गया है।

vii. ——— के अंतर्गत यह गर्भित है कि एक व्यवसायी को अपनी व्यावसायिक क्रियाओं में ऐसा कुछ नहीं करना चाहिए जो समाज के हानिकारक हो।

viii. सामाजिक उत्तरदायित्व की संकल्पना व्यवसायी को लाभार्जन हेतु अनुचित व्यवहार जैसे कालाबाजारी, संग्रहण, मिलावट, कर चोरी तथा ग्राहकों से धोखेबाजी को —— करती है।

1.8 विभिन्न हित समूहों के प्रति उत्तरदायित्व

व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा तथा इसके महत्व के बारे में जानकारी प्राप्त कर लेने के बाद आइए जानें कि व्यवसाय का इसके विभिन्न हित-समूहों, जिन पर यह आश्रित है, के प्रति क्या उत्तरदायित्व हैं। व्यवसाय प्रायः स्वामियों, विनिवेशकों, कर्मचारियों, पूर्तिकर्ताओं, ग्राहकों तथा उपभोक्ताओं, प्रतियोगियों, सरकार तथा समाज पर आश्रित है। इन्हें हित-समूह इसलिए कहा जाता है, क्योंकि व्यवसाय का प्रत्येक क्रिया से इन समूहों का हित, प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित होता है।

i) स्वामियों तथा निवेशकों के प्रति उत्तरदायित्व : व्यवसाय के अपने स्वामियों के प्रति उत्तरदायित्व हैं :

i. व्यवसाय को प्रभावी ढंग से चलाना;

ii. पूँजी तथा अन्य संसाधनों का उचित प्रयोग करना;

iii. पूँजी की वृद्धि एवं मूल्य वृद्धि करना;

iv. विनिवेशित पूँजी पर नियमित तथा उचित प्रतिफल सुनिश्चित करना;

v. उनके निवेश की सुरक्षा का आश्वासन देना;

vi. ब्याज का नियमित भुगतान करना;

vii. मूलधन की, समय पर वापसी करना।

ii) लेनदारों के प्रति उत्तरदायित्व : व्यवसाय के अपने लेनदारों के प्रति उत्तरदायित्व है:

i. समय पर भुगतान करना;

ii. उनके द्वारा दिए गए उधार की सुरक्षा सुनिश्चित करना;

iii. अन्य व्यवसायों की भाँति व्यवसाय के मानकों का पालन करना।

iii) कर्मचारियों के प्रति उत्तरदायित्व : व्यवसाय के अपने कर्मचारियों के प्रति निम्नलिखित उत्तरदायित्व हैं :

i. वेतन अथवा मजदूरी का नियमित तथा समय पर भुगतान;

ii. उचित कार्य दशाएँ तथा कल्याणकारी सुविधाएँ;

iii. भावी जीविका का श्रेष्ठ अवसर;

iv. नौकरी की सुरक्षा, सामाजिक सुरक्षा जैसे भविष्य निधि की सुविधाएँ, सामूहिक बीमा, पेंशन, अवकाश प्राप्ति के बाद की सुविधाएँ, मुआवजा आदि;

v. श्रेष्ठ रहन-सहन जैसे- गृह, यातयात, जलपान गृह, शिशु संरक्षण गृह उपलब्ध कराना।

vi. समयानुसार प्रशिक्षण तथा विकास ।

iv) आपूर्तिकर्ताओं के प्रति उत्तरदायित्व : व्यवसाय के अपने आपूर्तिकर्त्ताओं के प्रति उत्तरदायित्व निम्नलिखित हैं :

i. वस्तुओं के क्रय के लिए नियमित आदेश देना;

ii. उचित नियमों तथा शर्तों के आधार पर लेन-देन करना;

iii. उचित उधार अवधि का लाभ उठाना;

iv. बकाया राशि का समय पर भुगतान करना ।

v) ग्राहकों के प्रति उत्तरदायित्व : ग्राहकों के प्रति व्यवसाय के उत्तरदायित्व निम्नलिखित हैं :

i. वस्तुओं तथा सेवाएं ऐसी होनी चाहिएँ कि उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं को ध्यान में रख सकें;

ii. वस्तुओं तथा सेवाओं की गुणवत्ता श्रेष्ठ होनी चाहिए;

iii. वस्तुओं तथा सेवाओं की आपूर्ति में नियमितता होनी चाहिए;

iv. वस्तुओं तथा सेवाओं के मूल्य उचित तथा सामर्थ्य क्षमता के अनुकूल होने चाहिएँ;

v. वस्तुओं के हर गुण तथा दोष तथा उनके उपभोग के बारे में उपभोक्ता को उचित सूचना दी जानी चाहिए;

vi. विक्रय-उपरांत उचित सेवाएँ होनी चाहिए;

vii. यदि उपभोक्ताओं की कोई शिकायत है, तो उसे तुरंत दूर किया जाना चाहिए;

viii. व्यवसाय को कम वजन, मिलावट आदि अनुचित व्यापारिक प्रथाओं से बचना चाहिए ।

vi) प्रतियोगियों के प्रति उत्तरदायित्व : व्यवसाय के अपने प्रतियोगियों के प्रति निम्नलिखित उत्तरदायित्व हैं :

i. अत्यधिक विक्रय कमीशन का प्रस्ताव न दें;

ii. प्रत्येक बिक्री पर ऊँची छूट दर या प्रत्येक वस्तु के साथ मुफ्त वस्तुएँ न दें;

iii. झूठे और अभद्र विज्ञापन के द्वारा अपने प्रतियोगियों को बदनाम करने की कोशिश न करें ।

vii) सरकार के प्रति उत्तरदायित्व : सरकार के प्रति व्यवसाय के विभिन्न उत्तरदायित्व निम्नलिखित हैं :

i. सरकार के निर्देशों के अनुसार ही व्यावसायिक इकाइयों की स्थापना करना;

ii. फीस, कर, अधिभार आदि का नियमित तथा ईमानदारी के साथ भुगतान करना;

iii. प्रतिबंधित तथा एकाधिकारी व्यावसायिक गतिविधियों में संलग्न न होना;

iv. सरकार द्वारा स्थापित प्रदूषण नियंत्रण मान दंडों का पालन करना;

v. रिश्वत तथा गैर कानूनी क्रियाओं द्वारा भ्रष्टाचार में लिप्त न होना ।

viii) समाज के प्रति उत्तरदायित्व : एक समाज, व्यक्तियों, समूहों, संगठनों, परिवारों आदि से मिलकर बनता है । ये सभी समाज के सदस्य होते हैं । ये सभी एक दूसरे के साथ मिलते-जुलते हैं तथा अपनी लगभग सभी गतिविधियों के लिए एक दूसरे पर निर्भर होते हैं । इन सभी के बीच एक संबंध होता है, चाहे वह प्रत्यक्ष हो या अप्रत्यक्ष । समाज का एक अंग होने के नाते, समाज के सदस्यों के बीच संबंध बनाए रखने में व्यवसाय को भी मदद करक चाहिए । इसके लिए उसे समाज के प्रति कुछ निश्चित उत्तरदायित्वों का निर्वाह करना आवश्यक है । ये उत्तरदायित्व निम्नलिखित हैं :

i. समाज के पिछड़े तथा कमजोर वर्गों का सहायता करना;

ii. सामाजिक तथा सांस्कृतिक मूल्यों की रक्षा करना;

iii. रोजगार के अवसर जुटाना;

iv. पर्यावरण का सुरक्षा करना;

v. प्राकृतिक संसाधनों तथा वन्य जीवन का संरक्षण करना;

vi. खेलों तथा सांस्कृतिक कार्यक्रमों को बढ़ावा देना;

vii. शिक्षा,चिकित्सा, विज्ञान प्रोद्यौगिकी आदि के क्षेत्रों में सहायक तथा विकासात्मक शोधों को बढ़ावा देने में सहायता करना ।

पाठगत प्रश्न 1.9

उपर्युक्त आधार पर व्यवसाय के कुछ उत्तरदायित्व नीचे दिए गए हैं । बताइए कि प्रत्येक दायित्व किस विशेष समूह से संबंधित है ।

i. पर्यावरण की सुरक्षा ।

ii. बेहतर जीवन संबंधी सुविधाएं जैसे आवास, परिवहन, कैंटीन, क्रेच आदि ।

iii. खेलों तथा सांस्कृतिक कार्यक्रमों को बढ़ावा ।

iv. भावी जीविका के लिए श्रेष्ठ अवसर ।

v. वस्तुओं तथा सेवाओं की नियमित आपूर्ति ।

vi. उचित कार्य दशाएँ तथा कल्याणकारी सुविधाएँ ।

vii. उचित तथा सामर्थ्यानुसार मूल्यों पर वस्तुओं तथा सेवाओं की उपलब्धता ।

viii. विक्रयोपरान्त उचित सेवाएं

ix. प्राकृतिक संसाधनों तथा वन्य जीवन का संरक्षण ।

1.9 पर्यावरण प्रदूषण तथा व्यवसाय की भूमिका

समाज को सुरक्षित रखने के 'पर्यावरण संरक्षण' महत्वपूर्ण है । इसके लिए जरूरी है कि प्रत्येक व्यवसाय इसे हानि पहुँचाने का अपेक्षा पर्यावरण संरक्षण के कदम उठाए । यहाँ हम विभिन्न प्रकार के पर्यावरण प्रदूषणों के बारे में तथा व्यवसाय में इनका भूमिका के बारे में और अधिक अध्ययन करेंगे । पर्यावरण प्रदूषण का अर्थ है- वातावरण का अवांछित द्रव्यों से दूषित होना, जिसका सजीव तथा निर्जीव तत्वों पर विपरीत प्रभाव पड़ता है ।

पर्यावरण प्रदूषण तीन प्रकार का होता है।

(i) वायु प्रदूषण (ii) जल प्रदूषण (iii) भूमि प्रदूषण

(i) वायु प्रदूषण

हम जानते हैं कि हम सांस के रूप में जो वायु अपने अंदर खींचते हैं उसमें विभिन्न गैसें मिली होती है। हमारा शरीर उन से अवांछित तत्वों को छान कर हमारे अस्तित्व के लिए आवश्यक तत्वों को ही अपने अंदर सुरक्षित रखता है। यह जंगल, नदी आदि से सुरक्षित रखता है। यह जंगल, नदी आदि प्रकृति प्रदत्त साधनों के सम्बन्ध में भी सत्य है। इस प्रकार वायु प्रदूषण का अर्थ है हवा में ऐसी अवांछित गैसों, धूल के कणों आदि की उपस्थिति, जो लोगों तथा प्रकृति दोनों के लिए खतरे का कारण बन जाए।

वायु प्रदुषण

चित्र : वायु प्रदूषण

वायु प्रदूषण के कारण : आइए, जानें कि वायु प्रदूषित कैसे होती है। वायु प्रदूषण के कुछ सामान्य कारण हैं:

i. वाहनों से निकलने वाला धूआँ।

ii. औद्योगिक इकाइयों से निकलने वाला धूआँ तथा रसायन।

iii. आणविक संयत्रों से निकलने वाली गैसें तथा धूल-कण।

iv. जंगलों में पेड़ पौधों के जलने से, कोयले के जलने से तथा तेल शोधन कारखानों आदि से निकलने वाला धूआँ।

वायु प्रदूषण का प्रभाव : वायु प्रदूषण हमारे वातावरण तथा हमारे ऊपर अनेक प्रभाव डालता है। उनमें से कुछ निम्नलिखित है :

- हवा में अवांछित गैसों की उपस्थिति से मनुष्य, पशुओं तथा पंछियों को गंभीर समस्याओं का सामना करना पड़ता है। इससे दमा, सर्दी-खाँसी, अंधापन, श्रवण शक्ति का कमजोर होना, त्वचा रोग आदि जैसी बीमारियाँ पैदा होती है। लम्बे समय के बाद इससे जननिक विकृतियाँ उत्पन्न हो जाती है। और अपनी चरमसीमा पर यह घातक भी हो सकती है।
- वायु प्रदूषण से सर्दियों में कोहरा छाया रहता है, जिसका कारण धूएँ तथा मिट्टी के कणों का कोहरे में मिला होना है। इससे प्राकृतिक दृश्यता में कमी आती है तथा आखों में जलन होती है और साँस लेने में कठिनाई होती है।
- ओजोन परत, हमारी पृथ्वी के चारों ओर एक सुरक्षात्मक गैस की परत है। जो हमें हानिकारक अल्ट्रावायलेट किरणों से, जो कि सूर्य से आती हैं, से बचाती है। वायु प्रदूषण के कारण जीन अपरिवर्तन, अनुवाशंकीय तथा त्वचा कैंसर के खतरे बढ़ जाते हैं।
- वायु प्रदूषण के कारण पृथ्वी का तापमान बढ़ता है, क्योंकि सूर्य से आने वाली गर्मी

के कारण पर्यावरण में कार्बन डाइ आक्साइड, मीथेन तथा नाइट्रस आक्साइड का प्रभाव कम नहीं होता है, जो कि हानिकारक हैं ।

- वायु प्रदूषण से अम्लीय वर्षा के खतरे बढ़े हैं, क्योंकि बारिश के पानी में सल्फर डाई आक्साइड, नाइट्रोजन आक्साईड आदि जैसी जहरीली गैसों के घुलने की संभावना बढ़ी है। इससे फसलों, पेड़ों, भवनों तथा ऐतिहासिक इमारतों को नुकसान पहुँच सकता है।
- ध्वनि की अधिकता के कारण भी वायु प्रदूषण बढ़ता है, जिसे हम ध्वनि प्रदूषण के रूप में जानते हैं। ध्वनि प्रदूषण का साधारण अर्थ है अवांछित ध्वनि जिससे हम चिड़चिपढ़ापन महसूस करते हैं। इसका कारण है- रेल इंजन, हवाई जहाज, जेनरेटर, टेलीफोन, टेलीविजन, वाहन, लाउडस्पीकर आदि आधुनिक मशीनें। लंबे समय तक ध्वनि प्रदूषण के प्रभाव से श्रवण शक्ति का कमजोर होना, सिरदर्द, चिड़चिपड़ान, उच्चरक्तचाप अथवा स्नायविक, मनोवैज्ञानिक दोष उत्पन्न होने लगते हैं। लंबे समय तक ध्वनि प्रदूषण के प्रभाव से स्वाभाविक परेशानियाँ बढ़ जाती है।

(ii) जल प्रदूषण

क्या आपने कभी दिल्ली के निकट यमुना नदी को देखा है? क्या आप गंगा सफाई परियोजना से परिचित हैं? इन दो सवालों से तुरंत हमारे दिमाग में यह बात उभरी है कि हमारी नदियों का नीर किस सीमा तक प्रदूषित हो चुका है। जल प्रदूषण का अर्थ है पानी में अवांछित तथा घातक तत्वों की उपस्थिति से पानी का दूषित हो जाना, जिससे कि वह पीने योग्य नहीं रहता।

चित्र : जल प्रदूषण

जल प्रदूषण के कारण : जल प्रदूषण के विभिन्न कारण निम्नलिखित है :

i. मानव मल का नदियों, नहरों आदि में विसर्जन।

ii. सफाई तथा सीवर का उचित प्रबंधन न होना।

iii. विभिन्न औद्योगिक इकाइयों द्वारा अपने कचरे तथा गंदे पानी का नदियों, नहरों में विसर्जन।

iv. कृषि कार्यों में उपयोग होने वाले जहरीले रसायनों तथा खादों का पानी में घुलना।

v. नदियों में कूड़े-कचरे, मानव-शवों और पारम्परिक प्रथाओं का पालन करते हुए उपयोग में आने वाले प्रत्येक घरेलू सामग्री का समीप के जल स्रोत में विसर्जन।

जल प्रदूषण के प्रभाव : जल प्रदूषण के निम्नलिखित प्रभाव है :

- इससे मनुष्य, पशु तथा पक्षियों के स्वास्थ्य को खतरा उत्पन्न होता है। इससे टाईफाइड, पीलिया, हैजा, गैस्ट्रिक आदि बीमारियां पैदा होती हैं।
- इससे विभिन्न जीव तथा वानस्पतिक प्रजातियों को नुकसान पहुँचता है।
- इससे पीने के पानी की कमी बढ़ती है, क्योंकि नदियों, नहरों यहाँ तक कि जमीन के भीतर का पानी भी प्रदूषित हो जाता है।

पाठगत प्रश्न 1.10

I. पाठ में से उचित शब्दों का चुनाव कर निम्नलिखित वाक्यों के रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए।

i. हमारा व्यवहार दूसरों के प्रति ——— नहीं होना चाहिए।

ii. लोगों के वांछित कार्यों तथा गतिविधियों को समाज में ——- मिलती है।

iii. व्यवसाय संबंधी नैतिकता व्यवसाय द्वारा ——— वस्तुओं की बिक्री को मान्यता नहीं देती।

iv. सामाजिक मूल्य, सामाजिक उत्तरदायित्वों के ——- का निर्माण करते हैं।

v. सरकार को नियमित तथा ईमानदारी के साथ करों का भुगतान ——— द्वारा निर्देशित होता है।

II. निम्नलिखित का मिलान कीजिए :

कॉलम अ	कॉलम ब
i. पर्यावरण प्रदूषण	क) धुएँ, धूल तथा कोहरे का मिश्रण
ii. वायु प्रदूषण	ख) ध्वनि प्रदूषण हेतु उत्तरदायित्व है।
iii. जल प्रदूषण	ग) वातावरण में अवांछित तत्वों की उपस्थिति से असुविधा
iv. धुंध	घ) हवा में गैस तथा धूल के कणों के अनुपात में असंतुलन
v. वायुयान	ङ) घातक तत्वों के जल में अधिक मात्रा में घुलने से जल का दूषित होना

(iii) भूमि प्रदूषण

भूमि प्रदूषण से अभिप्राय जमीन पर जहरीले, अवांछित और अनुपयोगी पदार्थों के भूमि में विसर्जित करने से है, क्योंकि इससे भूमि का निम्नीकरण होता है तथा मिट्टी की गुणवत्ता प्रभावित होती है। लोगों की भूमि के प्रति बढ़ती लापरवाही के कारण भूमि प्रदूषण तेजी से बढ़ रहा है। भूमि प्रदूषण के मुख्य कारण निम्नलिखित हैं :

चित्र : भूमि प्रदूषण

भूमि प्रदूषण के कारण : भूमि प्रदूषण के मुख्य कारण हैं:

i. कृषि में उर्वरकों, रसायनों तथा कीटनाशकों का अधिक प्रयोग ।

ii. औद्योगिक इकाईयों, खानों तथा खादानों द्वारा निकले ठोस कचरे का विसर्जन ।

iii. भवनों, सड़कों आदि के निर्माण में ठोस कचरे का विसर्जन ।

iv. कागज तथा चीनी मिलों से निकलने वाले पदार्थों का निपटान, जो मिट्टी द्वारा अवशोषित नहीं हो पाते ।

v. प्लास्टिक की थैलियों का अधिक उपयोग, जो जमीन में दबकर नहीं गलती ।

vi. घरों, होटलों और औद्योगिक इकाईयों द्वारा निकलने वाले अवशिष्ट पदार्थों का निपटान, जिसमें प्लास्टिक, कपड़े, लकड़ी, धातु, काँच, सेरामिक, सीमेंट आदि सम्मिलित हैं ।

भूमि प्रदूषण का प्रभाव : भूमि प्रदूषण के निम्नलिखित हानिकारक प्रभाव है :

- कृषि योग्य भूमि की कमी
- भोज्य पदार्थों के स्रोतों को दूषित करने के कारण स्वास्थ्य के लिए हानिकारक
- भूस्खलन से होने वाली हानियाँ
- जल तथा वायु प्रदूषण में वृद्धि

1.10 पर्यावरण प्रदूषण में व्यवसाय की भूमिका

उपर्युक्त चर्चा के आधार पर एक बात स्पष्ट है कि चाहे वायु प्रदूषण हो, ध्वनि प्रदूषण हो, जल प्रदूषण हो या भूमि प्रदूषण, सबमें व्यवसाय की भागीदारी होती है । व्यवसाय निम्नलिखित तरीकों से पर्यावरण प्रदूषण बढ़ाता है:

i. उत्पादन इकाईयों से निकलने वाली गैसों और धुएं से;

ii. मशीनों, वाहनों आदि के उपयोग से ध्वनि प्रदूषण के रूप में;

iii. औद्योगिक इकाईयों को स्थापित करने के लिए वनों की कटाई से;

iv. औद्योगिकीकरण तथा शहरीकरण के विकास से;

v. नदियों तथा नहरों में कचरे तथा हानिकारक पदार्थों के विसर्जन से;

vi. ठोस कचरे को खुली हवा में फेंकने से;

vii. खनन तथा खदान संबंधी गतिविधियों से;

viii. परिवहन के बढ़ते हुए उपयोग से ।

पर्यावरण को नियंत्रित करने में व्यवसाय की तीन प्रकार की भूमिका हो सकती है : निवारणात्मक, उपचारात्मक तथा जागरूकता ।

i) निवारणात्मक भूमिका : इसका अर्थ है कि व्यवसाय ऐसा कोई भी कदम न उठाए, जिससे पर्यावरण को और अधिक हानि हो । इसके लिए आवश्यक है कि व्यवसाय सरकार द्वारा लागू किए गए प्रदूषण नियंत्रण संबंधी सभी नियमों का पालन करे । मनुष्यों द्वारा किए जा रहे पर्यावरण प्रदूषण के नियंत्रण के लिए व्यावसायिक इकाइयों को आगे आना चाहिए ।

ii) उपचारात्मक भूमिका : इसका अर्थ है कि व्यावसायिक इकाइयाँ पर्यावरण को पहुँची हानि को संशोधित करने या सुधारने में सहायता करें । साथ ही यदि प्रदूषण को नियंत्रित करना संभव न हो तो उसके निवारण के लिए उपचारात्मक कदम उठा लेने चाहिए । उदाहरण के लिए वृक्षारोपण (वनरोपण कार्यक्रम) से औद्योगिक इकाईयों के आसपास के वातावरण में वायु प्रदूषण को कम किया जा सकता है ।

iii) जागरूकता संबंधी भूमिका : इसका अर्थ है लोगों को (कर्मचारियों तथा जनता दोनों को) पर्यावरण प्रदूषण के कारण तथा परिणामों के संबंध में जागरूक बनाएँ, ताकि वे पर्यावरण को नुकसान पहुँचाने की बजाय ऐच्छिक रूप से पर्यावरण की रक्षा कर सकें। उदाहरण के लिए व्यवसाय जागरूकता कार्यक्रमों का आयोजन करे। आजकल कुछ व्यावसायिक इकाईयां शहरों में पार्कों के विकास तथा रखरखाव की जिम्मेदारियाँ उठा रही हैं, जिससे पता चलता है कि वे पर्यावरण के प्रति जागरूक हैं।

पाठगत प्रश्न 1.11

I. निम्नलिखित में से सत्य और असत्य कथन छांटिए :

i. कृषि में उर्वरकों, रसायनों तथा कीटनाशकों के अत्यधिक प्रयोग से वायु प्रदूषण बढ़ता है।

ii. प्लास्टिक की थैलियों के अत्यधिक उपयोग से भूमि प्रदूषण बढ़ता है।

iii. औद्योगिक इकाईयों के आसपास वृक्षारोपण से ध्वनि प्रदूषण कम होता है।

iv. भूमि प्रदूषण से हमारे देश में कृषि योग्य भूमि में वृद्धि हुई है।

v. व्यावसायिक संगठनों को पर्यावरण प्रदूषण के कारणों तथा परिणाम के प्रति जनता को जागरूक बनाना चाहिए।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न :

i. निम्न में से कौन-सी अनार्थिक क्रिया है :

क) ग्राहक को ब्रैड बेचना

ख) एक पड़ोसी को पुराना टेलीविजन बेचना

ग) एक मित्र को एक कलम भेट करना

घ) पुनः विक्रय हेतु पुस्तकें क्रय करना

ii. निम्न में से कौन-सा आजीविका का माध्यम नहीं है :

क) व्यवसाय

ख) पेशा

ग) नौकरी

घ) प्रातः सैर पर जाना

iii. निम्न में से कौन-सी, व्यवसाय की विशेषता नहीं है :

क) व्यापार में माल का विनिमय

ख) एक पिता द्वारा अपने बेटे को पढ़ाना

ग) जोखिम का होना तथा आय की अनिश्चितता

घ) लाभार्जन का उद्देश्य

iv. व्यवसाय के आर्थिक उद्देश्यों में सम्मिलित नहीं है :

क) ग्राहक सृजन

ख) निरंतर नवप्रवर्तन

ग) रोजगार उपलब्ध कराना

घ) संसाधनों का सर्वोत्तम उपयोग

v. व्यवसाय के सामाजिक उद्देश्यों में सम्मिलित हैं :

क) समाज के सामान्य कल्याण में योगदान

ख) आर्थिक संसाधनों का सर्वोत्तम उपयोग

ग) ग्राहक सृजन

घ) लाभ कमाना

आपने क्या सीखा

- मनुष्य द्वारा सम्पन्न की जाने वाली क्रियाओं को मानवीय क्रियाएँ कहते हैं। ये दो प्रकार की होती हैं- आर्थिक क्रियाएँ तथा अनार्थिक क्रियाएँ। धन अर्जित करने के उद्देश्य से सम्पन्न की जाने वाली क्रियाएं आर्थिक क्रियाएँ कहलाती हैं। जो क्रियाएँ सामाजिक और मनोवैज्ञानिक उद्देश्य से की जाती हैं उन्हें अनार्थिक क्रियाएँ कहते हैं।
- जीविका अर्जित करने के उद्देश्य से नियमित आधार पर की जाने वाली आर्थिक क्रियाओं को धंधा कहते हैं।
- धंधे तीन प्रकार के होते हैं : (i) पेशा (ii) नौकरी (iii) व्यवसाय
- पेशा एक ऐसा धंधा है, जिसके लिए विशेष ज्ञान और प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है। हर पेशेवर व्यक्ति को पेशागत निकाय द्वारा निर्धारित आचार संहिता का पालन करना पड़ता है। हर पेशे का प्राथमिक उद्देश्य होता है, सेवा प्रदान करना।
- नौकरी एक ऐसा धंधा है, जिसमें व्यक्ति एक निश्चित आय के बदले नियमित आधार पर दूसरों के लिए कार्य करता है। उसे अपने नियोक्ता द्वारा निर्धारित नौकरी के नियमों तथा शर्तों का पालन करना पड़ता है।
- व्यवसाय एक ऐसी क्रिया है, जिसमें लाभ कमाने के उद्देश्य से नियमित आधार पर वस्तुओं अथवा सेवाओं का उत्पादन, विक्रय और विनिमय किया जाता है।
- एक निश्चित समय अथवा अवधि में एक व्यावसायिक संगठन जो प्राप्त करना चाहता है, उन्हें व्यावसायिक उद्देश्य कहते हैं।
- व्यवसाय के उद्देश्य
  - सामाजिक उद्देश्य
  - आर्थिक उद्देश्य
  - मानवीय उद्देश्य
  - राष्ट्रीय उद्देश्य
  - वैश्विक उद्देश्य
- व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्व से अभिप्राय व्यवसाय की उन सभी जिम्मेदारियों तथा कर्तव्यों से है, जो समाज कल्याण के लिए आवश्यक हैं।
- व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्वों का महत्व बढ़ा है, क्योंकि इससे जनता में :
  - व्यवसाय की छवि तथा साख में वृद्धि होती है।
  - इसमें दीर्घकालिक विकास तथा स्थायित्व आता है।

    - यह अपने कर्मचारियों के संतुष्टि प्रदान करता है- जो प्रत्यक्ष रूप से उनकी उत्पादकता से संबंधित है।
    - उपभोक्ता अपने अधिकारों के प्रति जागरूक बनता है।
- प्रत्येक व्यवसाय, समाज का एक अंग है और व्यवसाय, समाज के प्रत्येक तत्व के प्रति जिम्मेदार है, जिन्हें हित समूह कहा जा सकता है। इन हित समूहों में स्वामी, निवेशक, कर्मचारी, आपूर्तिकर्ता, ग्राहक, प्रतियोगी, सरकार तथा समाज आते हैं।
- व्यावसायिक नैतिकता व्यावसायिक गतिविधियों को वांछित और न्यायोचित तरीकों से सम्पूर्ण करने के साधनों तथा विधियों का सुझाव देती है।
- सामाजिक मूल्य व्यवसाय संबंधी अच्छी और वांछित व्यावसायिक गतिविधियों के आचरण की ओर संकेत करते हैं जिनसे समाज का कल्याण हो सके।
- वातावरण में अवांछित तत्वों के घुलमिल जाने से पर्यावरण प्रदूषण बढ़ता है, जिसका प्रभाव मनुष्यों, जीवों तथा पेड़-पौधों पर भी पड़ता है।
- पर्यावरण प्रदूषण तीन प्रकार का होता है :

i. वायु प्रदूषण

ii. जल प्रदूषण तथा

iii. भूमि प्रदूषण।

- प्रत्येक व्यवसाय प्रदूषण नियन्त्रण में तीन प्रकार की भूमिकाएँ निभा सकता है :
- निवारणात्मक, उपचारात्मक तथा जागरूकता संबंधी।

पाठांत प्रश्न

1. आर्थिक तथा अनार्थिक क्रियाओं के दो-दो उदाहरण दीजिए?

2. निम्नलिखित आधारों पर आर्थिक तथा अनार्थिक क्रियाओं में अंतर स्पष्ट कीजिए:

i. उद्देश्य ii. परिणाम

3. धंधे से क्या अभिप्राय है?

4. नौकरी की किन्हीं दो विशेषताओं को समझाइए।

5. पेशे की किन्हीं दो विशेषताओं की व्याख्या कीजिए।

6. 'व्यवसाय' शब्द को परिभाषित कीजिए।

7. जब कोई व्यक्ति बढ़ईगिरी करता है तो हम क्यों कहते हैं कि यह उसका रोजगार है?

8. यदि कोई मोची अपने लिए जूते बनाता है तो वह व्यवसाय नहीं करता। क्यों?

9. व्यवसाय की मुख्य विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

10. व्यवसाय का क्या अर्थ है? व्यवसाय की किन्हीं दो विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

11. व्यवसाय किस प्रकार पेशे से भिन्न है? लगभग 60 शब्दों में लिखिए।

12. उदाहरण देते हुए व्यावसायिक क्रियाओं की विस्तृत श्रेणियों की चर्चा कीजिए।

13. ऐसे किन्हीं तीन प्रकार के धंधों का वर्णन कीजिए, जिनमें साधारणतया व्यक्ति संलग्न होते हैं।

14. यदि किसी लेन-देन में नियमितता नहीं है तो उसे व्यवसाय नहीं कहेंगे। क्या आप इस कथन से सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

15. व्यवसाय में आय की अनिश्चितता होने पर भी व्यवसायी इसमें धन क्यों विनियोजित करना चाहते हैं?

16. 'लाभ अर्जित करना व्यवसाय का मुख्य उद्देश्य होता है' कथन की व्याख्या।

17. व्यवसाय के आर्थिक उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए।

18. व्यवसाय के सामाजिक उद्देश्य के महत्व सूची बनाइए।

19. व्यवसाय के राष्ट्रीय उद्देश्यों के महत्व के बारे में बताइए।

20. व्यवसाय के मानवीय उद्देश्यों का उल्लेख कीजिए।

21. व्यवसाय के वैश्विक उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए।

22. व्यवसाय के सामाजिक उत्तरदायित्वों से क्या तात्पर्य है?

23. व्यवसाय की दैनिक गतिविधियों को प्रभावित करने वाले हित समूहों की सूची बनाइए।

24. व्यवसाय को समाज के प्रति क्यों उत्तरदायी होना चाहिए? कोई तीन कारण बताइए।

25. ग्राहकों के प्रति व्यवसाय के उत्तरदायित्वों के बारे में बताइए।

26. किस प्रकार व्यवसाय सरकार के प्रति उत्तरदायी होता है?

27. पर्यावरण प्रदूषण की परिभाषा तथा इसके प्रकार भी बताइए।

28. वायु प्रदूषण के विभिन्न कारणों पर प्रकाश डालिए।

29. वायु प्रदूषण के किन्हीं तीन प्रभावों का उल्लेख कीजिए।

30. जल प्रदूषण के क्या प्रभाव हैं?

31. व्यवसाय किस प्रकार से पर्यावरण प्रदूषण को बढ़ाता है। किन्हीं पाँच बिन्दुओं का उल्लेख कीजिए।

32. पर्यावरण प्रदूषण के निवारण में व्यवसाय की भूमिका का विवेचन कीजिए।

33. ब्रिटिश शासन में हुई उन महत्वपूर्ण घटनाओं का वर्णन कीजिए, जिन्होंने भारतीय व्यापार को प्रभावित किया।

34. "भारत ने विश्व के व्यापार में विशेष योगदान दिया है"। इसके समर्थन में किन्हीं 4 योगदानों का वर्णन करो।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

1. 1. (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) सही (v) गलत

II. (i) अनार्थिक (ii) आर्थिक (iii) अनार्थिक (iv) अनार्थिक

(v) आर्थिक (vi) अनार्थिक (vii) आर्थिक

1.2. (i) आर्थिक क्रिया (ii) विशेष ज्ञान (iii) नौकरी

(iv) आचार संहिता (v) नियोक्ता

II. (i) ख (ii) घ (iii) क (iv) ग

1.3. I. (i) सहमत (ii) असहमत (iii) असहमत (iv) सहमत
(v) सहमत (vi) असहमत (vii) असहमत

II. (i) गलत (ii) गलत (iii) सही (iv) गलत (v) सही (vi) सही

1.4 (i) असत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) असत्य

1.5 (i) गलत (ii) सही (iii) गलत (iv) गलत (v) गलत

1.6 (i) सही (ii) सही (iii) गलत (iv) गलत (v) गलत

1.7 (i) सामाजिक (ii) निर्यात (iii) नियमित (iv) कर्मचारियों

1.8 (i) समाज (ii) जिम्मेदारियां (iii) घटिया (iv) ऐच्छिक (v) छवि (vi) वैश्वीकरण (vii) सामाजिक उत्तरदायित्व (viii) हतोत्साहित

1.9 समाज (i), (iii), (ix)

ग्राहक (v), (vii), (viii)

कर्मचारी (ii), (iv), (vi)

1.10 I. (i) हानिकारक (ii) पहचान/मान्यता (iii) मिलावटी (iv) आधार (v) व्यवसायिक नैतिकता

II. (i) ग (ii) घ (iii) क (iv) क (v) ख

1.11 I. (i) असत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) सत्य

II. (i) ग (ii) घ (iii) ख (iv) ग (v) क

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने आसपास के दस कामकाजी व्यक्तियों को चुनिए और देखिए कि वे अपनी आजीविका अर्जित करने के लिए क्या करते हैं। उनकी क्रियाओं को व्यवसाय, पेशा और नौकरी के आधार पर वर्गीकृत कीजिए।
- आप जिस भी दुकानदार या व्यवसायी को जानते हैं उससे बात कीजिए कि :
- वह किस प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं का लेन-देन करता है?
- उसने किस प्रकार के संसाधनों में निवेश किया है, जैसे- भूमि, श्रम, पूँजी आदि?
- उसे लाभ कमाने में किन जोखिमों और अनिश्चितताओं का सामना करना पड़ता है?
- पुस्तकों पत्रिकाओं व समाचार पत्रों से वर्तमान समय में भारतीय विदेशी व्यापार की वस्तुओं के विषय में सूचना एकत्रित कीजिए। कम से कम पांच बंदरगाहों के नाम भी एकत्रित कीजिए जिनका उपयोग विदेश व्यापार के लिए होता है।
- आप आस-पास के किसी दुकानदार अथवा व्यवसासियों को देखिए और पता कीजिए कि उनके व्यवसाय चलाने के पीछे क्या उद्देश्य हैं? इस पाठ में पढ़े उद्देश्यों के आधार पर उनका वर्गीकरण कीजिए।
- ऐसे दो सामाजिक उत्तरदायित्वों की पहचान कीजिए जिनकी पूर्ति समाज कल्याण के लिए आपके क्षेत्र के दुकानदारों द्वारा की जानी चाहिए।
- क्या आपका नगर पर्यावरण प्रदूषित है? यदि हाँ, तो प्रदूषण के कारणों की एक सूची बनाइए और बताइए कि प्रदूषण को रोकने के लिए क्या कदम उठाए जा सकते हैं।

2. उद्योग तथा वाणिज्य

अपनी आजीविका कमाने में संलग्न व्यक्तियों अथवा व्यक्तियों के संगठित प्रयासों को व्यवसाय कहते हैं। व्यवसाय को विभिन्न विद्वानों ने अपने तरीके से परिभाषित किया है। 'उर्विक एवं हंट' के अनुसार, "व्यवसाय एक ऐसा उपक्रम है जो किसी वस्तु अथवा सेवा को, बनाता है, वितररित करता है अथवा उपलब्ध कराता है।" जिसकी समाज के अन्य सदस्यों को आवश्यकता है तथा वे उसके लिए कुछ भुगतान कर सकते हैं। अतः इसमें वे सभी क्रियाएँ सम्मिलित हैं जो वस्तुओं तथा सेवाओं के उत्पादन अथवा क्रय अथवा सेवा प्रदान करने से संबंधित हैं तथा इनका उद्देश्य लाभ कमाना है। लाभ के लिए किए गए सभी क्रियाकलाप तथा उपक्रम व्यवसाय में सम्मिलित हैं जो आर्थिक तंत्र को आवश्यक वस्तुएँ तथा सेवाएँ उपलब्ध कराते हैं।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- व्यावसायिक क्रियाओं का वर्गीकरण कर सकेंगे;
- उद्योग एवं उसके प्रकार बता सकेंगे;
- वाणिज्य, व्यापार तथा उसका सहायक क्रियाओं के बारे में बता सकेंगे;
- ई-वाणिज्य को परिभाषित कर सकेंगे;
- ई-वाणिज्य के विभिन्न वर्गों का वर्णन कर सकेंगे; तथा
- ई-वाणिज्य के लाभों की चर्चा कर सकेंगे।

2.1 व्यावसायिक क्रियाओं का वर्गीकरण

सभी उत्पाद क्रियाओं का मूल कारण, मानव की असीमित इच्छाएँ तथा उन्हें संतुष्ट करने की आवश्यकता, है। मनुष्य की आवश्यकताएं अनेक हैं तथा जटिल प्रकृति की होती है। मनुष्य की तीन मूल आवश्यकताएँ हैं- भोजन, कपड़ा तथा मकान। हम कई अन्य वस्तुओं का भी उपयोग करते हैं जिनके लिए सामान्यतः भुगतान करते हैं। उदाहरणार्थ आप टूथपेस्ट व साबुन का उपयोग करते हैं, ब्रैड खाते हैं, फर्नीचर का उपयोग करते हैं, पोशाक पहनते हैं, टेलीविजन देखते हैं। क्या आपने कभी सोचा है कि ये वस्तुएँ आपको कैसे उपलब्ध कराई जाती है? प्रत्येक के पीछे एक लंबी प्रक्रिया है। निर्माता माल का उत्पादन उपभोक्ता के लिए करता है। निर्माता माल का उपभोक्ता को वितरण करने के लिए सामान्यतः थोक

व्यापारी तथा फुटकर व्यापारी जैसे मध्यस्थों की मदद लेता है।

व्यावसायिक क्रियाएँ मोटेतौर पर दो श्रेणियों में बाँटी जा सकती है- (i) उद्योग एवं वाणिज्य। उद्योग का संबंध वस्तुओं एवं सामग्री के उत्पादन से है जबकि वाणिज्य मुख्य रूप से उनके वितरण से संबंधित है।

2.2 उद्योग

व्यावसायिक क्रिया के उत्पादन पक्ष को उद्योग कहते हैं। यह ऐसी व्यावसायिक क्रिया है जो उत्पादों के बढ़ाने, उत्पादन, प्रक्रियण अथवा निर्माण से संबंधित है। ये उत्पाद, उपभोक्ता वस्तुएँ या उत्पादक माल हो सकते है। उपभोक्ता वस्तुएँ वे है जिनका उपयोग अंततः उपभोक्ता द्वारा किया जाता है जैसे अनाज, कपड़ा, सौन्दर्यसवर्धाक आदि। उत्पादक माल वे वस्तुएँ हैं जिनका उपयोग निर्माता द्वारा अन्य वस्तुओं के उत्पादन हेतु किया जाता है, जैसे मशीनें, औजार, उपकरण आदि। व्यापार एवं वाणिज्य का विस्तार औद्योगिक वृद्धि पर निर्भर करता है। यह बाजार का पूर्ति पक्ष है। व्यावसायिक क्रिया के उस भाग को उद्योग कहते हैं जो निम्नलिखित से संबंधित है :

i. सामग्री का निष्कर्षण जैसे कोयला, लौह अयस्क, पैट्रोलियम (निष्कर्षण उद्योग कहलाता हैं);

ii. कच्ची सामग्री का प्रक्रियण तथा तैयार उत्पाद में परिवर्तित करना जैसे साबुन, ब्रैड, पंखे, मशीनें, सीमेंट (निर्माण उद्योग कहलाता है)

iii. रचनात्मक क्रियाएँ जैसे भवन, बाँध, सेतु, सड़कें बनाना (रचनात्मक उद्योग कहलाता है)

अतः वस्तुओं के निष्कर्षण, उत्पादन, प्रक्रियण, निर्माण तथा संविरचन में संलग्न मानवीय क्रियाएँ उद्योग के अंतर्गत आती है। अन्य रूप में, उद्योग का अभिप्राय कारखानों के एक ऐसे समूह से है जो एक विशिष्ट उत्पाद में विशेषज्ञता रखता है। उदाहरणार्थ: सूती वस्त्र बनाने वाले सभी कारखाने सूती वस्त्र उद्योग के अंश है। सीमेंट बनाने वाले सभी कारखाने सीमेंट उद्योग का अंश है।

एक उद्योग

चित्र : एक उद्योग

2.3 उद्योगों का वर्गीकरण अथवा प्रकार

उद्योगों के कई प्रकार हैं। ये निम्नलिखित है :

(i) प्राथमिक उद्योग : प्राथमिक उद्योग का संबंध प्रकृति की सहायता से वस्तुओं के उत्पादन से है। यह प्रकृति उन्मुखी उद्योग है जिसके लिए बहुत कम मानवीय प्रयासों की आवश्यकता होती है

कृषि उद्यम

चित्र- कृषि उद्यम

उदाहरणार्थः कृषि, वन विज्ञान, मछली पकड़ना, उद्यान विज्ञान आदि।

(ii) जननिक उद्योग : बिक्री के उद्देश्य से निश्चित प्रजाति क पौधों तथा जन्तुओं के प्रजनन तथा वृद्धि में संलग्न उद्योग, जनन उद्योग कहलाते हैं। इनकी बिक्री से लाभ कमाना इनका मुख्य उद्देश्य होता है। उदाहरणार्थ: पौधों की नर्सरी, पशु-पालन, मुर्गी-पालन आदि।

चित्र : जनन उद्योग

(iii) निष्कर्षण उद्योग : भूमि, वायु अथवा जल से वस्तुओं को निकालना निष्कर्षण उद्योग है। निष्कर्षण उद्योग के उत्पाद सामान्यतः कच्चे रूप में आते हैं तथा निर्माण एवं रचनात्मक उद्योग इनका उपयोग नए उत्पाद बनाने हेतु करते हैं उदाहरणार्थः खनन उद्योग, कोयला, खनिज, तेल, लौह अयस्क, वनों से लकड़ी तथा रबर का निष्कर्षण आदि।

चित्र : निष्कर्षण उद्योग

(iv) निर्माण उद्योग: निर्माण उद्योग मशीनों तथा मानव शक्ति की सहायता से कच्चे माल को तैयार माल में रूपांतरित करने में संलग्न हैं। तैयार माल या तो उपभोक्ता वस्तु हो सकता है या उत्पादक वस्तु जैसे- कपड़ा, रसायन, चीनी उद्योग, कागज उद्योग आदि।

चित्र : निर्माण उद्योग

(v) संरचनात्मक उद्योग : संरचनात्मक उद्योग भवनों, सेतुओं, सड़कों, बाँधों, नहरों आदि के निर्माण में लगे हैं। यह उद्योग अन्य सभी प्रकार के उद्योगों से भिन्न है क्योंकि अन्य उद्योगों में माल एक स्थान पर बनाया जाता है तथा किसी अन्य स्थान पर बेचा जाता है। परंतु संरचनात्मक उद्योग में माल जहाँ बनाया जाता है उसी स्थान पर स्थित रहता है अर्थात् वहीं बेचा जाता है।

चित्र : एक भवन निर्माण

(vi) सेवा उद्योग : आधुनिक समय में सेवा क्षेत्र, राष्ट्र के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है और इसलिए इसे सेवा उद्योग कहते हैं। होटल उद्योग, पर्यटन उद्योग, मनोरंजन उद्योग आदि इस श्रेणी में आने वाले मुख्य उद्योग हैं।

चित्र : सेवा उद्योग

2.4 वाणिज्य

उद्योग का संबंध वस्तुओं के उत्पादन से है जबकि वाणिज्य इन वस्तुओं को उन्हें उपलब्ध कराता है, जिन्हें इनकी आवश्यकता है। अन्य शब्दों में वाणिज्य का संबंध मुख्यतः माल के वितरण से है। यह उन सभी कार्यों को समाविष्ट करता है जो माल के स्वतंत्र तथा निर्बाधित प्रवाह को बनाए रखने हेतु आवश्यक है। इसलिए वाणिज्य के अंतर्गत 'व्यापार' तथा 'व्यापार की सहायक क्रियाएँ' सम्मिलित हैं।

2.5 व्यापार

'व्यापार' शब्द का अभिप्राय क्रय तथा विक्रय से लगाया जाता है। इसलिए खरीदने तथा बेचने वाला व्यापारी कहलाता है। एक व्यापारी, उत्पादक तथा उपभोक्ता के बीच मध्यस्थ का कार्य करता है। व्यापार, थोक अथवा फुटकर हो सकता है। एक थोक व्यापारी, उत्पादक से बड़ी मात्रा में माल खरीदता है और थोड़ी-थोड़ी मात्रा में फुटकर व्यापारी को बेचता हे। एक फुटकर व्यापारी वह है जो थोक व्यापारी से माल खरीदता है अथवा कभी-कभी सीधे उत्पादक से माल खरीदता है और उसे थोड़ी-थोड़ी माना में अंतिम उपभोक्ता को बेचता है।

2.6 व्यापार की सहायक क्रियाएँ

व्यापार के सहायक

1. परिवहन

2. भंडारण

3. बीमा

4. विज्ञापन

5. बैंकिंग

उत्पादन केन्द्रों से उपभोग केन्द्रों तक माल के प्रवाह को संभव बनाने वाली सभी क्रियाएँ व्यापार की सहायक क्रियाएँ कहलाती हैं। व्यापार की सहायक क्रियाओं को पाँच श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है : (i) परिवहन, (ii) भंडारण, (iii) बीमा, (iv) विज्ञापन, तथा (v) बैंकिंग।

परिवहन : सभी वस्तुओं को उनके उत्पादन केन्द्रों पर अथवा उनके आस-पास बेचना संभव नहीं होता। अतः माल को उन विभिन्न स्थानों पर भेजना पड़ता है जहाँ उनकी माँग होती है। मनुष्य तथा माल को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाने वाले माध्यम को परिवहन कहते हैं। परिवहन तीन प्रकार का हो सकता है :

(क) भूमि परिवहन - सड़क, रेल।

(ख) वायु परिवहन वायुयान।

(ग) जल परिवहन – नाव, जहाज।

भंडारण : बड़ी मात्रा में उत्पादन के इस युग में भंडारण अनिवार्य है। माल के उत्पादन के समय से लेकर उसके विक्रय के समय तक उसे सुरक्षित रखने हेतु भंडारण की आवश्यकता होती है। भंडारगृहों को मालगोदाम भी कहते हैं।

बीमा : उत्पादन प्रक्रिया अथवा परिवहन के दौरान दुर्घटना अथवा भंडारगृह में आग अथवा चोरी आदि से माल की हानि हो सकती है। व्यवसायी इन जोखिमों से बचाव चाहते हैं। इस संबंध में उनके बचाव हेतु बीमा कंपनियाँ आती हैं। ये कंपनियाँ ऐसे जोखिमों से होने वाली हानि की क्षतिपूर्ति का वचन देती हैं। इस उद्देश्य से व्यवसाय द्वारा बीमा कंपनियों से 'बीमा पालिसी' ली जाती है और नियमित रूप से एक निश्चित धनराशि का भुगतान इन बीमा कंपनियों को किया जाता है जिसे 'बीमा प्रीमियम' कहते हैं।

विज्ञापन : माल को बेचने में विज्ञापन एक प्रभावी सहायक है। उत्पादक, विज्ञापन के माध्यम से संभावित उपभोक्ताओं को अपने माल के संबंध में सभी सूचनाएँ संप्रेषित करता है तथा उनमें अपने उत्पाद को खरीदने की दृढ़ इच्छाशक्ति जागृत करता है। विज्ञापन विभिन्न तरीकों से किया जा सकता है। यह आन्तरिक अथवा बाह्य हो सकता है। लोगों को उनके घरों में ही विज्ञापन द्वारा संप्रेषित करना आन्तरिक विज्ञापन कहलाता है, समाचार-पत्र, रेडियो, टेलीविजन आदि के द्वारा विज्ञापन। इस प्रकार के विज्ञापन के उदाहरण हैं। लोगों को उनके घरों से बाहर विज्ञापन द्वारा संप्रेषित करना बाह्य विज्ञापन कहलाता है। सिनेमा थियेटर में विज्ञापन, दीवारों पर पोस्टर तथा प्रमुख स्थानों पर विज्ञापन बोर्ड लगाना इस प्रकार के विज्ञापन के उदाहरण हैं।

बैंकिंग : बैंकों के बिना व्यवसाय के समुचित रूप से संचालन के बारे में हम आजकल सोच भी नहीं सकते। व्यवसाय प्रारंभ करने हेतु तथा उसे भली प्रकार चलाने हेतु हमें मुद्रा की आवश्यकता होती है। बैंक मुद्रा की आपूर्ति करते हैं। बैंक एक ऐसा संगठन है जो जनता से मुद्रा की जमा स्वीकार करता है, जो मांग पर वापिस आहरित की जा सकती है, तथा उस जमा को उन्हें ऋण के रूप में प्रदान करता है जिन्हें उसकी आवश्यकता है। व्यवसाय क्रिया हेतु आवश्यक कई सेवाएं भी बैंक उपलब्ध कराता है। यहाँ विभिन्न व्यावसायिक क्रियाओं का विहंगावलोकन किया जा चुका है।

पाठगत प्रश्न 2.1

I. सही विकल्प पर सही का चिन्ह (सही) लगाइए :

i. उद्योग का संबंध उत्पादन/वितरण से है।

ii. वाणिज्य मुख्य रूप से उत्पादन/वितरण से संबंधित है।

iii. बड़ी मात्रा में माल का क्रय तथा विक्रय करने वाला थोक व्यापारी/फुटकर व्यापारी कहलाता है।

iv. मानव तथा सामग्री के एक स्थान से दूसरे स्थान पर आवागमन में उपयोग किया जाने वाला माध्यम बीमा/परिवहन है।

II. 'डालमिया तेल मिल' परिष्कृत तेल उत्पादित करती है। उनका समस्त उत्पादन 'रूचि तेल डिपो' द्वारा उठा लिया जाता है जो उसे विभिन्न फुटकर विक्रेताओं को बेचती है। श्रीमती प्रीति ने 2 लिटर तेल 'बालाजी खाद्य भंडार' से खरीदा। उपरोक्त के आधार पर निम्नलिखित के नाम लिखिए :

	नाम
i. निर्माता	
ii. थोक व्यापारी	
iii. फुटकर व्यापारी	
iv. उपभोक्ता	

2.7 ई-वाणिज्य का अर्थ तथा परिभाषा

इंटरनेट आज सफलता का ओर अग्रसर होता उद्योग है। तकनीकी विकास की तेज दर के साथ-साथ अधिक से अधिक लोग कम्प्यूटर एवं इंटरनेट का उपयोग करने लगे हैं। अपनी दिन-प्रतिदिन की आवश्यकताओं के कारण वे कम्प्यूटर का अधिकाधिक उपयोग करना सीखने लगे हैं। यहाँ ई-वाणिज्य वैबसाइटें सबसे आगे हैं क्योंकि आपके उत्पाद जैसे उत्पादों अथवा सेवाओं को ऑन लाइन खोजने हेतु लाखों लोग इनका उपयोग कर रहे हैं। सरल शब्दों में, वस्तुओं तथा सेवाओं का इंटरनेट के माध्यम से क्रय तथा विक्रय करना, ई-वाणिज्य अथवा इलैक्ट्रॉनिक वाणिज्य कहलाता है। व्यवसाय में कोई भी निर्णय लेने से पूर्व उसके लाभों को ध्यान में रखा जाता है, अतः कंपनी को भी ई-वाणिज्य का नई कार्यनीति के कार्यान्वयन के लाभों को ध्यान में रखना चाहिए। इसलिए प्रथम एवं सर्वाधिक महत्वपूर्ण बात, जिसे जानने का आवश्यकता है वह यह है आपके जैसे व्यवसाय में ई-वाणिज्य विशेषता वाली वैबसाइट का आवश्यकता है अथवा नही?

परंपरागत व्यवसाय तथा ई-व्यवसाय में अंतर

अंतर का आधार	परंपरागत व्यवसाय	ई-व्यवसाय
1. स्थापना	कठिन	सरल
2.शारीरिक उपस्थिति	आवश्यक	आवश्यक नहीं
3. स्थापना लागत	अधिक	कम
4. प्रचालन लागत	माल की प्राप्ति, विपणन तथा वितरण में निवेश के कारण प्रचालन लागत अधिक होती है।	भौतिक सुविधाओं की आवश्यकता नहीं होती, इसलिए प्रचालन लागत कम होती है।
5. सौदे में लगने वाला समय	अधिक	कम समय। क्योंकि लेनदेन इंटरनेट पर हो जाते हैं।
6. व्यक्तिगत संपर्क का अवसर	अधिक	कम
7. व्यवसाय चक्र की लंबाई	विभिन्न व्यावसायिक प्रक्रियाओं में आनुक्रमिक संबंध के कारण व्यवसाय चक्र अधिक लंबा होता है।	सामान्यतः सभी व्यावसायिक प्रक्रियाएँ एक साथ पूर्ण हो जाती हैं, इसलिए व्यवसाय चक्र छोटा होता है।
8.सरकारी सहायता	कम	अधिक, क्योंकि सूचना प्रौद्योगिकी क्षेत्र को प्राथमिकता दी जाती है।

9. वैश्विक पहुँच	कम	अधिक

ई-व्यवसाय के उप समुच्चय ई-वाणिज्य अथवा इलैक्ट्रॉनिक वाणिज्य का अभिप्राय है कम्प्यूटर नेटवर्क (जैसे इंटरनेट) पर वस्तुओं तथा सेवाओं का क्रय, विक्रय एवं विनिमय करना और लेनदेन अथवा विक्रय की शर्तों को इलैक्ट्रॉनिक तरीके से निष्पादित करना। व्यवहार में ई-वाणिज्य तथा ई-व्यवसाय को प्रायः समान अर्थों में प्रयुक्त किया जाता है। ऑन लाइन फुटकर विक्रय हेतु कभी-कभी 'ई-टेलिंग' शब्द भी प्रयोग किया जाता है।

इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों द्वारा वित्तीय लेनदेनों को व्यवस्थित रूप से पूरा करना इलैक्ट्रॉनिक वाणिज्य है। इंटरनेट पर वाणिज्य की बड़ी सफलता के साथ, वर्ल्ड वाइड वैब (जिसे ई-वाणिज्य वैबसाइटें भी कहते हैं) पर ऑनलाइन स्टोरों से खरीदारी करना सामान्यतः ई वाणिज्य कहा जाता है। ई-वाणिज्य को चार मुख्य श्रेणियों में बाँटा जा सकता है : B 2 B, B 2 C, C 2 B तथा C 2 C.

2.8 ई-वाणिज्य के प्रकार

ई-वाणिज्य को निम्न प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है :

B 2 B (व्यवसाय से व्यवसाय) : कम्पनियाँ एक-दूसरे के साथ व्यवसाय करती हैं जैसे उत्पादक, वितरक को विक्रय करता है और थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी को विक्रय करता है। कीमतें आदेश की मात्रा पर निर्भर करती हैं जो प्रायः बातचीत से तय होती हैं।

B 2 C (व्यवसाय से उपभोक्ता) : व्यवसाय, सूची पत्र का उपयोग करके प्रतिनिधिक रूप से शापिंग कार्ट साफ्टवेयर के माध्यम से सामान्य जनता को माल बेचते हैं। B 2 B डॉलर की मात्रा में मूल्य लेते हैं तथा उपभोक्ता से लेनदेन करते हैं।

चित्र : ई-वाणिज्य के प्रकार

C 2 B (उपभोक्ता से व्यवसाय) : एक उपभोक्ता तय बजट के साथ अपनी परियोजना ऑनलाइन भेजता है तथा कुछ ही घंटों में कंपनियाँ उसकी आवश्यकताओं की समीक्षा करके उसकी परियोजना पर अपनी बोली (प्रस्ताव) भेजती हैं। उपभोक्ता उन बोलियों की समीक्षा करता है तथा उस कंपनी का चयन करता है जो उसकी परियोजना को पूर्ण करेगी। C 2 B उपभोक्ता को ऐसे लेनदेनों हेतु आवश्यक आधार उपलब्ध कराकर संपूर्ण विश्व के लिए अधिकृत करती है।

C 2 C (उपभोक्ता से उपभोक्ता) : कई साइटें निःशुल्क वर्गीकृत, नीलामी तथा मंच प्रस्तुत करती है जहाँ व्यक्ति, वस्तुओं का क्रय-विक्रय ऑनलाइन भुगतान प्रणाली के माध्यम

से कर सकते हैं जैसे ‘Pay Bill’ जहाँ लोग सरलता से धन भेज सकते हैं तथा प्राप्त कर सकते हैं। ‘ई-बेय’ का नीलामी सेवा एक अच्छा उदाहरण है जहाँ वर्ष 1995 से प्रतिदिन व्यक्ति-से-व्यक्ति के बीच लेनदेन होते हैं।

कंपनियाँ B 2 E (व्यवसाय से कर्मचारी) ई-वाणिज्य में रत हैं जिसके अंतर्गत वे अपने कर्मचारियों को वैबसाइट पर ऑनलाइन (आवश्यक रूप से ऑनलाइन नहीं) उत्पादों को अपने आंतरिक नेटवर्क पर प्रस्तुत करती हैं।

ई-वाणिज्य के अन्य रूप सरकार के साथ लेनदेन में संलग्न हैं जैसे कर प्राप्ति, कर की रिटर्न जमा करना, व्यवसाय पंजीकरण तथा लाइसेंस नवीनीकरण।

ई-वाणिज्य का अन्य श्रेणियाँ भी हैं परंतु उनका वर्णन यहाँ अनावश्यक है। इनमें से कुछ निम्नलिखित हैं-

G2G (सरकार-से-सरकार), G2E (सरकार-से-कर्मचारी), G 2 B (सरकार-से-व्यवसाय), B2G (व्यवसाय-से-सरकार), G2C (सरकार-से-नागरिक), C2G (नागरिक-से-सरकार)।

2.9 ई-वाणिज्य के लाभ

आपने महसूस कर लिया होगा व्यावसायिक लेनदेनों को इलैक्ट्रॉनिक तरीके से करने का क्षेत्र काफी विस्तृत है। ई-वाणिज्य थोक व्यापार तथा फुटकर व्यापार, दोनों के लिए उपयुक्त है। विश्व के विभिन्न भागों में व्यावसायिक इकाइयों के बीच इंटरनेट के माध्यम से चौबीसों घंटे क्रय-विक्रय चलता रहता है। आइए, ई-वाणिज्य के लाभों का चर्चा करें :

(i) विस्तृत चयन : अच्छी विकसित कम्प्यूटर नेटवर्किंग प्रणाली की मदद से व्यावसायिक इकाईयाँ राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रचालन कर सकती हैं। अतः ग्राहकों को उत्पादों एवं सेवाओं के विस्तृत चयन की सुविधा उपलब्ध होती है। व्यवसायियों को भी अपने उत्पादों एवं सेवाओं हेतु विस्तृत बाजार उपलब्ध होता है।

(ii) अच्छी ग्राहक सेवाएँ : माल तथा सेवाओं के आपूतिकर्ता अपने ग्राहकों को सेवाओं की विस्तृत श्रृंखला प्रस्तुत कर सकते हैं। ये सेवाएँ विक्रय से पूर्व तथा पश्चात्, दोनों प्रकार की हो सकती हैं जैसे- उत्पाद के बारे में जानकारी, उपयोग हेतु दिशानिर्देश, उत्पाद की किस्म तथा उपयोगिता के बारे में ग्राहकों की पूछताछ के प्रत्युत्तर आदि।

(iii) ग्राहक आवश्यकताओं के प्रति तीव्र संवेदनशीलता : ई-वाणिज्य व्यावसायिक लेनदेनों में क्रय-विक्रय की सामान्य प्रक्रिया की तुलना में बहुत कम समय लगता है। ऐसा इसलिए संभव होता है क्योंकि उत्पादकों द्वारा वितरण का छोटा माध्यम अपनाया जाता है और उपभोक्ताओं को उत्पादों तथा सेवाओं की सीधे आपूर्ति की जाती है।

(iv) लागत में बचत तथा मूल्यों में कमी : ई-वाणिज्य द्वारा किए गए व्यावसायिक लेनदेनों की लागत काफी कम होती है। प्रदर्शन-कक्ष में माल को प्रदर्शित करने अथवा गोदामों में अधिक स्टॉक रखने की आवश्यकता ही नहीं पड़ती। व्यवसाय

चलाने के लिए कर्मचारी भी कम ही रखने पड़ते हैं। अतः प्रचालन लागत स्वाभाविक रूप से कम आती है। इसलिए ग्राहकों को कम दर पर माल मिल सकता है।

(v) बाजार की जानकारी : इंटरनेट के माध्यम से बाजार की जानकारी की उपलब्धता के कारण व्यावसायिक इकाईयाँ ग्राहकों की आवश्यकताओं को पहचानकर यथानुसार नया माल बनाती हैं तथा बेहतर सेवाएँ उपलब्ध कराती हैं।

पाठगत प्रश्न 2.2

बहु विकल्पीय प्रश्न

i. पौधों के उगाने में संलग्न उद्योग कहलाते है :

क) विनिर्माण उद्योग

ख) निर्माणी उद्योग

ग) निष्कर्षण उद्योग

घ) जननिक उद्योग

ii. भवन, सड़कें तथा सेतु आदि के निर्माण में संलग्न उद्योग कहलाते है :

क) विनिर्माण उद्योग

ख) निर्माणी उद्योग

ग) निष्कर्षण उद्योग

घ) जननिक उद्योग

iii. ई-वाणिज्य का अभिप्राय है कि वस्तुओं तथा सेवाओं का क्रय-विक्रय किया जाए :

क) इलैक्ट्रॉनिक माध्यम से

ख) व्यक्तिगत रूप से

ग) डाकघर के माध्यम से

घ) टेलीविजन के माध्यम से

iv. व्यापार के सहायकों में सम्मिलित है –

क) बैंकिंग

ख) निर्माण

ग) क्रय

घ) विक्रय

v. ई-वाणिज्य में सम्मिलित नहीं है –

क) A 2 4

ख) B 2 B

ग) B 2 C

घ) G 2 G

आपने क्या सीखा

- लाभार्जन के प्रयोजन से की जाने वाली किसी भी क्रिया को व्यवसाय कहते हैं। व्यवसाय में संलग्न व्यक्ति को व्यवसायी कहते हैं। व्यावसायिक क्रियाओं को मुख्य रूप से दो वर्गों में वर्गीकृत कर सकते हैं- उद्योग तथा वाणिज्य। उद्योग का संबंध सामग्री के प्रक्रियण तथा वस्तुओं के उत्पादन से है, जबकि वाणिज्य का संबंध उन सामग्रियों तथा वस्तुओं के वितरण से हैं।
- वाणिज्य एक व्यापक शब्द है जिसमें परंपरागत रूप से व्यापार तथा व्यापार के सहायक सम्मिलित है। क्रय तथा विक्रय की क्रिया, व्यापार है। व्यापार की सहायता अथवा उसे सुविधाजनक बनाने हेतु कई क्रियाएँ जैसे परिवहन, भंडारण, बीमा, विज्ञापन तथा बैंकिंग आदि आवश्यक हैं। इन्हें व्यापार की सहायक क्रियाएँ कहते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. व्यवसाय से आपका क्या अभिप्राय है? व्यावसायिक क्रियाओं के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कीजिए।
2. ई-वाणिज्य को परिभाषित कीजिए। इसके गुणों का विवेचन कीजिए।
3. उद्योग का क्या अर्थ है? उद्योगों के विभिन्न प्रकारों की चर्चा कीजिए।
4. ई-वाणिज्य के प्रकार कौन-कौन से हैं?
5. व्यापार की सहायक क्रियाओं का क्या अर्थ है? व्याख्या कीजिए।
6. एक व्यवसायी के रूप में अपने व्यवसाय के दैनिक लेनदेनों में आप किन-किन सहायकों का प्रयोग करेंगे? टिप्पणी कीजिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

.1 I. (i) उत्पादन (ii) वितरण (iii) थोक व्यापारी (iv) परिवहन

II. (i) डालमिया तेल मिल (ii) रूचि तेल डिपो

(iii) बालाजी खाद्य भंडार (iv) श्रीमती प्रीति

2.2 (i) घ (ii) क (iii) क (iv) क (v) क

आपके लिए क्रियाकलाप

- आपके क्षेत्र में होने वाला पाँच व्यावसायिक क्रियाओं की पहचान कीजिए। उन्हें उद्योग तथा वाणिज्य में वर्गीकृत कीजिए। साथ ही, उद्योग के अंतर्गत, क्या आप बता सकते हैं कि वे प्राथमिक, अथवा तृतीयक उद्योग हैं?

पाठ्यक्रम II

अधिकतम अंक 15

अध्ययन के घंटे 35

व्यावसायिक संगठनों के प्रकार

आकार, स्वामित्व तथा प्रबन्धन आवश्यकताओं के आधार पर व्यापारिक इकाईयों का एक निश्चित संगठनात्मक आकार/ढांचा होता है।

इस मोड्यूल का अध्ययन करने के पश्चात्, अध्ययनकर्ता व्यापारिक इकाइयों को विभिन्न व्यापारिक संगठनों में विभाजित कर सकेगा, जैसे कि - एकल स्वामित्व, साझेदारी फर्म, हिन्दू अविभाजित परिवार, सहकारी समितियां तथा संयुक्त पूँजी कम्पनियां।

पाठ 3 : एकल स्वामित्व, साझेदारी तथा हिन्दू अविभाजित परिवार

पाठ 4 : सहकारी समितियां तथा संयुक्त पूँजी कम्पनियां

3. एकल स्वामित्व, साझेदारी तथा हिन्दू अविभाजित परिवार

हम अपनी दैनिक आवश्यकताओं की वस्तुएं खरीदने बाजार जाते हैं। बाजार में छोटी-बड़ी हर तरह की दुकानें होती हैं। कुछ लोग सड़क के किनारे सब्जियां, मूंगफली या अखबार बेचते हैं, तो कहीं फुटपाथ पर जूतों की मरमत करता हुआ मोची होता है। आप अपनी बस्ती में ऐसी अनेक दुकानों को प्रतिदिन देखते हैं। लेकिन क्या आपने कभी यह जानने का प्रयत्न किया है कि इन दुकानों का कारोबार कैसे चलता है? इन दुकानों का मालिक कौन है? कोई मालिक किसी व्यवसाय के लिए क्या करता है? आप कहेंगे कि दुकान का मालिक व्यवसाय आरंभ करने के लिए पूँजी लगाता है और इसे चलाने के लिए सारे निर्णय लेता है। व्यवसाय के दिन प्रतिदिन के काम का प्रबंध करता है और इस व्यवसाय के लाभ और हानि का उत्तरदायी भी वही होता है। आपने बिल्कुल ठीक समझा। किसी व्यवसाय का मालिक बिल्कुल यही करता है। अगर आप व्यवसाय के बारे में अधिक विस्तार से जानना चाहेंगे तो आपको पता चलेगा कि कुछ व्यवसायों में ये सारे कार्य एक ही व्यक्ति करता है और कुछ में कई लोग मिल कर ये सारे कार्य करते हैं। पहले वाले को एकल स्वामित्व कहते हैं। कुछ व्यावसायकि इकाइयों में व्यक्ति व्यवसाय के स्वामी बनने हेतु एकजुट होते हैं तथा लाभ-हानि आपस में बाँटते हैं। यह व्यावसायिक संगठन का एक अन्य स्वरूप है जिसे साझेदारी कहते हैं। व्यावसायिक संगठन का एक अन्य स्वरूप संयुक्त हिन्दू परिवार है जिसमें परिवार के पास पूर्वजों से मिली कुछ संपत्ति होती है। इसे हिन्दू अविभाजित परिवार व्यवसाय कहते हैं।

इस पाठ में हम व्यावसायिक संगठनों के इन स्वरूपों के बारे में और अधिक जानने का प्रयास करेंगे।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- व्यावसायिक संगठन के एकल स्वामित्व स्वरूप का अर्थ स्पष्ट कर सकेंगे;
- व्यावसायिक सगंठन के एकल स्वामित्व स्वरूप की विभिन्न विशेषताएं बता सकेंगे;
- व्यावसायिक संगठन के एकल स्वामित्व के गुण-दोषों का वर्णन कर सकेंगे;
- साझेदारी का अर्थ समझ सकेंगे;

व्यवसायिक संगठन के साझेदारी स्वरूप के विशेषताओं को जान सकेंगे;

- व्यवसाय के संगठन के साझेदारी स्वरूप के लाभ एंव सीमाओं का वर्णन कर सकेंगे;
- सीमित दायित्व साझेदारी की संकल्पना की व्याख्या कर सकेंगे; और
- विशेषताओं, गुण तथा दोषों सहित संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय की व्याख्या कर सकेंगे।

3.1 एकल स्वामित्व का अर्थ

एकल स्वामित्व का अर्थ है- एक व्यक्ति का स्वामित्व। इसका मतलब यह हुआ कि एक ही व्यक्ति व्यवसाय का स्वामी होता है। इस प्रकार एकल स्वामित्व वह व्यापार संगठन है, जिसमें एक ही व्यक्ति स्वामी होता है जोर व्यवसाय से संबंधित सभी कार्यकलापों का प्रबंधन और नियंत्रण उसी के हाथ में होता है। एकल व्यवसाय के स्वामी और संचालक 'एकल स्वामी' या 'एकल व्यवसायी' कहलाते है। एकल व्यवसायी अपने व्यवसाय से संबंधित सभी संसाधनों को जुटाकर उन्हें योजनाबद्ध ढंग से व्यवस्थित करता हैं तथा लाभ कमाने के एकमात्र उद्देश्य से सारी गतिविधियों का संचालन करता है।

एकल स्वामित्व

चित्र : एकल स्वामित्व

3.2 एकल स्वामित्व की विशेषताएं

एकल स्वामित्व व्यवसाय स्वरूप को निम्नलिखित विशेषताएं हैं-

i) स्थापना में सरल : एक आदर्श संगठन को स्थापना में सरलता होनी चाहिए। सरल स्थापना का अभिप्राय है कानूनी तथा अन्य औपचारिकताओं का न्यूनतम होना। एकल स्वामित्व की स्थापना सरल है।

ii) एकल स्वामित्व : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय का स्वामी एक ही व्यक्ति होता है। यह व्यक्ति ही व्यवसाय से संबंधित सभी संपत्तियों का स्वामी होता है और यही सारे जोखिम उठाता है। इसलिए एकल स्वामित्व व्यवसाय स्वामी की मृत्यु के साथ या स्वामी की इच्छा से समाप्त हो जाता है।

iii) लाभ हानि में भागीदार नहीं : एकल स्वामित्व व्यवसाय से प्राप्त संपूर्ण लाभ स्वामी को होता है। यदि हानि हो जाए, तो उसका भार भी स्वामी को ही उठाना होता है। एकल स्वामित्व में हुए हानि-लाभ में स्वामी का कोई और भागीदार नहीं होता।

iv) एक व्यक्ति की पूँजी : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय में एक ही व्यक्ति पूँजी जुटाता है। वह इसके लिए अपने पास से पैसे जमा करता है या फिर मित्रों और संबंधियों से ऋण लेता है। आवश्यकता पड़ने पर वह बैंकों

औंर अन्य वित्तीय संस्थाओं से भी ऋण ले सकती है।

v) एक व्यक्ति का नियंत्रण : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय का नियंत्रण सदैव स्वामी के हाथों में होता है। वही व्यापार के संचालन से संबंधित सारे फैसले लेता है।

vi) असीमित देनदारी : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय के स्वामी की देनदारी असीमित होती है। इसका अर्थ यह है कि हानि की स्थिति में व्यवसाय की देनदारियां चुकाने के व्यवसाय का संपदा या उसका निजी संपत्ति बेचनी पड़ सकती है।

3.3 एकल स्वामित्व के लाभ

हमारे देश में एकल स्वामित्व बहुत प्रचलित है। इसके निम्नलिखित लाभ हैं :

i) स्थापित करने तथा समाप्त करने में सरल : एकल स्वामित्व को स्थापित करना बहुत ही सरल है। बहुत कम पूंजी से व्यवसाय प्रारम्भ किया जा सकता है। कानूनी औपचारिकताएं बहुत कम है, जैसे- व्यापार को स्थापित करना सरल है उसी प्रकार उसे बंद/समाप्त करना बहुत आसान है। यह स्वामी का अपना स्वयं का निर्णय होता है कि वह व्यापार को कभी भी बंद कर सकता है।

ii) अधिक लाभ के लिए प्रेरित करना : एकल स्वामित्व द्वारा अर्जित लाभ सीधा एकल स्वामी को जाता है जबकि हानि का जोखिम भी वह स्वयं ही उठाता है। अतः परिश्रम तथा लाभ हानि का सीधा सम्बंध है। इसलिये यदि वह अधिक परिश्रम करेगा तो उसे अधिक लाभ होगा और यदि नहीं तो नहीं। यह, एकल स्वामी को अधिक परिश्रम करने की प्रेरणा देता है।

iii) शीघ्र निर्णय तथा उचित कार्यवाही : एकल स्वामित्व में व्यापार में स्वामी ही सही और गलत का निर्णय लेने के लिए उत्तरदायी होता है, क्योंकि निर्णय लेने में किसी अन्य की साझेदारी नहीं होती इसलिए यह सही और तुरन्त निर्णय लेने में सहायक होता है।

iv) उत्तम नियंत्रण : एकल स्वामित्व के व्यापार में, व्यापार के प्रत्येक कार्यकलापों पर स्वामी का नियंत्रण रहता है। वही योजना को बनाता है तथा वही उसे सगंठित करता है। समन्वय कर्ता प्रत्येक कार्यकलाप पर अच्छे से अच्छा नियंत्रण तथा देखभाल कर सकता है क्योंकि वही एकमात्र स्वामी होने के नाते उसके पास पूरे अधिकार होते है।

v) व्यापार की गोपनीयता को संजोकर रखता है : व्यापार में एकल स्वामित्व में स्वामी अपनी योजनाओं और कार्यकलापों को स्वयं अपने नियंत्रण में रख सकता है, क्योंकि वहीं प्रबन्ध करता है और नियंत्रण करता है उसे किसी और को अपनी सूचना का खुलासा करने की आवश्यकता नहीं है।

vi) घनिष्ठ व्यक्तिगत सम्बंध : व्यापार में एकल स्वामी ही एकमात्र व्यक्ति होता है जो ग्राहकों तथा कर्मचारियों से घनिष्ठ एवं मधुर सम्बंध बना सकता है। ग्राहकों से सीधा सम्पर्क/सम्बन्ध उसे ग्राहक की पसंद अथवा नापसंद को जानने में सहायक होते है। यह कर्मचारियों से भी घनिष्ठ एवं मधुर सम्बंध बनाने में मदद करता है तभी तो व्यापार सुगमता से चलता है।

vii) स्वः रोजगार देना : एकल स्वामित्व व्यक्तियों को स्वयं रोजगार के अवसर प्रदान करता है। वह स्वयं ही सेवायोजित नहीं होता। बल्कि औरों को भी रोजगार उपलब्ध कराता है। आपने देखा होगा कि विभिन्न दुकानों पर कई लोग कार्य करते है जो मालिक की माल विक्रय में मदद करते है। इस प्रकार यह देश में बेरोजगारी और निर्धनता दूर करने में भी मददगार है।

3.4 एकल स्वामित्व की सीमाएं

ऊपर बताए गए गुणों के कारण एक व्यक्ति द्वारा संचालित व्यवसाय संगठन व्यवसाय का सबसे अच्छा स्वरूप है। लेकिन अन्य संगठनों के समान इसका कुछ सीमाएं भी हैं। आइए इन सीमाओं का अध्ययन करें :

i) सीमित पूँजी : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय में केवल स्वामी ही पूँजी लगाता है। एक व्यक्ति के लिए अधिक पूँजी लगाना प्रायः कठिन होता है। स्वामी की अपनी पूँजी और कर्ज पर ली गई पूँजी कभी-कभी व्यापार को बढ़ाने के लिए पर्याप्त नहीं हो पाती।

ii) निरंतरता का अभाव : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय संगठन का अस्तित्व स्वामी के जीवन पर निर्भर है। जब भी एकल स्वामी इससे सम्बन्ध विच्छेद करने का निर्णय लेगा अथवा उसकी मृत्यु हो जायेगी तो व्यवसाय बंद हो जाएगा।

iii) सीमित आकार : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय संगठन में एक सीमा से आगे व्यवसाय का विस्तार करना कठिन होता है। यदि व्यापार एक निश्चित सीमा से आगे बढ़ जाएगा तो एक अकेले व्यक्ति के लिए उसकी देखभाल करना और प्रबंध करना हमेशा संभव नहीं होता।

iv) प्रबंधन सम्बंधी विशेषज्ञता का अभाव : एकल स्वामी प्रबंध के सभी पहलुओं में कुशल नहीं हो सकता है। वह प्रशासन और नियोजन में दक्ष हो सकता है, लेकिन विपणन में कमजोर हो सकता है।

पाठगत प्रश्न 3.1

एकल स्वामित्व से संबंधित निम्नलिखित कथनों के खाली स्थानों को उपयुक्त शब्दों से भरिए।

i. एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय का मालिक, व्यवसाय के विस्तार के लिए पर्याप्त ——- की व्यवस्था नहीं कर सकता है।

ii. व्यवसाय का अस्तित्व ———- के अस्तित्व पर निर्भर करता है।

iii. सीमित वित्तीय संसाधनों और विशेषज्ञता की सीमा के कारण व्यापार में पेशावर —— का अभाव हो सकता है।

iv. यह व्यवसाय संगठन ऐसे सरल व्यवसाय के लिए उपयुक्त है, जहां ——- कौशल की आवश्यकता है।

v. एकल स्वामित्व ऐसे बाज़ारों में ग्राहकों की ज़रूरतों को संतुष्ट करता है, जहां उत्पादों का बाज़ार —— और —- होता है।

3.5 साझेदारी का अर्थ

आपने पढ़ा है कि एकल स्वामित्व व्यावसायिक संगठन की कुछ सीमाएं होती है। इसके वित्तीय और प्रबंधाकीय संसाधन बहुत सीमित होते हैं। इसके वित्तीय और प्रबंधाकीय संसाधन बहुत सीमित होते हैं। एक निश्चित सीमा से आगे इस व्यवसाय का विस्तार करना भी संभव नहीं है। एकल स्वामित्व व्यावसायिक संगठन की इन्हीं सीमाओं से निपटने के लिए साझेदारी व्यवसाय अस्तित्व में आया है। आइए पहले यह जानकारी कि साझेदारी किसे कहते है।

मान लीजिए कि आप अपने इलाके में एक रेस्तराँ खोलना चाहते है। इसके लिए आपको पूँजी काम करने वाले लोग, स्थान, बर्तन और कुछ अन्य वस्तुओं का आवश्यकता होगी। आपको लगा कि आप इसके लिए आवश्यक सारा धन नहीं जुटा पाएंगे और न ही आप इस काम को अकेले कर पाएंगे। इसलिए आपने अपने दोस्तों से बात की और उनमें से तीन व्यक्ति आपके साथ मिलकर इस रेस्तराँ को चलाने के लिए तैयार हो गए। वे तीनों रेस्तराँ चलाने के लिए कुछ पूँजी और कुछ दूसरी वस्तुओं की व्यवस्था करने के लिए बी तैयार हो गए। इस प्रकार आप चारों मिलकर रेस्तराँ के स्वामी बने और होने वाले लाभ हानि को भी आपस में बांटने के लिए तैयार हो गए। यह व्यावसायिक संगठन का एक अन्य स्वरूप है, जिसे साझेदारी कहते हैं।

यह दो या दो से अधिक व्यक्तियों का पारस्परिक संबंध है, जिसमे लाभ कमाने के उद्देश्य से एक व्यावसायिक उद्यम का गठन किया जाता है। वे व्यक्ति जो एक साथ मिलकर व्यवसाय करते है, उन्हें व्यक्तिगत रूप से 'साझेदारी' और सामूहिक रूप से 'फर्म' कहा जाता है। जिस नाम से व्यवसाय किया जाता है उसे 'फर्म का नाम' कहते है। सुलतान एंड कंपनी, रामलाल एंड कंपनी, गुप्ता एंड कंपनी आदि कुछ फर्मों के नाम हैं।

साझेदारी फर्म भारतीय साझेदारी अधिनियम, 1932 के प्रावधानों के अंतर्गत नियंत्रित होती है। भारतीय साझेदारी अधिनियम, 1932 का धारा 4 के अनुसार साझेदारी उन व्यक्तियों का आपसी संबंध है, जो उन सबके द्वारा या उन सबकी ओर से एक साझेदार द्वारा संचालित व्यवसाय का लाभ आपस में बांटने के लिए सहमत होते हैं।

साझेदारी व्यवसाय का एक दृश्य

चित्र : साझेदारी व्यवसाय का एक दृश्य

3.6 व्यावसायिक संगठन के साझेदारी स्वरूप की विशेषताएं

साझेदारी के बारे में संक्षिप्त जानकारी के पश्चात् आइए संगठन की विभिन्न विशेषताओं का अध्ययन करें :

i) दो या अधिक सदस्य : साझेदारी व्यवसाय के लिए कम से कम दो व्यक्तियों को आवश्यकता होती है। परंतु

बैंकिंग व्यवसाय में यह संख्या 10 से और साधारण व्यवसाय में 20 से अधिक नहीं होनी चाहिए।

ii) अनुबंध : जब भी आप साझेदारी व्यवसाय शुरू करने के लिए दूसरों को साथ लेते हैं तो आप सबके बीच समझौता या अनुबंध होना जरूरी है। इसमें निम्नलिखित बातें सम्मिलित होती हैं :

- प्रत्येक साझेदार द्वारा विनियोग की जाने वाली पूँजी की राशि;
- लाभ-हानि के बंटवारे का अनुपात;
- साझेदार को दिया जाने वाला वेतन या कमीशन (यदि दिया जाना हो);
- व्यवसाय की अवधि;
- फर्म तथा साझेदारों के नाम और पते;
- प्रत्येक साझेदार के अधिकार और कर्त्तव्य;
- व्यवसाय का स्वरूप और स्थान;
- व्यवसाय के संचालन के लिए अन्य कोई भी शर्त।

iii) वैध-व्यवसाय : साझेदारों को सदैव वैध-व्यवसाय चलाने के लिए ही एक साथ कार्य करने चाहिए। तस्करी, काला बाज़ारी इत्यादि को कानून दृष्टि से साझेदारी व्यवसाय नहीं माना जा सकता।

iv) लाभ विभाजन : प्रत्येक साझेदारी फर्म का मुख्य उद्देश्य व्यवसाय से होने वाले लाभ को तय किए गए अनुपात के अनुसार बांटना है। यदि साझेदारों में इस संबंध में कोई समझौता नहीं हुआ है तो लाभ साझेदारों में बराबर-बराबर बांटा जाता है।

v) असीमित देनदारी : एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय की तरह साझेदारी व्यवसाय में भी सदस्यों की देनदारी असीमित होती है। इस प्रकार यदि व्यवसाय के दायित्वों का भुगतान करने के लिए फर्म की सम्पतियां अपर्याप्त है, तो इसके लिए साझेदारों की निजी संपत्ति का उपयोग किया जा सकता है।

vi) स्वैच्छिक पंजीकरण : साझेदारी फर्म का पंजीकरण करना अनिवार्य नहीं है। हां, यदि आप फर्म का पंजीकरण नहीं कराते, तो आप कुछ लाभों से वंचित रह सकते हैं। इसलिए पंजीकरण करा लेना उचित होगा। पंजीकरण न कराने के कुछ बुरे परिणाम इस प्रकार हैं:

- आपकी फर्म दावों के निपटारे के लिए किसी दूसरी पार्टी के विरूद्ध कानूनी कार्रवाई नहीं कर सकती।
- यदि साझेदारों में आपस में कोई विवाद हो जाए तो इसके समाधान के लिए न्यायालय की सहायता नहीं ली जा सकती।
- आपकी फर्म बकाया या भुगतान के मामले में किसी दूसरी पार्टी से समायोजन का दावा न्यायालय में नहीं कर सकती।

vii) स्वामी एजेंट संबंध : किसी भी फर्म के साझेदार व्यवसाय के संयुक्त स्वामी होते हैं। उन सबको इस फर्म के प्रबंधन में सक्रिय रूप से भाग लेने का समान अधिकार है। प्रत्येक साझेदार फर्म के प्रतिनिधि के रूप में कार्य कर सकता है। जब कोई साझेदार किसी अन्य पक्ष से व्यवसाय संबंधी लेनदेन करता है तो वह अन्य साझेदारों के प्रतिनिधि के रूप में कार्य करता है और उसी समय अन्य साझेदार स्वामी बन जाते हैं इस प्रकार सभी साझेदारी फर्मों में साझेदारों के बीच आपस में स्वामी-एजेंट का संबंध होता है।

viii) व्यापार की निरंतरता : साझेदारी फर्म के किसी साझेदार के मरने, पागल या दिवालिया हो जाने से फर्म का अंत हो जाता है। इसके अलावा भी फर्म के सभी साझेदार जब चाहें साझेदारी समाप्त कर फर्म भंग कर सकते हैं।

3.7 साझेदारी व्यवसाय के लाभ

साझेदारी व्यवसाय के कुछ लाभ हैं जो इस प्रकार हैं :

i) सरल स्थापना : एकल स्वामित्व की तरह साझेदारी व्यवसाय का गठन भी आसान है और इसके लिए किसी कानूनी औपचारिकता की आवश्यकता नहीं है। साझेदारी फर्म का पंजीकरण भी आवश्यक नहीं है। साझेदार आपस में मौखिक या लिखित अनुबंध के आधार पर साझेदारी फर्म का गठन कर सकते हैं।

ii) अधिक संसाधनों की उपलब्धता : चूंकि साझेदारी व्यवसाय का आरंम्भ दो या दो से अधिक व्यक्ति करते हैं, इसलिए इस व्यवसाय में एकल स्वामित्व की तुलना में अधिक पूँजी लगाई जा सकती है। एकल स्वामी की तुलना में साझेदार अधिक संसाधन लगा सकते हैं। साझेदार अधिक पूँजी लगा सकते हैं तथा व्यवसाय के लिए अधिक श्रम और समय दे सकते हैं।

iii) संतुलित निर्णय : साझेदार ही व्यवसाय के स्वामी हैं। उनमें से प्रत्येक को व्यवसाय के प्रबंध में भाग लेने के समान अधिकार हैं। कोई मतभेद होने पर वे आपस में बैठ कर टकराव की स्थिति को टाल सकते हैं। इस व्यवसाय में सभी साझेदार आपस में मिल कर निर्णय लेते हैं। इसलिए निर्णय में जल्दबाजी और बिना सोचे समझे निर्णयों की गुंजाइश कम रहती है।

iv) हानियों का विभाजन : साझेदारी व्यवसाय में सभी साझेदार मिल कर जोखिम उठाते हैं। उदाहरण के लिए यदि किसी साझेदारी फर्म में तीन साझेदार हैं और लाभों को बराबर विभाजित करते हैं तथा किसी समय फर्म को 12,000 रूपए की हानि होती है तो तीनों साझेदार चार-चार हजार की हानि का बोझ उठाएंगे।

3.8 साझेदारी व्यवसाय की सीमाएँ

इन सभी लाभों के बावजूद साझेदारी फर्म का कुछ सीमाएं भी होती हैं। आइए इन सब सीमाओं का चर्चा करें :

i) असीमित देनदारी : सभी साझेदार फर्म के ऋणों के भुगतान के लिए संयुक्त रूप से और व्यक्तिगत रूप से भी असीमित स्तर तक उत्तरदायी होते हैं। इसलिए फर्म के ऋणों का भुगतान या तो सभी साझेदार मिलकर कर सकते हैं या फिर किसी एक साझेदार को अपनी व्यक्तिगत संपत्ति से सारे ऋणों का भुगतान करना पड़ सकता है।

ii) अनिश्चित अस्तित्व : साझेदारी व्यवसाय का अपने साझेदारों से अलग कोई कानूनी अस्तित्व नहीं होता। किसी भी साझेदार की मृत्यु, दिवालियापन, अक्षमता या उसकी सेवानिवृत्ति से साझेदारी फर्म प्रायः समाप्त हो जाती है। इसके अतिरिक्त कोई भी असंतुष्ट साझेदार जब चाहे साझेदारी भंग करने का नोटिस दे सकता है।

iii) सीमित पूँजी : चूंकि साझेदारी व्यवसाय में साझेदारों की संख्या 20 से अधिक नहीं हो सकती, इसमे ज्यादा पूँजी का व्यवस्था कर पाना कठिन है। अतः साझेदारी में कोई बपढ़ा व्यवसाय प्रारंभ करना संभव नहीं है।

iv) शेयरों का हस्तान्तरण नहीं : यदि आप साझेदारी फर्म में हिस्सेदारी हैं तो दूसरे साझेदारों का सहमति के आप किसी बाहरी पक्ष को अपना हित हस्तांतरित नहीं कर सकते। ऐसे में उस साझेदार को असुविधा होती है, जो फर्म से अलग होना चाहता है या अपना शेयर दूसरों को बेचना चाहता है।

3.9 सीमित दायित्व साझेदारी

एक ऐसा व्यावसायिक संगठन जिसमें पेशेवर निपुणता तथा उद्यमशीलता का सम्मिश्रण हो तथा जिसके प्रचालन में लचीलापन, नवप्रवर्तन व कुशल प्रविधि तथा आंतरिक संरचना को संगठित करते समय सदस्यों को सीमित दायित्व के लाभ प्राप्त करने का छूट हो, सीमित दायित्व साझेदारी कहलाती है।

i. भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास के चलते, इसके उद्यमियों की भूमिका तथा साथ ही इसकी तकनीकी व पेशेगत मानव शक्ति को अंतर्राष्ट्रीय मान्यता मिली है। समयानुकूल यह महसूस किया गया कि उद्यमशीलता, ज्ञान व जोखिम पूँजी एक जुट होकर भारत की आर्थिक वृद्धि को और प्रोत्साहन दे। इसी पृष्ठभूमि में, इस बात की आवश्यकता महसूस की गई कि एक ऐसा निगमित संगठन स्वरूप हो जो परंपरागत साझेदारी संगठन का विकल्प उपलब्ध कराए जिसमें एक ओर तो असीमित व्यक्तिगत दायित्व हो तथा दूसरी ओर सीमित दायित्व कंपनी की प्रतिभा आधारित आधिकारिक संरचना हो।

ii. सीमित दायित्व साझेदारी को एक ऐसे वैकल्पिक व्यवसाय के रूप में देखा गया है जो सीमित दायित्व के लाभ उपलब्ध कराता है परंतु साथ ही इसके सदस्यों को पारस्परिक समझौते पर आधारित साझेदारी के रूप में आंतरिक संरचना को सगंठित करने का लचीलापन भी सुलभ कराता है। सीमित दायित्व साझेदारी स्वरूप उद्यमियों, पेशेवरों तथा उपक्रमों को किसी भी प्रकार की सेवा उपलब्ध कराने अथवा वैज्ञानिक तथा तकनीकी विषयों में संलग्न होने में समर्थ बनाता है ताकि वे अपनी आवश्यकताओं के अनुसार कुशल वाणिज्यिक कार्य चला सकें। अपने संगठन तथा प्रचालन में लचीलेपन के कारण सीमित दायित्व साझेदारी, लघु उपक्रमों तथा नए पूँजी निवेश के लिए भी उपयुक्त है।

iii. समय की आवश्यकता को दृष्टिगत रखते हुए संसद ने 'सीमित दायित्व साझेदारी अधिनियम, 2008' पारित किया जिसे 7 जनवरी 2009 को राष्ट्रपति की स्वीकृति मिली।

सीमित दायित्व साझेदारी अधिनियम 2008 की महत्वपूर्ण विशेषताएँ

i. सीमित दायित्व साझेदारी एक निगमित संस्था होगी जिसका अपने साझेदारों से पृथक वैधानिक अस्तित्व होगा। सीमित दायिव साझेदारी स्वरूप बनाने के लिए कोई भी दो

अथवा अधिक व्यक्ति मिलकर लाभ को दृष्टि में रखते हुए कानून सम्मत व्यवसाय चलाने के लिए निगमन प्रपत्र में अपने नामों को सम्मिलित करके पंजीयक के पास निगमन प्रपत्र जमा कर सकते हैं। सीमित दायित्व साझेदारी का शाश्वत अस्तित्व होगा।

ii. सीमित दायित्व साझेदारी के साझेदारों के आपसी अधिकार तथा कर्तव्य और साझेदारों का अपनी फर्म से संबंधित एक समझौते द्वारा तथा 'सीमित दायित्व साझेदारी, अधिनियम, 2008' के प्रावधानों से नियमित होते हैं। अधिनियम, साझेदारों को उनकी इच्छानुसार समझौते को नया रूप देने का लचीलापन उपलब्ध कराता है। किसी समझौते की अनुपस्थिति में आपसी अधिकार तथा कर्तव्य, 'सीमित दायित्व साझेदारी अधिनियम 2008' के प्रावधानों से शासित होते हैं।

iii. सीमित दायित्व साझेदारी एक पृथक कानूनी इकाई होगी तथा अपनी संपत्तियों की सीमा तक उत्तरदायी होगी, साथ ही सभी साझेदारों का दायित्व भी सीमित दायित्व साझेदारी में उनके सहमत अनुपात तक सीमित होगा जो मूर्त अथवा अमूर्त अथवा दोनों प्रकार का हो सकता है। कोई भी साझेदार, अन्य साझेदारों द्वारा किए गए स्वतंत्र तथा अप्राधिकृत क्रियाकलापों अथवा बुरे आचरण के लिए उत्तरदायी नहीं होगा। जो साझेदार, लेनदारों को धोखा देने में संलग्न होंगे अथवा धोखेबाजी के उद्देश्य से कार्य करेंगे तो सीमित दायित्व साझेदारी के सभी प्रकार के दायित्वों हेतु ऐसे साझेदारों का दायित्व असीमित माना जाएगा।

iv. प्रत्येक सीमित दायित्व साझेदारी में न्यूनतम दो साझेदार आवश्यक होंगे तथा न्यूनतम दो व्यक्तिगत साझेदार होंगे और उनमें से एक भारत का निवासी होना चाहिए। विशिष्ट कार्य हेतु साझेदार के अधिकार एवं कर्त्तव्य अधिनियम के अनुसार होने चाहिए।

पाठगत प्रश्न 3.2

कोष्ठक में दिए शब्दों में से उचित शब्द चुनकर रिक्त स्थानों में भरिए :

i. साझेदारी फर्म का पंजीकरण ———— है। (आवश्यक नहीं, आवश्यक)

ii. साझेदारी फर्म, व्यावसायिक संगठन का ——— स्वरूप है। (लचीला, बेलोचदार)

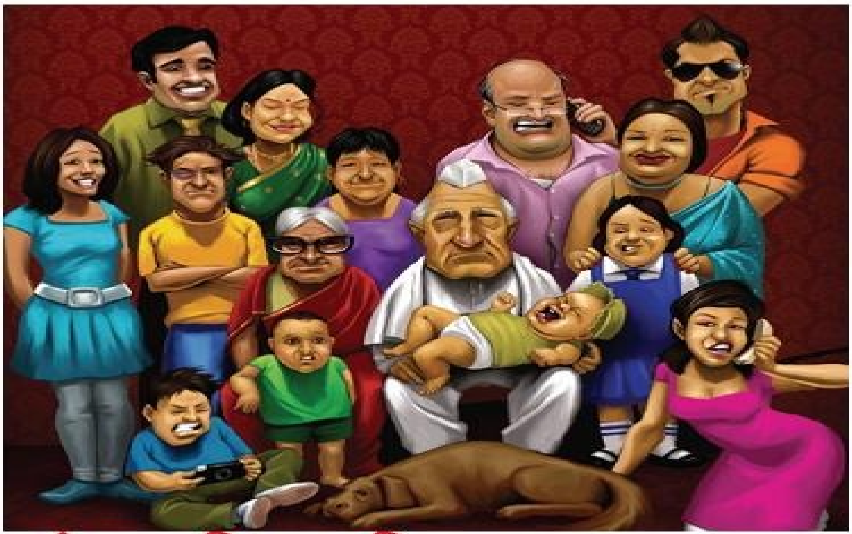
iii. साझेदारी में व्यवसाय जोखिम सभी साझेदारों में ———- है। (बँटता, बँटता नहीं)

iv. साझेदारी एक ——- प्रयास है। (सामूहिक, व्यक्तिगत)

v. सीमित दायित्व साझेदारी अधिनियम वर्ष —— में बना। (2008, 2010)

3.10 संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय का अर्थ

संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय एक ऐसा व्यवसाय होता है जिसका स्वामित्व एक संयुक्त हिन्दू परिवार के सदस्यों के पास होता है। इसे हिन्दू अविभाजित परिवार व्यवसाय भी कहते हैं। संगठन का यह स्वरूप हिन्दू अधिनियम के अंतर्गत कार्य करता है तथा उत्तराधिकार अधिनियम से नियंत्रित होता है। संयुक्त हिन्दू परिवार व्यावसायिक संगठन का ऐसा स्वरूप है जिसमें परिवार के पास पूर्वजों की कुछ व्यावसायिक संपत्ति होती है। संपत्ति में हिस्सा केवल पुरूष सदस्यों का होता है। एक सदस्य को पूर्वजों की इस संपत्ति में से हिस्सा अपने पिता, दादा तथा परदादा से मिलता है। अतः तीन आनुक्रमिक पीढ़ियाँ एक साथ विरासत में संपत्ति प्राप्त कर सकती है। संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय को केवल पुरूष सदस्य चलाते हैं जो कि व्यवसाय के सहभागी कहलाते हैं। आयु में सबसे बड़े सदस्य को कर्त्ता कहते हैं।



संयुक्त हिन्दू परिवार का एक दृश्य

चित्र : संयुक्त हिन्दू परिवार की एक दृश्य

i) जन्म से सदस्यता : परिवार में किसी भी बच्चे का जन्म होते हो उसे संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय की सदस्यता स्वतः ही मिल जाती है। इसे बनाने के लिए परिवार के सदस्यों के बीच कोई समझौता नहीं किया जाता।

ii) प्रबन्ध : परिवार में सबसे बड़े सदस्य (कर्ता) के हाथों में इसका प्रबन्ध होता है। हालांकि कर्ता अन्य सदस्यों को अपनी मदद के लिए अपने साथ लगा सकता है।

iii) दायित्व : कर्त्ता का दायित्व असीमित होता है अर्थात् व्यवसाय के दायित्वों का भुगतान करने हेतु उसकी निजी संपत्तियों को भी उपयोग में लाया जा सकता है। अन्य सभी सदस्यों का दायित्व हिन्दू अविभाजित परिवार की संपत्ति में उनके भाग तक सीमित होता है।

iv) कोई अधिकतम सीमा नही : हिन्दू अविभाजित परिवार व्यवसाय के सदस्यों की संख्या पर कोई प्रतिबंध नहीं है। हालांकि इसका सदस्या केवल तीन आनुक्रमिक पीढ़ियों तक प्रतिबंधित है।

v) अवयस्क सदस्य : परिवार में जन्म लेते ही कोई भी बच्चा इसका सदस्या बन जाता है। अतः हिन्दृ अविभाजित परिवार अवस्यकों की सदस्यता को प्रतिबंधित नहीं करता।

vi) मृत्यु से अप्रभावित : कर्त्ता सहित किसी भी सदस्य की मृत्यु के बाद भी हिन्दू अविभाजित परिवार व्यवसाय चलता रहता है। परिवार में अगला सबसे बड़ा जीवित सदस्य हिन्दू अविभाजित परिवार व्यवसाय का कर्त्ता बन जाता है। हालांकि परिवार के सभी सदस्य यदि यह घोषित करे कि आब वे संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय के सदस्य नहीं हैं, इसका समापन हो जाता हो।

3.12 संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय के गुण

i) आर्थिक सुरक्षा तथा सदस्यों का प्रतिष्ठा : संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय सदस्यों को सुरक्षा का भावना तथा प्रतिष्ठा उपलब्ध कराता है क्योंकि वे उसमें वित्तीय हित रखते हैं। अन्य लोगों के साथ व्यवहार करते समय यह उन्हें समाज में प्रतिष्ठा भी दिलाता है।

ii) व्यवसाय की निरंतरता : व्यवसाय में निरंतरता बनी रहती है। कर्ता सहित किसी भी सदस्य का मृत्यु अथवा पागलपन से यह प्रभावित नहीं होता है। जब तक परिवार के सभी सदस्य इसे बंद करने का निर्णय नहीं लेते, तब तक यह निरंतर चलता रहता है।

iii) परिवार गौरव : सदस्य अपनी पूर्ण लगन, निष्ठा तथा जिम्मेदारी से कार्य करते हैं क्योंकि कार्य के साथ परिवार का नाम संलग्न होता है। व्यवसाय केवल एक व्यावसायिक इकाई ही नहीं बल्कि परिवार का प्रतिष्ठा का मामला होता है।

3.13 संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय की सीमाएँ

i) असीमित दायित्व : सभी व्यावसायिक कर्त्तव्यों के लिए कर्ता व्यक्तिगत रूप से उत्तरदायी होता है। व्यवसाय के ऋणों के भुगतान हेतु यदि व्यवसाय की संपत्तियाँ अपर्याप्त हैं तो उसकी निजी संपत्तियाँ भी बेची जा सकती हैं।

ii) सीमित पूँजी : कर्ता के पास पूँजी प्राप्त करने के सीमित स्रोत होते हैं। विस्तार हेतु उसकी अपनी निधियाँ अपर्याप्त होती हैं। यह वृद्धि के अवसरों को घटाता है।

iii) कर्ता के पास अधिक शक्तियाँ : एक अकुशल कर्ता व्यवसाय को बर्बादी की ओर ले जा सकता है क्योंकि सभी व्यावसायिक निर्णय उसी के द्वारा लिए जाते हैं।

iv) इस प्रकार का व्यवसायिक संगठन संयुक्त हिन्दू परिवार का प्राकृतिक आर्थिक विस्तार है। यह अपने सदस्यों को आर्थिक सुरक्षा तथा प्रतिष्ठा प्रदान करता है। इसका भारतीय व्यवसाय में अहम स्थान रहा है।

पाठगत प्रश्न 3.3

I. उचित शब्द/शब्दों का चयन करके रिक्त स्थान भरिए :

i. हि.अ.प का पूरा नाम ——— है।

ii. ———- आनुक्रमिक पीढ़ियाँ पूर्वजों की सम्पत्ति को एक साथ विरासत में प्राप्त कर सकती हैं।

iii. संयुक्त हिन्दू अविभाजित परिवार के सदस्यों को ——— कहते हैं।

iv. संयुक्त हिन्दू अविभाजित परिवार के सबसे वरिष्ठ सदस्य को ——— कहते हैं।

v. ———-का दायित्व असीमित होता है।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. हिमांशी एकल स्वामी के रूप में व्यवसाय चला रही है। व्यवसाय में हानि होने के कारण वह व्यवसाय के समापन का निर्णय लेती है। समापन के दिन

उसके व्यवसाय की सम्पतियाँ Rs. 5 लाख तथा दायित्व (सभी लेनदार) Rs. 10 लाख है। हिमांशी की Rs. 6,00,000 की निजी संपत्ति है। आपके विचार में लेनदारों को समापन के समय कितने रूपये प्राप्त होंगे?

क) Rs. 5 लाख

ख) Rs. 10लाख

ग) Rs. 7 लाख

घ) Rs. 11 लाख

ii. एकल स्वामित्व की सीमाओं में सम्मिलित नहीं है :

क) सीमित पूँजी

ख) निरंतरता का अभाव

ग) असीमित आकार

घ) प्रबंधकीय निपुणता का अभाव

iii. भारतीय साझेदारी फर्में, भारतीय साझेदारी अधिनियम, ——— द्वारा शासित होती है :

क) 1932

ख) 1956

ग) 2008

घ) 1912

iv) संयुक्त हिन्दू परिवार की विशेषताओं में शामिल नहीं है :

क) जन्म से सदस्यता

ख) कर्ता का असीमित दायित्व

ग) मृत्यु से अप्रभावित

घ) परिवार का सबसे छोटा सदस्य कर्ता होता है

v. संयुक्त हिन्दू परिवार के सदस्यों को कहते हैं :

क) साझेदार

ख) सदस्य

ग) सहभागी

घ) स्वामी

आपने क्या सीखा

- एकल स्वामित्व ऐसा व्यवसाय संगठन है, जिसमें एक ही व्यक्ति स्वामी होता है और वही व्यवसाय से जुड़ी गतिविधियों का संचालन और प्रबंधन करता है। व्यवसाय का समस्त अधिकार और उत्तरदायित्व उसी का होता है और जोखिम भी वही उठाता है।
- एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय संगठन में एकल स्वामित्व होता है। एक व्यक्ति व्यवसाय को नियंत्रित करता है और उसकी देनदारी असीमित होती है। व्यवसाय से लाभ या हानि उसी की होती है और वही अपने पास से पूँजी लगाता है। इसके लिए वह अपने मित्रों ओर संबंधियों से या

फिर बैंकों और अन्य वित्तीय संस्थानों से ऋण ले सकता है। इस व्यवसाय को आरम्भ करने और इसके संचालन के लिए किसी कानूनी औपचारिकता की ज़रूरत नहीं है।

- एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय को आरंभ करना और बंद करना बहुत आसान है। इस व्यवसाय में फैसले तेज़ी से लिए जाते हैं और व्यावसायिक गतिविधियों पर बेहतर तरीके से नियंत्रण रखा जा सकता है।
- साझेदारी ऐसे व्यक्तियों के बीच संबंध है, जो उन सबके द्वारा मिलकर या सभी की ओर से किसी एक द्वारा चलाए जाने वाले व्यवसाय के लाभ व हानि को आपस में बाँटने पर सहमत हैं।
- एक साथ मिलकर व्यवसाय चलाने वाले व्यक्तियों को व्यक्तिगत रूप से 'साझेदार' और संयुक्त रूप से 'फर्म' कहते हैं। जिस नाम से व्यवसाय चलाया जाता है उसे फर्म का नाम कहते हैं।

- सीमित दायित्व साझेदारी सीमित दायित्व के लाभ उपलब्ध कराता है परंतु साथ ही इसके सदस्यों को पारस्परिक समझौते पर आधारित साझेदारी के रूप में आंतरिक संरचना को संगठित करने का लचीलापन भी सुलभ कराता है।
- संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय से अभिप्राय ऐसे व्यवसाय से है, जिसका स्वामित्व एक संयुक्त हिन्दू परिवार के सदस्यों के पास होता है।
- संयुक्त हिन्दू परिवार द्वारा चलाये जा रहे व्यापार के संचालन के लिए के पुरूष सदस्य ही अधिकृत होते है, जिन्हें सहसाझेदार कहा जाता है।

पाठांत प्रश्न

1. एकल स्वामित्व की परिभाषा दीजिए।

2. एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय संगठन से क्या अभिप्राय है?

3. क्या एकल स्वामित्व वाले व्यवसाय का अस्तित्व हमेशा के लिए रह सकता है?

4. स्पष्ट कीजिए कि किस तरह 'एकल स्वामित्व' व्यवसाय, में रोजगार के अवसर पैदा करता है।

5. बैंकिंग व्यवसाय करने वाली फर्म तथा गैर-बैंकिंग व्यवसाय करने वाली फर्म में साझेदारों की अधिकतम संख्या बताइए।

6. साझेदारी को परिभाषित कीजिए।

7. व्यावसायिक सगंठन के साझेदारी स्वरूप की कोई चार विशेषताएँ बताइए।

8. संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय को परिभाषित कीजिए।

9. संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय की विशेषताएँ बताइए।

10. सीमित दायित्व साझेदारी की मुख्य विशेषताएँ लिखिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

3.1 (i) पूँजी (ii) एकल स्वामी (iii) प्रबन्ध (iv) श्रम (v) लघु, स्थानीय

3.2 (i) आवश्यक नहीं (ii) लचीला (iii) बँटता (iv) सामूहिक (v) 2008

3.3 I. (i) हिन्दू अविभाजित परिवार (ii) तीन (iii) सहभागी (iv) कर्ता (v) कर्ता

II. (i) ख (ii) ग (iii) क (iv) घ (v) ग

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने आसपास के विभिन्न व्यवसायों का सर्वेक्षण करके पता लगाइए वे एकल व्यापार, साझेदारी अथवा संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय हैं। उन विशेषताओं को भी जिनके आधार पर वे एक दूसरे से भिन्न हैं।

4. सहकारी समितियाँ तथा संयुक्त पूँजी कंपनियाँ

पिछले अध्याय में हम व्यावसायिक संगठनों के विभिन्न प्रकारों के रूप में एकल स्वामित्व तथा साझेदारी के बारे में पढ़ चुके हैं। परंतु कुछ ऐसे संगठन भी व्यावसायिक क्रियाएँ करते हैं, जिनका मुख्य उद्देश्य केवल लाभ कमाना ही नहीं अपितु सेवाएँ उपलब्ध कराना है। यद्यपि बाजार में बने रहने के थोड़ा बहुत लाभ कमाना आवश्यक है, परंतु उनका मुख्य उद्देश्य लाभ कमाना या व्यापार फैलाना नहीं होता। हम सबने टाटा स्टील, रिलांयस इण्डस्ट्रीज, कोल इंडिया, रिलांयस पावर, डी.एल.एफ, रैनबैक्सी इत्यादि के बारे में सुना है। परंतु कुछ प्रश्न हमारे मस्तिष्क में आते हैं कि उनके स्वामी कौन है? वे क्या करते हैं? कंपनी का आकार क्या है? इन कंपनियों में कितने वित्तीय लेनदेन होते हैं? आइए इनके बारे में और जानकारी लें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- सहकारी समिति का अर्थ समझा सकेंगे;
- सहकारी समिति की विशेषताओं का व्याख्या कर सकेंगे;
- सहकारी समिति के विभिन्न प्रकारों का पहचान कर सकेंगे;
- सहकारी समिति के लाभों व हानियों का व्याख्या कर सकेंगे;
- संयुक्त पूँजी कंपनी को परिभाषित कर सकेंगे;
- संयुक्त पूँजी कंपनी की विशेषताएं बता सकेंगे;
- विभिन्न प्रकार की संयुक्त पूँजी कंपनियों का पहचान कर सकेंगे;
- संयुक्त पूँजी कंपनियों का सीमाएं और लाभों का व्याख्या कर सकेंगे;
- व्यावसायिक संगठन के रूप में संयुक्त पूँजी कंपनी का उपयुक्तता के विषय में सुझाव दे सकेंगे; और
- एक बहुराष्ट्रीय कंपनी का अर्थ समझा सकेंगे।

4.1 सहकारी समिति का अर्थ

औद्योगिक क्रांति के कारण आर्थिक तथा समाजिक असंतुलन के परिणाम स्वरूप भारत में सहकारी आंदोलन की शुरूआत हुई। पूँजीवादी देश जैसे संयुक्त राज्य अमेरिका तथा जापान

और समाजवादी देश दोनों प्रकार के देशों में सहकारी समितियों ने विशेष स्थान बनाया है। सहकारी शब्द लातिन शब्द Co-operari से निकला है। जिसमें 'Co' का अर्थ है 'के साथ' तथा 'operari' का अर्थ है 'कार्य करना'।

सहकारी शब्द का अर्थ है साथ मिलकर कार्य करना। इसका अर्थ हुआ कि ऐसे व्यक्ति जो समान आर्थिक उद्देश्य के लिए साथ मिलकर काम करना चाहते है। वे समिति बना सकते हैं। इसे 'सहकारी समिति' कहते हैं। यह ऐसे व्यक्तियों की स्वयंसेवी संस्था है जो अपने आर्थिक हितों के लिए कार्य करते है। यह अपनी सहायता स्वयं और परस्पर सहायता के सिद्धांत पर कार्य करती है। सहकारी समिति में कोई भी सदस्य व्यक्तिगत लाभ के लिए कार्य नहीं करता है। इसके सभी सदस्य अपने- अपने संसाधनों को एकत्र कर उनका अधिकतम उपयोग कर कुछ लाभ प्राप्त करते है, जिसे वह आपस में बांट लेते हैं।

सहकारी समिति, संगठन का एक प्रकार है जिसमें व्यक्ति अपनी इच्छा से, समानता के आधार अपने आर्थिक हितों के लिए मिलकर कार्य करते हैं।

उदाहरणार्थ एक विशेष बस्ती के विद्यार्थी विभिन्न कक्षाओं की पुस्तकें उपलब्ध कराने हेतु एकत्र होकर एक

सहकारी समिति बनाते हैं। अब वे प्रकाशकों से सीधे ही पुस्तकें क्रय करके विद्यार्थियों को सस्ते दामों पर बेचते हैं। क्योंकि वे सीधे प्रकाशकों से ही पुस्तकें क्रय करते हैं इसलिए मध्यस्थों के लाभ का उन्मूलन होता है। क्या आप सोचते हैं कि केवल एक उपभोक्ता द्वारा सीधे प्रकाशकों से पुस्तकें खरीदना संभव है। बिल्कुल नही, यह केवल आपसी सहयोग द्वारा ही संभव हो सकता है।

चित्र : सहकारी समिति का एक दृश्य

4.2 सहकारी समितियों की विशेषताएं

सहकारी समिति एक विशेष प्रकार का व्यावसायिक संगठन है जो उन व्यावसायिक संगठनों से भिन्न है जिनका आप पूर्व में अध्ययन कर चुके हैं। आइए, इसकी विशेषताओं को व्याख्या करें :

i) स्वैच्छिक संस्था : एक सहकारी समिति व्यक्तियों की एक स्वैच्छिक संस्था है। एक व्यक्ति किसी भी समय सहकारी समिति का सदस्य बना सकता है, जब तक चाहे उसका सदस्य बना रह सकता है और जब चाहे सदस्यता छोड़ सकता है।

ii) खुली सदस्यता : सहकारी समिति की सदस्यता समान हितों वाले सभी व्यक्तियों के लिए खुली होती है। जाति, लिंग, वर्ण अथवा धर्म के आधार पर सदस्यता प्रतिबंधित नहीं होती, परन्तु किसी विशेष संगठन के कर्मचारियों की संख्या के आधार पर समिति हो सकती है।

iii) पृथक वैधानिक इकाई : एक सहकारी उपक्रम को 'सहकारी समिति अधिनियम 1912' अथवा राज्य सरकार के संबंद्ध सहकारी समिति अधिनियम के अंतर्गत

पंजीकरण कराना अनिवार्य होता है। एक सहकारी समिति का अपने सदस्यों से पृथक वैधानिक अस्तित्व होता है।

iv) वित्तीय स्रोत : सहकारी समिति में पूंजी सभी सदस्यों द्वारा लगाई जाती है। इसके अलावा, पंजीकरण के बाद समिति ऋण ले सकती है। सरकार से अनुदान भी प्राप्त कर सकती है।

v) सेवा उद्देश्य : एक सहकारी समिति का प्राथमिक उद्देश्य अपने सदस्यों की सेवा करना है, यद्यपि यह अपने लिए उचित लाभ भी अर्जित करती है।

vi) मताधिकार : एक सदस्य को केवल एक मत देने का अधिकार होता है चाहे उसके पास कितने ही अंश हो।

4.3 सहकारी समितियों के प्रकार

सहकारी समितियों का वर्गीकरण उनके द्वारा प्रदान का जाने वाला सेवाओं की प्रकृति के आधार पर किया जा सकता है। सहकारी समितियों के मुख्य प्रकार निम्नलिखित हैं :

i) उपभोक्ता सहकारी समितियाँ : उपभोक्ताओं को यह उचित मूल्य पर उपभोक्ता वस्तुएं उपलब्ध करवाती हैं। ये समितियां आम उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए बनाई जाती हैं। ये सीधे उत्पादकों और निर्माताओं से माल खरीद कर वितरण श्रृंखला से मध्यस्थों का उन्मूलन कर देती है। इस प्रकार माल के वितरण की प्रक्रिया में मध्यस्थों का लाभ समाप्त हो जाता है और वस्तु कम मूल्य पर सदस्यों को मिल जाती हैं। कुछ सहकारी समितियों के उदाहरण हैं- केन्द्रीय भंडार, अपना बाजार, सुपर बाजार आदि।

ii) उत्पादक सहकारी समितियाँ : ये समितियां छोटे उत्पादकों को उत्पादन के लिए कच्चा माल, मशीन, औजार, उपकरण आदि की आपूर्ति करके उनके हितों की रक्षा के लिए बनाई जाती है। हरियाणा हैंडलूम, बायानिका, एपको (APPCO) आदि उत्पादक सहकारी समितियों के उदाहरण हैं।

iii) सहकारी विपणन समितियाँ : ये समितियां उन छोटे उत्पादकों और निर्माताओं द्वारा बनाई जाती हैं, जो अपने माल को स्वयं बेच नहीं सकते। समिति सभी सदस्यों से माल इकट्ठा करके उसे बाजार में बेचने का उत्तरदायित्व लेती है। अमूल दुग्ध पदार्थों का वितरण करने वाली गुजरात सहकारी दुग्ध वितरण संघ लिमिटेड ऐसी ही सहकारी विपणन समितियाँ है।

iv) सहकारी विपणन समितियाँ : इस प्रकार की समितियों का उद्देश्य सदस्यों को वित्तीय सहायता उपलब्ध कराना है। समिति सदस्यों से धन इकट्ठा करके जरूरत के समय उचित ब्याज दर पर ऋण उपलब्ध कराती है। ग्राम सेवा सहकारी समिति और शहरी सहकारी बैंक, सहकारी ऋण समिति के उदाहरण हैं।

v) सहकारी सामूहिक आवास समितियाँ : ये आवास समितियाँ अपने सदस्यों को आवासीय मकान उपलब्ध कराने हेतु बनाई जाती हैं। ये समितियाँ भूमि क्रय करके मकानों अथवा “लैटों का निर्माण कराती हैं तथा उनका आबंटन अपने सदस्यों को करती हैं।

पाठगत प्रश्न 4.1

निम्नलिखित कथनों में रिक्त स्थानों को उपयुक्त शब्दों से भरिए :

i. सहकारी समिति ऐसे व्यक्तियों का —— संगठन होता है, जिसमें वे समान ——— उद्देश्यों हेतु कार्य करते हैं।

ii. सहकारी समिति का उद्देश्य अपने सदस्यों को ——— प्रदान करना है।

iii. एक सहकारी समिति का अपने सदस्यों से पृथक ——- होता है।

iv) सहकारी समिति स्वयं सहायता और ——— के सिद्धांत पर कार्य करती है।

v) उपभोक्ता सहकारी समितियां, वस्तुओं के वितरण की प्रक्रिया में —— की भूमिका को समाप्त करने में सहायता करती है।

vi) अपना बाज़ार तथा केन्द्री भंडार ——— सहकारी समितियों के उदाहरण हैं।

4.4 सहकारी समिति के लाभ

व्यावसायिक संगठन के सहकारी स्वरूप के निम्नलिखित लाभ है :

i) स्वैच्छिक संगठन : यह एक स्वैच्छिक संगठन है जो पूँजीवादी तथा समाजवादी, दोनों प्रकार के आर्थिक तंत्रों में पाया जाता है।

ii) लोकतांत्रिक नियंत्रण : एक सहकारी समिति का नियंत्रण लोकतांत्रिक तरीके से होता है। इसका प्रबंधन लोकतांत्रिक होता है तथा 'एक व्यक्ति-एक मत' की संकल्पना पर आधारित होता है।

iii) खुली सदस्यता : समान हितों वाले व्यक्ति सहकारी समिति का गठन कर सकते हैं। कोई भी सक्षम व्यक्ति किसी भी समय सहकारी समिति का सदस्य बन सकता है और जब चाहे स्वेच्छा से समिति की सदस्यता को छोड़ भी सकता है।

iv) मध्यस्थों के लाभ का उन्मूलन : सहकारी समिति में सदस्य उपभोक्ता अपने माल की आपूर्ति पर स्वयं नियंत्रण रखते हैं, क्योंकि माल उनके द्वारा सीधे ही विभिन्न उत्पादकों से क्रय किया जाता है। इसलिए इन समितियों के व्यवसाय में मध्यस्थों को मिलने वाले लाभ का कोई स्थान नहीं रहता।

v) सीमित देनदारी : सहकारी समिति के सदस्यों की देनदारी केवल उनके द्वारा निवेशित पूंजी तक ही सीमित है। एकल स्वामित्व व साझेदारी के विपरीत सहकारी समितियों के सदस्यों की व्यक्तिगत सम्पत्ति पर व्यावसायिक देनदारियों के कारण कोई जोखिम नहीं होता।

vi) स्थिर जीवन : सहकारी समिति का कार्य काल दीर्घ अवधि तक स्थिर रहता है। किसी सदस्य की मृत्यु, दिवालियापन, पागलपन या सदस्यता से त्यागपत्र देने से समिति के अस्तित्व पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता।

4.5 सहकारी समिति की सीमाएँ

उपरोक्त लाभों के अतिरिक्त सहकारी समिति संगठन की कुछ सीमाएं भी है। आइए, इन सीमाओं के सम्बंध में जानें :

i) अभिप्रेरण की कमी : लाभ कमाने का उद्देश्य न होने के कारण सहकारी समिति के सदस्य पूर्ण उत्साह एवं समर्पणभाव से कार्य नहीं करते।

ii) सीमित पूँजी : साधारणतया सहकारी समितियों के सदस्य समाज के एक विशेष वर्ग के व्यक्ति ही होते हैं। इसलिए समिति द्वारा एकत्रित की गई पूंजी सीमित होती है।

iii) प्रबंधन में समस्याएँ : सहकारी समिति का प्रबंधन प्रायः विशेष कुशल नहीं होता क्योंकि सहकारी समिति अपने कर्मचारियों को कम पारिश्रमिक देती है।

iv) प्रतिबद्धता का अभाव : सहकारी समिति की सफलता उसके सदस्यों की निष्ठा पर निर्भर करती है जिसे न तो आश्वस्त किया जा सकता है और न ही बाध्य किया जा सकता है।

v) सहयोग की कमी : सहकारी समितियां परस्पर सहयोग की भावना से बनाई जाती हैं। लेकिन अधिकतर देखा जाता है कि व्यक्तिगत मतभेदों और अहंभाव के कारण सदस्यों के बीच लड़ाई-झगड़ा और तनाव बना रहता है। सदस्यों के स्वार्थपूर्ण रवैये के कारण कई बार समितियां बंद भी हो जाती हैं।

पाठगत प्रश्न 4.2

उल्लेख कीजिए कि सहकारी समिति के बारे में निम्न कथन सही है या गलत

i. कोई भी सक्षम व्यक्ति किसी भी समय समिति का सदस्य बन सकता है।

ii. सदस्यों की देनदारी सीमित होती है।

iii. सदस्यों से अलग वैधानिक अस्तित्व होने के कारण सहकारी समिति लम्बे समय तक कार्य कर सकती है।

iv. समिति का प्रबंध केवल एक व्यक्ति करता है।

v. सदस्यों द्वारा अधिक पूँजी का योगदान न कर पाने के कारण सहकारी समिति अच्छा काम नहीं कर पाती है।

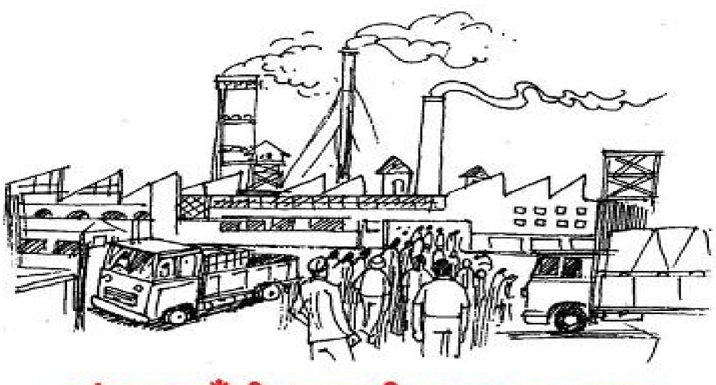
vi. सहकारी समितियां लाभ कमाने के लिए नहीं, बल्कि सेवाएं प्रदान करने के लिए बनाई जाती है।

vii. व्यावसायिक प्रबंधक सहकारी समितियों में काम नहीं करना चाहते क्योंकि उन्हें पर्याप्त पारिश्रमिक नहीं मिलता।

viii. सहकारी समिति की सफलता उसके सदस्यों की निष्ठा पर निर्भर करती है जिसे न तो आश्वस्त किया जा सकता है और न ही बाध्य किया जा सकता है।

4.6 संयुक्त पूँजी कम्पनी का अर्थ

भारत में कंपनियाँ, भारतीय कंपनी अधिनियम 1956 द्वारा शासित होती हैं। अधिनियम के अनुसार एक कंपनी का अभिप्राय उस कंपनी से है जिसकी स्थापना तथा पंजीकरण इस अधिनियम के अंतर्गत हुआ हो।



संयुक्त पूँजी कम्पनी का एक दृश्य

चित्र : संयुक्त पूँजी कम्पनी का एक दृश्य

यह विधान द्वारा निर्मित ऐसा कृत्रिम व्यक्ति है जिसका स्वतंत्र वैधानिक अस्तित्व होता है, इसका शाश्वत जीवन तथा एक सार्वमुद्रा होती है।

एक कंपनी की पूँजी समान मूल्य वाले अंशों में विभाजित होती है। कंपनी के सदस्यों, जिनके पास एक या उससे अधिक अंश हो, कंपनी के अंशधारक कहलाते हैं।

4.7 संयुक्त पूँजी कंपनी की विशेषताएँ

i) कृत्रिम वैधानिक व्यक्ति : एक कंपनी, विधान द्वारा निर्मित एक कृत्रिम व्यक्ति है जो केवल विधि के चिंतन-अवलोकन से अस्तित्व में आता है। एक व्यक्ति, जिस प्रकार जन्म लेता है, बड़ा होता है, आपसी संबंध विकसित करता है और मृत्यु को प्राप्त होता है उसी प्रकार एक संयुक्त पूँजी कंपनी भी जन्म लेती है, बड़ी होती है, अपने आपसी संबंध विकसित करती है और अंततः मृत्यु को प्राप्त होती है। हालांकि इसे एक कृत्रिम व्यक्ति कहा जाता है, क्योंकि इसका जन्म, विकास और मृत्यु सब कुछ कानून द्वारा नियमित होता है।

ii) स्वतंत्र वैधानिक इकाई : कंपनी एक पृथक वैधानिक इकाई है जो अपने सदस्यों से भिन्न है। यह अपने नाम से संपत्ति रख सकती है, किसी से अनुबंध कर सकती है, यह दूसरों पर मुकदमा कर सकती है और दूसरे भी इस पर मुकदमा कर सकते हैं।

iii) शाश्वत जीवन : एक कंपनी का जीवन शाश्वत होता है तथा इसके जीवन पर इसके सदस्यों अथवा संचालकों की मृत्यु, पागलपन, दिवालियापन आदि का कोई प्रभाव नहीं पड़ता।

iv) सीमित दायित्व : एक सीमित कंपनी के सदस्यों का दायित्व उनके द्वारा लिए गए अंशों तक अथवा उनके द्वारा दी गई गारंटी तक सीमित होता है।

v) सार्व मुद्रा : एक कृत्रिम व्यक्ति होने के कारण कंपनी स्वयं हस्ताक्षर नहीं कर सकती इसलिए कंपनी की एक सार्व मुद्रा होती है।

vi) अंशों की हस्तांतरणीयता : एक सार्वजनिक सीमित कंपनी के अंश स्वतंत्रतापूर्वक हस्तांतरणीय होते हैं। स्कंध विनिमय के माध्यम से इन्हें खरीदा तथा बेचा जा सकता है।

vii) स्वामित्व तथा प्रबंध का अलगाव : एक सार्वजनिक कंपनी के सदस्यों की संख्या सामान्यतः काफी अधिक होती है, इसलिए वे सभी या उनमें से अधिकांश, कंपनी के दिन-प्रतिदिन के प्रबंधन में भाग नहीं ले सकते। कंपनी का प्रबंध संचालक मंडल द्वारा किया जाता है। जिसमें संचालकों को सदस्यों द्वारा चुना जाता है। अतः कंपनी का स्वामित्व उसके प्रबंध से अलग होता है।

पाठगत प्रश्न 4.3

निम्नलिखित कथनों में से कौन से कथन सत्य है तथा कौन से असत्य हैं :

i. एक संयुक्त पूँजी कंपनी स्थापित करने हेतु वैधानिक औपचारिकता की आवश्यकता है।

ii. एक सार्वजनिक सीमित कंपनी के अंश स्वतंत्रतापूर्वक हस्तांतरणीय होते हैं।

iii. संयुक्त पूँजी कंपनी के अंशधारकों का दायित्व असीमित होता है।

iv. एक संयुक्त पूँजी कंपनी अपने नाम पर संपत्ति नहीं रख सकती।

4.8 कंपनियों के प्रकार

स्वामित्व के आधार पर कंपनियाँ चार भिन्न प्रकार की होती हैं- निजी कंपनी, सार्वजनिक कंपनी, सरकारी कंपनी तथा बहुराष्ट्रीय कंपनी।

निजी कंपनी : कंपनी अधिनियम 1956 के अनुसार, निजी कंपनी का अभिप्राय ऐसी कंपनी से है जिसकी न्यूनतम प्रदत्त पूँजी एक लाख रूपये हो। इसकी विशेषताएँ निम्नलिखित हैं :

(क) अपने सदस्यों के अंशों के हस्तांतरण के अधिकार को प्रतिबंधित करती है।

(ख) सदस्यों का अधिकतम संख्या पचास हो सकती है।

(ग) अपने अंशों अथवा ऋण-पत्रों में अभिदान हेतु जनता को आमंत्रित नहीं कर सकती।

(घ) अपने सदस्यों, संचालकों अथवा उनके संबंधियों के अतिरिक्त अन्य व्यक्तियों से जमा स्वीकार नहीं कर सकती तथा न ही ऐसा आमंत्रण दे सकती है।

सार्वजनिक कंपनी : कंपनी अधिनियम 1956 के अनुसार, सार्वजनिक कंपनी का अभिप्राय उस कंपनी से है जो निजी कंपनी नहीं है। इसकी विशेषताएँ निम्नलिखित हैं :

(क) इसके अंशों का स्वतंत्रतापूर्वक हस्तांतरण किया जा सकता है।

(ख) न्यूनतम प्रदत्त पूँजी पाँच लाख रुपये होता है।

(ग) इसके सदस्यों का दायित्व सीमित होती है।

(घ) अंशधारकों का संख्या, निर्गमित अंशों का संख्या तक हो सकती है, परंतु सात से कम नहीं होनी चाहिए।

4.9 निजी सीमित तथा सार्वजनिक सीमित कंपनियों में अंतर

निजी सीमित	सार्वजनिक सीमित
क) न्यूनतम सदस्य : 2	क) न्यूनतम सदस्य : 7
ख) न्यूनतम प्रदत्त पूँजी : Rs.1 लाख	ख) न्यूनतम प्रदत्त पूँजी : Rs.5 लाख
ग) अधिकतम सदस्य : 50	ग) कोई अधिकतम सीमा नहीं।
घ) अपने अंशों अथवा ऋणपत्रों हेतु जनता को आमंत्रित नहीं कर सकती।	घ) अपने अंशों तथा ऋणपत्रों के विक्रय हेतु जनता को आमंत्रित करती है।
ङ) अंशों के हस्तांतरण को प्रतिबंधित करती है।	ङ) इसके अंश स्वतंत्रतापूर्वक हस्तांतरणीय है।
च) न्यूनतम दो संचालक अनिवार्य हैं।	च) न्यूनतम तीन संचालक अनिवार्य है।

छ) समामेलन का प्रमाण-पत्र प्राप्त होने के तुरंत बाद व्यवसाय प्रारंभ कर सकती है।	छ) व्यवसाय प्रारंभ करने का प्रमाण-पत्र मिलने के बाद ही व्यवसाय प्रारंभ कर सकती है।

ज) वैधानिक सभा बुलाने की आवश्यकता नहीं होती।	ज) वैधानिक सभा बुलाना तथा उसकी रिपोर्ट पंजीयक के कार्यालय में जमा करना अनिवार्य है।
झ) केवल दो सदस्यों की व्यक्तिगत उपस्थिति से गणपूर्ति हो जाती है।	झ) गणपूर्ति हेतु न्यूनतम पाँच सदस्यों की व्यक्तिगत उपस्थिति अनिवार्य है।

पाठगत प्रश्न 4.4

उचित शब्दों रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. निजी कंपनी में कम से कम ——— सदस्य अवश्य होने चाहिए।

ii. —— कंपनी के अंशों का स्वतंत्रतापूर्वक हस्तांतरण संभव नहीं है।

iii. एच.एम.टी लिमिटेड एक —— कंपनी है।

iv. एक निजी कंपनी प्रारंभ करने हेतु न्यूनतम पूँजी का राशि ——— रूपये आवश्यक है।

4.10 संयुक्त पूँजी कंपनियों के लाभ

i) सीमित दायित्व : एक कंपनी के अंशधारकों का दायित्व उनके द्वारा लिए गए अंशों के अंकित मूल्य तक सीमित होता है।

ii) वृहद वित्तीय संसाधान : स्वामित्व का कंपनी स्वरूप विशाल वित्तीय संसाधन जुटाने में सक्षम होता है। एक कंपनी की पूँजी, कम अंकित मूल्य वाले अंशों में विभाजित होती है जिससे कम आर्थिक संसाधनों वाले व्यक्ति भी कंपनी के अंश क्रय कर सकते हैं।

iii) निरंतरता : एक कंपनी का व्यावसायिक जीवन दीर्घकालीन होता है। एक निगमित संस्था के रूप में यह निरंतर चलती रहती है चाहे इसके सभी सदस्यों की मृत्यु हो जाए अथवा वे इसे छोड़ जाएँ।

iv) अंशों की हस्तांतरणीयता : एक सार्वजनिक सीमित कंपनी के सदस्य अपने अंशों का स्वतंत्रतापूर्वक, अन्य सदस्यों की सहमति के बिना, हस्तान्तरित कर सकते हैं।

v) जोखिम का वितरण : एक कंपनी में हानि का जोखिम बहुत सारे सदस्यों पर बिखरी हुई अवस्था में होती है।

vi) सामाजिक लाभ : कंपनी संगठन समाज की बचतों को सगंठित करके उद्योग में निवेश करने में सहायता करता है।

4.11 संयुक्त पूँजी कंपनियों की सीमाएँ

i) गठन की कठिनाई : एक कंपनी का गठन बहुत मुश्किल तथा खर्चीला है। कई प्रपत्रों को तैयार करके पंजीयक के कार्यालय में जमा कराना अनिवार्य होता है।

ii) अत्यधिक सरकारी नियंत्रण : एक कंपनी को अपने दिन-प्रतिदिन के प्रचालन में विस्तृत वैधानिक विनियमों को निभाना पड़ता हैं सामयिक रिपोर्ट, अंकेक्षण तथा लेखों का प्रकाशन अनिवार्य है।

iii) अल्पजनाधिपत्य प्रबन्ध : एक कंपनी के प्रबन्ध को लोकतांत्रिक माना जाता है परंतु व्यवहार में कंपनी का प्रबन्ध अल्पजनाधिपत्य होता है।

iv) निर्णय में देरी : प्रबंध के कई सारे स्तर निर्णयों को लेने में समस्याएँ उत्पन्न करते हैं। सभाएँ, बुलाने आयोजित करने तथा प्रस्ताव पारित में बहुत समय व्यर्थ होता है।

v) गोपनीयता का प्रभाव : कंपनी अधिनियम 1956 के अनुसार एक कंपनी को अपने कार्यों में विभिन्न सूचनाएँ जनता को प्रस्तुत करनी होती है।

4.12 संयुक्त पूँजी कंपनी की उपयुक्तता

बड़े व्यवसायों के लिए संगठन का कंपनी स्वरूप उपयुक्त है। यह बड़े पैमाने पर प्रचालन हेतु बड़ी मात्रा में पूँजी संग्रहण को संभव बनाता है। मशीन निर्माण, सूचना प्रौद्योगिकी, लौह एवं इस्पात, अल्यूमीनियम, उर्वरक तथा औषधि उद्योग आदि संयुक्त पूँजी कंपनी के स्वरूप में संगठित किए जाते हैं।

4.13 सरकारी कंपनी

कंपनी अधिनियम 1956 के अनुसार एक कंपनी जिसकी प्रदत्त अंश पूँजी का न्यूनतम 51 प्रतिशत केन्द्र अथवा राज्य सरकार के पास हो, वह सरकारी कंपनी है। इसमें उसकी सहायक कंपनियाँ भी सम्मिलित हैं। सरकारी कंपनियों का अंकेक्षण भारत के नियंत्रक एवं महालेखा परीक्षक द्वारा किया जाता है तथा उसकी रिपोर्ट संसद में प्रस्तुत का जाती है।

प्रमुख सरकारी कंपनियों के उदाहरण हैं- एच.एम.टी लिमिटेड, कोल इंडिया लिमिटेड, स्टील अथॉरिटी ऑफ इंडिया लिमिटेड, एन.टी.पी.सी. लिमिटेड, महानगर टेलीफोन निगम लिमिटेड, ओ.एन.जी.सी. लिमिटेड आदि।

एक सरकारी कंपनी की विशेषताओं की सूची इस प्रकार है:

i. इसका स्वतंत्र वैधानिक अस्तित्व होता है।

ii. प्रदत्त अंश पूँजी का न्यूनतम 51 प्रतिशत सरकार के पास होता है।

iii. सभी अथवा अधिकांश संचालकों की नियुक्ति सरकार द्वारा की जाती है।

iv. इसके कर्मचारी लोक सेवा सेवक नहीं होते।

एक सरकारी कंपनी

चित्र : एक सरकारी कंपनी

पाठ गत प्रश्न 4.5

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. संयुक्त पूँजी कंपनी के सदस्यों के दायित्व उनके ——— तक सीमित होता है।

ii. व्यावसायिक संगठन के रूप में संयुक्त कंपनी का प्रबंधन ——- के हाथों में होता है।

iii. कंपनी के गठन को लागत बहुत ——— है।

iv. इंडियन ऑयल कार्पोरेशन लिमिटेड तथा ओ.एन.जी.सी. लिमिटेड —— कंपनीयों के उदाहरण हैं।

v. एक कंपनी में हानि की जोखिम बहुत सारे ——— पर बिखरी हुई होती है।

4.14 बहुराष्ट्रीय कंपनियों का अर्थ

यह ऐसी कंपनी है जो अपना व्यवसाय अपने समामेलन वाले देश के साथ-साथ एक या अधिक अन्य देशों में भी चलाती है। इस तरह की कपंनियां वस्तुओं का उत्पादन अथवा सेवाओं की व्यवस्था एक अथवा अनेक देशों में करती है। और उन्हें उन्हीं देशों अथवा अन्य देशों में बेचती है। आपने निश्चित रूप से कई बहुराष्ट्रीय कंपनियों के विषय में सुना होगा, जो कि भारत में व्यापार करती हैं जैसे फिलिप्स, एलजी, हुंडई, जनरल मोटर्स, कोका कोला, नेस्ले, सोनी, मैक डोनाल्ड्स, सिटी बैंक, पेप्सी फूड, कैडबरी आदि।

राष्ट्रीय सीमाओं के पार बड़े पैमाने पर उत्पादन तथा वितरण के कारण बहुराष्ट्रीय कंपनियों को अधिक कमाई होती है। जिससे इन्हें कई लाभ प्राप्त होते हैं।

बहुराष्ट्रीय कंपनी

चित्र : बहुराष्ट्रीय कंपनी

4.15 बहुराष्ट्रीय कंपनियों के लाभ

i) विदेशी पूँजी का निवेश : बहुराष्ट्रीय कंपनियों के सीधे पूँजी निवेश से अविकसित देशों को अपने आर्थिक विकास में सहायता मिलती है।

ii) रोजगार के अवसर : औद्योगिक और व्यापारिक गतिविधियों के विस्तार से बहुराष्ट्रीय कंपनियों मेजबान देश में रोजगार के अवसर उपलब्ध कराती हैं और इससे उस देश के लोगों का जीवन स्तर बेहतर होता है।

iii) उन्नत तकनीक का प्रयोग : पर्याप्त साधनों की उपलब्धता के कारण बहुराष्ट्रीय कंपनियां बेहतर गुणवत्ता वाली वस्तुओं के उत्पादन के लिए विविध अनुसंधान तथा विकास कार्यक्रम चलाती है, जिससे उन्नत तकनीक के प्रयोग को बढ़ावा मिलता है। धीरे-धीरे दूसरे देशों भी इस तकनीक का इस्तेमाल करने लगते हैं।

iv) सहायक औद्योगिक इकाईयों में वृद्धि : बहुराष्ट्रीय कंपनियां जिन देशों में अपना करोबार चलाती है वहां पर सहायक औद्योगिक इकाईयों, माल वितरकों तथा अन्य सेवाओं में वृद्धि होती है।

v) निर्यात तथा विदेशी मुद्रा में वृद्धि : बहुराष्ट्रीय कंपनियां कई बार मेजबान देश में उत्पादित वस्तुओं का निर्यात दूसरे देशों में भी करती हैं। इससे मेजबान देश के निर्यात को तो बढ़ावा मिलता ही है। विदेशी मुद्रा भी प्राप्त होती है, जिससे देश की विदेशी मुद्रा में वृद्धि होती है।

vi) स्वस्थ प्रतिस्पर्धा : बहुराष्ट्रीय कंपनियों द्वारा अच्छी गुणवत्ता वाली वस्तुओं के उत्पादन से बाजार में बने रहने के देशी उत्पादों को भी बाजार की मांग के अनुसार अपने उत्पादों का गुणवत्ता को सुधारना पड़ता है।

4.16 बहुराष्ट्रीय कंपनियों की सीमाएँ

उपरोक्त लाभों पर चर्चा से एक बात तो तय हे कि ये बहुराष्ट्रीय कंपनियों जिस देश में स्थापित होती हैं उस देश को निःसंदेह लाभ पहुंचता है। लेकिन बहुराष्ट्रीय कंपनियों की कुछ सीमाएं हैं, जो निम्नलिखित हैं :

i) मेजबान देशों को कम प्राथमिकता : साधारणतया बहुराष्ट्रीय कंपनियां अधिक लाभ देने वाले उद्योगों में ही पूंजी निवेश करती हैं। वे मेजबान देश के पिछड़े क्षेत्रों में विकासशील उद्योगों को प्राथमिकता नहीं देती।

ii) घरेलू उद्योगों पर प्रतिकूल प्रभाव : बड़े पैमाने पर कारोबारिक गतिविधियों और अत्याधुनिक तकनीकी दक्षता के बल पर प्रायः बहुराष्ट्रीय कंपनियां घरेलू उद्योगों पर हावी हो जाती हैं और मेजबान देश में एक प्रकार से अपना एकाधिकार स्थापित कर लेती हैं। इसका परिणाम होता है कि घरेलू उद्योग बंद होने को मजबूर हो जाते हैं।

iii) परंपराओं में परिवर्तन : बहुराष्ट्रीय कंपनियां जो उपभोक्ता सामग्री बनाती हैं वे आमतौर पर मेज़बान देश के सांस्कृतिक मूल्यों को ध्यान में रखकर नहीं बनाती है। इससे मेज़बान देश के लोगों के खानपान तथा परंपरागत पहनावा संबंधी आदतों में परिवर्तन आने लगता है, जो कि वहां की सांस्कृतिक विरासत से अलग होता है।

पाठगत प्रश्न 4.6

I. नीचे बहुराष्ट्रीय कंपनियों के संबंध में कुछ कथन दिए गए हैं। उनमें से कौन से बहुराष्ट्रीय कंपनियों के लाभ से संबंधित हैं?

i. बहुराष्ट्रीय कंपनियां विकासशील देशों के आर्थिक विकास को धीमा करती हैं।

ii. बहुराष्ट्रीय कंपनियां मेज़बान देशों को विदेशी मुद्रा कमाने में सहायता करती है।

iii. बहुराष्ट्रीय कंपनियों के कारण घरेलू उद्योग अपने उत्पादों की गुणवत्ता में सुधार लाते हैं।

iv. साधारणतया बहुराष्ट्रीय कंपनियां लाभ देने वाले उद्योगों में ही पूंजी निवेश करती है।

v. बहुराष्ट्रीय कंपनियां मेज़बान देश के बाजार पर कभी हावी नहीं होती।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. सहकारी समितियों में निम्न विशेषता नहीं होती :

(क) खुली सदस्यता

(ख) पृथक वैधानिक अस्तित्व

(ग) लाभ के उद्देश्य

(घ) मताधिकार

ii. निम्नलिखित में से कौन सा उपभोक्ता सहकारी समिति का उदाहरण नहीं है?

(क) अपना बाजार

(ख) केन्द्रीय भंडार

(ग) सुपर बाजार

(घ) नारायण आवासीय निर्माण कम्पनी

iii. एक सहकारी समिति के सदस्यों का दायित्व ———— होता है।

(क) सीमित

(ख) असीमित

(ग) संयुक्त

(घ) संयुक्त तथा पृथक

iv. एक सहकारी समिति की सफलता किस पर निर्भर करती है-

(क) इसके सदस्यों की निष्ठा

(ख) केन्द्रीय सरकार

(ग) राज्य सरकार

(घ) स्थानीय स्वयं सरकार

v. एक निजी सीमित कंपनी में पूँजी का योगदान किसके द्वारा किया जाता है?

(क) केन्द्रीय सरकार

(ख) केवल जनता तथा सरकार

(ग) केवल इसके सदस्य

(घ) केवल जनता को अंश निर्गमन द्वारा

आपने क्या सीखा

- सहकारी समिति ऐसे लोगों की स्वैच्छिक संस्था होती है जिनकी समान आवश्यकताएं होती हैं और वे समान आर्थिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए स्वैच्छिक रूप से मिल कर कार्य करते हैं। इसका उद्देश्य आपसी सहयोग से समाज के कमज़ोर वर्गों के हितों की रक्षा करना है।
- सहकारी समितियों की विशेषताएँ :

i. स्वैच्छिक संस्था

ii. खुली सदस्यता

iii. पृथक वैधानिक इकाई

iv. वित्त का स्रोत

v. सेवा उद्देश्य

vi. मताधिकार

- सहकारी समिति का गठन कम से कम दस सदस्यों के साथ सहकारी समिति अधिनियम 1912 के अंतर्गत किया जा सकता है। पंजीकरण के लिए सहकारी समितियों के पंजीयक के समक्ष

समिति के उपनियम के साथ आवेदन पत्र प्रस्तुत करना होता है।

- सहकारी समितियों के प्रकार : उपभोक्ता सहकारी समितियाँ, उत्पादक सहकारी समितियाँ, विपणन सहकारी समितियाँ, मितव्ययता एवं ऋण समितियाँ, सहकारी सामूहिक आवासीय समितियाँ।
- सहकारी समितियों के लाभ : स्वैच्छिक सगंठन, लोकतांत्रिक नियंत्रण, खुली सदस्यता, मध्यस्थों के लाभ का उन्मूलन, सीमित दायित्व, स्थाई जीवन।

- सहकारी समितियों की सीमाएँ : अभिप्रेरण का अभाव, सीमित पूँजी, नियंत्रण में कठिनाई, प्रतिबद्धता का अभाव, सहयोग का अभाव
- संयुक्त पूँजी कंपनी विधि द्वारा निर्मित एक ऐसा व्यक्ति होता है, जिसका स्वतंत्र वैधानिक अस्तित्व होता है, जिसका शाश्वत जीवन होता है तथा जिसकी एक सार्वमुद्रा होती है। ऐसी कंपनियों का संचालन कंपनी अधिनियम 1956 के तहत किया जाता है।
- संयुक्त पूँजी कंपनी की विशेषताएँ : कृत्रिम कानूनी व्यक्ति, पृथक वैधानिक इकाई, शाश्वत जीवन, सदस्यों का सीमित दायित्व, सार्व मुद्रा, अंशों की हस्तांतरणीयता, स्वामित्व तथा प्रबंध का अलगाव।
- कंपनियों के प्रकार : निजी सीमित कंपनियों, सार्वजनिक सीमित कंपनियों, सरकारी कंपनियाँ, बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ।
- संयुक्त पूँजी कंपनी के लाभ : सीमित दायित्व, विशाल वित्तीय संसाधन, निरंतरता, अंशों की हस्तांतरणीयता, जोखिम का बिखराव, समाजिक लाभ।
- संयुक्त पूँजी कंपनियों की सीमाएँ : गठन की कठिनाई, अत्यधिक सरकारी नियंत्रण, अल्पजनाधिपत्य प्रबंध, निर्णय में देरी, गोपनीयता का अभाव।
- सरकारी कंपनी : जिस कंपनी के 51 प्रतिशत अथवा अधिक अंश केन्द्र अथवा राज्य सरकार के पास हों
- बहुराष्ट्रीय कंपनी : एक ऐसी कंपनी जिसका व्यवसाय अपने समामेलन के देश के अतिरिक्त एक अथवा अधिक अन्य देशों में भी चलता है।

पाठांत प्रश्न

1. सहकारी समिति का क्या अर्थ होता है?
2. उपभोक्ता सहकारी समिति की क्या गतिविधियां होती हैं?
3. उपभोक्ता सहकारी समिति और उत्पादक सहकारी समिति के दो-दो उदाहरण दीजिए।
4. मितव्ययिता एवं ऋण समिति का क्या अभिप्राय है?
5. सहकारी समिति के सदस्यों के बीच मतभेद होने तथा प्रेरणा के अभाव के क्या कारण हैं?
6. उत्पादक सहकारी समिति और विपणन सहकारी समिति में अंतर्भेद कीजिए।
7. संयुक्त पूँजी कंपनी से क्या तात्पर्य है?
8. संयुक्त पूँजी कंपनी के लाभ बताइए।
9. बहुराष्ट्रीय कंपनी का अर्थ बताइए।
10. संयुक्त पूँजी कंपनी के किन्हीं चार लक्षणों का वर्णन कीजिए।
11. निजी कंपनी की विशेषताएं क्या हैं? यह सार्वजनिक कंपनी से किस प्रकार भिन्न है?
12. निजी कंपनी तथा सार्वजनिक कंपनी में अंतर्भेद कीजिए।
13. संयुक्त पूँजी कंपनी के लाभों की गणना कीजिए।
14. संयुक्त पूँजी कंपनी की सीमाएं बताइए।

15. बहुराष्ट्रीय कंपनियों के पाँच उदाहरण दीजिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

4.1 (i) स्वैच्छिक, आर्थिक (ii) सेवाएँ (iii) वैधानिक अस्तित्व (iv) आपसी सहायता (v) मध्यस्थों (vi) उपभोक्ता

4.2 (i) सही (ii) सही (iii) सही (iv) गलत (v) सही (vi) सही (vii) सही (viii) सही

4.3 (i) सत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) असत्य

4.4 (i) दो (ii) निजी (iii) सार्वजनिक (iv) एक लाख

4.5 (i) अंशों के अंकित मूल्य (ii) संचालक मंडल (iii) अधिक (iv) सरकारी (v) सदस्यों

4.6 I. (i) असत्य (ii) सत्य (iii) सत्य (iv) सत्य (v) असत्य

II. (i) ग (ii) घ (iii) क (iv) क (v) ग

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने स्थानीय क्षेत्र में कोई सहकारी समिति खोजिए तथा उसके बारे में निम्न सूचनाएँ प्राप्त करने का प्रयास कीजिए :

क) समिति की क्रियाएँ

ख) समिति के सदस्यों की संख्या

ग) कोई समस्या जिसका सामना वह समिति कर रही हो

- कोई एक कंपनी खोजिए चाहे वह निजी, सार्वजनिक, सरकारी अथवा बहुराष्ट्रीय हो और उसके समामेलन तथा व्यवसाय प्रचालन के बारे में जानकारी एकत्र कीजिए।

पाठ्यक्रम III

अधिकतम अंक 25

अध्ययन के घंटे 45

सेवा क्षेत्र (सर्विस सैक्टर)

आज व्यवसाय संकीर्ण तथा संवेदनशील बन गया है। इसकी सफलता विभिन्न प्रकार के सेवा-कार्यकलापों का उपलब्धता पर निर्भर करती है, जैसे : परिवहन, भंडारण, संचार के साधन, डाक, बैकिंग, बीमा, व्यवसाय प्रशिक्षण बाह्यस्रोतीकरण आदि। यह व्यवसाय को प्रभावी रूप से तथा व्यावसायिक क्रियाओं के विस्तृत नैटवर्क को संपूर्ण विश्व में विकसित करने में सहायक है।

पाठ 5 : यातायात सेवाएं

पाठ 6 : भंडारण

पाठ 7: सम्प्रेषण(संदेशवाहक) सेवाएं

पाठ 8 : डाक तथा कोरियर सेवाएं

पाठ 9 : बैकिंग सेवाएं

पाठ 10 : बीमा सेवाएं

पाठ 11 :बाह्यस्रोतीकरण

5. परिवहन सेवायें

हम अपने दैनिक जीवन में अनेक वस्तुओं का प्रयोग करते हैं। लेकिन हमें मालूम नहीं होता कि ये वस्तुएँ कहाँ बनती हैं और हमारे घर के आस-पास कैसे पहुँच जाती हैं। इन्हें रेल, सड़क मार्ग और विमानों से लाया जाता है और हमारे घर के आस-पास उपलब्ध कराया जाता है। आपने ट्रक, टेम्पो और बैलगाड़ियों को तो देखा ही होगा। इनसे उत्पादों और कच्चे माल को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाया जाता है। इसी तरह आपने देखा होगा कि लोग बस, रेलगाड़ी, कार, स्कूटर-रिक्शा या साइकिल से एक स्थान से दूसरे स्थान पर आते जाते हैं।

व्यापार में उत्पादों को लाने-ले जाने और लोगों के एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाने का बड़ा महत्व होता है। कच्चा माल एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाया जाता है। तैयार सामान बिक्री या उपयोग के स्थान पर पहुँचाया जाता है और लोग व्यापार के लिए एक जगह से दूसरी जगह आते-जाते हैं।

इस पाठ में हम पढ़ेंगे कि कैसे सामान और लोग एक स्थान से दूसरे स्थान पर आते जाते हैं।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- परिवहन का अर्थ स्पष्ट कर सकेंगे;
- परिवहन का महत्व समझ सकेंगे;
- परिवहन के विभिन्न साधनों की पहचान कर सकेंगे; और
- परिवहन के विभिन्न साधनों के लाभों तथा सीमाओं का विवेचन कर सकेंगे।

5.1 परिवहन का अर्थ

परिवहन का अर्थ उन गतिविधियों से है, जिनके अंतर्गत सामान और व्यक्तियों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर लाने-ले जाने में सहायता मिलती है। व्यवसाय में इसको एक सहायक क्रिया के रूप में माना जाता है, जो कच्चे माल को उत्पादन के स्थान तक और तैयार समान को उपभोग/बिक्री के लिए लोगों तक पहुँचाने में व्यापार और उद्योग की सहायता करती है।

जो व्यक्ति अथवा व्यावसायिक इकाईयाँ इस गतिविधि में लगी हैं, उन्हें ट्रांसपोर्टर कहा जाता है। ट्रांसपोर्टर कच्चे माल, तैयार सामान, व्यक्तियों आदि को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाते हैं।

5.2 परिवहन का महत्व

ऊपर हम विचार विमर्श कर चुके हैं कि परिवहन, दूरी की बाधा को समाप्त कर देता है, क्योंकि आजकल एक स्थान पर बनाई गई (तैयार की गई) वस्तु अलग-अलग स्थानों पर उपलब्ध हो जाती है। चाहे पूरे संसार में दूरी जितनी भी हो। बिना परिवहन के कोई भी व्यापार एक कदम भी आगे नहीं बढ़ सकता है।

परिवहन का महत्व इस प्रकार है :

i) निर्माताओं और उत्पादकों को कच्चा माल उपलब्ध कराना : परिवहन के माध्यम से ही कच्चे माल को उसके उपलब्ध होने के स्थानों से उन स्थानों तक ले जाना संभव हो पाता है, जहाँ उसे संसाधित तथा एकत्रित करके उससे अर्द्धनिर्मित अथवा पूर्णतः निर्मित वस्तुएँ तैयार की जाती हैं।

ii) उपभोक्ताओं को वस्तुएं उपलब्ध कराना : परिवहन की सहायता से वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान तक बड़ी आसानी और तेजी से पहुंचाया जा सकता है। इस प्रकार दूर-दराज के स्थानों पर तैयार सामान देश के विभिन्न क्षेत्रों में फैले उपभोक्ताओं द्वारा उपभोग किया जा सकता है।

iii) लोगों का जीवन-स्तर बेहतर बनाना : परिवहन-साधनों की सहायता से कम लागत में बड़े पैमाने पर सामान का उत्पादन होता है। इससे लोगों में अपनी पसंद का और अलग- अलग कीमत वाला बढ़िया किस्म का सामान खरीदने की इच्छा जागती है। इससे लोगों का जीवन-स्तर ऊँचा उठता है।

iv) कम लागत में अधिक उत्पादन को सुविधाजनक बनाता है : हम जानते हैं कि बड़े पैमाने पर उत्पादन सदा हमारी पसंद के स्थान पर होना सम्भव नहीं है, क्योंकि इसके लिए बड़े बुनियादी ढांचे की आवश्यकता होती है, विशेषतः जमीन की, जो आसानी से हर जगह उपलब्ध नहीं होती है। परन्तु परिवहन, सुगमता से मानव शक्ति एवं आवश्यक कच्चा माल विनिर्माण के लिए अंतिम रूप से चयनित स्थान पर उपलब्ध करा देता है। बड़े पैमाने पर उत्पादन से प्रति इकाई लागत कम आती है।

v) आपातकाल और प्राकृतिक आपदा की स्थिति में सहायता पहुँचाना : युद्ध या आंतरिक गड़बड़ी (अशांति) जैसी राष्ट्रीय संकट की स्थिति में परिवहन सशस्त्र सेनाओं और उनके लिए जरूरी सामान को शीघ्रता से संकट के स्थान पर पहुंचाने में मदद करता है।

vi) रोजगार सृजन में सहायता करना : परिवहन से लोगों को ड्राइवर, कंडक्टर, पायलट, विमान कर्मचारी, समुद्री जहाज के कैप्टन आदि के पदों पर रोजगार मिलता है। इन लोगों को परिवहन व्यवसाय में प्रत्यक्ष रूप से रोजगार मिलता है। इसके अलावा कुछ लोगों को परिवहन से अप्रत्यक्ष रूप से भी रोजगार मिलता है जैसे परिवहन के विभिन्न साधनों और परिवहन के उपकरणों का निर्माण करने वाले कारखानों में लोगों को काम

मिलता है। लोग परिवहन के साधनों की मरम्मत और रख-रखाव के लिए सुविधाजनक स्थानों पर सर्विस सेंटर भी खोल सकते हैं।

vii) मजदूरों की गतिशीलता में सहायता : परिवहन सुविधाएँ मजदूरों को कार्य के स्थानों तक पहुँचाने में बहुत मदद करती हैं। आपको मालूम होगा कि दूसरे देशों के उद्योगों और कारखानों में काम करने के लिए हमारे देश से लोग दूसरे देश जाते हैं और विदेशी भी हमारे देश में कार्य करने के लिए आते हैं। देश में भी लोग रोजगार की खोज में एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाते हैं। साथ ही यह हमेशा संभव नहीं होता कि कारखाने के आस-पास से ही मजदूर मिल जाएँ। अधिकांश उद्योगों में लोगों को उनके निवास स्थान से कार्य स्थल तक लाने ले जाने के लिए परिवहन की अपनी व्यवस्था है।

viii) राष्ट्रों को निकट लाने में सहायता : परिवहन से लोगों तथा माल के एक देश से दूसरे देश में आवागमन में सहायता मिलती है। इससे विभिन्न देशों के लोगों में संस्कृति, विचारों और रीति रिवाजों का आदान-प्रदान होता है। इससे लोगों में अन्य देशों के बारे में बेहतर समझ तथा ज्ञान उत्पन्न होता है। इस प्रकार परिवहन अंतर्राष्ट्रीय भाईचारा बढ़ाने में सहायता करता है।

पाठगत प्रश्न 5.1

निम्नलिखित में से सही और गलत कथन छाँटिए :

i. व्यवसाय में परिवहन को व्यापार सहायक गतिविधि माना जाता है।

ii. परिवहन से लोगों का जीवन स्तर बेहतर बनाने में कोई मदद नहीं मिलती।

iii. परिवहन से विभिन्न राष्ट्रों के बीच संस्कृति का आदान-प्रदान संभव हो पाता है।

iv. परिवहन से रोज़गार के अवसरों का सृजन नहीं होता।

v. परिवहन से मज़दूरों का एक स्थान से दूसरे स्थानों पर आना-जाना आसान होता है।

5.3 परिवहन के साधन

हमने देखा कि परिवहन मुख्य रूप भूमि, वायु या जलमार्ग से हो सकता है। इन्हें परिवहन के विभिन्न साधन कहा जाता है। भू-तल पर ट्रक, ट्रैक्टर आदि सामान को तथा रेलगाड़ियाँ, बसें तथा कारें यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाती हैं। वायु मार्ग से विमान और हेलीकॉप्टर यात्रियों और सामान को लाते-ले जाते हैं। इसी प्रकार जलमार्ग से समुद्री जहाज और स्टीमर सामान और यात्रियों को लाते-ले जाते हैं। इन्हें परिवहन के विभिन्न साधन कहा जाता है। परिवहन के साधनों को मुख्य रूप से तीन श्रेणियों में बाँटा जा सकता है : भू-तल परिवहन, जल पारवहन तथा वायु परिवहन। आइए, अब हम परिवहन के विभिन्न साधनों की चर्चा करें।

5.4 भू-तल परिवहन

भू-तल परिवहन से अभिप्राय है, वस्तुओं और यात्रियों को भूमि मार्ग से एक स्थान से दूसरे

स्थान पर लाना ले जाना। इस प्रकार के परिवहन की गतिशीलता सड़क, रेलमार्ग, रस्सी या पाइप आदि के सहारे होती है। इस प्रकार हम भू-तल परिवहन को चार भागों में बाँट सकते हैं। सड़क परिवहन, रेल परिवहन, रस्सी मार्ग (रोप-वे) परिवहन और पाइप लाइन परिवहन। आइए, अब हम विस्तार से इनके बारे में जाने।

5.5 सड़क परिवहन

सड़कें भूमि पर एक स्थान को दूसरे स्थान से जोड़ती है। आपने अपने गाँव, कस्बे या शहर में सड़कें देखी होंगी। ये सभी सड़कें एक जैसी नहीं होती। इनमें से कुछ तो बजरी से बनी होती है और कुछ पत्थर सीमेंट या तारकोल को बनी होती है। आपने देखा होगा कि बैलगाड़ियाँ, साईकिलें, मोटर-साईकिलें, कारें, ट्रक, बसें आदि सड़कों पर चलती है। इन्हें सड़क परिवहन के विभिन्न साधन कहा जाता है। सड़क परिवहन के साधनों को तीन भागों में बाँटा जा सकता है :

i. मनुष्य द्वारा खींचे जाने वाले साधन;

ii. पशुओं द्वारा खींचे जाने वाले सालन; और

iii. मोटर द्वारा खींचे या चलाए जाने वाले साधन।

सड़क परिवहन के साधनों का एक दृश्य

चित्र : सड़क परिवहन के साधनों का एक दृश्य

आपने देखा होगा कि कुछ लोग सिर पर, पीठ पर, साइकिल पर या ठेले पर सामान को एक जगह से दूसरी जगह ले जाते हैं।

कुछ लोग थोड़ी दूरी पर जाने के लिए साइकिल या रिक्शे का प्रयोग करते हैं। हम यह भी देखते है कि ग्रामीण क्षेत्रों में लोग फसलों तथा अन्य सामानों को पशुओं द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियों से एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाते हैं। ये गाड़ियाँ, बैलों, ऊँटों, घोड़ों या गधों द्वारा खींची जाती हैं। लोग स्वयं भी इन गाड़ियों पर यात्रा करते है। कई बार पशुओं की पीठ पर लाद कर भी सामान एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाया जाता है। जिन स्थानों पर साल भर बर्फ जमी रहती है, वहां लोग साधारणतया कुत्तों द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियों से सामान ढोते हैं और खुद भी इन पर यात्रा करते हैं। इन गाड़ियों को स्लेज कहा जाता है।

पिछले कई वर्ष से आदमी द्वारा या पशुओं द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियों को अपेक्षा मोटर से चलने वाली गाड़ियाँ ज्यादा महत्वपूर्ण हो गई हैं। इसका कारण यह है कि ये गाड़ियाँ ज्यादा तेज गति से चलती हैं और इनकी सामान ढोने की क्षमता भी अधिक होती है। देश के कोने-कोने तक सड़कें बन जाने से भी मोटर वाहनों का उपयोग बढ़ा है। इन वाहनों में आटो रिक्शा, स्कूटर, वैन, बसें, टेम्पो और ट्रक शामिल हैं।

कोलकाता में लोग ट्राम से यात्रा करते हैं। वह भी सड़क परिवहन का ही एक साधन है।

5.6 सड़क परिवहन के लाभ

सड़क परिवहन के निम्नलिखित लाभ हैं :

i. परिवहन के अन्य साधनों की अपेक्षा सड़क परिवहन सस्ता पड़ता है।

ii. शीघ्र नाशवान वस्तुएं सड़क परिवहन के माध्यम से तेजी से एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुँचाई जा सकती है।

iii. वह परिवहन का लचीला साधन है क्योंकि सामान को किसी भी स्थान पर चढ़ाया और उतारा जा सकता है। इससे घर घर तक सामान पहुँचाया जा सकता है।

iv. यह लोगों को यात्रा में तथा माल को एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुँचाने में सहायता करता है, विशेषकर उन क्षेत्रों में जो परिवहन के अन्य साधनों से नहीं जुड़े है, उदाहरणार्थ पर्वतीय क्षेत्र।

5.7 सड़क परिवहन की सीमाएँ

इसकी निम्नलिखित सीमाएँ हैं :

i. इसकी भार ढोने की क्षमता सीमित है, इसलिए लंबी दूरी के परिवहन के लिए यह किफ़ायती नहीं है।

ii. बहुत भारी सामान या बहुत ज्यादा सामान को इस व्यवस्था से ढोने में खर्च बहुत ज्यादा बैठता है।

iii. यह प्रतिकूल मौसम को स्थितियों से प्रभावित होता है, जैसे- बाढ़, वर्षा, भू-स्खलन आदि।

5.8 रेल परिवहन

रेलगाड़ी द्वारा सामान और यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक लाने-ले जाने को रेल परिवहन कहते हैं। हमारे देश को भू-परिवहन व्यवस्था में इसका महत्वपूर्ण स्थान है और लंबी दूरी तक सामान और यात्रियों को लाने-ले जाने की यह सबसे विश्वसनीय व्यवस्था है।

लंबी दूरी के अलावा कुछ महानगरों में स्थानीय रेलगाड़ियाँ या मेट्रो रेलगाड़ियाँ यात्रियों को स्थानीय यात्रा को सुविधा भी उपलब्ध कराती है। कुछ पर्वतीय क्षेत्रों को छोड़ कर रेल परिवहन पूरे देश में उपलब्ध है। भारत में दो प्रकार की रेलगाड़ियाँ है। एक यात्री गाड़ियाँ और दूसरी माल गाड़ियाँ। यात्री गाड़ियों से यात्री और कुछ सामान, जबकि मालगाड़ियों से केवल सामान एक स्थान से दूसरे स्थान पर लाया व ले जाया जाता है। ये गाड़ियाँ रेल इंजनों द्वारा खींची जाती हैं और उनमें भाप, डीजल या विद्युत शक्ति का प्रयोग होता है। आइए, रेल परिवहन के लाभों और सीमाओं पर चर्चा करें।

रेल परिवहन

चित्र : रेल परिवहन

5.9 रेल परिवहन के लाभ

i. लंबी दूरी की यात्रा के लिए यह सबसे अधिक सुविधाजनक साधन है।

ii. यह सड़क परिवहन की अपेक्षा ज्यादा तेज है।

iii. भारी सामान या ज्यादा मात्रा में सामान को लंबी दूरी तक ले जाने के लिए यह उपयुक्त साधन है।

iv. खराब मौसम, जैसे कि बाढ़, वर्षा, कोहरे आदि का इस पर बहुत कम असर पड़ता है।

5.10 रेल परिवहन की सीमाएँ

i. थोड़ी दूरी तक माल तथा यात्रियों को ले जाने के लिए यह महंगा पड़ता है।

ii. देश के दूर-दराज के क्षेत्रों में यह उपलब्ध नहीं हैं।

iii. रेल गाड़ियाँ एक निर्धारित समय- सारणी के अनुसार चलती है और इनसे कहीं भी और कभी भी माल को चढ़ाना या उतारना संभव नहीं होता।

iv. दुर्घटना की स्थिति में इससे जान-माल का भारी नुकसान होता है।

5.11 पाइप लाइन परिवहन

आधुनिक समय में पाइप लाइन को विभिन्न उद्देश्यों के लिए प्रयोग किया जाता है। घरों और व्यावसायिक क्षेत्रों में पानी पाइप लाइनों के जरिए पहुँचाया जाता है। पेट्रोलियम और प्राकृतिक गैस भी एक स्थान से दूसरे स्थान तक पाइप लाइनों से पहुँचाई जाती है।

सड़क और रेल मार्गों के मुकाबले पेट्रोलियम और प्राकृतिक गैस पहुँचाने का यह अच्छा, सुविधाजनक और किफायती तरीका है। लेकिन इसमें लाने-ले जाने वाली वस्तुओं की मात्रा काफी ज्यादा होनी चाहिए। यातायात के इस साधन की स्थापना और रख-रखाव में अधिक मात्रा में पूंजी विनियोजन की आवश्यकता पड़ती है।

पाइप लाइन परिवहन

चित्र : पाइप लाइन परिवहन

5.12 रोप-वे परिवहन

रोप-वे परिवहन से पहाड़ों पर घाटी के आर-पार या नदी के आर पार के दो स्थानों को जोड़ा जाता है। पहाड़ी क्षेत्रों में किसी रोप-वे से जुड़ी ट्रालियां लोगों, सामान या विशेष रूप से भवन निर्माण सामग्री या खाद्य पदार्थों आदि को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाती है।

रोप-वे का एक उदाहरण गुजरात में प्रसिद्ध ‘उड़न खटोला जगदंबा’ है, जो एक समय में 50 से अधिक यात्रियों को ले जाता हैं।

चित्र : रोप-वे परिवहन

पाठगत प्रश्न 5.2

I. सही उत्तर के सामने सही का निशान लगाइए।

i. परिवहन का अर्थ केवल सामान लाना ले जाना है, लोगों को नहीं।

ii. परिवहन से स्थान बाधा दूर होती है।

iii. पाइप लाइन परिवहन भू-परिवहन का अंग नहीं है।

iv. खराब मौसम का सड़क परिवहन पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता।

v. भारी और बड़े सामान को लाने ले जाने के लिए रेल परिवहन उपयुक्त साधन है।

II. स्तम्भ क साथ स्तम्भ ख का मिलान कीजिए :

	स्तम्भ 'क'		स्तम्भ 'ख'
i.	ठेला	क)	घाटी में परिवहन के लिए सुविधाजनक
ii.	रोप-वे	ख)	भारी और ज्यादा मात्रा में सामान को लाने के लिए उपयुक्त
iii.	स्लेज	ग)	गैस परिवहन का साधन
iv.	रेलवे	घ)	मनुष्य द्वारा खींचा जाने वाला
v.	पाइप लाइन	ङ)	कुत्तों द्वारा खींचा जाने वाला साधन

5.13 जल परिवहन

जल पारवहन से अभिप्राय है नाव, स्टीमर, लांच, समुद्री जहाज जैसे विभिन्न साधनों की सहायता से जल मार्ग से सामान और यात्रियों को लाना-ले जाना। इन साधानों से सामान और यात्रियों को देश के विभिन्न भागों ओर विदेशों में लाया व ले जाया जाता है। नदियों और नहरों में नावों, लांचों आदि से सामान और यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाया जाता है। यह सारा पारवहन देश के अंदर होता है। अतः इसे अंतर्देशीय जल परिवहन कहा जाता है। जब समुद्र मार्ग के विभिन्न साधनों के माध्यम से माल व यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक लाया व ले जाया जाता है तो वह महासागरीय परिवहन कहलाता है। आइए, इस प्रकार के जल परिवहन के बारे में और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

5.14 अंतर्देशीय जल परिवहन

अंतर्देशीय जल पारवहन में नावों, लांचों, बार्जों, स्टीमरों से नदियों और नहरों के रास्ते सामान और यात्रियों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक लाया व ले जाया जाता है। इन नदियों और नहरों को जलमार्ग कहा जाता है। इस परिवहन व्यवस्था का प्रयोग घरेलू व्यापार में भारी सामान ढोने के लिए जाता है। हमारे देश में यात्रियों के

यह परिवहन व्यवस्था लोकप्रिय नहीं है। अंतर्देशीय जल परिवहन केवल कुछ राज्यों जैसे- पश्चिम बंगाल, आंध्र प्रदेश, असम और में प्रचलित है।

5.15 महासागरीय परिवहन

महासागरीय परिवहन से अभिप्राय सागर या महासागर में समुद्री से सामान और यात्रियों का परिवहन है। अंतर्राष्ट्रीय व्यापार के विकास में इसका महत्वपूर्ण स्थान है। तटीय इलाकों में इससे यात्रियों और सामान को पहुँचाने के लिए भी इस साधन का प्रयोग किया जाता है। महासागरीय परिवहन का मार्ग निश्चित होता है और इससे दुनिया के लगभग सभी देश जुड़े हैं। सागरीय परिवहन निम्नलिखित दो प्रकार का होता है :

चित्र : महासागरीय परिवहन

i) तटीय जहाजरानी : इस परिवहन व्यवस्था में देश के मुख्य बंदरगाहों के बीच समुद्र जहाज चलते हैं। इससे घरेलू व्यापार में मदद मिलती है और यात्री भी देश के एक भाग से दूसरे भाग में जा पाते है।

ii) समुद्र-पारीय जहाजरानी : इस परिवहन में समुद्री जहाज उन देशों के बीच चलते हैं, जिनके बीच सागर या महासागर है। इससे अंतर्राष्ट्रीय व्यापार को बढ़ावा मिलता है। भारी मशीनों और बड़ी मात्रा में सामान को एक देश से दूसरे देश तक ले जाने के लिए यह सबसे किफायती साधन है। समुद्र-पारीय परिवहन के लिए मार्ग निश्चित है और विश्व के लगभग सभी देश इससे जुड़े हैं। समुद्र-पारीय परिवहन में सामान और यात्रियों का लाने व ले जाने के लिए कई प्रकार के समुद्री जहाज चलत हैं। ये निम्नलिखित प्रकार के है :

क) लाइनर : लाइनर एक ऐसा यात्री या मालवाहक जहाज होता है, जिसका संबंध एक नियमित जहाजरानी कंपनी से होता है। ये जहाज निश्चित मार्गों पर, निर्धारित समय सारणी के अनुसार चलते हैं।

ख) ट्रेम्प : यह ऐसा मालवाहक जहाज होता है, जो तभी चलता है जब इसे ढोने के लिए माल मिलता है। इसका न तो कोई निश्चित मार्ग होता है और न ही निर्धारित समय-सारणी।

चित्र : समुद्र-पारीय जहाजरानी

5.16 जल परिवहन के लाभ

जल परिवहन के निम्नलिखित लाभ है :

i. यह अधिक मात्रा में या भारी सामान ढोने के लिए अपेक्षाकृत किफायती साधन है।

ii. दुर्घटनाओं की दृष्टि से यह बपढ़ा सुरक्षित परिवहन है।

iii. इसके मार्ग को बनाने या उनके रख-रखाव में बहुत कम खर्च आता है, क्योंकि सभी कुछ प्राकृतिक रूप से सुलभ है।

iv. इससे अंतर्राष्ट्रीय व्यापार को बढ़ावा मिलता है।

5.17 जल परिवहन की सीमाएँ

जल परिवहन की निम्नलिखित सीमाएँ हैं :

i. नदियों और नहरों की गहराई और उनमें समुद्री जहाज चलाने की अनुरूपता अलग- अलग होती है। अतः विभिन्न प्रकार के परिवहन पोत चलाने में कठिनाई आती है।

ii. यह बहुत मंद गति से चलने वाला साधन है, इसलिए जल्दी खराब होने वाले सामान को ढोने के लिए उपयुक्त नहीं है।

iii. खराब मौसम का इस पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

iv. जल परिवहन में जहाजों की खरीद और रख-रखाव पर भारी खर्च आता है।

पाठगत प्रश्न 5.3

I. निम्नलिखित में से सही और गलत कथन छाँटिए :

i. अंतर्देशीय जल परिवहन में सागर और महासागर द्वारा परिवहन सम्मिलित है।

ii. जल परिवहन, परिवहन का अत्यधिक तीव्र साधन है।

iii. जल परिवहन में अंतर्राष्ट्रीय व्यापार में सुविधा होती है।

iv. समुद्र-पारीय परिवहन व्यवस्था में, समुद्री जहाज पड़ोसी देशों में माल ले जाते हैं।

v. जल परिवहन पर खराब मौसम का असर नहीं पड़ता।

II. निम्नलिखित वाक्यों में खाली स्थानों में उपयुक्त शब्द भरिए :

i. ——— मालवाहक समुद्री जहाज होता है, जो नियमित रूप से नहीं चलता।

ii. अंतर्देशीय जल परिवहन में ——— व्यापार के लिए माल लाया-ले जाया जाता है।

iii. ——- समुद्री जहाज का निश्चित मार्ग होता है और यह निर्धारित समय के अनुसार चलता है।

iv. महासागरीय परिवहन से ———- व्यापार को बढ़ावा मिलता है।

v. जल परिवहन में समुद्री जहाज खरीदने में ——— पूँजी निवेश करना पड़ता है।

5.18 वायु परिवहन

यह परिवहन का सबसे तेज माध्यम है। इसके अंतर्गत यात्री विमानों, मालवाहक विमानों और हेलीकॉप्टरों से सामान और यात्रियों को वायुमार्ग से ले जाया जाता है। इसमें यात्रियों के अलावा हल्का और कीमती सामान ढोया जाता है। पर्वतीय क्षेत्रों में, जहाँ परिवहन के अन्य साधनों का इस्तेमाल संभव नहीं होता, वायु परिवहन बहुत महत्वपूर्ण और सुविधाजनक साधन है। भूकंप और बाढ़ आदि प्राकृतिक आपदाओं के दौरान सामान और यात्रियों को लाने-ले जाने

के लिए अधिकतर इसी साधन का प्रयोग होता है। युद्ध के दौरान भी वायु परिवहन की बड़ी महत्वपूर्ण भूमिका होती है।

वायु परिवहन को घरेलू वायु परिवहन और अंतर्राष्ट्रीय वायु परिवहन में बाँटा जा सकता है। घरेलू वायु परिवहन में देश के अंदर भ्रमण करने की सुविधा रहती है, जबकि अंतराष्ट्रीय वायु परिवहन के अंतर्गत विभिन्न देशों के बीच सामान और यात्रियों को लाया जाता है। वायु परिवहन के निश्चित मार्ग होते हैं जो लगभग विश्व के सभी देशों को आपस में जोड़ते हैं।

वायु परिवहन का एक दृश्य

चित्र : वायु परिवहन का एक दृश्य

5.19 वायु परिवहन के लाभ

इसके निम्नलिखित लाभ हैं :

i. यह परिवहन का सबसे तेज माध्यम है।

ii. जिन स्थानों पर अन्य माध्यमों से नही पहुँचा जा सकता, वहाँ यह सामान और यात्रियों को पहुँचाने का सबसे ज्यादा उपयोगी साधन है।

iii. प्राकृतिक आपदाओं के दौरान यह परिवहन का सबसे सुविधाजनक साधन है।

iv. राष्ट्रीय सुरक्षा और रक्षा में इसका महत्वपूर्ण योगदान है।

5.20 वायु परिवहन की सीमाएँ

इसकी निम्नलिखित सीमाएँ हैं :

i. यह परिवहन का अपेक्षाकृत अधिक महंगा साधन है।

ii. भारी सामान या बड़ी मात्रा में सामान ले जाने के लिए यह उपयुक्त नहीं है।

iii. खराब मौसम का इस पर प्रतिकूल असर पड़ता है।

iv. छोटी दूरी की यात्रा के लिए यह उपयुक्त नहीं है।

v. दुर्घटना के समय माल, संपत्ति और जान का भारी नुकसान होता है।

पाठगत प्रश्न 5.4

I. निम्नलिखित कथनों में से सही और गलत कथन छाँटिए :

i. वायु परिवहन, परिवहन का सबसे तीव्र माध्यम है।

ii. खराब मौसम का वायु परिवहन पर कोई प्रतिकूल असर नहा पड़ता।

iii. वायु परिवहन कम दूरी के लिए उपयुक्त नहीं है।

iv. हेलीकॉप्टर अधिकतर अंतर्राष्ट्रीय विमानन के लिए प्रयोग किया जाता है।

v. राष्ट्रीय सुरक्षा में वायु परिवहन का कोई योगदान नहीं है।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. पहाड़ी इलाकों में और पहाड़ों पर उपयुक्त परिवहन साधन क्या है?

क) रेल परिवहन

ख) सड़क परिवहन

ग) वायु परिवहन

घ) जल परिवहन

ii. ट्रांसपोर्ट कम्पनी द्वारा परिवहन की सुविधा क्या कहलाती है?

क) एक औद्योगिक इकाई

ख) व्यापार

ग) व्यापार की सहायक इकाइयाँ

घ) ऊपर लिखित में से कोई नहीं

iii. देश में भारी सामान को अधिक मात्रा में लाने-ले जाने के लिए निम्न में कौन सा साधन उपयुक्त है :

क) रेल परिवहन

ख) सड़क परिवहन

ग) वायु परिवहन

घ) जल परिवहन

iv. जहाज जिनका निश्चित मार्ग होता है और वे नियमित रूप से सेवा देते है, क्या कहलाते है?

क) कार्गो

ख) चार्टर पार्टी

ग) लाइनर

घ) डोमेस्टिक

v. निम्नलिखित में से कौन सा जल परिवहन लाभप्रद नही है :

क) भारी और बड़े सामान को अपेक्षाकृत कम मूल्य पर ले जाना

ख) मौसम का दुष्प्रभाव

ग) अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को बढ़ावा देने के लिए

घ) दुर्घटनाओं से बचाव के लिए परिवहन का सुरक्षित साधन

आपने क्या सीखा

- परिवहन से अभिप्राय उस गतिविधि से, जिसके अंतर्गत विभिन्न साधनों से लोगों सामान को एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जाना संभव हो पाता है।
- परिवहन का महत्व इस प्रकार है :

i. निर्माताओं और उत्पादकों को कच्चा माल उपलब्ध कराता है;

ii. लोगों को तैयार सामान उपलब्ध कराता है;

iii. जीवन स्तर को बेहतर बनाता है;

iv. आपातकाल और प्राकृतिक आपदाओं में सहायक सिद्ध होता है;

v. रोजगार के अवसरों का सृजन करता है;

vi. मजदूरों को विभिन्न स्थानों तक पहुँचाने में सहायता करता है;

vii. देशों को नज़दीक लाने में सहायक है।

- परिवहन के विभिन्न साधन इस प्रकार हैं :

साधन	भूतल परिवहन	जल परिवहन	वायु परिवहन
प्रकार	सड़क परिवहन	अंतर्देशीय जल परिवहन	घरेलू वायु परिवहन
	रेल परिवहन	महासागरीय जल परिवहन	अंतर्देशीय वायु परिवहन
	पाइप लाइन परिवहन		
	रोप-वे परिवहन		

- सामान और यात्रियों को लाने ले जाने के लिए भू-तल परिवहन के विभिन्न साधन है :

सड़क परिवहन			रेल परिवहन	पाइप लाइन परिवहन	रोप-वे परिवहन
मनुष्य द्वारा खींचे जाने वाले	पशुओं द्वारा खींचे जाने वाले	मोटर से चलने वाले			
मनुष्य का सिर या पीठ	पशु, पशुओं द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियां स्लेज	मोटर साइकिल	यात्री गाड़ी	पाइप	रस्सी
मनुष्य द्वारा खींची जाने वाली गाड़ियाँ		स्कूटर			
-ठेले		ऑटो-रिक्शा			
-साइकिल		कार			
-रिक्शा		वैन			
		बस			
		ट्रक			
		टेम्पो			

- सामान और यात्रियों को लाने-ले जाने के लिए जल परिवहन के विभिन्न साधन है:

साधन	अंतर्देशीय जल परिवहन	महासागरीय परिवहन
प्रकार	नावें, स्टीमर, बार्ज, लांच	समुद्री जहाज, टैंकर, पनडुब्बी

- सामान और यात्रियों को लाने-ले जाने के लिए वायु परिवहन के विभिन्न साधन है :

साधन	घरेलू वायु परिवहन	अंतर्राष्ट्रीय वायु परिवहन
प्रकार	विमान, हेलीकॉप्टर	विमान

पाठांत प्रश्न

1. परिवहन से क्या अभिप्राय है? व्यवसाय में इसके महत्व का वर्णन कीजिए।

2. परिवहन के साधनों से क्या अभिप्राय है? विभिन्न प्रकार के साधनों का उल्लेख कीजिए।

3. भू-तल परिवहन के विभिन्न साधनों का उल्लेख कीजिए।

4. रेल परिवहन के लाभ और सीमाएँ बताइए।

5. सड़क परिवहन के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कीजिए।

6. सड़क परिवहन के लाभों और सीमाओं की चर्चा कीजिए।

7. जल परिवहन के विभिन्न प्रकारों का वर्गीकरण कीजिए।

8. जल परिवहन के लाभों और सीमाओं का विवेचन कीजिए।

9. अंतर्देशीय और महासागरीय जल परिवहन में अंतर स्पष्ट कीजिए।

10. लाइनर और ट्रैम्प जहाजों में अंतर बताइए।

11. वायु परिवहन के लाभों और सीमाओं को बताइए।

12. जब आप उचित ट्रांसपोर्ट को चुनते है तो आप किन-किन बातों का ध्यान रखेंगे?

13. पाइप लाइन किन-किन मुख्य उत्पादकों को ले जाने के लिए अधिक उपयुक्त है तथा क्यों?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

5.1 (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) गलत (v) सही

5.2 I. (i) गलत (ii) सही (iii) गलत (iv) गलत (v) सही

II. (i) घ (ii) क (iii) ङ (iv) ख (v) ग

5.3 I. (i) गलत (ii) गलत (iii) सही (iv) सही (v) गलत

II. (i) ट्रैम्प (ii) घरेलू (iii) लाइनर (iv) विदेश (v) भारी

5.4 I. (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) गलत

II. (i) ख (ii) ग (iii) क (iv) ग (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने घर के आसपास पारवहन के साधनों पर निगाह डालिए और उनके लाभ और सीमाएँ लिखिए।
- अपने नजदीक के बाजार में जाइए और वहाँ दुकानदारों से पूछिए कि वे सामान लाने के लिए किस प्रकार के परिवहन का इस्तेमाल करते हैं और क्यों?
- आपके परिवार में समय-समय पर परिवहन के कौन से साधन प्रयोग में लाए जाते हैं? उनकी सूची तैयार कीजिए।

6. भंडारण सेवाएं

हम अपने दैनिक जीवन में विविध प्रकार का खाना खाते हैं। कुछ लोग अपने मुख्य भोजन में चावल खाते हैं तो कुछ रोटी। लेकिन क्या आपने कभी सोचा है कि ये चावल अथवा गेहूं, जिनसे ये खाने के पदार्थ तैयार होते हैं, कहां से आते हैं? जैसा कि हम जानते हैं ये अनाज पूरे साल पैदा नहीं होते। लेकिन हम इन्हें रोज खाते हैं। तो फिर किसान किस तरह से हमें इन अनाजों का निरंतर आपूर्ति करते रहते हैं? आप निश्चित रूप से सोचते होंगे वे इन अनाजों का एक उचित स्थान पर संग्रह करते हैं और आवश्यकता पड़ने पर हमें आपूर्ति करते हैं। जी, आप बिल्कुल ठीक सोच रहे हैं। इनका एक विशेष मौसम और विशेष क्षेत्र में उत्पादन होता है। इसलिए इन अनाजों का उचित तरीके से संग्रहण आवश्यक होता है। हमारे घरों में उपयोग के इनका सीमित संग्रहण किया जा सकता है। लेकिन कुछ ऐसे स्थान होते हैं, जहां इनका सही तरीके से और बड़ी मात्रा में भंडारण किया जा सकता है। इस पाठ में हम उन स्थानों अर्थात भंडारगृहों के बारे में विस्तार से अध्ययन करेंगे।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- भंडारण का अर्थ बता सकेंगे;
- भंडारण की आवश्यकता की पहचान कर सकेंगे;
- विभिन्न प्रकार के भंडारगृहों की पहचान कर सकेंगे;
- आदर्श भंडारगृहों की विशेषताएं बता सकेंगे;
- भंडारगृह का कार्य प्रणाली का उल्लेख कर सकेंगे; और
- भंडारगृह के लाभों को सूचीबद्ध कर सकेंगे।

6.1 भंडारण का अर्थ

हमें दैनिक जीवन में विविध प्रकार का वस्तुओं का आवश्यकता होती है। हम उनमें से कुछ तो थोक में खरीद सकते हैं और उनका अपने घर में संग्रहण कर सकते हैं। इसी प्रकार व्यवसायियों को भी विविध प्रकार की वस्तुओं का आवश्यकता होती है। उनमें से कुछ वस्तुएं हमेशा उपलब्ध नहीं होती। लेकिन उन्हें बिना किसी बाधा के उन वस्तुओं का पूरे साल जरूरत

होती है। चीनी मिल का ही उदाहरण ले लीजिए। आप तो जानते ही हैं कि गन्ने का उत्पादन साल के एक विशेष मौसम में ही होता है। लेकिन चीनी की खपत पूरे साल होती

है, इसलिए गन्ने आपूर्ति की पूरे साल आवश्यकता होती है। लेकिन ऐसा कैसे संभव हो सकता है? ऐसे में गन्ने के उचित मात्रा में भंडारण की आवश्यकता होती है। इसके अलावा चीनी के उत्पादन के बाद, इसके वितरण एवं विक्रय के लिए समय चाहिए। इस प्रकार कच्चे माल तथा तैयार माल दोनों के लिए संग्रहण की आवश्यकता पड़ती है। किसी भी वस्तु के उत्पादन से लेकर खपत तक उसके समुचित संग्रहण की आवश्यकता पड़ती है। जब संग्रहण बड़ी मात्रा में और सही विधी से वस्तुओं का रखरखाव किया जाता हैं, तो इस प्रक्रिया को भंडारण कहते हैं। ये वस्तुएं जहां रखी जाती है, उसे भंडार गृह कहते हैं। भंडार गृह के अधिकारी को 'भंडारगृह- देखभाल प्रभारी' कहते हैं।

भंडारण का अर्थ है वस्तुओं का बड़ी मात्रा में और समुचित तरीके से संग्रहण तथा आवश्यकतानुसार उन्हें उपलब्ध कराना। दूसरे शब्दों में कहें तो भंडारण का अर्थ है वस्तुओं का उनके उत्पादन अथवा खरीद के समय से लेकर उनकी बिक्री अथवा वास्तविक उपयोग के समय तक बड़ी मात्रा में रखना अथवा परीक्षण करना।

भंडारण एक महत्वपूर्ण व्यापार सहायक सेवा है। इसमें समय उपयोगिता का सृजन होता है, क्योंकि यह वस्तुओं तथा उत्पादन तथा उनके उपयोग के बीच समय के लिए सेतु का कार्य करती है।

6.2 भंडारण की आवश्यकता

निम्नलिखित कारणों से भंडारण आवश्यक होता है :

i) मौसमी उत्पादन : आप तो जानते ही हैं कि कृषि उत्पादों का उत्पादन साल के विशेष मौसमों में होता है, लेकिन उसकी खपत पूरे साल होती रहती है। इसलिए इन उत्पादों के समुचित भंडारण की आवश्यकता होती है, जहां से आवश्यकतानुसार इनकी आपूर्ति की जा सके।

ii) मौसमी मांग : कुछ ऐसी वस्तुएं होती है, जिनकी मौसम विशेष में ही मांग होती है, जैसे सर्दियों में ऊनी वस्त्र, बरसात में छाते आदि। लेकिन इन वस्तुओं का उत्पादन पूरे साल होता रहता है। इसलिए इन वस्तुओं के सही भंडारण की आवश्यकता होती है, जिससे कि सही समय पर इनकी आपूर्ति की जा सके।

iii) बड़े पैमाने पर उत्पादन: निर्मित वस्तुओं के मामले में आजकल ज्यादातर उत्पादन वर्तमान तथा भविष्य को मांग को ध्यान में रखते हुए कर लिया जाता है। ऐसे में निर्माता बड़े पैमाने पर उत्पादन करना चाहते हैं, क्योंकि बड़े पैमाने पर उत्पादन में लागत कम आती है। इन बड़ी मात्रा में उत्पादित वस्तुओं को तब तक समुचित

भंडारण की आवश्यकता पड़ती है, जब तक कि इनकी बिक्री न हो जाए।

iv) तुरंत आपूर्ति : औद्योगिक तथा कृषि दोनों प्रकार के उत्पादों का उत्पादन एक विशेष स्थान पर होता है, किंतु उनकी खपत पूरे देश में होती है। इसलिए इन वस्तुओं को खपत वाले स्थान के निकट रखना आवश्यक होता है, ताकि उपभोक्ता की आवश्यकता के अनुसार शीघ्र आपूर्ति सुनिश्चित की जा सके।

v) निरंतर उत्पादन : औद्योगिक इकाइयों में निरंतर उत्पादन चलते रहने के कारण उन्हें निरंतर कच्चे माल की आवश्यकता होती है। इसलिए पर्याप्त कच्चे माल के भंडारण की आवश्यकता पड़ती है, ताकि आवश्यकता के अनुसार उनकी आपूर्ति की जा सके।

vi) मूल्य में स्थायित्व : बाजार में वस्तुओं का मूल्य स्थिर रखने के लिए भी उनके भंडारण की आवश्यकता पड़ती है, क्योंकि वस्तुओं की अनुपलब्धता की स्थिति में बाजार में वस्तुओं की कीमतें बढ़ सकती है। इसके अलावा अधिक उत्पादन तथा आपूर्ति से वस्तुओं की कीमतें गिरने की संभावना रहती है। भंडारण, आपूर्ति में संतुलन बनाए रखता है, जिसके मूल्यों में स्थिरता आती है।

पाठगत प्रश्न 6.1

निम्नलिखित में से कौन से कथन सही तथा कौन से गलत हैं :

i. भंडारण समय की बाधा को दूर करता है।

ii. भंडारण व्यापार संबंधी महत्वपूर्ण सहायक सेवा नहीं है।

iii. भंडारण का उद्देश्य वस्तुओं की अनुपलब्धता के समय अधिक आपूर्ति करना हो सकता है।

iv. भंडारण में मौसमी वस्तुओं का रखरखाव नहीं किया जाता।

v. बड़े पैमाने के व्यापार में भंडारण की आवश्यकता नहीं होती।

vi. भंडारण, कारखानों में निरंतर उत्पादन को सुनिश्चित करता है।

6.3 भंडारगृहों के प्रकार

आपने पढ़ा है कि भंडारण, विभिन्न प्रकार की सामग्रियों के रखरखाव से आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। इन्हीं आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए विभिन्न प्रकार के भंडारगृह अस्तित्व में आए हैं। इनको निम्नलिखित वर्गो में विभक्त किया जा सकता है।

i. निजी भंडारगृह

ii. सार्वजनिक भंडारगृह

iii. सरकारी भंडारगृह

iv. बंधक भंडारगृह

v. सहकारी भंडारगृह

आइए, अब इनके बारे में विस्तार से जाने :

i) निजी भंडारगृह : जो भंडार गृह उत्पादकों अथवा निर्माताओं द्वारा साधारणतया अपने उत्पादों के संरक्षण हेतु चलाए जाते हैं, उन्हें निजी भंडार गृह कहते हैं। इन भंडार गृहों का निर्माण किसानों द्वारा अपने खेतों के समीप, व्यापारियों अथवा वितरकों द्वारा अपने व्यावसायिक केन्द्रों के समीप तथा विनिर्माताओं द्वारा अपने कारखाने के समीप किया जाता है। इनका डिजाइन तथा प्रदत्त सुविधाएँ वस्तुओं के भंडारण की प्रकृति पर निर्भर करती है।

ii) सार्वजनिक भंडारगृह : जिन भंडारगृहों का निर्माण आम जनता के उपयोग के लिए अथवा सार्वजनिक भंडारण के लिए किया जाता है, उन्हें सार्वजनिक भंडारगृह कहते हैं। इन भंडारगृहों में किराया देकर कोई भी व्यक्ति अपनी वस्तुओं का भंडारण कर सकता है। कोई व्यक्ति, साझेदारी फर्म अथवा कंपनी इनका स्वामी हो सकता है। ऐसे भंडारगृहों को चलाने के लिए सरकार से लाइसैंस की आवश्यकता होती है। ऐसे भंडारगृहों का संचालन सरकार भी करती है। इनका उपयोग विनिर्माता, थोक व्यापारी आयातक, निर्यातक तथा सरकारी एजेंसियां करती हैं।

iii) सरकारी भंडारगृह : ऐसे भंडारगृहों का स्वामित्व, प्रबंधान आदि केन्द्र अथवा राज्य सरकार, सार्वजनिक निगमों, स्थानीय निकायों आदि के हाथों में होता है। इन भंडारगृहों का उपयोग सरकारी तथा निजी, दोनों प्रकार की कंपनियां कर सकती हैं। भारत का केन्द्रीय भंडारण निगम, राज्य भंडारण निगम तथा भारतीय खाद्य निगम आदि ऐसी एजेंसियां है जो सरकारी भंडारगृहों का रखरखाव कर रही है।

iv) बंधक भंडारगृह : इन भंडार गृहों का स्वामित्व तथा प्रबंधन सरकार अथवा निजी एजेंसियों के हाथों में होता है। निजी बंधक भंडार गृहों के संचालन के लिए सरकार से लाईसेंस की आवश्यकता होती है। ऐसे भंडारगृहों में उन आयातित वस्तुओं का भंडारण किया जाता है जिन पर आयातकर नहीं चुकाया गया है। कर चुकाए बिना आयातित माल को आयातक बंदरगाह से नहीं ले जा सकते हैं और तब तक उन्हें इन भंडारगृहों में रखा जाता है जब तक कि उनपर लगा आयातकर न चुका दिया जाए। ऐसे भंडारगृह आमतौर पर गोदी प्राधिकरणों द्वारा समुद्र तटों के आसपास स्थापित किए जाते हैं।

v) सहकारी भंडारगृह : ऐसे भंडारगृहों का स्वामित्व, प्रबंध तथा नियंत्रण सहकारी समितियों के हाथों में होता है। इनमें समितियों के सदस्यों को मितव्ययी दर पर भंडारण की सुविधा उपलब्ध होती है।

6.4 आदर्श भंडारगृह के लक्षण

ऊपर आपने विभिन्न प्रकार के भंडारगृहों के बारे में पढ़ा। प्रत्येक भंडारगृह में वस्तुओं के भंडारण की समुचित व्यवस्था आवश्यक होती है। यदि निम्नलिखित विशेषताएं पाई जाती हैं, तो किसी भी भंडारगृह को आदर्श भंडार गृह कहा जा सकता है।

i. भंडारगृह को सुविधाजनक स्थान पर स्थित होना चाहिए, जैसे राजमार्गों, रेलवे स्टेशनों, हवाई अड्डों तथा समुद्र तटों के निकट ताकि वस्तुओं को सरलता से चढ़ाया

उतारा जा सके।

ii. वस्तुओं को उतारने तथा चढ़ाने के लिए मशीनी उपकरणों का होना आवश्यक है। इससे न सिर्फ टूट-फूट कम होती है, बल्कि उतारन-चढ़ाने में खर्च भी कम पड़ता है।

iii. वस्तुओं के समुचित रखरखाव के लिए पर्याप्त स्थान होना चाहिए।

iv. फलों, अंडों, मक्खन आदि जैसी शीघ्र खराब होने वाली वस्तुओं के लिए भंडारगृहों में कोल्ड स्टोरेज की व्यवस्था भी होनी चाहिए।

v. धूप, बारिश, हवा, धूल, नमी, कीड़ों आदि से बचाव के लिए समुचित व्यवस्था होनी चाहिए।

vi. भंडारगृहों के परिसर में पर्याप्त पार्किंग व्यवस्था होनी चाहिए, ताकि वस्तुओं को आसानी से चढ़ाया-उतारा जा से।

vii. वस्तुओं को चोरी को रोकने के लिए चौबीसों घंटे पहरेदारी होनी चाहिए।

viii. आग से होने वाले नुकसान से बचने के लिए भवन में समुचित आग निरोधक उपकरण उपलब्ध होने चाहिएँ।

पाठगत प्रश्न 6.2

कोष्ठक में दिए गए शब्दों में से उचित शब्द छांटकर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए।

i. भारतीय खाद्य निगम ———— भंडारगृह का उदाहरण है। (सरकार, निजी, बंधक)

ii. सार्वजनिक भंडारगृहों का स्वामित्व ——— हाथों में होता हैं। (सरकारी, निजी, किसी भी व्यक्ति के)

iii. ——— भंडारगृह शुरू करने के लिए सरकार से लाइसेंस की आवश्यकता नहीं होती। (सरकारी, निजी)

iv. बंधक भंडारगृह आमतौर पर ——- के समीप स्थित होते हैं। (औद्योगिक क्षेत्रों, बंदरगाह, वाणिज्य केन्द्रों)

v. ऐसी वस्तुएं जिन पर आयात कर नहीं चुकाया गया है, उन्हें ——— भंडारगृहों में रखा जाता है। (सरकारी, निजी, बंधक)

6.5 भंडारगृह के कार्य

आपने पढ़ा कि भंडारगृह वस्तुओं का समुचित तथा सही विधि से परिरक्षण करते हैं।

वे वस्तुओं को गर्मी, हवा, आंधी, नमी आदि से बचाते हैं तथा उनको टूट-फूट से होने वाली हानि से भी बचाते हैं। यह प्रत्येक भंडारगृह का मूलभूत कार्य होता है। आजकल भंडारगृह इनके अतिरिक्त अन्य कार्य भी करते है, जो निम्नलिखित हैं :

i) वस्तुओं का भंडारण : भंडारगृहों का मुख्य काम बड़ी मात्रा में वस्तुओं का भंडारण करना होता है। वस्तुओं का भंडारण उनके उत्पादन अथवा खरीद से लेकर उनकी खपत तक किया जाता है।

ii) वस्तुओं का परिरक्षण : भंडारगृह वस्तुओं को गर्मी, धूल, हवा नमी आदि से खराब होने से बचाते है। इनके पास विभिन्न वस्तुओं के लिए उनको प्रकृति के अनुसार संग्रहण की व्यवस्था होती है। इससे भंडारण के कारण वस्तुओं के सड़ने, गलने आदि के कारण होने वाला नुकसान नहीं होता।

iii) जोखिम उठाना : वस्तुओं के भंडारण के समय भंडारगृह को भंडारगृह संबंधी सभी जोखिम उठानी होती है। एक बार जब कोई वस्तु भंडारगृह अधिकारी के हाथों में सौंप दी जाती है तो उसके बाद से सारा उत्तरदायित्व भंडारगृह अधिकारी का होता है। भंडारगृह में यदि वस्तुओं को क्षति होती हैं तो उसका उत्तरदायित्व भंडारगृह अधिकारी का होगा। वह वस्तुओं को उनकी सही अवस्था में लौटाने के लिए प्रतिबद्ध होता है। इसीलिए भंडारगृह चोरी, टूट-फूट के लिए भी उत्तरदायी भी होता है। इस प्रकार भंडारगृह इन सभी से वस्तुओं की रक्षा करता है।

भंडारगृह में माल का भंडारण

चित्र : भंडारगृह में माल का भंडारण

iv) वित्तीय सुविधाएं प्रदान कर : जब कोई व्यक्ति भंडारगृह को माल सौंपता है तो भंडारगृह उसको एक रसीद देता है, जो यह प्रमाणित करता है कि वस्तु

अथवा माल उसके पास है। इसके अतिरिक्त एक अधिपत्र भी देता है जिसे भंडारगृह देखरेख अधिकारी का अधिपत्र कहते हैं, यह एक अधिकार पत्र होता है तथा दस्तावेज के पीछे हस्ताक्षर कर इसे हस्तांतरित किया जा सकता है। इसके अलावा इस अधिपत्र को गिरवी रखकर कोई व्यवसायी, बैंक अथवा अन्य किसी वित्तीय संस्थान से ऋण प्राप्त कर सकता है। कुछ मामलों में भंडारगृह अधिपत्र गिरवी रखकर कुछ व्यवसायी भी अतिरिक्त व्यवसायियों को छोटी अवधि के ऋण उपलब्ध कराते हैं।

v) प्रक्रमण : कुछ उपभोक्ता वस्तुएं ऐसी होती हैं, जिन्हें बिना प्रक्रमण के उपयोग में नहीं लाया जाता। प्रक्रमण, उन्हें उपभोग के योग्य बनाता है। उदाहरण के लिए धन को पॉलिश किया जा सकता है। लकड़ी की सीजनिंग की जाती है आदि। कई बार भंडारगृह व्यवसायी की तरफ से यह सब जिम्मेदारी खुद भी उठाते हैं।

vi) ग्रेडिंग तथा ब्रांडिंग : निर्माताओं, निर्यातकों, थोक विक्रेताओं के आग्रह पर भंडारगृह वस्तुओं की ग्रेडिंग तथा ब्रांडिंग की जिम्मेदारी संभालते है। इसके अतिरिक्त बिक्री में सुविधा के लिए वे वस्तुओं की मिक्सिंग, ब्रांडिंग, पैकिंग भी करते है।

vii) परिवहन व्यवस्था : कुछ स्थितियों में भंडारगृह थोक व्यापारियों की सुविधा के लिए परिवहन की सुविधाएं भी उपलब्ध कराते हैं। ये उत्पादन के स्थान से सामान उठाते हैं और जमाकर्ता के अनुरोध पर उसे सुपुर्दगी के स्थान तक पहुंचाते हैं।

6.6 भंडारगृहों के लाभ

व्यावसायिक समुदाय को भंडारगृहों से कई प्रकार के लाभ होते हैं। उद्योगों अथवा व्यापार को भंडारगृहों से प्राप्त होने वाले लाभ निम्नलिखित हैं :

i) वस्तुओं का संरक्षण तथा परिरक्षण : व्यवसायियों को जब वस्तुओं की बिक्री की आवश्यकता नहीं होती उस समय भंडारगृह भंडारण सुविधाएं प्रदान करते हैं। यह वस्तुओं को सुरक्षित रखते हैं, उनको टूट-फूट से बचाते हैं। टूट-फुट, गुणवत्ता में गिरावट, सड़ने-गलने आदि से होने वाली हानि को न्यूनतम करते हैं। ये जहां तक संभव हो अत्यधिक आधुनिक तकनीक का प्रयोग करते हैं।

ii) वस्तुओं की नियमित आपूर्ति : चावल, गेहूं आदि जैसी अनेक उपभोक्ता सामग्रियों का उत्पादन एक विशेष मौसम में होता है, किन्तु इनकी खपत पूरे साल बनी रहती है। भंडारगृह इन मौसमी उपभोक्ता सामग्रियों की पूरे साल नियमित आपूर्ति बनाए रखने में सहायक होते हैं।

iii) उत्पादन में निरंतरता : भंडारगृह निर्माताओं को कच्चेमाल के भंडारण की चिंता से मुक्त कर उन्हें निरंतर उत्पादन करने की निश्चिंतता प्रदान करते हैं। वे निर्माताओं को मौसमी कच्चेमाल की आपूर्ति बिना किसी बाधा के निरंतर करते रहते हैं।

iv) साज-संभाल में आसानी : आधुनिक भंडारगृह, वस्तुओं के साज-संभाल के लिए अत्यधिक आधुनिक यंत्रों का प्रयोग करते हैं। भारी तथा थोक वस्तुओं को चढ़ाने तथा लादने के लिए आधुनिक मशीनों का उपयोग करते हैं जिससे साज संभाल का

खर्च कम हो जाता है। आधुनिक मशीनों के उपयोग से सामान को उतारने-चढ़ाने में होने वाले नुकसान की संभावनाएं कम हो जाती है।

v) सुविधाजनक स्थिति : भंडारगृह साधारणतया सुविधाजनक स्थान, जैसे- सड़क, रेल अथवा जलमार्ग के समीप स्थित होते हैं। इससे परिवहन लागत में कमी आती है।

vi) छोटे व्यवसायियों के लिए उपयोगी : अपना भंडारगृह बनाने के लिए पूंजी की आवश्यकता होती है, जो कि छोटे व्यवसायी वहन नहीं कर सकते। ऐसी स्थिति में वह नाममात्र का किराया देकर सार्वजनिक भंडारगृहों में अपने कच्चेमाल अथवा निर्मित माल को रखकर उनके परिरक्षण में सक्षम हो जाते हैं।

vii) रोजगार के अवसर : भंडारगृह कुशल तथा अकुशल दोनों ही प्रकार के लोगों के लिए पूरे देश में रोजगार के अवसर उपलब्ध कराते हैं। इससे लोगों को अपनी आय तथा जीवन स्तर को सुधारने का अवसर मिलता है।

viii) वस्तुओं की बिक्री में सहायक : वस्तुओं के बेचने के लिए कुछ निर्धारित कदम उठाने आवश्यक है। ऐसे में भंडारगृह, क्रेता के मन को समझते हुए वस्तुओं की ग्रेडिंग, पैकिंग तथा उन पर लेबल आदि लगाने की जिम्मेदारी भी वहन करते हैं। माल का मालिक भंडारगृह का अधिपत्र सौंप कर क्रेता को वस्तुओं का स्वामित्व हस्तान्तरित कर सकता है।

ix) वित्तीय उपलब्धता : भंडारगृह द्वारा जारी अधिपत्र के आधार पर व्यवसायी को बैंक आदि से आसानी से ऋण प्राप्त हो जाता है। इसके अलावा कुछ मामलों में भंडारगृह खुद ही माल रखने वाले को कुछ धान उपलब्ध करा देते हैं।

x) हानि की जोखिम कम करना : माल को बंधक रखकर भंडारगृह में माल सुरक्षित तथा परिरक्षित रहता है। इसके अलावा चोरी से बचाने के लिए सुरक्षा कर्मचारी रखे जाते हैं। परिरक्षण के लिए कीटनाशक दवाओं का प्रयोगकर सकते हैं। शीघ्र नष्ट होने वाली वस्तुओं के संरक्षण के लिए कोल्ड स्टोरेज आदि की व्यवस्था करते हैं। इनमें आग से बचाव के लिए अग्निशमन उपकरण भी लगे होते हैं। इनमें नुकसान होने पर वस्तु की भरपाई की भी गारंटी होती है।

पाठगत प्रश्न 6.3

I. निम्नलिखित में से सही और गलत कथन छांटिए :

i. भंडारगृहों का मूल काम है वस्तुओं का भंडारण।

ii. भंडारगृहों में होने वाले नुकसान की भरपाई भंडारगृह नहीं करते।

iii. भंडारगृह देखभाल प्रभारी के वारंट पर बैंकों से ऋण मिल जाता है।

iv. भंडारगृह वस्तुओं के निरंतर उत्पादन तथा आपूर्ति को सुनिश्चित करते हैं।

v. भंडारगृह कोई भी रोजगार के अवसर उपलब्ध नहीं कराता।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. निम्न में से कौन सी आवश्यकता भंडारण की नहीं है?

क) माल की तुरंत आपूर्ति

ख) माल का मौसमी उत्पादन

ग) बड़े पैमाने पर उत्पादन

घ) लघु स्तर पर उत्पादन

ii. भंडारगृहों के निम्नलिखित प्रकारों में से कौन से, हवाई अड्डों तथा बंदरगाहों पर स्थित होते हैं।

क) सार्वजनिक भंडारगृह

ख) सरकारी भंडारगृह

ग) बंधक भंडारगृह

घ) सहकारी भंडारगृह

iii. जो भंडारगृह उत्पादकों अथवा व्यापारियों द्वारा केवल अपने माल के स्टॉक को भंडारित करने हेतु अपने स्वामित्व के अंतर्गत प्रबंधित किए जाते है, उन्हें क्या कहते हैं?

क) सरकारी भंडारगृह

ख) निजी भंडारगृह

ग) सार्वजनिक भंडारगृह

घ) सहकारी भंडारगृह

iv. निम्न में से कौन सा कार्य भंडारगृहों का नहीं हैं?

क) जोखिम उठाना

ख) वित्तीयन

ग) माल की सुरक्षा

घ) प्रत्येक ग्राहक को परिवहन सुविधा

v. निम्न में से कौन सा लाभ भंडारगृहों का नहीं है?

क) छोटे व्यवसायियों हेतु उपयोगी

ख) सुविधाजनक स्थान पर उपलब्ध

ग) रोजगार सृजन नहीं करते

घ) वित्त की उपलब्धता को सुगम बनाना

आपने क्या सीखा

- भंडारण वस्तुओं के बड़े पैमाने पर और सही तरीके से रखरखाव को सुनिश्चित करता है। इससे उत्पादन से लेकर खपत तक भंडारण करना सुनिश्चित होता है। इससे समय और स्थान की बाधाएं दूर हो जाती है। यह व्यापार की एक महत्वपूर्ण सहायक सेवा है।
- भंडारगृहों की आवश्यकता जिन कारणों से होती है, वे हैं : (i) वस्तुओं के मौसमी उत्पादन (ii) मौसमी मांग (iii) बड़े पैमाने पर उत्पादन (iv) तुरंत आपूर्ति (v) उत्पादन की निरंतरता (vi) मूल्य

में स्थायित्व

- भंडारगृहों के प्रकार : (i) निजी भंडारगृह (ii) सार्वजनिक भंडारगृह (iii) सरकारी भंडारगृह (iv) बंधक भंडारगृह (v) सहकारी भंडारगृह
- आदर्श भंडारगृह की विशेषताएं : (i) सुविधाजनक स्थान पर स्थित (ii) वस्तुओं के संभाल के लिए मशीनी उपकरणों का उपयोग (iii) वस्तुओं को रखने योग्य पर्याप्त स्थान (iv) परिसंरक्षण योग्य वस्तुओं के लिए कोल्ड स्टोरेज (v) धूप, हवा, धूल, कीट आदि से वस्तुओं की रक्षा (vi) वाहनों के लिए पर्याप्त पार्किंग (vii) चौबीसों घंटे सुरक्षा व्यवस्था (viii) अग्निशमन यंत्रों की सुविधा

- भंडारगृह के कार्य : (i) वस्तुओं का रखरखाव (ii) वस्तुओं का परिरक्षण (iii) जोखिम उठाना (iv) वित्तीय सुविधाएं प्रदान करना (v) प्रक्रमण (vi) ग्रेडिंग तथा ब्रांडिंग (vii) परिवहन
- भंडारगृहों के लाभ : (i) वस्तुओं का संरक्षण तथा परिरक्षण (ii) वस्तुओं की नियमित आपूर्ति (iii) उत्पादन में निरंतरता (iv) सुविधाजनक स्थान पर स्थित (v) आसान साज-संभाल (vi) छोटे व्यवसायियों के लिए उपयोगी (vii) वस्तुओं को बेचने में आसानी (viii) वित्तीय सुविधाएं उपलब्ध (ix) हानि का जोखिम कम करना

पाठांत प्रश्न

1. भंडारण से क्या तात्पर्य है?

2. भंडारगृह की आवश्यकताओं को समझाइए।

3. एक आदर्श भंडारगृह की छह विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

4. विभिन्न प्रकार के भंडारगृहों का वर्गीकरण कीजिए तथा उन्हें संक्षेप में समझाइए।

5. निजी तथा सार्वजनिक भंडारगृह में अंतर स्पष्ट कीजिए।

6. भंडारगृह के कार्यों पर प्रकाश डालिए।

7. सार्वजनिक भंडारगृह किसे कहते हैं? सार्वजनिक भंडारगृह के तीन अर्थ बताइए।

8. व्यवसायियों के लिए भंडारगृह के लाभ बताइए।

9. एक बंधक भंडारगृह किस प्रकार से आयात के लिए सुविधाजनक होता है।

10. भंडारण एक महत्वपूर्ण सहायक सेवा है। साठ शब्दों में व्याख्या कीजिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

6.1 (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) गलत (v) गलत (vi) सही

6.2 (i) सरकारी (ii) सरकार (iii) निजी (iv) बन्दरगाह (v) बंधक

6.3 I. (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) सही (v) गलत

II. (i) घ (ii) ग (iii) ख (iv) घ (v) ग

आपके लिए क्रियाकलाप

- एक साधारण स्टोर तथा भंडारगृह में अंतर बताइए। एक स्टोर किस प्रकार से एक भंडारगृह से भिन्न है? बताइए।

7. संप्रेषण (संदेशवाहन) सेवाएं

हम सभी जानते हैं कि मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। वह अकेले नहीं जी सकता। समाज का एक सदस्य होने के नाते वह दूसरों पर निर्भर है। अधिकांश मामलों में उसे दूसरों की सहायता लेनी पड़ती है। लेकिन प्रश्न यह उठता है कि एक व्यक्ति को यह कैसे पता चले कि दूसरा उससे क्या चाहता है। हमें अपनी भावनाओं, विचारों, आवश्यकताओं, अनुभवों आदि को दूसरे तक इस प्रकार पहुंचाना होता है कि वह उन्हें सही ढंग से समझ ले। व्यवसाय के क्षेत्र में भी कुछ ऐसा ही है। इसमें ग्राहकों, सरकार, मालिकों, कर्मचारियों आदि को सूचना दी जाती है और उनसे सूचना ली भी जाती है। आइए इस पाठ में हम यह जानें कि लोग अपनी भावनाओं और विचारों को दूसरों तक कैसे पहुंचाते हैं।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- सम्प्रेषण को परिभाषित कर सकेंगे;
- सम्प्रेषण प्रक्रिया के तत्वों का वर्णन कर सकेंगे;
- व्यवसाय में सम्प्रेषण के महत्व की व्याख्या कर सकेंगे;
- सम्प्रेषण के प्रकारों की पहचान कर सकेंगे;
- सम्प्रेषण के विभिन्न साधनों का वर्णन कर सकेंगे; और
- सम्प्रेषण की बाधाओं का वर्णन कर सकेंगे।

7.1 सम्प्रेषण का अर्थ

आप अपने परिवार के सदस्यों, दोस्तों और संबंधियों से प्रतिदिन विभिन्न मुद्दों पर बातचीत करते हैं। आपको विभिन्न अवसरों पर अपने दोस्तों और संबंधियों के पत्र मिलते हैं और उनका उत्तर भी आप देते है। कई बार आप जल्दी में संदेश तार से भेजते हैं या टेलीफोन करते हैं। इस प्रक्रिया में आप दूसरों के साथ सूचना का आदान-प्रदान करते हैं। इसी प्रकार वे भी आपको अपने अनुभवों से अवगत कराते हैं। आपने देखा होगा कि किसी कार्यालय में चपरासी को बुलाने के

चित्र : संप्रेषण के विभिन्न साधन

लिए अधिकारी घंटी है। लोग सड़क पर लाल बत्ती देख कर गाड़ी रोक देते हैं और बत्ती हरी होने के बाद चल पड़ते हैं। स्कूलों में घंटी बजने के बाद विद्यार्थी प्रार्थना के लिए इकट्ठा होते हैं। इन साधनों से बिना कुछ बोले या लिखे कुछ संदेश प्रेषित होते हैं और उन्हें समझा भी जाता है। दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच सूचना, विचार और अनुभवों के इस तरह के आदान-प्रदान को सम्प्रेषण कहते हैं।

सम्प्रेषण की परिभाषा इस तरह की जा सकती है। यह दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच तथ्यों, विचारों, सोच और सूचना का मौखिक लिखित या संकेतों अथवा मुद्राओं के माध्यम से आदान-प्रदान की प्रक्रिया है। सम्प्रेषण की प्रक्रिया में संदेश का होना आवश्यक है, जिसमें संदेश एक पक्ष से दूसरे पक्ष तक पहुंचाया जाता है। इस प्रक्रिया में दो पक्ष होते हैं - प्रेषक और प्राप्तकर्ता। जो संदेश भेजता है उसे प्रेषक कहते हैं और जो संदेश प्राप्त करता है उसे प्राप्तकर्ता कहते हैं। आमतौर पर सम्प्रेषण को उस समय पूरा समझा जाता है जब प्राप्तकर्ता संदेश को समझ लेता है और फिर उस पर प्रतिक्रिया व्यक्त करता है या उसका जवाब देता है। सड़क के चौराहों पर लाल बत्ती वाहन चालक को संकेत देती है कि वह गाड़ी रोक दे। लोगों को लाल बत्ती देख कर रूक जाना लाल बत्ती देखने की प्रतिक्रिया है। यह प्रतिक्रिया किसी भी रूप में हो सकती है। आप अपने दोस्त से बात करते समय अगर सिर हिलाते हैं तो इसे भी प्रति उत्तर समझा जाता है। इस प्रकार संदेश, प्रेषक और प्राप्तकर्ता की तरह प्रति उत्तर भी संप्रेषण प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण तत्व है।

सम्प्रेषण प्रक्रिया में निम्नलिखित तत्व सम्मिलित होते हैं :

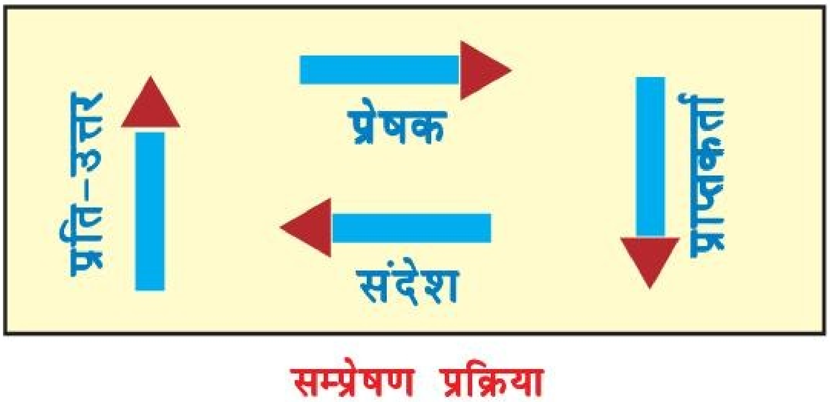
प्रेषक : वह व्यक्ति जो संदेश भेजता है उसे स्रोत भी कहते हैं।

प्राप्तकर्ता : वह व्यक्ति जो संदेश प्राप्त करता है।

संदेश : सम्प्रेषण की विषय-वस्तु। इसमें तथ्य विचार और भावनाएं हो सकती हैं।

प्रति-उत्तर : (फीडबैक) प्रेषक द्वारा भेजे गए संदेश पर प्राप्तकर्ता की प्रतिक्रिया या जबाव को प्रति-उत्तर कहते हैं।

सम्प्रेषण प्रक्रिया को इस प्रकार भी दिखा सकते हैं।



चित्र : सम्प्रेषण प्रक्रिया

प्राप्तकर्ता को संदेश भेजने या उससे प्रति-उत्तर प्राप्त करने के लिए हमें एक माध्यम की आवश्यकता होती है, जिसे हम सम्प्रेषण का माध्यम या साधन कहते हैं। यह प्राप्तकर्ता तक संदेश पहुंचाता है और उसका प्रति-उत्तर लेकर आता है।

पाठगत प्रश्न 7.1

I. सही कथन के आगे 'सही' और गलत कथन के आगे 'गलत' लिखिए।

i. व्यक्तियों के बीच सूचना, विचारों और अनुभवों के आदान-प्रदान को सम्प्रेषण कहते हैं।

ii. सम्प्रेषण की प्रक्रिया में संदेश का होना हमेशा जरूरी नहीं है।

iii. प्रति-उत्तर सम्प्रेषण प्रक्रिया का एक तत्व है।

iv. ट्रैफिक पुलिस द्वारा आम जनता को रुकने का संकेत देना सम्प्रेषण प्रक्रिया है।

II. रिक्त स्थानों में उपयुक्त शब्द भरिए।

i. संदेश भेजने वाले व्यक्ति को ——— कहते हैं।

ii. प्राप्तकर्ता द्वारा संदेश पर की गई प्रतिक्रिया को ——— कहते हैं।

iii. जो व्यक्ति संदेश प्राप्त करता है उसे ——— कहते हैं।

iv. सम्प्रेषण की विषय वस्तु में ——— शामिल हो सकती हैं।

v. किसी भी संदेश की प्रतिक्रिया संदेश के ——— को संबोधित होती है।

7.2 सम्प्रेषण का महत्व

i. इसका प्रयोग फर्म में इसके परिचालन नियंत्रण तथा वास्तविक, अंकों और विचारों को सम्प्रेषित करने के लिये किया जाता है।

ii. फर्म के कर्मचारियों के कार्य और विभागों में समन्वय करने और कर्मचारियों को प्रोत्साहित करने के लिये सम्प्रेषण का प्रयोग किया जाता है।

iii. यह फर्म, ग्राहक तथा आपूर्तिकर्ता के मध्य में समन्वय स्थापित करने में सहायक होता है।

iv. सम्प्रेषण, व्यापार के कुशल परिचालन के साथ-साथ जनता में एक अच्छा प्रभाव छोड़ने में सहायक होता है।

v. सम्प्रेषण लोगों को शिक्षित करता है, उनके ज्ञान में वृद्धि करता है तथा उनकी सोच को व्यापक करता है।

vi. यह भाषा तथा व्यक्तिगत सम्पर्कों को सुलझाता है।

vii. यह नई तकनीक, नई खोजों, नई उपलब्धताओं तथा नई उत्पादों के सम्बन्ध में व्यक्तियों की सहायता करता है।

viii. सम्प्रेषण की सहायता से अधिक से अधिक व्यक्ति नई-नई उपलब्धताओं के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकते हैं।

7.3 सम्प्रेषण के प्रकार

हम जब किसी से बात करते हैं या उन्हें कुछ लिखते हैं तो हमारे बीच सम्प्रेषण होता है। सम्प्रेषण

के लिए भाषा का होना बहुत जरूरी है। जो सम्प्रेषण शब्दों की सहायता से होता है उसे शाब्दिक सम्प्रेषण कहते हैं। इसी प्रकार जब हम अपने दोस्तों से मिलते हैं तो उनसे हाथ मिलाते हैं। इससे भी कुछ संदेश प्रेषित होता है। यह अशाब्दिक (Non- verbal) सम्प्रेषण का उदाहरण है। आइए सम्प्रेषण के इन दोनों प्रकारों के बारे में विस्तार से जानें।

सम्प्रेषण के प्रकार

1. शाब्दिक (लिखित)

2. गैर शाब्दिक (मौखिक)

गैर-शाब्दिक सम्प्रेषण दृश्य श्रवण या सांकेतिक हो सकता है। कई बार आप चित्रों, ग्राफ,

प्रतीक और रेखाचित्रों को देखते हैं, जिनसे आपको संदेश प्राप्त होता है। ये सभी दृश्यात्मक सम्प्रेषण के विभिन्न रूप हैं। उदाहरण के ट्रैफिक पुलिस द्वारा रूकने का संकेत, एक शिक्षक द्वारा विभिन्न जानवरों के चार्ट का प्रदर्शन दृश्यात्मक सम्प्रेषण है।

घंटियों, सीटियों, बजर, हार्न आदि के द्वारा भी हम अपना संदेश प्रेषित कर सकते हैं। इस प्रकार के ध्वनि माध्यमों से होने वाले सम्प्रेषण को श्रव्य सम्प्रेषण कहते हैं। उदाहरण स्वरूप स्कूलों एवं कालेजों में घंटियों के प्रयोग से छात्रें और शिक्षकों को कक्षा की शुरूआत और समाप्ति की सूचना देना, कारखानों में सायरन बजाकर श्रमिकों की पारियों में परिवर्तन की सूचना देना श्रव्य संचार का उदाहरण है।

शरीर के विभिन्न भागों या शारीरिक हाव- भाव से भी सम्प्रेषण होता है। इसे सांकेतिक सम्प्रेषण कहते हैं। राष्ट्रीय झंडे की सलामी, राष्ट्रीय गान के दौरान शांत खड़े रहना, हाथ हिलाना, सिर हिलाना, चेहरे पर गुस्से का भाव प्रकट करना आदि सांकेतिक सम्प्रेषण के

उदाहरण हैं।

पाठगत प्रश्न 7.2

I. रिक्त स्थानों में उपयुक्त शब्द भरिए :

i. शब्दों की सहायता से किए जाने वाले सम्प्रेषण को ——— कहते हैं।

ii. शब्दों के उच्चारण द्वारा किए जाने वाले सम्प्रेषण को ——— कहते हैं।

iii. शरीर के विभिन्न भागों द्वारा किए गए सम्प्रेषण को ——— कहते हैं।

iv. चित्रों, प्रतीकों, रेखाचित्रों आदि के द्वारा हुए सम्प्रेषण को ——- कहते है।

II. नीचे लिखे वाक्यांशों में जिससे शाब्दिक सम्प्रेषण का पता चलता है उसके आगे ‘शा’ और जिससे गैर शाब्दिक सम्प्रेषण का पता चलता है उसके आगे ‘गैशा’ लिखिए।

i. पत्र पढ़ रहा व्यक्ति।

ii. एक शिक्षक छात्र को ग़ुस्से से देखते हुए।

iii. राष्ट्रीय झंडे को सलामी।

iv. चुपचाप सिर हिलाना।

v. एक दुकानदार से बातचीत करना।

7.4 सम्प्रेषण के साधन

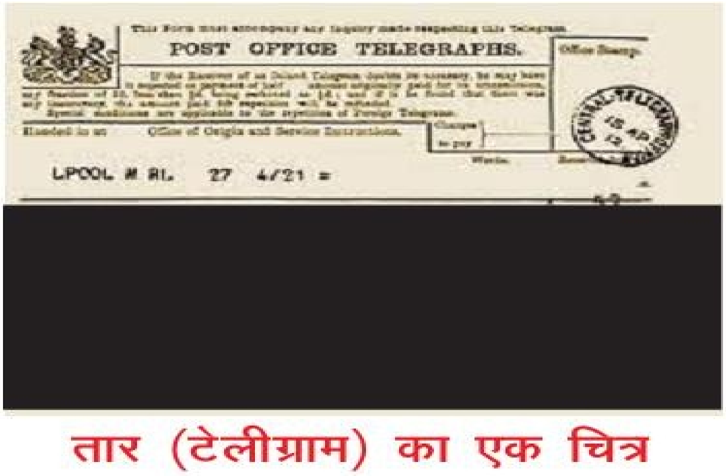
हम एक दूसरे से सूचनाओं का आदान-प्रदान कई तरीकों से करते है। इन्हें सम्प्रेषण का साधन कहा जा सकता है। दूसरे से आमने सामने बात करते समय सूचनाओं के आदान-प्रदान के लिए हम शब्दों का सहारा लेते हैं या अपने शरीर के कई अंगों का प्रयोग करते हैं। अगर हम आमने-सामने बात नहीं कर सकते तो हम अपना संदेश प्रेषित करने के लिए दूसरे माध्यमों की सहायता लेते है। उदाहरण स्वरूप, लिखित संदेश भेजने के लिए हम चिट्ठियों का प्रयोग कर सकते हैं। इसके अलावा हम लोगों से टेलीफोन पर बात कर सकते हैं, तार भेज सकते हैं या संचार के आधुनिक उपकरणों जैसे कम्प्यूटर फैक्स मशीन आदि की सहायता ले सकते हैं। सम्प्रेषण के लिए हम कौन सा साधन चुनें यह इस बात पर निर्भर करता है कि संदेश भेजने के पीछे हमारा उद्देश्य क्या है। उदाहरण के लिए किसी जरूरी संदेश को भेजने के लिए हम प्रायः टेलीफोन का प्रयोग करते हैं। लिखित संदेशों को भेजने के लिए हम चिट्ठी, तार, फैक्स आदि का प्रयोग करते हैं। आजकल आधुनिक टेक्नोलोजी के कारण हम अपनी जरूरत और पसंद के हिसाब से सम्प्रेषण के साधन चुन सकते हैं। आइए व्यापार के क्षेत्र में प्रयोग किए जाने बातों को कुछ महत्वपूर्ण सम्प्रेषण के साधनों के बारे में चर्चा करें।

पत्र : पत्र सम्प्रेषण का लिखित रूप है। इन्हें कोई भी व्यक्ति या संगठन भेज सकता है या प्राप्त कर सकता है। लिखित संदेशों को पत्रों के रूप में विशेष ,संदेशवाहकों, डाकघरों और निजी कूरिअर सेवाओं द्वारा भेजा जा सकता है। इस पद्धति का प्रयोग ऐसी स्थिति में किया जाता है जहाँ आमने-सामने सम्प्रेषण कठिन है और साथ ही सम्प्रेषण के दूसरे साधन उपलब्ध नहीं हैं। इससे संवाद का रिकार्ड रखने में भी सहायता मिलती है। सम्प्रेषण के इस साधन पर खर्च बहुत कम आता है।

पत्र लिखने का एक दृश्य

चित्र : पत्र लिखने का एक दृश्य

तार (टेलीग्राम) : यह भी लिखित सम्प्रेषण का एक रूप है, जिसके द्वारा संदेश को एक जगह से दूसरी जगह तेजी से भेजा जा सकता है। इसका प्रयोग प्राय: उस समय किया जाता है जब कोई महत्वपूर्ण संदेश बहुत जल्दी भेजना होता है। तार से संदेश डाक के पत्र की अपेक्षा बहुत तेजी से जाता है। यह सुविधा सभी तारघरों में उपलब्ध है। हम एक निश्चित शुल्क अदा करके तार की सुविधा प्राप्त कर सकते हैं। इसका शुल्क संदेश लिखने में इस्तेमाल हुए शब्दों की संख्या



चित्र : तार (टेलीग्राम) का एक चित्र

के आधार पर तय होता है। इस शुल्क में प्रेषक और प्राप्तकर्ता का पता लिखने में इस्तेमाल हुए शब्दों की संख्या को भी जोड़ा जाता है। इसलिए तार में छोटा संदेश ही भेजा जाता है।

तार साधारण और एक्सप्रेस दो प्रकार के होते हैं। एक्सप्रेस तार साधारण टेलीग्राम से ज्यादा तेजी से जाते हैं इसलिए इनका शुल्क भी ज्यादा होता हैं। विदेशों में तार भेजने के लिए केवलग्राम का प्रयोग किया जाता है। टेलीग्राम को टेलीफोन द्वारा भी भेजा जा सकता है जिसे फोनोग्राम हैं। इसमें टेलीग्राफ कार्यालय को अपना संदेश टेलीफोन पर रिकार्ड करा सकते हैं और इसके बाद टेलीग्राफ कार्यालय प्राप्तकर्ता को संदेश भेज देता है।

टेलीफोन : टेलीफोन मौखिक संवाद का बहुत ही लोकप्रिय साधन है। संगठन के भीतर और संगठन से बाहर संवाद के लिए टेलीफोन का काफी प्रयोग किया जाता है। देश के भीतर लम्बी दूरी का संवाद एस.टी.डी. (सबसक्राइबर ट्रंक डाइलिंग) द्वारा होता है जबकि विदेशों में किसी से बातचीत के लिए आई.एस.डी. (इंटरनेशनल सबसक्राइबर डाइलिंग) सुविधा का प्रयोग किया जाता है। टेलीफोन सुविधाएं सरकारी और निजी दोनों तरह की कंपनियां उपलब्ध कराती है। टेलीफोन से तुरंत संवाद स्थापित हो जाता है इसलिए इसका काफी प्रयोग हो रहा है। व्यावसायिक फर्मों, सरकारी तथा निजी कार्यालयों में आंतरिक संवाद के लिए स्वचालित स्विचबोर्ड या निजी स्वचालित शाखा एक्सचेंज (PABK) लगाया जाता है।

आजकल मोबाइल फोन बहुत लोकप्रिय हैं क्योंकि इससे आप किसी से, कहीं भी संपर्क कर सकते हैं। यह फिक्सड लाइन टेलीफोन से कई मायनों में बेहतर है। इसमें कई आधुनिक विशेषताएं हैं जैसे लघु संदेश सेवा या Short Messaging Services (SMS), बहु संदेश सेवा Multimedia Messaging Services (MMS). इनसे एक फोन से दूसरे फोन को लिखित संदेश या तस्वीरें भेजी जा सकती हैं। मोबाइल सेवा सरकारी और निजी दोनों तरह की कंपनियाँ उपलब्ध कराती हैं। महानगर टेलीफोन निगम लि. विदेश संचार निगम लि. एयरटेल आइडिया, हच्च, रिलायंस और टाट देश में मोबाइल सेवा उपलब्ध कराने वाली अग्रणी कंपनियां हैं। यह सेवा सीडीएमए (Code Division Multiple Access) तथा जीएसएम (Global System for Mobile Communication) के माधयम से उपलब्ध कराई जाती है।

चित्र : टेलीफोन

टेलैक्स : इस माध्यम द्वारा छपे हुए संदेश टेलीप्रिंटर द्वारा दूसरे स्थान पर पहुँचाए जाते है और ये केबलों द्वारा विभिन्न स्थानों पर लगाई जाती है और ये केबलों द्वारा केन्द्रीय एक्सचेंज से जुड़ी होती है। सभी मशीनों में एक मानक की-बोर्ड लगा रहता है। एक की-बोर्ड पर टाइप किया गया संदेश स्वतः दूसरी जगह छप जाता है। इस प्रकार

चित्र : टैलैक्स मशीन

संदेश एक जगह से दूसरी जगह तुरंत भेजा जा सकता है ।

फैक्स : फैक्स या फैक्सीमाइल एक इलेक्ट्रॉनिक उपकरण हैं जिसके द्वारा हाथ से लिखे हुए या छपे हुए शब्द, रेखाचित्र, ग्राफ, स्केच आदि को एक जगह से दूसरी जगह भेजा जा सकता है। फैक्स मशीन टेलीफोन लाइनों के माध्यम से किसी दस्तावेज को दूसरी जगह जैसा की तैसा भेजती हैं। दस्तावेज़ को एक जगह से दूसरी जगह भेजने के लिए मशीन में डालना पड़ता है और जिस मशीन पर उसे भेजना है उसका नंबर डायल किया जाता है। इसके बाद दूसरी फैक्स मशीन उसकी नकल तुरंत निकाल देती है। फैक्स लिखित व्यावसायिक संदेश को एक जगह से दूसरी जगह पहुँचाने का सबसे प्रचलित साधन है। फैक्स प्रणाली के मुख्य लाभ है- आसान संचालन, हाथ से लिखे या छपे हुए संदेश का तुरत स्थनांतरण, चाहे दूरी कितनी ही क्यों न हो, दो या दो से अधिक प्राप्तकत्ताओं तक एक साथ प्रसारण आदि । फैक्स मशीन प्रत्येक संदेश के प्रेषण का रिकार्ड भी रखती है। फैक्स में सिर्फ एक ही कमी है कि इसमें डालने के लिए दस्तावेज़ मानक स्तर या उससे छोटा होना चाहिए। प्रथानुसार फैक्स से भेजे गए संदेश की एक कॉपी प्राप्तकर्ता के रिकार्ड के लिए डाक से उसे भेजी जाती है। प्राप्तकर्ता फैक्स से प्राप्त संदेश की तुरंत फोटोकापी कराता है क्योंकि उस पर मौजूद स्याही के धूमिल पड़ जाने का खतरा बना रहता है।

फैक्स मशीन

चित्र : फैक्स मशीन

ई-मेल : इलेक्ट्रॉनिक मेल या ई-मेल सम्प्रेषण का आधुनिकतम साधन है। इसमें इलेक्ट्रॉनिक पद्धति द्वारा संदेश को एक जगह से दूसरी जगह भेजा जाता है। इसके लिए सबसे पहले आपको इंटरनेट पर से अपना ई-मेल एकाउंट खोलना पड़ेगा। इसके बाद आप

अपने ई-मेल एकाउंट से पत्र, संदेश, चित्र आदि कुछ भी किसी दूसरे के ई-मेल एकाउंट में भेज सकते हैं। दूसरा व्यक्ति जब भी अपना ई-मेल एकाउंट को देखता है उसे संदेश मिल जाता है। यह संदेश भेजने का श्रव्य तथा दृश्य माध्यम है। इस माध्यम से संदेश बहुत तेजी से भेजा जाता है। इंटरनेट का इस्तेमाल बढ़ने के साथ ही इसका लोकप्रियता बढ़ रही है।

ई-मेल सम्प्रेषण

चित्र : ई-मेल सम्प्रेषण

वॉइस मेल: यह कम्प्यूटर आधारित प्रणाली है जिसके द्वारा आने वाले टेलीफोन को प्राप्त करके उसका जवाब दिया जाता है। वॉयस मेल में कम्प्यूटर की मेमॉरी द्वारा टेलीफोन से आए संदेशों को जमा किया जाता है। कॉल करने वाला वॉइस मेल का नम्बर डायल कर और फिर कम्प्यूटर द्वारा दिए निर्देशों का पालन कर आवश्यक सूचना ले सकता है। वह वॉइस मेल पर अपना संदेश रिकार्ड भी करा सकता है। प्राप्तकर्ता अपनी सुविधा के अनुसार संदेशों

को सुन सकता है और फिर उसका जवाब भी दे सकता हैं आप राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी संस्थान (NIOS) की इंटर-ऐक्टिव वॉइस-मेल प्रणाली पर फोन करके प्रवेश, परीक्षा और परिणाम की जानकारी ले सकते हैं। यह प्रणाली संस्थान के नई दिल्ली स्थित मुख्यालय में लगी हुई है। आप 011-26291054 अथवा 011-26291075 इन दोनों में से किसी भी नंबर पर फोन करके वॉयस-मेल से सूचना प्राप्त कर सकते हैं।

चित्र : वॉयस-मेल प्रणाली

टेली कांफ्रेंसिंग : कान्फ्रेंस का अर्थ है लोगों की बैठक जिसमें किसी एक मुद्दे पर विचार-विमर्श होता है या बैठक में विभिन्न मुद्दों पर परामर्श दिया जाता है। इसे सम्मेलन कहते है। सम्मेलन में लोग साथ बैठते है और उन्हें एक दूसरे से बातचीत का मौका भी मिलता है। लेकिन टेली-कांफ्रेंसिंग वह प्रणाली है जिसमें लोग एक दूसरे के साथ बैठे बगैर बातचीत करते हैं। टेली-कांफ्रेंसिंग वह प्रणाली है जिसमें लोग एक दूसरे के साथ बैठे बगैर बातचीत करते हैं। टेली-कांफ्रेंसिंग के माध्यम से दो अलग-अलग देशों में रहते हुए भी एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति से टीवी स्क्रीन के ज़रिए आमने-सामने बता कर सकता है। इसके लिए टेलीफोन, कम्प्यूटर, टेलीविज़न जैसे आधुनिक उपकरणों की आवश्यकता होती है। प्रत्येक टेली-कांफ्रेंसिंग

के लिए एक केन्द्रीय नियंत्रण इकाई होती है। जो सम्प्रेषण की पूरी प्रक्रिया को सुचारू रूप से चलाती है। यह दो प्रकार का होता है। आडियो कांफ़्रेंसिंग और वीडियो कांफ्रेंसिंग। आइए इनके बारे में और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

चित्र : टेली कांफ्रेंसिंग का एक दृश्य

ऑडियों कांफ्रेंसिंग : यह दो तरफा सम्प्रेषण प्रणाली है जिसमें भाग लेने वाले व्यक्ति अलग-अलग स्थानों पर बैठकर भी एक दूसरे से बात कर सकते है। लोग रेडियो या टेलीविजन पर आवाज को सुनकर टेलीफोन द्वारा

अपने प्रश्न पूछ सकते हैं।

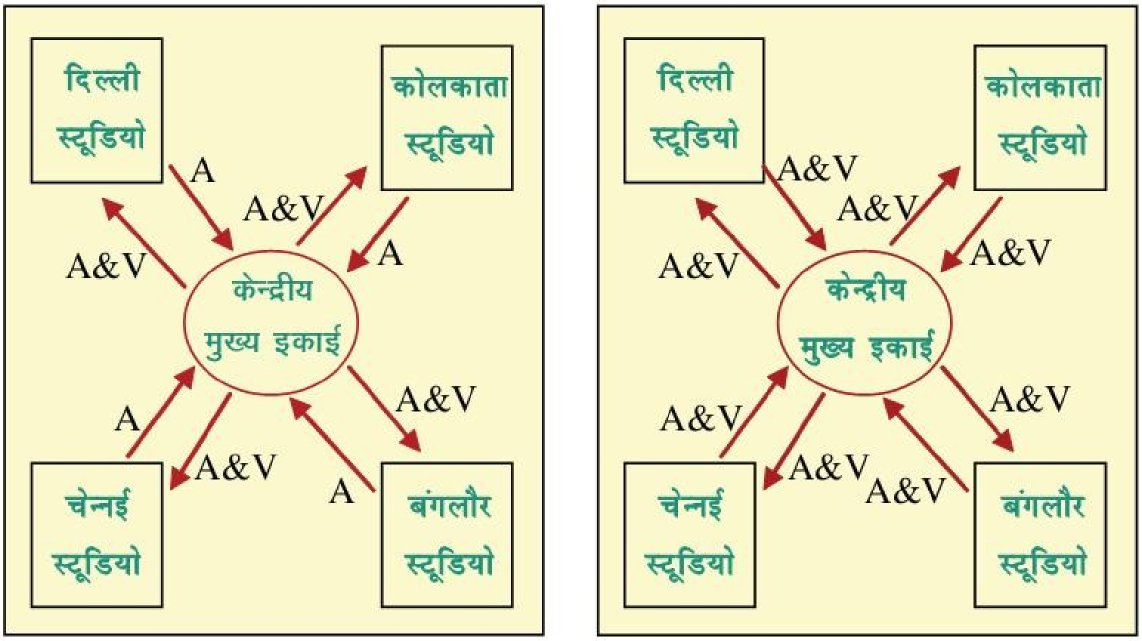
ऑडियों कांफ्रेंसिंग का एक दृश्य

चित्र : ऑडियों कांफ्रेंसिंग का एक दृश्य

वीडियो कांफ्रेंसिंग : इसमें भाग लेने वाले आवाज सुनने के अलावा एक दूसरे की शक्ल भी देख सकते हैं। यह दो प्रकार की होती है।

i) एक तरफा वीडियो, दो तरफा ऑडियो : इस प्रणाली में प्रतिभागी स्टूडियो में बैठे लोगों को आवाजें सुनने के साथ-साथ तस्वीर भी देख सकते है। श्रोता या दर्शक स्टूडियो टेलीफोन करते हैं और स्टूडियो में बैठे लोग केवल आवाज सुन सकते हैं।

ii) दो तरफा ऑडियो और वीडियो: इस प्रणाली के प्रतिभागी आपस में बात करते हुए स्टूडियो के लोग और दर्शक दोनों एक दूसरे को आवाजें सुन सकते है और उसकी तस्वीर भी देख सकते हैं।



एक तरफा विडियो और दो तरफा ऑडियो   दो तरफा विडियो और ऑडियो

इस चित्र में A : ऑडियो;   V : वीडियो

चित्र : इस चित्र में A : ऑडियो; V :वीडियो

7.5 सम्प्रेषण में बाधाएं

यद्यपि संप्रेषण सर्वव्यापी है, लेकिन कई बार यह संतोषजनक नही होती। जिनका वर्णन हम नीचे करेंगे :

i) गलत संदेश : यद्यपि संदेश मार्मिकता से व्यक्त किया जाता है, जिसमें गिने चुने शब्दों का प्रयोग होता है। फिर भी कभी-कभी संदेश भ्रमात्मक व अस्पष्ट होता है। कई बार संदेश का अनुवाद त्रुटिपूर्ण होता है। जिससे की वास्तविकता समझने में कठिनाई होती है। यह भाषा भेद की समस्या इसलिए भी उत्पन्न होती है क्योंकि अलग-अलग व्यक्ति उन्हीं शब्दों, प्रतीकों का अलग- अलग ढंग से अनुवाद करते है, शिक्षा, अनुभव व पृष्ठभूमि में भिन्नता के कारण। इस अर्थगत बाधा को प्रबंधक अपने व्यापक दृष्टिकोण को अपनाकर दूर कर सकता है।

ii) स्क्रीनिंग : कुछ समाचार/सूचनाएँ एक स्थान से दूसरे स्थान को भेजते समय तथा समाचार प्राप्त करने वाले व्यक्ति द्वारा समाचार प्राप्त करते समय अपना वास्तविक अर्थ ही बदल देती है। कई बार सूचना प्राप्त करने वाला व्यक्ति अपने विवेकानुसार सूचना का अर्थ निकाल लेता है।

iii) एकाग्रता की कमी : कई बार संदेश प्राप्त करने वाला व्यक्ति समाचार/संदेश प्राप्त करते समय एकाग्र नहीं होता है। जिससे कि संदेश का गलत अर्थ लगा कर आगे बढ़ा देता है। अधीनस्थ कई बार यह सोचते हैं कि यह सूचना आगे सम्प्रेषण के लिए आवश्यक नहीं है। इस कारण कई बार महत्वपूर्ण सूचना का सम्प्रेषण नहीं हो पाता। पर्यवेक्षक उचित अभिप्रेरण के अभाव में या सम्प्रेषण के साधनों के अभाव में ऐसा करते हैं।

iv) अस्पष्ट अनुमान : कभी-कभी संदेश का गलत अनुमान लगाने भर से ही संदेश भेजने वाले और संदेश प्राप्त करने वाले के सम्बन्ध में दरार पड़ जाती है। उदाहरण के लिए एक ग्राहक ने विक्रेता के पास संदेश भेजा कि वह आ रहा है यह सोचते हुए कि विक्रेता सामान को लदवाने व यातायात की उचित व्यवस्था कर देगा। परन्तु विक्रेता ने सोचा कि ग्राहक उसके यहाँ शादी में शामिल होने आ रहा है तथा सामान

के व्यवहार के लिए दुकान पर सम्पर्क करेगा। इस प्रकार के अस्पष्ट अनुमान उनके बीच में तनाव पैदा कर सकते हैं।

v) बदलाव : मनुष्य अपनी प्रकृति के अनुसार किसी भी बदलाव को आसानी से नहीं अपनाता तथा अपने दैनिक कार्यों में बदलाव से बचना चाहते हैं। कुछ व्यक्ति केवल अच्छे संदेश, जिनमें उनका फायदा होता है, को ही प्राप्त करना चाहते है। में दिक्कत अनुभव करते है। जब सम्प्रेषण के द्वारा कोई महत्वपूर्ण बदलाव किया जाता है जिसका सीधा प्रभाव कर्मचारियों पर पड़ता है। कर्मचारी इसे गम्भीरता से नहीं लेते। एक प्रबंधक को अपने कर्मचारियों को उचित समय व सहयोग की भावना रखनी चाहिए ताकि वे बदलाव को अपना सकें।

vi) विश्वास की कमी : संदेश प्राप्त करने और संदेश प्रेषित करने वाले व्यक्ति के मध्य यदि विश्वास नहीं है तो भी संदेश प्राप्त करने और प्रेषित करने में बाधा उत्पन्न होती है। तर्कहीन फैसलों के कारण अधीनस्थ शीघ्र निर्णय नहीं ले पाते। खुले विचारों तथा किसी भी कार्य को दूसरे के नजरिये से देखने के अभाव में एक ही चीज को अलग ढंग से देखते हैं। उचित प्रबंध के द्वारा इस प्रकार का वातावरण बनाया जाना चाहिए कि लोग एक दूसरे पर विश्वास करें तथा दूसरे के दृष्टिकोण को महत्व दें।

vii) स्टेटस तथा पोजीशन : अधीनस्थ कई बार डर के कारण तथ्यों को पूर्ण रूप से प्रकट नहीं करते। ये जानबूझ कर या अपनी पद प्रतिष्ठा के कारण ऐसा करने से झिझकते हैं तथा पर्यवेक्षक को भ्रमित करते हैं। पद प्रतिष्ठा व स्तर के कारण एक संस्था में जो बाधा उत्पन्न होती है उसे संपूर्ण संस्था में सूचनाओं के दो तरफा प्रवाह द्वारा सुलझाया जा सकता है। कई बार संदेश प्राप्तकर्ता व संदेश प्रेषण कर्ता अपने- अपने स्वाभिमान की वजह से भी संदेश को प्रेषित करने ओर प्राप्त करने में बाधा उत्पन्न करते हैं।

viii) संगठन की संरचना : एक संगठन में व्यक्ति अलग-अलग पदों पर अलग- अलग प्रकृति, योग्यता तथा आदत के हो सकते हैं। एक संगठन में विभिन्न स्तरों की लम्बी कड़ी होने के कारण प्रभावी संदेशवाहन में बाधा आती है। पर्यवेक्षण के विभिन्न स्तरों पर उचित सम्प्रेषण का अभाव रहता है। उच्च स्तर तथा कर्मचारियों के बीच की लम्बी दूरी सूचनाओं व सुझावों के स्वतंत्र प्रवाह में बाधा उत्पन्न करती है। प्रबंधा के द्वारा इस बाधा को दूर करने के लिए एक बेहतर संगठनात्मक ढांचा तैयार किया जाना चाहिए। उनमें संदेश प्राप्त करने और संप्रेषित करने में बाधा हो सकती है।

पाठगत प्रश्न 7.3

I. स्तंभ अ और ब का मिलान करें :

	स्तम्भ 'अ'		स्तम्भ 'ब'
i.	तार	क)	इंटरनेट दे द्वारा संदेश भेजना और प्राप्त करना
ii.	मोबाइल फोन	ख)	छपे हुए दस्तावेज का तुरंत प्रेषण

iii.	फैक्स	ग)	लघु संदेश सेवा (SMS)
iv.	वॉइस मेल	घ)	प्रयोग किए गए शब्दों की संख्या के अनुसार भुगतान
v.	ई-मेल	ङ)	आने वाले टेलीफोनों को प्राप्त करना और उसका जवाब देने के लिए कम्प्यूटर आधारित प्रणाली

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. सम्प्रेषण जिसमें शब्दों की गणना करके भुगतान किया जाता है, क्या कहलाता है?

क) मोबाइल फोन

ख) टेलेक्स

ग) टेलीग्राम

घ) पेजर

ii. निम्न में कौन श्रव्य सम्प्रेषण है

क) एक व्यक्ति राष्ट्रीय ध्वज को सलामी दे रहा है।

ख) एक व्यक्ति पढ़ रहा है।

ग) एक चपरासी स्कूल में घंटी बजा रहा है।

घ) ट्रेफिक पुलिस का सिपाही रूकने का संकेत दे रहा है।

iii. निम्न में से कौन सा सम्प्रेषण प्रणाली का तत्व नहीं है :

क) भेजने वाला

ख) प्राप्त करने वाला

ग) समाचार

घ) प्रेषण करने वाले के अतिरिक्त कोई और व्यक्ति

iv. चित्रों संकेतों, तस्वीरों द्वारा प्रेषित सम्प्रेषण को कहते है :

क) शाब्दिक सम्प्रेषण

ख) मौखिक सम्प्रेषण

ग) दृश्यात्मक सम्प्रेषण

घ) लिखित सम्प्रेषण

v. निम्न में से कौन सा साधन संक्षिप्त संदेश भेजने के काम आता है :

क) फैक्स

ख) टेलीग्राम

ग) वाइस मेल

घ) ई-मेल

आपने क्या सीखा

- सम्प्रेषण ऐसी प्रक्रिया है, जिसके द्वारा व्यक्तियों के बीच तथ्यों, विचारों, सोच और सूचना का आदान-प्रदान मौखिक व लिखित रूप से या संकेतों और प्रतीकों द्वारा होता है।
- सम्प्रेषण प्रक्रिया के तत्व है- प्रेषक, प्राप्तकर्ता संदेश और प्रति उत्तर।
- सम्प्रेषण शाब्दिक और गैरशाब्दिक हो सकता है।
- शब्दों की सहायता से किया जाने वाला सम्प्रेषण शाब्दिक कहलाता है और जिस सम्प्रेषण में शब्दों का प्रयोग नहीं होता है उसे गैरशाब्दिक संचार कहते हैं।
- शाब्दिक संचार मौखिक या लिखित हो सकता है।
- गैरशाब्दिक सम्प्रेषण दृश्य श्रव्य और सांकेतिक हो सकता है।
- हम अपना संदेश कई साधानों से प्रेषित करते है। इन्हें सम्प्रेषण के साधन कहते है।
- पत्र, तार, फोन, टेलेक्स, फैक्स, ई-मेल, पेजर, टेली-कांफ्रेंसिंग सम्प्रेषण के वह साधन हैं जिनका प्रयोग संदेश भेजने के लिए किया जाता है।

पाठांत प्रश्न

1. सम्प्रेषण की परिभाषा लगभग 20 शब्दों में कीजिए।

2. सम्प्रेषण प्रक्रिया के चार तत्वों के नाम लिखिए।

3. व्यवसायिक सम्प्रेषण का क्या अर्थ है?

4. पत्र सम्प्रेषण का सर्वश्रेष्ठ साधन है। क्या आप इस कथन से सहमत है? कारण लिखिए।

5. 'वोइस मेल' का दो वाक्यों में संक्षिप्त विवरण दीजिए।

6. शाब्दिक सम्प्रेषण का अर्थ स्पष्ट कीजिए।

7. व्यवसाय में सम्प्रेषण के महत्व को उजागर करने वाले चार बिंदु प्रस्तुत कीजिए।

8. टेलीफोन शाब्दिक सम्प्रेषण का बहुत लोकप्रिय रूप है। क्या आप इस कथन से सहमत हैं?

9. शाब्दिक (लिखित) और गैरशाब्दिक (मौखिक) सम्प्रेषण में अंतर स्पष्ट कीजिए।

10. रेखाचित्र की सहायता से सम्प्रेषण प्रक्रिया को स्पष्ट कीजिए।

11. सम्प्रेषण के अर्थ एवं प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

12. गैरशाब्दिक सम्प्रेषण के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कीजिए।

13. ई-मेल लिखित संदेश प्रेषित करने का तीव्रतम साधन है। व्याख्या कीजिए।

14. आप एक निर्यातक हैं और अमेरीका के एक आयातक को निर्ख की सही प्रति भेजना चाहते हैं। इसके लिए आप सम्प्रेषण का कौन-सा साधन इस्तेमाल करेंगे और क्यों?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

7.1 I. (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) सही

II. (i) प्रेषक (ii) प्रति उत्तर (iii) प्राप्तकर्ता (iv) तथ्य, विचार और भावनाएँ (v) प्रेषक

7.2 I. (i) शाब्दिक सम्प्रेषण (ii) मौखिक सम्प्रेषण (iii) सांकेतिक सम्प्रेषण (iv) दृश्य सम्प्रेषण

II. (i) शा (ii) गैशा (iii) गैशा (iv) गैशा (v) गैशा

7.3. I. (i) घ (ii) ग (iii) ख (iv) ङ (v) क

II. (i) ग (ii) घ (iii) घ (iv) ग (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने इलाके में उपलब्ध सम्प्रेषण के विभिन्न साधनों की सूची बनाइए। अपनी आवश्यकता के अनुसार एक साधन को प्राथमिकता दीजिए। प्राथमिकता देते हुए उस साधन पर आने वाला लागत और उससे होने वाले लाभों को ध्यान में रखें।

8. डाक एवं कोरियर सेवाएं

क्या आपको इस अध्ययन सामग्री को पढ़ते समय किसी तरह की कठिनाई का सामना करना पड़ रहा है? क्या अब तक पढ़े गये पाठ आपको आसानी से समझ में आ गये है? यदि नहीं, तो कृपया, बेझिझक अपनी कठिनाई विशेष के बारे में “राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी संस्थान (N.I.O.S.) को लिखें।” N.I.O.S. अवश्य ही आपकी समस्या का समाधान निकालेगा। परन्तु प्रश्न यह है कि आप अपनी समस्याओं को संस्थान तक कैसे पहुचाएंगे? पिछले पाठ में आपने सम्प्रेषण के विभिन्न साधनों के बारे में पढ़ा। उनमें से किसी भी माध्यम से आप हमसे सम्पर्क कर सकते है। उस पाठ में आपने यह भी पढ़ा कि ‘लिखित’ पत्र सम्प्रेषण का बहुत सरल और आसान माध्यम है। यदि आप हमें कोई पत्र लिखते हैं तो वह हम तक कैसे पहुंचेगा? उसको हमारे पास तक कौन पहुँचाएगा? यह कार्य डाक विभाग या कोई प्राइवेट कोरियर सेवाएं देने वाला करेगा। यह प्रेषक और प्राप्तकर्ता के बीच बिचौलिये का कार्य करता है। प्रेषक पत्र को डाकघर में देता है और डाकघर उस पत्र को सम्बन्धित व्यक्ति तक पहुंचाने के लिये सभी आवश्यक उपाय करता है। इसके अतिरिक्त डाकघर कुछ अन्य सेवाएं भी प्रदान करता है। इस पाठ में हम डाकघर द्वारा प्रदान की जाने वाली विभिन्न सेवाओं के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।

उद्देश्य

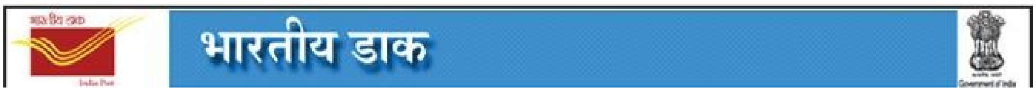
इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- डाक सेवाओं का अर्थ और प्रकृति स्पष्ट कर सकेंगे;
- डाकघरों तथा अन्य प्राइवेट कोरियर सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रदान की जाने वाली विभिन्न सेवाओं के बारे में बता सकेंगे;
- डाक सेवाओं के महत्व का वर्णन कर सकेंगे; और
- निजी कोरियर सेवाओं का भूमिका पहचान सकेंगे।

8.1 डाक सेवाओं का अर्थ

आप किसी डाकघर में अवश्य गये होंगे। वहां आपने क्या किया? आपने वहां से डाक टिकट खरीदे होंगे या कोई पत्र डाक बॉक्स में डाला होगा। कभी आपने मनी आर्डर या पार्सल भेजा होगा या डाकघर के बचत खाते में अपना धन जमा होगा। पत्र और पार्सल ले जाना, धन भेजना, जमा स्वीकार करना आदि जैसी विभिन्न सेवाएं डाकघर द्वारा उपलब्ध कराई जाती

हैं। इन सभी सेवाओं को डाक सेवाएं कहते हैं।



चित्र : भारतीय डाक

लिखित संदेशों के सम्प्रेषण की आवश्यकता की पूर्ति के लिए डाक सेवाएं आरम्भ की गई। अतीत में भी संदेशों का लिखित आदान-प्रदान किया जाता था। लेकिन उस समय कुछ व्यक्तियों को लिखित संदेशों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाने के लिए नियुक्त किया जाता था। पत्रों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाने के लिए कबूतरों का भी इस्तेमाल किया जाता था। हमारी वर्तमान डाक व्यवस्था सड़क और रेल यातायात के साधनों के विस्तार के साथ शुरू हुई। भारत में 1837 तक डाक सेवाएं केवल सरकारी डाक भेजने के लिए ही इस्तेमाल की जाती थी। 1837 के बाद डाक सेवाओं को जनसाधारण के लिए भी उपलब्ध कराया गया। समय के साथ-साथ डाकघर, रूपये भेजने, पार्सल पहुँचाने, बैंकिंग, बीमा और अन्य कई सुविधाएं प्रदान करने लगे।

जैसा कि आप जानते हैं कि डाकघर कई प्रकार के कार्य करता है, जिससे डाक सेवाओं का स्वरूप बहुआयामी हो गया है। आइए, डाक सुविधाओं के स्वरूप पर दृष्टि डालें। डाकघर सेवाएं आम आदमी भी दे सकता है, जबकि कई प्राइवेट कम्पनियों द्वारा भी डाक सेवाएं प्रदान की जाती है, जैसे- ब्लू डार्ट, ब्लेज फ्लैश, डी.एच.एल आदि। इसे लिखित संचार का सबसे विश्वसनीय साधन माना जाता है। यह आम व्यक्ति द्वारा दूर-दराज के क्षेत्रों में रहने वाले लोगों तक मनीआर्डर द्वारा धन पहुँचाने का भी सबसे विश्वसनीय साधन है। इसी तरह यह मूल्यवान वस्तुओं को पहुँचाने का सबसे सहज साधन है।

डाकघरों द्वारा प्रदान की जाने वाली बैंकिगं सेवाओं का ग्रामीण और शहरी इलाकों में रहने वाले अनेक लोग लाभ उठाते हैं। क्योंकि ये आसानी से सुलभ हैं, और डाकघरों का तंत्र भी सारे देश में फैला है। इन सुविधाओं का एक दिलचस्प पहलू यह भी है कि इनमें कई विकल्प उपलब्ध होते हैं जिन्हें लोग अपनी जरूरत और सुविधानुसार इस्तेमाल कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, पत्र लिखने के लिए हम पोस्ट कार्ड, अंतर्देशीय पत्र या लिफफे का प्रयोग कर सकते हैं।

8.3 डाकघरों द्वारा प्रदत्त सेवाएं (डाक सेवाओं के प्रकार)

भारतीय डाक सेवाओं की मुख्य सेवाएं हैं- पत्र, पार्सल, पैकेट आदि एकत्र करना, छांटना और बाटना। इसके अतिरिक्त डाकघरों द्वारा व्यापारिक समूहों और आम जनता को कुछ अन्य सुविधाएं भी प्रदान की जाती है। इन सभी सुविधाओं को निम्नलिखित शीर्षकों में वर्गीकृत किया जा सकता है :

i. डाक-पत्र सेवा

ii. धन भेजने की सेवा

iii. बैंकिंग सेवा

iv. बीमा सेवा

v. अन्य सेवाएँ

हैं। इन सभी सेवाओं को डाक सेवाएं कहते हैं।

8.4 डाक पत्र सेवा

आप विभिन्न अवसरों पर अपने मित्रों और रिश्तेदारों को पत्र भेजते हैं। इसी प्रकार आप राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी संस्थान से भी अपनी कठिनाइयों के बारे में पत्र व्यवहार कर सकते हैं। कुछ विशेष अवसरों पर आप अपने मित्रों को बधाई-पत्र और उपहार भी भेजते हैं। इन सभी अवसरों पर आपका संदेश भेजने और आप तक संदेश पहुँचाने में डाकघर अपनी एक विशेष सेवाओं के माध्यम से आपकी सहायता करता है, जिसे डाक सेवा कहते है। डाक विभाग को एक मुख्य सेवा है, जिसमे प्रेषक से पत्र और पार्सल एकत्र करके उन्हें प्राप्तकत्ताओं तक पहुँचाया जाता है। भारतीय डाक सेवा अंतर्देशीय ओर अंतर्राष्ट्रीय, दोनों तरह की डाक संभालती है। अंतर्देशीय डाक वह है, जिसमे पत्र भेजने वाला एवं पाने वाला दोनों ही एक देश में रहते है। दूसरों ओर अंतर्राष्ट्रीय पत्र वह पत्र है, जिसमे पत्र भेजने वाले एवं पाने वाले, दोनों ही अलग- अलग देशों में रहते हैं।

लिखित संदेश भेजते समय प्रेषक पोस्ट कार्ड अंतर्देशीय पत्र या लिफाफे का प्रयोग कर सकता है। पैकेट या पार्सल में कोई वस्तु भेजने के लिए मोटे कागज या कपड़े का रैपर इस्तेमाल किया जा सकता है। ये डाकघर के जरिए डाक भेजने के वैकल्पिक साधन हैं। आइए, डाक सेवा के इन विकल्पों के बारे में और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

i) पोस्ट कार्ड

पोस्ट कार्ड लिखित सम्प्रेषण का सबसे सस्ता साधन है। यह एक कार्ड होता है, जिसके दोनों ओर संदेश लिखा जा सकता है। पोस्ट कार्ड पर पाने वाला का पता लिखने के लिए विशेष जगह होती है। डाकघर में दो प्रकार के पोस्ट कार्ड मिलते हैं। एक साधारण पोस्ट कार्ड और दूसरा प्रतियोगिता पोस्ट कार्ड। साधारण पोस्ट कार्ड का प्रयोग पत्र लिखने के लिए किया जाता है और प्रतियोगिता पोस्ट कार्ड का प्रयोग रेडियो, टेलीविजन पत्र-पत्रिकाओं में दी गई विभिन्न प्रतियोगिताओं में पूछे गए प्रश्नों का उत्तर भेजने के लिए किया जाता है। हालांकि दोनों प्रकार के पोस्ट कार्डो का आकार समान है, परन्तु उनका मूल्य और रंग अलग-अलग होता है।

पोस्ट कार्ड पर लिखते समय आपको एक महत्वपूर्ण बात का ध्यान रखना चाहिए कि यदि आप अपना संदेश शब्दों या चित्र में पोस्ट कार्ड के किसी भी ओर मुद्रित करते हैं, तो अपको अतिरिक्त डाक टिकट लगानी होगी। इस प्रकार के कार्ड को मुद्रित पोस्ट कार्ड कहते हैं। अपने पोस्ट कार्ड के आकार में बधाई कार्ड अवश्य देखें होंगे, जिन पर पत्र या संदेश छपे होते हैं। यह भी एक मुद्रित डाक सामग्री है।

डाकघर में जवाबी पोस्ट कार्ड भी मिलते है, जिन्हें संदेश भेजने वाले पोस्टकार्ड के साथ लगा दिया जाता है। इन्हें भेजने से आपको पत्र पाने वाले का जवाब मिल सकता है। वास्तव में इसमें

पोस्ट कार्ड

चित्र : पोस्ट कार्ड

दो साधारण पोस्ट कार्डो को आपस में जोड़ दिया जाता है। एक पोस्ट कार्ड का इस्तेमाल संदेश भेजने के लिए किया जाता है आदि दूसरे का उत्तर पाने के लिए। प्रेषक जवाबी पोस्ट कार्ड पर अपना पता स्वयं लिख देता है और दोनों कार्डो को बिना अलग किए भेज देता है। जिस पोस्ट कार्ड पर संदेश लिखा है, प्राप्त कर्ता उसे अलग कर लेता है एवं जवाबी कार्ड पर अपना उत्तर लिख कर उसे प्रेषक को भेज देता है।

ii) अंतर्देशीय पत्र

लिखित संदेश पोस्ट कार्ड की तरह अंतर्देशीय पत्र पर भी भेजा जा सकता है। यह पत्र भी डाकघरों से प्राप्त किया जा सकता है और देश में संदेश भेजने के लिए इस्तेमाल किया जाता है। पोस्ट कार्ड के विपरीत अंतर्देशीय पत्र के लिखित भाग को मोड़कर बंद कर दिया जाता है। केवल प्रेषक और प्राप्तकर्ता का नाम और पता ही दिखाई देता है। इस पकार संदेश की गोपनीयता सुनिश्चित रहती है। परंतु अंतर्देशीय पत्र में किसी प्रकार की वस्तु या कागज संलग्न नहीं किया जा सकता है। विदेशों में पत्र भेजने के लिए ऐरोग्राम किया जाता है, जो अंतर्देशीय पत्र जैसा ही होता है।

अंतर्देशीय पत्र

चित्र : अंतर्देशीय पत्र

iii) लिफाफा

आपने पढ़ा कि पोस्टकार्ड या अंतर्देशीय पत्र पर संदेश लिखा जा सकता है, पर पोस्ट कार्ड, गोपनीय संदेश भेजने के लिए अनुपयुक्त है। अंतर्देशीय पत्र में भी कोई वस्तु या कागज संलग्न नहीं किया जा सकता, हालांकि इसमें संदेश गोपनीय बना रहता है। अब मान लीजिए कि आपको किसी संगठन में नौकरी के लिए आवेदन पत्र या जीवन विवरण (Bio-data) भेजना है। क्या आप उसे डाक के जरिए भेज सकते हैं? हां, इन्हें भेजने के लिए आपको डाक लिफाफे की आवश्यकता होगी अथवा सामान्य लिफाफे की, जिस पर डाक टिकट चिपका होता है। यह कागज का एक ओर से खुला हुआ छोटे आकार का पैकेट होता है। लिखित संदेश को उसके अंदर डालकर लिफाफे को बन्द करके पाने वाले को भेज दिया जाता है।

लिफाफे सभी डाकघरों में उपलब्ध होते हैं। पत्र और अन्य दस्तावेज भेजने के लिए सभी सरकारी व गैर सरकारी दफ्तरों और व्यापारिक कंपनियों में इनका इस्तेमाल किया जाता है। पत्र भेजने के अलावा लिफाफे के जरिए हम तस्वीरें, बधाई पत्र जैसी कम भार वाली

वस्तुएं भी भेज सकते हैं। डाकघर में आपको अलग-अलग प्रकार के लिफाफे मिलेंगे, जैसे- साधारण लिफाफा, रजिस्टर्ड डाक के लिए लिफाफा, आदि। यदि भेजे जाने वाले दस्तावेज का वजन निश्चित सीमा के भीतर है, तो इन लिफाफों पर कोई अतिरिक्त डाक टिकट लगाने की आवश्यकता नहीं होती। यदि वजन निर्धारित सीमा से ज्यादा हो तो डाक विभाग की दरों के अनुसार अतिरिक्त डाक टिकट लगानी होती है। यदि आपका दस्तावेज डाकघर में मिलने वाले लिफाफों के अन्दर नहीं आता है, तो आप अपना लिफाफा बना सकते हैं या बाजार से लिफाफा खरीद सकते हैं। वैसे भी डाकघरों में मिलने वाले लिफाफों का इस्तेमाल करना अनिवार्य नहीं है।

iv) पार्सल डाक

मान लीजिए आपको निकट के शहर में रहने वाले अपने मित्र को पुस्तक भेजनी है। क्या आप उसे डाक के जरिए भेज सकते है? हां, इसे डाकघर की पार्सल सेवा के माध्यम से भेजा जा सकता है। आइए, इसके सम्बंध में जानें। डाक विभाग की जिस सुविधा के जरिए पार्सल के रूप में वस्तुएं भेजी जा सकती है, उसे पार्सल डाक कहते हैं। यह पार्सल डाक पहुंचाने का विश्वसनीय और सस्ता साधन है। इसके अंतर्गत निश्चित आकार और वजन के पार्सल देश में और विदेशों में भेजे जा सकते हैं। डाक शुल्क पार्सल के वजन के अनुसार लिया जाता है। अंतर्देशीय और विदेशी पार्सल डाक के लिए अलग-अलग डाक व्यय देना होता है।

पार्सल डाक का एक दृश्य

चित्र : पार्सल डाक का एक दृश्य

v) बुक-पोस्ट

मुद्रित सामग्री, किताबें, पत्रिकाएं, बधाई पत्र आदि बुकपोस्ट के जरिए भेजे जा सकते हैं। इसके अंतर्गत किताबें और दस्तावेजों के लिफाफे बंद किए जाते हैं लेकिन उन्हें मोहर बंद नहीं किए जाते हैं लिफाफे के बाहर बुक-पोस्ट लिखा जाना चाहिए। बुक-पोस्ट पर डाक शुल्क बंद लिफाफों के मुकाबले कम होता है।

बुक-पोस्ट

चित्र : बुक पोस्ट

पाठगत प्रश्न 8.1

उपयुक्त शब्द छांटकर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए।

i. ऐरोग्राम के जरिए ———- को लिखित संदेश भेजा जाता है।

ii. साधारण पोस्ट कार्ड और प्रतियोगिता पोस्ट कार्ड के ——— में अंतर होता है ।

iii. साधारण अन्तर्देशीय पार्सलों पर डाक शुल्क ——- अनुसार अलग-अलग होता है ।

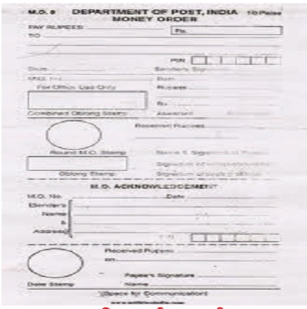
iv. बुक-पोस्ट पर डाक शुल्क बंद लिफाफों पर डाक शुल्क से ——— होता है ।

v. जब कोई ——- संदेश भेजना हो तो पोस्ट कार्ड के बजाय अन्र्देशीय पत्र का इस्तेमाल किया जाना चाहिए ।

8.5 धन भेजने की सुविधाएं

मान लीजिए कि आप अपने घर से दूर किसी जगह पर नौकरी करते हैं और आप अपने घर वालों को पैसे भेजना चाहते हैं । आप डाकघर की धन भेजने संबंधी सुविधाओं के माध्यम से ऐसा कर सकते हैं । डाकघर मनी आर्डर और पोस्टल आर्डर सुविधाएं प्रदान करते हैं । जिनकी मदद से लोग अपना धान देश के अंदर-बाहर भेज सकते हैं । आइए मनी आर्डर और पोस्टल आर्डर के बारे में जानें ।

i) मनी आर्डर


M.O. 5 DEPARTMENT OF POST, INDIA
MONEY ORDER
PAY RUPEES
TO
Rs.
PIN
Date
Sender's Sign
For Office Use Only
Rupees
Rs.
Combined Oblong Stamp
Received Rupees
Round M.O. Stamp
Oblong Stamp
M.O. ACKNOWLEDGEMENT
M.O. No.
Date
Sender's Name & Address
Received Rupees
on
Payee's Signature
Date Stamp
Name
(Space for Communication)

मनी आर्डर फार्म

मनीआर्डर सेवा से डाकघर के जरिए धन भेजा जा सकता है । यह एक डाकघर द्वारा दूसरे डाकघर को जारी किया जाने वाला आर्डर या आदेश है । जिसके तहत उस डाकघर को व्यक्ति विशेष को एक निश्चित राशि का भुगतान करना होता है । यदि आप धन भेजना चाहते हैं, तो पहले आपको एक मनी आर्डर फार्म भरना होगा, जो सभी डाकघरों में कुछ भुगतान पर मिलता है । भरे हुए फार्म को भेजी जाने वाली राशि के साथ डाकघर में देना होता है । एक मनी आर्डर फार्म से अधिकतम Rs. 5,000 की राशि भेजी जा सकती है । मनी आर्डर फार्म में कुछ खाली जगह भी होती है, जहां आप अपना संदेश लिख सकते हैं । भरे हुए फार्म को उस डाकघर में भेजा जाता है, जहां से भुगतान होना है । डाकिया फार्म को अपने साथ ले जाता है, और जिसे राशि देनी होती है उसके हस्ताक्षर लेकर उसे रूपये दे दिए जाते हैं ।

चित्र : मनी आर्डर फार्म

ii) पोस्टल आर्डर

मनी आर्डर की तरह, हम पोस्टल आर्डर अर्थात् भारतीय पोस्टल आर्डर के जरिए भी धन भेज सकते हैं । यह एक स्थान से दूसरे स्थान तक धन भेजने की सुविधाजनक तरीका है और इसे अधिकतर परीक्षा शुल्क भेजने या नौकरी में आवेदन के साथ शुल्क भेजने के लिए प्रयोग किया जाता है । पोस्टल आर्डर सभी डाकघरों में विभिन्न मूल्यों वर्गो जैसे Rs. 1, Rs. 2, Rs. 5, Rs. 7, Rs. 10, Rs. 20, Rs. 50, और Rs. 100 में उपलब्ध हैं । हम निर्धारित शुल्क देकर पोस्टल

आर्डर खरीद सकते हैं और प्राप्तकर्ता तथा जिस डाकघर से नकद राशि लेनी है, उसका नाम लिखकर प्राप्तकर्ता को भेज देते हैं पोस्टल आर्डर पाने वाला उसे भुगतान के लिए पेश कर देता है। इस बात को सुनिश्चित करने के लिए कि आर्डर सही व्यक्ति को ही मिले हम पोस्टल आर्डर को ठीक उसी प्रकार ऊपर बाई ओर के कोने पर दो समानान्तर रेखाएं खींचकर रेखांकित कर सकते हैं, जिस प्रकार बैंक ड्राफ्ट या चैक को रेखांकित किया जाता है। इससे डाकघर या बैंक में प्रेषक के खाते के माध्यम से ही रूपए प्राप्त किए जा सकते हैं। ऐसा अधिकतर आधिकारिक उद्देश्य से किया जाता है।

पोस्टल आर्डर

चित्र : पोस्टल आर्डर

8.6 बैंकिंग सेवाएं

आप जानते हैं कि बैंक धन का लेन-देन करते हैं। बैंक जनता से जमा राशि लेते हैं और जिन लोगों को धन की जरूरत होती है, उन्हें ऋण देते हैं। इसके अलावा बैंक ग्राहकों की मूल्यवान वस्तुएं सुरक्षित रखने, एक स्थान से दूसरे स्थान तक धन भेजने, व्यापारिक सूचनाएं देने आदि जैसे काम करके अपने ग्राहकों की मदद करते हैं। डाकघर कुछ अन्य सेवाएं भी प्रदान करते हैं जैसे जनता से धन जमा करना, जमा रूपयों को निकालना आदि। अतः हम कह सकते हैं कि ये सभी डाकघर द्वारा प्रदान की जाने वाली बैंकिगं सेवाएं हैं। इसके अंतर्गत डाकघर बचत को बढ़ावा देने और लोगों को बचत करने के लिए प्रेरित करने के लिए विभिन्न योजनाएँ चलाता है। आइए, डाकघरों की कुछ महत्वपूर्ण बचत योजनाओं के बारे में जानें।

i) डाकघर बचत बैंक खात : इसमें हम डाकघर में अपनी बचत राशि जमा कर सकते हैं और जरूरत पड़ने पर उसे निकाल सकते हैं। खाता खोलने के लिए Rs. 50 की न्यूनतम राशि की आवश्यकता होती है और हम अपने खाते में अधिकतम Rs.1 लाख तक जमा कर सकते हैं। यह खाता संयुक्त रूप से भी चलाया जा सकता है और उस स्थिति में जमाराशि RS.2 लाख तक हो सकती है। निकासी पर्ची या चैक से खाते से धन निकाला जा सकता है। डाकघर हमारी बचत पर हमें ब्याज देता है, जो आयकर से पूरी तरह मुक्त होता है।

ii) डाकघर आवर्ती जमा योजना : आवर्ती जमा खाता न्यूनतम Rs. 10 से खोला जा सकता है तथा Rs.5 के गुणांक से जमा करने की अधिकतम कोई सीमा नहीं होती है, खोला जा सकता है। जमा प्रत्येक माह, 5 वर्ष के लिये करना होता है। एक वर्ष के पश्चात कुल जमा राशि से 50 प्रतिशत धन, केवल एक बार ही 5 वर्षों में निकाला जा सकता है। एक व्यक्ति के नाम एक से अधिक आवर्ती जमा खाता खोलने की कोई पाबन्दी नहीं है। परिपक्वता पर Rs.10, Rs.728.90 हो जाते है। यह खाता एक-एक वर्ष बढ़ाकर के अगले 5 वर्षों तक चालू रखा जा सकता है।

iii) डाकघर सावधि जमा खाता : Rs. 200 की न्यूनतम राशि से कोई भी व्यक्ति यह खाता खोल सकता है। इसकी कोई अधिकतम सीमा नहीं होती। जमाकर्ता एक ही बार में पूरी राशि जमा करता है और यह राशि उसे एक निश्चित अवधि जैसे 1, 2, 3, 5 साल के बाद मिलती है। इस खाते पर तिमाही चक्रवृद्धि ब्याज लगाकर वर्ष में एक बार मिलता है। यह खाता न्यास द्वारा भी खोला जा सकता है। जमाराशि और ब्याज की राशि कर से मुक्त होती है।

iv) डाकघर मासिक आय योजना : इस योजना के तहत एक निश्चित रकम 6 वर्ष के लिए जमा की जाती है और जमाकर्ता को हर महीने ब्याज मिलता है और इस योजना के अंतर्गत Rs. 1,500, अधिकतम राशि Rs. 4.5 लाख तथा संयुक्त खाते में Rs.9 लाख जमा किए जा सकते हैं। ब्याज के अलावा जमा राशि पर 5 प्रतिशत का बोनस भी मिलता है, जो भुगतान तिथि पर मिलता है। ब्याज और बोनस दोनों ही आयकर से मुक्त हैं। यह खाता सेवानिवृत्त कर्मचारियों या किसी भी ऐसे व्यक्ति के लिए उपयुक्त है, जो पेंशन या वेतन की तरह नियमित आय पाना चाहता है।

v) 6 वर्षीय राष्ट्रीय बचत पत्र (8वां निर्गम) योजना : राष्ट्रीय बचत पत्र (i) किसी भी डाकघर से (ii) किसी वयस्क द्वारा उसके अपने लिए या किसी अवयस्क के लिए या किसी अवयस्क द्वारा (iii) दो वयस्कों द्वारा संयुक्त रूप से (iv) न्यास द्वारा खरीदे जा सकते हैं। न्यूनतम जमाराशि Rs. 100 है जबकि इसकी कोई अधिकतम सीमा नहीं होती। ये पत्र Rs. 100, Rs. 200, Rs. 500, Rs. 1000, Rs. 5000 और Rs.10,000 के मूल्य वर्ग में मिलते हैं। जमा राशि पर छमाही चक्रवृद्धि ब्याज मिलता है। 6 वर्ष बाद ये पत्र डाकघर से भुनाए जा सकते हैं। ब्याज की आय को पुनः निवेश माना जाता है और इन पर आयकर में छूट भी मिलती है। यह बचत योजना आयकर देने वाले लोगों में बहुत लोकप्रिय है।

vi) पन्द्रह वर्षीय सार्वजनिक भविष्य निधि खाता : व्यक्ति अपने नाम से या अपने अवयस्क बच्चों के नाम पर यह खाता खोल सकता है। इस खाते में हर वर्ष कम से कम एक बार रूपए जमा कराने होते हैं। एक खातेदार एक वर्ष में अधिकतम Rs.70,000 जमा कर सकता है, जो एकमुश्त या अधिकतम 12 किस्तों में जमा कराए जा सकते हैं। इसमें हर वर्ष कम से कम Rs. 500 जमा कराने होते हैं। हर जमा राशि Rs. 100 के गुणक में होनी चाहिए। इसका अर्थ है कि आप Rs. 1250 या Rs. 3785 जैसी राशि जमा नहीं करा सकते, बल्कि जमाराशि Rs.1200 या Rs. 3700 होनी चाहिए। 3 वर्ष बाद ऋण सुविधा भी उपलब्ध है। जबकि खाते से रूपए केवल 7 वर्ष के बाद ही निकाले जा सकते हैं। जमाराशि पर आयकर में छूट मिलती है। ब्याज राशि आयकर से पूरी तरह मुक्त है।

vii) किसान विकास पत्र : इस योजना में एक निश्चित राशि अवधि के भीतर दोगुनी हो जाती है। किसान विकास पत्र में धन (i) किसी वयस्क द्वारा अपने लिए या किसी अवयस्क के लिए (ii) दो वयस्कों द्वारा संयुक्त रूप से (iii) किसी न्यास द्वारा जमा किए जा सकते हैं। ये पत्र Rs. 100, Rs. 500, Rs. 1,000, Rs. 5,000, Rs. 10,000 के

मूल्य वर्गो में सभी डाकघरों में उपलब्ध होते हैं। जबकि Rs. 50,000 के किसान विकास पत्र केवल प्रधान डाकघर (GPO) में ही मिलते हैं। निवेश की कोई अधिकतम सीमा नहीं है। परिपक्तवा तिथि से पहले भी रूपए निकाले जा सकते हैं, परन्तु एक न्यूनतम अवधि, जिसे लॉक इन पीरियड कहते हैं से पहले रूपए नहीं निकाले जा सकत हैं।

viii) वरिष्ठ नागरिक बचत योजना : इस योजना में कोई भी वरिष्ठ नागरिक Rs. 1,000 के गुणकों में अधिकतम Rs. 15,00,000 केवल एक बार में जमा कर सकता है। परिपक्वता अवधि 5 वर्ष है। यह व्यक्तिगत रूप से अथवा जीवन साथी के साथ संयुक्त रूप से प्रचालित किया जा सकता है। इसके लिए 60 वर्ष अथवा अधिक आयु होनी चाहिए। इसमें प्रथम वर्ष में 31 मार्च, 30 जून तथा 31 दिसम्बर को ब्याज देय होता है एवं बाद के वर्षों में 31 मार्च, 30 जून, 30 सितम्बर तथा 31 दिसम्बर को ब्याज देय होता है।

पाठगत प्रश्न 8.2

उपयुक्त शब्द चुनकर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए।

i. डाकघर सार्वजनिक भविष्य निधि खाते में एक वर्ष में अधिकतम ——- रूपए जमा किए जा सकते हैं।

ii. एक मनी आर्डर फार्म से हम अधिकतम ———- रूपए भेज सकते हैं।

iii. सही व्यक्ति को भुगतान सुनिश्चित करने के लिए हम पोस्टल आर्डर को ——— कर सकते हैं।

iv. ———- वर्ष पूरे होने के बाद भविष्य निधि खातेदार को ऋण सुविधा उपलब्ध होती है।

v. राष्ट्रीय बचत पत्र को ——— वर्षों के बाद भुनाया जा सकता है।

8.7 बीमा सेवाएं

मेल और धन भेजने की सेवाओं के अलावा डाकघर व्यक्तियों को जीवन बीमा सुविधा भी उपलब्ध कराता है। क्या आप जानते हैं कि बीमा क्या होता है? बीमा दो पक्षों के बीच अनुबन्ध होता है, जिसमें एक पक्ष दूसरे पक्ष को कोई हानि या क्षति होने की स्थिति में उसे एक निश्चित राशि देने का वचन देता है। जो पक्ष राशि देने का वचन देता है, उसे बीमाकर्ता और दूसरे पक्ष को बीमाकृत कहते हैं। अनुबंध के अनुसार बीमाकृत पक्ष एक मुश्त या किस्तों में एक निश्चित रकम (प्रीमियम) एक निश्चित अवधि के लिए बीमाकर्ता को देता है। यदि उस अवधि में बीमाकृत पक्ष के साथ कोई अप्रिय घटना घट जाती है, तो बीमाकर्ता को उसे या उसके परिवारजनों को वह रकम देनी होती है। डाकघर दो योजनाओं के अन्तर्गत जीवन बीमा प्रदान करता है : (i) डाकघर जीवन बीमा और (ii) ग्रामीण डाकघर जीवन बीमा।

आइए इन योजनाओं के बारे में विस्तृत जानकारी लें।

i) डाकघर जीवन बीमा (PLI)

पोस्टल जीवन बीमा योजना शुरू में डाकघर कर्मचारियों के लिए उपलब्ध कराई गई थी। गत वर्षों में इसके अंतर्गत केन्द्र और राज्य सरकार, सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों, विश्वविद्यालयों, सरकारी अनुदान प्राप्त संस्थानों, राष्ट्रीयकृत बैंकों और वित्तीय संगठनों के कर्मचारी भी लाए गए हैं। डाकघर इन संगठनों के उन कर्मचारियों, जिनकी आयु 50 वर्ष से कम है, का निश्चित अवधि के लिए निश्चित प्रीमियम के भुगतान पर जीवन बीमा करते हैं। डाकघर बीमाकृत व्यक्ति की मृत्यु या निश्चित अवधि के समाप्त हो जाने पर निश्चित रकम देने का वायदा करते हैं।

ii) ग्रामीण डाकघर जीवन बीमा (RPLI)

डाकघर जीवन बीमा की तरह डाकघर ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले लोगों और समाज के कमजोर वर्गों को भी जीवन बीमा के तहत लाते हैं। इसे ग्रामीण जीवन बीमा कहते हैं। इसके तहत बीमाकृत व्यक्ति बीमे के लिए बहुत ही कम प्रीमियम देता है।

8.8 अन्य डाक सेवाएं

अभी तक आपने मेल, धन, भेजने, बैंकिंग, बीमा आदि अनेक सेवाओं के बारे में जानकारी प्राप्त की। इन सभी के अलावा डाकघर कुछ अन्य निम्न सुविधाएं भी देते हैं।

i) टिकटों की बिक्री : डाक टिकटों के अलावा डाकघरों में अन्य टिकट जैसे हस्तांतरण टिकट, रसीदी आदि भी बेचे जाते हैं। यदि लेनदेन की राशि Rs.500 से अधिक हो तो राशि पाने वाले से प्राप्त रसीद पर टिकट का इस्तेमाल किया जाता है। शेयर हस्तांतरण टिकटों का इस्तेमाल शेयर या अन्य प्रतिभूति हस्तांतरण करने में होता है। इसी प्रकार भर्ती टिकटों का इस्तेमाल प्रत्याशियों की भर्ती के लिए विभिन्न परीक्षाओं में शुल्क देने के लिए किया जाता है।

ii) फार्मों की बिक्री : डाकघरों में कई प्रकार के फार्म जैसे पासपोर्ट फार्म, संघ लोक सेवा आयोग एवं अन्य कई राष्ट्रीय स्तर की प्रतियोगिता परीक्षाओं के फार्म भी बिकते हैं।

iii) बिलों का भुगतान : डाकघरों में उपभोक्ताओं से टेलीफोन, बिजली, पानी आदि के बिलों का भुगतान भी लिए जाते हैं।

iv) पेंशन भुगतान : पेंशन प्राप्त करने वालों के लिए भारत सरकार के डाकघरों के माध्यम से पेंशन लेने की आवश्यक प्रबंध किए हैं। सेना, रेलवे, कोयला खानों और दूरसंचार विभाग के पेंशन भोगी लोग नजदीक के डाकघर से इस सुविधा का लाभ उठा सकते हैं। डाकघर वृद्ध नागरिकों को वृद्धावस्था पेंशन के भुगतान की सुविधा भी प्रदान करते हैं। समाज कल्याण मंत्रालय और राज्य सरकारें यह पेंशन देती है।

v) डाकघर दुकान : डाकघरों में छोटी-छोटी दुकानों में डाक लेखन सामग्री, बधाई पत्र और छोटे-छोटे उपहार भी बेचे जाते हैं।

vi) टिकट संग्रह-डाक : डाक विभाग विशेष और स्मारक टिकट और विशेष लिफाफे जारी करता है, जिसमें देश की प्राकृतिक और सांस्कृतिक धरोहर को दर्शाया जाता

है। इनके माध्यम से देश और विदेश की महत्वपूर्ण घटनाओं, प्रसिद्ध हस्तियों और संस्थानों को सम्मानित किया जाता है। टिकट संग्रह की दुनिया में इन टिकटों का बपढ़ा महत्व है।

vii) ग्रामीण संचार सेवक योजना : इस योजना का शुभारंभ हर घर में टेलीफोन की सुविधा देने के उद्देश्य से किया गया है। यह डाक विभाग और भारत संचार निगम लिमिटेड (BSNL) का संयुक्त उद्यम है। इसके तहत घर-घर डाक ले जाने वाले डाकिए के पास मोबाइल फोन होगा। डाकिए को निश्चित शुल्क देकर लोग इस फोन का इस्तेमाल कर सकते हैं। यह सुविधा केवल ग्रामीण इलाकों में ही उपलब्ध है।

पाठगत प्रश्न 8.3

निम्नलिखित में सही और गलत कथन छांटिए :

i. 52 वर्ष का कोई सरकारी कर्मचारी डाकघर में जीवन बीमा करा सकता है।

ii. Rs .600 के लेनदेन में रसीद पर रसीदी टिकट लगाने की जरूरत नहीं होती।

iii. डाक दुकान में सिले सिलाए वस्त्र मिलते हैं।

iv. डाकघर हमारे समाज के कमजोर वर्गों के लाभ के लिए ग्रामीण जीवन बीमा प्रदान करता है।

v. ग्रामीण संचार सेवा योजना केवल ग्रामीण इलाकों में उपलब्ध है।

8.9 विशिष्ट डाक-पत्र सेवाएं

जनता की सुविधा के लिए डाक विभाग अतिरिक्त सुविधाओं वाली विभिन्न डाक-पत्र सेवाएं प्रदान करता है, जिनमें डाक जल्दी भेजना, डाक के सही वितरण को सुनिश्चित करना, पारगमन के दौरान डाक को हुए नुकसान या गुम होने की स्थिति में प्रेषक को मुआवजा देना आदि शामिल होता है। आप इन सभी सुविधाओं का लाभ केवल कुछ अतिरिक्त डाक-शुल्क देकर उठा सकते हैं। आइए, इन सुविधाओं के बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त करें।

i) डाक प्रमाण-पत्र

जब साधारण पत्र डाक में डाले जाते हैं, तो डाकघर उसकी कोई रसीद नहीं देता, क्योंकि साधरणतया हम उन्हें डाकघर की पत्र पेटी में डालते हैं। परंतु यदि कोई प्रेषक इस बात का प्रमाण चाहता है कि उसने वास्तव में पत्र डाक में डाला है, तो निश्चित शुल्क देकर डाकघर से इस बात का प्रमाण-पत्र प्राप्त किया जा सकता है। इसे डाक प्रमाण-पत्र कहते हैं। ऐसा प्रमाण-पत्र लेने के लिए आपको प्रेषक और प्राप्तकर्ता का नाम और पूरा पता एक सादे कागज पर लिखकर उस पर निश्चित डाक टिकट लगानी होती है। यह कागज पत्रों के साथ डाकघर में दे दिया जाता है। डाकघर उस कागज पर अपनी मोहर लगा कर उसे आपको वापस कर देता है। अब वह कागज पत्रों को डाक में डाले जाने के प्रमाण का कार्य करता है। लेकिन पत्रों के ऊपर यूपीसी लिखना न भूलें। यूपीसी का अर्थ है अंडर पोस्टल सर्टिफ़िकेट। किसी

विवाद की स्थिति में यह कागज सबूत के तौर पर प्रस्तुत किया जा सकता है।

ii) रजिस्टर्ड डाक

कभी-कभी हम यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि हमारी डाक निश्चित रूप से प्राप्तकर्ता को मिल जाए अन्यथा वह हमारे पास वापिस आ जाए। ऐसी स्थिति में डाकघर रजिस्टर्ड डाक की सुविधा देता है, जिससे हम अपने पत्र और पार्सल भेज सकते हैं। ऐसी सामग्री पंजीकरण शुल्क के तौर पर अतिरिक्त डाक टिकट लगाकर डाकघर में दे दी जाती है। डाक सामग्री प्राप्त करके डाकघर तत्काल प्रेषक को एक रसीद दे देता है, जो डाक भेजे जाने के प्रमाण का कार्य करती है। याद रखें कि यदि आपने ऐसे पत्रों पर अपना पूरा पता नहीं लिखा होगा तो डाकघर उन्हें कभी स्वीकार नहीं करेगा। रजिस्टर्ड डाक को साधारण डाक से अलग करने के लिए उसके ऊपर रजिस्टर्ड डाक लिखा जाता है।

क्या आप इसकी पुष्टि करना चाहते हैं कि आपका पत्र पाने वाले तक पहुँच गया है? इसके लिए डाकघर एक और सुविधा प्रदान करता है। सामान्यतया डाक के कुछ दस्तावेजों पर प्राप्तकर्ता के हस्ताक्षर लेने के बाद रजिस्टर्ड डाक उसे दे दी जाती है। लेकिन जब तक प्रेषक विशेष रूप से इसकी मांग नहीं करता तब ताकि उसे नहीं बताया जाता कि प्राप्तकर्ता को डाक मिली या नहीं। यदि प्रेषक इस बात की सूचना चाहता है, तो रजिस्टर्ड डाक के साथ रसीदी कार्ड डाक से प्रेषक को लौटा दिया जाता है। यह कार्ड सभी डाकघरों में निश्चित भुगतान पर मिलते हैं। रजिस्टर्ड डाक के प्रेषक को एक कार्ड खरीदकर उस पर अपना पूरा पता लिखकर उसे लिफाफे के साथ संलग्न करना होता है। लिफाफे पर रसीदी कार्ड के साथ रजिस्टर्ड ए.डी. लिखना होता है।

iii) बीमाकृत डाक

पारगमन के दौरान डाक को किसी भी तरह का नुकसान हो सकता है, जिससे प्रेषक को हानि उठानी पड़ सकती है। क्या पारगमन के दौरान डाक के किसी भी प्रकार के नुकसान या क्षति के लिए डाक विभाग को दोषी ठहराया जा सकता है? साधारण पत्रों, रजिस्टर्ड डाक और पार्सल के संदर्भ में किसी प्रकार के हानि के होने या खो जाने के लिए डाकघर को दोषी नहीं ठहराया जा सकता है। हां, ऐसा प्रावधान है कि प्रेषक पत्र या पार्सल का बीमा करा सकता है, जिससे किसी नुकसान की स्थिति में डाक घर के क्षतिपूर्ति करनी होगी। अतः बीमाकृत डाक ऐसी डाक-पत्र सुविधा है, जिससे मूल्यवान वस्तुओं को निश्चित राशि में बीमा करा कर डाक से भेजा जा सकता है। बीमे की राशि के अनुसार प्रीमियम डाकघर में जमा कराया जाता है।

यहाँ डाकघर बीमाकर्ता का कार्य करता है और जितने मूल्य का बीमा है, उतने के लिए उत्तरदायी होता है। बीमाकृत डाक से केवल रजिस्टर्ड मेल ही भेजी जा सकती है। याद रहे कि बीमाकृत डाक के लिए यदि आपका पत्र या पार्सल डाक विभाग के निर्देशों के अनुरूप पैक और मोहर बंद नहीं होगा तो वह स्वीकार नहीं किया जाएगा।

iv) स्पीड पोस्ट

स्पीड पोस्ट 1 अगस्त 1986 में प्रारम्भ हुई थी। कभी-कभी तत्कालिकता अथवा देरी से बचने के लिये हम चाहते हैं कि हमारी डाक प्राप्तकर्ता तक जल्दी से जल्दी पहुंच जाये। ऐसे में डाक विभाग निश्चित समय के अंदर डाक, स्पीड पोस्ट सेवा के अंतर्गत पहुचाने की गारंटी देता है। इस सेवा के अंतर्गत पत्र, दस्तावेज, पार्सल ज्यादा तेजी से निश्चित समय में पहुंचाए जाते हैं। यह सेवा कुछ खास डाकघरों में उपलब्ध होती है। इसके लिए साधारण डाक से अधिक शुल्क लिया जाता है। जो दूरी के हिसाब से तय किया जाता है। यह सेवा कुछ विशिष्ट डाकघरों में 24 घंटे उपलब्ध रहती है। डाकघर स्पीड पोस्ट की डाक को भेजने वाले के घर/दरवाजे से भी उठाते हैं, परन्तु यह नियमित तथा अधिक मात्रा में भेजने वाले होने चाहिए।

v) न्यस्त डाक

यदि किसी ऐसे व्यक्ति को पत्र भेजना है, जिसका निश्चित पता आपको मालूम नहीं है तो आप उस क्षेत्र के डाकपाल को भेज सकते हैं, जहां प्राप्तकर्ता रहता है। इन पत्रों को न्यस्त डाक कहते हैं। ऐसे पत्रों को भेजने के लिए पत्रों पर "न्यस्त डाक या डाकपाल" लिखा होना चाहिए। ऐसा लिखा होने पर उस क्षेत्र के डाकघर में वह पत्र रख लिया जाता है और प्राप्तकर्ता डाकपाल से मिलकर पत्र ग्रहण कर सकता है। डाकघर में ऐसे पत्रों को 14 दिन तक रखा जाता है। उसके बाद पत्र प्रेषक को या पुनः प्रेषण केन्द्र को भेज दिया जाता है। यह सुविधा पर्यटकों और उन विक्रेताओं के लिए विशेष रूप से उपयोगी है, जिनका एक विशेष पता नहीं होता। यह सुविधा ऐसे व्यक्तियों के लिए लाभकारी है, जो नित नए स्थान पर स्थायी पते की तलाश में हो।

पाठगत प्रश्न 8.4

कौन सा कथन सही और कौन सा गलत है :

i. स्पीड पोस्ट सेवा सभी डाकघरों में उपलब्ध है।

ii. बीमाकृत डाक से केवल रजिस्टर्ड मेल ही भेजी जा सकती है।

iii. न्यस्त डाक को केवल एक हफ़्ते तक ही डाकघर में रखा जाता है।

iv. बीमाकृत डाक के लिए दोनों डाकघरों के बीच की दूरी के अनुसार अतिरिक्त डाक-शुल्क देना होता है।

v. यदि पारगमन के दौरान पत्र खो जाता है तो डाक प्रमाण-पत्र के जरिए प्रेषक को मुआवजा नहीं मिलता।

8.10 डाक पारेषण

डाकघर अपने काउंटरों द्वारा या पत्र पेटिकाओं द्वारा पत्र और पार्सल इकट्ठे करते हैं। लोग पत्र पेटिकाओं में पत्र डालते हैं और डाकघर कार्य समय के दौरान प्रतिदिन एक या दो बार उन्हें एकत्र करते हैं। ये पत्र पेटिका हर डाकघर के बाहर और जनता की सुविधा के लिए कुछ विशेष स्थानों पर लगी रहती है।

लेकिन क्या आपने कभी ध्यान दिया है कि कुछ स्थानों पर लाल, हरे, नीले और पीले जैसे अलग- अलग रंगों की पत्र-पेटिकाएं लगी होती है। ऐसा क्यों है? वास्तव में विभिन्न रंगों की पत्र-पेटिकाएं लगाने का उद्देश्य है कि अलग-अलग गंतव्य स्थानों की डाक को निकालने के समय ही अलग- अलग रखा जा सके। इससे पत्रों की जल्दी छँटाई और वितरण में सहायता मिलती है। आइए देखें कि किस पेटिका में कौन से पत्र डाले जा सकते हैं।

- लाल पेटिका में वे पत्र डाले जाते हैं, जो स्थानीय नहीं है।
- हरी पेटिका में स्थानीय डाक डाली जाती है।
- नीले डिब्बे में महानगरों में जाने वाली डाक डाली जाती है।
- पीले डिब्बे में सभी राजधानियों की डाक डाली जाती है।
- जब आप अपना पत्र डाकघर में देते हैं या उसे पत्र-पेटिका में डालते हैं तो क्या होता है?
- डाकघर इन पत्रों को इकट्ठा करते हैं।
- हर पत्र पर लगे डाक टिकट का मूल्य सत्यापित करके उस पर मुहर लगाई जाती है।
- गंतव्य स्थानों के अनुसार पत्रों की छंटाई की जाती है।
- गंतव्य स्थानों के अनुसार मेल को अलग-अलग पैकेटों या थैलों में डाला जाता है।
- इन पैकेटों को गंतव्य स्थान के विभिन्न डाकघरों में भेजा जाता है।
- गंतव्य स्थान के डाकघर उन्हें खोलकर पत्रों पर अपनी मुहर लगाता है।
- फिर प्राप्तकर्ताओं के क्षेत्र के अनुसार डाक की छँटाई होती है।
- अंत में डाकिए व्यक्तिगत रूप से पत्र लोगों तक पहुंचाते हैं।

आप शायद सोच रहे होंगे कि डाक थैले और पैकेट एक डाकघर से दूसरे डाक घर तक कैसे पहुंचाए जाते हैं। आइए, इस पर चर्चा करें।

कम दूरी के मेल बैग मोटर वाहनों, रिक्शा साइकिल जैसे सड़क परिवहन के जरिए ले जाए जाते हैं, लेकिन अधिक दूर तक मेल पहुंचाने के लिए रेलवे सबसे सुविधाजनक साधन है। हमारे देश में रेल डाक सेवा (RMS) रेलवे के जरिए डाक प्राप्त करने और भेजने का कार्य करती है। आपने देश भर के सभी बड़े रेलवे स्टेशनों पर आरएमएस के कार्यालय देखें होंगे। रेलवे, मोटर वाहन, साइकिल आदि के द्वारा जो मेल भेजी या प्राप्त की जाती है, उसे भू-तल मेल कहते हैं। सड़क और रेलवे के माध्यम से डाक भेजने के अलावा भारतीय डाक विभाग ने कई स्थानों पर जहां विमान सेवा उपलब्ध है, विमान द्वारा भी डाक भेजने के प्रबंध किए हैं। सभी अंतर्राष्ट्रीय डाक विमानों द्वारा भेजी जाती है, इसलिए ऐसे डाक-पत्र को एयर मेल कहते हैं।

8.11 डास सेवा के लिए डाक टिकट

आप सोच रहे होंगे कि पोस्टकार्ड या अन्तर्देशीय पत्र अलग-अलग गन्तव्य स्थान होने पर भी एक समान शुल्क पर देश भर में कैसे भेजे जाते हैं? आपने देखा होगा कि हमारे देश में स्पीड पोस्ट को छोड़कर सभी प्रकार की अन्तर्देशीय डाक के लिए एक समान दर है। सामान्यतया डाक शुल्क मेल के वजन के अनुसार घटता बढ़ता है, लेकिन स्पीड पोस्ट या

अंतर्राष्ट्रीय मेल के मामले में डाक शुल्क डाकपत्र के वजन और दूरी के अनुसार लिया जाता है।

डाक पत्र सेवा के लिए डाकघरों का शुल्क का भुगतान डाक टिकटों के माध्यम से किया जाता है। इसके लिए हमें पत्रों को पेटी में डालने या डाकघर के पटल पर देने से पहले डाकघर से टिकट खरीद कर उन्हें अपने पत्रों पर चिपकाना होता है। लेकिन डाकघरों से प्राप्त सुविधा का भुगतान करने का यही एकमात्र तरीका नहीं है, आइए यह पता लगाएं कि डाकघर के माध्यम से अपनी डाक भेजते समय और किन तरीकों से डाक शुल्क दिया जा सकता है।

i) डाक टिकट : लिफाफे या पार्सल भेजते समय हम डाकघर से टिकट खरीदते हैं और मेल को पत्र पेटिका में डालने या डाकघर के काउन्टर में देने से पहले अपनी मेल पर चिपका देते हैं। लेकिन पोस्टकार्ड अंतर्देशीय पत्र और लिफाफों पर कोई टिकट लगाने की आवश्यकता नहीं होती क्योंकि उनके मूल्य में डाक शुल्क शामिल होता है। आपने इन पत्रों पर मुद्रित डाक टिकट अवश्य देखें होंगे। याद रखें कि इन पत्रों को खरीदते समय आप जो शुल्क दे रहे हैं वह न्यूनतम उचित वजन के लिए होता है। यदि आपके लिफाफे या पार्सल का वजन निर्धारित सीमा से अधिक है तो आपको अतिरिक्त टिकट लगाने होंगे।

ii) फ्रैंक्ड डाक टिकट : बड़े कार्यालय में, जहां हर रोज सैकड़ों पत्रों पर टिकट लगाने होते हैं, वहां फ्रैंकिंग मशीन की मदद से टिकट लगाने की सुविधा दी जाती है। इस मशीन से अलग-अलग मूल्यवर्ग के टिकट, जिन्हें फ्रैंक्ड पोस्टेज कहते हैं, लगाए जा सकते हैं। जिन पत्रों पर टिकट लगाना होता है उन्हें मशीन में डाला जाता है और मशीन के विभिन्न बटनों को दबाकर आवश्यकतानुसार मूल्य के टिकट की छाप लगाई जाती है। फ्रैंकिंग मशीन द्वारा लगने वाले टिकट लाल रंग के होते हैं। इन मशीनों को डाकघर से लाइसेंस लेकर लिया जा सकता है। डाकघर लाइसेंस लेने वाले से निर्धारित शुल्क लेकर उसे मशीन दे देता है। जब निर्धारित शुल्क का मूल्य समाप्त हो जाता है तो मशीन टिकट छापना बंद कर देती है। फिर भुगतान करने पर मशीन को दोबारा चालू किया जा सकता है।

iii) टिकट लगाए बिना भुगतान : आपने देखा होगा कि कुछ तरह की मेल पर कोई टिकट नहीं लगा होता, फिर वह आप तक कैसे पहुंचती है? वास्तव में कुछ विशेष मेल ऐसी होती है, जिनमें पत्र भेजने से बहुत पहले डाक-शुल्क प्रेषक द्वारा या पत्र प्राप्त करने के बाद पत्र पाने वाले द्वारा अदा किया जाता है। उदाहरण के लिए, अखबार और पत्र पत्रिकाओं में प्रेषक डाक भेजने से पहले शुल्क देता है और व्यापारिक जवाबी कार्ड के लिए प्राप्तकर्ता डाक मिलने के बाद शुल्क अदा करता है। डाकघर ब्रेल लिपि का साहित्य निःशुल्क भेजते हैं।

iv) कम्प्यूटरीकृत पर्ची : आजकल कुछ डाकघरों में कंप्यूटरीकृत पर्चियां डाक पर चिपकाई जाती हैं। इनमें अलग से टिकट लगाने की आवश्यकता नहीं होती। पर्ची

पर डाक शुल्क तिथि और समय लिखा होता है। यह सुविधा रजिस्टर्ड पोस्ट तथा स्पीड पोस्ट के लिए उपलब्ध है, साधारण पत्रों के लिए नहीं।

पाठगत प्रश्न 8.5

कॉलम क और ख का मिलान कीजिए।

	कॉलम क		कॉलम ख
i.	हरी पत्र पेटिका	क)	पुनः प्रेषण केन्द्र
ii.	फ्रैंकिंग मशीन	ख)	प्रेषक द्वारा डाक शुल्क नहीं दिया जाता
iii.	अपर्याप्त डाक टिकट	ग)	प्राप्तकर्ता द्वारा दिया जाने वाला शुल्क दो गुना देना होगा।
iv.	व्यावसायिक जवाबी कार्ड	घ)	स्थानीय मेल
v.	प्राप्तकर्ता का गलत पता	ङ)	शेल्क का मुद्रण

8.12 डाकघर व्यापारिक लेनदेन को कैसे बढ़ावा देते हैं

जैसा कि पहले बताया जा चुका है विभिन्न साधनों से मेल भेजने के अलावा डाकघर व्यापारिक कंपनियों को कुछ विशेष सेवाएं भी प्रदान करते हैं। इनमें से कुछ हैं :

- मूल्य देय डाक (V.P.P) के जरिए माल बेचने में मदद करना;
- बिजनेस रिप्लाई डाक से डाक शुल्क लिए बिना ग्राहकों के पत्र ले जाना;
- मीडिया पोस्ट के जरिए उत्पादों के विज्ञापन में मदद देना;
- एक्सप्रेस पोस्ट से विश्वसनीय और निश्चित अवधि में पार्सल सेवा देना;
- बिजनेस पोस्ट सेवा के जरिए ज्यादा डाक भेजने वालों को प्री मेलिंग सुविधाएं देना;
- कारपोरेट मनीआर्डर के जरिए बड़ी राशि भेजना;
- पोस्टबैग और पोस्ट बॉक्स सुविधा के माध्यम से डाक इकट्ठी करने के विशेष प्रबंध करना।

आइए इन सभी सुविधाओं के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करें।

i) मूल्य देय डाक (वीपीपी) : कभी-कभी हमें कुछ ऐसा सामान खरीदना होता है, जो किसी स्थानीय दुकान में नहीं मिलता। ऐसी स्थिति में हम विक्रेता को माल भेजने का अनुरोध कर सकते हैं। यहां डाकघर विक्रेता को अपनी सेवा इस्तेमाल करने का विकल्प देते हैं। इसके अंतर्गत डाकघर विक्रेता से पैक माल लेते हैं और ग्राहकों तक ले जाते हैं। ग्राहक से माल का मूल्य और वीपीपी का शुल्क मिलाकर पूरी राशि लेने के बाद सामान उसे दे दिया जाता है। फिर डाकघर विक्रेता को वह राशि भेज देता है।

ii) बिजनेस रिप्लाई पोस्ट : हम जानते हैं कि हर व्यवसाय का एक महत्वपूर्ण आर्थिक उद्देश्य होता है- ग्राहक बनाना। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए व्यापारी हमेशा अपने ग्राहकों से तुरंत जवाब और प्रतिक्रियाओं की अपेक्षा करते है। इस

संदर्भ में डाकघर रिप्लाई पोस्ट के माध्यम से ग्राहकों को अपने जवाब भेजने की सुविधा प्रदान करता है। डाकघर उस शुल्क को बाद में व्यापारी से वसूल कर लेता है। इस सुविधा का लाभ उठाने के लिए व्यापारी निश्चित शुल्क देकर डाकघर से लाइसेंस ले सकते हैं। कार्ड अथवा लिफाफे पर लाइसैंस नम्बर स्पष्ट रूप से छपा होना चाहिए। साथ ही 'बिजनेस रिप्लाई कार्ड'। 'प्राप्तकर्ता को कोई डाक शुल्क नहीं देना होगा'। भारत में डाले जाने पर डाक टिकट लगाना आवश्यक नहीं। आदि वाक्यांश लिखें होने चाहिए।

iii) मीडिया डाक : इस सुविधा के अंतर्गत डाक विभाग व्यापारिक और सरकारी संगठनों को पोस्टकार्ड, अंतर्देशीय पत्र, ऐरोग्राम और अन्य डाक लेखन सामग्री पर अपने विज्ञापन छापकर ग्राहकों तक पहुंचाने का अवसर देता है। डाक स्टेशनरी पर जन जागरण से सम्बन्धित संदेश छापे जा सकते हैं।

iv) एक्सप्रेस डाक : डाकघर एक्सप्रेस पोस्ट सुविधा की मदद से व्यावसायिक ग्राहकों को पार्सल पहुंचाने की विश्वसनीय, तेज और सस्ती सेवा प्रदान करता है। इसमें 35 किलो तक के किसी भी पार्सल को निश्चित समय पर पहुंचाने की सुविधा है।

v) व्यावसायिक डाक : डाकघर अपने व्यापारी ग्राहकों की पूर्व मेल गतिविधियों की जिम्मेदारी लेकर उन्हें एक और सुविधा प्रदान करता है। इन गतिविधियों में प्रेषक से माल लेकर उन्हें पैकेटों में डालकर पार्सल चिपकाकर और उस पर पता लिखना शामिल है। इसमें फ्रैंकिंग भी की जाती है।

vi) कारपोरेट मनी आर्डर : व्यक्तियों की तरह व्यापारिक संगठन भी मनी आर्डर के जरिए धन हस्तांतरित कर सकते हैं। उनके लिए डाकघर की कारपोरेट मनीआर्डर सेवा उपलब्ध है। इससे व्यापारिक संगठन देश के किसी भी भाग में Rs. 1 करोड़ तक की राशि हस्तांतरित कर सकते हैं। यह सुविधा उपग्रह से जुड़े सभी डाकघरों में उपलब्ध है।

vii) पोस्ट बॉक्स और पोस्ट बैग : आप जानते हैं कि डाकिया अलग-अलग प्रकार की डाक हमारे घर तक पहुंचाता है। इसके अलावा, डाकघर साधारण डाक लेने वालों के लिए पोस्ट बॉक्स और पोस्ट बैग सुविधा भी देता है। इस सुविधा के अंतर्गत प्राप्तकर्ता को किराया देने पर एक विशेष संख्या, बॉक्स या थैला निर्धारित कर दिया जाता है। उस संख्या पर आने वाली सारी मेल को डाकघर अपने पास रखता है। फिर जिसके नाम पर डाक होती है वह अपनी सुविधानुसार डाक लेने के लिए आवश्यक इंतजाम करता है। पोस्ट बॉक्स और पोस्ट बैग में यह अंतर है कि पोस्ट बॉक्स में डाक लेने वाले व्यक्ति को डाकघर जाकर अपना बाक्स खोलना होता है, लेकिन पोस्ट बैग अपने साथ ले जाकर कार्यालय में उसे खोल सकता है। कोई भी कम्पनी या व्यक्ति ऐसा बॉक्स किराए पर ले सकता है। यह सुविधा निम्नलिखित वर्गों के लिए उपलब्ध है :

- व्यापारिक कंपनियां, जो अपनी डाक जल्दी लेना चाहती है;
- बड़ी मात्रा में मेल प्राप्त करने वाले;

- डाक द्वारा आदेश व्यापार;
- वे लोग, जिनका स्थायी पता नहीं होता;
- वे लोग, जो अपना नाम व पता गुप्त रखना चाहते हैं।

पाठगत प्रश्न 8.6

उचित शब्द चुनकर खाली स्थान भरिए :

i. डाकघर व्यापारिक संगठनों को ——— पोस्ट के जरिए मेलिंग सुविधा देता है।

ii. ——— डाक सेवा के जरिए उत्पादों और सेवाओं के विज्ञापन डाकघर के माध्यम से किए जाते हैं।

iii. व्यावसायिक ———— पोस्ट में प्रेषक को कोई टिकट नहीं लगाना पड़ता।

iv. कारपोरेट मनी आर्डर में Rs. ———- तक की राशि भेजी जा सकती है।

v. ————— के जरिए प्रेषक या जनता को पहचान बताए बिना डाक प्राप्त की जा सकती है।

8.13 डाक सेवाओं का महत्व

डाक सेवाओं का आम जनता के लिए विशेषकर व्यापार के लिए बहुत महत्व है। निम्नलिखित बातों से डाक सेवाओं का महत्व उजागर होता है।

i) संचार का सस्ता साधन : डाक मेल सेवाएं संचार के किसी भी अन्य साधन से कम दर पर उपलब्ध हैं। अख़बारों और पत्रिकाओं की प्रसार संख्या काफी अधिक होती है और वे डाक सेवाओं के कारण दूर-दराज के गांवों तक पहुंच पाते हैं। ऐसा मुख्यतया इसलिए होता है क्योंकि अखबार और पत्रिकाएं डाक से रियायती दरों पर भेजे जा सकते हैं।

ii) बचत का प्रोत्साहन : साधारण आय वाले लोगों को डाकघर द्वारा चलाई जा रही विभिन्न छोटी बचत योजनाओं में धन जमा करके बचत करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। इसके अतिरिक्त डाकघर के माध्यम से राष्ट्रीय बचत पत्र और सार्वजनिक भविष्य निधि आदि में बचत करने से आयकर में छूट मिल जाती है। डाकघरों में बचत जमा करने वालों को ईनाम भी दिया जाता है।

iii) कमदर पर धन को सुरक्षित रूप से भेजना : धन भेजने का सबसे सस्ता और आम साधन है मनी आर्डर, जो डाकघर के माध्यम से होता है। यदि धन जल्दी भेजना हो तो तार मनीआर्डर के जरिए भेजा जा सकता है। धान हस्तांतरित करने का एक अन्य साधन पोस्टल आर्डर भी है। डाकघर दूर-दराज के स्थानों पर भी स्थित हैं। इसीलिए मुद्रा हस्तांतरण सुविधाजनक हो जाता है।

iv) व्यापार को बढ़ावा : डाक सेवाओं की उपलब्धता से आंतरिक और विदेशी व्यापार की वृद्धि और विस्तार में मदद मिलती है। पत्र-व्यवहार से व्यापार संबंधी पूछताछ की जाती है और व्यापारिक सौदे किए जाते हैं। डाक के माध्यम से ही आर्डर दिए

जाते हैं, माल भेजने की सूचना दी जाती है। भुगतान के लिए पत्र लिखे जाते हैं। चैक, ड्राफ्ट और बहुमूल्य दस्तावेज भी डाक से ही भेजे जाते हैं। बहुमूल्य दस्तावेजों का रजिस्टर्ड डाक का बीमा भी कराया जा सकता है। ताकि डाक के पारगमन को दौरान कोई नुकसान होने पर उसकी भरपाई हो सके। मेल आर्डर व्यापार पूरी तरह से डाक और पार्सल भेजने को सेवा पर निर्भर है।

v) पत्राचार शिक्षा का अभाव : मुक्त विद्यालय, मुक्त विश्वविद्यालय और दूरस्थ और पत्राचार शिक्षा देने वाली अन्य संस्थाएं डाक से ही शिक्षा सामग्री भेजकर विद्यार्थियों को शिक्षा प्रदान करती है। वे डाकघर के माध्यम से ही सभी विद्यार्थियों से संपर्क स्थापित करते हैं। इससे दूर- दराज के क्षेत्रों में रहने वाले विद्यार्थी भी कक्षाओं में बिना गए ही शिक्षा ग्रहण कर सकते हैं।

8.14 निजी कूरियर सेवाएं

कुछ निजी मेल संचालक भी हैं, जो जनता को मेल सुविधाएं उपलब्ध कराते हैं। उन्हें निजी कूरियर कहते हैं। वे पत्र और पार्सल इकट्ठे करते है और गन्तव्य स्थान तक पंहुचाते हैं। ये सेवाएं निजी कूरियर सेवाएं कहलाते है। निजी कूरियर पत्रों, पार्सलों और पैकेटों को इकट्ठा करने और गंतव्य स्थानों पर पहुंचाने का काम जल्दी करते हैं। यदि पत्र और पार्सल कूरियर के जरिए भेजे जाते हैं तो उन पर कोई डाक टिकट नहीं लगाने पड़ते। निजी कूरियर सेवाओं का शुल्क आमतौर पर डाकघर शुल्क से ज्यादा होता है। फिर यह शुल्क एक समान नहीं होते। निजी कूरियर बड़े शहरों और नगरों में लोकप्रिय हैं। ओवर नाइट एक्सप्रस डी.एच.एल., ब्लू डार्ट आदि हमारे देश के कुछ बड़े निजी

कूरियर हैं। निजी कूरियर सेवा को निम्नलिखित विशेषताएं हैं :

i. यह सम्प्रेषण का त्वरित साधन है।

ii. यह राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय दोनों स्तर की सेवाएं प्रदान करता है।

iii. निजी कूरियर सोना और आभूषण छोड़कर सभी प्रकार को वस्तुएं पहुंचाते है।

iv. माल पहुँचाने के लिए रेलवे, सड़क यातायात, हवाई मार्ग का इस्तेमाल करने के अलावा कुछ एजेंसियां संदेश भेजने के लिए फोन, टैलेक्स, फैक्स सुविधाओं का भी प्रयोग करती हैं।

v. यह वस्तुओं को सुरक्षित और समय पर पहुंचाने की पूरी जिम्मेदारी लेती है।

vi. यह प्रेषक के ठिकाने से वस्तु लेकर उसे गंतव्य स्थान तक पहुँचाती हैं।

चित्र : निजी कूरियर सेवाएं

पाठगत प्रश्न 8.7

I. कौन-सा कथन सही है और कौन-सा कथन गलत है :

i. पिन से मेल को छँटाई जल्दी और आसानी से होती है।

ii. डाक विभाग वित्त मंत्रालय, भारत सरकार के अंतर्गत कार्य करता है।

iii. डाकघर पत्राचार शिक्षा कार्यक्रम में सहायता नहीं करता।

iv. चैक एवं कीमती प्रलेख लोगों को डाक से भेजे जा सकते हैं।

v. निजी कूरियर पार्सल नहीं ले जाते।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. निम्नलिखित में से कौन सी पार्सल सेवा नहीं है :

क) डाक सेवा

ख) बैंकिगं सेवा

ग) धन जमा करने संबंधी सेवा

घ) लाकर्स सेवा

ii. निम्नलिखित में से कौन सी बीमा डाकघर द्वारा प्रदान की जाती है :

क) एन्डोमैंट पालिसी

ख) पूर्ण जीवन के लिए पालिसी

ग) ग्रामीण डाकघर जीवन बीमा

घ) संयुक्त जीवन बीमा

iii. निम्नलिखित में से कौन सी जमा योजना है जो डाकघर द्वारा प्रदान की जाती है :

क) पेन्शन भुगतान

ख) बिल भुगतान

ग) मनी आर्डर

घ) डाकघर मासिक आय योजना

iv. निम्नलिखित में से कौन से विशेष डाकसेवा नहीं है, जो डाकघरों द्वारा दी जाती है :

क) पंजीकृत डाक

ख) डाक टिकटों की बिक्री

ग) ओवर नाइट एक्सप्रैस

घ) मूल्य देय डाक

आपने क्या सीखा

- डाकघर द्वारा प्रदान की जाने वाली विभिन्न सेवाओं को डाक सेवाएं कहते हैं। इनमें पत्र और पार्सल को लाना या ले जाना, धन भेजने की व्यवस्था करना, जमाराशि स्वीकार करना, जीवन बीमा कराना सम्मलित है।
- प्रेषक से पत्र और पार्सल लेकर उन्हें प्राप्तकर्ता तक पहुँचाने को मेल सेवा कहते हैं। डाकघर पोस्टकार्ड, लिफाफे, अंतर्देशीय पत्र, पार्सल डाक, बुक पोस्ट आदि के माध्यम से मेल सेवा प्रदान करता है। यह डाक प्रमाण पत्र, रजिस्टर्ड डाक, बीमाकृत डाक, स्पीड पोस्ट, न्यस्त डाक, आदि विशेष डाक सेवाएं भी उपलब्ध कराता है।
- डाकघर की धन भेजने की सेवा के जरिए एक जगह से दूसरी जगह तक धन भेजा जा सकता है।

इसकी मनीआर्डर या पोस्टल आर्डर सेवा के माध्यम से लोग दर के स्थानों पर धन भेज सकते हैं ।

- डाकघर विभिन्न बचत योजनाओं- डाकघर बचत बैंक खाता, पांच वर्षीय डाकघर आवर्ती जमा योजना, डाकघर सावधि जमा खाता, डाकघर मासिक आय योजना, भविष्य निधि खाता 8वीं निर्गम योजना, पंद्रह वर्षीय सार्वजनिक भविष्य निधि खात, किसान विकास पत्र आदि के जरिए लोगों में बचत की भावना को प्रोत्साहन देता है ।
-

- डाकघर जीवन बीमा और ग्रामीण डाकघर जीवन बीमा योजनाओं के जरिए लोग अपना जीवन बीमा करा सकते हैं।
- डाकघर वी.पी.पी., बिजनेस रिप्लाई कार्ड, मीडिया पोस्ट, एक्सप्रेस पोस्ट, बिजनेस पोस्ट, एक्सप्रेस मनी आर्डर, पोस्ट बॉक्स, पोस्ट बैग आदि योजनाओं के जरिए व्यापारिक लेनदने को बढ़ावा देता है।
- डाक सेवा का महत्व : यह संचार का सस्ता साधन है। इससे बचत को बढ़ावा मिलता है इसके माध्यम से कम शुल्क पर धन भेजा जा सकता है। इससे व्यापार और दूरस्थ शिक्षा को बढ़ावा मिलता है।
- निजी कूरियर भी अपने ढंग से देशभर में मेल सेवाएं प्रदान करते हैं। वे पत्रों, पार्सलों आदि को जल्दी इकट्ठा करने और वितरित करने की सेवा प्रदान करते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. अपनी अभ्यास पुस्तिका में भारतीय डाक का चिन्ह बनाइए।
2. अंतर्देशीय तथा अंतर्राष्ट्रीय मेल में अंतर बताइए।
3. ग्रामीण संचार सेवा का क्या अर्थ है?
4. 15 वर्षीय सार्वजनिक भविष्य निधि खाते की विशेषतएं बताइए।
5. डाक सेवाओं में पिन क्या उद्देश्य पूरे करता है।
6. वी.पी.पी. तथा बी.आर.पी. के अन्तर बताइए।
7. डाकघरों में किस-किस रंग की पत्र पेटी पाई जाती है। उनका क्या उद्देश्य है।
8. डाकघरों में उपलब्ध विभिन्न प्रकार के पोस्टकार्डो का वर्णन कीजिए।
9. मनी आर्डर तथा पोस्टल आर्डर में अन्तर बताइए।
10. डाकघरों की विभिन्न जीवन बीमा योजनाओं का वर्णन कीजिए।
11. प्राइवेट कोरियर सेवा की व्याख्या करें।
12. डाकघरों द्वारा 'पोस्ट बैग' सुविधा को समझाए।
13. डाकघर की धन भेजने की सेवाओं को बताइए।
14. डाक सेवा से क्या तात्पर्य है? किन्हीं दो सेवाओं को विस्तार से बताइए।
15. डाकघर की किन्हीं चार बचत योजनाओं का विवरण दीजिए।
16. डाक सेवा से व्यापारिक लेन देन में किस प्रकार से सहायता मिलती है?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

8.1 (i) विदेश (ii) रंग और मूल्य (iii) वजन (iv) कम (v) गोपनीय

8.2 (i) Rs. 70,000 (ii) Rs.5,000 (iii) क्रास (iv) तीन (v) 6

8.3 (i) गलत (ii) गलत (iii) गलत (iv) सही (v) सही

8.4 (i) गलत (ii) सही (iii) गलत (iv) गलत (v) सही

8.5 (i) घ (ii) ङ (iii) ग (iv) ख (v) क

8.6 (i) व्यापार (ii) मीडिया (iii) उत्तर (iv) एक करोड़ (9) पोस्ट बैग या पोस्ट बॉक्स

8.7 I. (i) सही (ii) गलत (iii) गलत (iv) सही (v) गलत

II. (i) घ (ii) ग (iii) ग (iv) ख (v) ग

आपके लिए क्रियाकलाप

- नजदीकी डाकघर में जाकर लिफाफे में साधारण डाक, रजिस्टर्ड डाक, मनी आर्डर का शुल्क और पोस्टल आर्डर, प्रतियोगिता पोस्ट कार्ड, डाक प्रमाण-पत्र का शुल्क मालूम कीजिए।
- नजदीकी डाकघर में जाकर राष्ट्रीय बचत पत्र और किसान विकास पत्र के लाभों के बारे में पता लगाइए।

कृपया ध्यान दीजिए :

इस पाठ में हमने डाक द्वारा दी जाने वाली सुविधाओं एवं कार्यक्रमों के सम्बन्ध में सन् 2011 तक की जानकारी दी है। इसलिए आपको सलाह दी जाती है कि नवीनतम जानकारी के लिए अपने नजदीकी डाकघर से जानकारी लेकर अपने ज्ञान को बढ़ाएं।

9. बैंकिंग सेवाएं

किसी कस्बे अथवा शहर की गलियों में घूमते हुए आपने केनरा बैंक, पंजाब नेशनल बैंक, स्टेट बैंक ऑफ इंडिया, यूनाइटेड कॉमर्शियल बैंक आदि के साइनबोर्ड भवनों पर लगे हुए देखे होंगे। इन नामों से क्या पता चलता है? क्या आपने कभी इनके बारे में जानने की कोशिश की है? यदि आप किसी ऐसी इमारत में जाएंगे, जिनमें ये बैंक खुले हुए हैं, तो आपको किसी व्यापारिक कार्यालय की तरह का माहौल दिखाई देगा। आप देखेंगे कि कर्मचारी काउंटरों के पीछे अपने सामने खड़े व्यक्तियों से बातचीत कर रहे हैं। आप यह भी देखेंगे कि कुछ व्यक्ति एक काउंटर पर रुपया जमा कर रहे हैं, जबकि कुछ अन्य व्यक्ति किसी दूसरे काउंटर पर से रुपया प्राप्त कर रहे हैं। काउंटरों के पीछे उस कार्यालय में मेज भी रखी हुई हैं, जिन पर ऑफीसर बैठे हुए हैं। उस कार्यालय के एक ओर आपको एक चैम्बर (पार्टीशन लगा छोटा कमरा) भी दिखेगा, जहां प्रबंधक बैठा होगा, जिसकी मेज पर कुछ कागज भी रखे हुए होंगे। यह एक बैंक का कार्यालय है। आइए, हम बैंकों तथा उनके कार्यकलापों के विषय में अधिक जानकारी प्राप्त करें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- ‘बैंक’ की परिभाषा बता सकेंगे;
- ‘बैकिंग’ की भूमिका का वर्णन कर सकेंगे;
- विभिन्न प्रकार के बैंकों की पहचान कर सकेंगे; और
- एक व्यापारिक बैंक के कार्यों का वर्णन कर सकेंगे।

9.1 बैंक का अर्थ

सरकार द्वारा प्राधिकृत कोई संगठन जो अपने ग्राहकों से जमा स्वीकार करता है, ब्याज का भुगतान करता है, चैकों का समाशोधन करता है, ऋण देता है, वित्तीय लेनदेनों हेतु मध्यस्थ का कार्य करता है तथा अन्य वित्तीय सेवाएं उपलब्ध करता है, उसे बैंक कहते हैं।

आप जानते है कि खाना, कपपढ़ा, बच्चों की शिक्षा, मकान आदि के दिन प्रतिदिन के खर्चों को पूरा करने के लिए लोग धन अर्जित करते हैं। उन्हें भावी खर्चों, जैसे विवाह, बच्चों की उच्च शिक्षा, मकान बनवाने तथा अन्य सामाजिक व्ययों को पूरा करने के लिए भी धन की

आवश्यकता रहती है। ये बड़े खर्चे हैं, और यदि वर्तमान आय से कुछ धन बचाकर रखा जाए तो इनको पूरा किया जा सकता है। बुढ़ापे और बीमारी के लिए भी कुछ पैसे बचाकर रखना आवश्यक होता है, क्योंकि ऐसे समय में लोगों को आजीविका कमाना संभव नहीं हो पाता है।

प्राचीन काल में भी लोगों को बचत करने की आवश्यकता प्रतीत होती थी। वे अपने घरों में ही पैसे को जमा (होर्ड) करके रखते थे। इस प्रथा के कारण आवश्यकता पड़ने पर बचत से उनको जरूरतें पूरी हो जाती थी। किन्तु इस प्रथा में चोरी, डकैती तथा अन्य किस्म की घटनाओं से होने वाली हानि का जोखिम अधिक होता था। इसलिए, लोगों को ऐसे स्थान को आवश्यकता हुइ, जहां वे अपनी बचत सुरक्षा सहित जमा कर सकें, इस आश्वासन के साथ ही वे अपनी जमा राशि से आवश्यकता पड़ने पर पैसे निकाल सकते हैं। यह सेवा बैंक देता है। व्यावसायिक तथा अन्य कार्यों के लिए उचित ब्याज दर पर बैंकों से ऋण भी मिलता है। बैंक एक वित्तीय संस्था है जो जमा स्वीकार करता है तथा धन का उपयोग ऋण देने में करता है।

बैंक एक वैध संस्थान है जो कि जमा धन स्वीकार करता है तथा माँग पर निकासी करता है। यह व्यक्तियों तथा व्यवसायिक संस्थाओं से धन का लेन-देन करता है।

बैंक और भी कई उपयोगी सेवाएं प्रदान करता है- जैसे हुंडियों (बिल) का राशि की वसूली करना, विदेशी बिलों का भुगतान करना, जेवरात तथा अन्य मूल्यवान वस्तुओं का सुरक्षित रखना, व्यावसायिक संगठन की साख क्षमता को प्रमाणित करना आदि।

बैंक कई अन्य सेवाएं प्रदान करता है। जैसे- बिल का भुगतान, जेवरात को सुरक्षित रखना, व्यवसाय की साख का ध्यान रखना आदि।

बैंक साधारण जनता और व्यावसायिक संगठनों से जमा राशि स्वीकार करता है। कोई भी व्यक्ति, जो भविष्य के लिए बचत करना चाहता है, वह बैंक में अपनी बचत जमा कर सकता है। व्यापारी माल की बिक्री से राशि अर्जित करता है, जिसमें से उसे खर्चों को चुकाना पड़ता है। वह बिक्री से प्राप्त राशि बैंक में आसानी से जमा कर सकता है और इस जमा राशि का उपयोग समय-समय पर होने वाले खर्चों को पूरा करने के लिए कर सकता है। बैंक इन जमाकर्त्ताओं को दो आश्वासन देता है :

(क) जमा राशि का सुरक्षा का, और

(ख) आवश्यकता पड़ने पर इस जमाराशि को वापस देने का

जमा राशि पर बैंक ब्याज देता है, जो मूल राशि में जोड़ दिया जाता है। जमाकर्त्ता के लिए यह एक बड़ा अभिप्रेरण होता है। यह जनता के बीच बचत करने की आदत को बढ़ावा देता

चित्र : विभिन्न बैंकों का चिन्ह

है। बैंक जमा राशि के आधार पर किसानों, व्यापारियों तथा उपक्रमियों को उत्पादन कार्यों के लिए ऋण तथा अग्रिम भुगतान भी देता है। इस प्रकार बैंक देश के आर्थिक विकास में तथा सामान्य रूप में जनता की भलाई के लिए योगदान करते हैं। बैंक ऋणों पर ब्याज भी लेते हैं। यह ब्याज की दर जमा राशि पर दी जाने वाली ब्याज की दर से सामान्यतः अधिक होती है। व्यावसायिक संगठन तथा जन साधारण के लिए दी जाने वाली विभिन्न सेवाओं के लिए बैंक फीस भी लेता है। ऋणों से प्राप्त ब्याज की रकम, जो जमा राशि पर दिए जाने वाले ब्याज से अधिक होती है, तथा अन्य विभिन्न सेवाओं से प्राप्त फीस बैंक की आय के प्रमुख साधन होते हैं, जिनसे वे अपने प्रशासनिक व्ययों को चुकाते हैं।

बैंकों द्वारा किए जाने वाले कार्य 'बैंकिंग कार्य' कहलाते हैं। बैंकिंग कार्यों में जमा स्वीकार करना और ऋण देना अथवा द्रव्य का विनियोजन शामिल है। द्रव्य उपलब्ध करा कर तथा कुछ विशेष सेवाएं प्रदान कर, जो माल तथा सेवाओं का विनिमय में सहायक होती हैं, यह व्यापारिक कार्यकलापों को सरल बनाता है। इस प्रकार 'बैंकिंग' व्यवसाय की एक महत्वपूर्ण सहायक सेवा है। न केवल यह माल के उत्पादन तथा सेवाओं के लिए धन प्रदान करता है, बल्कि क्रेताओं तथा विक्रेताओं के बीच इनके विनिमय को भी सुविधाजनक बनाता है।

आप शायद जानते होंगे कि बैंकिंग से संबंधित कुछ कानून भी हैं, जो हमारे देश में बैंकिंग कार्यकलापों का नियमन करते हैं। बैंकों में राशि जमा करना तथा बैंकों से ऋण लेना वैधानिक व्यवहार है। बैंकों पर भी सरकार का नियंत्रण रहता है तथा काफी हद तक बैंक जनता के विश्वास पर निर्भर करते हैं। जनता के विश्वास के बिना वे जीवित नहीं रह सकते।

9.2 बैंकों तथा साहूकारों (मनीलैंडर्स) में अंतर

आप यह सोच रहे होंगे कि बैंक भी साहूकार की ही भांति होते हैं, जो ऋण लेने वालों को धन उपलब्ध कराते हैं तथा ऋण की रकम पर ब्याज लेते हैं। किन्तु ऐसा नहीं है। एक बैंक साहूकार से बहुत भिन्न होता है। एक बैंक दो प्रमुख कार्य करता है- प्रथम, यह जमा स्वीकार करता है, दूसरा इसके आधार पर वह ऋण देता है। जबकि साहूकार अपने निजी धन से ऋण प्रदान करता है तथा प्रायः अन्य व्यक्तियों से जमा धन स्वीकार नहीं करता। निम्न तालिका के द्वारा आप बैंकों तथा साहूकारों के बीच अंतर स्पष्ट कर पाएंगे :

आधार	बैंक	साहूकार
1. अस्तित्व	बैंक व्यवस्थित संस्थान होते हैं।	साहूकार व्यक्ति होते है।
2. कार्यकलाप	बैंकिंग क्रियाकलापों में शामिल हैं- जमा धन स्वीकार करना तथा ऋण देना।	प्रायः जमा धन को स्वीकार करना साहूकार के क्रियाकलापों में नहीं होता।
3. ग्राहक	बैंक सामान्यतः जन साधारण की आवश्यकताओं को तथा विशेषकर व्यापारिक समुदाय की आवश्यकताओं को पूरा करता है।	साहूकार किसानों तथा गरीब लोगों की आवश्यकताओं को पूरा करता है।

4. जमानत	बैंक जमानत के रूप में मूर्त तथा व्यक्तिगत जमानत मांगते हैं।	साहूकार प्रायः उधार लेने वालों को जेवरात अथवा भूमि गिरवी रखकर ऋण देते हैं।
5.ऋण वसूली की प्रक्रिया	ऋण वसूली की प्रक्रिया लचीली होती है।	ऋण वसूली की प्रक्रिया सख्त तथा दृढ़ होती है।
6. ब्याज की दर	भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा ऋणों पर ब्याज कील दर तय की जाती है।	ब्याज की दर साहूकार ही तय करता है तथा प्रायः बहुत ऊंची होती है।

बैंकिंग की भूमिका

व्यवसाय तथा व्यक्तियों की निजी आवश्यकताओं के लिए बैंक धन उपलब्ध कराता है। वह राष्ट्र की अर्थव्यवस्था में एक अहम भूमिका निभाता है। आइए हम बैंकिंग की भूमिका के विषय में जानकारी प्राप्त करें।

- यह जनता के बीच बचत की आदत को प्रोत्साहित करता है और इस प्रकार उत्पादन कार्यों के लिए धन उपलब्ध कराता है।
- जिन व्यक्तियों के पास अतिरिक्त धन है और जिन लोगों को विभिन्न व्यापारिक कार्यों के लिए धन की आवश्यकता होती है, उनके बीच ये मध्यस्थ का कार्य करता है।
- चैक द्वारा धन की प्राप्ति और भुगतान के माध्यम से यह व्यावसायिक व्यवहारों को सुविधाजनक बनाता है।
- व्यवसायियों को यह अल्प अवधि तथा दीर्घ अवधि के ऋण तथा अग्रिम भुगतान प्रदान करता है।
- आयात-निर्यात व्यवहारों को भी सरल बनाता है।
- किसानों, लघु उद्योगों और स्वयं रोजगार करने वाले व्यक्तियों तथा बड़े औद्योगिक घरानों को भी यह साख प्रदान कर राष्ट्रीय विकास में सहायक होता है जिससे देश का संतुलित आर्थिक विकास होता है।
- उपभोग की टिकाऊ वस्तुओं, मकान, मोटर गाड़ियों आदि के क्रय करने के लिए ऋण प्रदान कर यह जनसाधारण के रहन-सहन के स्तर को ऊंचा उठाने में मदद करता है।

पाठगत प्रश्न 9.1

उपयुक्त शब्दों द्वारा रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए।

i. एक बैंक जनता से जमा धन स्वीकार करता है और उन व्यक्तियों को ——— देता है, जो विभिन्न उद्देश्यों को पूरा करना चाहता है।

ii. अतिरिक्त धन रखने वाले व्यक्तियों और ऋण लेने वाले व्यक्तियों के बीच बैंक ——— का कार्य करता है।

iii. बैंक व्यापारिक कार्यों को सुविधाजनक बनाता है और इसे व्यापार का एक महत्वपूर्ण ——— माना जाता है।

iv. मुद्रा के स्थान पर ———- द्वारा बैंक भुगतानों को सरल बनाती है।

v. ——— अपनी निजी सम्पत्ति से ऋण देता है तथा सामान्यतः अन्य व्यक्तियों से जमा धन स्वीकार नहीं करता है।

9.3 बैंकों के प्रकार

हमारे देश में विभिन्न प्रकार के बैंक कार्य करते हैं, जो कृषि, व्यवसाय, पेशे आदि में लगे विभिन्न वर्गों के लोगों की वित्तीय आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं। कार्यों के आधार पर भारत के बैंकिगं संस्थानों को निम्नलिखित प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है :

बैंकों के प्रकार

1. केन्द्रीय बैंक (भारतीय रिजर्व बैंक)

2.वाणिज्यक बैंक

i. सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक

ii. निजी क्षेत्र के बैंक

iii. विदेशी बैंक

3. विकास बैंक

4. सहकारी बैंक

5. सहकारी बैंक

6. विशिष्ट बैंक (एक्जिम बैंक सिडबी, नाबार्ड)

आइए, अब इन बैंकों के विषय में विस्तार से जानकारी प्राप्त करें।

क) केन्द्रीय बैंक (सेन्ट्रल बैंक)

देश की बैंकिंग प्रणाली के नियमन एवं उसे निर्देशन प्रदान करने वाले बैंक, केन्द्रीय बैंक कहलाते हैं। इस प्रकार के बैंक सामान्य जनता के साथ व्यवहार नहीं करते हैं। ये प्रमुखतः सरकारी बैंकर के रूप में कार्य करते हैं। ये सभी बैंकों के जमा खातों का रिकार्ड रखते हैं और आवश्यकता पड़ने पर इन बैंकों को धन प्रदान करते हैं। केन्द्रीय बैंक अन्य बैंकों को निर्देशन प्रदान करता है तथा जब कभी उनकी कोई समस्या होती है, तो उसका समाधान भी निकालता है। अतः इसे बैंकर्स बैंक भी कहते हैं। भारतीय रिजर्व बैंक हमारे देश का केन्द्रीय बैंक है।

चित्र : भारतीय रिजर्व बैंक का चिन्ह

केन्द्रीय बैंक सरकारी आय और खर्च का, जो विभिन्न मदों में होते हैं, रिकार्ड भी रखता है। यह सरकार को मौद्रिक एवं साख नीतियों पर परामर्श देता है तथा बैंक जमा राशि और दिए

जाने वाले ऋण की ब्याज दरें भी निर्धारित करता है। इसके अतिरिक्त केंद्रीय बैंक का एक और महत्वपूर्ण कार्य है, पत्र-मुद्रा (करेंसी नोटस) का निर्गमन, देश में उनके चलन के नियमन के लिए विभिन्न विधियों का प्रयोग करता है। केन्द्रीय बैंक के अतिरिक्त अन्य कोई बैंक देश में मुद्रा निर्गमन का कार्य नहीं कर सकता है।

ख) वाणिज्यिक बैंक (कमर्शियल बैक)

वाणिज्यिक बैंक एक ऐसा बैंकिंग संस्थान है, जो जनता से जमा-धन स्वीकार करता है तथा अपने ग्राहकों को अल्प अवधि के ऋण एवं अग्रिम प्रदान करता है। अल्प अवधि के ऋण प्रदान करने के साथ वाणिज्यिक बैंक, व्यावसायिक उपक्रमों को मध्यम-अवधि तथा दीर्घ-अवधि के ऋण भी प्रदान करते हैं। आजकल कुछ वाणिज्यिक बैंक व्यक्तियों को दीर्घकालिक गृह-ऋण भी देने लगे हैं। वाणिज्यिक बैंकों के और भी बहुत से कार्य है, जिनकी चर्चा इस पाठ में बाद में की गई है।

वाणिज्यिक बैंकों के प्रकार : वाणिज्यिक बैंकों के तीन प्रकार हैं - सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक; निजी क्षेत्र के बैंक; और विदेशी बैंक।

i) सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक : ये ऐसे बैंक हैं, जिनमें अधिकांश साझा (स्टेक) भारत सरकार अथवा भारतीय रिजर्व बैंक का होता है। सार्वजनिक बैंक के उदाहरण हैं- स्टेट बैंक ऑफ इंडिया, कारपोरेशन बैंक, बैंक ऑफ बड़ौदा, देना बैंक आदि।

चित्र : सार्वजनिक बैंक के चिन्ह

ii) निजी क्षेत्र के बैक : निजी क्षेत्र के बैंकों में अंश पूंजी का अधिकांश भाग निजी व्यक्तियों द्वारा अभिदत्त (Subscribe) किया जाता है। ये बैंक सीमित दायित्व वाली कम्पनियों के रूप में पंजीकृत होते हैं। उदाहरण के लिए - 'बैंक ऑफ राजस्थान लि.', 'डेवलेपमेंट क्रेडिट बैंक लि.', 'लार्ड कृष्णा बैंक लि.', 'भारत ओवरसीज बैंक लि.' आदि।

चित्र - निजी क्षेत्र के बैंक

iii) विदेशी बैक : ये बैंक पंजीकृत होते हैं और इनका मुख्यालय विदेश में होता है, किन्तु हमारे देश में इनकी शाखाएं कार्य करती हैं। हमारे देश में कार्यरत ऐसे कुछ बैंकों के नाम है : ‘हांगकांग बैंक तथा शंघाई बैंकिंग कारपोरेश (HSBC)’ ‘सिटी बैंक’, ‘अमरीकन एक्सप्रेस बैंक’, ‘स्टैंडर्ड एंड चाटर्ड बैंक’, ‘ग्रिंडले बैंक’ आदि। 1991 में वित्तीय क्षेत्र के उपरान्त हमारे देश में कार्यरत विदेशी बैंकों की संख्या में वृद्धि हुई है।

चित्र : विदेशी बैंक

ग) विकास बैक

मशीनों तथा उपकरणों का क्रय करने, आधुनिकतम तकनीक का प्रयोग करने अथवा विस्तार और आधुनिकीकरण के लिए व्यवसाय में प्रायः मध्यम से दीर्घ अवधि तक के लिए पूँजी की

आवश्यकता होती है। इस प्रकार की वित्तीय सहायता विकास बैंक प्रदान करते हैं। वे विकास के लिए अन्य उपायों को भी अपनाते हैं जैसे कम्पनियों द्वारा निर्गमित अंशो तथा ऋणपत्रों में अंशदान करना, भारतीय औद्योगिक वित्तीय निगम (IFCI) और राज्य वित्तीय निगम (SBCs) भारत में विकास बैंक के उदाहरण हैं।

चित्र : विकास बैंक

घ) सहकारी बैंक

सहकारी बैंक एक ऐसी वित्तीय इकाई है जो अपने सदस्यों से संबंधित है जो अपने बैंक के स्वामी होने के साथ-साथ उसके ग्राहक भी हैं। सहकारी बैंक सामान्यतः उन व्यक्तियों द्वारा स्थापित किए जाते है जो एक ही क्षेत्र में रहते हैं अथवा एक ही पेशेवर वर्ग से संबंधित है अथवा समान हित रखते हैं। सहकारी बैंक सामान्यतः अपने सदस्यों को बैंकिगं तथा वित्तीय सेवाओं की एक बड़ी श्रृंखला उपलब्ध कराते हैं।

जो लोग अपने आपसी हितों को संयुक्त रूप से पूरा करना चाहते हैं वे प्रायः सहकारी समिति कानून के अंतर्गत एक सहकारी का गठन कर लेते हैं। जब एक सहकारी समिति बैंकिंग व्यवसाय करने लगती है तो उसे सहकारी बैंक कहते हैं। ऐसी समिति को व्यवसाय शुरू करने से पहले भारतीय रिजर्व बैंक से एक लाइसेंस लेना होता है। किसी भी सहकारी बैंक को समिति के रूप में कार्य करने के लिए जिले अथवा राज्य के सहकारी समिति पंजीयक (रजिस्ट्रार) की पूर्ण निगरानी में कार्य करना होता है। बैंकिंग व्यवसाय करने के लिए समिति को भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा बनाए तथा निर्गमित किए जाने वाले नियमों तथा निदेशों का अनुपालन करना होता है।

सहकारी बैंकों के प्रकार

हमारे देश में तीन प्रकार के सहकारी बैंक कार्यरत हैं। ये हैं, प्राथमिक साख समितियां, राज्य सहकारी बैंक तथा केन्द्रीय सहकारी बैंक। ये बैंक तीन स्तरों पर गठित होते हैं- ग्राम अथवा नगर स्तर पर, जिला स्तर पर तथा राज्य स्तर पर।

i) प्राथमिक साख समितियां : ये समितियां ग्राम अथवा नगर के स्तर पर गठित की जाती है। इनके सदस्य ऋण लेने वाले तथा गैर-ऋण लेने वाले, दोनों ही प्रकार के होते हैं, जो एक ही क्षेत्र में रहने वाले होते हैं। प्रत्येक समिति का कार्यकलाप वहीं तक ही सीमित रहता है, जिससे सदस्य एक दूसरे की जानकारी भी प्राप्त कर सकें तथा सभी सदस्यों के कार्यों की निगरानी करके धोखाधड़ी को रोक सकें।

ii) केन्द्रीय सहकारी बैंक : ये बैंक जिला स्तर पर कार्य करते हैं। उसी जिले में कार्यरत श्रमिक साख समितियां इन बैंकों की सदस्य होती हैं। ये बैंक अपने सदस्यों (अर्थात् प्राथमिक साख समितियां) को ऋण प्रदान करते हैं और प्राथमिक साख समितियों तथा राज्य सहकारी बैंकों के बीच एक कड़ी का कार्य करते हैं।

iii) राज्य सहकारी बैंक : ये शीर्ष (उच्चतम स्तर) सहकारी बैंक हैं जो देश के सभी राज्यों में स्थापित हैं। वे धन का संग्रह करते हैं तथा उसको सभी उचित विधियों द्वारा

विभिन्न क्षेत्रों में वितरित करने में सहायक होते हैं। राज्य सहकारी बैंक से धन केन्द्रीय सहकारी बैंकों तथा प्राथमिक सहकारी समितियों के माध्यम से ऋण लेने वालों तक पहुंचता है।

ङ) विशिष्ट बैंक

कुछ ऐसे बैंक भी हैं, जिनका कार्य विशिष्ट कार्य क्षेत्र में स्थापित किए जाने वाले व्यवसाय की समस्त आवश्यकताओं को पूरा करना हैं। एक्जिम बैंक, सिडबी और नाबार्ड ऐसे बैंकों के कुछ उदाहरण है। वे किसी विशिष्ट कार्य क्षेत्र में अपने को लगाते हैं और इस प्रकार विशिष्ट बैंक कहलाते हैं। आइए इन बैंकों के विषय में और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

i) भारत का आयात-निर्यात बैंक (एक्जिम बैंक) : यदि आप अपने देश से विदेशों में निर्यात करने अथवा विदेशों से आयात करने के लिए कोई व्यवसाय स्थापित करना चाहते हैं तो आयात-निर्यात बैंक आपको आवश्यक जानकारी तथा सहायता प्रदान कर सकता है। यह बैंक निर्यातकों तथा आयतकों को ऋण देता है तथा अंतर्राष्ट्रीय बाजारों के विषयों में सूचना प्रदान करता है। यह निर्यात अथवा आयात के अवसरों, इनमें निहित जोखिमों तथा प्रतियोगिता आदि संबंधी जानकारी भी देता है।

चित्र : भारत का आयात-निर्यात बैंक (एक्जिम बैंक)

ii) भारतीय लघु उद्योग विकास बैंक (सिडबी) : यदि आप एक व्यवसाय अथवा उद्योग की लघु लकाई स्थापित करना चाहते हैं तो सिडबी आसान शर्तो पर ऋण दे सकता है। लघु औद्योगिक इकाइयों का आधुनिकीकरण करने, नवीन तकनीक का प्रयोग करने तथा विपणन संबंधी कार्यों के लिए भी यह वित्तीय सहायता प्रदान करता है। सिडबी का उद्देश्य लघु उद्योगों का प्रसार करना, उनकी वित्तीय आवश्यकताओं को पूरा करना तथा उनका विकास करना है।

चित्र : भारत के लघु उद्योग विकास बैंक (सिडबी)

iii) कृषि एवं ग्रामीण विकास के लिए राष्ट्रीयकृत बैंक (नाबार्ड) : कृषि तथा ग्रामीण क्षेत्रों को वित्तीय सहायता देने वाला यह एक केन्द्रीय अथवा शीर्ष संस्थान है। यदि कोई व्यक्ति कृषि कार्यों अथवा अन्य कार्यों जैसे हथकरघा द्वारा बुनाई, मत्स्य पालन आदि में लगा हुआ है, तो नाबार्ड उसे अल्प अवधि तथा दीर्घ अवधि दोनों प्रकार की साख प्रदान कर सकता है। यह वित्तीय सहायता विशिष्ट रूप से सहकारी साख कृषि, लघु उद्योगों, कुटीर एवं ग्रामीण उद्योगों, हस्त शिल्प तथा संबंधित आर्थिक कार्यों के लिए ग्रामीण क्षेत्रों में प्रदान करता है।

पाठगत प्रश्न 9.2

निम्नलिखित कथनों में बैंकों के प्रकार को पहचानिए :

i. कम अंशदान होने की स्थिति में एक कंपनी के अंशों तथा ऋणपत्रें में अंशदान करने वाला बैंक।

ii. विदेशों में उत्पाद का निर्यात करने के लिए सहायता एवं जानकारी प्रदान करने वाला बैंक।

iii. व्यक्तियों के समूह द्वारा आपसी हितों को पूरा करने के लिए गठित बैंक।

iv. बैंक, जो करेंसी नोटों का निर्गमन करता है।

v. एक वाणिज्यिक बैंक, जिसमें सरकार का अधिक साझा होता है।

9.4 वाणिज्यिक बैंकों के कार्य

वाणिज्यिक बैंकों के कार्यों को मुख्य रूप से दो वर्गों में बाँटा जा सकता है :

i. प्राथमिक कार्य, और

ii. द्वितीयक कार्य

आइए, इनके बारे में विस्तार से जानकारी प्राप्त करें।

I. प्राथमिक कार्य

यह मुख्य कार्य हैं जो प्रत्येक बैंक को अनिवार्य रूप से करने पड़ते हैं अथवा हम कह सकते हैं कि जो संगठन इन कार्यों को करते हैं उन्हें बैंक कहते हैं।

एक वाणिज्यिक बैंक के प्राथमिक कार्यों में शामिल हैं :

i. जमा राशि स्वीकार करना, और

ii. ऋण तथा अग्रिम प्रदान करना।

i) जमा राशि स्वीकार करना : एक वाणिज्यिक बैंक का सर्वाधिक महत्वपूर्ण कार्य है, जनता से जमा राशि एकत्रित करना। जिन लोगों की आय तथा बचत अधिक है उनके लिए इन धन को बैंक में जमा करना आसान होता है। जमा की प्रकृति के अनुसार जमा की गई राशि पर ब्याज भी मिलता है। इस प्रकार बैंक के पास जमा राशि अर्जित ब्याज की रकम के साथ बढ़ती जाती है। ब्याज की दर ऊंची होने पर, जनता को बैंक में अधिक राशि जमा करने की प्रेरणा मिलती है। बैंक के पास जमा राशि सुरक्षित भी रहती है।

ii) ऋण तथा अग्रिम प्रदान करना : एक वाणिज्यिक बैंक का दूसरा महत्वपूर्ण कार्य है ऋण देना तथा अग्रिम प्रदान करना। ये ऋण तथा अग्रिम जनता तथा व्यवसाय संगठन को दिए जाते हैं, जिनकी ब्याज की दर, विभिन्न जमा राशि खातों पर दी जाने वाली ब्याज की दर से ऊंची होती है। ऋण तथा अग्रिम पर ली जाने वाली ब्याज की दर, ऋण के उद्देश्य तथा अवधि और ऋण भुगतान की विधि पर निर्भर करती है, अतः यह भिन्न-भिन्न होती है।

अ) ऋण : ऋण एक निश्चित अवधि के लिए दिया जाता है। सामान्यतः व्यापारिक बैंक अल्प अवधीय ऋण ही देते हैं। किन्तु अवधि ऋण (Term Loan) अर्थात् एक वर्ष से अधिक के लिए भी ऋण दिए जा सकते हैं। ऋणी को ऋण की सम्पूर्ण रकम एक मुश्त में भी दी जा सकती है और किश्तों में भी। ऋण साधारणतया कुछ परिसम्पत्तियों की

जमानत के आधार पर ही दिए जाते है। सामान्यतः ऋण का भुगतान किश्तों में होता है। किन्तु यह एक मुश्त रकम में भी भुगतान किया जा सकता है।

ब) अग्रिम : अग्रिम एक साख-सुविधा है, जो बैंक अपने ग्राहक को प्रदान करते हैं। यह सुविधा ऋण से इस अर्थ में भिन्न होती है कि ऋण लंबी अवधि के लिए दिए जा सकते हैं, जबकि अग्रिम अल्प अवधीय होते हैं। फिर, अग्रिम देने का उद्देश्य होता है - व्यवसाय की दिन-प्रतिदिन की आवश्यकताओं को पूरा करना। अग्रिम पर लिया जाने वाला ब्याज विभिन्न बैंकों में भिन्न-भिन्न होता है। ब्याज, ली गई राशि पर लगाया जाता है, स्वीकृत राशि पर नहीं।

अग्रिम के प्रकार : नकद साख, अधिविकर्ष तथा बिलों के भुनाने के माध्यम से बैंक अल्प अवधि की वित्तीय सहायता प्रदान करता है।

(क) नकद साख (कैश क्रेडिट) : यह एक सुविधा है, जिसमें बैंक ग्राहक को एक निर्धारित राशि निकालने की स्वीकृति देता है। यह निर्धारित राशि ग्राहक के खाते में जमा कर दी जाती है। ग्राहक इस राशि को आवश्यकता के अनुसार खाते से निकाल सकता है। निकली गई वास्तविक राशि पर ब्याज लगाया जाता है। ग्राहक के साथ तय हुई शर्तो व निबंधन के अनुसार नकद साख प्रदान की जाती है।

(ख) अधिविकर्ष : अधिविकर्ष भी बैंक द्वारा प्रदान की जाने वाली साख सुविधा है। एक ग्राहक को, जिसका बैंक में चालू खाता होता है, खाते में जमा राशि से अधिक रकम निकालने का अधिकार मिल जाता है। यह एक थोड़े समय की सुविधा होती है। अधिविकर्ष की सुविधा में एक निर्धारित राशि-सीमा तय कर दी जाती है, जो परि सम्पत्ति की जमानत पर अथवा व्यक्तिगत जमानत पर अथवा दोनों ही पर प्रदान की जाती है।

(ग) बिल भुनाना : बैंक अल्प अवधीय वित्तीय सुविधा बिलों के भुनाने के माध्यम से भी प्रदान करता है। अर्थात् बिल के परिपक्व होने से पूर्व ही बिल की राशि का भुगतान कर देता है। इस राशि से वह निश्चित दर से बट्टा काट लेता है। पार्टी को बिल भुगतान तिथि तक राशि के लिए रूकना नहीं पड़ता है। जब कभी कोई बिल देय तिथि पर अनादरित हो जाता है, तो बैंक ग्राहक से बिल की रकम वसूल कर सकता है।

II. द्वितीयक कार्य

जमा राशि स्वीकार करने तथा ऋण प्रदान करने, के प्राथमिक कार्यों के अलावा बैंक बहुत से अन्य कार्य भी करता है, जिन्हें द्वितीयक कार्य कहा जाता है। ये कार्य निम्नलिखित हैं:

i. साख पत्र, तथा ट्रेवलर्स चैंक आदि निर्गमित करना।

ii. जेवरात, महत्वपूर्ण दस्तावेज तथा प्रतिभूतियों को सेफ डिपाजिट खाने अथवा लॉकर्स के माध्यम से सुरक्षा प्रदान करना।

iii. ग्राहकों को विदेशी मुद्रा की सुविधा देना।

iv. एक खाते से दूसरे खाते में तथा बैंक की एक शाखा से दूसरी शाखा को चैक, पे-आर्डर, डिमांड-ड्राफ्ट के माध्यम द्वारा रुपया हस्तांतरण करना।

v. किसी मशीन, मोटरगाड़ी या वस्तुओं के उधार क्रय पर अपने ग्राहकों की ओर से गारंटी प्रदान करता है।

पाठगत प्रश्न 9.3

निम्नलिखित में से सही और गलत कथन छांटिए तथा सही के सामन 'सही' तथा गलत के सामने 'गलत' अक्षर लिखिए।

i. ऋण तथा अग्रिम भुगतान दोनों बैंकों द्वारा अपने ग्राहकों को दीर्घ अवधि के लिए प्रदान किए जाते हैं।

ii. बैंक हमारे जेवर तथा महत्वपूर्ण दस्तावेज अपने पास सुरक्षित रखते हैं।

iii. बैंक विद्यार्थियों के अध्ययन के लिए उचित ब्याज दर पर ऋण देते हैं।

iv. बैंकों द्वारा बिलों को मुफ्त भुनाया जाता है।

v. अधिविकर्ष के माध्यम से एक ग्राहक अपने खाते में जमा राशि से अधिक राशि निकाल सकता है।

9.5 केन्द्रीय बैंक

भारतीय रिजर्व बैंक की स्थापना 1 अप्रैल 1935 को पहले से ही स्थापित भारतीय रिजर्व बैंक 1934 में संशोधित करके की गई थी। भारतीय रिजर्व बैंक का केन्द्रीय कार्यालय प्रारम्भ में कलकत्ता में स्थापित किया गया। परन्तु बाद में 1937 में इसे बम्बई स्थानान्तरित कर दिया गया। केन्द्रीय कार्यालय वह कार्यालय है जहां नीतियों बनाई जाती है और गर्वनर बैठते हैं। यद्यपि पहले यह प्राइवेट अधिग्रहण में था। परन्तु राष्ट्रीयकृत होने पर 1949 में भारत सरकार ने इसे अपने अधिकार में ले लिया था। इसका मुख्य कार्य बैंकों को दिशा निर्देश जारी करना, समय-समय पर स्थानीय व सहकारिता बैंकों को सहायता करना तथा केन्द्रीय बोर्ड द्वारा जारी आदेशों का पालन करना है।

9.6 बैंक जमा खाता

आप यह पढ़ चुके हैं कि बैंकों के मुख्य कार्य जन साधारण से जमा राशि स्वीकार करके उसे व्यवसायिओं तथा अन्य जिन्हें ऋण की आवश्यकता है, को उधार देना है। वास्तव में जो धन बैंकों में जमा किया जाता है वह अधिकतर व्यक्तियों का बचाया गया धन होता है। जैसा आप जानते हैं कि यदि कोई धन कमाता है तथा जिनकी नियमित आमदनी है वह न केवल इसे दिन प्रतिदिन के व्ययों में खर्च करता है वरन् वह अपनी भविष्य की आवश्यकताओं के

लिए इसका थोड़ा भाग बचाने का प्रयत्न करता है। धन, भविष्य में विभिन्न मदों जैसे बीमार होने की स्थिति में दवाईयों के लिए, शादी के व्ययों के लिए अथवा बच्चों की पढ़ाई के लिए अथवा धार्मिक उत्सवों इत्यादि के लिए, बचाया जाता है। बचाये गये धन को घर में रखा जा सकता है। परन्तु घर में रखने से क्या यह सुरक्षित रहेगा? इसकी चोरी हो सकती है। इसके अतिरिक्त बचाया धन घर में किसी आमदनी के बगैर बेकार पपढ़ा रहेगा। इसीलिए व्यक्ति अपनी बचत को ऐसे स्थान पर रखते हैं जहां वह सुरक्षित रहे तथा उससे कुछ कमाई कर सके। बैंक ऐसे स्थान हैं जहां धन एक बार जमा करने से सुरक्षित रहता है तथा उसे ब्याज भी मिलता है। इस पाठ में हम जमा खाते जो हम बैंकों में खोल सकते हैं के प्रकारों के विषय में पढ़ेंगे तथा चर्चा करेंगे कि एक बचत खाता कैसे खोला जाता है तथा परिचालित किया जाता है।

9.7 बैंक जमा खातों के प्रकार

बैंक जमा विभिन्न व्यक्तियों के लिए विभिन्न उद्देश्यों की पूर्ति करते हैं। कुछ व्यक्ति नियमित रूप से नहीं बचा सकते हैं। वे बैंक में धन तभी जमा कराते हैं जब उनकी अतिरिक्त आमदनी होती है। तब जमा का उद्देश्य धन को भविष्य के लिए सुरक्षित रखना है। कुछ व्यक्ति बैंक में धन को लम्बे समय के लिए जमा करना चाहते हैं ताकि वे ब्याज कमा सकें अथवा अपनी बचत को ब्याज सहित फ्लेट खरीदने के लिए या वृद्धावस्था के हस्पताल के व्यय चुकाने के लिए संचित करते हैं। इन अंतरों को ध्यान में रखते हुए बैंक विभिन्न प्रकार की जमा खाते खोलने की सुविधा प्रदान करते है। जो लोगों के विभिन्न उद्देश्यों एवं सुविधाओं के अनुकूल होते हैं।

उद्देश्यों की पूर्ति के आधार पर बैंक जमा खातों को निम्न भागों में वर्गीकृत किया जा सकता है :

i. बचत बैंक खाता

ii. चालू जमा खाता

iii. सावधी जमा खाता

iv. आवर्ती जमा खाता।

आइये उपरोक्त खातों की प्रकृति के विषय में संक्षिप्त रूप से जानें।

i) बचत बैंक खाता : यदि किसी व्यक्ति की आमदनी सीमित है तथा वह भविष्य की आवश्यकताओं के लिए धन बचाना चाहता है तो इस उद्देश्य के लिए बचत बैंक खाता सबसे अधिक उपयुक्त है। इस खाते को प्रारम्भिक न्यूनतम जमा राशि (जो विभिन्न बैंकों में विभिन्न हैं) जमा करके खोला जा सकता है। इस खाते में धन किसी समय भी जमा कराया जा सकता है। इसमें से धन या तो रुपया निकालने वाले फार्म अथवा चैक जारी करके अथवा ए.टी.एम. कार्ड द्वारा निकाला जा सकता है। साधारणतया बैंक इस खाते से धन निकालने की संख्या पर प्रतिबंध लगाते है। ब्याज इस खाते में जमा की गई राशि के शेष पर दिया जाता है। बचत बैंक खाते पर ब्याज की दर विभिन्न बैंक में विभिन्न होती है तथा यह समय-समय पर बदलती रहती

है। इस खाते में बैंक द्वारा निर्धारित न्यूनतम शेष रखना पड़ता है।

ii) चालू जमा खाता : बड़े व्यवसायियों, कंपनी तथा स्कूल, कॉलेज तथा अस्पताल जैसी संस्थानों को भुगतान बैंक खाते के माध्यम से करना होता है। चूंकि बचत बैंक खाते से धन निकालने की संख्या पर प्रतिबंध होता है इसलिए यह खाता उनके लिए उपयुक्त नहीं है। इसीलिए एक ऐसे खाते की आवश्यकता है जिससे वे कितनी बार ही धन निकाल सकें। इनके लिए बैंक चालू खाता खोलते हैं। बचत बैंक खाते की तरह इस खाते में भी खाता खोलते समय एक निश्चित न्यूनतम राशि की आवश्यकता होती है। इस जमा खाते में बैंक शेष राशि पर कोई ब्याज नहीं देता है। अपितू खातेधारी को प्रतिवर्ष एक निश्चित राशि परिचालन व्यय के रूप में देनी होती है। खाता धारकों की सुविधा के लिए, बैंक जमा शेष से अधिक राशि निकालने की अनुमति देते हैं। इस सुविधा को अधिविकर्ष सुविधा कहते हैं। यह सुविधा कुछ विशिष्ट ग्राहकों को बैंकों से पहले ही करार करने पर निश्चित "सीमा राशि" के लिए दी जाती है।

iii) सावधी जमा खाता : (आवधिक खाता भी कहलाता है) बहुत बार व्यक्ति लम्बे समय के लिए धन बचाते हैं यदि धन को बचत बैंक खाते में जमा कराये जाये तो बैंक कम दर पर ब्याज देते हैं। इसीलिए धन को सावधि जमा खाते में जमा कराया जाता है।

इस प्रकार के जमा खाते में राशि एक निश्चित समय के लिए जमा कराई जाती है। यह अन्तराल 15 दिन से तीन वर्ष अथवा अधिक हो सकता है तथा इस दौरान राशि निकालने की अनुमति नहीं होती। हाँ जमाकर्ता की प्रार्थना पर वह परिपक्वता से पहले राशि प्राप्त कर सकता है। इस स्थिति में बैंक मिलने वाली ब्याज की दर से कम ब्याज देते हैं। सावधि जमा खाते के ब्याज की राशि को निश्चित समय अन्तराल में निकाला जा सकता है। अवधि की समाप्ति पर जमा राशि निकाली जा सकती है अथवा इसका निश्चित अवधि के लिए नवीनीकरण कराया जा सकता है। बैंक सावधि जमा की रसीद की जमानत पर ऋण देते हैं।

iv) आवर्ती जमा खाता : इस प्रकार का खाता उनके लिए उपयुक्त है जो नियमित रूप से बचत करते हैं तथा एक निश्चित समय के लिए राशि जमा करके अच्छी ब्याज कमाने की आशा करते हैं। इस खाते को खोलते समय किसी व्यक्ति को एक निश्चित राशि प्रत्येक माह एक निश्चित अवधि के लिए जमा करने का समझौता करना पड़ता है। अवधि के पूरा होने पर समस्त जमा की गई राशि कमाये गये ब्याज सहित देय होती है। जमा कर्ता को निश्चित अवधि के समाप्त होने से पहले खाता बंद करने की अनुमति है तथा वह उस समय तक की जमा की गई राशि तथा ब्याज की राशि प्राप्त कर सकता है। खाते को व्यक्तिगत अथवा संयुक्त रूप से अथवा अव्यस्क की स्थिति में अभिभावक द्वारा खोला जा सकता है। इस खाते में जमा की गई राशि पर बचत बैंक खाते से अधिक परन्तु सावधि खाते पर उसी अवधि के लिए दिये जाने वाले ब्याज से कम ब्याज मिलता है।

पाठगत प्रश्न 9.4

I. निम्न में से कौन से कथन सही है तथा कौन से गलत है :

i. बचत बैंक खाते में जमा की गई राशि वर्तमान तथा भविष्य की आवश्कताओं को पूरा करने के लिए प्रयोग की जाती है।

ii. एक सावधि जमा खाते में प्रत्येक माह एक निश्चित राशि जमा करनी पड़ती है।

iii. आवर्ती जमा खाते में जमा राशि पर ब्याज दर बचत बैंक खाते की अपेक्षा अधिक होती है।

iv. चालू जमा खाता केवल व्यवसायियों द्वारा खोला जा सकता है न कि शिक्षा संस्थानों द्वारा।

v. गृह निर्माण बचत जमा खाता आवर्ती जमा खाते का एक प्रकार है।

vi. सावधि जमा पर दिया जाने वाला ब्याज उस आवधि की लम्बाई पर निर्भर होता है जिसके लिए राशि जमा कराई गयी है।

vii. बचत बैंक खाते में से राशि को केवल खाताधारी ही निकाल सकता है।

viii. बैंक चालू जमा खाते के शेष पर ब्याज नहीं देते।

II. उपयुक्त शब्दों से रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. बचत बैंक खाते को ——- जमा राशि से खोला जा सकता है।

ii. एक सावधि जमा खाते में बचत बैंक खाते की अपेक्षा ———- ब्याज मिलता है।

iii. अधिविकर्ष की सुविधा ——- जमा खाता धारक को मिलती है।

iv. चालू खाते से धन ———- द्वारा निकाला जा सकता है।

v. आवर्ती जमा खाते के शेष पर सावधि जमा खाते की अपेक्षा —— ब्याज मिलता है।

9.8 बचत बैंक खाता कैसे खोला जाता है

किसी वाणिज्यिक बैंक में बचत खाता खोलने के लिए आपको सर्वप्रथम यह तय करना होता है कि आप प्रारम्भ में कितनी धान राशि जमा करना चाहेंगे। अपने नजदीकी बैंक से पूछताछ कर सकते हैं तथा मालूम कर सकते हैं कि बचत बैंक जमा खाते को खोलने के लिए न्यूनतम राशि क्या है। आपको उतनी या यदि आप चाहते हैं तो उससे अधिक राशि जमा करनी होगी। अन्य किसी बैंक (अथवा बैंक की किसी शाखा) में घुसने पर आपको एक पूछताछ खिड़की (अथवा एक खिड़की जिस पर 'मैं आपकी सहायता कर सकता हूं' का बोर्ड लगा है) दिखाई देगी जहां आप यह पूछताछ कर सकते हैं। जमा की न्यूनतम राशि जानने के पश्चात आपको बचत बैंक खाता खोलने के लिए आवेदन पत्र मांगना चाहिए। आपको इसके लिए कोई भुगतान नहीं करना पड़ता। तब आपको निम्न कदम उठाने चाहिए।

i) आवेदन पत्र भरना : आवेदन पत्र में दिये गये रिक्त स्थानों को आवश्यक निम्न सूचना से भरना :

i. आवेदक का नाम

ii. उसका पेशा

iii. आवासीय पता

iv. आवेदक के नमूने के हस्ताक्षर

v. आवेदक के परिचय देने वाले व्यक्ति का नाम, पता, खाता संख्या एवं हस्ताक्षर।

उपरोक्त सूचना के अलावा आपको एक वचन देना होगा कि बैंक के प्रचलित नियमों एवं शर्तों का पालन करेंगे। आवेदन पत्र के अंत में आपको अपने हस्ताक्षर करने होंगे। (कुछ बैंकों में आवेदनकर्ता को पासपोर्ट आकार के दो फोटो आवेदन पत्र के साथ लगाने होते हैं)।

ii) परिचय : प्रत्येक बैंक की आवश्यकता है कि एक ऐसा व्यक्ति आवेदक का परिचय दे जिसे बैंक जानता हो। यह सुविधाजनक है कि वह व्यक्ति परिचय दे जिसका खाता पहले से ही बैंक में हो। कुछ बैंक आवेदक का पासपोर्ट अथवा ड्राईविंग लाइसेंस की अनुप्रमाणित नकल स्वीकार कर लेते हैं। इस स्थिति में, व्यक्तिगत परिचय देना आवश्यक नहीं है। परिचय की आवश्यकता इसलिए होती है ताकि संदिग्ध व्यक्ति द्वारा खाता खोलने को रोका जा सके।

iii) नमूने के हस्ताक्षर : प्रार्थी को प्रार्थना फार्म पर अपने नमूने के हस्ताक्षर करने होते है। इसके लिए कार्ड पर भी उसे अपने नमूने के हस्ताक्षर करने होते हैं। इस कार्ड पर उसका नाम तथा खाता नम्बर लिखा जाता है। साथ ही उसका फोटो भी चिपकाया जाता है।

उपरोक्त कदमों को लेने के पश्चात तथा आवेदन पत्र में दिये गये सूचना से सम्बन्धित अधिकारी की संतुष्टि के बाद नकदी खिड़की पर जमा पर्ची भरकर धन राशि जमा की जाती है। इसके पश्चात एक खाता संख्या दी जाती है जिसे आपके आवेदन पत्र तथा नमूने हस्ताक्षर कार्ड पर लिख दिया जाता है। उसी समय आपको एक पास-बुक जिस में आप द्वारा जमा कराई गई प्रारम्भिक जमा राशि लिख दी जाती है। आगे जमा राशि तथा निकाली राशि भी इसमें लिखी जाती है तथा यह आपके पास रहती है। यदि आप अपनी जमा राशि में से कुछ राशि निकालना अथवा राशि का भुगतान चैक द्वारा करना चाहते हैं तो आपको प्रार्थना पर एक चैक बुक दे दी जाती है। चैक पत्र एक छपा पत्र है जिसमें आप बैंक को एक निश्चित राशि किसी व्यक्ति को भुगतान करने का आदेश कर सकते हैं।

9.9 बचत बैंक खाते का परिचालन

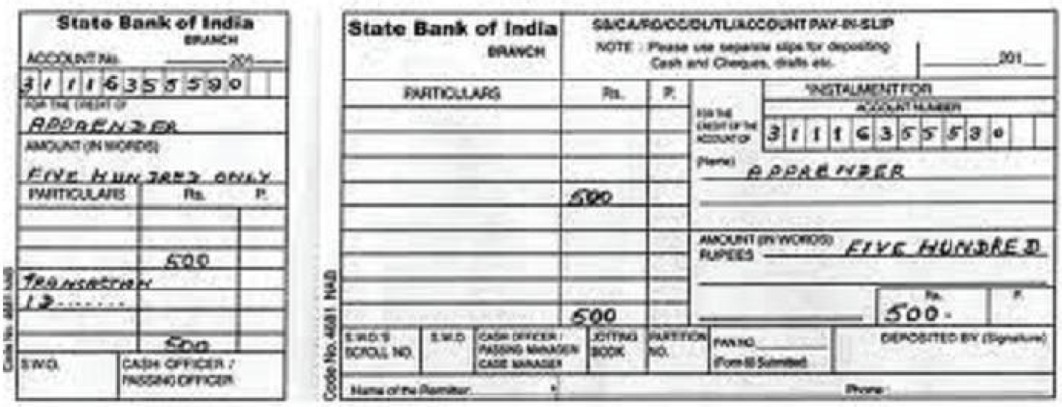
खाता खोलने के पश्चात आपको इस खाते के परिचालन के विषय में जानना चाहिए। दूसरे शब्दों में आपको खाते में अतिरिक्त राशि जमा करने तथा इस खाते से धन राशि निकालने की अपनाई जाने वाली प्रक्रिया मालूम होनी चाहिए।

i) खाते में धन राशि जमा करना

आप अपने खाते में किस प्रकार धन राशि जमा करेंगे? खाता खोलने समय प्रारम्भिक धन राशि जमा करने के लिए जमा पर्ची के प्रयोग को आप पहले से जानते हैं। यह एक छपा पत्र हैं जिसे आप बैंक से प्राप्त करते है।

प्रत्येक जमा पर्ची के दो भाग होते हैं जो छेदन द्वारा पर्णिकाओं में बटी होती है, दाहिने हाथ के भाग को पर्णिका (Foil) तथा बायें हाथ के भाग को प्रतिपार्णिका (Counter foil) कहते हैं। इस पर्ची को नकदी तथा चैक जमा करने पर भरा जाता है। नकदी तथा चैक जमा करने के लिए अलग-अलग जमा पर्चियां भरनी होती है।

मान लीजिए आपको अपने खाते में नकदी जमा करनी है तो आप को जमा पर्ची पर जमा की तिथि, अपना नाम, खाता संख्या तथा जमा राशि (शब्दों तथा अंकों दोनों में) लिखनी होगी। इसके अलावा जमा पर्ची पर निर्देशित स्थान पर कितने विभिन्न अंकित मूल्य के नोट (5, 10, 20, 50, 100 इत्यादि) जमा कराये जा रहे हैं एवं इन नोटों के प्रकार सामने राशि लिखनी होती है। बैंक में नकदी प्राप्ति के लिए अलग खिड़की (Counter) होती है। आपको पर्ची पर हस्ताक्षर करके नकदी के साथ उस खिड़की पर देनी होती है। प्राप्तकर्ता जमा पर्ची की पर्णिका (सीधे हाथ वाली) को रख लेता है जबकि बायें हाथ वाले भाग (प्रतिपर्णिका) पर रबड़ की स्टाम्प लगाकर अपने हस्ताक्षर करके आपको दे देता है।



चित्र : प्राप्तकर्ता जमा पर्ची

नकदी की बजाय, मान लीजिए, आपको चैक जमा करना है जिसे आपने अपने कार्यालय, जिसमे कार्यरत हैं, वेतन के भुगतान के रूप में प्राप्त किया है। आप दूसरे बैंक से रुपया लेने के बजाय आप इसे अपने बैंक खाते में जमा करना चाहेंगे। आपका बैंक चैक की राशि एकत्रित करेगा तथा आपके बचत बैंक खाते में जमा कर देगा।

चेक को जमा करने के लिए आपको दोबारा जमा पर्ची का प्रयोग करना होगा। जिसमे आपको जमा करने की तिथि, खाता संख्या, खाताधारी का नाम, चैक का क्रम संख्या तथा तिथि, जिस बैंक पर चैक लिखा गया उसका नाम तथा पता तथा चैक राशि दोनों अंकों व शब्दो में, आदि विवरण भरने होते हैं। पर्ची पर हस्ताक्षर करके, आपको चैक को पर्णिका के साथ लगाकर, चेक प्राप्ति खिड़की पर प्रस्तुत करना होगा। खिड़की पर बैठा व्यक्ति पर्णिका संग्लन चैक को साथ रख लेगा तथा प्रतिपर्णिका पर रबड़ स्टाम्प लगाकर तथा अपने हस्ताक्षर करके आपको वापिस कर देगा। कुछ बैंकों में खिड़की समीप एक बक्सा रखा होता है। जमाकर्ता को, ‘रबड़ स्टाम्प’ भी खिड़की पर उपलब्ध होती है। जमाकर्ता को रबड़ स्टाम्प को पर्णिका तथा

प्रतिपर्णिका पर लगानी होती है। इसके पश्चात् प्रतिपर्णिका को अलग करके चैक को पर्णिका सहित बॉक्स में डालना होता है।

ii) खाते से राशि निकालना

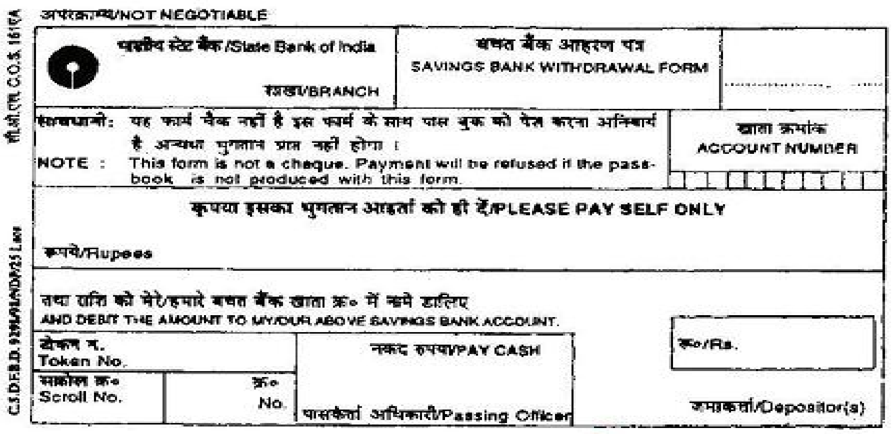
आप अपनी बचत को भविष्य के प्रयोग के लिए जमा करते हैं। धन की आवश्यकता किसी भी समय हो सकती है। इसीलिए आपको यह जानना चाहिए कि खाते से आप अपना रुपया कैसे वापिस ले सकते हैं। उपरोक्त अनुभाग में आप बचत बैंक खाते में धन राशि जमा करने की प्रक्रिया के विषय में पढ़ चुके हैं। आइये आपके खाते से धन राशि निकालने की प्रक्रिया के विषय में जाने। इनका प्रयोग कर रुपया निकाला जा सकता है।

a. रुपया निकालने वाले फार्म

b. चैक

c. ए.टी.एम. कार्ड

a) रुपया निकालने वाले फार्म (आहरण पत्र) : प्रत्येक बैंक में रुपया निकालने के लिए छपा फार्म होता है, जिसे आहरण पत्र कहते है। जिसे खाताधारी जमा खातों से रुपया निकालने के लिए प्रयोग कर सकता है। फार्म में रुपया निकालने की तिथि, खाता संख्या, निकालने वाली राशि (अंको तथा शब्दों में भरना होता है) तथा उस खाताधारी के हस्ताक्षर होते है। आपको इसे अपनी पास बुक सहित उस खिड़की पर देना होता है जहां से आपका खाता परिचालित हो रहा है। खिड़की पर संबंधित अधिकारी साधारणतया फार्म को खाते में शेष तथा रिकार्ड में नमूने के हस्ताक्षर से फार्म के हस्ताक्षर का मिलान करके भुगतान हेतु पास कर देता है। निकाली गई राशि को पास बुक में लिखा जाता है तथा खिड़की पर भुगतान कर दिया जाता है यदि राशि एक विशेष सीमा (कहिए Rs. 5000) के अंतर्गत है, अन्यथा एक टोकन जिसपर एक संख्या होती है दे दिया जाता है। इसे निकाली जाने वाली राशि प्राप्त करने के लिए नकदी भुगतान खिड़की पर प्रस्तुत किया जाता है।


NOT NEGOTIABLE
State Bank of India
BRANCH
SAVINGS BANK WITHDRAWAL FORM
NOTE : This form is not a cheque. Payment will be refused if the pass-book is not produced with this form.
ACCOUNT NUMBER
PLEASE PAY SELF ONLY
Rupees
AND DEBIT THE AMOUNT TO MY/OUR ABOVE SAVINGS BANK ACCOUNT.
Token No.
Scroll No.
No.
PAY CASH
Passing Officer
Rs.
Depositor(s)

आहरण पत्र फार्म

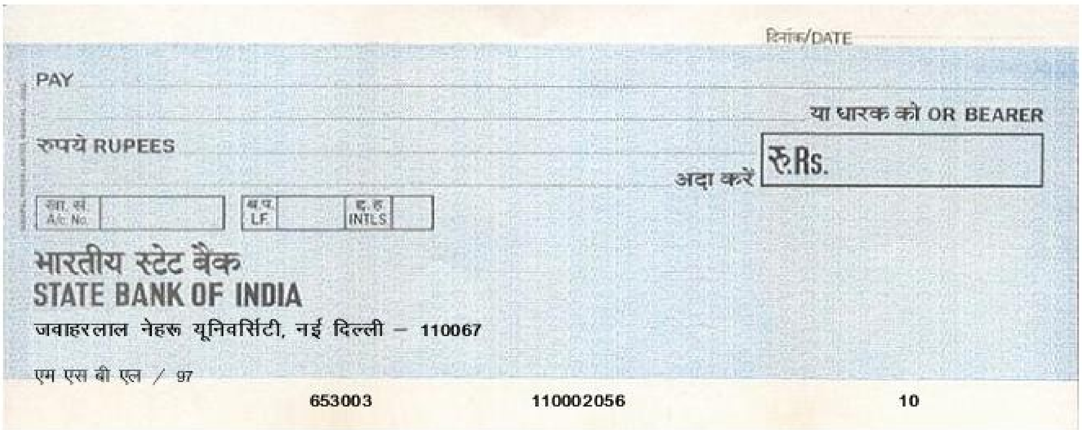
चित्र : आहरण पत्र फार्म

b) चैक : खाताधारी के रूप में आप अपने बचत बैंक खाते से या तो राशि निकालने वाले फार्म को भरकर तथा हस्ताक्षर करके या चैक जारी करके रुपया निकाल सकते हैं।

अन्य पक्षों के भुगतान हेतु चैक जारी किये जा सकते हैं। इस प्रकार दूसरे पक्ष (व्यक्ति) को दिये गये चैक की राशि उसके द्वारा बैंक से भी निकाली जा सकती है अथवा दूसरे बैंक से धन एकत्रित करने हेतु चैक जमा किया जाता है।

चैक द्वारा रुपया निकालने की प्रक्रिया वही है जो रुपया निकालने वाले फार्म को भरकर तथा हस्ताक्षर करके की जाती है। जिसे ऊपर समझाया गया है। दोनों स्थितियों

में निकाली गई राशि को बैंक को पुस्तकों में अपेक्षित बचत खाते में लिखा जाता है। शेष जमा पर ब्याज की राशि भी बैंक द्वारा खोले गए अलग-अलग खातों में दर्शाई जाती है। इन्हें जब कभी खाताधारी बैंक में पासबुक प्रस्तुत करता है, तो पासबुक में लिखा जाता है।



चैक का नमूना

चित्र : चैक का नमूना

c) ए.टी.एम. कार्ड : बैंक अपने जमा कर्त्ताओं को ए.टी.एम. कार्ड जारी करते हैं जिससे कि वह अपने खाते में से राशि सरलता से निकाल सकें। इस कार्ड का प्रयोग स्वचालित टैलर मशीन (ए.टी.एम.) के माध्य से बचत बैंक खाते एवं चालू खाते दोनों से रुपया निकालने के लिए किया जा सकता है। यह एक चुम्बकीय कार्ड होता है। इसके परिचालन के लिए एक गुप्त नम्बर का प्रयोग करना होता है। रुपया निकालने की यह सर्वाधिक सुविधाजनक पद्धति है।

- टैलर काउंटर: शीघ्र लेन देन के लिए बैंकों में टैलर पद्धति है। दो प्रकार के टैलर खिड़कियां होती है। (i) मानव संचालित (ii) स्वचालित टैलर काउंटर।

अधिकतर बैंक साधारणतया एक सीमा तक (जो Rs. 5,000 से Rs. 10,000 तक) व्यक्तियों द्वारा परिचालित टैलर काउंटर से बचत बैंक खाता से पैसा निकालने की छूट देते हैं। खिड़की पर प्रस्तुत चैक तथा रुपया निकालने वाले फार्म को खाते के शेष, खाताधारी के हस्ताक्षर तथा अन्य विवरणों का खिड़की पर बैठा व्यक्ति जांच करता है तथा वही व्यक्ति भुगतान करता है।

स्वचालित टैलर काउन्टर पर ए.टी.एम. स्थापित कर दी जाती हैं जिनके माध्यम से 24सौ घंटे नकद लेन देन हो सकता है। आपके खाते के शेष जांच करने, नमूने के हस्ताक्षर से मिलान करने तथा नकद भुगतान देने के लिए किसी व्यक्ति की नियुक्ति की आवश्यकता नहीं है। आइए सीखें कि एक ए.टी.एम. मशीन किस प्रकार कार्य करती है।

टैलर प्रणाली

चित्र : टैलर प्रणाली

जब बैंक एक ए.टी.एम. लगाता है तो वह प्रत्येक खातेदार को एक चुम्बकीय कार्ड

और गुप्त कोड नम्बर देता है। इस कोड नम्बर को व्यक्तिगत पहचान (PIN) कहते हैं। जब भी किसी कार्डधारी को रुपया निकालना होता है अथवा जमा कराना होता है तो वह सबसे पहले अपनी पहचान कराता है। इसके लिए वह अपने PIN को बताता है। ए.टी.एम. के परिचालन के लिए यह आवश्यक है। कार्ड जैसे ही मशीन में डालेंगे तो यह आपसे आपका PIN पूछेगी। PIN की प्रविष्टि के लिए आप या तो की-बोर्ड का प्रयोग या फिर मशीन के पर्दे को छुएंगे।

चित्र : विभिन्न प्रकार के ए.टी.एम.

एक बार आपकी पहचान हो जाए तो मशीन आपको पैसा निकालने अथवा जमा कराने के सम्बंध में दिशा निर्देश देगी। जमा कराने के लिए ए.टी.एम. केन्द्र से एक विशेष लिफाफा मिलेगा जिसमें आप राशि रख देंगे। जमा का बटन दबाने पर यह लिफाफा स्वमेव मशीन में चला जाएगा। बैंक अधिकारी ऐसे लिफाफों को नियमित अन्तराल पर निकाल लेते हैं तथा सम्बन्धित खातों के जमा में प्रविष्ठि कर देते हैं। इसी प्रकार से रुपया निकालने के लिए इसके बटन को दबाएंगे अथवा पर्दे को छूएंगे। तत्पश्चात जितनी राशि है वह

बताएंगे। पूरी राशि आपके लिए तुरन्त मशीन में से बाहर आ जाएगी।

पाठगत प्रश्न 9.5

I. निम्न में कौन से कथन सही हैं तथा कौन से गलत हैं :

i. बचत बैंक खाता खोलते समय जमा पर्ची का प्रयोग करना होता हैं।

ii. बचत बैंक खाते से चैक द्वारा रुपया निकालने के लिए खाताधारी रुपया निकालने वाले फार्म का प्रयोग नहीं कर सकता।

iii. एक बचत बैंक खाताधारी, बचत बैंक खाता खोलते समय, दूसरे व्यक्ति का परिचय नहीं दे सकता है।

iv. किसी खातेधारी को बैंक में जमा राशि तथा बैंक से निकाली राशि का एन्ट्री कराने के लिए बैंक पास-बुक प्रस्तुत करनी चाहिए।

v. बचत बैंक खाता खोलने के लिए आवेदन पत्र बैंक से बिना किसी भुगतान के उपलब्ध होता हैं।

vi. चैक द्वारा तीसरे पक्ष को भुगतान हेतु चैक पर पक्ष का नाम अवश्य लिखना होता हैं।

vii. चैक बुक केवल खाताधारी की प्रार्थना पर बैंक द्वारा दी जाती है।

viii. बचत बैंक खाता खोलने के तुरन्त पश्चात बैंक पास-बुक जारी कर देता है।

II. उपयुक्त शब्दों से रिक्त स्थान भरिए :

i. बैंक द्वारा जमा पर्ची की प्रति पर्णिका ——— को वापिस कर दी जाती है।

ii. जमा पर्ची के सीधे हाथ वाले भाग को ———- कहते हैं।

iii. जमा से पहले चैक को जमा पर्ची के ——— के साथ संलग्न करना होता है।

iv. चैक का भुगतान करने से पहले, खाताधारी के हस्ताक्षर ——— से मिलान करने होते हैं।

v. टेलर पद्धति खाताधारी द्वारा शीघ्र ——— में सहायक होती है।

vi. बचत बैंक खाते में राशि ———— खिड़की पर जमा कराई जा सकती है।

9.7 ई-बैंकिंग (इलैक्ट्रॉनिक बैंकिंग)

ई-बैंकिंग को नए तथा परंपरागत बैंकिंग उत्पादों तथा सेवाओं को इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों से तथा संचार माध्यमों से सीधे ग्राहकों को समर्पित करने के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। ई-बैकिंग में ऐसे तंत्र सम्मिलित हैं जो वित्तीय संस्थानों, ग्राहकों, व्यक्तियों अथवा व्यवसायों को सार्वजनिक तथा निजी नेटवर्क, इंटरनेट के माध्यम से उनके खातों से संबंधित लेन-देन करने अथवा वित्तीय उत्पादों तथा सेवाओं की जानकारी कराते है। सूचना तकनीक तथा संचार की अत्याधुनिक विधियों का विकास होने से बैंकिंग सेवाओं को भी अब कम्प्यूटरीकृत कर दिया गया है। अब बहुत से बैंक शाखाओं में आप देखेंगे कि बैंकिगं व्यवहारों का रिकार्ड कम्प्यूटर के द्वारा रखा जाता है। आपके खाते में जमा राशि की सूचना अब कम्प्यूटर से प्राप्त हो सकेगी। बहुत से बैंकों में आजकल कैशियर टैलर के स्थान स्वचालित टैलर मशीन (ए.टी.एम.) लगा दी गई है। कम्प्यूटर तथा संचार का अन्य इलेक्ट्रॉनिक मशीनों द्वारा बैंकिगं कार्यकलाप करना, इलैक्ट्रॉनिक बैंकिंग अथवा 'ई-बैकिंग' कहलाता है। आइए, अब हम भारत में प्रयुक्त बैंकिंग का आधुनिक विधियों की जानकारी प्राप्त करें।

स्वचलित टेलर मशीन (ऑटोमेटिक टैलर मशीन)

किसी बैंक शाखा अथवा अन्य स्थान पर लगाई मशीन जिससे ग्राहक मूल बैंकिंग क्रियाकलाप (खाते का शेष जानना, रुपया निकालना अथवा अंतरित करना) कर सकें चाहे बैंक बंद ही क्यों न हो, उसे स्वचालित टैलर मशीन कहते हैं। बैंकों ने संपूर्ण भारत में सुविधाजनक स्थानों पर अपनी स्वचालित टैलर मशीनें (ए.टी.एम.) लगा ली है। इनके उपयोग से ग्राहक किसी भी समय अपने खाते में राशि जमा कर सकता है अथवा उसमें से निकाल सकता है।

डेबिट कार्ड

एक कार्ड, जो बैंक, ग्राहकों को इलैक्ट्रानिक माध्यम से तुरंत उनके खाते तक पहुंच उपलब्ध कराता है। बैंक अपने ग्राहकों को, जिनके बचत खाते अथवा चालू खाते, उनके यहां होते हैं, डेबिट कार्ड देने लगे हैं। ग्राहक इन कार्डों के द्वारा नकदी के स्थान पर विभिन्न वस्तु और सेवाएं खरीद सकते हैं। डेबिट कार्ड द्वारा चुकाई गई रकम ग्राहक के खाते से स्वतः

डेबिट कार्ड

चित्र : डेबिट कार्ड

ही डेबिट (घटा दी) कर दी जाती है।

क्रेडिट कार्ड

एक वित्तीय कंपनी द्वारा जारी किया गया कार्ड जो धारक को सामान्यतः विक्रय स्थान पर ही उधार की सुविधा प्रदान करता है। क्रेडिट कार्ड पर ब्याज लगता है तथा ये सामान्यतः अल्पावधि वित्त हेतु उपयोग किए जाते हैं। साधारणतः क्रय के एक माह बाद से ब्याज प्रारंभ होता तथा व्यक्तियों की ऋण धारण क्षमता के आधार पर उधार की सीमा पहले ही तय कर दी जाती है। बैंक, क्रेडिट कार्ड उन ग्राहकों को देता है जिनके खाते बैंक में होते हैं अथवा नहीं भी होते। ठीक डेबिट कार्ड को भांति क्रेडिट कार्ड सामान खरीदने के लिए प्रयोग किए जाते हैं। व्यक्ति को अपने साथ तब नकदी ले जाने की आवश्यकता नहीं रह जाती। क्रेडिट कार्ड धारक को बैंक एक निश्चित समय के भीतर क्रेडिट को गई रकम बैंक में जमा करने की अनुमति देता है। निर्धारित समय के भीतर कार्ड धारक द्वारा क्रेडिट की गई रकम जमा न कराने पर बैंक ब्याज लगा देता है। ब्याज की दर प्रायः बहुत ऊंची होती है।

चित्र : क्रेडिट कार्ड

नेट बैंकिंग

इंटरनेट इलैक्ट्रानिक माध्यम से विभिन्न बैंक खातों के मध्य वित्त के हस्तांतरण का सुरक्षित माध्यम उपलब्ध कराता है तथा साथ ही इंटरनेट पर बैंकिंग लेन-देन की सुविधा प्रदान करता है। सभी बैंकिंग क्रियाएं जो परंपरागत रूप से चैक में जाकर संपन्न की जाती थी, आज इंटरनेट की पहुंच के कारण कम्प्यूटर के माध्यम से ही कर ली जाती है। क्रेडिट कार्ड लेन-देन, इंटरनेट बैंकिंग का ही रूप है। नेट-बैंकिंग के माध्यम से आप न केवल अपने खाते का शेष जान सकते हैं, बल्कि आप एक स्थाई जमा खाता खोल सकते हैं, वित्त अंतरण कर सकते हैं, अपने बिजली, पानी अथवा मोबाईल फोन के बिलों का भुगतान कर सकते हैं तथा कई अन्य कार्य भी कर सकते हैं। आजकल, नेट बैंकिंग के माध्यम से आप न केवल अपने एक बैंक खाते को देख सकते हैं। अतः आप एक ही पर्दे पर अपने विभिन्न बैंक खातों को एक साथ देख सकते हैं। अतः जब बैंकिंग लेन-देन जैसे अंतरण, भुगतान तथा गृह ऋण हेतु आवेदन इंटरनेट के माध्यम से किए जाएं तो इसे नेट-बैंकिंग कहते हैं।

नेट बैंकिंग प्रणाली

चित्र : नेट बैंकिंग प्रणाली

नेट-बैंकिंग व्यक्तियों को घर बैठे ही इंटरनेट के माध्यम से बैंकिंग क्रियाकलाप संपन्न करना सुलभ कराती है। परंपरागत बैंकों द्वारा उपलब्ध कराई गई नेट-बैंकिंग ग्राहकों को सभी

दिन-प्रतिदिन के लेन-देन जैसे खाता स्थानांतरण, शेष जानना, बिल भुगतान, भुगतान रोकने का अनुरोध तथा ऋण एवं क्रेडिट कार्ड हेतु आवेदन पत्र भी ऑन लाइन जमा कराने की सुविधा उपलब्ध कराती है। खाते की जानकारी किसी भी समय, दिन अथवा रात तथा कहीं से भी प्राप्त की जा सकती है।

कम्प्यूटर तथा इंटरनेट का व्यापक रूप से प्रयोग होने से बैंक अब इंटरनेट पर भी लेन-देन करने की सुविधा दे रहे हैं। जिस ग्राहक का खाता बैंक में होता है, वह बैंक क बेवसाइट पर लॉग कर सकता है तथा खाते को स्थिति की जानकारी प्राप्त कर सकता है। वह अपने बिलों का भुगतान कर सकता है, मुद्रा हस्तांतरण, स्थायी जमा तथा बिलों की राशि को वसूली आदि के लिए आदेश दे सकता है।

फोन बैंकिंग

फोन बैंकिंग एक ऐसी व्यवस्था है जो ग्राहकों की अपने खाते तथा विभिन्न बैंकिंग सेवाओं तक पहुंच टेलीफोन के माध्यम से 24 घंटे उपलब्ध कराती है। यह एक ऐसी सुविधा है जो ग्राहकों को बैंकिंग सेवाओं का उपयोग, जैसे मौखिक भुगतान निर्देश, खाता संचलन, ऋण लेना आदि, व्यक्तिगत रूप से बैंक में जाने के बजाय टेलीफोन के माध्यम से सुलभ कराती है। बैंक का ग्राहक, जिसका खाता बैंक में हो, फोन बैंकिंग सुविधा के अंतर्गत फोन के माध्यम से स्थायी जमा, मुद्रा हस्तांतरण, डिमांड ड्राफ्ट, बिलों का संग्रहण तथा भुगतान आदि जैसे बैंकिंग व्यवहार कर सकता है।

अब मोबाइल फोन का चलन बहुत बढ़ गया है, अतः मोबाइल फोन द्वारा भी फोन बैंकिंग संभव हो गई है। फोन बैंकिंग द्वारा सभी कार्यों के अलावा, मोबाइल फोन द्वारा ग्राहक बैंक को संदेश दे सकता है और बैंक से संदेश प्राप्त भी कर सकता है।

फोन बैंकिंग

चित्र : फोन बैंकिंग

पाठगत प्रश्न 9.6

I. कॉलम अ में दिए गए कथनों का कॉलम ब में दिए गए कथनों से मिलान कीजिए :

	कॉलम अ		कॉलम ब
i.	बैंकिंग सुविधा, जो हमारे द्वारा मुद्रा लेकर न चलने पर भी हमारे बैंक खाते से भुगतान करने के लिए सहायक होती है।	क)	ऑटोमेटेड टैलर मशीन (ए.टी.एम.)

ii.	बैंकिंग सुविधा, जो हमको 24 घंटे राशि जमा कराने अथवा निकालने का अधिकार प्रदान करती है।	ख)	मोबाइल बैंकिंग
iii.	इंटरनेट पर बैंकिंग व्यवहार करने	ग)	क्रेडिट कार्ड
iv.	हम मोबाइल फोन पर इस सुविधा के द्वारा अपने खातों की शेष रकम की सूचना प्राप्त कर सकते हैं।	घ)	डेबिट कार्ड
v.	बैंकिंग से क्रेडिट लेकर क्रय की हुई वस्तुओं का भुगतान करने की सुविधा	ङ)	नेट बैंकिंग

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. निम्नलिखित में से कौन सा कार्य सैन्ट्रल बैंक का कार्य नहीं है :

क) देश की बैंक प्रणाली का मार्ग दर्शन करना तथा उसे लागू करना।

ख) सरकारी बैंक की तरह से कार्य करता है।

ग) जनसाधारण से व्यवहार करना।

घ) अन्य बैंकों के जमा खातों का रख-रखाव करता है।

ii. निम्न में से कौन-सा वाणिज्यिक बैंक नहीं है :

क) भारतीय स्टेट बैंक

ख) रिजर्व बैंक ऑफ इंडिया

ग) आई.सी.आई.सी. आई. बैंक

घ) पंजाब नेशनल बैंक

iii. निम्न में से कामर्शियल बैंक द्वारा दिया गया अग्रिम नहीं है :

क) कैश क्रेडिट

ख) ओवर ड्राफ्ट

ग) व्यापारिक सूचनाएं एकत्र करना व उन्हें देना।

घ) बिलों पर छूट देना।

iv. फिक्स डिपोजिट एकाउंट सुविधा निम्न द्वारा उठाई जाती है :

क) व्यापारी

ख) वेतन भोगी द्वारा

ग) लम्बे समय के लिये धन की बचत करने वाले द्वारा

घ) मासिक रूप में व्याज पाने वाले द्वारा

v. निम्न में से कौन प्रपत्र बैंक से धन निकालने के लिए मान्य नहीं है :

क) चैक

ख) निकासी पत्र

ग) व्यक्तिगत पहचान पत्र

घ) ए.टी.एम. कार्ड

आपने क्या सीखा

- बैंक एक ऐसा संस्थान है जो जनता से जमा राशि स्वीकार करता है और उन व्यक्तियों को, जिनको इसकी आवश्यकता होती है, मुद्रा उधार देता है।
- बैंक व्यापार की एक महत्वपूर्ण सहायक सेवा है।
- बैंक बचत करने को बढ़ावा देता है तथा जमाकर्ताओं और ऋण लेने वालों के बीच एक मध्यस्थ का कार्य करता है।
- यह उधार व्यवहारों में सहायक होता है, निर्यात, आयात को सुविधाजनक बनाता है, राष्ट्रीय विकास में सहायक होता है और व्यक्तियों के रहन-सहन का स्तर ऊंचा उठाता है।

बैंकों के प्रकार

- केन्द्रीय बैंक, भारत में रिजर्व बैंक, सरकारी बैंक का कार्य करता है तथा देश में कैरेंसी नोट निर्गमित करता है। यह बैंकरों का बैंक भी होता है।
- वाणिज्यिक बैंक, अल्प अवधीय तथा मध्यम अवधीय ऋण प्रदान करते हैं और इन पर ब्याज लेते हैं। ये तीन प्रकार के होते हैं : सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक, निजी क्षेत्र के बैंक तथा विदेशी बैंक।
- विकास बैंक व्यवसाय के लिए मध्यम तथा दीर्घ अवधीय ऋण देता है।
- सहकारी बैंक सदस्यों के आपसी हितों को पूरा करने के लिए गठित किए जाते हैं। भारत में प्राथमिक सहकारी साख समितियां (ग्राम्य स्तर पर), केन्द्रीय सहकारी बैंक (जिला स्तर पर) तथा राज्य सहकारी बैंक (राज्य स्तर पर) स्थापित है।
- एक्जिम बैंक निर्यातकों तथा आयातकों का पथप्रदर्शन करता है तथा उन्हें सहायता प्रदान करता है।
- नाबार्ड कृषि संबंधी तथा अन्य ग्रामीण कार्यकलापों के लिए वित्तीय सहायता प्राप्त करने में सहायक होता है।

वाणिज्यिक बैंकों के कार्य

- प्राथमिक कार्य : जमाराशि स्वीकार करना, ऋण, नकद साख अधिविकर्ष और बिलों को भुनाने की सुविधा प्रदान करता है।
- द्वितीयक कार्य : साख पत्र देना, मूल्यवान वस्तुओं को सुरक्षित रखना, उपभोक्ता को वित्त प्रदान करना, शिक्षा के लिए ऋण देना।
- बैंक जमा विभिन्न व्यक्तियों के लिए विभिन्न उद्देश्यों की पूर्ति करते है।

इन अंतरों को ध्यान में रखते हुए बैंक व्यक्तियों द्वारा उनकी सुविधा तथा उद्देश्यों की उपयुक्तता के लिए विभिन्न प्रकार के खाते खोलने की सुविधा प्रदान करते हैं। जो निम्न है:

- बचत बैंक खाता
- चालू जमा खाता
- सावधि जमा खाता
- आवर्ती जमा खाता
- आवर्ती खाते विभिन्न प्रकार के होते हैं, जैसे : गृह सुरक्षित खाता, संचित एवं बीमारी जमा खाता, गृह निर्माण जमा खाता इत्यादि।
- एक वाणिज्यिक बैंक में बचत खाता खोलने के लिए निम्न कदम उठाए जाते हैं : आवेदन पत्र भरना, सही परिचय, नमूना हस्ताक्षर।
- ई-बैकिंग : सूचना तकनीकी तथा संचार के विकास के साथ बैंकिंग कार्य, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड तथा ए.टी.एम. आदि इलैक्ट्रॉनिक माध्यम से निष्पादित किए जाते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. 'बैंक' की परिभाषा दीजिए।

2. 'बैंकिंग' का क्या अर्थ है?

3. निजी क्षेत्र के वाणिज्यिक बैंक तथा भारत में कार्यरत विदेशी बैंक, प्रत्येक के दो उदाहरण दीजिए।

4. एक बैंक के ग्राहक को क्रेडिट कार्ड द्वारा क्या सुविधा प्रदान की जाती है?

5. नकद साख का क्या अर्थ है?

6. 'विकास बैंक' क्या कार्य करता है?

7. बैंकिंग की भूमिका का 100 शब्दों में वर्णन कीजिए।

8. केन्द्रीय बैंक का क्या अर्थ है?

9. (i) एक्जिम बैंक (ii) नाबार्ड, क्या कार्य निष्पादित करते हैं?

10. एक वाणिज्यिक बैंक के कोई चार द्वितीयक कार्य बताइए।

11. एक वाणिज्यिक बैंक के प्राथमिक कार्यों का वर्णन कीजिए।

12. प्रत्येक का उदाहरण देते हुए विभिन्न प्रकार के वाणिज्यिक बैंकों का वर्णन कीजिए।

13. (i) अस्तित्व (ii) सुरक्षा (iii) कार्यकलाप (iv) ग्राहक के आधार पर बैंक एवं साहूकार में अन्तर कीजिए।

14. वाणिज्यिक बैंकों द्वारा निष्पादित कार्यों का वर्णन कीजिए।

15. बैंकिगं क्षेत्र में हुए आधुनिक विकास का वर्णन कीजिए। ग्राहकों को दी जाने वाली आधुनिक सुविधाओं का उदाहरण भी दीजिए।

16. सहकारी बैंक का क्या अर्थ है? भारत में सहकारी बैंकों के प्रकारों का भी वर्णन कीजिए।

17. किसी बैंक में बचत बैंक खाता खोलने की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए?

18. बचत बैंक खाते में नकदी जमा करने की प्रक्रिया बताइये।

19. बचत बैंक खाते में चैक जमा करने की क्या प्रक्रिया अपनाई जाती है?

20. बचत बैंक खाता परिचालन के लिए रुपया निकालने वाले फार्म के प्रयोग का वर्णन कीजिए?

21. बचत बैंक खाता खोलते समय आपको आवेदन पत्र में क्या विवरण देने होते हैं?

22. बताइए कि आप अपने बचत बैंक खाते से रोकड़ कैसे निकालेंगे?

23. बचत बैंक खाते में रोकड़ अथवा चैक जमा करने में पे-इन-स्लिप के उपयोग का विवेचन कीजिए।

24. पे-इन-स्लिप क्या है? इसकी उपयोगिता बताइए।

25. क्या आप अपने बचत बैंक खाते के शेष से अधिक राशि निकाल सकते हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

26. ए.टी.एम. क्या है? यह बैंक के ग्राहकों की किस प्रकार सहायता करता है?

27. एक बचत बैंक खाता खोलते समय, बैंक के जानने वाले व्यक्ति से परिचय कराना क्यों आवश्यक होता है?

28. बचत बैंक खाते से धन निकालने के विभिन्न तरीके कौन-कौन से हैं?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

9.1 (i) ऋण (ii) मध्यस्थ (iii) सहायक (iv) चैक (v) साहूकार

9.2 (i) निजी बैंक (ii) एक्जिम बैंक (iii) सहकारी बैंक (v) केन्द्रीय बैंक (vi) सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक

9.3 (i) गलत (ii) सही (iii) सही (iv) गलत (v) सही

9.4 I. (i) सत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य (vi) सत्य (vii) असत्य (viii) सत्य

II. (i) न्यूनतम (ii) अधिक (iii) चालू (iv) चैक (v) कम

9.5 I. (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) सत्य (vi) सत्य (vii) सत्य (viii) सत्य

II. (i) खाताधारी/जमाकर्ता (ii) पर्णिका (iii) पर्णिका (iv) नमूने के हस्ताक्षर (v) रुपया निकालना (vi) नकद प्राप्ति

9.6 I. (i) घ (ii) क (iii) ङ (iv) ख (v) ग

II. (i) ग (ii) ख (iii) ग (iv) ख (v) ग

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने इलाके में कार्यरत बैंकों की एक सूची बनाइए तथा उन्हें कार्यों के आधार पर वर्गीकृत कीजिए।
- किसी नजदीकी बैंक की शाखा पर जाइए तथा नकदी जमा करने वाली पर्ची एकत्रित कीजिए। इनको काल्पनिक अंकों की सहायता से भरिए।

i. विभिन्न जमा खातों को खोलने के लिए आवश्यक न्यूनतम राशि तथा

ii. बचत बैंक आवर्ती तथा सावधि खातों में देय ब्याज दर, के विषय में सूचना एकत्रित कीजिए।

10. बीमा

आपने बाजार में दुकानें देखी होंगी। इन दुकानों में बिक्री के लिए अनेक वस्तुएं संग्रहित हैं। आपमें से कुछ ने कारखाने देखे होंगे जिनमें वस्तुओं के निर्माण के लिए मशीनें लगी हैं। आप रेलगाड़ी, ट्रक, जहाज आदि के बारे में भी जानते होंगे जो माल एक स्थान से दूसरे स्थान ले जाते हैं। इनमें काफी पैसा लगता है तथा मार्ग में हानि की सम्भावना सदा बनी रहती है। उदाहरण के लिए दुकान में माल भरने में, इन्हें खरीद कर लाने पर बपढ़ा धन व्यय करना पड़ता है तथा सदा इस बात की जोखिम रहती है कि बिक्री से पहले यह क्षति ग्रस्त न हो जायें। क्षति का कारण आग लगना, प्राकृतिक आपदा, देगा-फसाद एवं चोरी हो सकते हैं। इसी प्रकार से कारखाने में मशीनें खराब हो सकती हैं जिसमें भारी हानि हो सकती है। परिवहन के दौरान दुर्घटना के कारण माल नष्ट हो सकता है अथवा माल की क्षति हो सकती है। इन सभी परिस्थितियों में हानि व्यवसायी की ही होती है। केवल व्यवसायी की सम्पत्तियां ही नहीं वह स्वयं भी जीवन में खतरों से घिरा हुआ है। वह बीमार हो सकता है। उसके साथ दुर्घटना हो सकती है और इससे उसके परिवार को भारी हानि हो सकती है।

क्या इन जोखिमों से बचा जा सकता है अथवा उसे न्यूनतम किया जा सकता है? क्या कोई चीज है जो जोखिमों से बचा सके? आइए इस पाठ में इस सबके सम्बन्ध में पढ़ें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- व्यावसायिक जोखिमों की व्याख्या कर सकेंगे;
- बीमा की परिभाषा दे सकेंगे;
- बीमा के महत्व को समझा सकेंगे;
- बीमा के विभिन्न प्रकारों की पहचान कर सकेंगे;
- जीवन बीमा, अग्नि बीमा, समुद्री बीमा और अन्य बीमों की मुख्य विशेषताओं का विवेचन कर सकेंगे; और
- बीमा अनुबंध के विभिन्न सिद्धान्तों का उल्लेख कर सकेंगे।

10.1 व्यावसायिक जोखिमों का स्वरूप

अगर आप व्यापार करना चाहते हैं तो आपका उद्देश्य निश्चित रूप से लाभ कमाना होगा।

प्रत्येक व्यवसाय का यह सबसे महत्वपूर्ण उद्देश्य है क्योंकि लाभ के बिना आपकी पूंजी कम होती जाएगी और हो सकता है एक दिन पूरी पूंजी ही समाप्त हो जाए। इसलिए आप अपने व्यापार को सही ढंग से चलाने की पूरी कोशिश करेंगे। आपको कभी ऐसा लग सकता है कि आपके कारखाने में बनी वस्तुओं की बिक्री कम होती जा रही है। यह चेतावनी का संकेत है। आप इसका पता लगाने की कोशिश करेंगे। कारणों का पता चलने के बाद आप इनको दूर करने की भी कोशिश करेंगे। मान लीजिए कि आपको पता चलता है कि आप जिन वस्तुओं को बेच रहे हैं उसी तरह की आयातित वस्तुएं आपके प्रतिद्वंद्वी व्यापारी बहुत कम कीमत पर बेच रहे है। बाजार की स्थिति में बदलाव से आपकी आय अथवा लाभ में कमी आएगी। आय अथवा लाभ में कमी अन्य कारणों से भी आ सकती है। वस्तुएं एक जगह से दूसरी जगह तक लाने ले जाने में खो सकती है। कारखाने के गोदाम में दुर्घटनावश आग लग सकती है या मजदूर हड़ताल कर सकते हैं। इनमें से कई संभावनाओं के बारे में अनुमान लगा पाना और कई मामलों में उन्हें नियंत्रित कर पाना आपके लिए संभव नहीं होगा। यही जोखिम की अवधारणा है। जोखिम विभिन्न कारणों से होने वाले संभावित नुकसान हैं जिस पर व्यवसायी का बहुत कम या बिल्कुल नियंत्रण नहीं होता।

सभी व्यावसायिक गतिविधियां अनिश्चिताओं से भरी होती हैं ओर इनमें घाटा या नुकसान हो सकता है। कुछ नुकसानों से बचने के लिए समय रहते सावधानी रखी जा सकती है। लेकिन कुछ नुकसान ऐसे हैं जिन्हें व्यापारी को स्वयं उठाना पड़ता है या यदि संभव हो तो दूसरों को उसमें भागीदार बनाया जा सकता है।

खो जाने या नुकसान होने की से भावना को मोटे तौर पर दो भागों में बांटा जा सकता है- अनिश्चितताएं और जोखिम। अनिश्चितताएं वे घटनाएं हैं जिनका पहले से अनुमान लगाना कठिन है। लेकिन पिछले अनुभव के आधार पर जोखिम का अनुमान लगाया जा सकता है। कारखाने या गोदाम में आग लगने की संभावना आग से बचने के लिए किए गए उपायों पर या आग से होने वाले नुकसान को कम से कम करने के लिए की गई तैयारियों पर निर्भर करती है। चोरी या दुर्घटना से होने वाले नुकसान का मामला भी ऐसा ही होता है।

दूसरी स्थिति यह है कि हर व्यक्ति को अपने बुढ़ापे, बीमारी या उस अवस्था के बारे में सोचना आवश्यक है जब वह योग्य नहीं रह पाएगा। इसे अनिश्चितता नहीं कहा जा सकता। बीमारी किसी को भी हो सकती है खास कर एक विशेष उम्र के बाद। इस बात का ख्याल रखना जरूरी है कि मौत ऐसे समय भी आ सकती है जब परिवार के भरण-पोषण के लिए आजीविका के साधनों की आवश्यकता हो। यह भी जोखिम हैं और व्यापार में इनका भी ध्यान रखना पड़ता है।

वस्तुओं को एक जगह से दूसरी जगह ले जाने के क्रम में दुर्घटनाएं हो सकती है जिनमें माल को नुकसान पहुँच सकता है। रेलगाड़ियां उलट सकती है, पुल टूट जाते हैं या इंजन में खराबी के कारण विमान दुर्घटना ग्रस्त हो सकता है। ट्रक लूटे जा सकते हैं। समुद्री जहाजों से भेजी जाने वाली वस्तुएं बंदरगाहों पर लादते या उतारते हुए क्षतिग्रस्त हो सकती हैं। क्या इस तरह

के नुकसान में किसी दूसरे पक्ष को भागीदार बनाया जा सकता है? आइए इस बात को समझें कि इस नुकसान को बीमा के द्वारा कैसे बांटा जा सकता है।

जोखिमों के प्रकार

सट्टा जोखिम : सट्टे पर आधारित व्यावसायिक निर्णय से संबंधित जोखिम। उदाहरणार्थः फैशन में परिवर्तन, सरकारी नीति में परिवर्तन आदि।

शुद्ध जोखिम : ऐसे जोखिम जिनमें हानि की संभावना का अनुमान लगाया जा सके। संपत्ति जोखिम : संपत्ति के नुकसान से जुड़े जोखिम।

कार्मिक जोखिम : लोगों के जीवन अथवा स्वास्थ्य से संबंधित।

वित्तीय जोखिम : व्यवसाय के वित्तीय लेनदेनों से संबंधित।

विपणन जोखिम : माल के विपणन से जुड़े जोखिम।

10.2 बीमा का अर्थ

बीमा उस साधन को कहते हैं जिसके द्वारा कुछ शुल्क (जिसे प्रीमियम कहते हैं) देकर हानि का जोखिम दूसरे पक्ष (बीमाकार या बीमाकर्ता) पर डाला जा सकता है। जिस पक्ष का जोखिम बीमाकर पर डाला जाता है उसे बीमाकृत कहते हैं। बीमाकार आमतौर पर एक कंपनी होती है जो बीमाकृत के हानि या क्षति को बांटने को तैयार रहती है और ऐसा करने में वह समर्थ होती है।

बीमा वास्तव में बीमाकर्ता और बीमाकृत के बीच अनुबंध है जिसमें बीमाकर्ता बीमाकृत से एक निश्चित रकम (प्रीमियम) के बदले किसी निश्चित घटना के घटित होने (जैसे कि एक निश्चित आयु की समाप्ति या मृत्यु की स्थिति में) पर एक निश्चित रकम देता है या फिर बीमाकृत की जोखिम से होने वाले वास्तविक हानि की क्षतिपूर्ति करता है।

अगर आप बीमा के आधार के बारे में सोचेंगे तो आपको पता चलेगा कि यह एक तरह का सहयोग है जिसमें सभी बीमाकृत लोग, जो जोखिम का शिकार हो सकते हैं, प्रीमियम अदा करते हैं जबकि उनमें से एक या सिर्फ कुछ को ही, जो वास्तव में नुकसान उठाते हैं, मुआवजा दिया जाता है। वास्तव में जोखिम की संभावना वालों की संख्या अधिक होती है लेकिन किसी निश्चित अवधि में उनमें से सिर्फ कुछ को ही नुकसान होता है। बीमाकर्ता (कंपनी) बीमाकृत पक्षों के नुकसान को शेष बीमाकृत पक्षों में बांटने का काम करती है।

चित्र : बीमा का अर्थ

पाठगत प्रश्न 10.1

निम्नलिखित में से कौन से कथन सही हैं तथा कौन से गलत :

i. जोखिम का अर्थ वस्तुओं या मनुष्यों को होने वाली हानि या क्षति की संभावना है।

ii. फैशन में परिवर्तन व्यक्तिगत जोखिम है ।

iii. अनिश्चित घटनाओं से होने वाला नुकसान व्यापारियों को स्वयं ही उठाना पड़ता है ।

iv. कुछ जोखिमों को एहतियाती कदम उठाकर रोका जा सकता है, जैसे कि मशीन की खराबी ।

v. बीमा एक पक्ष के नुकसान को दूसरे पक्ष पर स्थानान्तरित करने का साधन है । दूसरा पक्ष नुकसान बांटने के लिए तैयार रहता है और उसमें ऐसा करने की सामर्थ्य भी होती है ।

vi. बीमाकृत द्वारा बीमाकर्ता को दी जाने वाली राशि प्रीमियम कहलाती है ।

10.3 बीमे का महत्व

बीमे के महत्व को समझने के लिए हमें इससे मिलने वाले लाभों की चर्चा करनी होगी ।

जैसा कि पहले बताया जा चुका है, बीमा, हानि या नुकसान की स्थिति में व्यक्तिगत या व्यावसायिक जोखिम को कई लोगों में बांटने का अत्यंत उपयोगी साधन है । इस प्रकार बीमाकृत पक्षों में सुरक्षा की भावना बनी रहती है । वे व्यक्ति जो अपनी वर्तमान आय में से समय-समय पर बीमा का प्रीमियम चुकाते हैं उन्हें सेवानिवृत्ति के बाद एक मुश्त रकम मिलना और मृत्यु की स्थिति में उनके परिवार को आर्थिक सुरक्षा मिलने का आश्वासन रहता है । व्यवसायी भी अपनी हानि के जोखिम के लिए बीमे का प्रीमियम चुकाते हैं और हानि या क्षति की संभावना की चिन्ता से मुक्त हो जाते हैं ।

वस्तुओं के बड़े पैमाने पर उत्पादन और राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय बाजार में उनके वितरण को देखते हुए बीमे का महत्व कही बढ़ गया है । बीमा, व्यापारिक और औद्योगिक उद्यमों में काफी सहायता करता है, क्योंकि उन्हें इन उद्यमों की संपत्तियों और कारखानों के साथ यहां इस्तेमाल होने वाले कच्चे माल, कल-पुर्जों और तैयार वस्तुओं पर काफी पैसा लगाना पड़ता है । व्यवसायी वर्ग बीमे से स्वयं को सुरक्षित महसूस करते हैं क्योंकि वे इस बात से आश्वस्त होते हैं कि एक छोटी रकम देने से भविष्य में होने वाले उनके नुकसान की भरपाई हो जाएगी ।

देश की अर्थव्यवस्था की दृष्टि से देखें तो बीमा कंपनियों को दिए गए प्रीमियम के रूप में लोगों की बचत इन बीमा कंपनियों के पास इकट्‌टा होती है । बीमा कंपनियां इस धन का निवेश सरकारी या बड़ी कंपनियों द्वारा जारी प्रतिभूतियों में करती हैं ।

जो लोग अपने बुढ़ापे या मृत्यु से जोखिम के लिए जीवन बीमा कराते हैं, वे अपनी वर्तमान आय में से बचत करने को प्रेरित होते हैं जो अपने आप में बहुत महत्वपूर्ण है ।

बीमा क्षेत्र में काफी लोगों को रोजगार भी मिला हुआ है । देश के विभिन्न इलाकों में लोग बीमा कंपनियों में नौकरी पाकर अपना जीवन-यापन कर रहे हैं । बड़ी संख्या में लोग इन कंपनियों के एजेंट के रूप में भी काम कर रहे हैं ।

पाठगत प्रश्न 10.2

निम्नलिखित वाक्यों में खाली स्थानों को उपयुक्त शब्दों से भरिए :

i. बीमा, कुछ लोगों की ——— को बहुत सारे लोगों में बांटने का एक साधन है। (हानि, खर्च)

ii. बीमा का महत्व इस बात में निहित है कि यह लोगों को ——— के लिए प्रेरित करता है। (सुरक्षित महसूस करने, असुरक्षित महसूस करने)

iii. बीमा कंपनियां, सरकारी या बड़ी कंपनियों की ——— में धन निवेश करती है। (ऋण, प्रतिभूतियों)

iv. बीमा ———- उपक्रमों तथा वाणिज्य जगत के लिए एक प्रकार की सहायता है। (औद्योगिक, व्यापार)

10.4 बीमा के प्रकार

बीमा, जो कि अनुबंध पर आधारित होता है निम्नलिखित प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है :

i. जीवन बीमा

ii. अग्नि बीमा

iii. समुद्री बीमा और

iv. अन्य बीमा जैसे कि डकैती या चोरी बीमा, वाहन बीमा आदि।

कुछ समय पहले तक भारतीय जीवन बीमा निगम (LIC) और साधारण बीमा निगम (GIC) तथा इसकी सहायक कंपनियां, जीवन बीमा और साधारण बीमा क्षेत्र में काम करने वाली कंपनियां थी। अब कई अन्य कंपनियां भी इन क्षेत्रों में काम करने लगी है। आइए बीमा के इन विभिन्न प्रकार की विशिष्टताओं का अध्ययन करें :

i) जीवन बीमा : जीवन बीमा ऐसा अनुबंध है जिसके अनुसार बीमाकर्ता (Insurer), बीमाकृत (Insured) को उसकी मृत्यु की स्थिति में या कुछ वर्षों के पूरा होने पर एक निश्चित रकम के भुगतान का वचन देता है। इसके बदले में बीमाकृत, बीमाकर्ता को एक मुश्त या फिर प्रति माह, त्रैमासिक, छमाही या वार्षिक किस्तों में प्रीमियम का भुगतान करता है। इस तरह के मामले में जिस जोखिम का बीमा कराया गया है उसका होना निश्चित है। इसलिए जीवन बीमा को जीवन आश्वासन भी कहते हैं। अनुबंध के लिखित रूप को जीवन बीमा पालिसी कहा जाता है। इसके अनुसार बीमाकृत को किसी निश्चित तिथि को या किसी निश्चित घटना के घटने की स्थिति में एक निश्चित रकम के भुगतान का प्रावधन होता है। व्यवसायी अपने कर्मचारियों का सामूहिक बीमा कराके उन्हें जीवन बीमा की सुविधा प्रदान कर सकते हैं। इससे कर्मचारियों में कादारी की भावना पैदा होती है। साथ ही इसका इस्तेमाल ऋण लेने के लिए भी किया जा सकता है।

जीवन बीमा पालिसियां मूलतः दो प्रकार की होती है : (i) आजीवन बीमा पालिसी (ii) बन्दोवस्ती बीमा पालिसी।

आजीवन बीमा पालिसी जीवन भर के लिए होती है और इसमें पूरे जीवन, प्रीमियम का भुगतान करते रहना पड़ता है। बीमे की रकम का भुगतान बीमाकृत की मृत्यु के बाद ही उसके आशि्रतों को किया जाता है। दूसरी तरफ बंदोबस्ती बीमा पालिसी सीमित समय तक या बीमाकृत की एक निश्चित आयु तक ही चलती है। बीमे की रकम का भुगतान निश्चित समय के बाद या बीमाकृत की मृत्यु होने पर, यदि उसकी मृत्यु बीमा अवधि से पहले हुई हो, किया जाता है।

ii) अग्नि बीमा : अग्नि बीमा में बीमाकर्ता, बीमाकृत से प्रीमियम प्राप्त हो जाने के बाद उसे उसकी वस्तु के आग से क्षतिग्रस्त या पूरी तरह नष्ट हो जाने से हुए नुकसान की भरपाई का वचन देता है। अग्नि बीमा क्षतिपूर्ति अनुबंध है। इसका मतलब यह हुआ कि बीमाकृत पक्ष वास्तविक हानि या क्षति या बीमे की रकम, इन दोनों में से जो कम हो सिर्फ उसी का, दावा कर सकता है। बीमा कंपनियां बीमे से अधिक की रकम किसी स्थिति में नहीं दे सकती चाहे नुकसान उससे अधिक का ही क्यों न हुआ हो। आग से हुए नुकसान के दावे का भुगतान दो शर्तों पर निर्भर करता है।

(क) नुकसान आग से ही हुआ हो, और

(ख) आग दुर्घटनावश लगी हो, जान बूझकर न लगाई गई हो- आग लगने का कारण क्या है इसका कोई फर्क नहीं पड़ता। इस मामले में मूल सिद्धान्त, क्षतिपूर्ति का सिद्धांत है। बीमाकृत पक्ष वास्तविक नुकसान की भरपाई का हकदार है। बशर्ते यह रकम बीमे की कुल रकम से ज्यादा न हो। बीमाकृत बीमे से लाभ नहीं कमा सकता। वह केवल अपनी नुकसान की क्षतिपूर्ति करा सकता है।

उदाहरण के लिए माना एक व्यक्ति Rs. 20000 की राशि को वस्तुओं का बीमा कराता है और इनमें से Rs. 15000 की राशि की वस्तुएं आग से नष्ट हो जाती हैं तो बीमाकृत बीमा कम्पनी पर केवल Rs. 15000 (न कि Rs. 20000) तक का दावा कर सकता है।

iii) समुद्री बीमा : समुद्री बीमा वह अनुबंध है जिसके द्वारा बीमा कंपनी किसी यात्री या मालवाहक जहाज के मालिक को समुद्री यात्रा के दौरान होने वाले नुकसान की भरपाई करने की सहमति देती है। इसमें जहाज पर लदे माल के नुकसान की भरपाई भी शामिल है। जो समुद्री बीमा, समुद्री तूफान या अन्य प्राकृतिक कारणों से माल को हुए नुकसान की भरपाई करता है इसे माल बीमा कहते हैं। जहाज का मालिक समुद्री यात्रा के दौरान समुद्र में होने वाले उतार-चढ़ाव के जोखिम के लिए जहाज का बीमा करा सकता है। जब बीमा जहाज का किया जाए तो उसे जहाज बीमा या हल्ल इंश्योरेंश कहा जाता है। जब भाड़े का भुगतान माल के मालिक द्वारा माल के गंतव्य बंदरगाह पर पहुंच जाने के बाद किया जाता है तो जहाजरानी कंपनी माल के

नुकसान के कारण होने वाले भाड़े की हानि का भी बीमा करा सकती है। इस तरह के समुद्री बीमे को भापढ़ा बीमा कहते है। समुद्री बीमा के सभी अनुबंध क्षतिपूर्ति के अनुबंध होते हैं।

समुद्री बीमा पालिसियों के प्रकार निम्नलिखित हैं :

(क) मियादी बीमा पालिसी (Time Policy) : यह बीमा एक निश्चित अवधि के लिए होता है और आमतौर पर यह अवधि एक साल की होती है। यह बीमा पालिसी आमतौर पर जहाज या माल का बीमा कराने के लिए होती है, जब कम माल का बीमा किया जाए।

(ख) यात्रा बीमा पालिसी (Voyage Policy) : यह बीमा पालिसी किसी विशेष यात्रा के लिए होती है और इसमें कोई समय सीमा नहीं होती। इसका इस्तेमाल ज्यादातर माल बीमे के लिए किया जाता है।

(ग) मिश्रित बीमा पालिसी (Mixed Policy) : इस पालिसी के अंतर्गत जहाज या माल का बीमा किसी विशेष यात्र और निश्चित समय दोनों के लिए किया जाता है। उदाहरण के लिए मिश्रित बीमा के तहत एक जहाज का मुम्बई और कोलंबों के बीच 6 महीने की यात्रा के लिए बीमा किया जा सकता है।

(घ) अनिश्ति बीमा पालिसी (Floating Policy) : इस बीमा पालिसी के तहत माल का बार-बार बीमा कराने के बजाय एक बड़ी रकम की पालिसी ले ली जाती है और जब-जब माल भेजा जाता है तब उसके बीमे की राशि मूल बीमा राशि में से घटाई जाती है और माल का अलग से बीमा उस समय तक नहीं कराना पड़ता जब तक बीमे की मूल राशि खत्म न हो जाए।

iv) अन्य बीमा : साधारण बीमा कंपनियां जीवन, अग्नि और समुद्री बीमे के अतिरिक्त कई अन्य जोखिमों के लिए भी बीमा कर सकती हैं। इनमें से कुछ जोखिम और उनसे संबंधित बीमा पालिसियों का विवरण नीचे दिया गया है।

(क) मोटर वाहन बीमा : कारों, वैन, व्यापारिक गाड़ियों, मोटर साइकिलों, स्कूटर और सब तरह के मोटर वाहनों का बीमा उनके दुर्घटनाग्रस्त होने या उनकी चोरी होने या दुर्घटना में किसी तीसरे पक्ष के घायल होने या मृत्यु होने से उत्पन्न देनदारी की स्थिति में हुए नुकसान की जोखिम के लिए किया जाता है। मोटर वाहन अधिनियम के तहत तीसरे पक्ष के जोखिम का बीमा अनिवार्य है।

(ख) चोरी बीमा : इस बीमे के तहत बीमा कंपनी सेंधमारी, चोरी या डकैती से हुए चल वस्तुओं के नुकसान की भरपाई करती है।

(ग) विश्वास बीमा : व्यापारी अपने उन कर्मचारियों की धोखाधड़ी और बेईमानी से होने वाले नुकसान की जोखिम के लिए इस तरह की पालिसी ले सकते हैं जो नकदी और भंडारों को संभालते हैं। इससे कर्मचारी द्वारा धन

और सामान के गबन से होने वाले नुकसान से रक्षा होती है। इसे विश्वास बीमा पालिसी कहते हैं। कर्मचारियों से विश्वास गारंटी बांड पर हस्ताक्षर करने को भी कहा जा सकता है।

(घ) व्यक्तिगत दुर्घटना तथा बीमारी जीवन बीमा : इस तरह की बीमा पालिसियाँ मृत्यु या विशेष परिस्थितियों में विकलांग होने के विरूद्ध ली जाती हैं, जैसे कि हवाई यात्रा करते समय दुर्घटना आदि।

(ङ) दायित्व बीमा : इस तरह की बीमा पालिसियां किसी व्यक्ति की मृत्यु अथवा चोट आदि लगने की जोखिम को उठाने के लिए होती है। यह दो प्रकार की होती है :

(अ) नियोक्ता की जिम्मेदारी : प्रत्येक कर्मचारी की सुरक्षा की कानूनी जिम्मेदारियां निभाने के जोखिम लिए।

(ब) सार्वजनिक जिम्मेदारी : व्यक्तियों तथा व्यवसायियों के परिसर में आने वाले

आगन्तुको से संबंधित जिम्मेदारी के जोखिम हेतु।

(च) सम्पत्ति का बीमा : यह बहुत अधिक तरह के सामान का बीमा करती है जो कि परिवहन के समय या अन्य कारणों से खराब हो जाता है। यह व्यवसायियों तथा गृहस्थों के लिए हो सकता है।

अग्नि बीमा, समुद्री बीमा तथा जीवन बीमा में अंतर

क्र.सं.	अंतर का आधार	अग्नि बीमा	समुद्री बीमा	जीवन बीमा
1.	क्षति पूर्ति	जितने मूल्य का बीमा कराया गया है या वास्तविक मूल्य, जो भी कम हो।	क्रयमूल्य तथा 10 से 15 प्रतिशत लाभ, क्षतिपूर्ति के रूप में दिया जाता है।	केवल विशेष रूप से अलिखित/बीमा मूल्य ही दिया जाता है।
2.	बीमा योग्य हित	पालिसी लेते तथा नुकसान होते समय उपस्थित होना आवश्यक है।	नुकसान होते समय बीमित हित होना आवश्यक है।	पालिसी लेते समय बीमा योग्य हित का होना आवश्यक है।
3.	पालिसी का हस्तांकन	बिना बीमा कम्पनी की आज्ञा के हस्तांकन नहीं।	बीमा कम्पनी की आज्ञा के बिना हस्तांकन नहीं	कोई हस्तांकन नहीं किया जाता।
4.	जोखिम का प्रकार	अनिश्चित	अनिश्चित	निश्चित, परंतु समय अनिश्चित
5.	समयावधि	सामान्यतः एक वर्ष	सामान्यतः एक वर्ष	यह लम्बे समय के लिए लिया जाता है।
6.	प्रीमियम	प्रीमियम का	प्रीमियम की राशि, आपदा की प्रकृति	बीमित की आय तथा बीमे की अवधि पर प्रीमियम

		निर्धारण राशि पर निर्भर करता है। यदि बीमित मूल्य अधिक है तो प्रीमियम भी अधिक होगा।	पर निर्भर करती है।	की राशि निर्भर करती है।
7.	उद्देश्य	आग से जोखिम के लिए	समुद्री आपदाओं से रक्षा।	सुरक्षा एवं निवेश
8.	समर्पण	समाप्त होने के पूर्व समर्पण नहीं कर सकते।	समाप्ति से पूर्व समर्पण नहीं कर सकते।	परिपक्व होने से पूर्व समर्पण हो सकता है।

पाठगत प्रश्न 10.3

निम्नलिखित में से कौन से कथन सही हैं और कौन से गलत हैं :

i. समुद्री बीमा अनुबंध, साधारण अनुबंध है जबकि जीवन बीमा, क्षतिपूर्ति अनुबंध है।

ii. अग्नि बीमा, आग से हुए नुकसान की भरपाई करता है और बीमा कंपनी से दावा करने के लिए आग लगने के कारण का कोई महत्व नहीं है।

iii. समुद्र में जोखिमों से रक्षा के लिए जहाज का बीमा कराया जा सकता है।

iv. बंदोबस्ती पालिसी में बीमाकृत को जीवन भर प्रीमियम का भुगतान करना होता है।

v. जीवन बीमा में प्रीमियम, एक मुश्त या वार्षिक किस्तों में दिया जा सकता है।

vi. समुद्री बीमा में जहाज बीमा के लिए आमतौर पर मियादी पालिसी का इस्तेमाल किया जाता है।

vi. व्यवसाय के मालिकों के लिए विश्वास बीमा अनिवार्य नहीं है।

viii. क्षतिपूर्ति अनुबंध सिद्धांत के पीछे इस बात को सुनिश्चित करना है कि बीमाकृत पक्ष बीमे से लाभ न कमा पाए।

10.5 बीमे के सिद्धान्त

बीमे के कुछ सिद्धान्त हैं जो बीमाकर एवं बीमाकृत के बीच बीमा अनुबंध पर लागू होते हैं। ये निम्न है :

i) पूर्ण सद्विश्वास : बीमा अनुबंध पारस्परिक विश्वास एवं सद्भावना के अनुबंध हैं। अनुबंध के दोनों पक्ष अर्थात् बीमाकार एवं बीमाकृत को चाहिए कि वह सभी आवश्यक सूचनाओं से एक दूसरे को अवगत कराए। उदाहरण के लिए जीवन बीमा कराते समय बीमाकृत को, बीमा कम्पनी को बता देना चाहिए यदि वह किसी ऐसी बीमारी से ग्रस्त है जो उसका जीवन ले सकती है। यदि वह ऐसा नहीं करता तथा बाद में पता चलता है कि बीमाकृत ऐसी बीमारी से पीड़ित था जो उसकी मृत्यु का कारण बनी तो बीमा कंपनी कोई दावा भुगतान करने के लिए बाध्य नहीं होगी।

ii) बीमोचित स्वार्थ : इसका अर्थ है बीमा विषय में वित्तीय अथवा धन सम्बन्ध हितों का होना। यदि बीमित सम्पत्ति के नष्ट होने से अथवा बीमित व्यक्ति के जीवन को हानि होने से बीमाकृत की व्यक्तिगत हानि होगी। अर्थात् यदि बीमित व्यक्ति के जीवन को हानि होने से बीमाकृत की व्यक्तिगत हानि होगी। एक व्यक्ति का किसी सम्पति में बीमा योग्यहित माना जायेगा यदि उसके सुरक्षित रहने से उसे वित्तीय लाभ हो रहा हो। जीवन बीमा में बीमा कराते समय बीमाकृत का बीमोचित स्वार्थ होना आवश्यक है। माना एक व्यक्ति ने अपनी पत्नी का बीमा कराया है। बाद में दोनों में तलाक हो जाता है तो इसका बीमा अनुबंध पर कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा क्योंकि अनुबंध के समय इस व्यक्ति का अपनी पत्नी के जीवन में बीमा योग्य हित था। समुद्री बीमा के मामले में संपत्ति की हानि अथवा क्षति के समय बीमा

योग्य हित का होना अनिवार्य है। अग्नि बीमा के अनुबंध में पालिसी लेते समय तथा संपत्ति की हानि अथवा क्षति के समय, अर्थात् दोनों समयों पर बीमा योग्य हित का होना अनिवार्य है।

iii) क्षतिपूर्ति : क्षतिपूर्ति शब्द का अर्थ है किसी व्यक्ति को उसी स्थिति में ला देना जिस में वह घटना के घटित होने से पहले था/थी। यह सिद्धांत अग्नि बीमा और सामुद्रिक बीमा में लागू होता है। यह जीवन बीमा में लागू नहीं होता क्योंकि जीवन समाप्ति के पश्चात पुनः जीवन नहीं दिया जा सकता। इस सिद्धांत का उद्देश्य यह है कि बीमाकृत को घटना के घटित होने पर बीमित वस्तु से कोई लाभ नहीं होना चाहिए। बीमित राशि अथवा वास्तविक हानि, दोनों में से जो भी कम हो उसी की क्षतिपूर्ति की जाती है।

iv) योगदान : एक ही बीमा वस्तु का एक से अधिक बीमाकारों से बीमा कराया जा सकता है। बीमा के दावों की जो क्षतिपूर्ति बीमाकृत को दी जानी है उसे सभी बीमाकारों से बीमित राशि के अनुपात में एकत्रित किया जायेगा।

v) प्रत्यासन : बीमा अनुबंध में प्रत्यासन का अर्थ है, बीमाकार ने यदि बीमाकृत को हुई क्षति की पूर्ति कर दी है तो बीमाकार को बीमा की विषयवस्तु के सम्बंध में वही अधिकार प्राप्त हो जायेंगे जो बीमाकृत को थे। माना Rs. 20000 की राशि का माल जल गया है लेकिन पूरी तरह से नहीं। ऐसे में यदि बीमा कम्पनी ने बीमाकृत की क्षतिपूर्ति कर दी है तो बीमा कम्पनी इस क्षति ग्रस्त सम्पति का अधिग्रहण कर इसे बेच सकती है।

vi) न्यूनीकरण : दुर्घटना होने पर बीमाकृत को चाहिए कि वह हुए बीमा की विषय वस्तु को होने वाली हानि अथवा क्षति को कम से कम करने का प्रयास करें। इसके लिए उसे हर सम्भव कदम उठाना चाहिए। यह सिद्धान्त यह सुनिश्चित करता है कि बीमाकृत, बीमा कराने के पश्चात बीमा वस्तु की सुरक्षा के प्रति लापरवाह न हो जाए। बीमाकृत इसी प्रकार से व्यवहार करता है मानो विषयवस्तु का बीमा कराया ही नहीं गया है।

vii) हानि का निकटम कारण : इस सिद्धान्त के अनुसार क्षति होने पर बीमाकृत को तभी क्षतिपूर्ति राशि मिलेगी जबकि हानि उसी कारण से हुई हो जिसके विरूद्ध बीमा कराया गया है। बीमा कराई गई जोखिम, हानि का निकटतम कारण होनी चाहिए, दूर का कारण नहीं। बीमा कम्पनी का तभी क्षति पूर्ति का दायित्व होगा। उदाहरण के लिए माना एक जहाज में संतरे भरे हुये है जिनका दुर्घटना के घटित होने पर होने वाली हानि के विरूद्ध बीमा कराया गया है। जहाज बन्दरगाह पर सकुशल पहुंच गया लेकिन माल उतारने में देरी हो गई। परिणाम स्वरूप संतरे सड़ गये। बीमा कम्पनी ने क्षति पूर्ति के रूप में कोई भुगतान नहीं किया क्योंकि हानि का निकटतम कारण संतरों का जहाज से उतारने में देरी थी न कि मार्ग में किसी दुर्घटना का होना।

पाठगत प्रश्न 10.4

उचित शब्द भरकर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. पूर्ण सद्विश्वास का सिद्धांत बीमाकर और बीमाकृत के बीच ——- पर आधारित है ।

ii. जीवन बीमा अनुबंध में बीमाकृत का ———— के समय बीमा योग्य हित होना चाहिए ।

iii. ——— सिद्धांत का उद्देश्य है कि बीमाकृत, बीमा अनुबंध से कोई लाभ नहीं कमा सके ।

iv. यदि बीमाकार दो या अधिक हैं तथा बीमा दावा राशि का किसी एक ने भुगतान कर दिया है तो अन्य बीमा को —— आधार पर उस बीमाकार, जिसने दावे का भुगतान किया है, को हिस्सा देना होगा ।

आपने क्या सीखा

- जोखिम, नुकसान या क्षति की संभावना है जो ऐसे कारणों से होती है जिन पर हमारा बहुत थोपढ़ा नियंत्रण होता है या जरा भी नियंत्रण नहीं होता। सभी व्यवसायिक गतिविधियों में अनिश्चित घटनाओं से नुकसान होने की आशंका बनी रहती है ।
- बीमा एक साधन है जिसके द्वारा प्रीमियम या किसी निश्चित शुल्क को देकर नुकसान या जोखिम को दूसरे पक्ष (बीमाकर्ता) पर डाला जा सकता है। जिस पक्ष का जोखिम बीमाकर्ता पर हस्तांतरित किया जाता है उसे बीमाकृत कहते हैं ।
- बीमा, बीमाकर्ता और बीमाकृत के बीच अनुबंध है जिसमें बीमाकर्ता, बीमाकृत से एक निश्चित रकम के बदले किसी निश्चित घटना (जैसे कि एक निश्चित आयु या मृत्यु) होने पर एक निश्चित रकम देता है या किसी नुकसान की स्थिति में उसकी भरपाई करता है ।
- बीमा का महत्व : बीमा एक व्यक्ति के नुकसान को कई लोगों में बांटने का एक सरल साधन है। वस्तुओं के बड़े पैमाने पर उत्पादन और राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय बाजार में उनके वितरण को देखते हुए बीमे का महत्व काफी बढ़ गया है। यह व्यावसायिक और औद्योगिक इकाइयों को सहायता प्रदान करता है। बीमा कंपनियां, बीमाकृत पक्षों से प्राप्त प्रीमियम को इकट्टा करके इसका निवेश प्रतिभूतियों में करती हैं, जिससे अंततः देश के विकास में मदद मिलती है। बीमा क्षेत्र में कई लोगों को रोजगार भी मिला हुआ है ।
- प्रकार : बीमा एक सेवा गतिविधि है जिसे मुख्य रूप से चार भागों में बांटा जा सकता है :

जीवन बीमा : आजीवन बीमा पालिसी, बंदोबस्ती बीमा पालिसी

अग्नि बीमा : समय पालिसी

सामुद्रिक बीमा : यात्रा बीमा पालिसी, मिश्रित बीमा पालिसी, अस्थायी बीमा पालिसी,

अन्य बीमा : मोटर वाहन बीमा, चोरी बीमा, विश्वास बीमा, व्यक्तिगत दुर्घटना तथा बीमारी बीमा, दायित्व बीमा, संपत्ति बीमा

पाठांत प्रश्न

1. व्यापारिक जोखिम से क्या तात्पर्य है?

2. बीमा की परिभाषा दीजिए।

3. बीमा क्यों महत्वपूर्ण है? दो कारण लिखिए।

4. बंदोबस्ती बीमा पालिसी का क्या अर्थ है?

5. यात्रा पालिसी क्या है?

6. जहाजी बीमा किसे कहते हैं?

7. स्पष्ट कीजिए कि बीमा, व्यापार और उद्योग जगत के लिए किस प्रकार सहायक है।

8. आजीवन पालिसी, बंदोबस्ती पालिसी से किस प्रकार भिन्न है?

9. मोटर वाहन बीमा और विश्वास बीमा में किस प्रकार के जोखिम का बीमा होता है?

10. समुद्री बीमा की क्या उपयोगिता है? आयातकों और निर्यातकों के लिए उपयोगी समुद्री बीमों का उल्लेख कीजिए।

11. एक व्यक्ति जो कैंसर से पीड़ित है और जीवन बीमा पालिसी लेते समय यह नहीं बताता है कि उसने कौन से सिद्धांत का उल्लंघन किया है। इसे लगभग 50 शब्दों में लिखे।

12. किस समय, बीमा योग्य हित होगा : (अ) जीवन बीमा में (ब) अग्नि बीमा में (स) समुद्री बीमा में।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

10.1 (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) सत्य (vi) सत्य

10.2 (i) हानि (ii) सुरक्षित महसूस करने (iii) प्रतिभूतियों (iv) औद्योगिक

10.3 (i) असत्य (ii) सत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य (vi) सत्य (vii) सत्य (viii) सत्य

10.4 (i) पारस्परिक विश्वास एवं सद्भावना (ii) अनुबंध (iii) क्षतिपूर्ति (iv) आनुपातिक

आपके लिए क्रियाकलाप

- छात्रों को यह कहा जा सकता है कि वे अपने इलाकों में उन दुकानदारों का पता लगाएं जिन्होंने आग से होने वाले नुकसान से रक्षा के लिए बीमा कराया है।
- छात्रों को यह कहा जा सकता है कि वे अपने पड़ोसी से पूछ कर पता लगाएं कि उनके क्षेत्र में कितने लोगों ने जीवन बीमा कराया है और जिन्होंने बीमा कराया है उनकी पालिसयां आजीवन है या बंदोबस्ती।

11. बाह्यस्रोतीकरण

बाह्यस्रोतीकरण ऐसा कार्य, प्रकार्य अथवा प्रक्रिया है जिसका निष्पादन आपकी कंपनी के कर्मचारियों द्वारा किया जा सकता था परन्तु इसके बजाय इसका अनुबंध (ठेका) एक विशिष्ट अवधि के लिए किसी अन्य पक्ष या संस्था को दिया गया। आपकी सचिव के प्रसूति अवकाश पर चले जाने पर किसी अस्थायी कर्मचारी से कार्य कराना बाह्यस्रोतीकरण नहीं है। इसके अलावा अन्य पक्ष द्वारा निष्पादित किए जाने वाले कार्य, कार्य-स्थल पर अथवा कार्य-स्थल से परे निष्पादित किए जा सकते हैं। बाह्यस्रोतीकरण का सर्वमान्य प्रतिमान जो आजकल समाचारों में है, के अनुसार बाह्यस्रोतीकरण का अर्थ है- कार्यों को विदेशी फर्मों (जैसे चीन) से कराना। इसे सामान्यतः अपतट कहा जाता है। इसके उदाहरण हैं- टेलीफोन काल सेंटर, तकनीकी सहयोग तथा कम्प्यूटर कार्यक्रमण। कार्य विशिष्टीकरण के अस्तित्व के साथ ही बाह्यस्रोतीकरण का उदय हुआ। विशिष्ट रूप से तैयार अपतट बाह्यस्रोतीकरण समाधानों ने व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण कार्य प्रणाली की आवश्यकताओं को जन्म दिया है। व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (BPO) का अभिप्राय है- किसी अन्य सेवा प्रदाता पक्ष को अनुबंधित करना। सामान्यतः व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण को लागत बचाने के एक उपाय के रूप में लिया जाता है ताकि एक कंपनी बाजार में अपनी स्थिति बनाए रख सके। इस अध्याय में आप व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण की संकल्पना तथा उसके महत्व और ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के बारे में पढ़ेंगे।

चित्र : टेलीफोन काल सेंटर, तकनीकि सहयोग तथा कम्प्यूटर कार्यक्रमण।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (BPO) की संकल्पना की व्याख्या कर सकेंगे;
- ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (KPO) की संकल्पना की व्याख्या कर सकेंगे;
- व्यवसाय प्रक्रिया और ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण की महत्वपूर्णता की व्याख्या कर सकेंगे और
- व्यवसाय प्रक्रिया और ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के बीच अंतर स्पष्ट कर सकेंगे।

11.1 व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण की संकल्पना

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण का अभिप्राय किसी ऐसे कार्य निष्पादन की जिम्मेदारी अन्य पक्ष को देना है जो अन्यथा आन्तरिक तंत्र अथवा सेवा के माध्यम से किया जा सकता था। उदाहरण के लिए एक बीमा कंपनी अपने दावा निपटान कार्यक्रम का बाह्यस्रोतीकरण कर सकता है। अथवा एक बैंक अपने ऋण प्रक्रियण प्रणाली का बाह्यस्रोतीकरण कर सकता है। कॉल सेन्टर तथा वेतन चिट्ठा बाह्यस्रोतीकरण, व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के माध्यम से कंपनियां अपनी लागत बचाने के लिए कुछ विशेष कार्य उस अन्य पक्ष को सौंप देती है जो वही कार्य कई कंपनियों के लिए करता है और बड़े पैमाने के उत्पादन की मितव्ययिताओं का लाभ उठाता है। संभवतः इससे लागत बचाई जा सकती है क्योंकि विभिन्न देशों में रहन सहन की लागतें भिन्न होने के कारण मजदूरी लागतें कम आती हैं।

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण प्रायः दो श्रेणियों में बांटा जाता है : पश्च कार्यालय बाह्यस्रोतीकरण जिसके अंतर्गत आंतरिक व्यावसायिक क्रियाकलाप जैसे बिल बनाना तथा माल क्रय संबंधी सेवाएं जैसे विपणन या तकनीकी सहायता आदि सम्मिलित है व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण ऐसे कौशलपूर्ण प्रभावशाली व लचीले माध्यम उपलब्ध कराता है जो व्यवसाय के उद्देश्यों को प्रभावी लागत व कार्य कुशल तरीके से प्राप्त करने में सहायता करते हैं। सामान्य शब्दों में कह सकते हैं कि व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक कंपनी अपनी कुछ व्यावसायिक क्रियाओं को कुछ शुल्क देकर किसी अन्य पक्ष को उन क्रियाओं से संबंधित संपूर्ण नियंत्रण सहित सौंप देती है। यह प्रचलन लागतों में काफी सीमा तक कमी करके लाभों को बढ़ाती है।

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण श्रेष्ठ ग्राहक संतुष्टि उपलब्ध कराने की ओर अग्रसर होता है जिससे ग्राहक धारण, उत्पादकता वृद्धि, प्रतिस्पर्द्धा का प्रभावी ढंग से सामना करना संभव होता है और परिमाणतः लाभोत्पादकता बढ़ाती है। व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के माध्यम से कई कार्य बाह्यस्रोत किए जा सकते है जैसे : कॉल/सहायता केन्द्र, चिकित्सा प्रतिलेखन, बिल बनाना, वेतन चिट्ठा प्रक्रियण, समंक प्रतिष्टि, सूचना प्रौद्योगिकी सेवाएँ, मानव संसाधन न क्रियाकलाप आदि। व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण को 'सूचना प्रौद्योगिकी समर्थ सेवा' भी कहा जाता है। परन्तु व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण द्वारा केवल सूचना प्रौद्योगिकी सेवाएं उपलब्ध कराना ही आवश्यक नहीं है।

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण को सरल रूप में इस प्रकार परिभाषित कर सकते हैं- " कम-महत्व वाली व्यावसायिक क्रियाओं अथवा उनके क्रियाकलापों को, संबन्धित लोगों तथा तंत्र सहित, लेना ताकि सेवा स्तर में सुधर लाया जा सके और लागतें कम की जा सकें। यह

चित्र : कॉल सहायता केन्द्र

प्रक्रिया को प्रचालन कार्यकुशलता व अनुकूल प्रतिक्रिया, ब्रांडिंग, ग्राहक संपर्क तथा संगठनात्मक उत्कृष्टता की ओर ले जाने में उपयोगी हैं।"

11.2 व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के गुण

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण का एक महत्वपूर्ण पहलू यह है कि यह संगठन के कार्यकारियों को उनके कुछ दैनिक प्रक्रिया प्रबंध उत्तरदायित्वों से मुक्त करने में सक्षम है। एक बार एक प्रक्रिया को सफलता पूर्वक बाह्यस्रोत करने पर, वे नए आगम उत्पादन क्रियाओं को खोजने तथा अन्य परियोजनाओं को बढ़ाने के लिए अधिक समय निकाल पाते हैं और अपने ग्राहकों पर ध्यान दे पाते हैं।

बाह्यस्रोतीकरण के द्वारा कंपनियां अपने पश्च कार्यालय प्रचालनों को तीसरी दुनिया के देशों से कराकर निम्नलिखित लाभ प्राप्त करती है :

i) लागतों में कमी : यह प्रक्रिया सुधार, पुनः अभियंत्रण तथा तकनीकी के प्रयोग से संभव होती है जिससे प्रशासनिक व अन्य लागतें कम होती हैं तथा नियंत्रण में आती है।

ii) कंपनी के मुख्य व्यवसाय पर ध्यान : दिन-प्रतिदिन के पश्च कार्यालय प्रचालनों पर ध्यान देने से मुक्त होकर प्रबंधक कंपनी के मुख्य व्यवसाय पर अधिक ध्यान दे पाते हैं।

iii) बाह्य विशेषज्ञता का उपयोग : व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण, कर्मचारियों की भर्ती तथा प्रशिक्षण के बजाय किसी अन्य कंपनी से विशेषज्ञ कार्य क्षेत्र सुनिश्चित करके आवश्यक मार्गदर्शन तथा कौशल का उपयोग करता है।

iv) ग्राहकों की लगातार बदलती मांग से निपट सकना : कई व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोत प्रदाता प्रबंधकों को लोचदार और मापनीय सेवाएं उपलब्ध कराते हैं ताकि ग्राहकों की बदलती आवश्यकताओं को पूरा किया जा सके और वे कंपनी क्रयण, कंपनी संघटन तथा संयुक्त उपक्रम का समर्थन करते हैं।

v) आगम वृद्धि की प्राप्ति : कम महत्व वाली प्रक्रियाओं का बाह्यस्रोतीकरण करके कंपनियां अपना ध्यान विक्रय वृद्धि, बाजार अंश वृद्धि, नए उत्पादों का विकास, नए बाजारों की ओर रूख तथा ग्राहक सेवाओं व संतुष्टि की ओर लगा सकती हैं।

11.3 ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण की संकल्पना

ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (KPO) एक नई सच्चाई है जो भारत में गति पकड़ रही है। सामान्य शब्दों में यह मूल्य श्रृंखला में ऊर्ध्वाभिमुख परिवर्तन है। पुरानी BPO कंपनियां जो मूल समर्थित अथवा ग्राहक देखभाल समर्थन सेवाएं प्रदान करती रही हैं, इस मूल्य श्रृंखला को ऊपर की ओर उठा रही है। "परंपरागत BPO जहां प्रक्रिया विशेषज्ञता पर जोर देती है, वही KPO में ज्ञान विशेषज्ञता पर जोर दिया जाता है।"

KPO उन ज्ञान सघन व्यवसाय प्रक्रियाओं में संलग्न है जिनके लिए विशिष्ट ज्ञान क्षेत्र विशेषज्ञता की आवश्यकता है। अतः प्रक्रिया विशेषज्ञता की बजाय व्यवसाय विशेषज्ञता उपलब्ध कराकर संगठनों को उच्च मूल्य दिए जाते हैं।

यह दावा किया जाता है कि KPO, व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (BPO) से एक कदम आगे है। ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के अनुकूल लाभों तथा भविष्य के कार्यक्षेत्र के कारण BPO उद्योग भी ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण का रूप ले रहा है। परन्तु इसे B के स्थान पर K के रूप में नहीं मानना चाहिए। वास्तव में, ज्ञान प्रक्रिया को इस प्रकार परिभाषित कर सकते है : "यह अतिरिक्त मूल्य प्रक्रिया श्रृंखला है जिससे उन उद्देश्यों की प्राप्ति संभव होती है जो संबंधित क्रिया में संलग्न व्यक्तियों की उच्च कुशलता, विशिष्ट ज्ञान व अनुभव पर निर्भर करते हैं। जब इस क्रिया का बाह्यस्रोतीकरण किया जाता है तो एक नई व्यवसायिक क्रिया का जन्म होता है जिसे सामान्यत: ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण कहते हैं।"

KPO,मूल्यांकन एवं निवेश अनुसंधान, पेटेंट फाइलिंग, कानूनी एवं बीमा आदि सेवाओं में संलग्न है। KPO को सामान्यतः इस प्रकार व्याख्या की जा सकती है- "ज्ञान केन्द्रित व्यवसाय प्रक्रियाओं का अपतट जिसके लिए विशिष्ट ज्ञान, क्षेत्र में रूचि रखने वाली विशेषज्ञता की आवश्यकता है।"

ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण तुलनात्मक रूप से उच्च स्तर के कार्यों को किसी बाह्य संगठन अथवा संगठन के भीतर ही एक भिन्न समूह (संभवतः किसी भिन्न भौगोलिक स्थिति वाले स्थान पर स्थित) को सौंपना है। अधिकांश निम्न स्तर के BPO कार्य किसी संगठन की कम महत्वपूर्ण सक्षमताओं तथा प्रविष्टि स्तर पूर्वापेक्षाओं, जैसे अंग्रेजी में प्रवीणता तथा कम्प्यूटर में कुशलता के लिए समर्थन प्रदान करते हैं। इसकी तुलना में ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण कार्य किसी संगठन की मुख्य सक्षमताओं से वर्गीय दृष्टि से एकीकृत है। इनमें अधिक कठिन कार्य संलग्न होते हैं और इनके लिए उच्चतर स्तर को डिग्री अथवा प्रमाण-पत्र की आवश्यकता होती है। KPO के उदाहरणों में लेखांकन, बाजार एवं कानूनी अनुसंधान, वैब डिजाइन तथा विषयवस्तु नव निर्माण सम्मिलित हैं।

KPO और BPO प्रायः अपतट बाह्यस्रोतीकरण करते हैं क्योंकि निगम कम पैसे वाली परियोजनाओं की खोज में उन देशों की कंपनियों को कार्य सौंपते हैं जहां मजदूरी लागत कम हो। क्योंकि KPO कार्यों से BPO कार्यों की अपेक्षा अर्थव्यवस्था को अधिक मुद्रा मिलती है, भारत जैसे देश इस उद्योग के विकास को काफी बढ़ावा दे रहे हैं।

चित्र : ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण की संकल्पना

11.4 ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के लाभ

i) पुनः अभियंत्रण लाभों में वृद्धि : पुनः अभियंत्रण का उद्देश्य निष्पादन के महत्वपूर्ण मापकों, जैसे-लागत, सेवा, किस्म तथा गति में अत्यधिक सुधार करना है। परन्तु कार्यकुशलता में वृद्धि की आवश्यकता के बीच प्रतिकूलता है। जैसे-जैसे कम महत्व वाले आंतरिक क्रियाकलापों

को निरंतर पीछे की सीट पर रखा जाता है, वैसे-वैसे कार्य-प्रणाली, कम उत्पादक तथा कम कार्यकुशल होती जाती है। इसलिए कम महत्व वाले क्रियाकलाप को सक्षम प्रदाता को बाह्यस्रोत करके एक संगठन बाह्यस्रोतीकरण के लाभ के रूप में पुनः अभियंत्रण के लाभ प्राप्त कर सकता है।

ii) उच्च श्रेणी की सामर्थ्य तक पहुँच : अच्छे और सक्षम प्रदाता तकनीक, मानव शक्ति तथा कार्यप्रणाली में अत्यधिक निवेश करते हैं। वे एक जैसी चुनौतियों का सामना करने वाले कई सेवार्थियों के साथ कार्य करके विशेषज्ञता प्राप्त करते है। विशिष्टीकरण एवं विशेषज्ञता का यह संयोजन ग्राहकों को प्रतिस्पर्द्धात्मक लाभ सुनिश्चित करता है तथा तकनीकी क्रय व प्रशिक्षण लागतों से बचाता है।

iii) रोकड़ प्रविष्टण : बाह्यस्रोतीकरण में प्रायः संपत्तियों का हस्तांतरण ग्राहक से प्रदाता को होता है। चालू प्रचालनों में उपयोग होने वाले मूल्यवान उपकरण, वाहन, सुविधाएँ तथा लाइसेंस सेवा प्रदाता को बेच दिए जाते हैं। सेवा प्रदाता इन संपत्तियों का उपयोग सेवार्थी को सेवाएँ वापिस देने में करता है। संपत्तियों की बिक्री से ग्राहक को महत्वपूर्ण रोकड़ भुगतान, जो संपत्ति के मूल्य पर निर्भर है, प्राप्त होता है। इन संपत्तियों को प्रायः पुस्तकीय मूल्य पर बेचा जाता है। सामान्यतः पुस्तकीय मूल्य, बाजार मूल्य से अधिक होता है। जिसका भुगतान स्वार्थी द्वारा अनुबंध अवधि में सेवाओं के मूल्य के रूप में किया जाता है।

iv) संसाधनों का अनुकूलतम उपयोग : प्रत्येक संगठन के पास सीमित संसाधन उपलब्ध होते हैं। बाह्यस्रोतीकरण एक संगठन को अवसर देता है कि वह अपने संसाधनों, अधिकांशतः मानवीय संसाधनों को कम महत्व वाली क्रियाओं से उन क्रियाओं की ओर पुनर्निर्देशित करे जिनसे ग्राहकों की मुख्य आवश्यकताओं को पूरा किया जा सके। सगंठन इन मानवीय संपत्तियों को पुनर्निर्देशित कर सकते हैं या कर्मचारियों को उन स्थानों पर तैनात कर सकते हैं जहाँ अधिक मूल्यवर्द्धित क्रियाएँ संपन्न की जानी हैं। जिन लोगों की ऊर्जा अभी तक आंतरिक क्रियाओं पर केन्द्रित थी अब वह बाह्य क्रियाओं, अर्थात ग्राहकों पर केन्द्रित की जा सकेगी।

v) कठिन समस्याओं का समाधान : बाह्यस्रोतीकरण निश्चित रूप से उन कठिन क्रियाओं के प्रबंध की समस्या के हल का एक विकल्प है जिनके लिए मुख्य तकनीकी कुशलता की आवश्यकता है। बाह्यस्रोतीकरण के बारे में यह स्मरणीय है कि यह न तो प्रबंधकीय उत्तरदायिव के त्याग का संकेतक है और न ही कंपनी की महत्वपूर्ण और अचानक उपजी समस्याओं का हल है। हालांकि, एक कंपनी अपनी उन कठिन समस्याओं को बाह्यस्रोत कर सकती है जिन्हें वह उचित समझती है, क्योंकि यदि कोई संगठन अपनी आवश्यकताओं को नहीं समझ पाता, वह उन्हें बाह्य प्रदाता को भी नहीं समझा सकता।

vi) मुख्य व्यवसाय पर ध्यान : बाह्यस्रोतीकरण एक कंपनी को अवसर देता है कि वह कम महत्व वाले प्रचालन क्रियाकलापों को किसी बाह्य विशेषज्ञ से कराए और

अपना ध्यान मुख्य व्यवसाय पर लगाए। इन कम महत्व वाले क्षेत्रों पर ऊर्जा खर्च करने की बजाय एक कंपनी अपने संसाधानों को ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूर्ण करने में लगा सकती है।

vii) वित्तीय संसाधनों का सर्वोतम उपयोग : पूँजी निधि हेतु अधिकांश सगंठनों के बीच अधिक प्रतिस्पर्द्धा है। वरिष्ठ प्रबंध सदैव इस चिंता में रहता है कि पूँजी निधि को कहाँ निवेश करने का निर्णय लिया जाए। प्रायः कम महत्व वाले पूँजी निवेश के औचित्य का निरूपण करना काफी कठिन होता है, जब उसी धनराशि के लिए वस्तु अथवा सेवा के उत्पादन के बारे में निर्णय लेना हो। इस संदर्भ में कम महत्व वाले क्रियाकलापों में पूँजी निवेश की आवश्यकता को बाह्यस्रोतीकरण कम कर सकता है। बाह्यस्रोतीकरण द्वारा एक कंपनी कम महत्व वाले पूँजी निवेश से 'समता पर प्रत्याय' दर्शाने की आवश्यकता का उन्मूलन करके निश्चित वित्तीय परिमाणों को सुधार सकती है।

viii) लागत में कमी : जो कंपनियां स्वयं ही सब कुछ करने का प्रयास करती हैं वे सामान्यतः अनुसंधान, विकास, विपणन व तैनाती पर अधिक खर्चे करती हैं और इन सबका बोझ अंततः ग्राहक पर ही पड़ता है। एक कंपनी बाह्यस्रोतीकरण से अपनी लागतें कम कर सकती है। क्योंकि बाह्य सेवा प्रदाता को उपलब्ध कम लागत ढांचा, बड़े पैमाने की मितव्ययिताएँ, विशिष्टीकरण पर आधारित अन्य लाभों के कारण कंपनी अपनी प्रचालन लागतें घटा सकती है और अपनी प्रतिस्पर्द्धात्मक शक्ति बढ़ा सकती है।

ix) न्यूनतम जोखिम : संगठनों द्वारा किए गए निवेश के साथ काफी बड़े जोखिम भी जुड़े रहते हैं। बाजार, प्रतियोगिता, वित्तीय स्थिति, सरकारी नियम तथा प्रोद्योगिकी, लगातार बदलते रहते हैं। इन परिवर्तनों के साथ कार्य करते रहना काफी जोखिमपूर्ण होता है, विशेषकर उनके साथ, जिनमें अगले उत्पादन के लिए महत्वपूर्ण निवेश की आवश्यकता हो। हालांकि बाह्यस्रोतीकरण में प्रदाता, एक नहीं बल्कि अनेक सेवार्थियों के लिए निवेश करता है जिससे बँटे हुए निवेश से जोखिम का भी बिखराव हो जाता है और कंपनी द्वारा उठाया जाने वाला जोखिम काफी कम किया जा सकता है।

11.5 ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण एवं व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण में अंतर

ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (KPO)	व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (BPO)
KPO में विशिष्ट क्षेत्र के ज्ञान की विशेषता आवश्यक है। वे अत्यंत कुशल व व्यवसाय कार्यों में लगे हैं जिनके लिए अनुभव आवश्यक है।	BPO उद्योग का आकार, मात्र एवं सामर्थ्य अधिक है।
बाह्यस्रोत किए जाने वाले क्षेत्र जैसे- वकील, चिकित्सक, प्रबंधक ओर कुशल अभियंता आदि के लिए उच्च ज्ञानवान कर्मचारियों की आवश्यकता होती है।	BPO श्रम के लिए आग्रह करता है और इसके लिए कम कुशल कर्मचारी आवश्यक है।
KPO कर्मचारी अधिक योग्यता रखते हैं, इसलिए इनका वेतन काफी अधिक होता है।	BPO कर्मचारी का वेतन तुलनात्मक रूप से कम होता है।
KPO जटिल क्षेत्रों जैसे, कानूनी सेवाएं, व्यवसाय व बाजार अनुसंधान आदि पर गहन अध्ययन, विशेषज्ञता और विश्लेषण	BPO ग्राहक देखभाल, अभिव्यक्ति प्रक्रियाओं माध्यम से तकनीकी समर्थन, टेली-मार्केटिंग तथा विक्रयण आदि सेवाएँ

जैसी सेवाएँ उपलब्ध कराता है।	उपलब्ध कराता है।
KPO में उत्कृष्ट पृष्ठभूमि वाले ज्ञानवान कर्मचारियों की कुशलता तथा विशेषज्ञता संलिप्त होती है।	BPO के लिए व्यवहारिक उपयोग, व्यवसाय की समझ तथा मनोभावों के विश्लेषणात्मक रूझान आवश्यक हैं। इसमें कर्मचारी बहुत अधिक योग्य नहीं होते क्योंकि BPO का मुख्य जो संप्रेषण कौशल पर होता है।

पाठगत प्रश्न11.1

I.रिक्त स्थान भरिए।

i. किसी उत्पाद का बाह्यस्रोतीकरण तुलनात्मक रूप से सरल होता है, क्योंकि उत्पाद सामान्यतः ———— रखता है।

ii. ———- एक प्रक्रिया है जिसमें ग्राहक अपने कार्य को किसी भिन्न स्थान पर संपन्न करने के लिए भेजते हैं।

iii. एक कंपनी के अभिलेखों को कागजी रूप से इलैक्ट्रानिक रूप में परिवर्तित करना ——— कहलाता है।

iv. BPO को वर्गीय दृष्टि से दो श्रेणियों में बाँटा जाता है : ———— व ——।

II. निम्नलिखित कथनों में से सत्य अथवा असत्य बताइये :

i.पश्च कार्यालय प्रक्रियाओं में, BPO कर्मचारियों का ग्राहकों से बातचीत करना आवश्यक है।

ii. पुकार प्रक्रियाओं की अपेक्षा पश्च कार्यालय प्रक्रियाओं में संप्रेषण स्तर उच्च होता है।

iii. कॉल सेन्टरों में परामर्शदाताओं के पास ग्राहकों हेतु सामान्यतः तथ्यात्मक लेखांकन सूचनाएं होती है।

iv. कंपनियाँ महत्वपूर्ण तथा अनिवार्य प्रक्रियाओं से बाह्यस्रोतीकरण की शुरूआत करती है।

v. व्यवसाय की उत्पादकता तथा यथार्थता को बढ़ावा, बाह्यस्रोतीकरण के मुख्य कारण है।

III. बहुविकल्पीय प्रश्न :

i. निम्नलिखित में से कौन सी क्रिया KPO से होने वाला लाभ नहीं है :

(क) संसाधनों का अनुकूलतम उपयोग

(ख) केवल एक समस्या का हल

(ग) मुख्य व्यवसाय पर ध्यान

(घ) विभिन्न समस्याओं का हल

ii. KPO का पूरा नाम क्या है?

(क) Knowledge Process outsourcing

(ख) Know Process outsourcing

(ग) Knowledge Pure outsourcing

(घ) Knowledge Process overseas

iv. किसी उत्पाद का निम्न में से क्या निश्चित न होने पर, बाह्यस्रोतीकरण में कठिनाई आती है?

(क) आकृति

(ख) आकार

(ग) स्पर्श अनुभव

(घ) मूल्य

आपने क्या सीखा

- किसी विशिष्ट व्यावसायिक कार्य, जैसे वेतन चिट्ठा को किसी अन्य सेवा प्रदाता को सौंपने के लिए अनुबंध करना, व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण (BPO) कहलाता है। सामान्यतया एक कंपनी किसी कार्य पर अपनी लागतें बचाने के लिए BPO को कार्यान्वित करती है, परन्तु यह कंपनी की बाजार स्थिति बनाए रखने पर निर्भर नहीं करता। BPO के लाभ हैं : लागत में कमी, मुख्य व्यवसाय पर ध्यान केन्द्रण, बाह्य विशेषज्ञता आदि।
- KPO में ज्ञान गहन व्यवसाय प्रक्रियाओं का अपतट सम्मिलित है, जिसके लिए विशिष्ट कार्यक्षेत्र की विशेषज्ञता आवश्यक है। अतः KPO व्यवसाय को केवल प्रक्रिया विशेषज्ञता के बजाय व्यवसाय विशेषज्ञता उपलब्ध कराकर उच्च मूल्य प्रदान करता है। KPO के लाभ : पुनः अभियंत्रण लाभों को बढ़ाना, उच्च श्रेणी की सक्षमताओं तक पहुँच, जटिल क्रियाकलापों से निपटना, मुख्य व्यवसाय पर ध्यान, दीर्घावधि हेतु निधि उपलब्ध कराना आदि।
- दोनों में मुख्य अंतर यह है कि BPO श्रम के लिए आग्रह करता है और इसके लिए कम कुशलता वाले कर्मचारियों की आवश्यकता होती है, जबकि KPO में बाह्यस्रोत किए जाने वाले क्षेत्र में उच्च ज्ञान जैसे- वकील, चिकित्सक, प्रबंधक और कुशल अभियंताओं की आवश्यकता होती है।

पाठांत प्रश्न

1. बाह्यस्रोतीकरण से आप क्या समझते हैं।

2. व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण को परिभाषित कीजिए। इसके लाभ क्या हैं?

3. ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण से क्या अभिप्राय है? इसके लाभों का वर्णन कीजिए।

4. व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण तथा ज्ञान प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण में अंतर कीजिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

11.1 I. (i) आकृति, आकार, स्पर्श अनुभव (ii) अपतट (iii) समंक प्रविष्टि कार्य

(iv) पश्च कार्यालय व अग्र कार्यालय बाह्यस्रोतीकरण

II. (i) असत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य

III. (i) घ (ii) क (iii) घ

आपके लिए क्रियाकलाप

- समीप के एक BPO तथा एक KPO केन्द्र में जाएं और प्रत्येक के द्वारा किये जाने वाले क्रियाकलापों का पता लगाएं।
- समीप की किसी कंपनी में जाकर पता लगाएं कि उसने किन-किन सेवाओं का बाह्यस्रोतीकरण किया है।

पाठ्यक्रम IV

अधिकतम अंक20 अध्ययन के घंटे 45

क्रय, विक्रय तथा वितरण

आज के व्यावसायिक जगत में अधिक के कारण बाजार में विक्रय तथा वितरण की प्रभावी प्रणाली की आवश्यकता है।

आधुनिक तकनीक ने विक्रय तथा वितरण प्रणाली में क्रांतिकारी परिवर्तन ला दिया है तथा आज के व्यावसायिक जगत को विश्व स्तरीय बाजार बना दिया है। इन दिनों एक देश में विकसित सामान तथा सेवाएं दूसरे देशों में उपलब्ध हैं। यह पाठ्यक्रम शिक्षार्थियों में विज्ञापन तथा विक्रय संवर्धन के विभिन्न तरीकों के उपयोग द्वारा आधुनिक व्यावसायिक जगत में वस्तुओं तथा सेवाओं के क्रय, विक्रय तथा वितरण की प्रक्रिया को समझाने के उद्देश्य से तैयार किया गया है।

पाठ 12 : क्रय तथा विक्रय

पाठ 13 : वितरण के माध्यम

पाठ 14 : खुदरा व्यापार

पाठ 15 : विज्ञापन

पाठ 16 : विक्रय संवर्धन तथा व्यक्तिगत विक्रय

12. क्रय एवं विक्रय

दैनिक जीवन में विभिन्न आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए हमें विभिन्न प्रकार की वस्तुओं की जरूरत पड़ती है। उदाहरण के लिए आपको नाश्ते के लिए दूध, ब्रैड आदि की आवश्यकता होती है। आपको पहनने के लिए कपड़े, सवारी के लिए साइकिल तथा रोगमुक्त होने के लिए दवाइयों की आवश्यकता होती है तथा मनोरंजन के लिए आप फिल्म देखना चाहते हैं। यह सब कुछ आपको कैसे मिलेगा? इन सभी का बाजार में विक्रय होता है और आप अपनी आवश्यकतानुसार उन्हें क्रय कर सकते हैं। इसी प्रकार व्यवसाय में व्यावसायिक उद्यम भी उत्पादन के लिए कच्चा माल और मशीनों का और कार्यालय परिसर के लिए भूमि, भवन, फर्नीचर, लेखन सामग्री, कम्प्यूटर इत्यादि का क्रय करते हैं। साथ ही व्यावसायिक उद्यम स्व-उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं के विक्रय में भी संलग्न हैं।

इस प्रकार हम आपने आसपास क्रय और विक्रय जैसी आवश्यक क्रियाओं को घटित होते हुए देखते हैं। आइए, इस पाठ में इनके बारे में और अधिक जानें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- क्रय और विक्रय की परिभाषा दे सकेंगे;
- व्यवसाय में "विक्रय की अवधारणा" की व्याख्या कर सकेंगे;
- विक्रय की विभिन्न पद्धतियों तथा क्रय की विधियों का वर्णन कर सकेंगे; और
- विक्रय प्रक्रिया तथा उसमें प्रयोग होने वाले प्रलेखों पर टिप्पणी कर सकेंगे।

12.1 क्रय एवं विक्रय का अर्थ

क्रय वह प्रक्रिया है, जिसमें एक व्यक्ति नकद भुगतान कर कुछ वस्तुओं अथवा संपत्तियों का हस्तांतरण अपने नाम पर करवाता है। इसमें एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति से नकद भुगतान पर, सेवाएं प्राप्त करना सम्मिलित है। इसी प्रकार विक्रय रोकड़ के भुगतान द्वारा अथवा उधार पर एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को किन्हीं वस्तुओं अथवा संपत्तियों के हस्तांतरण की प्रक्रिया है। यदि किसी व्यक्ति को रोकड़ अथवा उधार पर सेवा की सुविधा भी उपलब्ध करवाई जाए तो वह भी विक्रय कहलाता है।

इस प्रकार क्रय व विक्रय सदा साथ-साथ चलते हैं। जब भी कोई क्रय होता है तो विक्रय भी होगा और विक्रय होने पर क्रय का होना अवश्यम्भावी है। प्रत्येक क्रय व विक्रय में दो पक्ष होते हैं- पहला पक्ष जो विक्रय करता हो 'विक्रेता' कहलाता हो और दूसरा पक्ष जो क्रय करता है 'क्रेता'।

चित्र : पहला पक्ष जो विक्रय करता है 'विक्रेता' कहलाता है और दूसरा पक्ष जो क्रय करता है 'क्रेता'।

आइए एक उदाहरण लें- आपके मुहल्ले में रमेश एक दुकानदार है। वह नकद भुगतान कर शहर के एक थोक व्यापारी से सिलेसिलाए वस्त्र लेकर आता है। यहां वह थोक व्यापारी, 'विक्रेता' है और रमेश 'क्रेता'। रमेश इन वस्त्रों को अपनी दुकान पर लाता है आप दुकान पर जाते है। और रमेश को नकद भुगतान कर अपने लिए एक कमीज खरीद लेते हैं। अब यहां रमेश 'विक्रेता' है और आप 'क्रेता'। इस प्रकार हम प्रत्येक क्रय और विक्रय में यह पाते हैं कि 'क्रेता' 'विक्रेता' को वस्तुओं और सेवाओं के उपयोग अथवा उपभोग के लिए क्रय करते समय रोकड़ भुगतान करता है और बदले में विक्रेता फन वस्तुओं अथवा सेवाओं पर अपना अधिकार क्रेता के पक्ष में हस्तांतरित कर देता है। इस प्रक्रिया में क्रेता या तो मूल्य का भुगतान उसी समय कर देता है या फिर बाद में।

चित्र : थोक व्यापारी विक्रेता

क्रय एवं विक्रय की अवधारणा

आप सभी जानते हैं कि व्यवसायी अन्य लोगों के उपयोग के लिए ही वस्तुओं एवं सेवाओं का उत्पादन करते हैं। लोग मूल्य देकर उनका क्रय करते हैं और इस प्रकार व्यवसायी उनसे धन अर्जित करते हैं। मुख्य बात यह है कि यह धन उन वस्तुओं और सेवाओं के उत्पादन पर व्यय किए गए धन से अधिक हो। इसी गकार से एक व्यवसाय में लाभ कमाया जा सकता है। लाभ व्यवसायी के लिए जोखिम उठाने का पारितोषिक है और साथ ही उसके द्वारा निवेशित पूँजी का प्रतिफल भी है। इसलिए यह आवश्यक है कि व्यवसायी द्वारा उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं को बेचा जाए। अतः व्यवसाय को गतिमान रखने व समय के साथ उन्नत करने के लिए भी वस्तुओं का विक्रय आवश्यक है। क्रेता द्वारा क्रय करने से पूर्व निम्नलिखित का ध्यान रखना आवश्यक है : (i) अपनी आवश्यकताओं का पता लगाना। (ii) वस्तुओं/सेवाओं की सूची बनाना। (iii) मूल्य व्यय क्षमता। (iv) सामाजिक तथा सांस्कृतिक पहलू।

वस्तुओं व सेवाओं को विक्रय योग्य बनाने के लिए उनके उत्पादन से पूर्व भी कुछ कार्यवाही करनी आवश्यक

होती है।

i. यह आवश्यक है कि लोगों की पसंद व आवश्यकताओं की पहचान की जाए और उसके अनुसार उत्पादों व सेवाओं की परिकल्पना की जाए।

ii. यह आवश्यक है कि उपभोक्ता सदैव अपनी क्रय की हुई वस्तु से संतुष्टि प्राप्त करे, इसलिए उत्पाद एवं सेवाओं की गुणवत्ता में सतत सुधार की ओर भी उत्पादक को प्रयासरत रहना चाहिए।

iii. उत्पादक को वस्तुओं तथा सेवाओं की सुगम उपलब्धता भी सुनिश्चित करनी चाहिए।

iv. वस्तुओं और सेवाओं का मूल्य उपभोक्ता की पहुंच में होना चाहिए।

v. उपभोक्ता को उत्पाद विशेष के गुणों तथा उपयोगो की जानकारी विक्रय से पूर्व व पश्चात दोनों समय उपलब्ध करवानी चाहिए।

उपर्युक्त सभी क्रियाएं समग्र रूप से व्यवसाय का विपणन कार्य कहलाती हैं। विक्रय एक कार्य के रूप में विपणन से भिन्न है, जबकि यह विपणन का ही एक भाग है।

पाठगत प्रश्न 12.1

कोष्ठक में दिए गए शब्दों में से उपयुक्त शब्दों का चुनाव कर रिक्त स्थान भरिए :

i. विक्रय एवं ——— दोनों का प्रयोग साथ-साथ होता है। (बाजार, क्रय, एक दुकान)

ii. प्रत्येक विक्रय एवं क्रय में ——— विक्रेता का धन का भुगतान करता है। (दुकानदार, क्रेता, उत्पादक)

iii. व्यवसायी ——— कमाता है, क्योंकि लोग उसकी वस्तुओं और सेवाओं का मूल्य चुकाते हैं। (लाभ, धन, अधिलाभ)

iv. वस्तुओं को उपभोक्ता द्वारा चुकाए जा सकने वाले मूल्य पर उपलब्ध करवाना ——- कार्य है। (विक्रय, विपणन, वितरण)

v. सभी क्रियाएं, जो वस्तुओं व सेवाओं के प्रवाह को उत्पादक से उपभोक्ता की ओर निर्देशित करती हैं ———- का भाग है। (वितरण, परिवहन, विक्रय)

12.2 नकद एवं उधार क्रय तथा विक्रय

क्रय तथा विक्रय नकद अथवा उधार हो सकता है। यदि क्रेता द्वारा सुपुर्दगी लेते समय ही मूल्य का भुगतान कर दिया जाता है तो यह नकद क्रय कहलाता है। यदि सुपुर्दगी के समय, क्रेता भुगतान करने में असमर्थ है तथा विक्रेता से कुछ समय, उदाहरणार्थ 15 अथवा 30 दिन, प्रदान करने हेतु अनुरोध करता है तो यह उधार क्रय कहलाता है।

आज के प्रतिस्पर्द्धात्मक वातावरण में विक्रेता केवल नकद पर ही निर्भर नहीं रह सकता। उधार माल बेचते समय विक्रेता को, क्रेता का विश्वसनीयता तथा भुगतान क्षमता सुनिश्चित कर लेनी चाहिए।

12.3 क्रय की पद्धतियाँ

क्रय और विक्रय के विषय में कुछ जानकारी प्राप्त करने के पश्चात आइए अब हम वस्तुओं के क्रय में प्रयोग होने वाली विभिन्न पद्धतियों के विषय में सीखें। वस्तुओं का क्रय या तो उनके व्यक्तिगत निरीक्षण द्वारा किया जा सकता है अथवा नमूना परीक्षण द्वारा। इसके अतिरिक्त उपभोक्ता वस्तु के विवरण अथवा ब्रांड नाम के आधार

पर भी उसके क्रय का निर्णय ले सकता है। आइए, क्रय की विभिन्न पद्धतियों के विषय में और सीखें।

i) निरीक्षण द्वारा क्रय : यदि आप कोई कमीज, पेन या सब्जी खरीदना चाहते हैं तो आप पास की संबंधित दुकान पर जाकर कमीज, पेन या सब्जी की स्वयं जाँच करेंगे। यह क्रय का सबसे प्रचलित तरीका है, जिसे निरीक्षण द्वारा क्रय कहते हैं। इसमें क्रेता स्वयं दुकान पर जाकर उस वस्तु विशेष या उसकी पूरी मात्रा की जांच करता है, जिसे वह खरीदने की योजना बनाता है। क्रय की यह पद्धति फुटकर क्रय में सर्वाधिक प्रयोग में आती है।

ii) नमूना परीक्षण द्वारा क्रय : जब आप बड़ी मात्रा में वस्तुएं खरीदते हैं तो सभी वस्तुओं का निरीक्षण संभव नहीं होता। ऐसे में आप उसके किसी भाग या नमूने या प्रतिरूप की जांच कर, क्रय का निर्णय लेते हैं। एक नमूना, वस्तु विशेष की प्रतिकृति ही होता है, विशेषरूप से कच्चेमाल, भोज्य पदार्थ आदि की। वह प्रतिकृति पूरे उत्पाद का प्रतिनिधित्व करती है। उसकी गुणवत्ता उस पूरी खेप की गुणवत्ता बताती है। इसी प्रकार से प्रतिमान, निर्मित मानक वस्तुओं जैसे कपपढ़ा, नारियल के गद्दे आदि का नमूना होता है। यह उस पूरे उत्पाद के रंगो, बनावट आदि को बताता है। इस पर कोड नम्बर भी होता है। उन कोड नम्बरों को आर्डर देते समय उद्धृत किया जा सकता है। क्योंकि दोनों पक्ष उस नमूने या पैटर्न की गुणवत्ता वाली वस्तु के क्रय विक्रय के लिए सहमति प्रदान करते हैं।

iii) उत्पाद का ब्रांड या विवरण द्वारा क्रय : कुछ परिस्थितियों में विक्रेता द्वारा संभावित क्रेता को नमूना दिखाना संभव नहीं होता। उदाहरणार्थ फर्नीचर का उत्पादक अपने उत्पाद के नमूने को लेकर संभावित क्रेता की खोज में घूम नहीं सकता। इसके बदले वह अपने उत्पाद को प्रदर्शित करने वाला एक सूचीपत्र व मूल्य विवरणिका, जो कि उसके द्वारा बनाए गए फर्नीचर का पूरा विवरण विस्तार से देते हैं, संभावित क्रेता को भेजता है या दिखाता है। कभी-कभी उत्पाद, मानक उत्पाद होते हैं, जिनकी गुणवत्ता तथा मूल्य निर्धारित होते हैं। उन्हें उत्पाद संख्या या नाम दे दिए जाते हैं और वह उन्हीं नामों से प्रसिद्ध हो जाते है जैसे- सर्फ, धारा, लाइफबॉय, फेविकोल, पेप्सोडेंट आदि। यहां क्रेता को वस्तु क्रय का आदेश देते समय केवल ब्रांड का नाम या उत्पाद का विवरण देना ही पर्याप्त होता है।

12.4 विक्रय की विधियां

क्रय करने से पहले कई बार हमें यह पक्की जानकारी नहीं होती की वस्तु विशेष हमें कहां उपलब्ध होगी या इसका भुगतान हम कैसे करेंगे। यदि हम बिजली के सामान की एक दुकान में जाएं तो दुकानदार हमसे वस्तु के मूल्य के रोकड़ भुगतान की आशा करेगा। लेकिन वह वस्तु, जो एक क्रेता खरीदना चाहता है, यदि महंगी है, जैसे मान लीजिए माइक्रोवेव ओवन। हो सकता है, क्रेता एक साथ इसके मूल्य के भुगतान में सक्षम नहीं हैं तो यह संभव है कि विक्रेता उन्हें कुछ मूल्य का भुगतान तुरंत तथा शेष का किश्तों में

भुगतान करने की अनुमति दे। आपको सड़क पर लगा हुआ बैनर भी देखने को मिल सकता है, जिसमें रविवार को होने वाले फर्नीचर की नीलामी के बारे में लिखा हो। आप नीलामी में भाग ले सकते हैं और अपनी पसन्द की वस्तु के लिए बोली लगा सकते हैं। आपने शायद सरकार द्वारा व्यवसायियों से किसी वस्तु विशेष के लिए निविदा आमंत्रित करने वाली सूचनाएं भी पढ़ी होगी। ये सभी विक्रय की विधियां हैं, जिनके विषय में अब हम विस्तार से पढ़ेंगे।

i) किराया क्रय पद्धति : किराया क्रय पद्धति द्वारा विक्रय में क्रय मूल्य का भुगतान किश्तों में किया जाता है। लेकिन वस्तुओं के पूरे मूल्य के भुगतान तक वस्तुओं को किराए पर ही माना जाता है। दूसरे शब्दों में चाहे वस्तुओं की सुपुर्दगी क्रेता को दे दी जाती है, लेकिन इसके स्वामित्व का अधिकार विक्रेता के पास ही रहता है और जो मूल्य उपभोक्ता द्वारा चुकाया जाता है उसे किराया माना जाता है। यदि कोई क्रेता किसी किश्त के भुगतान में चूक जाता है, तो विक्रेता अपनी वस्तु की वापसी की मांग कर सकता है। ऐसे चूककर्ता के विरूद्ध कानूनी कार्यवाही कर अपने नुकसान का हर्जाना प्राप्त कर सकता है। यहां यह भी जानने योग्य है कि क्रेता को यह पूरा अधिकार है कि वह किश्त भुगतान की अवधि के बीच में भी जब चाहे वस्तु के पूरे मूल्य का भुगतान कर वस्तु का स्वामित्व ले सकता है। क्रय की यह पद्धति टिकाऊ व बहुमूल्य वस्तुओं जैसे- घर, जमीन एवं मशीनों इत्यादि के क्रय में प्रयोग की जाती है।

ii) आस्थगित (बिलंबित) किश्त विक्रय : जब वस्तुएं बेच दी जाती हैं और उनके मूल्य का भुगतान किश्तों द्वारा करने का समझौता हो जाता है तो ऐसे विक्रय को आस्थगित किश्त विक्रय कहते हैं। इस प्रकार के क्रय में यदि क्रेता किश्त का भुगतान करने में चूक जाता है तो विक्रेता उससे वस्तु वापिस नहीं मांग सकता, क्योंकि विक्रय के समय जब पहली किश्त का भुगतान होता है तभी स्वामित्व का हस्तांतरण हो जाता है। विक्रेता केवल न्यायालय में क्रेता के विरूद्ध भुगतान की बची हुई राशि के लिए दावा कर सकता है।

iv) अनुमोदन पर विक्रय : अनुमोदन पर विक्रय मूलतः सशर्त बिक्री होती है। इस प्रकार के विक्रय में क्रेता, वस्तुओं को मूल्य देकर इस शर्त पर क्रय करता है कि यदि वस्तुएं उसकी आवश्यकता के अनुरूप नहीं हुई तो वह वस्तुओं को वापस कर मूल्य को वापस ले लेगा। इसके लिए एक समय सीमा निश्चित होती है तथा पूरा माल अथवा उसका कोई भाग लौटाया जा सकता है। यदि निर्धारित समय में क्रेता, विक्रेता को अपना निर्णय नहीं बताता है तो यह माना जाएगा कि वस्तु का विक्रय हो गया है। कभी-कभी विक्रय की इस पद्धति में कुछ परिवर्तन भी किया जाता है। वस्तुओं को क्रेता के पास पसन्द करने के उद्देश्य से भेज दिया जाता है। यदि वह उन्हें पसन्द कर लेता है तो उनके मूल्य का भुगतान कर देता है अन्यथा वस्तुओं को लौटा देता है और उस पर कोई देनदारी भी नहीं बनती है।

iv) निविदा के माध्यम से विक्रय : विक्रय को यह प्रणाली साधारणतः बड़े संगठनों अथवा सरकारी कार्यालयों में अपनाई जाती है, जहां बड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय होता है तथा उसमें बड़ी मात्रा में पूंजी लगती है। निविदा में लिखित विक्रय की शर्तो के अनुसार माल की आपूर्ति करने का वचन होता है। विक्रय की इस प्रणाली में क्रेता द्वारा निविदाएं आमंत्रित की जाती हैं। इसके प्रत्युत्तर में विभिन्न आपूर्ति कर्ता अपनी आपूर्ति की शर्ते भेजते हैं। सर्वाधिक प्रतियोगी एवं अनुकूल शर्तो वाले आपूर्ति कर्ता का चयन किया जाता है। निविदाओं के आमंत्रित करने के लिए समाचार पत्रों में विज्ञापन अथवा सूचना प्रकाशित की जाती है, जिसमें माल के सम्बन्ध में विस्तृत ब्यौरा दिया जाता है। विज्ञापन के प्रत्युत्तर में अभिरूचि रखने वाले लोगों की प्रार्थना पर निविदा भेजने के लिए फार्म भेज दिए जाते हैं। निविदा के साथ कभी-कभी निविदा भेजने वाले से अग्रिम के तौर पर कुछ धरोहर राशि भी जमा कराई जाती है। इससे पता लग जाता है कि आपूर्ति कर्ता इसे कितनी गम्भीरता से ले रहा है। आम प्रचलन यह है कि निविदाएं सील किए हुए लिफाफों में मंगाई जाती हैं, जिससे कि वह गुप्त रहे तथा उनके साथ किसी प्रकार की छेड़-छाड़ न की जा सके। साल किए हुए लिफाफों को अधिकारी की उपस्थिति में खोला जाता है तथा सर्वाधिक अनुकूल निविदा को स्वीकार कर लिया जाता है। तत्पश्चात विक्रेता के साथ निविदा में दी गई शर्तो के अनुसार विक्रय का अनुबंध कर लिया जाता है।

के आई ओ सी एल लिमिटेड

KIOCL LIMITED

AN ISO 9001, 14001 & OHSAS 18001 COMPANY

No.: KIOCL/MTLS/e-auction/2011-12 Date: 12.10.2011

Notice inviting tender for appointment of service provider for sale of scraps through e-auction

KIOCL Limited, a 100% Export Oriented Unit with Mini-Ratna Status under Ministry of Steel, Govt. of India, invites sealed tenders in duplicate in two bid system from interested parties for appointment of service provider for sale of scraps through e-auction. Please visit out website : www.kiocltd.com and Govt. Tender Portal NIC http://tenders.gov.in/department.asp?id=215 for tender document along with terms & conditions and subsequent amendments to NIT terms, if any. Last date for receipt of sealed tender 14.00 hrs. (IST) on 14.11.2011.

Addl. General Manager (Materials)

चित्र : निविदा के माध्यम से विक्रय के आई ओ सी एल लिमिटेड

v) नीलामी द्वार विक्रय : इसका अभिप्राय कुछ वस्तुओं के खुलेतौर पर निश्चित तिथि एवं समय पर बेचने से है, जिसमें लोग बोली लगाते हैं। जो सबसे अधिक बोली लगाता है, माल उसी व्यक्ति को बेचा जाता है। नीलामी में वस्तुओं को प्रदर्शित किया जाता है तथा एक आरक्षित मूल्य रखा जाता है तथा एक आरक्षित मूल्य रखा जाता है, जिससे कम पर माल नहीं बेचा जाता। इस आरक्षित मूल्य को विक्रेता निश्चित करता है तथा जिसे लोगों को उजागर किया जा सकता है अथवा उसे गुप्त भी रखा जा सकता है। कभी-कभी एक न्यूनतम मूल्य भी रखा जाता है, जिससे बोली प्रारम्भ की जाती है। इससे वह न्यूनतम मूल्य भी माना जा सकता है, जिससे कम पर माल को बेचना हो नहीं है। किसी व्यक्ति द्वारा लगाई बोली को उसकी ओर से प्रस्ताव माना जाता है और यदि यह सबसे ऊँची बोली है तो इसे स्वीकार कर लिया जाता है। स्वीकार हो जाने पर बोली लगाने वाला मुकर

चित्र : नीलामी द्वारा विक्रय

नहीं सकता तथा उसे माल का क्रय करना तथा मूल्य का भुगतान करना ही होगा। वैसे विक्रेता को अधिकार होता है कि वह चाहे तो अधिकतम बोली पर भी वस्तुओं को न बेचे। आजकल तो नीलामी द्वारा विक्रय इन्टरनैट के माध्यम से आम होता जा रहा है।

vi) निकासी (क्लीअरेंस सेल) विक्रय : आपने ऐसे विज्ञापन अवश्य देंखे होंगे जिनमें लिखा होता है भारी निकासी (क्लीअरेंस) बिक्री, 70 प्रतिशत तक की छूट अथवा 'ग्रीष्मकालीन विक्रय' अथवा 'वार्षिक विक्रय' आदि। बिक्री की यह व्यवस्था अधिक अथवा अनावश्यक माल को निकालने के लिए की जाती है। कुछ विक्रेता इस प्रकार की बिक्री की व्यवस्था समय-समय पर करते रहते हैं। अधिकांश विक्रेता भारी छूट देते हैं।

बिलंबित किश्त पद्धति	किराया क्रय पद्धति
1. यह मूलतः विक्रय का अनुबंध है।	1. यह मूलतः वस्तुओं को किराए पर लेने का अनुबंध है।
2. पहली किश्त का भुगतान होने पर स्वामित्व के अधिकार का हस्तांतरण क्रेता को हो जाता है।	2. पूरी किश्तों के भुगतान तक वस्तुओं का स्वामित्व विक्रेता के पास ही रहता है। क्रेता के पास, बीच में ही पूरे मूल्य का भुगतान कर क्रय का विकल्प होता है।
3. क्रेता द्वारा भुगतान के चूक की स्थिति में विक्रेता न्यायालय जा सकता है तथा क्रेता पर बची हुई मूल्य राशि के लिए दावा कर सकता है। लेकिन वह उस वस्तु को वापस नहीं ले सकता साथ ही क्रेता भी खरीदी हुई वस्तु को वापिस कर शेष देय राशि को समायोजित नहीं करवा सकता।	3. क्रेता किसी भी समय क्रय की गई वस्तु को लौटा सकता है। साथ ही विक्रेता भी भुगतान में चूक होने पर क्रेता से वस्तु वापिस ले सकता है।

पाठगत प्रश्न 12.2

निम्न में से कौन से कथन 'सत्य' है और कौन से 'असत्य' है :

i. आरक्षित मूल्य के होने पर भी नीलामी में वस्तुओं को सदा अधिकतम बोली लगाने वाले को बेचा जाता है।

ii. किराया क्रय पद्धति में क्रेता कभी भी माल को लौटा सकता है।

iii. 'अनुमोदन पर विक्रय' में क्रेता को आपूर्ति किए माल के बदले में सदा अग्रिम भुगतान करना होता है।

iv. निविदा, प्रेषकों द्वारा देय धरोहर राशि क्रय के प्रति उनकी गम्भीरता को दर्शाती है।

v. निकासी विक्रय, बरसात के मौसम के ठीक बाद छूट पर विक्रय को कहते हैं।

12.5 भुगतान की विधियाँ

विक्रय में क्रेता, मूल्य के बदले वस्तुओं को क्रय करने का प्रस्ताव रखता है तथा विक्रेता उसे स्वीकार करता है, अथवा विक्रेता मूल्य के बदले वस्तुओं की बिक्री का प्रस्ताव रखता है और क्रेता उसे स्वीकार करता है। वस्तुओं का भुगतान तुरंत भी हो सकता है और भविष्य में किसी तिथि को भी। स्थगित भुगतान किश्तों में भी किया जा सकता है और भुगतान की छूट की अवधि के अंत में पूरा भुगतान भी।

i) तुरंत भुगतान : तुरंत भुगतान में क्रेता, विक्रेता को पूरी राशि का भुगतान नकद करता है। यदि विक्रेता को स्वीकार है तो वह भुगतान चैक, ड्राफ्ट अथवा क्रैडिट कार्ड द्वारा कर सकता है। वास्तव में विक्रेता, चैक द्वारा भुगतान प्राप्त करने के लिए बाध्य नहीं होता जब तक कि इस सम्बन्ध में दोनों में कोई स्पष्ट अथवा अंतर्निहित समझौता न हो इस प्रकार के लेनदेन फुटकर विक्रय में, जिसमें भुगतान की राशि छोटी होती है, साधारण चलन में है। उदाहरण के लिए माना- किराने का सामान, सब्जियां, तैयार कपड़े जैसे प्रतिदिन के उपयोग की वस्तुएं का विक्रय हो तो तुरंत नकद भुगतान किया जाता है।

ii) अस्थगित (बिलंबित) किश्त योजना : इसे 'आज खरीदें भुगतान बाद में करें' योजना कहते हैं। इस पद्धति में क्रेता, क्रय के समय विक्रेता को एक नाम मात्र की रकम देता है और वस्तुओं की सुपुर्दगी प्राप्त कर लेता है। शेष राशि का भुगतान वह निश्चित अवधि के दौरान किश्तों में करता है। यह किश्त एक निर्धारित राशि होती है, जो विक्रेता को प्रति माह अथवा हर तीन महीने के पश्चात् दी जाती है तथा कुल भुगतान राशि देय राशि तथा उस पर ब्याज मिलाकर होती है। कभी-कभी विक्रेता ब्याज मुक्त किश्त भी स्वीकार कर सकता है। यदि क्रेता किसी किश्त का भुगतान नहीं करता है तो विक्रेता उस पर अदत्त राशि के लिए दावा कर सकता है। आइए, एक उदाहरण लें, विनोद एक स्थानीय दुकान से रंगीन टेलीविजन खरीदने के लिए गया। टी.वी. का मूल्य था Rs. 20,000। बिलंबित किश्त योजना में कुल मूल्य का 10 प्रतिशत प्रारम्भ में भुगतान किया जाना था और शेष दस ब्याज मुक्त मासिक किश्तों में। इस प्रकार उसे प्रारंभ में Rs. 2,000 देने पड़े और वह टी.वी. को अपने घर ले गया। इसके बाद Rs. 1,800 प्रति मास की दर से दस महीने तक भुगतान करना था। यदि विनोद कोई किश्त का भुगतान नहीं करता है, तो विक्रेता उस पर शेष देय राशि की वसूली के लिए न्यायालय में दावा कर सकता है। इस प्रकार की विक्रय प्रणाली कम टिकाऊ एवं अधिक अवक्षयण लगने वाली वस्तुओं के लिए उपयोगी रहती है।

iii) साख की अवधि के अंत में अस्थगित (बिलंबित) भुगतान : वस्तुओं के उधार विक्रय होने पर क्रेता को साख की अवधि, माना तीन महीने, की समाप्ति पर भुगतान करना होता है। यदि उससे पहले भुगतान करना है तो विक्रेता, विशेष छूट दे सकता

है। इसे वह बीजक में देय तिथि से पहले तुरन्त भुगतान के लिए शुद्ध राशि के रूप में दिखाता है।

12.6 विक्रय प्रक्रिया

जब हम बाजार जाते हैं तो साधारणतया हम एक दुकान से दूसरी दुकान जाकर वस्तुओं के मूल्यों के सम्बन्ध में पूछ-ताछ करते हैं। उनकी गुणवत्ता की तुलना करते हैं और अंत में अपनी पसंद की वस्तु के क्रय का निर्णय लेते हैं। लेकिन उन उत्पादकों एवं व्यापारियों से, जिनका उत्पादन केन्द्र अथवा व्यापार केन्द्र दूर किसी स्थान पर स्थित है, क्रय करना इतना सरल नहीं है। क्रेता एवं विक्रेता दोनों को एक व्यवसाय प्रक्रिया अपनानी पड़ती है, जिसके समापन से पहले कई चरण हैं। इस भाग में हम देश की सीमाओं के भीतर क्रय-विक्रय की प्रक्रिया के विभिन्न चरणों का अध्ययन करेंगे। इस प्रक्रिया का ज्ञान आपको एक उपभोक्ता एवं एक व्यापारी के नाते सहायक होगा।

वस्तुओं के विक्रय की एक सामान्य प्रक्रिया, जिसे विक्रय रूटीन कहते हैं, में निम्न चरण शामिल हैं :

i) पूछताछ : विक्रय प्रक्रिया का प्रारम्भ उपलब्ध सर्वाधिक उपयुक्त विक्रेता से क्रेता द्वारा आपूर्ति, मूल्य एवं वस्तु की गुणवत्ता से सम्बन्धित शर्तों के बारे में पूछताछ से होता है। यह पूछताछ द्वितीयक सूचना के स्रोत जैसे समाचार पत्रों में विज्ञापन, बाजार की रिपोर्ट, मूल्य सूची, कोटेशन आदि से की जा सकती है। वैसे साधारणतया पूछताछ से अभिप्राय सीधे विक्रेता अथवा विनिर्माता से सूचना एकत्रित कर श्रेष्ठतम आपूर्ति के स्रोत का निर्णय लेने से है। बड़े-बड़े व्यावसायिक गृहों में जहां नियमित रूप से क्रय होता रहता है, पूछताछ के छपे हुए फार्म होते हैं।

ii) निर्ख : सम्भावित क्रेता से पूछताछ पर विक्रेता आवश्यक सूचना प्रदान करता है। इसे निर्ख (कोटेशन) कहते हैं। निर्ख में लिखित विक्रय की शर्तें एवं मूल्य के बारे में आगे मोल भाव हो सकता है। विक्रेता, छपे हुए निर्ख फार्म भी प्रयोग में ला सकता है।

iii) क्रेता से आदेश की प्राप्ति : इच्छुक क्रेता यदि निर्ख में दी गई विक्रय की शर्तों से संतुष्ट है तो वह विक्रेता को औपचारिक रूप से माल का आदेश भेजेगा। कभी-कभी क्रेता छपे हुए आदेश प्रपत्र का भी प्रयोग करते हैं।

iv) आदेश की पूर्ति : आदेश प्राप्ति के पश्चात् विक्रेता इसकी प्राप्ति की सूचना भेजता है तथा इस पर अपनी स्वीकृति प्रदान करता है। यदि आदेश की पूर्ति तुरंत होनी है तो इसकी पुष्टि की आवश्यकता नहीं है। आदेश पर प्राप्ति की तिथि सहित, मोहर लगा दी जाती है। इसे एक संदर्भ नम्बर दे दिया जाता है तथा आदेश प्राप्ति पर रजिस्टर में इसकी प्रविष्टि कर दी जाती है। यदि क्रेता नया है तो विक्रेता उसकी साख एवं वित्तीय स्थिति की जांच करेगा। यदि विक्रेता, क्रेता की साख के सम्बंध में संतुष्ट है तो वह उसको वस्तु के विक्रय का निर्णय ले सकता है। अन्यथा उसे एक क्षमा पत्र भेज सकता है, जिसको वह आदेश स्वीकार करने में अपनी असमर्थता बता सकता है। यदि आदेशित वस्तुएं स्टॉक में नहीं है तो उत्पादन समय के अनुसार

माल की सुपुर्दगी की तिथि निश्चित की जाती है और आदेश की एक प्रति विभाग को भेज दी जाती है।

V) बीजक तैयार करना : बीजक में पूरे क्रय-विक्रय, लेन-देन का विस्तृत ब्यौरा एवं विक्रेता द्वारा क्रेता से प्राप्त की जाने वाली राशि अंकित होती है। विक्रेता इसे वस्तुओं के साथ क्रेता को भेज देता है। इसकी एक प्रति विक्रेता के पास होती है। इसकी एक-एक प्रति उत्पादन विभाग अथवा भंडारगृह तथा लेखा-जोखा विभाग को भी भेज दी जाती है।

vi) ग्राहक का खाता खोलना : जैसे ही लेखा-जोखा विभाग में बीजक की प्रति प्राप्ति होती है, खाता बही में ग्राहक के नाम का खाता खोल दिया जाता है। इस खाते में बेचे गए माल के बीजक मूल्य, साख, उधार अवधि की छूट एवं ग्राहक द्वारा किए गए भुगतान का ब्यौरा लिखा जाता है। यदि पहले से ही उसका खाता खुला हुआ है तो उसमें आवश्यक प्रविष्टियां की जाती हैं।

vii) प्रेषण एवं सुपुर्दगी : गोदाम अथवा उत्पादन विभाग को माल की निकासी के लिए, लेखा विभाग से प्राप्त बीजक की प्रति अथवा सुपुर्दगी नोट अथवा दोनों की आवश्यकता होती है। इन वस्तुओं को पैकेजिंग विभाग में ले जाया जाता है, जहां अंतिम रूप से जांच कर यह निश्चित किया जाता है कि वस्तुएं आदेश के अनुसार है। वस्तुओं पर लेबल लगाकर उन्हें प्रेषण खण्ड में भेज दिया जाता है। वस्तुओं के प्रेषित किए जाने के पश्चात् प्रेषण नोट की एक प्रति क्रेता को भेज दी जाती है। इस नोट को सूचना नोट अथवा सूचना पत्र कहते हैं। इसमें भेजे गए माल का पूरा ब्यौरा दिया जाता है। इसमें और भी इशारा होता है कि विक्रेता वस्तुओं को कैसे प्राप्त कर सकता है। यदि वस्तुओं को रेल अथवा ट्रक से भेजा है तो परिवहन अधिकारी की प्राप्ति रसीद की प्रति प्रेषण नोट के साथ नत्थी कर दी जाती है।

viii) माल की सुपुर्दगी लेना : विक्रेता से रेलवे रसीद अथवा ट्रांसपोर्ट रसीद प्राप्त करने के पश्चात्, क्रेता अथवा उसके एजेंट को माल की पूरी जांच कर लेनी चाहिए। यदि माल क्षतिग्रस्त हुआ है, तो इसकी सूचना परिवहन कंपनी को देनी चाहिए एवं तुरन्त क्षतिपूर्ति का दावा कर देना चाहिए।

ix) भुगतान करना : विक्रय प्रक्रिया का अंतिम चरण वस्तुओं का भुगतान है। भुगतान पहले से ही तय शर्तों के अनुसार किया जाता है। आन्तरिक व्यापार में साधारणतया भुगतान मनी आर्डर, चैक, बैंक ड्राफ्ट, विनिमय पत्र, प्रतिज्ञा पत्र आदि के माध्यम से किया जाता है।

यदि ग्राहक नियमित हैं तो उनकी देय राशि निर्धारित कर ली जाती है तथा ग्राहक नियमित अंतराल पर भुगतान करता रहता है। ताकि प्रत्येक लेन-देन का हिसाब हो सके। पूरा भुगतान प्राप्त हो जाने पर हिसाब चुकता माना जाएगा। समय-समय पर जो भी राशि आती है उसकी प्राप्ति की रसीद दी जाती है। कभी-कभी विक्रेता आवधिक खाता विवरण भेजता है। इसमें निम्न मदें दी होती हैं :

i. क्रय की तिथि

ii. क्रय की गई वस्तुओं की राशि

iii. क्रेता से प्राप्त भुगतान

iv. क्रेता की ओर शेष राशि

अब तक आप भली भांति समझ चुके होंगे कि वस्तुओं के विक्रय की प्रक्रिया के कई चरण हैं।

x) अशुद्धियों का संशोधन : अब तक आपने पढ़ा कि व्यवसायिक लेन-देन की प्रक्रिया क्रेता द्वारा क्रय की जाने वाली वस्तुओं के सम्बंध में पूछताछ से प्रारम्भ होती है तथा विक्रेता द्वारा अंतिम भुगतान कर देने पर समाप्त होती है। यद्यपि माल को भेजने एवं बीजक बनाने में विक्रेता पूरे ध्यान से कार्य करता है फिर भी त्रुटि हो जाने की सम्भावना रहती है। इन गलतियों को नाम पत्र (Debit Note) तथा जमा पत्र (Credit Note) द्वारा सुधारा जा सकता है। आइए इन दो पत्रों के सम्बंध में विस्तार से जानें।

जमा पत्र : एक ऐसा प्रपत्र, जिसके द्वारा क्रेता को सूचित किया जाता है कि एक निश्चित राशि उसके खाते में जमा कर दी गई है।

नाम पत्र : एक ऐसा प्रपत्र, जिसके द्वारा क्रेता को पता लगता है कि उसके नाम में एक निश्चित राशि लिख दी गई है।

पाठगत प्रश्न 12.3

I. निम्नलिखित स्तम्भों के कथनों का मिलान कीजिए :

	(अ)		(ब)
i.	निर्ख	क)	अभी खरीदो भुगतान बाद में दो
ii.	बीजक	ख)	विक्रय की संतोषजनक शर्तें
iii.	आस्थगित किश्त भुगतान	ग)	लेन देन का विस्तृत ब्यौरा
iv.	आस्थगित भुगतान	घ)	आदेश का पालन न होना
v.	क्षमा पत्र	ङ)	विक्रेता द्वारा प्राप्य राशि

II. निम्नलिखित में से कौन से कथन सत्य हैं और कौन से असत्य :

i. ग्राहक के खाते में मुख्यतः ग्राहक के द्वारा किए गए भुगतान का हिसाब रखा जाता है।

ii. प्रेषण पत्र को सूचना पत्र भी कहते हैं।

iii. यदि पारगमन में वस्तुएं क्षतिग्रस्त हो जाती हैं तो क्रेता को परिवहन कम्पनी से क्षतिपूर्ति की मांग करनी चाहिए।

iv. जमा पत्र विक्रेता द्वारा क्रेता के खाते में जमा में लिखी अधिक राशि की त्रुटि के सुधार के लिए बनाया जाता है।

v. नाम पत्र को विक्रेता, क्रेता को यह सूचित करने के लिए भेजता है कि उसके खाते के नाम में एक निश्चित रकम लिख दी गई है।

III. बहुविकल्प प्रश्न

i. जब कोई व्यक्ति थोक में वस्तुएं खरीदना चाहता है तो उसके लिए सबसे अच्छा माध्यम है :

क) निरीक्षण द्वारा क्रय

ख) नमूना परीक्षण द्वारा क्रय

ग) उत्पाद विवरण द्वारा क्रय

घ) नजदीकी फुटकर विक्रेता से क्रय

ii. क्रय का अर्थ है :

क) विक्रेता द्वारा क्रेता को स्वामित्व का हस्तांतरण

ख) वस्तुओं का हस्तांतरण एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को करना

ग) अपने साथी से वस्तुएं कुछ समय के लिए इस्तेमाल के लिए लेना

घ) मालिक से सामान/वस्तुओं को किराए पर लेना।

iii. क्रेता द्वारा क्रय करने से पहले निम्न में से कौन सा तथ्य ध्यान में नहीं रखा जाता :

क) क्रेता द्वारा इस्तेमाल की पहचान करना

ख) माल/वस्तुओं से सम्बन्ध का होना

ग) भुगतान क्षमता

घ) पड़ोसी के अधिकार में वस्तुओं का होना

iv. निम्नलिखित में से कौन सी विक्रय पद्धति नहीं है

क) रोकड़ पर विक्रय

ख) किराया क्रय पद्धति पर विक्रय

ग) उधार विक्रय

घ) किश्त भुगतान पद्धति के अंतर्गत विक्रय

v. निम्न में से कौन-सा, विक्रय प्रक्रिया का चरण नहीं है?

क) इच्छुक क्रेता द्वारा पूछताछ

ख) क्रेता से आदेश की प्राप्ति

ग) क्रेता को माल का प्रेषण

घ) विक्रेता द्वारा जमा पत्र तैयार करना

आपने क्या सीखा

- क्रय एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसके द्वारा एक व्यक्ति द्वारा भुगतान करने पर वस्तु अथवा सम्पत्ति उसके नाम हस्तांतरित हो जाती है। इसमें मूल्य चुका कर किसी अन्य से सेवाएं प्राप्त करना भी सम्मिलित है। विक्रय एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसके द्वारा वस्तुएं अथवा सम्पत्तियां एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को रोकड़ के बदले अथवा उधार हस्तान्तरित की जाती है।
- क्रय-विक्रय दोनों साथ-साथ होता है।
- व्यवसाय के एक कार्य के रूप में विक्रय की वे सभी क्रियाएं सम्मिलित हैं जिनके फलस्वरूप

वस्तुएँ एवं सेवाएं उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुंचती हैं।

- वस्तुओं को क्रय करने से पहले या तो उनका व्यक्तिगत रूप से निरीक्षण किया जाता है अथवा नमूने से मिलान करा लिया जाता है या फिर विवरण अथवा ब्रांड का नाम देखा जाता है।
- विक्रय की पद्धतियां है- किराया क्रय पद्धति, आस्थगित किश्त योजना, अनुमोदन द्वारा बिक्री, निविदा के माध्यम से विक्रय, नीलामी एवं माल को निकालना।
- क्रय करने पर भुगतान तुरंत किया जा सकता है, आस्थगित किश्त में अथवा भविष्य में किसी तिथि को अथवा उधार की तय अवधि की समाप्ति पर।
- विक्रय की साधारण प्रक्रिया में पूछताछ, निर्ख, आदेश, आदेश की पूर्ति, बीजक तैयार करना, ग्राहक का खाता खोलना, वस्तु का प्रेषण एवं सुपुर्दगी, माल प्राप्त करना और अंत में भुगतान करना सम्मिलित है।
- माल को भेजने अथवा बीजक बनाने में यदि कोई त्रुटि हुई है तो उसके निवारण के लिए नामपत्र और जमापत्र बनाए जाते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. क्रय से क्या अभिप्राय है?

2. किसी उत्पाद के विक्रय में कौन-कौन सी क्रियाएं सम्मिलित हैं?

3. नीलामी द्वारा बिक्री का क्या अर्थ है?

4. अस्थगित किश्त योजना को भुगतान के माध्यम के रूप में समझाइए।

5. यदि वस्तुओं के प्रेषण अथवा बीजक में कोई गलती हुई है तो उसके निवारण के लिए क्या करेंगे?

6. आस्थगित किश्त एवं किराया क्रय विक्रय पद्धतियों में अंतर कीजिए।

7. वस्तुओं के क्रय करने पर भुगतान की कौन-कौन सी पद्धतियां है, उन्हें समझाइए।

8. निविदा द्वारा विक्रय को समझाइए।

9. किसी वस्तु को क्रय करने की विभिन्न पद्धतियों का वर्णन कीजिए।

10. किसी वस्तु के विक्रय करने की विभिन्न पद्धतियों का वर्णन कीजिए।

11. किसी वस्तु के विक्रय की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए।

12. विक्रय की आम प्रक्रिया में आदेश की पूर्ति के पश्चात् के चरण बताइए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

12.1 (i) क्रय (ii) क्रेता (iii) लाभ (iv) विपणन (v) विक्रय

12.2 (i) असत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) असत्य

12.3 I. (i) ख (ii) ग (iii) क (iv) ङ (v) घ

II. (i) असत्य (ii) सत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य

III. (i) ख (ii) क (iii) घ (iv) क (v) घ

आपके लिए क्रियाकलाप

- समाचार पत्रों में से निविदाएं आमन्त्रित करने वाले विज्ञापनों को काटकर एकत्रित करें तथा उनमें दी गई सूचनाओं को पढ़ें।
- यदि आपका कोई मित्र अथवा परिवार का सदस्य किसी कार्यालय में कार्य करता है तो उनसे पता करें कि उनके कार्यालय में फर्नीचर, स्टेशनरी, कम्प्यूटर आदि क्रय करने हेतु क्या प्रक्रिया अपनाई जाती है।

13. वितरण के माध्यम

क्या आप जानते हैं कि व्यवसाय अध्ययन की यह पाठ्य सामग्री राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षा संस्थान (NIOS) नोएडा, उत्तर प्रदेश स्थित मुख्यालय में तैयार की गई है। यह आपके पास कैसे आई? क्या यह आपको अध्ययन केन्द्र से मिली? या फिर आपने इसे बाजार से खरीदा? यदि यह आपको अध्ययन केन्द्र से प्राप्त हुई तो जरा सोचिए कि यह वहाँ पर किस प्रकार पहुँची होगी? वास्तव में NIOS ने इन्हें प्रकाशित कराकर अध्ययन केन्द्रों पर पहुँचा दिया और आपने इन्हें वहाँ से प्राप्त कर लिया। इसी प्रकार जो पाठ्य पुस्तकें बाजार में उपलब्ध हैं इन्हें पुस्तक विक्रेताओं ने सीधे NIOS से पहले क्रय किया और बाद में उन्होंने इन्हें आपको बेच दिया। इस प्रकार से यह पुस्तकें आप तक या तो आपके अध्ययन केन्द्र के माध्यम से पहुँची या फिर पुस्तक विक्रेता के माध्यम से। इसी प्रकार से जिन वस्तुओं एवं सेवाओं का हम अपने दिन प्रतिदिन के जीवन में उपभोग करते हैं वह हम तक उत्पादकों और विनिर्माताओं से किसी न किसी व्यक्ति के माध्यम से पहुँचती है। ये सब कैसे होता है आइए, इस पाठ में हम इसका अध्ययन करते हैं।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

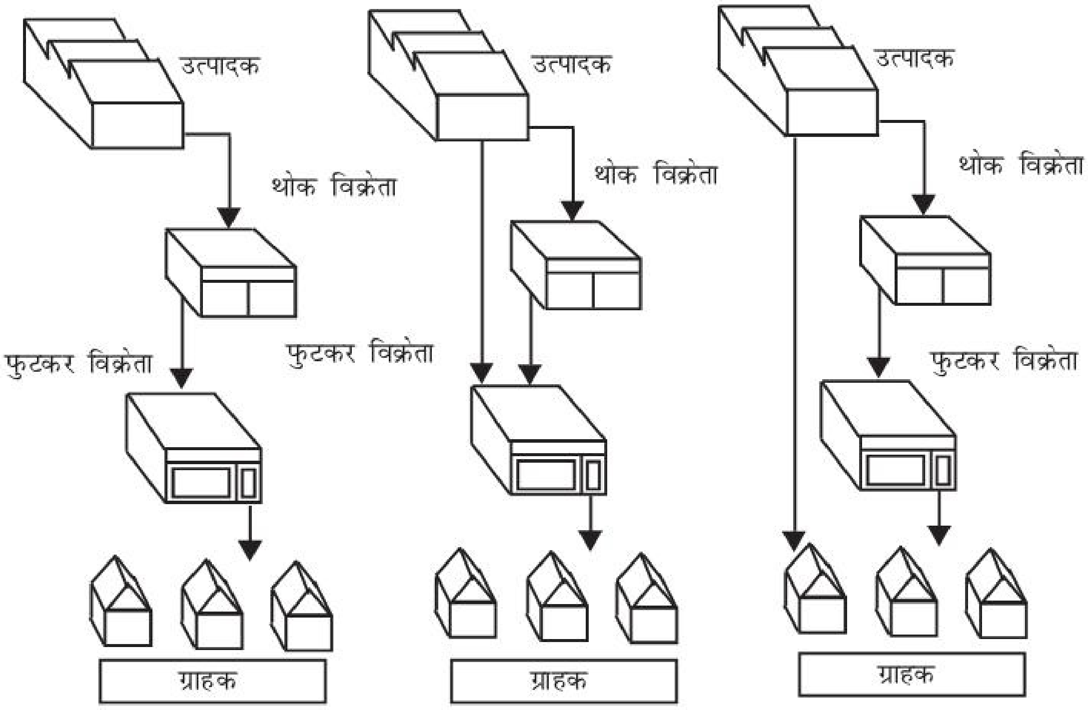
- वितरण के माध्यम के अर्थ को समझा सकेंगे;
- वितरण के विभिन्न माध्यमों की पहचान कर सकेंगे;
- थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता के कार्यों का वर्णन कर सकेंगे; और
- थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता में अन्तर्भेद कर सकेंगे।

13.1 वितरण माध्यम का अर्थ

आप यह जानते हैं कि व्यापार का मुख्य उद्देश्य दूर बैठे उपभोक्ताओं को वस्तुओं की आपूर्ति कराना है। जब वस्तुएं उत्पादन कर्ता से उपभोक्ता तक ले जाई जाती है तो वह कई लोगों के हाथों से गुजरती है। आइए, एक उदाहरण पढ़ें। मान लीजिए किसी एक व्यक्ति का श्रीनगर में सेबों का एक बाग है। एक बार सेब पक कर तैयार हो जाते हैं तो वह नई दिल्ली के एजेन्ट को बाग के सभी सेब बेच देता है। ऐजेन्ट उन्हें एकत्रित कर उनकी पैकिंग करा लेता है और उन्हें नई दिल्ली सब्जी मंडी में बैठे एक थोक विक्रेता को बेच

देता है। थोक विक्रेता उन्हें थोड़ी-थोड़ी मात्रा में आगे पूरी दिल्ली में फुटकर फल विक्रेताओं को बेच देता है तथा उन तक माल पहुंचा देता है और अंत में आवश्यकतानुसार सेबों को हम फल विक्रेताओं से क्रय कर लेते हैं। इस प्रकार से हमने देखा कि श्रीनगर में बैठे उत्पादक से लेकर सेब, एजेन्ट, थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता के हाथों से होता हुआ उपभोक्ता तक पहुँचते हैं। इन तीनों को मध्यस्थ कहते हैं। एक ओर वस्तुओं के उत्पादक हैं और दूसरी ओर उपभोक्ता और यह मध्यस्थ इन दोनों की बीच की कड़ी है। यह कई कार्यों का निष्पादन करते हैं, जैसे- क्रय, विक्रय, संग्रहण इत्यादि। इन मध्यस्थों से मिलकर वितरण माध्यम बनता है। अतः विवरण माध्यम वह मार्ग है जिससे वस्तुएँ उत्पादक से अंतिम उपभोक्ताओं तक पहुँचती हैं। इस प्रकार से वितरण माध्यम में न केवल मध्यस्थ ही सम्मलित हैं बल्कि उत्पादनकर्ता एवं उपभोक्ता भी उसके अंग हैं।

जिस मार्ग से वस्तुएँ उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचती हैं उसे वितरण माध्यम कहते हैं।



चित्र : मार्ग से वस्तुएँ उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचती हैं उसे वितरण माध्यम कहते हैं। उत्पादक –थोक विक्रेता – फुटकर विक्रेता - ग्राहक

13.2 वितरण माध्यम के प्रकार

साधारणतया वस्तुएँ और सेवाएँ उपभोक्ता के पास पहुँचाने से पहले अनेक हाथों से गुजरती हैं। लेकिन ऐसा भी होता है कि उत्पादक वस्तुएँ तथा सेवाएँ सीधे उपभोक्ताओं को बेचते हैं। उनके बीच में कोई मध्यस्थ नहीं होता। इस माध्यम को प्रत्यक्ष माध्यम कहते हैं। वह है उत्पादक द्वारा सीधे उपभोक्ता को माल का विक्रय। इसके अतिरिक्त कई अप्रत्यक्ष वितरण माध्यम हैं जैसे :

i. उत्पादक एजेंट थोक विक्रेता फुटकर विक्रेता उपभोक्ता

ii. उत्पादक थोक विक्रेता फुटकर विक्रेता उपभोक्ता

iii. उत्पादक एजेंट उपभोक्ता

iv. उत्पादक थोक विक्रेता उपभोक्ता

v. उत्पादक फुटकर विक्रेता उपभोक्ता

आइए, इनमें से कुछ प्रचलित माध्यमों की चर्चा करें :

i) प्रत्यक्ष माध्यम

इस प्रकार के माध्यम में उत्पादक वस्तुएँ तथा सेवाएँ सीधे उपभोक्ता को बेचता है। उत्पादक एवं उपभोक्ता के बीच कोई मध्यस्थ नहीं होता। उत्पादक उपभोक्ता को सीधे माल या तो घर-घर जाने वाले विक्रयकर्ताओं के माध्यम से बेच सकता है या फिर अपनी स्वयं की फुटकर दुकानों के माध्यम से। उदाहरण के लिए बाटा इंडिया लि., एच.पी.सी.एल., लिबर्टी शूज लि. के पास अपने माल को उपभोक्ता को बेचने के लिए स्वयं के फुटकर स्टोर या दुकानें हैं। कुछ ऐसे संगठन भी हैं जो अपनी सेवाएँ सीधे उपभोक्ता को बेचते हैं जैसे- बैंक, परामर्शदात्री कम्पनियां, टेलीफोन कम्पनियां, माल ढ़ोने की सेवाएं आदि।

उत्पादक उपभोक्ता

ii) अप्रत्यक्ष माध्यम

जब उत्पादक माल का उत्पादन बड़े पैमाने पर करता है तो हो सकता है कि वह माल को सीधे उपभोक्ता को न बेच सके। ऐसे में वह माल के विक्रय के लिए मध्यस्थों की सेवाएं लेगा। ये मध्यस्थ थोक विक्रेता अथवा फुटकर विक्रेता हो सकते हैं। थोक विक्रेता वह व्यक्ति होता है जो उत्पादक से बड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय करता है जबकि फुटकर विक्रेता वह होता है जो थोक विक्रेता अथवा उत्पादक से माल का क्रय करता है तथा आवश्यकतानुसार अंतिम उपभोक्ता को बेच देता है। वितरण प्रक्रिया में जब कोई मध्यस्थ सम्मलित होते हैं तो इसे वितरण का अप्रत्यक्ष माध्यम कहते हैं। आइए, अब कुछ अप्रत्यक्ष वितरण माध्यमों के सम्बन्ध में जानें :

उत्पाद थोक विक्रेता फुटकर विक्रेता उपभोक्ता

यह अंतिम उपभोक्ता को माल विक्रय का सर्वसाधारण माध्यम है। थोक विक्रेता के माध्यम से जिन वस्तुओं को बेचना उचित रहेगा वह हैं : खाद्यान, मसाले, बर्तन आदि तथा अन्य वस्तुएँ जो छोटे आकार की हैं।

उत्पादक फुटकर विक्रेता उपभोक्ता

इस माध्यम में उत्पादक वस्तुएँ एक या अधिक फुटकर विक्रेताओं को बेचते हैं जो उन्हें आगे अन्तिम उपभोक्ता को बेच देते हैं। इस माध्यम का प्रयोग निम्नलिखित स्थितियों में किया जाता है :

i. जब वस्तुएँ स्थानीय बाजार में बेची जाने योग्य हों, जैसे- डबल रोटी, बिस्कुट, पैटीज इत्यादि।

ii. जब कि फुटकर विक्रेता बड़े स्तर के हों तथा बड़ी मात्रा में माल का क्रय कर उन्हें छोटी-छोटी इकाइयों में सीधे उपभोक्ता को बेचते हो। उदाहरण के लिए बड़े विभागीय भंडार एवं सुपर बाजार।

पाठगत प्रश्न 13.1

उचित शब्द भरकर कथन को पूरा कीजिए :

i. जिस मार्ग से वस्तुएं उत्पादक से अन्तिम उपभोक्ता तक जाती हैं उन्हें ——— कहते हैं।

ii. एक फुटकर विक्रेता, थोक विक्रेता एवं अन्तिम उपभोक्ता के बीच ——— का काम करता है।

iii. जब वस्तुओं का मध्यस्थ के माध्यम से विक्रय होता है तो इसे ——- वितरण माध्यम कहते हैं।

iv. जब वस्तुओं को बिना मध्यस्थों की सेवा लिए सीधे उपभोक्ता को बेचा जाता है तो इसे ———— माध्यम कहते हैं।

v. प्रत्यक्ष माध्यम में उत्पादक विक्रेताओं द्वारा घर-घर जाकर अथवा अपनी ——— के माध्यम से वस्तुओं का विक्रय करते हैं।

13.3 थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता

थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता वह महत्वपूर्ण मध्यस्थ हैं साधारणतया जिनके माध्यम से माल का विक्रय होता है। आइए, इनका विस्तार से अध्ययन करें।

13.3.1 थोक विक्रेता

थोक विक्रेता वितरण माध्यम के महत्वपूर्ण मध्यस्थों में से एक हैं। यह बड़ी मात्रा में वस्तुओं का व्यापार करते हैं। यह उत्पादक से बड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय करते हैं और उन्हें कम मात्रा में फुटकर विक्रेता को बेच देते हैं। यदि उपभोक्ता बड़ी मात्रा में क्रय करते हैं तो कभी-कभी थोक विक्रेता माल सीधे उपभोक्ता को भी बेच देते हैं। वह सामान्यतः सीमित वस्तुओं का व्यापार करते हैं तथा वह एक विशिष्ट श्रेणी की वस्तुएँ होती हैं, जैसे- लोहा एवं धातु, वस्त्र, कागज, बिजली उपकरण आदि। आइए, थोक विक्रेताओं की विशेषताओं के सम्बन्ध में जानें।

थोक विक्रेता की विशेषताएँ

i. थोक विक्रेता उत्पादक अथवा विनिर्माता से सीधे माल खरीदते हैं।

ii. थोक विक्रेता बड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय करते हैं और उन्हें अपेक्षाकृत छोटी मात्रा में बेच देते हैं।

iii. वह एक ही प्रकार/श्रेणी की विविध प्रकार की वस्तुओं में व्यापार करते हैं। उदाहरण के लिए जो थोक विक्रेता कागज का व्यापार करता है उससे सभी प्रकार के कागज, कार्ड बोर्ड आदि रखने की अपेक्षा की जाती है।

iv. वह वस्तुओं के वितरण/विक्रय के लिए अनेक एजेन्ट एवं कार्यकर्ता रखता है।

v. थोक विक्रेता को अपने व्यवसाय के लिए बड़ी मात्रा में पूंजी की आवश्यकता होती है।

vi. वह साधारणतया फुटकर विक्रेताओं को उधार विक्रय की सुविधा प्रदान करता है।

vii. वह उत्पादकों एवं विनिर्माताओं को वित्तीय सहायता भी प्रदान करता है।

viii. आमतौर पर यह शहर के विशेष व्यापारिक क्षेत्र में स्थित होते हैं जैसे कि एक क्षेत्र में कपड़े के व्यापारी हैं तो दूसरे क्षेत्र में पुस्तक प्रकाशक एवं विक्रेता तथा एक अन्य क्षेत्र में फर्नीचर विक्रेता।

थोक विक्रेता के कार्य

आप थोक विक्रेता का अर्थ भली भांति समझ चुके होंगे तथा उनकी विशेषताओं की सूची तैयार कर चुके होंगे? आइए, अब उनके कार्यों के बारे में जानें।

चित्र : थोक विक्रेता के कार्य

एक थोक विक्रेता साधारणतया निम्नलिखित कार्य करता है :

i) वस्तुओं का संग्रहण : एक थोक विक्रेता, विनिर्माता अथवा उत्पादकों से माल बड़ी मात्रा में एकत्रित करता है।

ii) वस्तुओं का भंडारण : एक थोक विक्रेता वस्तुओं को एकत्रित कर उनकी बिक्री तक उन्हें भंडारगृहों में सुरक्षित रखता है। फल, सब्जियां आदि शीघ्र नष्ट होने वाली वस्तुओं को कोल्ड स्टोरेज/शीत भंडारगृहों में रखता है।

iii) वितरण : एक थोक विक्रेता विभिन्न फुटकर विक्रेताओं को अपने माल का विक्रय करता है। एक प्रकार से वह एक वितरक का कार्य भी करता है।

iv) वित्त प्रदान करना : अग्रिम भुगतान कर थोक विक्रेता उत्पादक एवं विनिर्माता की आर्थिक सहायता करता है। वह फुटकर विक्रेता को भी माल उधार बेचता है। इस प्रकार से दोनों सिरों पर वह एक वित्त प्रदाता का कार्य करता है।

v) जोखिम उठाना : थोक विक्रेता उत्पादकों से तैयार माल का क्रय करता है, और उन्हें तब तक अपने गोदामों में रखता है जब तक कि वह बिक न जाएं। इस प्रकार से वह वस्तुओं की मांग में परिवर्तन, मूल्य में वृद्धि, खराब हो जाने अथवा नष्ट हो जाने के कारण होने वाले जोखिम आदि उठाता है।

vi) श्रेणीयन : सभी एकत्रित वस्तुएं एक ही किस्म की नहीं होती, इसलिए वह माल को विभिन्न श्रेणियों में वर्गीकृत करता है। वह माल की किस्म, आकार तथा भार आदि के आधार पर श्रेणियां बनाता है। वह माल की पैकिंग भी कराता है जिससे व्यापार सुविधाजनक बनता है। कुछ थोक विक्रेता ब्रांडिंग का कार्य भी करते हैं। वे जिन वस्तुओं का व्यापार करते हैं, उन्हें ब्रांड नाम देते हैं।

vii) मूल्य निर्धारण : अंतिम मूल्य थोक विक्रेता निर्धारित करते हैं। वे मांग के अनुसार माल की आपूर्ति का नियमन करके मूल्यों में स्थिरता उपलब्ध कराते हैं। वे बाजार की परिस्थितियों, माल की मांग तथा लोगों की रुचि को प्रभावित करते हैं और मांग बढ़ने पर उसे पूरा करने हेतु आवश्यक व्यवस्था करते हैं।

पाठगत प्रश्न 13.2

थोक विक्रेताओं के सम्बन्ध में निम्नलिखित कथन सत्य हैं अथवा असत्य बताइए :

i. वह सीधे फुटकर विक्रेता से वस्तुओं का क्रय कर ग्राहकों को बेचते है।

ii. ये साधारणतया उत्पादक एवं फुटकर विक्रेताओं को साख की सुविधा प्रदान करते हैं।

iii. यह बड़ी मात्रा में वस्तुओं को एकत्रित करते हैं तथा उनकी बिक्री तक उन्हें सुरक्षित रखते हैं।

iv. थोक विक्रेताओं को अपने व्यवसाय के लिए छोटी पूँजी की आवश्यकता होती है।

v. यह ग्राहक के समीप के ही बाजारों में जगह-जगह स्थित होते हैं।

vi. यह विक्रय के लिए अनेक प्रकार की वस्तुएं थोड़ी-थोड़ी मात्रा में खरीदते हैं।

13.3.2 फुटकर विक्रेता

फुटकर विक्रेता वह व्यापारी होते हैं जो थोक विक्रेताओं से और कभी-कभी सीधे उत्पादक से माल का क्रय कर, उपभोक्ता को बेच देते हैं। वे साधारणतया अपने कार्य को फुटकर दुकानों के माध्यम से करते हैं तथा माल का विक्रय थोड़ी मात्रा में करते हैं। वे दिन प्रतिदिन प्रयोग में आने वाली वस्तुओं का व्यापार करते हैं।

फुटकर विक्रेता की विशेषताएँ

i. फुटकर विक्रेताओं का उपभोक्ताओं से सीधा सम्बन्ध होता है। वह उनकी आवश्यकताओं के बारे में जानते हैं एवं अपनी दुकानों में उनकी आवश्यकता की वस्तुएं रखते हैं।

ii. फुटकर विक्रेता पुनः बिक्री के लिए माल का विक्रय नहीं करते हैं बल्कि अन्तिम रूप से उपभोग के लिए बेचते हैं।

iii. फुटकर विक्रेता वस्तुओं का क्रय विक्रय थोड़ी-थोड़ी मात्रा में करते हैं। इसलिए उपभोक्ताओं को अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए माल को भविष्य में जमा करने की आवश्यकता रहती है।

iv. फुटकर विक्रेताओं को थोक विक्रेताओं की तुलना में अपने व्यवसाय को प्रारम्भ करने एवं उसका संचालन करने के लिए कम पूँजी की आवश्यकता होती है ।

v. फुटकर विक्रेता साधारणतया विविध प्रकार की वस्तुओं में व्यापार करते हैं एवं उपभोक्ताओं को वस्तुओं के क्रय के लिए पर्याप्त अवसर प्रदान करते हैं ।

vi. फुटकर विक्रेता, माल का उधार क्रय करते हैं परंतु सामान्यतः नकद बेचते हैं ।

vii. फुटकर विक्रेता, ग्राहकों को आकर्षित करने हेतु अपनी दुकानों में साज-सज्जा तथा माल के प्रदर्शन पर विशेष ध्यान देते हैं ।

फुटकर विक्रेता के कार्य

सभी फुटकर विक्रेता ऐसे उपभोक्ताओं से लेन-देन करते हैं जो समान रूचि और स्वभाव के व्यक्ति हों। इसलिए अपने उपभोक्ताओं को संतुष्ट करने एवं उनको और अधिक वस्तु क्रय करने के लिए उकसाने में उन्हें सक्रिय और कुशल होना चाहिए । आइए, देखें कि फुटकर विक्रेता के वितरण में क्या कार्य करते हैं ।

चित्र : फुटकर विक्रेता के कार्य

एक फुटकर विक्रेता साधारणतया निम्नलिखित कार्य करता है :

i) वस्तुओं का क्रय एवं संकलन : फुटकर विक्रेता विभिन्न थोक विक्रेताओं एवं विनिर्माताओं से वस्तुएं क्रय करता है एवं संकलित करता है । वह उपभोक्ता की पसंद के ब्रांड और अन्य वस्तुएं रखता है तथा उनकी मांग की मात्रा के अनुसार बेचता है ।

ii) वस्तुओं का संग्रहण : उपभोक्ताओं को वस्तुओं की आपूर्ति के लिए फुटकर विक्रेता उनको संग्रहित करते हैं । जब भी आवश्यकता होती है वस्तुओं को स्टोर में से निकल कर उपभोक्ताओं को बेच दिया जाता है । इससे उपभोक्ताओं को वस्तुएं बड़ी मात्रा में क्रय कर इनका भंडारण नहीं करना पड़ता ।

iii) साख की सुविधा : यद्यपि फुटकर विक्रेता वस्तुएं नकद ही बेचते हैं फिर भी अपने नियमित ग्राहकों को वह उधार भी दे देते हैं । उधार की सुविधा बड़ी मात्रा में क्रय करने वाले उपभोक्ताओं को भी दी जाती है ।

iv) व्यक्तिगत सेवा : फुटकर विक्रेता वस्तुओं की गुणवत्ता, विशेषता एवं उपयोगिता के बारे में विशेषज्ञ की सलाह प्रदान कर उपभोक्ताओं को व्यक्तिगत सेवा प्रदान करते हैं। वह बिना कोई अतिरिक्त खर्चा लिए वस्तुओं को घर पहुंचाने की सुविधा प्रदान करते हैं। इस प्रकार से वस्तुओं को उस स्थान पर उपलब्ध कराते हैं जहां उनकी आवश्यकता होती है। वह स्थान उपयोगिता का सृजन करते हैं।

v) जोखिम उठाना : फुटकर विक्रेता अनेक प्रकार के जोखिम उठाता है, जैसे- वस्तुओं को क) आग अथवा चोरी का जोखिम

ख) जब तक बिक न जाए तब तक गुणवत्ता में कमी आ जाने की जोखिम।

ग) उपभोक्ता की रुचि और फैशन में परिवर्तन आने की जोखिम।

vi) वस्तुओं का प्रदर्शन : फुटकर विक्रेता वस्तुओं का सुरुचिपूर्ण एवं आकर्षक ढंग से प्रदर्शन करता है। इससे ग्राहक आकर्षित होते हैं और तुरंत सुपुर्दगी में सहायता मिलती है।

vii) सूचना प्रदान करना : फुटकर विक्रेता थोक विक्रेता के माध्यम से ग्राहकों के व्यवहार, रुचि, फैशन एवं मांग को उत्पादक तक पहुंचाते हैं। वह विपणन अनुसंधान के लिए सूचना का एक महत्वपूर्ण स्रोत है।

13.4 थोक विक्रेता तथा फुटकर विक्रेता में अंतर

आप थोक विक्रेता तथा फुटकर विक्रेता के सम्बन्ध में पढ़ चुके हैं। आपने ध्यान दिया होगा कि दोनों की शैली एवं दोनों के कार्यों में अंतर है, आइए इन अंतरों को जानें।

क्र.सं.	थोक विक्रेता	फुटकर विक्रेता
i.	वस्तुओं का बड़ी मात्रा में क्रय करता है।	वस्तुओं का थोड़ी मात्रा में क्रय करता है।
ii.	वस्तुओं का सीधे उत्पादक से क्रय करता है।	अधिकांश रूप से वस्तुओं का थोक विक्रेता से क्रय करता है।
Iii.	सीमित वस्तुओं का व्यापार करता है।	बड़ी संख्या में वस्तुओं का व्यापार करता है।
iv.	व्यवसाय को प्रारंभ करने एवं चलाने के लिए अधिक पूंजी की आवश्यकता होती है।	व्यवसाय को प्रारंभ करने एवं चलाने के लिए कम पूंजी की आवश्यकता होती है।
v.	पुनः विक्रय के उद्देश्य से वस्तुओं की विक्रय करता है।	उपभोग के लिए वस्तुओं का विक्रय करता है।
vi.	उपभोक्ताओं से कोई प्रत्यक्ष संबंध नहीं है।	उपभोक्ता से प्रत्यक्ष संबंध है।
vii.	दुकान की सजावट पर विशेष ध्यान नहीं दिया जाता।	उपभोक्ता को आकर्षित करने के लिए फुटकर विक्रेता दुकान की सजावट पर अधिक ध्यान देता है।

पाठगत प्रश्न 13.3

I. निम्नलिखित वाक्यों के सामने कोष्ठक में थोक विक्रेता के लिए 'थ' तथा फुटकर विक्रेता के लिए 'फ' लिखें।

i. वस्तुओं का थोड़ी मात्रा में विक्रय करते हैं।

ii. अधिक पूंजी की आवश्यकता होती है।

iii. कुछ ही प्रकार की वस्तुओं में व्यापार करते हैं।

iv. पुनः विक्रय हेतु विक्रय करते हैं।

v. उपभोक्ता से प्रत्यक्ष सम्बन्ध हैं।

II. निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

i. फुटकर विक्रेताओं द्वारा वहन किए जाने वाली किन्हीं दो जोखिमों के नाम लिखिए।

ii. उत्पादकों को फुटकर विक्रेता के कार्यों से किस प्रकार से लाभ पहुँचता है। किन्हीं दो कार्यों से होने वाले लाभों को लिखिए।

iii. आपके क्षेत्र में मान लीजिए दो या तीन दुकानदार एक ही प्रकार की वस्तुएँ बेच रहे हैं। आप किस दुकानदार से अपनी जरूरत की चीजें खरीदना पसंद करेंगे और क्यों?

III. बहुविकल्पीय प्रश्न :

i. प्रत्यक्ष माध्यम में सम्मिलित है केवल :

क) उत्पादक फुटकर विक्रेता उपभोक्ता

ख) उत्पादक उपभोक्ता

ग) उत्पादक थोक विक्रेता उपभोक्ता

घ) उत्पादक एजेंट उपभोक्ता

ii. उस व्यापार को क्या कहते हैं, जिसमें व्यापारी को अधिक मात्रा में माल का विक्रय किया जाता है?

क) विदेशी व्यापार

ख) थोक व्यापार

ग) अन्तर्देशीय व्यापार

घ) फुटकर व्यापार

iii. थोक व्यापारी इनके बीच एक महत्वपूर्ण कड़ी है :

क) उत्पादक एवं थोक व्यापारी

ख) फुटकर व्यापारी एवं उपभोक्ता

ग) उत्पादक एवं उपभोक्ता

घ) उत्पादक एवं फुटकर व्यापारी

iv. समय-समय पर उपभोक्ताओं की पसन्द तथा नापसन्द किसके माध्यम से थोक विक्रेता तक पहुँचती है?

क) विज्ञापन

ख) समाचार पत्र

ग) फुटकर व्यापारी

घ) उपभोक्ता

v.एक थोक व्यापारी की मुख्य विशेषता है :

क) उत्पादों का विज्ञापन करना

ख) माल को सस्ते दामों पर बेचना

ग) माल की विभिन्न किस्मों में व्यवहार करना

घ) उत्पादकों से माल क्रय करके फुटकर व्यापारियों को बेचना

आपने क्या सीखा

- जिस मार्ग से वस्तुएं उत्पादक से उपभोक्ता तक जाती हैं उसे वितरण माध्यम कहते हैं।
- जब उत्पादक वस्तु एवं सेवाओं को सीधे उपभोक्ता को बेचते हैं तो इसे प्रत्यक्ष माध्यम कहते हैं।
- जब वितरण प्रक्रिया में कई मध्यस्थ आ जाते हैं तो इसे अप्रत्यक्ष वितरण माध्यम कहते हैं।
- थोक विक्रेता वितरण माध्यम के वे मध्यस्थ हैं जो बड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय-विक्रय करते हैं। वह फुटकर विक्रेताओं को माल बेचते हैं और कभी-कभी तो सीधे उपभोक्ता को माल बेचते हैं।
- थोक विक्रेता के कार्य हैं : वस्तुओं को एकत्रित करना एवं उनका संग्रहण, वितरण, वित्तीयन एवं जोखिम उठाना।
- फुटकर व्यापारी वे मध्यस्थ हैं जो थोक विक्रेता अथवा उत्पादक से वस्तुओं का क्रय कर उन्हें उपभोक्ताओं को बेच देते हैं। वह थोड़ी मात्रा में वस्तुओं का क्रय-विक्रय करते हैं।
- फुटकर व्यापारी का कार्य हैं : माल का क्रय, संग्रहण, भंडारण, उधार की सुविधा प्रदान करना, व्यक्तिगत सेवा प्रदान करना, जोखिम उठाना, वस्तुओं को दुकान अथवा शोरूम में प्रदर्शन के लिए सजाना एवं उत्पादकों को बाजार की जानकारी देना।

पाठांत प्रश्न

1. वितरण माध्यमों से क्या अभिप्राय है?

2. किन्हीं चार ऐसी सेवाओं के नाम बताइए जिनका वितरण प्रत्यक्ष माध्यमों से किया जाता है।

3. उन विभिन्न माध्यमों को समझाइए जिनके द्वारा वस्तुएं उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुंचती है।

4. थोक विक्रेता की परिभाषा दीजिए। वितरण माध्यम में किस प्रकार से यह एक महत्वपूर्ण कड़ी का काम करते हैं।

5. फुटकर विक्रेता की किन्हीं चार विशेषताओं का उल्लेख कीजिए।

6. वस्तुओं के वितरण में फुटकर विक्रेताओं की भूमिका स्पष्ट कीजिए।

7. थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता में कोई पाँच अन्तर बताइए।

8. थोक विक्रेता के कार्यों का उल्लेख कीजिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

13.1 (i) वितरण के माध्यम (ii) मध्यस्थ (iii) परोक्ष (iv) प्रत्यक्ष (v) फुटकर दुकानों

13.2 (i) असत्य (ii) सत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) असत्य (vi) असत्य

13.3 I. (i) फ (ii) थ (iii) थ (iv) थ (v) थ (vi) फ

II. (i) निम्न में से कोई दो :

(क) वस्तुओं का चोरी हो जाना अथवा आग से नष्ट होना

(ख) जब तक उनका विक्रय न हो उससे पहले की गुणवत्ता में कमी

(ग) उपभोक्ता की रूचि एवं फैशन में परिवर्तन

(ii) निम्न में से कोई भी :

(क) वस्तुओं के संग्रहण एवं प्रदर्शन के द्वारा विपणन में सहायक।

(ख) उन जोखिमों को वहन करते हैं जिन्हें उत्पादक को वहन करना चाहिए था।

(ग) उपभोक्ता की रूचि एवं प्राथमिकता के सम्बंध में उत्पादकों को सूचना देते हैं।

(iii) उस दुकान में जो :

(क) उचित मूल्य पर वस्तुओं का विक्रय करती है।

(ख) विक्रय के बाद भी सुविधाएं प्रदान करती हैं।

(ग) हमारी रुचि एवं प्राथमिकता के अनुसार विविध प्रकार की वस्तुएं उपलब्ध कराती हैं।

(घ) उधार विक्रय, घर पहुंचाने आदि की सुविधाएं प्रदान करती हैं।

III. (i) ख (ii) ख (iii) ग (iv) ग (v) घ

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने आवास के निकट की एक दुकान में जाकर उसके कार्यों से पता लगाएं कि वह एक फुटकर व्यापारी है अथवा थोक व्यापारी।

14. फुटकर व्यापार

आपको रोजमर्रा के जीवन में प्रयोग करने के लिए विभिन्न प्रकार की वस्तुओं की आवश्यकता पड़ती है। आप वह सब वस्तुएं कहां पाते हैं, क्या वह सभी वस्तुएं आपके स्थानीय बाजार में मिल जाती हैं? यदि नहीं, तो आप, अवश्य ही उन वस्तुओं के क्रय करने के लिये अपने नजदीकी कस्बे अथवा शहर के बाजार में से खरीदते होंगे। सामान्यतया अपनी रूचि और आवश्यकतानुसार वस्तु क्रय करने के लिये आप एक दुकान से दूसरी दुकान, एक बाजार से दूसरे बाजार जाते हैं। आप सोचते होंगे कि ये सभी वस्तुएं एक ही दुकान पर क्यों नहीं मिल जाती हैं? ये सभी वस्तुएं हमारे घर के मुहाने पर ही क्यों नहीं मिल जाती हैं? हां, वास्तव में कुछ दुकाने हैं जहां से आप अपनी रूचि/आवश्यकतानुसार एवं सुविधानुसार वस्तुएं क्रय कर सकते हैं। आपकी रूचि के अनुसार वस्तुओं के आपके घर के मुहाने पर भी उपलब्ध कराया जा सकता है। आप अपनी पसंद की वस्तुएं ऐसी दुकानों से भी क्रय कर सकते हैं, जहां पर कोई भी सेल्समैन आपका मार्गदर्शन करने हेतु अथवा सामान आपको पकड़ाने के लिए नहीं होता है। क्या आपको आश्चर्य हुआ? आश्चर्य करने की आवश्यकता नहीं है। आप पढ़ेंगे कि यह सब कैसे होता है।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के पश्चात आप

- फुटकर व्यापार का अर्थ समझ सकेंगे;
- फुटकर व्यापार के विभिन्न प्रकारों/स्वरूपों को पहचान सकेंगे;
- विभिन्न प्रकार के बड़े फुटकर व्यापार को सूचीबद्ध कर सकेंगे;
- बड़े पैमाने के फुटकर व्यापार के लाभ तथा हानि का मूल्यांकन कर सकेंगे; और
- आप विभिन्न प्रकार के गैर जमा फुटकर व्यापार के अर्थ को समझ सकेंगे।

14.1 फुटकर व्यापार का अर्थ

छोटे दुकानदार जो उपभोक्ता के सीधे ही सामान बेचते हैं, उन्हें फुटकर विक्रेता कहते हैं। पैदल चलकर सामान बेचने वाले, फेरी वाले, एक दाम की दुकान, परचून की दुकान चलाने वाले सभी फुटकर व्यापारी है। फुटकर विक्रेता, मध्यस्तों के बीच की अंतिम कड़ी होता है।

वह थोक विक्रेता तथा वास्तविक उपभोक्ता के बीच का माध्यम है। वह थोक विक्रेता से क्रय करता है तथा उपभोक्ता को बहुत कम मात्रा में बेचता है। सामान्यता, थोक विक्रेता के मुकाबले में उसे बहुत कम पूंजी की आवश्यकता होती है तथा व्यापार में नकद लेनदेन करता है। साधारणतया वह किसी खास वस्तु को बेचने के लिए नहीं होता है। वह कई प्रकार की वस्तुओं का भंडारण करता है। उसके कार्यकलाप, साधारणतया जिस क्षेत्र में उसकी दुकान है, वहां से मिलते जुलते होते हैं।

14.2 फुटकर विक्रेता के प्रकार

पिछले भाग में आपने फुटकर व्यापारियों के सम्बन्ध में पढ़ा। आप सोच रहे होंगे कि फुटकर व्यापारी आस-पड़ोस में छोटी सी दुकान करने वाले व्यापारी को कहते है। अन्ततोगत्वा, आपको आश्चर्य होगा कि आवाज लगाकर, फेरी लगाकर सामान को बेचने वाले से लेकर सुपर बाजार, विभागीय भंडार और बहुउद्देशीय दुकानें सभी हमारे देश में फुटकर व्यापार की श्रेणी में आते हैं। हम इस फुटकर व्यापार को दो भागों में बांट सकते है। (क) लघुस्तरीय फुटकर व्यापार और (ख) दीर्घस्तरीय फुटकर व्यापार

लघुस्तरीय फुटकर व्यापार उसे कहते हैं, जहां पर सीमित किस्म और सीमित मात्रा में सामान को स्थानीय क्षेत्र में बेचा जाता है। इसमें कम पूंजी की आवश्यकता पड़ती है तथा सीमित ग्राहकों को सामान उपलब्ध कराते हैं।

दूसरी ओर दीर्घस्तरीय फुटकर व्यापार वह है, जहां पर अधिक पूंजी की आवश्यकता पड़ती है और इसमें वस्तुओं का अधिक मात्रा में क्रय विक्रय होता है। ग्राहकों की बड़ी संख्या की आवश्यकताओं की पूर्ति इसमें होती है। सुपर बाजार, विभागीय भंडार तथा बहुउद्देशीय दुकानें, बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापारिक संगठन के उदाहरण हैं।

इस पाठ में आप छोटे पैमाने पर फुटकर व्यापार के बारे में पढ़ेगे।

लघु स्तरीय फुटकर व्यापार

छोटे पैमाने पर फुटकर व्यापार लगे हुए व्यापारियों के विभिन्न प्रकार होते हैं। उन्हें निम्न प्रकार से विभाजित किया जा सकता है :

i. चलता फिरता फुटकर व्यापार

ii. स्थायी दुकानों के माध्यम से फुटकर व्यापार

i) चलता फिरता फुटकर व्यापार

यह एक प्रकार का छोटे पैमाने का फुटकर व्यापार है, जिसमें फुटकर विक्रेता घूमते रहते हैं एवं विविध वस्तुएं सीधे उपभोक्ता को बेचते हैं। विक्रय करने के लिए उनके पास स्थायी दुकानें नहीं होती। आपने देखा होगा कि कुछ लोग सवेरे-सवेरे समाचार-पत्रों का वितरण करते हैं, बसों एवं रेल में चने, मूँगफली, चूड़ियाँ, खिलौने आदि बेचते हैं। आपके क्षेत्र में ठेली पर रखकर फल एवं सब्जियां बेचते हैं; साइकिल पर आइसक्रीम, नमकीन आदि बेचते हैं। ठेली पर रखकर चावल, मिट्टी के बर्तन अथवा गलीचे बेचते हैं। ऐसे ही लोगों को आप अपने आस-पास पटरियों पर सामान बेचते देखते हैं। शहरों

में कई प्रकार के भ्रमणशील विक्रेता देखे जा सकते हैं। कुछ व्यापारी अलग-अलग बाजारों में वस्तुओं का विक्रय करते हैं। गांवों में इस प्रकार के बाजारों को हाट कहते हैं तथा शहरों में साप्ताहिक बाजार। बिना दुकानों की बिक्री में वह लोग भी सम्मिलित हैं जो घर-घर जाकर सामान बेचते हैं। अधिकांश मामलों में मूल्य निश्चित नहीं होते बल्कि मोल भाव करके तय किए जाते हैं। उनकी अधिकांश वस्तुएँ बिना किसी ब्रांड की होती है।

ii) स्थायी दुकानों के माध्यम से फुटकर विक्रय

यह वह फुटकर विक्रेता हैं जो एक निश्चित स्थान, जिसे दुकान कहते हैं, से विक्रय करते हैं। यह दुकानें बाजार में अथवा वाणिज्यिक क्षेत्रों में अथवा आवासीय कॉलोनियों में स्थित होती हैं। इन दुकानों पर साधारणतया सीमित प्रकार की वस्तुएँ बेची जाती हैं। वस्तुओं का दुकान में भंडारण भी किया जाता है तथा प्रदर्शन भी। यह स्थानी दुकानें फुटकर व्यापार का एक स्वरूप है और इनके द्वारा बेची जाने वाली वस्तुओं की विविधता के आधार पर इन्हें निम्नलिखित वर्गों में बाँटा जा सकता है :

(अ) सामान भंडार अथवा विविध वस्तुओं के भंडार

(ब) एक ही वस्तु के भंडार

(स) विशिष्ट दुकानें

आइए, इनके बारे में विस्तार से जाने।

(अ) सामान्य भंडार अथवा विविध वस्तुओं के भंडार : जैसा कि नाम से ही स्पष्ट है यह स्टोर आम प्रयोग में आने वाली विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का विक्रय करते हैं। ये लोगों के दिन प्रतिदिन के प्रयोग की वस्तुओं का विक्रय करते हैं। उदाहरण के लिए एक सामान्य भंडार में जिन वस्तुओं का विक्रय होता है, वे है प्रसाधन का सामान, हौजरी का सामान, बिस्कुट एवं नाश्ते का सामान, सौन्दर्य प्रसाधन, उपहार की वस्तुएं, स्टेशनरी आदि। ये फुटकर विक्रय साधारणतया प्रत्यक्ष एवं नकद विक्रय करते हैं। वैसे अपने नियमित ग्राहकों को यह विक्रेता छूट दे सकते हैं उधार की सुविधा देते हैं, तथा वस्तुएँ बिना कोई अतिरिक्त मूल्य ग्राहक के घर पहुँचाते हैं।

सामान्य भंडार

चित्र : सामान्य भंडार

(ब) एक ही वस्तु के भंडार : इन स्टोरों पर एक ही प्रकार का माल बेचा जाता है। आपने दवा, किताबें, खिलौने, सिलेसिलाए कपड़ों को दुकानें तो देखी होंगी। ये सभी एक ही वस्तु के विक्रय की दुकानें हैं। ये विभिन्न माप, ब्रांड, डिजाइन, स्टाइल तथा गुणों वाली एक श्रेणी को विभिन्न वस्तुओं का विक्रय करते हैं।

दवाई दुकान (एक ही वस्तु के भंडार)

चित्र : दवाई दुकान (एक ही वस्तु के भंडार)

(स) विशिष्ट दुकानें : इन दुकानों पर विशिष्ट ब्रांड अथवा विशिष्ट कम्पनियों के माल का विक्रय होता है। किसी खास ब्रांड की अथवा किसी विशिष्ट कम्पनी द्वारा उत्पादित सभी वस्तुएं इन स्टोरों पर उपलब्ध रहती है। आपने ऐसे कई स्टोर देखे होंगे जैसे- वुडलैंड शू स्टोर, जहां पर जूतों के साथ-साथ वुडलैंड कम्पनी द्वारा बनाये गये अन्य उत्पाद भी ग्राहकों को मिल जाते है।

महिलाओं की चप्पलों की दुकान
(विशिष्ट दुकान)

चित्र : महिलाओं की चप्पलों की दुकान (विशिष्ट दुकान)

पाठगत प्रश्न 14.1

स्तम्भ (अ) के शब्दों एवं स्तम्भ (ब) के वाक्यांशों का मिलान कीजिए :

	स्तम्भ (अ)		स्तम्भ (ब)
i.	सुपर बाजार	(क)	केवल एक ब्रांड की वस्तुओं का क्रय-विक्रय करते हैं।
ii.	घूम-घूम कर बेचने वाले विक्रेता	(ख)	एक ही श्रेणी की विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का विक्रय होता है।
iii.	विशिष्ट दुकानें	(ग)	आम प्रयोग की अनेक प्रकार की वस्तुएं।
Iv.	विविध वस्तुओं के विक्रेता	(घ)	बड़े पैमाने का फुटकर व्यापार।
v.	एक ही वस्तु के विक्रेता	(ङ)	ठेली पर रखकर सामान बेचते हैं।

14.3 बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार का अर्थ

मान लीजिए आप नए कपड़े, नये जूते, कुछ सौन्दर्य प्रसाधन और दैनिक उपयोग की कुछ वस्तुएँ खरीदना चाहते हैं। आप कपड़े खरीदने के लिए एक दुकान पर जाएंगे और जूतों के लिए दूसरी दुकान पर। और इसी प्रकार अपनी आवश्यकता का प्रत्येक सामान खरीदने के लिए आप अलग-अलग दुकानों पर भटकते हैं। कभी-कभी आपकी पसंद की चीजें उस दुकान पर नहीं मिल पाती हैं तो, आपको दूसरी दुकान पर जाना पड़ता है

और कभी-कभी बाजार में बहुत भीड़ होती है। ये कुछ ऐसी समस्याएं है, जो प्रायः स्थानीय बाजारों में देखने को मिलती हैं।

इन सभी समस्याओं के समाधान के लिए कुछ लोग छोटी फुटकर दुकानों को छोड़कर स्थानीय बाजार की दूसरी दुकानों पर जाते हैं। उदाहरण के लिए यदि जरूरत का सामान खरीदने के लिए अलग-अलग दुकानों पर जाने का समय नहीं है, तो हम एक ऐसी दुकान पर खरीदारी करते है, जहां हमें हमारी आवश्यकता, पसंद और रूचि के अनुसार विभिन्न प्रकार का सामान मिल जाए या फिर यदि हम अधिक व्यस्त हैं तो सामान घर मंगवाना पसंद करते हैं। दूसरे, यदि हमें कोई प्रचलित ब्रांड का सामान मंगवाना है तो ऐसी दुकान से मंगवाएंगे जो उचित मूल्य पर सामान देती हैं।

क्या आपके स्थानीय बाजार में ऐसी कोई दुकान है, जहां ये सब सुविधाएं हैं?

वस्तुतः यह सुविधाएं बड़े शहरों और नगरों की कुछ फुटकर दुकानों में होती है। यहां एक छत के नीचे अनेक प्रकार का सामान उपलब्ध होता है। ये दुकानें मुख्य स्थानों पर स्थित होती हैं और इनके ग्राहक भी बड़ी संख्या में होते हैं। इस प्रकार की दुकानों में आप अनेक प्रकार का सामान पाते हैं और कुछ दुकानों में आप एक ही निर्माता का सभी सामान जैसे जूते, कपड़े, कमीज आदि पाएंगे। ये सभी दुकानें बड़ी मात्रा में सामान खरीदती हैं और फुटकर विक्रेताओं की भांति थोपढ़ा-थोपढ़ा सामान बेचती हैं। कभी-कभी बड़े निर्माता देश के विभिन्न भागों में अपनी दुकानें खोल लेते हैं और अपने उत्पादों को सीधे ही ग्राहकों को बेच देते हैं।

क्या अब आप "बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार" का अर्थ बता सकते हैं?

"बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार" वह प्रक्रिया है जिसमें या तो एक प्रकार का सामान या विभिन्न प्रकार का सामान एक बड़ी दुकान में एक ही छत के नीचे ग्राहकों की बड़ी संख्या में उपलब्ध कराया जाता है या ग्राहकों की सुविधा के अनुसार उपलब्ध कराया जाता है।

बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार की विशेषताएँ

बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार की विशेषताएँ निम्नलिखित हैं :

i. ये दैनिक आवश्यकताओं की विभिन्न वस्तुओं का व्यापार करते हैं तथा उन्हें ग्राहकों की सुविधानुसार उपलब्ध कराते हैं।

ii. ये उत्पादकों से सीधे ही बड़ी मात्रा में माल क्रय करते हैं, अतः माल के क्रय की प्रक्रिया से मध्यस्थों का उन्मूलन होता है।

iii. ये अधिक संख्या में ग्राहकों को सेवा प्रदान करते हैं।

iv. इनकी दुकानों का आकार साधारण फुटकर व्यापारियों की तुलना में बपढ़ा होता है।

v. इन्हें व्यवसाय प्रारंभ करने तथा चलाने के लिए बड़ी पूंजी निवेश करने की आवश्यकता होती है।

vi. ये सामान्यतः ग्राहकों को नकद बिक्री ही करते हैं।

पाठगत प्रश्न 14.2

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. सामान या वस्तुओं को सीधे ही ग्राहकों को ——— मात्रा में बेचना फुटकर व्यापार कहलाता है।

ii. जब कोई दुकानदार किराना का सामान या दूसरी वस्तुएं अपनी दुकान से बेचता है तो वह ——— प्रक्रिया में लगा होता है।

iii. जब एक या अनेक प्रकार का सामान ग्राहकों को बड़ी-बड़ी दुकानों से बेचा जाता है तो इसे ——— फुटकर व्यापार कहते हैं।

iv. व्यापक फुटकर व्यापार में दुकानें ———- पर स्थित होती है और ग्राहकों की———- संख्या को सामान बेचती हैं।

v. व्यापक फुटकर व्यापार में दुकानें बड़े ———— के द्वारा ग्राहकों को सीधे सामान बेचने के लिए भी खोली जा सकती हैं।

14.3 बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार के प्रकार

भारत में प्रायः हम निम्नलिखित प्रकार के फुटकर व्यापारों को देखते हैं :

i. विभागीय भंडार

ii. बहुसंख्यक दुकानें

iii. सुपर बाजार

14.4 विभागीय भंडार

इसमें एक ही भवन में कई प्रकार का सामान मिल जाता है। पूरे भवन को अनेक विभागों या काउंटरों में विभाजित कर देते हैं। प्रत्येक विभाग में एक प्रकार का सामान जैसे स्टेशनरी, किताबें उपलब्ध होते हैं। ये सभी विभाग एक ही मुख्य प्रबंधान के द्वारा नियंत्रित होते हैं। एक बार यदि आप एक विभागीय भंडार में घुस गए तो आप अपनी पूरी खरीदारी अलग-अलग विभागों से कर सकते हैं। लोग एक ही स्टोर से अपनी सब खरीदारी कर सकें इसको प्रोत्साहित करने के लिए स्टोर, ग्राहकों की बहुत सी सुविधाओं का ध्यान रखते हैं, जैसे जलपान गृह, शौचालय, टेलीफोन, एटीएम (ATM) आदि।

विभगीय भंडार यू.एस.ए. और यूरोप में बहुत प्रचलित हैं। हमारे देश में बड़े-बड़े शहरों में भी ऐसे स्टोर खुल गए हैं। दिल्ली में "एबोनी" और "शापर्स स्टॉप" चेन्नई में "स्पैन्सर" ओर बंगलौर में "किड्स कैम्प" आदि विभागीय भंडार इसी के कुछ उदाहरण हैं।

विभागीय भंडार की विशेषताएं

विभागीय भंडार के विषय में कुछ जानकारी प्राप्त करने के बाद आइए इसकी विशेषताओं के बारे में जानें :

i. ये स्टोर प्रायः शहर के प्रमुख वाणिज्यक स्थानों पर स्थित होते हैं, ताकि विभिन्न भागों से लोग सुविधानुसार अपनी आवश्यकता की वस्तुएं खरीदने के लिए वहां पहुंच सकें।

ii. स्टोर का आकार बहुत बड़ा होता है और वह अनेक विभागों और काउंटरों में बंटा होता है।

iii. प्रत्येक विभाग में एक विशेष प्रकार का सामान होता है जैसे एक विभाग में बिजली का सामान होगा, दूसरे में रेडिमेड कपड़े होंगे तो तीसरे में खाद्य सामग्री होगी आदि।

iv. सभी विभागों का नियंत्रण एक मुख्य प्रबंधन द्वारा होता है।

v. विभागीय भंडार ग्राहकों के लिए खरीदारी को रुचिकर बनाते हैं। एक छत के नीचे ग्राहकों को सभी सामान उपलब्ध कराने की सुविधा देता है।

vi. स्टोर के अंदर ग्राहकों के लिए जलपान गृह, शौचालय, टेलीफोन और एटीएम (ATM) की सुविधा रहती है।

vii. ग्राहकों को क्रैडिट कार्ड से सामान खरीदने की सुविधा रहती है।

viii. माल को मुफ्त घर पहुंचाने की भी सुविधा रहती है।

विभागीय भंडार के लाभ

विभागीय भंडार के निम्नलिखित लाभ हैं :

i) खरीदारी में सुविधा : इसमें चूंकि एक ही छत के नीचे अनेक प्रकार का सामान मिलता है अतः आपको खरीदारी के लिए बाजार-बाजार और दुकान-दुकान घूमना नहीं पड़ता है। इससे आपके समय और ऊर्जा की बचत होती है। साथ ही ग्राहकों की सुविधा के लिए जलपानगृह, शौचालय, टेलीफोन और एटीएम सुविधा भी होती है।

ii) उत्पादों का वृहद चुनाव : इन भंडारों में विभिन्न निर्माताओं के विभिन्न प्रकार के उत्पाद बड़ी मात्रा में होते हैं अतः ग्राहकों को अपनी आवश्यकताओं के अनुरूप सर्वोत्तम वस्तु के चुनाव के पर्याप्त अवसर होते हैं।

iii) बड़ी मात्रा में क्रय-विक्रय से लाभ : विभागीय भंडार निर्माताओं से बड़ी संख्या में माल खरीदते हैं इस तरह चूँकि ये थोक विक्रेताओं से माल न लेकर सीधे निर्माताओं से खरीदते हैं, अतः उन्हें निर्माताओं से छूट का लाभ भी मिलता है और फिर बड़ी संख्या में सामान की बिक्री होने से लागत भी काफी कम आती है।

iv) पारस्परिक विज्ञापन : जब ग्राहक एक विभागीय भंडार में जाता है तो वहां के एक विभाग में दूसरे विभागों में प्रदर्शित सामान से आकर्षित होता है। अतः कई बार ग्राहक आकर्षित होकर अपनी सूची से अलग सामान भी खरीद लेता है। इसलिए प्रत्येक विभाग दूसरे विभाग के सामान का विज्ञापन करता है।

v) कुशल प्रबंधन : इन विभागीय भंडारों को बड़े पैमाने पर चलाया जाता है अतः सामन्यतया ये सदैव कुशल, एवं योग्य कर्मचारी रखते हैं, जिससे कि ग्राहकों को उचित सेवा मिल सके।

विभागीय भंडारों की सीमाएं

इन लोगों के अतिरिक्त विभागीय भंडारों की कुछ सीमाएं भी होती हैं। वे इस प्रकार हैं :

i) भारी निवेश : विभागीय भंडार को इतनी अधिक मात्रा में सामान रखने के लिए बहुत बड़ी जगह चाहिए और सामान भी विभिन्न प्रकार का चाहिए, अतः एक स्टोर प्रारंभ करने के लिए बहुत बड़ी मात्रा में पूंजी चाहिए।

ii) आवासीय क्षेत्रों से दूरी : विभागीय भंडार प्रायः आवासीय क्षेत्रों से काफी दूरी पर स्थित होते हैं। अतः दूर स्थानों में रहने वाले लोग इन भंडारों से सामान खरीदने को असुविधाजनक पाते हैं। फिर प्रायः दैनिक उपयोग की वस्तुएं लोग अपने आवासीय क्षेत्रों की स्थानीय दुकानों से ही खरीदना पसंद करते हैं।

iii) अधिक परिचालन व्यय : जगह का मूल्य, सजावट और बड़ी संख्या में कर्मचारी

रखने पर बहुत अधिक खर्च होता है। साथ ही ग्राहकों की सुविधा के लिए विभिन्न सुविधाओं का प्रबंध करने से एक विभागीय भंडार की परिचालन लागत में वृद्धि हो जाती है।

iv) उच्च मूल्य : उच्च परिचालन लागत एवं अच्छी गुणवत्ता की वस्तुएं उपलब्ध कराने से विभागीय भंडार महंगे साबित होते हैं।

v) व्यक्तिगत ध्यान में कमी : विभागीय भंडार में मालिक और ग्राहक के बीच सीधा संबंध स्थापित नहीं हो पाता। इसमें भंडार के कर्मचारी ही ग्राहकों के सीधे संपर्क में आते हैं। मालिक को अपने ग्राहकों की रुचि और पसंद-नापसंद के बारे में पता नहीं चल पाता।

पाठगत प्रश्न 14.3

विभागीय भंडारों के विषय में नीचे लिखे कथनों में से सत्य और असत्य कथन छांटिए तथा सत्य के सामने 'स' और असत्य के सामने 'अ' लिखिए :

i. विभागीय भंडार वह फुटकर दुकान है, जहां एक ही भवन में अलग-अलग विभाग और काउंटरों पर विभिन्न वस्तुओँ की बिक्री होती है।

ii. नियंत्रण की सुविधा के लिए विभिन्न विभागों, जैसे सिलेसिलाए कपड़ों आदि के विभागों का प्रबंधन पृथक-पृथक होता है।

iii. विभिन्न विभागों के माध्यम से विभागीय भंडार के मालिक और ग्राहकों में सीधा सम्पर्क रहता है।

iv. सामान की बिक्री के अतिरिक्त विभागीय भंडार में ग्राहकों के लिए अन्य सुविधाएं भी होती है।

v. ग्राहकों की बड़ी संख्या को सुविधा के लिए ये स्टोर आवासीय क्षेत्रों में ही होते हैं।

vi. विभागीय भंडार में सामान अधिक मूल्यों पर मिलता है, क्योंकि ग्राहकों को अन्य सुविधा देने और इनके रख-रखाव और परिचालन में भी अधिक व्यय होता हैं।

14.5 सुपर बाजार

सुपर बाजार एक अन्य प्रकार का बड़े पैमाने का फुटकर व्यापार का संगठन है, जहां से हम अपने घरेलू उपयोग की सभी वस्तुएं प्रायः हफ्ते भर या महीने भर के लिए एक साथ हो खरीदते हैं। आइए इसके विषय में विस्तृत जानकारी प्राप्त करें।

सुपर बाजार का एक दृश्य

चित्र : सुपर बाजार का एक दृश्य

सुपर बाजार का अर्थ

सुपर बाजार उपभोक्ताओं का बड़े पैमाने का सहकारी भंडार है जिसमें बड़ी संख्या में विविध प्रकार का सामान जैसे खाद्य सामग्री, सब्जियां, फल, किराना तथा अन्य आवश्यक सामान एक ही छत के नीचे मिलते हैं इसका निर्माण दैनिक आवश्यकता की वस्तुओं को अपने सदस्यों एवं जनता को उचित मूल्य पर विक्रय के लिए किया जाता है। सुपर बाजार की वितरण प्रक्रिया में बिचौलियों या मध्यस्थों का पूर्ण रूप से बहिष्कार हो जाता है।

सुपर बाजार की विशेषताएं

i. ये स्टोर सहकारी समिति के रूप में बने होते हैं।

ii. ये केन्द्रस्थान में स्थित होते हैं। इनकी शाखाएं आवासीय बस्ती में भी होती है। कुछ सुपर बाजार की मोबाइल वैन भी चलती हैं, जो आवासीय बस्ती में बिक्री के लिए भेजी जाती है।

iii. इसमें अच्छी गुणवत्ता वाला सामान ही मिलता है।

iv. ये स्टोर प्रायः स्वसेवा के आधार पर चलाये जाते हैं। खुली अलमारी से आप अपनी पसंद और जरूरत का सामान खरीदते हैं और पैसे देने के लिये सामान को कैश काउंटर तक ले जाते हैं। कुछ सुपर बाजारों में कुछ सेल्समैन भी होते हैं जो सामान के चयन में ग्राहकों की मदद करते हैं।

v. इन स्टोरों का प्रबंधन सहकारी समितियों के निर्वाचित सदस्य करते हैं।

vi. सुपर बाजार निर्माताओं या सरकारी एजेन्सियों से सीधे सामान खरीदते हैं और सदस्यों एवं सामान्य जनता को उचित दामों में थोड़े से लाभ के साथ बेचते हैं।

vii. सुपर बाजार में सामान केवल नकद बेचा जाता है।

viii. सहकारी समिति के सदस्यों द्वारा सुपर बाजार में पूंजी लगाई जाती है।

सुपर बाजार के लाभ

आइए सुपर बाजार से होने वाले लाभों पर ध्यान दें :

i) सामान की विविधता : सुपर बाजार में गृहस्थी के दैनिक उपयोग के सामान की विविधता रहती है।

ii) गुणवत्ता वाली वस्तुएं : सुपर बाजार में ग्राहकों को स्तरीय गुणवत्ता का सामान उपलब्ध होता है। यहां के माल में मिलावट या नकली सामान की संभावना नहीं होती है।

iii) कम दाम : बड़ी मात्रा में खरीदने और बिचौलिये के बहिष्कार के कारण सुपर बाजार में सामान कम दामों में उपलब्ध हो जाता है।

iv) निम्न संचालन लागत : प्रायः सुपर बाजारों में सेल्समैन और सहायक की सेवा उपलब्ध नहीं होती है इससे संचालन की लागत में काफी कमी आ जाती है।

v) सदस्यों को लाभ : समिति के सदस्यों को सामान रियायती दरों पर ही मिलता है। सदस्यों को अधिक लाभ होने पर उनके शेयर के अनुसार लाभांश भी मिलता है।

vi) चयन की स्वतंत्रता : ग्राहक को एक ही छत के नीचे भिन्न-भिन्न ब्रांड का सामान मिल जाता है। इससे तुलना करना और फिर चयन करना सरल हो जाता है। आप अपनी पसंद के सामान का चुनाव करने में चाहे कितना भी समय लगा सकते हैं।

vii) सरकारी नियंत्रण : भारतवर्ष में अधिकतर सुपर बाजार केन्द्रीय या राज्य सरकारों द्वारा नियंत्रित रहते हैं। इससे मूल्यों पर नियंत्रण करने में सहायता मिलती है और सामान की बनावटी कमी दिखाना भी कठिन होता है।

सुपर बाजार की सीमाएं

i) भारी निवेश : सुपर बाजार को प्रारंभ करने और चलाने के लिए भारी पूंजी की आवश्यकता होती है।

ii) कुशल प्रबंधन की कमी : अपर्याप्त कोष के कारण विशेषज्ञ प्रबंधकों से सुपर बाजार वंचित रह जाता है।

iii) उधार की सुविधा नहीं : ग्राहकों को माल नकद ही बेचा जाता है। उधार की सुविधा यहां नहीं होती है।

14.6 विभागीय भंडार और सुपर बाजार में अंतर

आधार	विभागीय भंडार	सुपर बाजार
1. स्वामित्व	इन स्टोरों के स्वामी, निजी व्यक्तिगत होते हैं।	सुपर बाजार का स्वामित्व सहकारी समितियों के नियंत्रण में होता है।
2. सुविधाएं	कुछ सुविधाएं जैसे शौचालय, जलपान गृह, टेलीफोन आदि ग्राहकों को उपलब्ध कराई जाती हैं।	ग्राहकों को इस प्रकार की कोई सुविधा उपलब्ध नहीं कराई जाती है।
3. सामान का मूल्य	सामान्यतः वस्तुओं के मूल्य बाजार से अधिक होते हैं।	विभागीय स्टोरों की तुलना में वस्तुओं के मूल्य कम होते हैं।
4. उधार की सुविधा	कभी-कभी सामान को उधार भी बेचा जा सकता है।	सामान को केवल नगद ही बेचा जाता है।

पाठगत प्रश्न 14.4

I. बताइये कि सुपर बाजार के लिये नीचे दिये गये तथ्य सही हैं या गलत। सही होने पर (स) और गलत होने पर (ग) लिखें।

i. विभागीय भंडार की ही तरह सुपर बाजार में भी विभिन्न प्रकार का सामान एक ही भवन में बेचा जाता है।

ii. सुपर बाजार का संगठन सहकारी समिति की तरह होता है जहां पूंजी सदस्यों द्वारा दी जाती है।

iii. सुपर बाजार में सामान ग्राहकों की सुविधा के लिये उधार पर बेचा जाता है।

iv. सुपर बाजार में प्रशिक्षित प्रबंधक रखने की क्षमता नहीं होती इसलिये इसकी प्रक्रिया में त्रुटियां होती है।

v. कम दाम में वस्तुएं उपलब्ध कराने के लिए सुपर बाजार में घटिया किस्म का सामान आता है।

II. नीचे के वाक्य पढ़कर बताइये कि ये किस प्रकार के बड़े पैमाने के फुटकर व्यापार के संदर्भ में कहे गये हैं :

i. विभिन्न स्थानों पर खोली गयी विभिन्न दुकानों के द्वारा सामान बेचा जाता है।

ii. इनका संगठन सहकारी समिति की तरह होता है जिसकी पूंजी सदस्यों द्वारा लगायी जाती है।

iii. स्टोर प्रायः उपभोक्ताओं के एक समूह द्वारा नियंत्रित किये जाते हैं।

iv. बिक्री योग्य सामान के अतिरिक्त ग्राहकों को अन्य सुविधायें भी दी जाती हैं।

v. ग्राहकों को एक ही प्रकार का सामान बेचा जाता है।

III. बड़े पैमाने के व्यापक फुटकर व्यापार सम्बन्धी निम्न वाक्यों में रिक्त स्थानों की पूर्ति दिये गये शब्दों में से उचित शब्द छांट कर भरिए :

i. ग्राहकों को बेचने के लिए इकट्टा सामान ——— से खरीदा जाता है। (निर्माताओं/बिचौलियों)

ii. ग्राहकों को सभी सामान ———— पर उपलब्ध होता है। (एक ही छत के नीचे/अलग-अलग दुकानों पर)

iii. ग्राहकों की ———— को सामान बेचा जाता है। (बड़ी/छोटी संख्या)

iv. ग्राहकों को सामान ————- आधार पर बेचा जाता है। (उधार/नगद)

v. बड़े पैमाने पर व्यापक फुटकर व्यापार के लिये आरम्भिक निवेश-स्थानीय फुटकर दुकानों में होने वाले निवेश से ——— ही होता है। (कहीं अध/का प्रायः बराबर)

14.7 बहुसंख्यक दुकानें

पहले भाग में हमने विभागीय भंडार के विषय में पढ़ा, जहां पूरा व्यापार एक भवन में होता है और ग्राहक इस ओर आकर्षित होते हैं। अब हम दुकानों के विषय में पढ़ेंगे, जिसमें बड़े निर्माता ग्राहकों के आस-पास दुकानें स्थापित करते हैं और स्वयं ग्राहकों तक पहुंचते हैं। क्या आपने देखा है कि आपके शहर और नगर में ऐसी फुटकर दुकानें हैं, जिनके नाम और डिजाईन व सजावट सब एक से हैं और जो एक ही ब्रांड के और समान प्रकार के सामानों

की बिक्री करते हैं। जो हां। आप कह सकते हैं, जैसे बाटा की दुकान, एचएमटी घड़ी की दुकान, मैक्डोनल्डस रेस्टोरेन्ट, आदि। ये सब बहुसंख्यक दुकानें हैं। ये अपनी सभी दुकानों पर एक सा सामान एक से ही मूल्यों पर बेचते हैं। ये दुकानें बड़े-बड़े निर्माताओं और उत्पादों द्वारा संचालित होती हैं। ये एक शहर में या भिन्न-भिन्न शहरों में अपनी कई शाखाएं खोलती हैं। अतः इनको "श्रृंखलाबद्ध दुकानें" भी कहा जाता है।

बहुसंख्यक दुकानों का एक दृश्य

चित्र : बहुसंख्यक दुकानों का एक दृश्य

बहुसंख्यक दुकानों की विशेषताएँ

बहुसंख्यक दुकानों के विषय में अधिक जानकारी और स्पष्टीकरण के लिये आइये उनकी विभिन्न विशेषताओं को जानें :

i. एक ही प्रबंधन एवं एक ही स्वामित्व की ये दुकानें ग्राहकों के आस-पास खोली जाती हैं।

ii. सभी दुकानों की सजावट एक जैसी ही होती है, जिससे ग्राहक भ्रमित न हों और दुकानों का सरलता से पहचान लें।

iii. बहुसंख्यक दुकाने एक ही प्रकार के सामान रखती हैं और अधिकतर दैनिक उपयोग की वस्तुएँ ही रखती हैं, जैसे जूते, कपड़ा, घड़िया, ऑटोमोबाईल उत्पाद आदि।

iv. एक प्रकार के सामान का मूल्य सभी दुकानों में एक सा ही होता है। मुख्य कार्यालय से मूल्य निर्धारित किए जाते हैं। इन दुकानों पर मोलभाव और बेईमानी नहीं होती।

v. सभी बहुसंख्यक दुकानों का प्रबंधन एवं नियंत्रण मुख्य कार्यालय से ही होता है।

vi. बहुसंख्यक दुकानें सामान नकद पर ही बेचती हैं। ग्राहकों को उधार की सुविधा नहीं देती हैं।

viii. सामान किसी एक मुख्य स्थान पर खरीदा या बनाया जाता है और फिर सभी शाखाओं या केन्द्रों पर बिक्री के लिए भेज दिया जाता है।

बहुसंख्यक दुकानों के लाभ

i) सरल पहचान : सभी बहुसंख्यक दुकानें एक सी ही बनी होती हैं। दुकानों का अग्रभाग एक सा होता है। सजावट और प्रदर्शन सभी दुकानों में एक सा होता है। इससे ग्राहकों को दुकान पहचानने में सुविधा होती है।

ii) दलालों/बिचौलियों की समाप्ति : बहुसंख्यक दुकानों के स्वामी बड़े-बड़े निर्माता ही होते हैं अतः इसमें थोक और फुटकर व्यापारी जैसे मध्यस्थों का वितरण प्रक्रिया में कोई हाथ नहीं होता ।

iii) बड़े पैमाने के लाभ : इन दुकानों को बड़ी मात्रा में खरीद और उत्पाद का लाभ मिलता है। इन सभी दुकानों का एक साथ विज्ञापन होने के व्यय में भी काफी बचत होती है ।

iv) निम्न मूल्य/सस्ते दाम : यहां ग्राहकों को कम मूल्य में सामान मिल जाता है, क्योंकि इनके परिचालन में कम व्यय होता है और वितरण में से मध्यस्थ समाप्त हो जाते हैं ।

v) कोई अप्राप्य ऋण नहीं : इन दुकानों पर पूरी बिक्री नकद होती है अतः अप्राप्य ऋण की हानि का प्रश्न ही नहीं उठता ।

vi) जनता का विश्वास : निश्चित गुणवत्ता और निश्चित दाम होने से ग्राहकों को इन दुकानों पर बहुत विश्वास होता है। इन दुकानों पर ग्राहकों को असली और स्तरीय सामान मिलता है। नकली सामान और बेईमानी की सम्भावना इन दुकानों पर नहीं होती है ।

vii) सुविधाजनक स्थित : ये दुकानें प्रायः मुख्य बाजार अथवा व्यस्त शौपिंग केन्द्रों में होती है अतः ग्राहक सरलता से इन दुकानों पर जाकर अपना सामान ले सकता है ।

बहुसंख्यक दुकानों की सीमाएं

उपरोक्त सभी लाभ होने पर भी बहुसंख्यक दुकानों की अपनी कुछ सीमायें होती है :

i) सीमित चयन का अवसर : ये दुकानें बहुत सीमित वस्तुओं का व्यापार करती हैं, इसलिए इन दुकानों द्वारा बेची जाने वाली ब्रांड की वस्तुओं तक ही चुनाव की छूट होती है ।

ii) उधार की सुविधा नहीं होती : क्योंकि पूरा व्यापार और बिक्री/नगद में होती है अतः इन दुकानों पर ग्राहक को उधार की सुविधा नहीं होती ।

iii) मोलभाव नहीं : यहाँ समान के दाम मुख्य कार्यालय से निर्धारित होते हैं। दामों पर दुकानदारों का कोई नियंत्रण नहीं होता अतः ग्राहक कोई मोलभाव नहीं कर पाता ।

iv) किसी प्रकार का पहल क्षमता नहीं : ये दुकानें प्रायः शाखा प्रबन्धकों द्वारा नियंत्रित होती हैं और वे मुख्य कार्यालय के निर्देशों का पालन करने के लिए बाध्य होती हैं अतः ग्राहकों को संतुष्ट करने के लिए उनमें कोई विशेष रूचि नहीं होती । अतः उनमें पहल क्षमता का अभाव होता है ।

पाठगत प्रश्न 14.5

बहुसंख्यक दुकान के संदर्भ में नीचे दिए वाक्यों के रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. ऐसी विभिन्न दुकानें जो सामान ——— मूल्यों पर बेचती है और बड़े निर्माताओं द्वारा संचालित होती हैं उन्हें बहुसंख्यक दुकान कहते हैं ।

ii. सरलता से पहचानी जाने के कारण एक निर्माता की सभी दुकानों का प्रदर्शन और ——- एक सी होती है।

iii. सभी बिक्री नगद होने से इन दुकानों पर ——— का कोई जोखिम नहीं होता।

iv. ———- के बहिष्कार के कारण ग्राहकों को सामान कम दामों में मिल जाता है।

v. बहुसंख्यक दुकान का प्रबंधन ————— से संचालित होता है अतः शाखा प्रबंधकों में पहल क्षमता की कमी होती है।

vi. इन दुकानों में अच्छी गुणवत्ता का और असली सामान ही मिलता है, जिससे जनता का ———— इन उत्पादों में बढ़ जाता है।

vii. बहुसंख्यक दुकानों अपनी शाखाओं के माध्यम से ———- विविधता के उत्पादों ही ग्राहकों के लिए मंगवा पाते हैं।

viii. ये दुकानें मुख्य बाजार और व्यस्त शॉपिंग काम्प्लैक्स में स्थित होने के कारण ग्राहकों को स्थान की ——- देती हैं।

विभागीय भंडारों तथा बहुसंख्यक दुकानों में अंतर

आप बड़े पैमाने के फुटकर व्यापारों के रूप में विभागीय भंडारों तथा बहुसंख्यक दुकानों का अध्ययन कर चुके हैं। अब आपको इन दो प्रकारों के बीच अंतर करना है तथा उसे पाठ के अंत में दिये गये उत्तर से मिलाना है।

अंतर का आधार	विभागीय भंडार	बहुसंख्यक दुकानें
1. स्थिति	इनकी स्थापना शहर के मधय में होती है।	ये दुकानें नगर के विभिन्न स्थानों पर ग्राहकों के समीप स्थित होती हैं।
2. सजावट	ये अपनी सजावट सबसे अलग प्रकार से प्रदर्शित करते हैं।	इनकी सजावट एक रूप होती है तथा मुख्य कार्यालय द्वारा तय की जाती है।
3. वस्तुओं के प्रकार	ये विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का व्यापार करते हैं	ये केवल कुछ प्रकार की वस्तुओं का ही व्यापार करते हैं, जो सामन्यतः एक ही निर्माता के उत्पाद होते हैं।
4. वस्तुओं की कीमतें	वस्तुओं के मूल्य अधिक तथा भिन्न-भिन्न होते हैं।	सभी बहुसंख्यक दुकानों में एक प्रकार की वस्तुओँ का मूल्य एक समान होता है।
5. उधार की सुविधा	कभी-कभी ग्राहक को उधार की सुविधा भी प्रदान करते हैं।	इन दुकानों में ग्राहकों तो उधार की सुविधा उपलब्ध नहीं कराई जाती।

14.8 मॉल

ये फुटकर व्यापार की नवीनतम पद्धति है। यहां पर ग्राहक केवल सामान और सेवाओं को क्रय ही नहीं कर सकता है बल्कि मनोरंजन की सुविधा भी पा सकता है। वह यहां अपना समय भी व्यतीत कर सकते हैं। विभिन्न उद्देश्यों के लिये यहां पर सभाएं आयोजित की जा सकती है। आजकल इनका उपयोग स्वागत पार्टियों, शादियों तथा जन्मदिन उत्सवों आदि की पार्टी करने के लिये भी किया जाता है। यह एक ऐसी जगह है जहां पर विभिन्न प्रकार के उत्पाद और सेवाएं उपलब्ध होती हैं।

मूलतः मॉल के भवन में बहुत सी दुकानें होती हैं जहां पर विभिन्न प्रकार का सामान ग्राहकों को बेचा जाता है। मॉल, सामान्तया विशिष्ट क्रय के लिये होते है। माल में अक्सर बड़ी दुकानें होती हैं। जहां पर विश्व की विख्यात कम्पनियों के सामान मिल जाते है। यहां कम कपड़े, क्राकरी, खिलौने, इलैक्ट्रोनिक्स का सामान सब कुछ मिल जाता है। आजकल माल में बहुउद्देशीय उत्पाद बिना किसी दिक्कत के सुलभता से उपलब्ध हो जाते हैं। इसके अलावा यहां पर ग्राहक को अन्य बहुत सी सुविधाएं भी उपलब्ध रहती है।

14.9 विक्रय केन्द्र

फैक्ट्री आउटलैट स्टोर एक ऐसा स्टोर अथवा दुकान है जहां पर निर्माता अपने उत्पाद सीधे ही जनता/ग्राहकों को बेचता है। कभी-कभी निर्माता अपने ग्राहक को फैक्ट्री में माल तैयार होते हुए देखने को भी अधीकृत कर देते हैं। जिससे कि ग्राहक को अच्छी गुणवत्ता तथा कम मूल्य की वस्तु प्राप्त करने की अनुभूति अनुभव होती है।

14.10 अभंडारीय फुटकर बिक्री

आप पढ़ चुके हैं कि किस प्रकार विभागीय भंडार, बहुसंख्यक दुकानें और सुपर बाजार ग्राहकों की बड़ी संख्या को माल बेचते है। इन सभी प्रकार की फुटकर बिक्री में आपको अपनी जरूरत का सामान खरीदने के लिए बाजार को दुकानों पर जाना पड़ता है। इनका व्यवसाय करने का निश्चित समय होता है और ग्राहकों को उसी समय के अनुसार बाजार जाकर क्रय करना पड़ता है। क्या अपने कभी सोचा है कि आपकी पसंद को वस्तुएं पूरे दिन आपकी सुविधा के अनुसार क्यों नहीं मिलती? जब तक दुकानदार सुबह नौ या दस बजे तक दुकान नहीं खोलते मैं क्यों प्रतीक्षा करूँ? मैं अपने घर के दरवाजे पर हो सामान मंगवाना चाहता/चाहती हूँ।

जी हाँ, यह सब आजकल प्रौद्योगिकी (टैक्नोलॉजी) के विस्तार और अच्छी संचार सुविधाओं

के कारण संभव हो गया है। यदि आप इन सब सुविधाओं का लाभ उठाना चाहते हैं तो निम्नलिखित फुटकर विक्रय पद्धतियां आपकी सहायता कर सकती हैं :

i. डाक द्वारा व्यापार

ii. टेलीफोन द्वारा खरीदारी (टेली शॉपिंग)

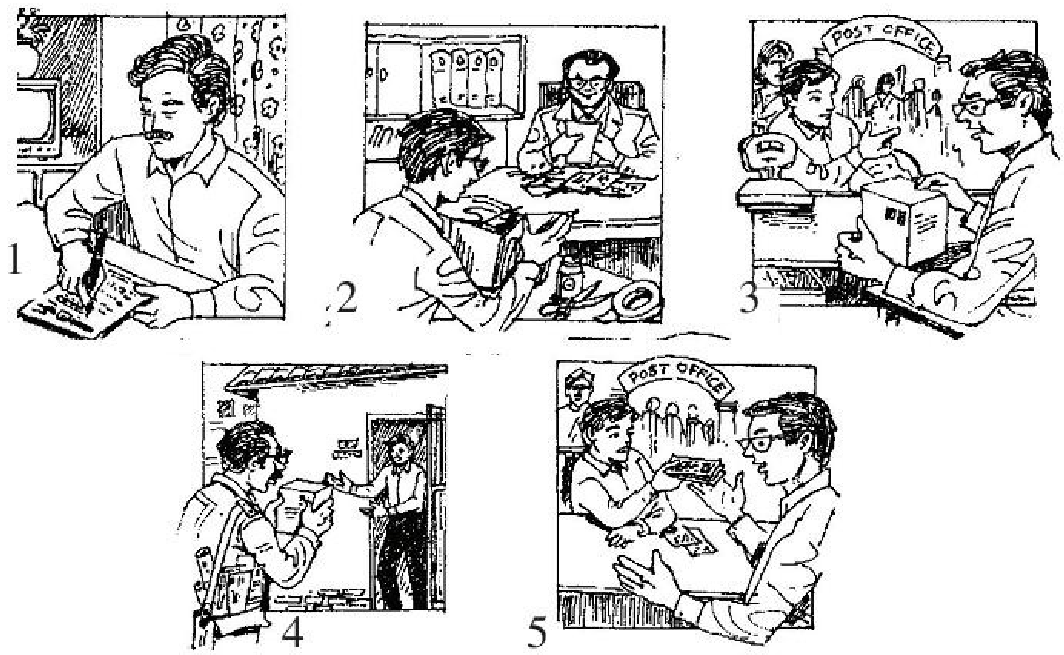
iii. स्वचालित विक्रय मशीन द्वारा बिक्री (वैंडिंग मशीन)

iv. इंटरनैट शॉपिंग

आइये, इन सबकी विस्तृत जानकारी प्राप्त करें :

डाक द्वारा व्यापार

यदि आप कुछ टिकाऊ सामान खरीदना चाहते हैं तो यह आवश्यक नहीं है कि आप दुकान पर जाकर ही खरीदें। देखिए नीचे दिये गये चित्रों में क्या हो रहा है।



डाक के माध्यम से माल खरीदने की प्रक्रिया

चित्र : डाक के माध्यम से माल खरीदने की प्रक्रिया

सामाचार पत्र में दिया गया विज्ञापन कुछ वस्तुओं के लिये एक आदमी का ध्यान आकर्षित करता है। वह आदमी कूपन भरता है और डाक से विक्रेता को भेज देता है। विक्रेता आर्डर लेता है और सामान को डिब्बे में बंद करता है और डाक से सामान भेज देता है। ग्राहक पोस्टमैन से सामान लेता और पैसे देता है। विक्रेता बाद में डाकघर से पैसे ले लेता है।

यह डाक से बिक्री की पद्धति है, जिसे डाक द्वारा व्यापार कहते हैं। इसे डाक द्वारा शॉपिंग भी कहते है। इस विधि में उत्पादक या व्यापारी डाक द्वारा सीधे ही ग्राहकों को सामान बेचते हैं। विक्रेता अपने माल का विज्ञापन अखबारों, पत्रिकाओं, टेलीविजन और सूचीपत्र आदि में देता है। विज्ञापन में माल की सारी विशेषताएं और पूरा वर्णन होता है। विज्ञापन को इतने आकर्षक तरीके से बनाया जाता है कि पढ़ने वाले का ध्यान उस ओर आकर्षित हो और ग्राहक उसे खरीदने पर विचार करें। विज्ञापन के साथ ही आर्डर फार्म या कूपन भी हो सकता है जिसे भरकर ग्राहक दिये गये पते पर भेज सकता है। आर्डर मिलने के बाद डाक आदेश गृह सामान को अच्छी तरह पैक कर डाक के द्वारा वीपीपी से भेज देगा। डाक घर सामान को ग्राहक के घर पहुंचायेगा और खरीदार से मूल्य वसूल करेगा। बाद में डाक घर विक्रेता को पैसे दे देगा।

डाक द्वारा व्यापार की विशेषताएं

डाक द्वारा व्यापार की विशेषताएं निम्नलिखित हैं :

i. पूरी प्रक्रिया डाक द्वारा होती है।

ii. विक्रेता और खरीदार के आमने-सामने संपर्क के बिना ही पूरी बिक्री और खरीद की प्रक्रिया हो जाती है।

iii. विक्रेता अखबार, पत्रिका, पत्रों और सूचीपत्र में अपने सामान का विस्तृत वर्णन करते हुए विक्रय की शर्तें तथा पैसे देने की पद्धति बताते हुए विज्ञापन देता है।

iv. विक्रेता को डाक द्वारा ग्राहक से आर्डर मिलता है।

v. विक्रेता अच्छी तरह पैक किया हुआ सामान ग्राहक को वीपीपी से भेजता है।

vi. विक्रेता को पैसे डाकखाने से प्राप्त होते हैं।

vii. इसमें कोई दलाल नहीं होता।

अब आपको डाक द्वारा सामान खरीदने के विषय में कुछ जानकारी प्राप्त हो गई होगी। क्या आप सोचते हैं कि आप प्रत्येक प्रकार का सामान डाक द्वारा खरीद सकते हैं?

डाक द्वारा व्यापार के उपयुक्त सामान

आइये देखें कि कौन-सा सामान डाक द्वारा व्यवसाय के लिये ठीक रहता है :

i. हल्के वज़न और कम स्थान घेरने वाली वस्तुएँ। भारी और बड़ी वस्तुएँ इस पद्धति से नहीं खरीदी जा सकतीं।

ii. स्थायी और जल्दी खराब न होने वाली वस्तुएं।

iii. ऐसी वस्तुएं जिनकी बाजार में बहुत मांग है।

iv. ऐसी वस्तुएं, जिनको भेजने के खर्चे उनके मूल्य से कम हो।

v. जिनको उठाना, रखना, ले जाना सरल हो।

डाक द्वारा व्यापार के लाभ

इस पद्धति के निम्नलिखित लाभ हैं :

i. ग्राहक घर बैठे ही आराम से सामान खरीद सकता है। इससे ग्राहक के समय और श्रम की बचत होती है।

ii. डाक द्वारा व्यापार को छोटी पूंजी से प्रारंभ किया जा सकता है, क्योंकि इसमें व्यवसायी (व्यापार) को सामान का बड़ा भंडार रखने की आवश्यकता नहीं है।

iii. प्रायः इस तरह की पद्धति में ग्राहक को यह विश्वास दिलाया जाता है कि यदि वे उत्पाद से संतुष्ट नहीं होंगे तो सामान वापस लेकर पैसे वापस कर दिये जायेंगे।

iv. डाक द्वारा व्यापार नकद पर आधारित होता है। अतः इसमें पैसा डूबने का जोखिम नहीं होता।

v. यह ग्राहकों की बड़ी संख्या वाले एक व्यापक बाजार की सुविधा देता है।

डाक द्वारा व्यापार की सीमाएं

डाक द्वारा व्यापार की निम्नलिखित मुख्य सीमाएं हैं :

i. ग्राहकों को उधार की सुविधा नहीं है।

ii. अनपढ़ लोग इसका लाभ नहीं उठा सकते।

iii. पैसे देने से पूर्व ग्राहक सामान की परख नहीं कर सकते।

iv. ग्राहक का निवास स्थान डाक सेवा द्वारा जुड़ा होना चाहिए।

v. इस पद्धति में विज्ञापन बहुत व्यापक और विस्तृत होना चाहिए।

टेली शॉपिंग

आजकल व्यापार में टेलीफोन संचार का एक अपरिहार्य साधन बन गया है। आपने देखा होगा कि व्यवसायी टेलीफोन पर ही सामान को खरीदने का आर्डर देते हैं और टेलीफोन पर ही ग्राहकों से सामान भेजने का आर्डर लेते हैं। यह आपके आस-पास की किसी निश्चित स्थायी दुकान पर हो सकता है। लेकिन ऐसे कई बड़े-बड़े व्यावसायिक गृह हैं, जहाँ सारा लेन-देन टेलीफोन के माध्यम से ही हो जाता है। वे टेलीफोन पर ही संभावित खरीदार से सम्पर्क करते हैं और उनको अपना उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करते हैं। कभी-कभी वे अपने उत्पादन का विज्ञापन टी.वी. अथवा मीडिया के अन्य माध्यमों पर भी देते हैं। वे उत्पाद की सभी विशेषताओं को स्पष्टतया बताते हैं और जीवंत प्रदर्शन (लाइव डिमॉन्स्ट्रेशन) भी करते है। उत्पाद का मूल्य और कोड न. (यदि कोई है) और विक्रेताओं के टेलीफोन नम्बर स्पष्टरूप से पर्दे पर आते रहते हैं। ग्राहक के रूप में आप टेलीफोन करके अपना आर्डर दे सकते हैं। मूल्य मिलने के बाद विक्रेता आपके पास उत्पाद की सुपुर्दगी करवा देता है। यह टेली शॉपिंग कहलाती है। हमारे देश में “एशियन स्काई शॉपिंग” और “टेली-ब्रांड” टैली शॉपिंग व्यवसाय के उदाहरण हैं।

चित्र- टेली शॉपिंग

आइए देखें इस पद्धति के क्या लाभ हैं?

टैली शॉपिंग के लाभ

i. लिखित आर्डर देने को तुलना में टेली शॉपिंग में समय, धन और शक्ति की बचत होती है।

ii. यह उन व्यक्तियों के लिए शॉपिंग की सुविधाजनक पद्धति है, जो व्यस्त रहते है तथा जिनके पास शॉपिंग के लिये अधिक समय नहीं है।

iii. वितरण प्रणाली में बिचौलियों का हस्तक्षेप नहीं होता है।

iv. खरीददार विक्रेता के स्थान जाने बिना ही बिक्री की शर्तें, भुगतान का तरीका, पैकिंग आदि के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकता है।

टेली शॉपिंग की सीमाएं

टैली शॉपिंग की निम्नलिखित सीमाएं हैं :

i. क्योंकि सारे आर्डर मौखिक रूप से टेलीफोन पर ही होते हैं, लेन-देन का कोई ब्यौरा नहीं रहता। अतः बिक्री के समझौतों और शर्तों में यदि कोई विवाद खड़ा हो जाए तो उसे हल करना बहुत कठिन होता है।

ii. बिक्री के लिए बताये गये सामान के निरीक्षण की कोई सुविधा नहीं होती है, अतः इसमें बेईमानी और धोखाधड़ी की आशंका अधिक होती है।

iii. विक्रेता अपने उत्पादों को बेचने के लिये खरीदार को उत्पादों के विषय में गलत अथवा झूठी जानकारी दे सकता है।

iv. खरीदारों को उधार की कोई सुविधा नहीं होती।

स्वचालित बिक्री मशीन से सामान की बिक्री

सामान को बेचने की एक अन्य पद्धति स्वचालित बिक्री मशीन द्वारा बिक्री है। इसमें ग्राहकों को सामान खरीदने की सुविधा चौबीसों घण्टें रहती है। ये मशीनें प्रायः बहुत सुविधाजनक स्थानों पर रखी होती है जैसे रेलवे स्टेशन, बस स्टैण्ड, व्यस्त शॉपिंग काम्प्लैक्स आदि। स्वचालित बिक्री मशीन में आप सिक्का डाल कर कुछ विशिष्ट सामान ही खरीद सकते हैं। यह पद्धति अधिकतर विदेशों में प्रचलित है वहां इस पद्धति के द्वारा सिगरेट, दूध, आइसक्रीम, सूप, अखबार आदि बेचा जाता है। भारतवर्ष में यह पद्धति अभी बहुत प्रचलित नहीं है।

चित्र : स्वचालित बिक्री मशीन

स्वचालित बिक्री मशीन के लाभ

i. इस मशीन को चलाना बहुत सरल है, एक अनपढ़ व्यक्ति भी इसको चला सकता है।

ii. इसमें एक निश्चित कीमत में, समान वजन का विशिष्ट गुणवत्ता का सामान ग्राहक को मिल जाता है।

iii. इसमें दुकानदार द्वारा किसी प्रकार की धोखाधड़ी की गुंजाइश नहीं रहती।

iv. इसमें विक्रेता के समय और ऊर्जा की बचत होती है।

v. इसमें किसी विज्ञापन की आवश्यकता नहीं है।

vi. इसमें पूरी बिक्री नगद में ही होती है, अतः भुगतान न करने की संभावना नहीं रहती।

स्वचालित बिक्री मशीन की सीमाएं

i. मशीन में आरम्भिक निवेश बहुत अधिक होता है।

ii. मशीन को नियमित रख-रखाव और मरम्मत की आवश्यकता होती है।

iii. मशीन में भंडारण की क्षमता सीमित होती है, अतः इसमें भंडारण बार-बार करना पड़ता है।

iv. इस मशीन में डाले जाने वाले सिक्कों को निश्चित अवधि पर एकत्रित करना पड़ता है।

इंटरनैट शॉपिंग

यह वह पद्धति है जहाँ फुटकर सामान का व्यापार इंटरनैट के द्वारा होता है। विक्रेता अपने उत्पाद के विषय में विस्तृत विवरण एवं जानकारी अपनी वैबसाइट पर दे देता है। ग्राहक के रूप में आप कम्प्यूटर पर अपनी आवश्यकतानुसार सामान की वैबसाइट खोलते हैं। वहां आप

उपलब्ध उत्पादों के दामों की तुलना भी कर सकते हैं और विक्रेता को आवश्यक निर्देश भी दे सकते हैं। इसमें आप सारा भुगतान अपने क्रैडिटकार्ड के द्वारा ही करते हैं। आपका आर्डर

मिलने पर विक्रेता आपका सामान डाक से या कूरियर से भिजवा सकता है। इस प्रकार आपका सम्पर्क विश्व बाजार से होता है, आप अपनी आवश्यकता और पसंद की वस्तु का चयन घर बैठे ही कर लेते हैं। इसके लिये आपको अपने घर पर इंटरनैट कनैक्शन के साथ एक कम्प्यूटर चाहिए। आप साइबर कैफे जा कर भी आर्डर दे सकते हैं। इस प्रकार की व्यापार प्रक्रिया को "ऑन-लाइन-शॉपिंग" भी कहते हैं। यह किताबें, पत्रिकाएँ, सॉफ्टवेयर और स्वास्थ्य व सौन्दर्य प्रसाधन बेचने के लिये अधिक उपयुक्त है।

चित्र : इंटरनैट शॉपिंग

इंटरनैट शापिंग के लाभ

i. घर बैठे अन्तर्राष्ट्रीय बाजार से हम सामान खरीद सकते हैं।

ii. इसमें ग्राहकों के समय और श्रम की बचत होती है।

iii. यह फुटकर व्यापार की सबसे शीघ्र पूरी होने वाली प्रक्रिया है।

iv. विक्रेता इसे बचत/अल्प व्यय वाली पद्धति मानते हैं, क्योंकि इस पद्धति में भंडार में बहुत अधिक माल रखने की आवश्यकता नहीं होती है।

v. विदेशी व्यापार में यह पद्धति बहुत उपयोगी है।

इंटरनैट शॉपिंग की सीमाएँ

i. यह उन साधारण व्यक्तियों के प्रयोग की वस्तु नहीं है, जिन्हें कम्प्यूटर का कोई ज्ञान नहीं होता।

ii. इसमें भी वस्तुओं की मौलिक जाँच और निरीक्षण सम्भव नहीं है।

iii. इसमें भुगतान क्रैडिटकार्ड के माध्यम से होता है और क्रैडिट कार्ड रखना एक आम आदमी की पहुँच से बाहर है।

iv. इसमें व्यक्तिगत खरीदारी के सुख का सर्वथा अभाव है।

पाठगत प्रश्न 14.6

I. बताइये कि नीचे लिखे कथन सत्य हैं अथवा सत्य। सत्य के लिए (स) और असत्य के लिए (अ) लिखें।

i. डाक द्वारा व्यापार में विक्रेता अपने उत्पाद को ग्राहक तक पहुँचाने के लिये सूचीपत्र, पत्रिका, टेलीविजन, और अखबार आदि का सहारा लेते हैं।

ii. डाक द्वारा व्यापार टेलीफोन और टेलीविजन के माध्यम से सरलता से किया जा सकता है। इसमें डाक

सेवाओं की कोई आवश्यकता नहीं होती ।

iii. आभूषण, फल और सब्जी तथा अनाजों जैसे सामान को ग्राहकों को बेचने के लिये डाक द्वारा व्यापार पद्धति को अपनाया जाता है ।

iv. टेलीशॉपिंग में समय और शक्ति बचती हैं, क्योंकि टेलीफोन पर ही आर्डर दिये जा सकते हैं।

v. टेलीशॉपिंग में समान को बदलना सरलता से हो जाता है।

vi. टेलीशॉपिंग में बेईमानी और धोखाधड़ी का खतरा बना रहता है, क्योंकि खरीदने से पहले सामान को देखने का कोई अवसर नहीं मिलता।

II. उचित शब्दों का चयन कर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिये :

i. चौबीस घण्टें में कभी भी सामान खरीदने का सुविधाजनक तरीका है ——- ।

ii. स्वचालित बिक्री मशीन में ——— डालकर आप अपना इच्छित सामान खरीद सकते हैं।

iii. क्रैडिट कार्ड का प्रयोग ——- के माध्यम से सामान खरीदने में किया जाता है।

iv. दुनिया के किसी भी बाजार से पुस्तकें और पत्रिकाएँ खरीदने के लिये, ————सबसे सुविधाजनक पद्धति है।

v. ——— बिक्री में विज्ञापनों की आवश्यकता नहीं होती।

vi. ऑन-लाइन शॉपिंग में ——- का समय और शक्ति की बचत होती है।

vii. स्वचालित बिक्री मशीन की एक कमी यह भी है कि इसका ——- बहुत खर्चीला है।

viii. ——— के द्वारा सामान खरीदने में कम्प्यूटर का ज्ञान होना बहुत आवश्यक है।

III. बहुउद्देशीय प्रश्न :

i. ऐसे व्यवसाय जो पूर्णतः विज्ञापन पर आशि्रत होते हैं, वह कहलाते हैं :

क) विभागीय भंडार

ख) डाक द्वारा आदेशित व्यापार

ग) सहकारी भंडार

घ) बहुउद्देशीय भंडार

ii. कौन सा व्यापार एक ही छत के नीचे तथा एक ही प्रबंधन द्वारा किया जाता है :

क) विभागीय भंडार

ख) सहकारी भंडार

ग) बहुउद्देशीय दुकाने

घ) इनमें से कोई नहीं

iii. वह स्थान जहां एक ही बिल्डिंग में विभिन्न प्रकार की दुकानें होती है, कहलाती है :

क) बहुउद्देशीय दुकानें

ख) विभागीय भंडार

ग) सुपर बाजार

घ) थोक बाजार

iv. सैल्स मैन की आवश्यकता नहीं है :

क) स्वचालित बिक्री मशीन

ख) इंटरनैट शॉपिंग

ग) विभागीय भंडार

घ) मॉल

v. टेलीशॉपिंग ——— के द्वारा की जाती है;

क) टेलीफोन

ख) टी.वी.

ग) व्यक्तिगत रूप से जाकर

घ) इनमें से कोई नहीं

आपने क्या सीखा

- फुटकर विक्रेता एक मध्यस्थ व्यक्ति होता है, जो थोक विक्रेता अथवा उत्पादक से सामान क्रय करके उपभोक्ता को बेचता है।
- फुटकर विक्रेता का कार्य वस्तुओं को क्रय करना, उन्हें एकत्रित करना तथा भंडारण करना है। फुटकर विक्रेता उधार की सुविधा प्रदान करता है। व्यक्तिगत सेवा प्रदान करता है, जोखिम उठाता है। वस्तुओं को दुकान अथवा शोरूम में प्रदर्शन के लिये सजाता है तथा उत्पादकों को बाजार की जानकारी देता है।
- फुटकर व्यापार दो भागों में बांटा जा सकता है - छोटे पैमाने का फुटकर व्यापार तथा बड़े पैमाने का फुटकर व्यापार।
- छोटे पैमाने के फुटकर व्यापार, दुकान रहित विक्रय एवं स्थायी दुकानों के माध्यम से विक्रय हो सकता है।
- बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार में सम्मिलित है, विभागीय भंडार, बहुसंख्यक दुकानें, सुपर बाजार, आदि इनमें बड़ी मात्रा में लेनदेन होता है।
- बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार, व्यापार की वह प्रक्रिया है जिसमें या तो एक ही तरह का सामान अथवा विभिन्न प्रकार के सामान, बहुत अधिक ग्राहकों को एक ही छत के नीचे, एक बड़ी दुकान पर अथवा ग्राहकों की सुविधानुसार उपलब्ध कराया जाता है। भारतवर्ष में बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार के मुख्य रूप से निम्नलिखित प्रकार हैं :

(i) विभागीय भंडार (ii) बहुउद्देशीय दुकानें (iii) सुपर बाजार

- विभागीय भंडार एक बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार का उदाहरण है, जिसमें विभिन्न प्रकार की वस्तुएं, विभिन्न पटलों पर एक ही भवन में उपलब्ध होती हैं। यह विभागीय भंडार बड़े-बड़े शहरों में अथवा कस्बों में व्यापारिक केन्द्रों में होते हैं। वस्तुओं की बिक्री के अतिरिक्त ये भंडार और भी कई प्रकार की सुविधाएं उपलब्ध कराते हैं, जैसे- रेस्तरां, टेलीफोन, एटीएम आदि।
- बहुसंख्यक दुकानें वह होती हैं जहां पर एक सा सामान एक से ही मूल्यों पर बेचते हैं। सभी दुकानें एक ही प्रकार से सजाई जाती हैं, जिससे कि इन्हें सुगमता से पहचाना जा सके और इनका प्रबन्धन मुख्यालय द्वारा किया जाता है।
- सुपर बाजार एक बड़े पैमाने का उपभोक्ता सहकारी भंडार है, जहां पर कि वृहत प्रकार की दैनिक उपयोग की वस्तुएं, एक ही छत के नीचे, उचित दामों पर ग्राहकों को मिल जाती है। वे अधिक मात्रा में सामान उत्पादकों से अथवा सरकार से सीधे ही क्रय करते है तथा उच्च मानकों को ध्यान में रखते हुए ग्राहकों को प्रस्तुत करते हैं।

- भंडार रहित फुटकर व्यापार के निम्नलिखित प्रकार हैं :

(i) डाक द्वारा व्यापार,

(ii) टेली शॉपिंग,

(iii) स्वः चलित बिक्री मशीन के द्वारा बिक्री,

(iv) इंटरनैट शॉपिंग

- डाक द्वारा व्यापार, बिक्री की वह पद्धति है जिसमें उत्पादक अथवा व्यापारी सीधे ही डाक द्वारा सामान को ग्राहक को बेचता है। विक्रेता ग्राहक के पास विज्ञापन के द्वारा जाता है तथा सामान उसे डाक के जरिए भेजता है। यह कम भार वाली तथा शीघ्र न खराब होने वाली वस्तुओं के लिये उपयुक्त है क्योंकि इनका रख रखाव करना सरल होता है।
- टेली शॉपिंग में टेलीफोन अथवा टी.वी. में विज्ञापन के माध्यम से ग्राहक सम्पर्क करता है। इन्हीं के द्वारा उत्पाद के उपयोग आदि से सम्बन्ध में बाताया जाता है। ग्राहक टेलीफोन के द्वारा ही वस्तु लेने के लिये अपना आर्डर देता है। शॉपिंग की इस विधि में खरीददार का समय तथा मेहनत दोनों की बचत होती है। इस पद्धति में धोखाधड़ी तथा बेईमानी होने का खतरा रहता है। क्योंकि खरीददार, क्रय की जाने वाली वस्तु का निरीक्षण नहीं कर सकता।
- स्वचलित मशीन के द्वारा सामान को क्रय करने की सुविधा 24 घंटे रहती है। विक्रेता मशीन को किसी सुविधाजनक स्थान पर रख देता है। जैसे कि बस स्टैंड, शॉपिंग सेन्टर, आदि। ग्राहक सिर्फ मशीन में सिक्का अथवा टोकन डाकर सामान क्रय कर सकता है।
- इंटरनैट शॉपिंग वह पद्धति है, जिसके उत्पाद के सम्बंध में सूचनाएं इंटरनैट के माध्यम से प्राप्त की जाती है तथा क्रय करने का आर्डर भी इंटरनैट के द्वारा ही दिया जाता है। सामान को डाक द्वारा अथवा कैरियर द्वारा प्रेषित किया जाता है। आप घर बैठे इंटरनैट शॉपिंग के द्वारा विश्व के कहीं से भी सामान मंगवा सकते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. "बड़े पैमाने पर फुटकर व्यापार" को परिभाषित कीजिये।

2. प्रत्येक के दो-दो उदाहरण दीजिए : भारतवर्ष में विभागीय भंडार और बहुसंख्यक दुकानें।

3. सुपर बाजार का क्या अर्थ है?

4. डाक द्वारा व्यापार से मंगाये जा सकने वाले चार उत्पादों के उदाहरण दीजिये।

5. ग्राहक और विक्रेता को बहुसंख्यक दुकानों से होने वाले चार लाभों का उल्लेख कीजिये।

6. ग्राहकों के लिये सुपर बाजार किस प्रकार लाभदायक है? लगभग 60 शब्दों में समझाए।

7. डाक द्वारा व्यापार से सामान खरीदने की प्रक्रिया को संक्षेप में बताइये।

8. सामान खरीदने की सुविधाजनक विधि होते हुए भी टेलीशॉपिंग ग्राहकों द्वारा बहुत अधिक प्रयोग में नहीं लाई जाती। क्यों?

9. विभागीय भंडार की कोई छः विशेषताएं बताइये।

10. व्यापक फुटकर व्यापार के रूप में विभागीय भंडार एवं श्रृंखलाबद्ध दुकानों में अंतर स्पष्ट कीजिए।

11. व्यापक फुटकर व्यापार की विभिन्न सामान्य विशेषताओं का वर्णन कीजिये।

12. ग्राहकों के लिए इंटरनैट शॉपिंग के लाभ और सीमाओं की व्याख्या कीजिए।

13. स्वचालित बिक्री मशीन के द्वारा सामान को बेचना फुटकर बिक्री की एक पद्धति है जिससे विक्रेता और ग्राहक दोनों को ही लाभ मिलता है। स्पष्ट कीजिए।

14. इंटरनैट फुटकर व्यापार से आप क्या समझते हैं?

15. विभिन्न प्रकार की स्थाई दुकानों तथा फुटकर व्यापार की दुकानों की तुलना कीजिए।

पाठगत प्रश्न के उत्तर

14.1 (i) ग (ii) ङ (iii) क (iv) ख (v) घ

14.2 (i) थोड़ी (ii) फुटकर बिक्री (iii) व्यापक (iv) केन्द्रीय स्थान, बड़े (v) निर्माणकर्ता

14.3 (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) असत्य (vi) सत्य

14.4 I. (i) सत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) असत्य

II. (i) बहुसंख्यक दुकानें (ii) विभागीय भंडार (iii) सुपर बाजार (iv) विभागीय भंडार (v) बहुसंख्यक दुकानें

III. (i) निर्माणकर्ता (ii) एक ही छत के नीचे (iii) बड़ा (iv) नकद (v) ज्यादा बपढ़ा

14.5 (i) समरूप (ii) सजावट (iii) डूबत (iv) बिचौलिया (v) मुख्यालय (vi) भरोसा (vii) सीमित (viii) सुविधा

14.6 I. (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) असत्य (vi) सत्य

II. (i) स्वचालित बिक्री मशीन (ii) सिक्के/टोकन (iii) इंटरनैट शॉपिंग/आनलाइन शॉपिंग (iv) इंटरनैट शॉपिंग/आनलाइन शॉपिंग (v) स्वःचलित बिक्री मशीन (vi) ग्राहकों (vii) लगाना (viii) इंटरनैट शॉपिंग/आनलाइन शॉपिंग

III. (i) ख (ii) क (iii) ख (iv) ख (v) क

आपके लिए क्रियाकलाप

- समाचार पत्र को पढ़िए और विज्ञापनों तथा आलेखों के माध्यम से बिकने वाली वस्तुओं का पता लगाइए :

(i) विभागीय भंडार

(ii) बहुसंख्यक दुकानें

(iii) श्रृंखलाबद्ध दुकानें

(iv) डाक द्वारा व्यापार

15. विज्ञापन

माना परीक्षा पास करने के बाद आप अपने स्थानीय क्षेत्र में एक लघु व्यवसाय शुरू करना चाहते हैं। इसे चलाने के लिए आपके पास आवश्यक स्थान, धन और कुशलता भी है। लेकिन लोगों को आपके व्यवसाय के बारे में कैसे पता चलेगा? अगर लोगों को उसके बारे में नहीं पता है तो फिर कौन आपके व्यवसाय में आएगा? बता सकते हैं लोगों को इस व्यवसाय के बारे में जानकारी देने के लिए क्या किया जाना चाहिए? वास्तव में अगर आपके व्यवसाय में वस्तुओं तथा सेवाओं की गुणवत्ता अच्छी है, तो कुछ लोग इस तरफ आकर्षित होंगे। लेकिन इसके अतिरिक्त नियमित रूप से ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए आपको लोगों को बताना होगा कि आपका व्यवसाय कहाँ है तथा उपलब्ध माल की किस्में तथा गुणवत्ता के बारे में भी नियमित रूप से जानकारी लोगों तक पहुँचानी होगी। वास्तव में, प्रत्येक व्यवसायी अपनी बिक्री में बढ़ोत्तरी करने के लिए अपने उत्पाद और सेवाओं के बारे में लोगों को जानकारी देने के लिए इस प्रकार की क्रियाओं में संलग्न रहता है। आइए, इस पाठ में इन क्रियाओं के बारे में अध्ययन करें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- विज्ञापन का अर्थ स्पष्ट कर सकेंगे;
- विज्ञापन के उद्देश्यों का वर्गीकरण कर सकेंगे;
- विज्ञापन के विभिन्न माध्यमों की पहचान कर सकेंगे और
- विज्ञापन के प्रत्येक माध्यम की उपयुक्तता के बारे में बता सकेंगे।

15.1 विज्ञापन का अर्थ

एक समाचार-पत्र में आपको न केवल ताजा घटनाओं अथवा खेल संबंधी समाचार पढ़ने को मिलते हैं, बल्कि एअर कंडीशनर, साइकिलों, बालों में लगाने वाले तेलों, ट्रांसपोर्टरों, भवन-निर्माताओं आदि द्वारा अपने उत्पाद अथवा सेवाओं के बारे में दी गई सूचनाएं अथवा संदेश भी पढ़ने को मिलते हैं। इस तरह की सूचनाएं आपको पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन और सड़कों के किनारे लगे होर्डिंगों में भी देखने को मिलती हैं। सूचनाओं के द्वारा आपको संबंधित उत्पाद अथवा सेवा की उपलब्धता, मूल्य और गुणों के बारे में जानकारी प्राप्त

होती है। इस प्रकार जब भी आपको उन उत्पाद अथवा सेवाओं की आवश्यकता पड़ती है तो आप उनकी उपलब्धता वाले स्थानों पर जाते हैं, उनकी गुणवत्ता और गुणों को देखते-परखते हैं और यदि वे आपकी आवश्यकता के अनुरूप होते हैं तो उन्हें खरीद भी लेते हैं। उदाहरण के लिए, रेडियो सुनते समय आपको एक उत्पाद के बारे में सूचना मिलती है, जिसका नाम है- 'क ख ग आँवला केश तेल'। तो जब कभी आप केश तेल खरीदने दुकान पर जाते हैं तो आप दुकानदार से इस उत्पाद को भी दिखाने के लिए कहते हैं। आपको उसकी खुशबू पसंद आती है सौर कीमत किफायती होती है तो आप उसे खरीद भी लेते हैं। इसी प्रकार के अनेक उदाहरण हो सकते हैं, जैसे भवन-निर्माता आपको

विज्ञापन के माध्यम

चित्र : विज्ञापन के माध्यम

किश्तों पर फ्लैट देते हैं, दुकानदार वस्तुओं पर छूट देते हैं, विनिर्माता एक नई वस्तु को बाजार में उतारता है आदि। स्वभाविक है कि इस प्रकार की सूचनाएं वस्तुओं के प्रति आपको जागरूक बनाने के लिए दी जाती हैं, ताकि आप उनसे परिचित हो सकें और उन्हें खरीद सकें। इस प्रकार विनिर्माता, व्यापारी अथवा सेवाएं प्रदान करने वाले इस प्रकार की सूचनाएं ग्राहकों को आकर्षित करने और अपनी बिक्री बढ़ाने के उद्देश्य से देते हैं। ये सभी प्रवर्तन की क्रियाएं 'विज्ञापन' कहलाती हैं और इन क्रियाओं को अपनाने वाले सभी विनिर्माता, व्यापारी अथवा सेवाएं प्रदान करने वाले 'विज्ञापन दाता' अथवा 'प्रायोजक' कहलाते हैं तथा वे सभी माध्यम जिनके द्वारा ये सूचनाएं प्रदान की जाती हैं, जैसे समाचार-पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविजन आदि, 'विज्ञापन माध्यम' कहलाते हैं।

विज्ञापन की परिभाषा

अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन ने विज्ञापन को इस प्रकार परिभाषित किया हैं : "किसी निश्चित प्रायोजक द्वारा भुगतान के आधार पर किसी भी विचार, वस्तु अथवा सेवा की अवैयक्तिक प्रस्तुति तथा प्रवर्तन"। इस पकार विज्ञापन अवैयक्तिक होता है क्योंकि किसी एक व्यक्ति की ओर लक्षित नहीं होता और दूसरी बात यह है कि प्रायोजक (विनिर्माता अथवा उत्पादक) को हमेशा विज्ञापन में उसके नाम से पहचाना जा सकता है और इस प्रक्रिया में आने वाले सभी प्रकार के व्ययों को वही वहन करता हैं। तीसरी बात यह कि उत्पादक किसी भी वस्तु अथवा सेवा की गुणवत्ता, डिजाइन, पैकिंग तथा मूल्य आदि के संबंध में भी विचारों को बढ़ावा दे सकता है। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि किसी भी उत्पाद, सेवा अथवा विचार के बारे में प्रायोजक द्वारा दिए जाने वाले संदेशों से जुड़ी सभी गतिविधियों को विज्ञापन कहते हैं।

विज्ञापन के लक्षण

विज्ञापन का अर्थ और परिभाषा जानने के बाद हम विज्ञापन के लक्षणों को निम्नवत वर्गीकृत कर सकते हैं :

i) संदेश की अवैयक्तिक प्रस्तुति : विज्ञापन में ग्राहकों के साथ आमने-सामने अथवा सीधा संपर्क नहीं होता। यह सामान्य रूप से सारे ग्राहकों की ओर लक्षित होता है।

ii) संचार का भुगतान किया हुआ स्वरूप : विज्ञापन में विनिर्माता संचार माध्यमों, जैसे- समाचार-पत्र, होर्डिंग, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविजन आदि के माध्यम से सभी ग्राहकों के साथ संपर्क करता है। इस प्रकार इन संचार माध्यमों पर वह निर्धारित समय अथवा स्थान के उपयोग के लिए भुगतान करता है।

iii) उत्पाद, सेवा अथवा विचार को प्रोत्साहन : विज्ञापन में किसी भी उत्पाद, सेवा अथवा विचार संबंधी कोई न कोई संदेश होता है। यह लोगों को उस उत्पाद के बारे में जानकारी देता है तथा उन्हें खरीदने के लिए प्रेरित करता है।

iv) प्रायोजक हमेशा परिचित होता है : विज्ञापन देने वाले विनिर्माता, व्यापारी अथवा सेवा उपलब्ध कर्ता की पहचान हमेशा प्रत्यक्ष होती है।

v) किसी संचार माध्यम के द्वारा संपर्क : विज्ञापन हमेशा किसी संचार माध्यम के द्वारा किए जाते है। इसके लिए आवश्यक नहीं कि यह किसी एक संचार माध्यम का उपयोग करें, बल्कि यह सभी माध्यमों का उपयोग कर सकता है।

15.2 विज्ञापन के उद्देश्य अथवा महत्व

आपने पढ़ा कि विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य ग्राहकों तक संदेश अथवा सूचनाएं पहुंचाना होता है। किन्तु जब इस तरह की सूचना या संदेश का प्रसारण किया जाता है तो इससे प्रायोजक अथवा विज्ञापन दाता को भी विभिन्न प्रकार के लाभ होते हैं। आइए, विज्ञापन के विविध लाभों के बारे में विस्तार से जानकारी प्राप्त करते हैं।

i) ग्राहक को शिक्षित करना : क्या आपको टेलीविजन पर दिखाया जाने वाला 'टाटा नमक' का विज्ञापन याद है? इसमें बताया जाता है कि आयोडिन स्वास्थ्य के लिए लाभदायक है और टाटा नमक में आयोडिन है।

ii) नए उत्पाद की मांग को बढ़ाना : आपने अखबारों में पढ़ा होगा कि एक नए प्रकार का पैन, जिसे 'जैल पैन' कहा जा रहा है, बाजार में आया है। यह लिखने में सुविधाजनक और किफायती है। इससे आप इस पैन को खरीदने के लिए प्रेरित होते हैं। आपकी तरह ही बहुत से विद्यार्थी विज्ञापन देखने के बाद इस 'जैल पैन' को खरीदने के लिए प्रेरित होते हैं। इस प्रकार विज्ञापन बाजार में उतरे नए उत्पाद की मांग को बढ़ाता है।

iii) वर्तमान ग्राहकों को बनाए रखना : शायद आपको याद होगा, एक समय में 'निरमा वाशिंग पाउडर' काफी लोकप्रिय हुआ करता था। लेकिन जैसे ही 'व्हील पाउडर' बाजार में आया तो निरमा की मांग अचानक घट गई थी। फिर निरमा के

उत्पादकों ने इस उत्पाद की गुणवत्ता में सुधार किया था और विभिन्न संचार माध्यमों में इसका विज्ञापन दिया था। इस प्रकार जब लोगों को इस बारे में पता चला तो जो लोग निरमा का उपयोग करते थे वे व्हील की तरफ भागने की बजाय निरमा का पुनः उपयोग करने लगे। इस प्रकार निरमा ने अपनी वर्तमान मांग को बनाए रखा। इस प्रकार विज्ञापन न केवल नए उत्पाद की मांग को बढ़ाता है, बल्कि अपने पुराने ग्राहकों को भी बनाए रखने में उत्पादकों की मदद करता है।

iv) बिक्री को बढ़ाना : हमने अभी पढ़ा, विज्ञापन नए उत्पाद की मांग को बढ़ाता है और पुराने की मांग को बनाए रखता है। इस प्रकार जब मांग बढ़ती है तो उत्पाद की बिक्री भी बढ़ती है।

v) विक्रयकर्ता (सेल्समैन) की सहायता करना : अधिकांश विज्ञापनों का प्रमुख गुण होता है उत्पाद की गुणवत्ता और उपयोगिता को विस्तार से उजागर करना। इस प्रकार जब एक सेल्समैन उस उत्पाद को बेचना चाहता है तो वह उसे जल्दी से बेच पाता है, उसे ग्राहकों को उत्पाद के बारे में विस्तार से समझाने या मनाने में समय नहीं गंवाना पड़ता।

पाठगत प्रश्न 15.1

निम्नलिखित में से सही और गलत छांटिए :

i. विज्ञापन के माध्यम से प्रायोजक ग्राहकों से सीधा संपर्क करता है।

ii. विज्ञापन में आने वाली लागत को प्रायोजक वहन करता है।

iii. विज्ञापन ग्राहकों को विभिन्न उत्पादों और उनकी उपयोगिता के बारे में शिक्षित करता है।

iv. विज्ञापन नए तथा पुराने दोनों प्रकार के उत्पादों की बिक्री बढ़ाने में मदद करता है।

v. एक सेल्समैन को किसी उत्पाद अथवा सेवा की बिक्री में विज्ञापन से कोई लाभ नहीं मिलता।

15.3 विज्ञापन के माध्यम

अभी हम ऊपर पढ़ चुके हैं, विज्ञापन समाचार-पत्र, पत्रिका, रेडियो, टेलीविजन आदि किसी संचार माध्यम के द्वारा संपर्क स्थापित किया जाता है। निम्नलिखित आरेख में विज्ञापन के कुछ माध्यमों को दर्शाया गया है।

विज्ञापन के माध्यम

1. प्रिंट मीडिया अथवा मुद्रित माध्यम

i. समाचार-पत्र

ii. पत्रिकाएं

2. इलैक्ट्रॉनिक माध्यम

i. रेडियो

ii. टेलीविजन

iii. इंटरनेट

3. अन्य माध्यम

i. होर्डिंग

ii. पोस्टर

iii. यान प्रदर्शनी (वेहिकुलर डिस्प्ले)

आइए, इन माध्यमों के बारे में विस्तार से जानकारी प्राप्त करें।

(क) मुद्रित माध्यम (प्रिंट मीडिया)

मुद्रित माध्यम व्यवसायियों द्वारा विज्ञापन के लिए उपयोग में लाया जाने वाला एक आम माध्यम है। इसमें समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं आदि के माध्यम से विज्ञापन दिए जाते हैं, जिसे प्रेस विज्ञापन भी कहते हैं।

i) समाचार पत्र

आप समाचार पत्र तो अवश्य पढ़ते होंगे। हमारे देश में समाचार पत्र हिन्दी अंग्रेजी तथा अन्य प्रांतीय भाषाओं में प्रकाशित किए जाते हैं। ये ताजा घटनाओं, समाचारों तथा लोगों के विचार जानने का अच्छा स्रोत होते हैं। इसके साथ ही समाचार पत्र विज्ञापन का भी एक आम माध्यम है। समाचार पत्र के माध्यम से विज्ञापनकर्ता संदेश को संप्रेषित करते हैं तथा यह करोड़ों लोगों तक पहुंचता है।

चित्र : समाचार पत्र

लाभ

समाचार-पत्र के विज्ञापनों के निम्नलिखित लाभ है :

i. समाचार-पत्र की प्रसार संख्या बहुत विस्तृत होती है, इस प्रकार समाचार-पत्र में छपने वाले विज्ञापन सारे लोगों तक बहुत जल्दी पहुंच जाता है।

ii. अधिक संख्या में प्रकाशन होने के कारण समाचार-पत्र में दिए जाने वाले विज्ञापन की कीमत अपेक्षाकृत कम होती है।

iii. सामान्यतया समाचार-पत्र प्रतिदिन प्रकाशित होते हैं। इस प्रकार एक ही विज्ञापन को बार-बार प्रकाशित कर पाठकों को प्रतिदिन ध्यान दिलाया जा सकता है।

iv. समाचार-पत्र में विज्ञापन बहुत कम समय की सूचना पर दिए जा सकते हैं। यहां तक कि कुछ छूट गया है तो प्रकाशित होने की अंतिम घड़ी तक भी इसमें परिवर्तन किए जा सकते हैं। इस प्रकार इस माध्यम में विज्ञापन की प्रक्रिया काफी लचीली होती है।

v. समाचार पत्र अलग-अलग प्रांतों में, अलग-अलग भाषाओं में प्रकाशित होते हैं। इस प्रकार से इच्छित बाजार, प्रांत तथा पाठकों की दृष्टि से स्थानीय अथवा प्रांतीय भाषाओं के आधार पर विज्ञापन देने के लिए एक विस्तृत चुनाव क्षेत्र उपलब्ध होता है।

सीमाएं

समाचार पत्र में प्रकाशित होने वाले विज्ञापनों की कुछ सीमाएं भी होती हैं, जो निम्नलिखित हैं :

i. समाचार पत्र प्राप्त होने के तुरंत बाद जल्दी से पढ़ लिए जाते हैं और उसके बाद

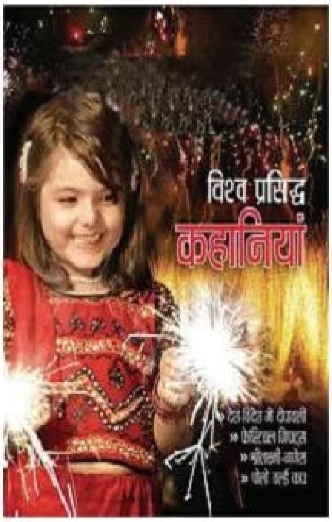
आमतौर पर उन्हें घर के किसी कोने में रख दिया जाता है। फिर 24 घंटे के भीतर

हमें नया समाचार-पत्र पढ़ने को मिल जाता है। इस प्रकार समाचार-पत्र की आयु बहुत छोटी होती है।

ii. आमतौर पर लोग समाचार-पत्र मुख्य रूप से समाचारों के लिए पढ़ते हैं और विज्ञापनों पर बहुत अधिक ध्यान नहीं देते।

iii. निरक्षर लोग इन्हें नहीं पढ़ सकते, अतः इस प्रकार के विज्ञापन उन्हें किसी प्रकार का लता नहीं पहुंचा सकते।

ii) पत्रिकाएँ



पत्रिकाएं

चित्र : पत्रिकाएँ

पत्रिकाएं नियमित रूप से प्रकाशित होती हैं, लेकिन दैनिक आधार पर इनका प्रकाशन नहीं किया जाता। इनका प्रकाशन साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, द्वैमासिक, त्रैमासिक, यहां तक कि वार्षिक आधार पर किया जाता है। उदाहरण के लिए आपने इंडिया टुडे, आउट लुक, योजना, स्वागत, गृहशोभा, नंदन, चंपक आदि पत्रिकाएं देखी होगीं जिनका हिन्दी में नियमित प्रकाशन होता है। इन पत्रिकाओं का प्रकाशन अधिक संख्या में किया जाता है, इस प्रकार इनमें छपने वाले विज्ञापन भी अधिक संख्या में लोगों के पास पहुंचते हैं।

लाभ

i. पत्रिकाओं की आयु समाचार-पत्रों की अपेक्षा अधिक होती है। इन्हें लम्बे समय तक अपने पास रखा जा सकता है और भविष्य में भी इनका उपयोग किया जा सकता है और जब भी जरूरत पड़े, बार बार उनका उपयोग किया जा सकता है।

ii. पत्रिकाओं का एक चयनित पाठक वर्ग होता है और विज्ञापन दाताओं को अपना लक्ष्य समूह पता होता है, इसलिए वह ग्राहकों के वर्ग के अनुरूप विज्ञापन के लिए इसका चुनाव कर सकते हैं। उदाहरण के लिए गृहशोभा महिलाओं की एक पत्रिका है इसलिए इसमें ऐसे उत्पादों, जिनका केवल पुरूषों द्वारा उपयोग किया जाता है, के विज्ञापन बहुत कम ही देखने को मिलते हैं जबकि महिलाओं द्वारा उपयोग की जाने वाली वस्तुओं अथवा सेवाओं के उत्पादक इस पत्रिका में विज्ञापन देने को प्राथमिकता देते हैं।

सीमाएं

i. पत्रिकाओं में विज्ञापन देना अपेक्षाकृत महंगा पड़ता है।

ii. समाचार-पत्रों की अपेक्षा इनके विज्ञापन कम लोगों तक पहुंचते हैं।

iii. इनमें विज्ञापन सामग्री बहुत पहले दे देनी पड़ती है और अंतिम समय में इनमें परिवर्तन की सुविधा नहीं होती। इस तरह इसमें लचीलापन कम होता है।

(ख) इलेक्ट्रॉनिक माध्यम

आज के बाजार युग में यह एक बहुत ही लोकप्रिय माध्यम है। इसके अंतर्गत रेडियो, टेलीविजन तथा इंटरनेट आते हैं। आइए, इनके बारे में विस्तार से पढ़ते हैं :

i) रेडियो विज्ञापन

हम सभी रेडियो से परिचित हैं और इस पर विभिन्न वस्तुओं के विज्ञापन भी सुनते रहते हैं।

रेडियो पर कार्यक्रम के प्रसारण के दौरान बीच-बीच में छोटे-छोटे अंतराल लिए जाते हैं, जिन्हें वस्तुओं तथा सेवाओं के विज्ञापनों द्वारा भरा जाता है। इसके अलावा लोकप्रिय कार्यक्रमों को विज्ञापनदाताओं द्वारा प्रायोजित भी किया जाता है तथा इन कार्यक्रमों के दौरान नियमित अंतराल पर विज्ञापन दिये जाते हैं।

चित्र : रेडियो विज्ञापन

लाभ

i. यह नियमित श्रोताओं पर अधिक प्रभाव छोड़ता है।

ii. यह निरक्षर लोगों के लिए भी उपयोगी होता है।

iii. जहां पर समाचार-पत्र नहीं पहुंच पाता, उन स्थानों पर भी इसे सुना जा सकता है। उदाहरण के लिए आप सड़क पर चलते हुए या काम करते हुए भी रेडियो सुन सकते हैं, जबकि समाचार-पत्र नहीं पढ़ सकते। इसी प्रकार आप गाड़ी चलाते समय भी रेडियो सुन सकते हैं, लेकिन समाचार-पत्र नहीं पढ़ सकते।

सीमाएँ

i. इसे केवल नियमित श्रोता ही याद रख सकता है। लेकिन अनियमित श्रोता रेडियो पर प्रसारित विज्ञापनों को भूल भी सकते हैं।

ii. इस पर प्रसारित संदेश यदि ठीक से संप्रेषित नहीं हो पाता तो इसे दोबारा तुरंत नहीं सुना जा सकता। इसके अलावा बीच में आने वाले व्यवधान भी इसके संप्रेषण को प्रभावित कर सकते हैं।

iii. टेलीविजन की तुलना में दृश्य प्रभाव न होने की वजह से रेडियो विज्ञापन कम प्रभावकारी होते हैं।

ii) टेलीविजन विज्ञापन

सूचना तकनीक और इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के तेजी से हो रहे प्रसार के कारण आज टेलीविजन विज्ञापन सबसे आगे है। टेलीविजन हमारी आंखों और कानों दोनों पर प्रभाव छोड़ते हैं।

टेलीविजन पर उत्पादों को दिखाया जा सकता है। उनके प्रयोग को दिखाया जा सकता है, उनकी उपयोगिता को प्रदर्शित किया जा सकता है और उपयोगिता के बारे में बताया जा सकता है। रेडियो की तरह ही टेलीविजन पर भी विज्ञापन कार्यक्रमों के बीच में अंतरालों में दिखाए जाते हैं और विज्ञापनदाता द्वारा इनका प्रायोजन किया जाता है।

चित्र : टेलीविजन विज्ञापन

लाभ

i. यह बहुत ही प्रभावशाली दृश्य-श्रव्य प्रभाव छोड़ता है।

ii. इसमें दिखाए जाने वाले विज्ञापनों में आकर्षक नारे, नाच-गाने, प्रसिद्ध व्यक्तियों द्वारा वस्तुओं को दिखाया जाना आदि हमारे मन पर देर तक प्रभाव छोड़ते हैं। उदाहरण के लिए, आमिर खान द्वारा कहा गया वाक्य 'ठंडा मतलब कोका कोला' शायद ही कोई भूल पाएगा अथवा पेप्सी के विज्ञापन में सचिन तेंदुलकर को शायद ही कोई भुला पाएगा।

iii. कार्यक्रमों और चैनलों की विविधता के कारण विज्ञापनदाताओं को अपनी सुविधानुसार चैनलों अथवा कार्यक्रमों के चुनाव की स्वतंत्रता होती है।

iv. प्रांतीय चैनलों के अस्तित्व में आ जाने से विज्ञापनदाता सरलता से निरक्षर जनसामान्य तक पहुंच सकता है।

सीमाएँ

i. टेलीविजन के विज्ञापनों को बनाने और प्रसारित करने में अधिक खर्चा आता है।

ii. आज लगभग सभी विनिर्माता टेलीविजन के माध्यम से अपने संदेश प्रसारित करना चाहते हैं, इससे दर्शकों पर प्रभाव कम पड़ता है। यही कारण है कि आज जब टेलीविजन पर कमर्शियल ब्रेक शुरू होता है तो लोग चैनल बदल देते हैं।

iii) इटंरनेट

क्या आप इंटरनेट से परिचित हैं? वास्तव में यह सूचनाओं को इकट्ठा करने और संप्रेषण

का आधुनिकतम माध्यम है, यदि आपके पास कम्प्यूटर है ओर उसमें इंटरनेट की सुविधा है तो आप पलक झपकते दुनियाभर की सूचनाएँ इससे प्राप्त कर सकते हैं। इंटरनेट के माध्यम से आप किसी भी विनिर्माता अथवा सेवा प्रदान करने वाले की वेबसाइट पर जाते हैं और सभी सूचनाएं प्राप्त कर लेते हैं। यदि कभी आपको किसी

वेबसाइट का पता नहीं है तो इंटरनेट के सर्च इंजन या पोर्टल द्वारा उसका पता प्राप्त कर लेते हैं। प्रायः सभी वेब

इंटरनेट विज्ञापन

चित्र : इंटरनेट विज्ञापन

साइटों अथवा पोर्टल पर भी विभिन्न विनिर्माताओं अथवा सेवा प्रदान करने वालों द्वारा विज्ञापन दिए जाते हैं।

लाभ

i. घर बैठे पूरी दुनिया की सूचनाएं प्राप्त की जा सकती है।

ii. उपयोगकर्ता समय, सुविधा और आवश्यकता के अनुसार विज्ञापन देख सकते हैं।

सीमाएं

i. इसका उपयोग बिना कम्प्यूटर के नहीं किया जा सकता।

ii. यह निरक्षर और इंटरनेट की जानकारी न रखने वाले लोगों के लिए अनुपयुक्त है।

iii. यह आम आदमी के लिए उपयुक्त नहीं है।

(ग) अन्य माध्यम

अभी तक हमने जितने भी विज्ञापन माध्यमों की चर्चा की है लगभग सभी प्रयोग हम अपने घरों में करते हैं, जैसे- समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविजन आदि। यहां तक कि इन सभी माध्यमों पर विज्ञापनों को देखने-पढ़ने के लिए उपभोक्ता को कुछ न कुछ धन अपनी ओर से खर्च करना पड़ता है। लेकिन कुछ ऐसे भी अन्य विज्ञापन माध्यम हैं, जिन्हें देखने के लिए उपभोक्ता को अपनी तरफ से कुछ भी खर्च नहीं करना पड़ता है और वह घर से बाहर घूमते-फिरते देख सकता है। इनमें से कुछ जैसे- होर्डिंग, पोस्टर, यान प्रदर्शनी (वेहिकूलर डिस्प्ले), उपहार की वस्तुएँ आदि प्रमुख है।

i) होर्डिग : सडक पर चलते-फिरते आपने छतों के ऊपर मोटे-मोटे लोहे के खंभों पर या दीवारों पर लगे होर्डिंग देखे होंगे। ये आमतौर पर एक प्रकार के बोर्ड होते हैं
जिन पर पेंट करके या इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से डिजाइन करके विज्ञापन तैयार किए
जाते हैं ओर उन्हें रात में या दिन में आसानी से देखा जा सकता है। ये होर्डिंग जिन स्थानों पर लगाए जाते हैं उन स्थानों के लिए विज्ञापन दाता को भुगतान करना पड़ता है।

होर्डिंग द्वारा विज्ञापन

चित्र : होर्डिंग द्वारा विज्ञापन

ii) पोस्टर : पोस्टरों को छापकर दीवारों, भवनों, पुलों आदि पर लगाया जाता है, ताकि इन्हें देखकर उपभोक्ता आकर्षित हों। हमारे देश में सिनेमा घरों तथा सार्वजनिक स्थानों पर पोस्टर लगाने का प्रचलन आम है।

चित्र : पोस्टर विज्ञापन

iii) यान प्रदर्शनी (वेहिकूलर डिस्प्ले) : आपने बसों, ट्रकों, रेलगाड़ियों आदि जैसे सार्वजनिक वाहनों के ऊपर लगे विज्ञापन देखे होंगे। होर्डिंगों की अपेक्षा ये यान प्रदर्शनी गतिशील होती हैं और इन्हें अधिक संख्या में लोग देख सकते हैं।

वाहनों द्वारा विज्ञापन

चित्र : वाहनों द्वारा विज्ञापन

पाठगत प्रश्न 15.2

I. निम्नलिखित का मिलान कीजिए :

i.	बस पर बिरला व्हाइट सीमेंट का विज्ञापन	क)	इलेक्ट्रॉनिक माध्यम
ii.	इंडिया टुडे में प्रकाशित आईसीआईसीआई बैंक का विज्ञापन	ख)	अन्य माध्यम
iii.	टीवी पर मैगी नूडल्स का विज्ञापन	ग)	मुद्रित माध्यम

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. निम्नलिखित में से कौन सी विशेषता विज्ञापन की नहीं है?

क) संदेश का वैयक्तिक प्रस्तुतीकरण

ख) संचार का भुगतान किया हुआ स्वरूप

ग) प्रायोजक सदैव जाना-पहचाना होता है

घ) किसी माध्यम के द्वारा संपर्क स्थापित

ii. विज्ञापन के मुद्रित माध्यम में निम्नलिखित में से कौन सम्मिलित नहीं है :

क) समाचार पत्र

ख) पत्रिकाएं

ग) इंटरनेट

घ) पोस्टर

iii. विज्ञापन के इलैक्ट्रानिक माध्यमों में सम्मिलित है :

क) होर्डिंग

ख) यान प्रदर्शनी

ग) इंटरनेट

घ) पोस्टर

iv. टी.वी. के माध्यम से विज्ञापन सदैव उपयुक्त नहीं होता क्योंकि :

क) प्रत्यक्ष अपील

ख) दृश्य के साथ-साथ श्रव्य प्रभाव

ग) महंगा

घ) सबको टी.वी. की अनुपलब्धता

v. रेडियो विज्ञापन की उपयुक्तता में सम्मिलित नहीं है :

क) दृश्य प्रभाव की आवश्यकता

ख) दूर-दराज के क्षेत्र

ग) निरक्षर व्यक्ति

घ) विशेष क्षेत्र अथवा ग्राहक

15.4 विज्ञापन माध्यम की उपयुक्तता

विज्ञापनदाता को अपने उत्पाद को ध्यान में रखकर विज्ञापन माधयम की उपयुक्ता के बारे में अवश्य ध्यान रखना चाहिए। इसके लिए उसे विज्ञापित किए जाने वाले उत्पाद अथवा सेवा की प्रकृति, लक्ष्य उपभोक्ता, विज्ञापन में लगने वाले खर्च, प्रत्येक माध्यम में उपलब्ध समय और स्थान की उपलब्धता आदि के बारे में पहले से अवश्य विचार कर लेना चाहिए। विज्ञापन

के प्रत्येक माध्यम की उपयुक्ता को निम्न प्रकार से वर्गीकृत किया गया है :

i) समाचार पत्र : यह आम आदमी के लिए तैयार उपभोक्ता सामग्री के विज्ञापन के लिए उपयुक्त होते हैं। नए उत्पाद के बाजार में उतारे जाने की स्थिति में भी समाचार पत्रों में विज्ञापन देना उपयुक्त होता है। समाचार पत्रों में क्लीयरेंस सेल या एक्सचेंज आफर के विज्ञापन देना भी उपयुक्त रहता है।

ii) पत्रिकाएं : ये पत्रिकाओं के लक्षित उपभोक्ता वर्ग की आवश्यक वस्तुओं के अनुरूप विज्ञापन के लिए उपयुक्त होती है। उदाहरण के लिए यदि किसी पुस्तक का विज्ञापन देना है तो 'रीडर्स डाइजेस्ट' पत्रिका इसके लिए उपयुक्त माध्यम हो सकती है। इसी प्रकार आंतरिक सज्जाकारों, वास्तुशिल्पियों, भवन निर्माताओं के लिए डिजाइन एवं सज्जा संबंधी पत्रिकाओं में अपने विज्ञापन देना उपयुक्त होगा। उपभोक्ता वस्तुओं के लिए अधिक प्रसार संख्या वाली कोई भी पत्रिका उपयुक्त होगी।

iii) रेडियो : रेडियों विविध वस्तुओं के विज्ञापन के लिए उपयुक्त विज्ञापन माध्यम है। हालांकि इसमें समय महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए किसान खेतों में काम करते हुए रेडियो सुन सकता है, इस पर कृषि संबंधी उत्पादों के विज्ञापन दिए जा सकते हैं।

iv) टेलीविजन : अपने उत्पाद के अनुरूप चैनलों की उपयुक्ता का अध्ययन आवश्यक होता है, उदाहरण के लिए कार्टून चैनलों पर बच्चों के उपयोग की वस्तुओं का विज्ञापन देना उपयुक्त रहता है। इसी प्रकार किसी भी धारावाहिक अथवा फिल्म के समय परिवार के उपयोग में आने वाली वस्तुओं के विज्ञापन देना उपयुक्त रहता है। इसके अलावा यह माध्यम ऐसी वस्तुओं के विज्ञापन के लिए भी उपयुक्त रहता है, जिन्हें सीधा दिखाया जाना आवश्यक होता है।

आपने क्या सीखा

- विज्ञापन के अंतर्गत उत्पादक व्यापारी अथवा सेवा प्रदान करने वाले अपने उत्पाद अथवा सेवा के बारे में अपने उपभोक्ता वर्ग तक कोई भी विचार या संदेश पहुचाने वाली क्रियाएं आती है।
- विज्ञापन में कुछ लागत आती है, जिसे प्रदर्शित करने के इच्छुक व्यापारी, उत्पादक अथवा सेवा उपलब्ध कराने वाले को वहन करना पड़ता है, इन्हें विज्ञापनकर्ता अथवा प्रायोजक कहते हैं।
- किसी भी उत्पाद अथवा सेवा के बारे में सूचना अथवा संदेश प्रदान करना विज्ञापन कहलाता है।
- प्रत्येक विज्ञापन में प्रायोजक का नाम देना आवश्यक होता है।
- विज्ञापन का मूल उद्देश्य होता है- किसी भी वस्तु अथवा सेवा के बारे में उपभोक्ता को शिक्षित करना तथा उसे खरीदने के लिए प्रेरित करना।
- विज्ञापन नए उत्पाद की मांग में वृद्धि तथा पुराने उत्पादक की मांग को बनाए रखने में मदद करता है। अंततः प्रत्येक विज्ञापन बिक्री बढ़ाने में मदद करता है।

- विज्ञापन के विविध माध्यम हैं, जैसे : मुद्रित माध्यम- समाचार पत्र, पत्रिकाएं; इलेक्ट्रॉनिक माध्यम- टेलीविजन, इंटरनेट; तथा अन्य माध्यम- होर्डिंग, पोस्टर, यान प्रदर्शनियां। प्रत्येक माध्यम के अपने गुण तथा दोष हैं और विशेष उत्पाद के लिए उनकी उपयुक्तता है।

पाठांत प्रश्न

1. विज्ञापन का क्या अर्थ है? इसकी विशेषताएं बताइए।

2. किस विज्ञापन माध्यम का दृश्य श्रव्य प्रभाव अधिक पड़ता है?

3. नेत्रहीन लोगों के लिए कौन सा विज्ञापन माध्यम प्रभावशाली सिद्ध होगा?

4. विज्ञापन क्या है और यह किस उद्देश्य की पूर्ति करता है?

5. समाचार पत्र के माध्यम से विज्ञापन के क्या लाभ और सीमाएं हैं?

6. पत्रिकाओं में छपने वाले विज्ञापनों के लाभ तथा सीमाएं क्या हैं?

7. रेडियो विज्ञापन क्या है? इसके लाभ और सीमाओं का मूल्यांकन कीजिए।

8. विज्ञापन के किन्हीं तीन उद्देश्यों के बारे में बताइए।

9. ऐसी किन्हीं तीन वस्तुओं के नाम बताइए, जिनका विज्ञापन, पत्रिकाओं, टी.वी. तथा होर्डिंग में देना उपयुक्त होगा।

10. विज्ञापन के माध्यमों का क्या अर्थ है? विज्ञापन के विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के बारे में बताइए।

11. विज्ञापन के उन विभिन्न माध्यमों के बारे में बताइए, जिनसे सूचनाएं प्राप्त करने के लिए उपभोक्ता को पैसे खर्च नहीं करने पड़ते।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

15.1 (i) गलत (ii) सही (iii) सही (iv) सही (v) गलत

15.2 I. (i) ख (ii) ग (iii) क

II. (i) क (ii) ग (iii) ग (iv) ग (v) क

आपके लिए क्रियाकलाप

- समाचार पत्रों, रेडियो, टेलीविजन आदि माध्यमों में वस्तुओं तथा सेवाओं के प्रकाशित एवं प्रसारित विज्ञापनों की सूची बनाइए।

16. विक्रय संवर्धन एवं वैयक्तिक विक्रय

मान लीजिए आप साबुन खरीदने के लिए बाजार गए। दुकानदार ने आपको सुझाव दिया कि “2 खरीदो 3 पाओ” योजना के अंतर्गत यदि आप साबुन की दो टिकिया खरीदेंगे तो आपको एक साबुन टिकिया अतिरिक्त मुफ्त में दी जाएगी। आप उसे खरीदने के लिए तैयार हो जाते हैं, क्योंकि इससे आप साबुन की एक टिकिया का खर्च बचा रहे हैं। साथ ही साबुन ऐसी चीज है जिसकी आवश्यकता प्रतिदिन होती है और आप दो टिकिया बाद में प्रयोग कर सकते हैं यह योजना किसी उत्पाद की बिक्री में वृद्धि करने की एक विधि है और यह उन सबसे बिल्कुल भिन्न है, जिनका अध्ययन आपने इससे पिछले दो पाठों में किया है। आइए, इसके बारे में और अधिक जानकारी इस पाठ में प्राप्त करें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- विक्रय संवर्धन का अर्थ स्पष्ट कर सकेंगे;
- विक्रय संवर्धन के उद्देश्यों का उल्लेख कर सकेंगे;
- विक्रय संवर्धन में प्रयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकों की व्याख्या कर सकेंगे;
- विक्रय संवर्धन में प्रत्येक तकनीक की भूमिका पहचान सकेंगे;
- व्यवसाय में विक्रय संवर्धन का महत्व बता सकेंगे
- वैयक्तिक विक्रय का अर्थ बता सकेंगे;
- वैयक्तिक विक्रय के आवश्यक तत्वों का वर्णन कर सकेंगे;
- वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन कर सकेंगे; और
- एक सफल विक्रेता के गुणों की पहचान कर सकेंगे।

16.1 विक्रय संवर्धन का अर्थ

प्रत्येक व्यवसायी जिन वस्तुओं का व्यापार करता है, वह उनकी बिक्री बढ़ाना चाहता है। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए वह विभिन्न विधियां अपना सकता है। आपने शायद “लखपति बनो”, “सिंगापुर की यात्रा करो”, “एक किलो के पैकेट में 30 प्रतिशत अतिरिक्त पाओ”, “कार्ड खुरचो इनाम जीतो” आदि के बारे में अवश्य सुना होगा। आपको कुछ वस्तुओं के साथ मुफ्त उपहार भी मिले होंगे, जैसे- लंच बॉक्स, पैंसिल, पैन, शैम्पू के पाउच आदि।

आपने किसी पुरानी वस्तु के बदले में नई वस्तु, जैसे टेलीविजन के वर्तमान मॉडल, घटे
हुए मूल्य पर नया मॉडल प्राप्त करने के प्रस्ताव भी देखे होंगे। आपने आस पास के बाजारों में अक्सर 'विंटरसेल', 'समर सेल' 'मेले', '50 प्रतिशत की छूट' और इसी प्रकार की विभिन्न योजनाएं भी देखी होगी जो ग्राहक को कुछ विशेष उत्पाद खरीदने के लिए
आकर्षित करती हैं। ये सभी योजनाएं निर्माताओं या मध्यस्थों द्वारा अपनी वस्तुओं की बिक्री में वृद्धि करने के लिए प्रयोग किए जाने वाले अभिप्रेरक हैं। ये अभिप्रेरक मुफ्त नमूनों, उपहार, छूट कूपन, प्रदर्शन, प्रतियोगिताओं आदि के रूप में हो सकते हैं। ये सभी उपाय साधारणतया उपभोक्ता को अधिक क्रय के लिए प्रेरित करते हैं और इस प्रकार से वस्तु की बिक्री में वृद्धि करते हैं। वस्तुएं बेचने की इस विधि को विक्रय संवर्धन के नाम से
जाना जाता है।

विक्रय संर्वधन का अर्थ

चित्र : विक्रय संर्वधन का अर्थ

आपने पिछले पाठों में विज्ञापन के बारे में पढ़ा है। विज्ञापन भी वस्तुओं की बिक्री बढ़ाने में सहायता करते हैं। विज्ञापनों का प्रयोग भावी उपभोक्ताओं को विक्रय के लिए प्रयुक्त
अभिप्रेरकों के विषय में बताने के लिए सम्प्रेषण माध्यम के रूप में किया जा सकता है।

विक्रय संवर्धन बिक्री में वृद्धि के लिए विभिन्न अल्पकालीन एवं अनावर्ती विधियों को
अपनाता है। यह प्रस्ताव उपभोक्ताओं को वर्ष भर उपलब्ध नहीं होते। साधारणतया ये योजनाएं त्यौहारों के दिनों में, एक विशेष मौसम की समाप्ति पर, वर्ष की समाप्ति पर, या कुछ अन्य विशेष अवसरों पर बाजार में उपलब्ध होती हैं।

इस प्रकार विक्रय संवर्धन में विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के अतिरिक्त वे सभी क्रियाएं
सम्मिलित हैं, जो एक विशेष वस्तु की बिक्री को बढ़ाने में सहायक होती हैं।

पाठगत प्रश्न 16.1

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर प्रश्न के पश्चात प्रदान किए गए स्थान पर दीजिए :

i. विक्रय संवर्धन का क्या अर्थ है?

_______________________________-

ii. विज्ञापन, विक्रय संवर्धन में किस प्रकार सहायता कर सकते हैं?

____

16.2 विक्रय संवर्धन का महत्व

आज का व्यावसायिक जगत प्रतियोगिता का जगत है। यदि किसी व्यवसाय का उत्पाद बाजार में नहीं बिक रहा है तो वह व्यवसाय बाजार में टिका नहीं रह सकता। अतः बिक्री में वृद्धि के लिए ही समस्त विपणन क्रियाएं सम्पन्न की जाती हैं। उत्पादक, विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय पर अत्यधिक खर्च करते हैं। लेकिन फिर भी वस्तुओं की बिक्री नहीं होती। अतः उपभोक्ताओं को विभिन्न प्रकार से प्रोत्साहित करने की आवश्यकता है जिससे आकर्षित होकर उपभोक्ता वस्तु क्रय करें। अतः किसी भी वस्तु की बिक्री में वृद्धि करने के लिए विक्रय संवर्धन अत्यंत महत्वपूर्ण है। आइए, निर्माताओं और उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से विक्रय संवर्धन के महत्व की चर्चा करें।

निर्माताओं के दृष्टिकोण से

निर्माताओं के लिए विक्रय संवर्धन महत्वपूर्ण है क्योंकि :

i. प्रतियोगिता के बाजार में यह बिक्री बढ़ाने में सहायता करता है जिससे लाभ में वृद्धि होती है;

ii. यह भावी उपभोक्ताओं का ध्यान आकृष्ट कर बाजार में नए उत्पाद की प्रस्तुति में सहायता करता है;

iii. जब बाजार में कोई नया उत्पाद प्रस्तुत किया जाए या फैशन में परिवर्तन हो जाए या उपभोक्ताओं की रूचि में परिवर्तन हो जाए तो वर्तमान स्टॉक को शीघ्रता से बेचने में विक्रय संवर्धन सहायता करता है; और

iv. यह अपने उपभोक्ताओं को अपने साथ रखकर विक्रय की मात्रा में स्थिरता लाता है। प्रतियोगिता के इस युग में यह संभव है कि उपभोक्ता के दिमाग में परिवर्तन आ जाए और वह अन्य ब्रान्ड की वस्तुओं का भी प्रयोग करना चाहे। विक्रय संवर्धन योजनाओं के अन्तर्गत विभिन्न अभिप्रेरक, उपभोक्ताओं को बनाए रखने में सहायता करते हैं।

उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से

उपभोक्ताओं के लिए विक्रय संवर्धन महत्वपूर्ण है क्योंकि :

i. इससे उपभोक्ता को वस्तु कम मूल्य पर मिल जाती है;

ii. यह विभिन्न पुरस्कार देकर तथा उपभोक्ताओं को भिन्न-भिन्न स्थानों का भ्रमण कराके उन्हें वित्तीय लाभ भी पहुंचाता है;

iii. इससे उपभोक्ताओं को विभिन्न वस्तुओं की गुणवत्ता, लक्षण एवं उनके उपयोग आदि के बारे में सभी सूचनाएं मिलती हैं;

iv. मूल्य वापसी जैसी कुछ योजनाएँ उपभोक्ताओं के मस्तिष्क में वस्तु की गुणवत्ता के प्रति विश्वास जाग्रित करती हैं; और

v. यह लोगों का जीवन-स्तर ऊंचा उठाने में सहायता करता है। लोग अपनी पुरानी वस्तुओं के बदले में बाजार में उपलब्ध आधुनिक वस्तुओं का उपयोग कर सकते हैं। इस प्रकार की वस्तुओं के उपयोग से समाज में उनकी छवि सुधरती है।

पाठगत प्रश्न 16.2

बताइए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं अथवा असत्य :

i. विक्रय संवर्धन, बिक्री बढ़ाने में सहायता नहीं करता।

ii. विक्रय संवर्धन, बाजार में नए उत्पाद को उतारने में सहायता नहीं करता।

iii. विक्रय संवर्धन के माध्यम से उपभोक्ता को सस्ते दामों पर उत्पाद मिल जाते हैं।

iv. विक्रय संवर्धन, ग्राहक को उत्पाद के बारे में जानकारी प्राप्त करने में सहायता नहीं करता।

v. विक्रय संवर्धन, उपभोक्ताओं का जीवन स्तर ऊंचा उठाने में सहायता करता है।

16.3 विक्रय संवर्धन की तकनीकें

किसी भी उत्पाद की बिक्री को बढ़ाने के लिए निर्माता या उत्पादक विभिन्न विधियां अपनाते हैं, जैसे : नमूने बांटना, उपहार देना, अतिरिक्त वस्तु देना और बहुत सी अन्य विधियां। इन्हें विक्रय संवर्धन की तकनीकों या विधियों के नाम से जाना जाता है। आइए सामान्यतया प्रयोग की जाने वाली विक्रय संवर्धन तकनीकों के बारे में और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

i) मुफ्त नमूनों का वितरण : दुकानों से समान खरीदते समय आपने शैम्पू, कपड़े धोने का साबुन, कॉफी पाउडर आदि वस्तुओं के मुफ्त नमूने अवश्य ही प्राप्त किए होंगे। कभी-कभी यह मुफ्त नमूने उन लोगों को भी वितरित किए जाते हैं जो दुकान से कोई भी वस्तु नहीं खरीद रहे हैं। इन नमूनों का मुफ्त वितरण लोगों को नए उत्पाद के प्रयोग के प्रति आकर्षित करने और फिर उन्हें ग्राहक बनाने के उद्देश्य से किया जाता है। कुछ व्यवसायी उत्पाद को लोकप्रिय बनाने के लिए नमूनों का मुफ्त वितरण करते हैं, उदाहरण के लिए दवाओं का मुफ्त वितरण केवल चिकित्सकों को तथा पाठ्य पुस्तकों की नमूना-प्रतिओं का वितरण केवल अध्यापकों के बीच ही किया जाता है।

चित्र : मुफ्त नमूनों का वितरण जैसे बॉम

ii) बोनस के रूप में वस्तु देना : नैस्कैफे के साथ एक मिल्क शेकर, बोर्नवीटा के साथ एक मग, 200 ग्राम टूथपेस्ट के साथ एक टूथब्रश, एक किलो के पैकेट में 30 प्रतिशत अतिरिक्त आदि, एक उत्पाद की खरीद पर पुरस्कार स्वरूप मुफ्त मिलने वाली वस्तुओं के कुछ उदाहरण हैं। ये प्रस्ताव उपभोक्ता को एक विशेष

उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करने में प्रभावपूर्ण सिद्ध होते हैं। ये वर्तमान

चित्र : बोनस के रूप में वस्तु देना जैसे- टूथपेस्ट के साथ टूथब्रश

उपभोक्ताओं को पुरस्कृत करने एवं उन्हें वही उत्पाद खरीदते रहने के लिए प्रेरित करने में भी उपयोगी सिद्ध होते हैं।

iii) वस्तु विनिमय योजना: इसका अभिप्राय पुरानी वस्तु देकर नई वस्तु को वास्तविक मूल्य से कम मूल्य पर प्राप्त करने की योजना से है। ग्राहकों का ध्यान
वस्तु के नये स्वरूप की ओर आकर्षित करने के लिए भी यह योजना बहुत उपयोगी है। अपना पुराना मिक्सर-सह-जूसर लाइए और केवल Rs. 500 के भुगतान पर नया मिक्सर-सह-जूसर प्राप्त कीजिए। अपने ब्लैक एण्ड व्हाईट टेलीविजन के बदले रंगीन टेलीविजन ले जाइए आदि इस योजना के कुछ लोकप्रिय उदाहरण हैं।

चित्र : वस्तु विनिमय योजना जैसे- मिक्सर-सह-जूसर

iv) मूल्यों में कमी : इस प्रस्ताव के अन्तर्गत उत्पाद को उसके वास्तविक मूल्य से कम मूल्य पर बेचा जाता है। एक लाइफबॉय कि टिकिया खरीदने पर Rs. 2 की छूट, ताजमहल चाय के 250 ग्राम पैकेट पर Rs. 15 की छूट, कूलरों पर Rs. 1000 की छूट आदि कुछ सामान्य योजनाएं है। मन्दी के समय और कभी-कभी नए उत्पाद को बाजार में प्रस्तुत करते समय बिक्री को बढ़ाने के लिए ऐसी योजनाएं लागू की जाती हैं।

चित्र : मूल्यों में कमी जैसे- नारियल का तेल

v) कूपन बांटना : कभी-कभी किसी वस्तु के निर्माता द्वारा उत्पाद के पैकेट में या सामाचार पत्र अथवा पत्रिका में छपे विज्ञापन के माध्यम से अथवा डाक द्वारा उपभोक्ताओं में कूपन वितरित किए जाते हैं। वस्तु खरीदते समय इन कूपनों को उपभोक्ता, फुटकर विक्रेता को दे देता है। उपभोक्ता को वह वस्तु कुछ छूट पर प्राप्त होती है। उदाहरण के लिए आपने इस प्रकार के कूपन अवश्य देखे होंगे जिनके सम्बन्ध में लिखा होता हैं। इस कूपन को दिखाइए और 5 किलो अन्नपूर्णा आटा क्रय करने
पर Rs. 15 की छट प्राप्त कीजिए आदि। इस योजना के अन्तर्गत घटा हुआ मूल्य भावी उपभोक्ताओं को नई और संशोधित वस्तु की ओर आकर्षित करता है।

चित्र : कूपन बांटना जैसे- 20 प्रतिशत ऑफ

vi) मेले एवं प्रदर्शनियां : नए उत्पाद को प्रस्तुत करने, उत्पाद का प्रदर्शन करने तथा उत्पाद के विशिष्ट लक्षणों और उपयोगिता को समझाने के लिए स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर मेले एवं प्रदर्शनियों का आयोजन किया जाता है। वस्तुओं की सजावट की जाती है तथा उनका प्रदर्शन किया जाता है और उचित छूट पर उनकी बिक्री भी की जाती

चित्र : मेले एवं प्रदर्शनियां

है। नई दिल्ली के प्रगति मैदान में प्रतिवर्ष 14 नवम्बर से 27 नवम्बर तक आयोजित होने वाला "अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मेला" विक्रय संवर्धन की तकनीक के रूप में मेले एवं प्रदर्शनियों का एक सुप्रसिद्ध उदाहरण है।

viii) व्यापारिक टिकटें : कुछ वस्तुओं के क्रय करने पर ग्राहकों को क्रय किए गये माल
के मूल्य के आधार पर व्यापारिक टिकटें वितरित की जाती हैं। जो क्रेता एक निश्चित मूल्य की टिकटें एक निश्चित अवधि के दौरान एकत्रित कर लेते हैं, वह कुछ घोषित लाभों को प्राप्त करने के अधिकारी बन जाते हैं। यह तकनीक उपभोक्ता को एक निश्चित मूल्य की टिकटें एकत्रित करने के लिए उत्पादों को बार-बार खरीदने के लिए प्रेरित करती है।

viii) खुरचिए एवं जीतिए: ग्राहक एक विशेष उत्पाद को ही खरीदे इसके लिए "खुरचिए एवं जीतिए" योजना भी प्रस्तुत की जाती है। इस योजना के अन्तर्गत ग्राहक, उत्पाद के पैकेट पर बनाए गए एक चिन्हित क्षेत्र को खुरचने पर लिखित पाई गई सूचना के अनुसार लाभ प्राप्त करते हैं। इस प्रकार उपभोक्ता चिन्हित क्षेत्र में लिखी सूचना
के अनुसार कोई मुफ्त वस्तु प्राप्त कर सकते हैं या कभी-कभी निर्माताओं द्वारा आयोजित यात्राओं के द्वारा कुछ विशेष क्षेत्रों का भ्रमण कर सकते हैं।

चित्र : खुरचिए एवं जीतिए योजना

viii) मूल्य वापसी योजना : इस योजना के अन्तर्गत उपभोक्ताओं को यह आश्वासन दिया जाता है कि यदि वस्तु का उपयोग करने के बाद वे संतुष्ट नहीं हुए तो उन्हें उत्पाद का पूरा मूल्य वापिस कर दिया जाएगा। इससे उपभोक्ताओं में उस वस्तु की गुणवत्ता के प्रति विश्वास जाग्रत होता है। नई वस्तु को बाजार में प्रस्तुत करते समय यह तकनीक विशेष रूप से उपयोगी होती है।

चित्र : मूल्य वापसी योजना

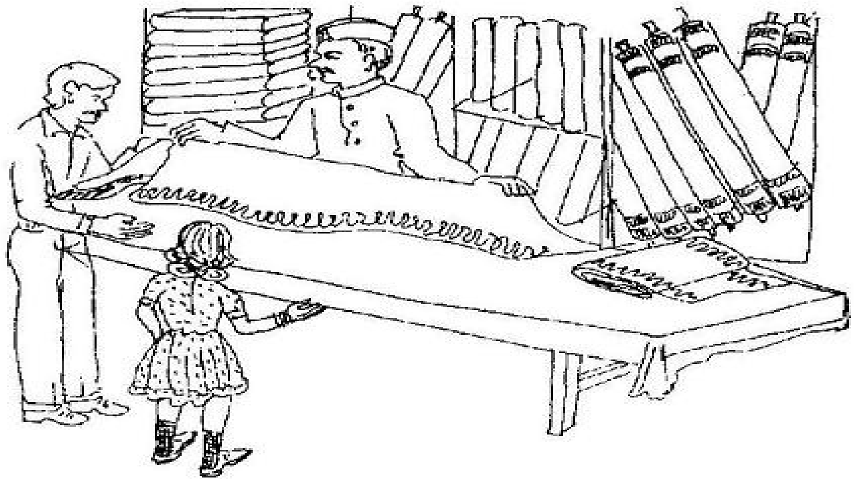
पाठगत प्रश्न 16.3

विक्रय संवर्धन की विभिन्न तकनीकों का उनके उद्देश्यों के साथ मिलान कीजिए।

	तकनीक		
i.	मुफ्त नमूने बांटना	क)	उपभोक्ताओं को बार-बार वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित करना।
ii.	वस्तु विनिमय योजना	ख)	संशोधित उत्पाद के प्रति ध्यान आकर्षित करने में उपयोगी
iii.	मूल्य में कमी	ग)	जब कोई नई वस्तु बाजार में प्रस्तुत की जाए
iv.	व्यापारिक टिकटें	घ)	मन्दी के समय बिक्री में वृद्धि करना।

16.4 वैयक्तिक विक्रय

यदि आप कुछ खरीदना चाहते हैं तो संबंधित दुकान पर जाते हैं और अपनी आवश्यकता की वस्तु खरीद लाते हैं। परन्तु कई बार ऐसा भी होता है कि कुछ व्यक्ति आपकी
आवश्यकता की वस्तुएँ आपके पास लाते हैं और आप दुकान पर जाने की बजाए उनसे ही वह वस्तुएं खरीद लेते हैं। उदाहरण स्वरूप सब्जी वाला रेहड़ी पर सब्जियां भरकर घर-घर
जाकर सब्जी बेचता है। कभी-कभी कुछ चावल, मसाले, कालीन, बिजली के उपकरण आदि बेचने वाले भी इसी प्रकार घर-घर जाकर अपने सामान को बेचते हैं। रेल अथवा स्थानीय बसों में यात्रा करते समय आपने अक्सर देखा होगा कि कुछ लोग पैन, खिलौने, किताबें, कंघियां इत्यादि बेचते हैं। शहरों में भी इस प्रकार घर-घर जाकर जल अथवा वायु शोधक, कपड़े धोने के पाउडर, मच्छर मारने के उपकरण व
दवाओं आदि का विक्रय आम बात है। क्या आपको नहीं लगता कि एक दुकान पर वस्तुओं को सजा कर बेचने की तुलना में घर-घर उपभोक्ताओं तक जाकर वस्तुओं को बेचने का यह तरीका अपने आप में कुछ अलग है? आइए, वस्तु विक्रय की इस प्रक्रिया के बारे में हम और अधिक जानें।



चित्र- वैयक्तिक विक्रय

16.5 वैयक्तिक विक्रय का अर्थ

एक ऐसे व्यक्ति के बारे में सोचिए जो आपके पास आकर आपको विभिन्न प्रकार की वस्तुएं दिखाता है, जिन्हें वह बेचना चाहता है। वह आपको उन सब उत्पादों के गुणों के बारे में बताता है, और यदि आवश्यक हो तो उनकी कार्यप्रणाली का भी प्रदर्शन करता है। साथ ही वह आपको उनके मूल्य व उनकी खरीद के साथ जुड़ी हुई छूट इत्यादि की सूचनाएं देकर, उन वस्तुओं को खरीदने के लिए प्रेरित करता है। कभी-कभी वह भविष्य में आपकी आवश्यकता की अन्य वस्तुओं की आपूर्ति का भी वचन देता है। दूसरी ओर इस प्रकार की खरीद से आपको उत्पाद के विषय में अधिक जानकारी मिलती है और वास्तविक क्रय से पहले ही उसका प्रयोग कर जांच का अवसर भी मिल जाता है, जो आपको वस्तु खरीदने या न खरीदने का निर्णय लेने में सहायता प्रदान करता है।

वह व्यक्ति जो वस्तुओं का इस प्रकार विक्रय करता है उसे विक्रय कर्ता तथा विक्रय की इस तकनीक को "वैयक्तिक विक्रय" या "विक्रय कला" कहते हैं। अर्थात् वैयक्तिक विक्रय से तात्पर्य संभावित क्रेता के समक्ष वस्तुओं को ऐसे ढंग से प्रस्तुत करने से है कि वह उन्हें क्रय करने के लिए तैयार किया जा सके। वैयक्तिक विक्रय के लिए आवश्यक है कि विक्रय योग्य वस्तु का वास्तविक प्रस्तुतीकरण हो तथा क्रेता व विक्रेता में पारस्परिक वार्तालाप हो। यहां उद्देश्य, केवल व्यक्ति विशेष को वस्तु का विक्रय ही नहीं बल्कि उसे अपना स्थायी ग्राहक बनाना भी है।

आपने वैयक्तिक विक्रय की तकनीक को कुछ दुकानों में देखा होगा, जहाँ इस तकनीक

का उपयोग करने हेतु दुकानदार विक्रयकर्ता (सेल्समैन) नियुक्त किए जाते हैं। उदाहरणार्थ- आभूषण, उपभोक्ता वस्तुएं, साड़ी आदि की दुकानों पर यह देखा जा सकता है। कुछ सेवाओं के मामले में भी हम दुकानों में वैयक्तिक विक्रय के उपयोग को देख सकते हैं। उदाहरणार्थ, हम यह देखते हैं कि लोग नाई की दुकान पर एक व्यक्ति विशेष से ही बाल कटवाना तथा मालिश करवाना पसंद करते हैं। यह इस बात की पुष्टि करता है कि वैयक्तिक विक्रय में विक्रेता को ग्राहक की पसंद, रूचि इत्यादि का ध्यान भी रखना होता है। इस ज्ञान का उपयोग विक्रेता अपनी वस्तुओं एवं सेवाओं का विक्रय करने के लिए क्रेता को आकर्षित करने में करता है। वैयक्तिक विक्रय का अभिप्राय ग्राहकों के समक्ष वस्तुओं तथा सेवाओं को प्रस्तुत करने तथा उन्हें उत्पादों अथवा सेवाओं को क्रय करने के लिए तैयार करने से है। वैयक्तिक विक्रय के विषय में इतना जानने के बाद आइए अब देखें कि इनके आवश्यक तत्व क्या हैं।

16.6 वैयक्तिक विक्रय के आवश्यक तत्व

वैयक्तिक विक्रय में निम्नलिखित तत्व होने चाहिएँ :

i) परस्पर क्रिया : वैयक्तिक विक्रय में विक्रय कर्ता व भावी क्रेता के बीच आमने-सामने बात होनी आवश्यक है।

ii) प्रेरित करना : वैयक्तिक विक्रय में वस्तु को बेचने के लिए विक्रेता को भावी क्रेता को प्रेरित करना पड़ता है। इसलिए विक्रय कर्ता को इतना सक्षम होना चाहिए कि वह ग्राहक में अपनी वस्तु को पसंद करने की इच्छा जाग्रत कर सके। साथ ही वह ग्राहक को उस वस्तु के प्रयोग के लिए प्रोत्साहित कर सके।

iii) लचीलापन : वैयक्तिक विक्रय में लचीलापन होता है। विक्रयकर्ता, क्रेता की पसंद, आवश्यकता व इच्छा के अनुसार अपनी विक्रय तकनीक व विधि को समायोजित कर लेता है। जैसे कभी उनके प्रश्नों के उत्तर देकर, उत्पाद के विषय में सूचना देकर तो कभी कार्य विधि का प्रदर्शन कर तो कभी अन्य कोई तरीका अपना कर। इसलिए परिस्थिति और ग्राहक की रूचि के अनुसार वैयक्तिक विक्रय की विभिन्न तकनीकों के प्रयोग का निर्णय तत्काल किया जाता है।

iv) विक्रय संवर्धन : वैयक्तिक विक्रय का अन्तिम लक्ष्य अपनी बिक्री बढ़ाना है तथा अधिक से अधिक ग्राहकों को अपने उत्पाद के प्रयोग के लिए प्रोत्साहित करना है।

v) सूचना प्रदान करना : वैयक्तिक विक्रय ग्राहकों को उत्पाद के विषय में विस्तृत सूचना उपलब्ध करवाता है, जैसे- यह कहां उपलब्ध है, इसके विशिष्ट गुण क्या हैं तथा विभिन्न उपयोग क्या हैं व अन्य। इस प्रकार यह उपभोक्ताओं को शिक्षित करता है और यह एक शैक्षिक प्रक्रिया बन गई है।

vi) पारस्परिक लाभ : यह एक द्विमुखी प्रक्रिया है। इससे क्रेता तथा विक्रेता दोनों को लाभ होता है। एक ओर जहाँ ग्राहक को संतुष्टि प्राप्त होती है, वहीं दूसरी ओर विक्रेता भी लाभ कमाता है।

पाठगत प्रश्न 16.4

निम्न रिक्त स्थानों में उचित शब्द भरिए :

i. वैयक्तिक विक्रय में ——— को वस्तु खरीदने के लिए सहमत करना पड़ता है।

ii. वैयक्तिक विक्रय का अन्तिम उद्देश्य ————— है।

iii. ——— वैयक्तिक विक्रय का सबसे महत्वपूर्ण तत्व है।

iv. उपभोक्ता को सूचना प्रदान करने के कारण वैयक्तिक विक्रय एक———— प्रक्रिया बन गई है।

16.7 वैयक्तिक विक्रय का महत्व

वैयक्तिक विक्रय बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह विक्रय वृद्धि में सहायता करता है। केवल यही नहीं कुछ अन्य लक्षण भी हैं जो विक्रय की इस तकनीक को महत्वपूर्ण बनाते हैं। आइए, उत्पादकों व उपभोक्ताओं की दृष्टि से वैयक्तिक विक्रय के महत्व को जानें :

उत्पादकों के दृष्टिकोण से

i. यह नए और प्रचलित दोनों प्रकार के उत्पादों की मांग पैदा करता है।

ii. यह नए उपभोक्ता बनाकर बाजार का विस्तार करता है।

iii. यह उत्पाद सुधारने में भी सहायक है। वैयक्तिक रूप से बेचने से विक्रेता को उत्पाद के विषय में जो भी जानकारी मिलती है वह उसे उत्पादक तक पहुंचाता है, जिसका उपयोग उत्पादक, उत्पाद की गुणवत्ता व अन्य सुधारों के लिए प्रयोग करता है।

उपभोक्ता के दृष्टिकोण से

i. वैयक्तिक विक्रय बाजार में आने वाले नए-नए उत्पादों के बारे में उपभोक्ता को जानकारी प्राप्त करने का अवसर प्रदान करता है। इस प्रकार यह उपभोक्ताओं को नए उत्पादों के बारे में सूचना प्रदान करता है साथ ही शिक्षित भी करता है।

ii. वैयक्तिक विक्रय के कारण ही उपभोक्ताओं को बाजार में आने वाले नए उत्पादों के उपयोग की विधि का ज्ञान हो पाता है। विक्रयकर्ता भावी क्रेताओं के समक्ष न केवल उत्पाद की कार्यविधि का प्रदर्शन करता है बल्कि उसके प्रयोग और लाभों का भी वर्णन करता है।

iii. वैयक्तिक विक्रय में आमने-सामने बातचीत होने के कारण यह विधि उपभोक्ता को अपनी आवश्यकतानुसार उत्पाद खरीदने की एक निर्देशिका के रूप में कार्य करती है।

iv. वैयक्तिक विक्रय उपभोक्ता को उत्पाद विशेष के प्रयोग में आने वाली परेशानियों की सूचना और शिकायत करने की सुविधा भी देती है। तथा उन परेशानियों का हल भी साथ ही निकल आता है।

पाठगत प्रश्न 16.5

निम्नलिखित में से सत्य व असत्य कथन छांटिए :

i. वैयक्तिक विक्रय, उत्पादकों को, उपभोक्ताओं के सुझावों के आधार पर अपने उत्पादों को सुधारने का अवसर प्रदान करता है।

ii. उपभोक्ताओं को विक्रयकर्ता से अपनी परेशानियों का हल तुरंत नहीं मिलता।

iii. वैयक्तिक विक्रय केवल वर्तमान उत्पादों के लिए ही नए उपभोक्ता बनाता है।

iv. उत्पाद का बेहतर प्रयोग वैयक्तिक विक्रय का परिणाम है।

v. उपभोक्ता, विक्रयकर्ता को उत्पाद संबंधी शिकायत नहीं कर सकते।

16.8 वैयक्तिक विक्रय में संलग्न विक्रयकर्ता के गुण

वैयक्तिक विक्रय में लगे विक्रयकर्ता की योग्यताओं की सूची बनाना एक कठिन कार्य है, क्योंकि यह योग्ताएं समय और परिस्थिति के अनुसार बदल जाती है। यह उपभोक्ताओं की मांग व उत्पाद पर भी निर्भर करती है। ऐसा भी हो सकता है कि जो विक्रयकर्ता एक परिस्थिति में प्रभावी था, दूसरी में अप्रभावी रहे। इसलिए वास्तविक जीवन में एक श्रेणी के उत्पाद के विक्रय के लिए जिन योग्यताओं को आवश्यक माना जाता हो वह दूसरे उत्पाद के लिए पूर्ण रूप से अनावश्यक भी हो सकते हैं। लेकिन फिर भी कुछ ऐसी सामान्य योग्ताएं हैं जिनके होने पर एक विक्रयकर्ता अपने कार्य में सफल हो सकता है। इन योग्यताओं की सूची नीचे दी जा रही है :

वैयक्तिक विक्रय में संलग्न विक्रयकर्ता के गुण

1. शरीरिक योग्यता
2. बौद्धिक एवं मानसिक योग्यता
3. सच्चरित्रता
4. उत्पाद के विषय में पूर्ण ज्ञान
5. प्रेरित करने की क्षमता
6. अच्छा व्यवहार

आइए, अब इन योग्यताओं का विस्तार से अध्ययन करें :

i) शारीरिक योग्यता : एक विक्रयकर्ता को सुन्दर व प्रभावी व्यक्तित्व का होना चाहिए। उसे स्वस्थ भी होना चाहिए।

ii) बौद्धिक एवं मानसिक योग्यता : एक अच्छे विक्रयकर्ता के पास विशिष्ट बौद्धिक योग्यताएं भी होनी चाहिए जैसे कल्पनाशीलता, पहल करने की क्षमता, आत्मविश्वास, तीव्र स्मरण-शक्ति व सतर्कता इत्यादि। विक्रयकर्ता में उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं और अभिरूचियों को समझने की क्षमता भी होनी चाहिए।

iii) सच्चरित्रता : एक अच्छे विक्रयकर्ता में ईमानदारी व सच्चरित्रता के गुण होने चाहिएँ क्योंकि उन्हें उपभोक्ता का विश्वास जीतना है। उसे उपभोक्ता की आवश्यकताएं

समझकर उन्हें उनकी पूर्ति के लिए निर्देशित करना है। नियोक्ता का भी विक्रयकर्ता में पूर्ण विश्वास होना चाहिए। एक विक्रयकर्ता को अपने नियोक्ता व उपभोक्ता दोनों के प्रति निष्ठावान होना चाहिए।

iv) उत्पाद तथा कंपनी की जानकारी : विक्रयकर्ता को उत्पाद व उस कम्पनी के बारे में पूरा ज्ञान होना चाहिए जिसका वह प्रतिनिधित्व कर रहा है। उसे उत्पाद के हर पहलु, जैसे- गुण, प्रयोग विधि, प्रयोग में सावधानियां इत्यादि को समझाने में सक्षम होना चाहिए। उसे कम्पनी विशेष के व्यावसायिक व सेवा विवरण के विषय में जानकारी उपलब्ध कराने में भी सक्षम होना चाहिए। साथ ही उसे अपनी कम्पनी की अन्य प्रतियोगी कम्पनियों के उत्पादों के विषय में पूर्ण जानकारी होनी चाहिए ताकि वह अपने उत्पाद की उत्तमता सिद्ध कर सके।

v) अच्छा व्यवहार : एक विक्रयकर्ता का व्यवहार शिष्टाचार व सहयोगपूर्ण होना चाहिए। क्योंकि अच्छे व्यवहार से ही उपभोक्ताओं का विश्वास जीता जा सकता है। उसे क्रेता द्वारा बहुत से प्रश्न पूछने या अप्रासंगिक प्रश्न पूछने पर अपना संयम नहीं खोना चाहिए। यह भी आवश्यक नहीं है कि प्रत्येक व्यक्ति, जिन्हें वह अपना उत्पाद बेचने का प्रयास करेगा, वह उसका उत्पाद खरीद ही ले। यह संभव है कि कुछ लोग बात ही न सुनें या सुनकर उत्पाद खरीदने से मना कर दें। ऐसे में विक्रययकर्ता को शिष्ट ही रहना चाहिए।

vi) प्रेरित करने की क्षमता : एक अच्छे विक्रयकर्ता को वार्तालाप करने में निपुण होना चाहिए ताकि वह सामने वाले व्यक्ति को वार्तालाप में संलिप्त कर सके। उसमें यह क्षमता होनी चाहिए कि वह दूसरे व्यक्ति के मन में अपने उत्पाद के प्रयोग व स्वामित्व की इच्छा जाग्रत कर सके।

पाठगत प्रश्न 16.6

I. निम्नलिखित कथनों के सामने 'सत्य' व 'असत्य' लिखिए :

i. एक अच्छे विक्रयकर्ता के लिए उत्पाद की जानकारी आवश्यक नहीं है।

ii. एक अच्छे विक्रयकर्ता के पास कल्पनाशीलता, पहल की क्षमता व सतर्कता होनी चाहिए।

iii. एक अच्छे विक्रयकर्ता के लिए समाज द्वारा स्वीकृत होना आवश्यक नहीं है।

iv. एक अच्छे विक्रयकर्ता को उपभोक्ता के प्रति निष्ठावान होना चाहिए न कि अपने नियोक्ता के प्रति।

v. प्रभावी आवाज, अच्छा व्यक्तित्व व सुडौल शरीर जैसी योग्यताओं का अच्छे विक्रयकर्ता की योग्यताओं में कोई स्थान नहीं है।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. विक्रय संवर्धन निर्माताओं के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है क्योंकि :

क) लाभ में वृद्धि करता है।

ख) उत्पाद सस्ते दाम पर उपलब्ध कराता है ।

ग) गुणवत्ता और विशेषताओं के बारे में बताता है ।

घ) लोगों का जीवन स्तर ऊँचा उठाता है ।

ii. विक्रय संवर्धन, उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है क्योंकि :

क) यह विक्रय को बढ़ाने में सहायता करता है ।

ख) यह विक्रय को स्थायी बनाता है ।

ग) लोगों का जीवन स्तर ऊँचा उठाने में सहायता करता है ।

घ) लाभों में वृद्धि करता है ।

iii. निम्न में से कौन सी विक्रय संवर्धन की विधि है?

क) मुफ्त नमूने

ख) विज्ञापन

ग) प्रचार

घ) वैयक्तिक विक्रय

iv. वैयक्तिक विक्रय का अंतिम उद्देश्य है :

क) लोगों के जीवन स्तर को ऊँचा उठाना

ख) गुणवत्ता की वस्तुएँ उपलब्ध कराना

ग) उपभोक्ताओं की अधिक संतुष्टि

घ) उत्पादों के विक्रय को बढ़ाना

v. वैयक्तिक विक्रय का मुख्य तत्व है :

क) सस्ता उत्पाद

ख) परस्पर वार्तालाप

ग) विक्रेता का अच्छा व्यवहार

घ) विक्रयकर्ता की शारीरिक दक्षता

आपने क्या सीखा

- विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के अतिरिक्त वस्तु की बिक्री में वृद्धि करने वाली समस्त संवर्धन क्रियाएं, विक्रय संवर्धन के अंतर्गत आती है ।
- विक्रय संवर्धन के उद्देश्य : नए उत्पाद को प्रस्तुत करना, नए उपभोक्ताओं को आकर्षित करना और वर्तमान उपभोक्ताओं को बनाए रखना, मौसमी उत्पाद की बिक्री को बनाए रखना, प्रतियोगिता की चुनौतियों का सामना करना ।
- विक्रय संवर्धन में प्रयुक्त तकनीकें : मुफ्त नमूनों का वितरण, बोनस के रूप में वस्तु देना, वस्तु-विनिमय योजना, मूल्यों में कमी, कूपन बांटना, मेले एवं प्रदर्शनियां, व्यापारिक टिकटें, 'खुरचिए एवं जीतिये' योजना, 'मूल्य वापसी' योजना ।

  - **विक्रय संवर्धन का महत्व :**

निर्माताओं के लिए : बिक्री की मात्रा में वृद्धि, नए उत्पाद को बाजार में प्रस्तुत करने

में सहायक, वर्तमान स्टॉक की शीघ्र बिक्री, बिक्री की मात्रा में स्थिरता लाना।

उपभोक्ताओं के लिए : कम मूल्य पर वस्तुएं उपलब्ध होना, उपभोक्ताओं को वित्तीय लाभ, नए ब्रांड से अवगत कराना, उपभोक्ताओं के मन में वस्तु की गुणवत्ता के लिए विश्वास जाग्रत करना तथा उपभोक्ताओं के जीवन स्तर को ऊंचा उठाना।

-

- वैयक्तिक विक्रय से तात्पर्य ग्राहकों के समक्ष वस्तुओं और सेवाओं की ऐसी प्रस्तुति करने से है जो उन्हें उन वस्तुओं और सेवाओं को क्रय करने के लिए विश्वस्त व सहमत कर सकें।
- वैयक्तिक विक्रय के आवश्यक तत्व हैं : परस्पर वार्तालाप, प्रेरित करना, लचीलापन, विक्रय संवर्धन, सूचना प्रदान करना, परस्पर लाभ।
- वैयक्तिक विक्रय उत्पादक व उपभोक्ता दोनों ही के लिए महत्वपूर्ण है।
- ऐसी बहुत सी योग्यताएं हैं जो विक्रयकर्ता के लिए प्रभावी हो सकती है। शारीरिक व बौद्धिक योग्यताएं, सच्चरित्र, उत्पाद एवं कम्पनी के विषय में ज्ञान, अच्छा व्यवहार व उपभोक्ताओं को प्रेरित करने की क्षमता इनमें मुख्य हैं।

पाठांत प्रश्न

1. विक्रय संवर्धन को परिभाषित कीजिए।

2. निर्माताओं के दृष्टिकोण से विक्रय संवर्धन के महत्व का उल्लेख कीजिए।

3. उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से विक्रय संवर्धन के महत्व का उल्लेख कीजिए।

4. विक्रय संवर्धन की किन्हीं छः तकनीकों की सूची बनाइए।

5. विक्रय संवर्धन का अर्थ स्पष्ट कीजिए। विक्रय सवंर्धन क्यों आवश्यक है?

6. विक्रय संवर्धन की किन्हीं दो तकनीकों को उदाहरण की सहायता से स्पष्ट कीजिए।

7. विक्रय संवर्धन की “मूल्य में कमी” तथा “मुफ्त नमूनों का वितरण” तकनीकों की व्याख्या कीजिए।

8. स्पष्ट कीजिए कि विक्रय संवर्धन तकनीकें किस प्रकार विक्रय के संवर्धन में सहायता करती है।

9. एक टूथपेस्ट कम्पनी 500 ग्राम टूथपेस्ट के साथ 250 ग्राम टूथपेस्ट मुफ्त दे रही है। विक्रय संवर्धन की इस तकनीक का नाम बताइए। इस तकनीक का विशिष्ट उद्देश्य क्या है? इसके अतिरिक्त विक्रय संवर्धन की किन्हीं दो तकनीकों की व्याख्या कीजिए।

10. विक्रय संवर्धन को परिभाषित कीजिए। विक्रय संवर्धन के क्या उद्देश्य हैं?

11. विक्रय संवर्धन शब्द को स्पष्ट कीजिए। विक्रय संवर्धन के किन्हीं चार उद्देश्यों को बताइए।

12. विक्रय संवर्धन, विक्रय कर्ता तथा उपभोक्ता दोनों के लिए महत्वपूर्ण है। स्पष्ट कीजिए कैसे?

13. वैयक्तिक विक्रय का अर्थ स्पष्ट कीजिए।

14. वैयक्तिक विक्रय के मुख्य तत्व बताइए।

15. उपभोक्ता की दृष्टि से वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन कीजिए।

16. उत्पादकों की दृष्टि से वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन कीजिए।

17. वैयक्तिक विक्रय में लगे हुए एक विक्रयकर्ता की शारीरिक व बौद्धिक योग्यताएं बताइए।

18. वैयक्तिक विक्रय में लगे विक्रयकर्ता की सामाजिक योग्यताएं बताइये।

19. वैयक्तिक विक्रय में संलग्न एक विक्रयकर्ता की क्या व्यावसायिक योग्यताएं होनी चाहिएँ? स्पष्ट कीजिए।

20. वैयक्तिक विक्रय की परिभाषा दीजिए। उत्पादकों व उपभोक्ताओं की दृष्टि से इसके महत्व का वर्णन कीजिए।

21. वैयक्तिक विक्रय क्या है? इसके आवश्यक तत्वों का वर्णन कीजिए।

22. "एक सफल विक्रयकर्ता में केवल शारीरिक व बौद्धिक योग्यताओं का होना ही काफी है" क्या आप इस कथन से सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण भी दीजिए।

23. वैयक्तिक विक्रय में लगे हुए विक्रयकर्ता की विभिन्न योग्यताओं का वर्णन कीजिए।

24. "यदि उत्पाद उत्तम है तो विक्रयकर्ता को किसी योग्यता की आवश्यकता नहीं" क्या आप इस कथन से सहमत हैं। अपने उत्तर के पक्ष में कारण दीजिए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

16.1 (i) विक्रय संवर्धन में विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के अतिरिक्त वे सभी क्रियाएं सम्मिलित हैं, जो एक विशेष वस्तु की बिक्री को बढ़ाने में सहायता करती हैं।

(ii) विज्ञापनों का प्रयोग, भावी उपभोक्ताओं को विक्रय के लिए प्रयुक्त अभिप्रेरकों के विषय में बताने के लिए सम्प्रेषण के माध्यम के रूप में किया जा सकता है।

16.2 (i) असत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य

16.3 (i) ग (ii) ख (iii) घ (iv) क

16.4 (i) ग्राहकों (ii) उत्पाद का विक्रय संवर्धन (iii) आमने-सामने (iv) शिक्षात्मक

16.5 (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) असत्य

16.6 I. (i) असत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) असत्य

II. (i) क (ii) ग (iii) क (iv) घ (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने आस-पास के बाजार के फुटकर विक्रेताओं से पूछताछ कीजिए कि वे किस समय स्टॉक क्लीअरन्स सेल लगाते हैं।
- समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के विज्ञापनों के माध्यम से निर्माताओं द्वारा प्रस्तुत की जाने वाली विक्रय संवर्धन योजनाओं की सूचना एकत्रित कीजिए।
- जब भी आप कोई वस्तु अथवा सेवा को क्रय करें, तो विक्रयकर्ता के व्यवहार पर ध्यान दें तथा उसके विशिष्ट गुणों की सूची बनाएं।

पाठ्यक्रम V

अधिकतम अंक 16 अध्ययन के घंटे 35

उपभोक्ता जागरूकता

प्रत्येक व्यापार का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की संतुष्टि होना चाहिए, परन्तु व्यवहारिक रूप से व्यापारियों द्वारा उपभोक्ताओं का विभिन्न तरीकों से शोषण किया जाता है। कभी-कभी घटिया किस्म का माल अधिक अथवा ऊंचे मूल्यों पर बेचा जाता है। यह उपभोक्ता के जागरूक न होने के कारण होता है, कि वह (उपभोक्ता) अपने अधिकारों और उत्तरदायित्वों को नहीं जानता। यह पाठ इसी बात को समझाने के लिये तैयार किया गया है कि उपभोक्ता अपने अधिकारों और उत्तरदायित्वों को जान सकें तथा कानून में उल्लेखित विभिन्न उपभोक्ता संरक्षणों को भी समझ सके।

पाठ 17 : उपभोक्ताओं के अधिकार व उत्तरदायित्व

पाठ 18- उपभोक्ता संरक्षण

17. उपभोक्ता : अधिकार एवं उत्तरदायित्व

हम कई बार ऐसे लोगों से मिलते हैं, जो यह शिकायत करते हैं कि उन्होंने पूरे मूल्य का भुगतान किया है फिर भी उन्हें घटिया अथवा मिलावटी वस्तु मिली। इसी प्रकार से कई लोग शिकायत करते हैं कि यद्यपि उन्होंने बस का तथा रेलगाड़ी का पूरा किराया दिया फिर भी उनकी बैठने की सीटें आरामदायक नहीं थी। कई बार ऐसा होता है कि लोगों को उनके व्यय की राशि के अनुसार उत्पाद या सेवा प्राप्त नहीं होती। क्या उन्हें यह अधिकार नहीं है कि वे जिन वस्तुओं का उपभोग करना चाहते हैं वे भुगतान की राशि के मूल्य के बराबर हों?

कभी-कभी लोग स्वयं भी प्राप्त वस्तुओं एवं सेवाओं की अनुपयुक्तता के लिए उत्तरदायी होते हैं। अनेक बार तो जिन वस्तुओं की उन्हें आवश्यकता होती है, उन्हें विस्तृत रूप से उनके सम्बन्ध में जानकारी नहीं होती है। बिना उनकी गुणवत्ता पर ध्यान दिए, वे वस्तुएँ खरीद लेते हैं अथवा सेवाओं का उपभोग कर लेते हैं। क्या उनका कर्तव्य नहीं बनता कि जिन वस्तु एवं सेवाओं की उन्हें आवश्यकता है उनका पूरा विवरण दें? आइये उपभोक्ता के अधिकारों एवं उत्तरदायित्वों के सम्बन्ध में विस्तार से जानें।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- उपभोक्ता की परिभाषा दें सकेंगे;
- वस्तुओं के उपभोक्ता एवं सेवाओं के उपभोक्ता में अंतर कर सकेंगे;
- 'उपभोक्तावाद' शब्द का अर्थ बता सकेंगे;
- किसी उपभोक्ता के विभिन्न अधिकारों की व्याख्या कर सकेंगे; और
- उपभोक्ता के उत्तरदायित्वों को बता सकेंगे।

17.1 उपभोक्ता कौन है?

सरल शब्दों में, उपभोक्ता उस व्यक्ति को कहते हैं, जो विभिन्न वस्तुओं एवं सेवाओं का या तो उपभोग करता है अथवा उनको उपयोग में लाता है। वस्तुओं में उपभोक्ता वस्तुएं (जैसे गेहूं, आटा, नमक, चीनी, फल आदि) एवं स्थायी वस्तुएं (जैसे टेलीविजन, रेफ्रिजरेटर, टोस्टर, मिक्सर, साइकिल आदि) सम्मिलित है। जिन सेवाओं का हम क्रय करते हैं, उनमें बिजली,

टेलीफोन, परिवहन सेवाएं, थियेटर सेवाएं आदि सम्मिलित है।

ध्यान रखने योग्य बात है कि उपभोक्ता वह है, जो उपभोग के लिए वस्तुओं एवं सेवाओं का क्रय करता है। यदि कोई फुटकर व्यापारी किसी थोक विक्रेता से वस्तुएं (जैसे स्टेशनरी का सामान) खरीदता है, तो वह उपभोक्ता नहीं है क्योंकि वह तो वस्तुओं का क्रय पुनः विक्रय के लिए कर रहा है।

क्या यह आवश्यक है कि एक क्रेता (जो केवल एक उपभोक्ता है) ही वस्तुओं का उपयोग करे? यह सदा नहीं होता। यदि आप अपने लिखने के लिए एक कापी खरीदते हैं तो आप क्रेता भी हैं और उपभोक्ता भी। माना आपके पिता खाद्य सामग्री का क्रय करते हैं, जिसका उपभोग परिवार के सभी सदस्य करते हैं या फिर जब वह कपड़े धोने का डिटरजैन्ट पाउडर खरीदते हैं तो इसका प्रयोग परिवार के सभी सदस्य कर सकते हैं तथा अन्य कोई भी (जो कपड़े धोने का कार्य कर रहा है) कर सकता है। इसका अर्थ यह हुआ कि एक उपभोक्ता जिन वस्तुओं का क्रय करता है उनका उपभोग उसके परिवार के सदस्य कर सकते हैं अथवा क्रेता की ओर से कोई अन्य व्यक्ति कर सकता है।

उपभोक्ता वह व्यक्ति है, जो वस्तुओं अथवा सेवाओं को अपने अथवा अपनी ओर से अन्य के प्रयोग अथवा उपभोग के लिए खरीदता है। वस्तुओं में दैनिक उपभोग की तथा स्थायी वस्तुएँ सम्मिलत है। जबकि सेवाएँ जिनके लिए भुगतान किया जाता है, मे यातायात, बिजली, फिल्म देखना इत्यादि शामिल है।

उपभोक्ता को इस प्रकार से भी परिभाषित किया जा सकता है कि कोई व्यक्ति, जो वस्तुओं एवं सेवाओं का चयन करता है, उन्हें प्राप्त करने के लिए पैसा खर्च करता है तथा अपनी आवश्यकता की पूर्ति हेतु उनका उपयोग करता है उपभोक्ता कहलाता है।

आइए देखें कि वस्तुओं के उपभोक्ता एवं सेवाओं के उपभोक्ता की स्थिति में क्या अन्तर है? जिन सेवाओं का हम क्रय करते हैं, उनमें हम परिवहन सेवा को सम्मलित कर सकते है जैसे- जब हम किसी स्थान पर जाने के लिए टैक्सी अथवा ऑटोरिक्शा लेते हैं, सार्वजनिक बस में यात्रा करते हैं अथवा रेल से यात्रा करते हैं तो हम परिवहन सेवा का उपभोग करते हैं। यदि आपके पास अपनी साइकिल अथवा स्कूटर या फिर मोटर साइकिल है तो आपको इसकी मरम्मत की आवश्यकता हो सकती है और आप इसे मरम्मत करने वाली दुकान पर ले जाते हैं। जो व्यक्ति मरम्मत करता है आप उसे उसकी सेवाओं के बदले भुगतान करते हैं। आप उस समय सेवा का उपभोक्ता हैं। हम घर पर अथवा कार्य स्थल पर बिजली अथवा टेलीफोन का प्रतिदिन उपयोग करते हैं, ये भी सेवाएं हैं, जिनका हम उपभोग करते हैं तथा बदले में भुगतान करते हैं। सिनेमा घर में मनोरंजन के लिए सिनेमा देखना भी सेवा का एक उदाहरण है।

वस्तुओं एवं सेवाओं के उपभोग करने में मुख्य अंतर है कि क्रय से पहले वस्तुओं की तो भौतिक रूप से जांच की जा सकती है, जबकि सेवाओं की विश्वसनीयता एवं निरन्तरता की पहले से जांच नहीं की जा सकती। उदाहरण के लिए यदि आप टेलीविजन खरीदते हैं तो आप इसका प्रदर्शन करा सकते हैं और देख सकते हैं कि यह कैसे काम कर रहा है

तथा इसकी तस्वीर, गुणवत्ता, आवाज आदि कैसी है। लेकिन आप यह जाँच नहीं कर सकते कि बिजली की वोल्टेज हर समय स्थिर रहेगी या नहीं। आप किसी खाने की वस्तु को पहले नमूने के तौर पर उसका स्वाद जानकर उसका क्रय कर सकते हैं या फिर फलों का क्रय करने से पहले उनकी जाँच कर सकते हैं कि वह अधिक पके हुए तो नहीं है। लेकिन आप इसकी जाँच नहीं कर सकते कि एक स्कूटर अथवा टैक्सी का ड्राइवर चौकन्ना रहेगा, कोई दुर्घटना नहीं होगी अथवा सिनेमा देखते समय चलचित्र में तस्वीर और आवाज पूरे समय ठीक रहेगी अथवा नहीं।

इसके साथ-साथ जिन वस्तुओं का हम क्रय करते हैं, तो हम उनका उपभोग भी तुरंत कर सकते हैं अथवा कुछ समय के पश्चात् भी। हम अनाज का हफ्तों, महीनों तक संग्रहण कर सकते हैं। एक रेफरीजरेटर की यदि समय-समय पर आवश्यक मरम्मत कराते रहें, तो उसका कई वर्षों तक उपयोग कर सकते हैं। लेकिन हम परिवहन सेवाओं अथवा मरम्मत, बिजली की आपूर्ति अथवा टेलीफोन सेवा अथवा फिल्म शो के सम्बंध में ऐसा नहीं कर सकते।

पाठगत प्रश्न 17.1

निम्न के उत्तर हाँ अथवा नहीं शब्दों का प्रयोग करके दीजिए :

i. जो वस्तुओं का क्रय करता है क्या वह उपभोक्ता हो भी सकता है और नहीं भी।

ii. क्या यह सही है कि जो खाद्य पदार्थों का उपभोग करता है वही उसका क्रेता भी होना चाहिए?

iii. क्या एक दुकानदार को उपभोक्ता माना जा सकता है यदि वह स्वयं के लिए एक कमीज क्रय करता है?

iv. मैंने एक सार्वजनिक पुस्तकालय में सदस्यता शुल्क का भुगतान किया है तथा वहां पुस्तकें एवं पत्रिकाएं पढ़ता हूं। क्या मैं सेवाओं का उपभोक्ता हूँ?

v. आपके मित्र ने एक कहानी की पुस्तक खरीदी, उसको पढ़ा तथा कम मूल्य पर उसे एक पुरानी पुस्तक विक्रेता को बेच दिया। क्या वह एक उपभोक्ता है?

17.2 उपभोक्तावाद का अर्थ

एक उपभोक्ता होने के नाते आप समय-समय पर वस्तुओं एवं सेवाओं का उपभोग अवश्य करते होंगे। आप को किसी न किसी आपूर्तिकर्ता द्वारा शोषण का अनुभव भी हुआ होगा। किसी भी उपभोक्ता के लिए इस प्रकार के शोषण को अकेले रोकना भी कठिन है। यदि उपभोक्ता चौकन्ने हो जाएं एवं इस प्रकार के गलत कार्यों के विरूद्ध मिलकर सामना करें तो इस प्रकार के शोषण को कम किया जा सकता है। अपनी रक्षा में स्वयं उपभोक्ताओं द्वारा किया गया प्रयत्न उपभोक्तावाद कहलाता है।

उपभोक्तावाद से अभिप्राय उपभोक्ताओं के आंदोलन से है जिसका उद्देश्य निर्माता, व्यापारी,

विक्रेता एवं सेवा प्रदान करने वालों के उपभोक्ताओं के प्रति उचित एवं ईमानदारीपूर्ण (नैतिक) व्यवहार को सुनिश्चित करना है। यह आंदोलन बाजार में व्याप्त दुराचार के संबंध में उपभोक्ता में जागरूकता पैदा करने एवं उनके हितों की रक्षा के लिए मार्ग खोजने की दिशा में किसी उपभोक्ता आंदोलनकारी अथवा उपभोक्ता समितियों का प्रयत्न माना जा सकता है।

यह आंदोलन तभी सफल होगा, जब उपभोक्ता वस्तुओं एवं सेवाओं का उपयोग करते समय अपने अधिकार एवं उत्तरदायित्वों के प्रति सचेत होंगे। आइये उपभोक्ताओं के अधिकारों एवं दायित्वों के विषय में जानें।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 : उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, अन्य कानूनों की अपेक्षा उपभोक्ताओं को अधिक संरक्षण प्रदान करता है। उपभोक्ता अधिक विस्तार से अथवा विस्तृत तरह से बैंकिग, बीमा, वित्त, ट्रांसपोर्ट, होटल, टेलीफोन, बिजली की आपूर्ति या अन्य ऊर्जा, आवास, मनोरंजन अथवा अमोद-प्रमोद आदि में अधिक संरक्षण प्राप्त कर सकता है। यह अधिनियम राज्य व केन्द्रीय स्तर पर उपभोक्ता संरक्षण परामर्श समितियां बनाने का प्रावधान करती है। उपभोक्ता के विवादों का शीघ्र और उचित निपटारा करने के लिये अर्थ न्यायिक पद्धति को बनाया गया है। इसमें जिला फोरम, राज्य आयोग तथा राष्ट्रीय आयोग को शामिल करते हैं। इन्हें उपभोक्ता न्यायालय कहा जाता है।

17.3 उपभोक्ता के अधिकार

आप जानते हैं कि आज उपभोक्ता को बाजार में प्रतियोगिता, गुमराह करने वाले विज्ञापन, घटिया वस्तुएं एवं सेवाएं तथा अन्य बहुत सी समस्याओं का समाना करना पड़ता है। इसलिए उपभोक्ता के हितों की रक्षा करना सरकार एवं सार्वजनिक संस्थाओं के लिए एक गभीर चिंता का विषय बन गया है। उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने के लिए सरकार ने उपभोक्ताओं के कुछ अधिकारों को मान्यता प्रदान की है। दूसरे शब्दों में यदि उपभोक्ता अपने आपको शोषण एवं धोखे से बचाना चाहते हैं तो उन्हें कुछ अधिकारों को मान्यता प्रदान करनी होगी। दूसरे शब्दों में यदि उपभोक्ता अपने आपको शोषण एवं धोखे से बचाना चाहते हैं तो उन्हें कुछ अधिकार देने होंगे ताकि वे ऐसी स्थिति में हो कि वे वस्तुओं के विक्रेता एवं सेवा प्रदान करने वालों से व्यवहार करते समय सतर्क रह सकें। उदाहरण के लिए उपभोक्ताओं के अधिकारों में से एक अधिकार चयन का अधिकार है। यदि आप इस अधिकार की जानकारी रखते हैं तो आप दुकानदार से एक ही वस्तु के विभिन्न किस्में दिखाने के लिए कह सकते हैं, जिससे कि आप अपनी पसंद की वस्तु का चयन कर सकें। कभी-कभी दुकानदार उस ब्रांड की वस्तु को बेचने का प्रयत्न करता है जिस पर उसे अधिक कमीशन मिलता है। हो सकता है कि यह सर्वश्रेष्ठ गुणवत्ता वाली वस्तु न हो या फिर यह अपेक्षाकृत कम मूल्य पर उपलब्ध हो। इस व्यवहार को आप रोक सकते हैं। यदि आप अपने चयन के अधिकार का उपयोग करें तथा यदि एक दुकान पर अधिक किस्म के उत्पाद उपलब्ध नहीं है तो आप दूसरी दुकान पर जा सकते हैं।

आइए, हम उपभोक्ता के उन विभिन्न अधिकारों की चर्चा करें, जो उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 में दी गई है :

i) सुरक्षा का अधिकार : उपभोक्ताओं को ऐसी वस्तुओं की बिक्री से सुरक्षा का अधिकार है, जो स्वास्थ्य एवं जीवन के लिए हानिकारक है। उपभोक्ता के रूप में यदि आप इस अधिकार के सम्बन्ध में सचेत हैं तो हानि को रोकने के लिए कदम उठा सकते हैं, और
यदि सतर्कता के बाद भी हानि होती है तो आप विक्रेता की शिकायत कर सकते हैं तथा क्षतिपूर्ति का दावा भी कर सकते हैं। उदाहरण के लिए माना आपने कोई दवा खरीदी है तो दवा के हानिकारक होने की दशा में आप दवा विक्रेता को उत्तरदायी ठहरा सकते हैं। इसी प्रकार से यदि आप खाना पकाने के लिए गैस के सिलेन्डर की प्रयोग करते हैं तो आपूर्ति के समय जांच कर लें कि यह रिस तो नहीं रहा है। यदि बाद में यह रिसने लगता है तो इसके कारण आग लगने पर यदि कोई चोट आती है या किसी की मृत्यु हो जाती है तो आपूर्ति कर्ता का क्षतिपूर्ति का दायित्व होगा।

चित्र : सुरक्षा का अधिकार जैसे- कुकर, सिलेन्डर, पॉलीथीन

ii) सूचना पाने का अधिकार : उपभोक्ता को उपलब्ध वस्तुओं की गुणवत्ता, मात्रा,
शुद्धता, स्तर या श्रेणी तथा मूल्य के सम्बंध में जानने का अधिकार है, जिससे कि वह किसी वस्तु अथवा सेवा का क्रय करने से पहले सही चुनाव कर सके। इसके साथ ही वस्तु के उपभोग के समय उससे होने वाली क्षति अथवा चोट से बचने के लिए उपभोक्ता को सुरक्षा के किन उपायों का ध्यान रखना चाहिए इस सम्बंध में जहां भी आवश्यकता हो उपभोक्ता को सूचना प्रदान करानी चाहिए। उदाहरण के लिए गैस सिलेन्डर को लें, पूर्तिकर्ता को उपभोक्ता को स्पष्ट रूप से बताना चाहिए कि “जब गैस का प्रयोग न हो तो रेगुलेटर की सहायता से गैस के प्रवाह को बंद कर देना चाहिए।”

iii) चयन का अधिकार : प्रत्येक उपभोक्ता को अपनी आवश्यकता की वस्तुओं को उनकी विभिन्न किस्मों में से चयन का अधिकार है। कई बार विक्रेता एवं व्यापारी घटिया गुणवत्ता वाली वस्तु को बेचने के लिए दबाव के हथकन्डे अपनाता है। कभी-कभी उपभोक्ता भी टी.वी. पर विज्ञापनों से प्रभावित हो जाता है। उपभोक्ता यदि अपने चयन के अधिकार के प्रति सचेत है तो इन सम्भावनाओं से बचा जा सकता है।

\iv) सुनवाई का अधिकार : इस अधिकार को तीन विभिन्न अर्थों में समझा जा सकता है। व्यापक अर्थ में इसका अर्थ है कि जब भी सरकार एवं सार्वजनिक संस्थाओं द्वारा उपभोक्ता के हितों को प्रभावित करने वाले निर्णय लिए जाएं तो उपभोक्ता से सलाह ली जाय। उपभोक्ताओं का यह भी

चित्र : सुनवाई का अधिकार

अधिकार है कि निर्माता, विक्रेता एवं विज्ञापनकर्ता उत्पादन एवं विपणन सम्बन्धी निर्णय लेते समय उनके विचार जानें। तीसरे, उपभोक्ताओं की शिकायतों की सुनवाई के समय अदालती कार्यवाही के मध्य उनकी सुनवाई का भी उनका अधिकार है।

v) निवारण का अधिकार : जब भी किसी उपभोक्ता को अनुचित व्यापार व्यवहार, जैसे अधिक मूल्य वसूलना, घटिया गुणवत्ता वाले अथवा असुरक्षित उत्पादों को बेचना, वस्तु एवं सेवाओं की आपूर्ति में नियमितता की कमी के सम्बंध में कोई शिकायत है या फिर उसे दोषपूर्ण अथवा मिलावटी वस्तुओं के कारण कोई हानि हुई है अथवा चोट पहुंची है तो उसे उनके निवारण का अधिकार है। उसे दोषपूर्ण वस्तुओं के स्थान पर दूसरी वस्तु अथवा विक्रेता द्वारा मूल्य वापसी को प्राप्त करने का अधिकार है। उसे उचित न्यायालय में वैधानिक समाधान पाने का भी अधिकार है। यह अधिकार उपभोक्ताओं को यह विश्वास दिलाता है कि उनकी शिकायत पर उचित ध्यान दिया जायेगा। इस अधिकार में यदि आपूर्तिकर्ता अथवा विनिर्माता की गलती के कारण उन्हें कोई हानि होती है अथवा किसी कठिनाई का सामना करना पड़ता है तो उपभोक्ता के लिए उचित क्षतिपूर्ति का भी प्रावधान है।

vi) उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार : बाजार में दोषपूर्ण कार्यों एवं उपभोक्ताओं के शोषण को रोकने के लिए उपभोक्ताओं में जागरूकता पैदा करना एवं उनको शिक्षित करना बहुत आवश्यक है। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए उपभोक्ता संगठन, शैक्षणिक संस्थान एवं सरकारी नीति निर्धारकों से अपेक्षा है कि वे उपभोक्ताओं को निम्नलिखित विषयों से अवगत कराएं और उनके विषय में शिक्षित करें।

चित्र- उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार का चिन्ह

(a) अनुचित व्यापार कार्यों को रोकने के उद्देश्य से बनाए गये प्रासंगिक कानून;

(b) बेईमान व्यापारियों एवं उत्पादनकर्ताओं द्वारा अपनाये जाने वाली वे विधियां जिनके द्वारा वह उपभोक्ताओं को धोखा देने के लिए बाजार के व्यवहार को तोड़ मरोड़ करने का प्रयत्न करता है;

(c) उपभोक्ता किस प्रकार से अपने हितों की रक्षा कर सकते हैं;

(d) शिकायत करते समय उपभोक्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली प्रक्रिया इत्यादि।

बहुत से उपभोक्ता संगठन उपभोक्ताओं को पर्चे, पत्रिकाओं एवं पोस्टरों के द्वारा शिक्षित करने की दिशा में पहले ही कदम उठा चुके हैं। इस सम्बन्ध में टी.वी. पर कार्यक्रम भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।

पाठगत प्रश्न 17.2

I. स्तम्भ अ तथा स्तम्भ ब में दिए वाक्यांशों का मिलान कीजिए :

	स्तम्भ 'अ'		स्तम्भ 'ब'
i.	सुनवाई का अधिकार	क)	अदालत में वैधानिक निवारण के लिए कार्यवाही करना
ii.	सुरक्षा का अधिकार	ख)	नीतिगत निर्णयों के सम्बंध में उपभोक्ता से सलाह
iii.	उपभोक्ताओं शिक्षा का अधिकार	ग)	सर्वोत्तम गुणवत्ता वाली वस्तुओं का चुनाव
iv.	निवारण का अधिकार	घ)	खतरनाक वस्तुओं के विपणन से सुरक्षा
v.	चयन का अधिकार	ङ)	उपभोक्ता संरक्षण से संबंधित प्रासंगिक कानूनों की सूचना

II. बताइए कि निम्न में से कौन से कथन सत्य हैं और कौन से असत्य:

i. एक व्यवसायी के लिए यह आवश्यक नहीं है कि वह उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में ग्राहकों को बताए क्योंकि उन्हें गुणवत्ता के बारे में स्वयं पता लगाना चाहिए।

ii. सेवाएँ प्रदान करने वालों को ग्राहकों को खराब सेवाएँ प्रदान करने के लिए जिम्मेदार नहीं ठहराया जा सकता।

iii. सुनवाई का अधिकार ग्राहकों को यह सुविधा प्रदान करता है कि वे अपने हित से सम्बन्धित उचित संस्थान में सुनवाई के लिए जा सकें।

iv. सुनवाई का अधिकार प्रभावपूर्ण तरीके से तभी अपनाया जा सकता है यदि ग्राहक असंगठित हैं।

v. ग्राहक को यह अधिकार है कि वह अपनी इच्छा से वस्तुएँ चुन सके तथा व्यवसाय भी ग्राहकों को वस्तुएँ चुनने की पूर्ण स्वतंत्रता प्रदान करता है।

17.4 उपभोक्ता के उत्तरदायित्व

एक प्रसिद्ध कहावत है कि बिना उत्तरदायित्व के अधिकार नहीं हो सकते। उपभोक्ताओं के अधिकारों एवं इन अधिकारों के उद्देश्यों का मूल्यांकन करने के पश्चात यह समझ लेना आवश्यक है कि क्या उपभोक्ता के कुछ उत्तरदायित्व होने चाहिए, जिससे कि वे अपने अधिकारों का प्रयोग कर सकें। उदाहरण के लिए उपभोक्ता यदि यह चाहते हैं कि वे अपनी सुनवाई के अधिकार का प्रयोग कर सकें तो उनका यह भी उत्तरदायिव है कि वह अपनी समस्याओं को जानें तथा उनके सम्बन्ध में सूचनाओं को प्राप्त करते रहें। अपनी शिकायतों के निवारण के अधिकार का उपयोग करने के लिए उपभोक्ताओं को सही वस्तु को ही मूल्य पर चुनने के सम्बन्ध में सावधानी बरतनी चाहिए तथा उन्हें यह भी सीखना चाहिए कि किसी प्रकार की चोट अथवा हानि को रोकने के लिए उन वस्तुओं का कैसे उपयोग करें। उपभोक्ता के दायित्वों में विशेष रूप से निम्न दायित्व सम्मिलित हैं :

i) स्वयं सहायता का दायित्व : उपभोक्ता से यह अपेक्षा की जाती है कि जहां तक संभव हो वस्तु के सम्बंध में सूचना एवं चुनाव के लिए वह विक्रेता पर निर्भर न रहें। एक उपभोक्ता के नाते, आप से यह अपेक्षित है कि स्वयं को धोखे से बचाने के लिए आपका व्यवहार उत्तदायित्वपूर्ण हो। एक सजग उपभोक्ता दूसरों की अपेक्षा अपने हितों का अधिक ध्यान रख सकता है। शुरू से ही जागरूक हो जाना एवं अपने आपको तैयार कर लेना हानि होने अथवा क्षति पहुंचाने के पश्चात उसका निवारण करने से, सदा श्रेष्ठ होता है।

ii) लेन-देन का प्रमाण : उपभोक्ता का दूसरा दायित्व क्रय का प्रमाण एवं स्थायी वस्तुओं के क्रय से सम्बन्धित प्रपत्रों को प्राप्त करना एवं उन्हें सुरक्षित रखना है। उदाहरण के लिए वस्तुओं के क्रय पर रोकड़ पर्ची (Cash Memo) को प्राप्त करना आवश्यक है। याद रहे कि यदि आप वस्तु में किसी कमी के सम्बन्ध में शिकायत करना चाहते हैं तो क्रय का प्रमाण होने पर आप वस्तु की मरम्मत अथवा उसके प्रतिस्थापन का दावा कर सकते हैं। इसी प्रकार टी.वी., रेफरीजरेटर आदि स्थायी वस्तुओं के क्रय पर विक्रेता आश्वासन/गारंटी कार्ड देते हैं। यह कार्ड आपको क्रय के पश्चात मरम्मत अथवा नुकसान के प्रतिस्थापन की सेवा मुफ्त प्राप्त करने का अधिकार देता है।

iii) उचित दावा : उपभोक्ता का एक और दायित्व, जो उसे मस्तिष्क में रखना चाहिए, है कि शिकायत करते समय एवं हानि अथवा क्षति होने पर उसकी पूर्ति का दावा करते समय अनुचित रूप से बड़ा दावा नहीं करना चाहिए। कभी-कभी उपभोक्ता अपने निवारण के अधिकार का उपयोग न्यायालय में करता है। ऐसे भी मामले सामने आये हैं जिनमें उपभोक्ता ने बिना किसी उचित कारण के क्षतिपूर्ति की बड़ी राशि का दावा किया है। यह एक अनुचित कार्य है, जिससे बचना चाहिए।

iv) उत्पाद अथवा सेवाओं का उचित उपयोग : कुछ उपभोक्ता विशेष रूप से गारंटी अवधि के दौरान यह सोचकर वस्तुओं तथा सेवाओं का दुरूपयोग करते हैं कि इस अवधि में इसका प्रतिस्थापन तो हो ही जायेगा। उनके लिए ऐसा करना उचित नहीं है। उन्हें वस्तुओं का अपनी स्वयं की वस्तु समझकर प्रयोग करना चाहिए।

इन दायित्वों के अतिरिक्त उपभोक्ता के अन्य दायित्व भी हैं। उन्हें विनिर्माता, व्यापारी एवं सेवा प्रदानकर्ता के साथ अपने अनुबंध का सख्ती से पालन करना चाहिए। उधार क्रय की स्थिति में उसे समय पर भुगतान करना चाहिए। उन्हें सेवा के माध्यम जैसे बिजली एवं पानी के मीटर, बस एवं रेल गाड़ियों की सीटों के साथ छेड़-छाड़ नहीं करनी चाहिए। उन्हें याद रखना चाहिए कि वह अपने अधिकारों का उपयोग तभी कर सकते हैं जब वह अपने दायित्वों को निभाने के लिए तैयार अथवा इच्छुक हैं।

पाठगत प्रश्न 17.3

I. बताइए कि निम्न में से कौन से कथन सत्य हैं और कौन से असत्य :

i. एक उत्तरदायी उपभोक्ता वह है जो अपने हितों की रक्षा स्वयं करने का प्रयत्न करता है।

ii. एक उपभोक्ता को वस्तु की गुणवत्ता के सम्बन्ध में विक्रेता पर कभी-भी निर्भर नहीं रहना चाहिए।

iii. यदि मैंने हर सम्भव सावधानी बरतते हुए वस्तु का क्रय किया है तो मैं अपने निवारण के अधिकार का प्रयोग नहीं कर सकता।

iv. गारंटी अवधि के दौरान वस्तुओं का ध्यान से उपयोग करने की आवश्यकता नहीं है।

v. एक उपभोक्ता के रूप में, एक दोषपूर्ण बिजली के हीटर से मुझे शारीरिक क्षति पहुंची है तथा मैंने इलाज पर Rs. 50,000 व्यय किये हैं, तो मुझे Rs. 50,000 क्षतिपूर्ति के रूप में दावा करने का अधिकार है।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न :

i. उपभोकता संरक्षण अधिनियम कब लागू हुआ?

क) 1972

ख) 1982

ग) 1986

घ) 1995

ii. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 में उपभोक्ता के कितने अधिकार हैं?

क) 6

ख) 8

ग) 7

घ) 4

iii. उपभोक्ता के दायित्वों में शामिल हैं :

क) उत्पाद का उचित प्रयोग

ख) शिक्षा का अधिकार

ग) अपने अधिकारों के लिये लड़ना

घ) उपभोक्ता को सदैव "उपभोक्ता संरक्षण न्यायालय" में जाना चाहिए

iv. उपभोक्ता आंदोलन को संकेत देती है :

क) सरकार

ख) समाज

ग) उत्पादक

घ) उपभोक्ता

v. कौन सा अधिकार उपभोक्ता को उचित प्रतिकार दिलाता है?

क) सूचित किये जाने का अधिकार

ख) निवारण का अधिकार

ग) सुनवाई का अधिकार

घ) चुनने का अधिकार

आपने क्या सीखा

- उपभोक्ता वह व्यक्ति है, जो वस्तुओं अथवा सेवाओं का स्वयं अथवा उसकी ओर से किसी अन्य द्वारा उपयोग या उपभोग करने के लिए क्रय करता है। वस्तुओं में उपभोग्य एवं स्थायी दोनों प्रकार की वस्तुएं सम्मिलित हैं। जिन सेवाओं का भुगतान कर प्राप्त किया जा सकता है वे हैं परिवहन, बिजली, सिनेमा एवं इन जैसी अन्य।
- उपभोक्तावाद से अभिप्राय उपभोक्ताओं के आंदोलन से है, जो विनिर्माता, व्यापारी, विक्रेता एवं सेवाएं प्रदान करने वालों के उपभोक्ताओं के प्रति उचित एवं ईमानदारीपूर्ण (नैतिक) व्यवहार को सुनिश्चित करने के लिए है।

- उपभोक्ता के अधिकार हैं (i) सुरक्षा का अधिकार (ii) सूचना प्राप्ति का अधिकार (iii) चयन का अधिकार (iv) सुनवाई का अधिकार (v) निवारण का अधिकार (vi) उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार।
- उपभोक्ता के दायित्व हैं (i) स्वयं सहायता का दायित्व (ii) क्रय-विक्रय/लेन-देन का प्रमाण (iii) उचित दावा (iv) वस्तुओं/सेवाओं का उचित उपयोग।

पाठांत प्रश्न

1. उपभोक्ता की परिभाषा बताइए।
2. वस्तुओं के उपभोक्ता एवं सेवाओं के उपभोक्ता में अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. उपभोक्तावाद अवधारणा का वर्णन कीजिए।
4. उपभोक्तावाद शिक्षा के अधिकार के रूप में उपभोक्ताओं को किन बातों की शिक्षा की आशा करनी चाहिए।
5. उपभोक्ता के विभिन्न अधिकारों को समझाइए।
6. उपभोक्ता किसे कहते हैं? उपभोक्ता के दायित्व क्या है?
7. स्थायी सम्पत्तियों के क्रय करने पर उपभोक्ता को कौन से प्रपत्रों को संभाल कर रखना चाहिए?

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

17.1 (i) हां (ii) नहीं (iii) हां (iv) हां (v) हां

17.2 I. (i) ख (ii) घ (iii) ङ (iv) क (v) ग

II. (i) असत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य

17.3 I. (i) सत्य (ii) सत्य (iii) असत्स (iv) असत्य (v) असत्य

II. (i) ग (ii) क (iii) क (iv) घ (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- उन वस्तुओं एवं सेवाओं की सूची तैयार कीजिए, जिनका आप अपने दैनिक जीवन में उपयोग करते हैं।
- उपभोक्ता के रूप में क्या आपने कभी अपने जीवन में वस्तुओं एवं सेवाओं का क्रय करते समय किसी कठिनाई का सामना किया है? आपने अपने हितों की रक्षा के लिए क्या कदम उठाए?

18. उपभोक्ता संरक्षण

पिछले दो पाठों में आपने उपभोक्ता के बारे में पढ़ा कि उपभोक्ता कौन है और उसके अधिकार और उत्तरदायित्व क्या-क्या हैं। आपने उपभोक्तावाद के विषय में भी पढ़ा, जो

उपभोक्ताओं को उनकी समस्याओं और अधिकारों से अवगत कराने के उद्देश्य से चलाया गया आंदोलन है, ताकि वे अपने नुकसान और परेशानियों का मुकाबला करने के उपाय ढूंढ़ सकें। इससे पहले आप बुद्धिमता और समझदारी से खरीददारी की अवधारणा तथा एक समझदार खरीददार द्वारा बरती जाने वाली सावधानियों के बारे में भी पढ़ चुके हैं। इस पाठ में हम इस बात पर चर्चा करेंगे कि उपभोक्ताओं को संरक्षण की आवश्यकता क्यों है और उन्हें व्यापारियों के अनुचित व्यवहार से बचाने के क्या उपाय हैं?

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- उपभोक्ता संरक्षण के अर्थ की व्याख्या कर सकेंगे;
- उपभोक्ताओं के सामने आने वाली समस्याओं के बारे में समझा सकेंगे;
- उपभोक्ता संरक्षण की आवश्यकता को महसूस कर सकेंगे;
- उपभोक्ता संरक्षण में सम्मिलित पक्षों की पहचान कर सकेंगे;
- उपभोक्ता संरक्षण के लिये बनाये गये कानूनों तथा प्रावधानों के विषय में बता सकेंगे; और
- उपभोक्ता संबंधी विवादों को निपटाने के लिए गठित उपभोक्ता अदालतों के अधिकार क्षेत्र की चर्चा कर सकेंगे।

18.1 उपभोक्ता संरक्षण का अर्थ

आप इस तथ्य से परिचित हैं कि उपभोक्ताओं को कुछ मूलभूत अधिकार प्राप्त हैं, जैसे- सुरक्षा का अधिकार, सूचना का अधिकार, चुनाव का अधिकार और उनकी बात सुने जाने का अधिकार। लेकिन क्या हम खरीददारी करते समय इन अधिकारों को हमेशा याद रखते हैं? शायद नहीं। लेकिन अगर हम इन अधिकारों से परिचित हैं, तो भी विक्रेता प्रायः हमारी स्थिति का लाभ उठाकर हमें ऐसी वस्तुओं की आपूर्ति करते हैं, जो दोषपूर्ण, हानिकारक और असुरक्षित हैं और जिनसे स्वास्थ्य को नुकसान पहुंचता है।

मान लीजिए आप किसी दुकान पर खाना पकाने का तेल खरीदने गये। दुकानदार आपसे कहता है कि तेल बंद टीन या डिब्बे में उपलब्ध है। आप आश्वस्त होना चाहते हैं कि तेल मिलावटी तो नहीं है, अर्थात् उसमें कोई घटिया हानिकारक तेल तो नहीं मिलाया गया। अब दुकानदार आपको लेबल पर उत्पाद का नाम दिखायेगा और कहेगा कि यह जानी-मानी कम्पनी है, जो कभी भी अशुद्ध और घटिया चीजों की आपूर्ति नहीं करती। आप उस तेल का प्रयोग करते हैं और उसे खाकर बीमार पड़ जाते हैं। अब क्या आप दुकानदार के पास जाकर तेल को लौटा सकते हैं? नहीं, अब वह खुले टिन में थोड़ा-बहुत इस्तेमाल हो चुका तेल वापस नहीं लेगा। शायद वह आपसे यह भी कहे कि आपकी बीमारी किसी और वजह से हुई होगी। तो अब आप यही कर सकते हैं कि आगे उस लेबल का तेल इस्तेमाल करना बंद कर दें। लेकिन इस बात की क्या गारंटी है कि दूसरे ब्रांड के तेलों के साथ फिर यही समस्या आपके सामने नहीं आएगी?

एक और उदाहरण लें। किसी उपभोक्ता को पंखे के रेगुलेटर, या बिजली के हीटर, या टेलीविजन सैट में कोई त्रुटि नजर आती है। वारंटी के दौरान डीलर बिना कोई शुल्क लिये इसे ठीक करता है, लेकिन त्रुटि इसके बाद भी बनी रहती है। अब उपभोक्ता क्या करेगा? मान लीजिए बिजली के हीटर में खराबी की वजह से कोई नुकसान हो जाता है तो क्या इसका कोई उपाय है? उपभोक्ता, विक्रेता के पास जा सकता है। हो सकता है कि विक्रेता उसी पर दोष मढ़ दे कि उपयोग के दौरान आवश्यक सावधानी नहीं बरती गयी।

समझदार खरीददार होने के बावजूद उपभोक्ताओं के बेबस हो जाने के ये कुछ उदाहरण हैं। ऐसे में उपभोक्ता यदि अपने अधिकारों से अवगत नहीं होता है तो उसको हानि की आशंका कहीं ज्यादा होती है। इसलिए उपभोक्ताओं का हित सुरक्षित करने के लिए यह महसूस किया गया कि वस्तुओं और सेवाओं के विक्रेता की मनमानी से आम आदमी को बचाने के लिए और उसकी मदद के लिए कुछ उपाय आवश्यक हैं। उपभोक्ता संरक्षण का अर्थ है, व्यापार से जुड़ी अनियमितताओं से आम उपभोक्ता के हित की रक्षा के लिए उठाये जाने वाले कदम या आवश्यक उपाय। उपभोक्तावाद की तरह इसे भी एक आंदोलन माना जा सकता है। ये सब प्राथमिक बातें हैं क्योंकि हर व्यापारी अधिक से अधिक लाभ कमाना चाहता है और यह अक्सर उपभोक्ताओं के खर्च की कीमत पर ही होता है।

आइए, हम अपने देश में प्रचलित व्यवसायिक गतिविधियों के स्वरूप पर विचार करें जिनसे लोगों को आर्थिक नुकसान होने के साथ-साथ उनके स्वास्थ्य और जीवन को भी खतरा है।

18.2 उपभोक्ताओं की समस्यों का स्वरूप

अनैतिक और बेईमान व्यापारी कई प्रकार से उपभोक्ताओं को धोखा दे सकते हैं। इनमें व्यापारी, डीलर, उत्पादक, निर्माता और सेवा प्रदाता सभी आते हैं। इनमें से कुछ अनुचित गतिविधियों से कभी न कभी आप भी अवश्य प्रभावित हुए होंगें।

i) मिलावट : अर्थात् बेची जा रही वस्तु में उससे घटिया क्वालिटी की चीज मिला

देना। इस तरह की मिलावट अनाज, मसालों, चाय की पत्ती, खाद्य तेलों और पेट्रोल में की जाती है। उदाहरण के लिए सरसों के तेल में रेप सीड या आर्जिमोन तेल की मिलावट, काली मिर्च में पपीते के सूखे बीज, और घी या मक्खन में वनस्पति की मिलावट की जा सकती है। कई बार तो मिलायी गयी घटिया क्वालिटी की चीज स्वास्थ्य के लिए हानिकारक भी हो सकती है।

ii) नकली चीजों की बिक्री : यानि असली उत्पाद के बदले उपभोक्ताओं को ऐसी चीज की बिक्री करना जिसकी कोई खास कीमत नहीं है। ऐसा अक्सर दवाओं और स्वास्थ्य रक्षक उत्पादों के साथ होता है। ऐसी कई घटनाएं सामने आई हैं, जिनमें इंजेक्शन में सिर्फ पानी मिला पाया गया है या ग्लूकोज के पानी की बोतल में आसुत (डिस्टिल्ड) जल पाया गया है।

iii) नाप तोल के गलत पैमानों का इस्तेमाल : व्यापारियों द्वारा अपनाया जाने वाला एक और अनुचित तरीका है। तोल कर बिकने वाली चीजें जैसे सब्जी, अनाज, चीनी और दालें, या नाप कर बेची जाने वाली चीजें जैसे कपड़े, या सूट पीस वगैरह कभी-कभी वास्तविक तोल या नाप से कम पाई जाती है। जाली भारक (जैसे एक किलोग्राम, 500 ग्राम या 250 ग्राम के वजन) या गलत निशानों वाले गज या टेप अकसर खरीददार को धोखा देने के लिए इस्तेमाल किये जाते हैं। कभी-कभी पैक किया हुआ सामान या सीलबंद डिब्बों में उनके लेबल पर दर्शाये गये वजन से, कम वजन का सामान होता है। इसकी पुष्टि भी आसानी से की जा सकती है। मिठाइयां अकसर डिब्बे के साथ ही तोल दी जाती हैं, जो 50 से 100 ग्राम तक का होता है और आपको इसके लिए भी मिठाई की दर से ही भुगतान करना पड़ता है।

iv) जाली माल की बिक्री : यानि चीजों पर जिस बेहतर क्वालिटी का निशान दिया गया है, वास्तव में सामान का उसके अनुरूप न होना। या जैसे स्थानीय तौर पर बनायी गयी चीजों को भी विदेशों से आयातित बताकर, ऊंचे दाम पर बेचना, आयातित चीजें अक्सर बेहतर समझी जाती है। कुछ उत्पाद जैसे धुलाई का साबुन या पाउडर, ट्यूब लाइट, जैम, खाने का तेल और दवाओं पर जाने-माने ब्रांड का लेबल लगा होता है। हालांकि ये दूसरी कंपनियों द्वारा बनायी जाती हैं।

v) जमाखोरी व कालाबजारी : जब कोई आवश्यक वस्तु खुले बाजार में उपलब्ध नहीं करायी जाती है और जानबूझकर व्यापारी इसे गायब कर देते हैं तो इसे जमाखोरी कहा जाता है। इसका उद्देश्य होता है उस चीज का कृत्रिम अभाव पैदा कर देना ताकि इसकी कीमत में उछाल लाया जाये। इस तरह से जमा किये गये सामान को चोरी-छिपे, ऊंची कीमत पर बेचना कालाबाजारी कहलाता है। कभी-कभी जब किसी उत्पाद की आपूर्ति कम होती है तो इस तरह के अनुचित तरीके अपनाये जाते हैं। कुछ समय पहले आपने समाचार पत्रों में कुछ राज्यों में प्याज की कमी के बारे में पढ़ा होगा और जिन व्यापारियों के पास प्याज का स्टॉक था, उन्होंने अधिक दाम वसूले।

vi) टिकाऊ उपभोक्ता वस्तुओं की खरीद करने वालों को कभी-कभी बिक्री की पूर्व शर्तों : के रूप में कुछ अन्य वस्तुएं भी खरीदनी पड़ती हैं या उनसे इस वर्ष का बिक्री के बाद सेवा शुल्क का अग्रिम भुगतान करने को कहा जा सकता है। आपने नये गैस कनेक्शन के साथ गैस स्टोव की बिक्री की शर्त सुनी होगी। इसी तरह टेलीविजन सेट भी कभी-कभी इस शर्त के साथ बेचे जाते हैं कि उपभोक्ताओं को एक वर्ष का सेवा शुल्क अग्रिम भुगतान करना होगा।

vii) बिना कोई अतिरिक्त मूल्य लिये उपहार : बिना कोई अतिरिक्त मूल्य लिये या कुछ चीजों की अगली खरीद पर उपहार प्राप्त करने के लिए कूपन देना आदि कुछ ऐसे तरीके हैं जिनसे उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने के लिए लुभाया जाता है। अक्सर बेची जा रही वस्तु का मूल्य बढ़ाकर ही उपहार दिये जाते हैं। कई बार डीलर उपभोक्ताओं के बीच प्रतियोगिता या लॉटरी की भी घोषणा करता है, जबकि उसकी नीयत कोई ईनाम देने की कभी नहीं होती है।

viii) भ्रमात्मक विज्ञापन : भ्रमात्मक विज्ञापनों के जरिये भी उपभोक्ताओं को छला जाता है। ऐसे विज्ञापन किसी उत्पाद या सेवा की गुणवत्ता अच्छी होने का दावा करते हैं और इस उत्पाद या सेवा की उपयोगिता का झूठा आश्वासन देते हैं। एक दवा कम्पनी ने विज्ञापन दिया कि उसके पैरासिटामॉल टेबलेट का एस्परीन की तरह कोई गलत प्रभाव नहीं होता, लेकिन इसने विशेषज्ञों की वह रिपोर्ट दबा दी कि पैरासिटामॉल के इस्तेमाल से यकृत पर प्रतिकूल असर पड़ता है। इसी तरह एक और कम्पनी ने घोषणा की कि वह एक विदेशी कम्पनी के तकनीकी सहयोग से 150 सी.सी. स्कूटर का निर्माण कर रही है, हालांकि वास्तव में ऐसा कोई सहयोग नहीं किया गया था। एक अन्य मामले में एक कम्पनी ने अपने विज्ञापन में जानी-मानी कंपनी 'फिलिप्स' का ट्रेड मार्क इस्तेमाल किया। इसने अपने टेलीविजन सेट पर भी फिलिप्स के ट्रेडमार्क का उपयोग किया। जांच के बाद पाया गया कि उस कम्पनी ने अपने टेलीविजन सेट पर 'फिलिप्स' का ट्रेडमार्क इस्तेमाल करने की अनुमति फिलिप्स से नहीं ली थी। हालांकि कंपनी के पास केवल अपने ऑडियो उत्पादों पर फिलिप्स ट्रेडमार्क इस्तेमाल करने की अनुमति थी।

ix) हल्के स्तर के उत्पादों की बिक्री : यानि ऐसी वस्तुएं बेचना जो गुणवत्ता के घोषित स्तर या मानक स्तर, विशेषकर सुरक्षा मानकों के अनुरूप नहीं होती हैं। ऐसे उत्पादों में प्रेशर कुकर, स्टोव, बिजली के हीटर या टोस्टर, रसोई गैस सिलेण्डर आदि हैं।

पाठगत प्रश्न 18.1

निम्नलिखित में से कौन से कथन सत्य हैं और कौन से असत्य।

i. मिलावट का मतलब बेची जाने वाली चीजों में सदा जहरीली चीजों का मिलाना ही नहीं होता।

ii. शर्त के साथ बिक्री (टाई इन सेल) में एक ही दाम में दो वस्तुएं बेची जाती हैं।

iii. भ्रामक विज्ञापन का मतलब है किसी उत्पाद की गुणवत्ता के बारे में झूठा दावा करने वाला विज्ञापन।

iv. काला बाजारी का अर्थ है आधी रात को सामान बेचना।

v. उपभोक्ता संरक्षण, उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए आंदोलन।

18.3 उपभोक्ता संरक्षण की आवश्यकता

व्यवसाय में अपनाये जाने वाले गलत ओर अनुचित तरीके तथा उनसे बचने में आम उपभोक्ताओं की लाचारी के कारण ही उपभोक्ताओं के हितों को सुरक्षित करने के उपायों की आवश्यकता पड़ती है। इसमें कोई संदेह नहीं कि सेवाओं में कमी या खराब वस्तु की वजह से होने वाले नुकसान या हानि से स्वयं को बचाना, एक उपभोक्ता का मूलभूत अधिकार है। लेकिन इसके बावजूद अज्ञानता या जागरूकता के अभाव के कारण उपभोक्ता अपने अधिकारों का इस्तेमाल नहीं कर पाते। उदाहरण के तौर पर एक उपभोक्ता के रूप में हम सबको बाजार में उपलब्ध एक वस्तु के विभिन्न प्रकारों में से अच्छी किस्म की वस्तु चुनने का अधिकार है, लेकिन हम भ्रामक विज्ञापनों की वजह से सही चुनाव करने में असफल होते हैं और हल्की गुणवत्ता वाली चीजें खरीद लेते हैं।

कुछ परिस्थितियों में तो हम बिल्कुल लाचार हो जाते हैं, जैसे किसी उत्पाद की गुणवत्ता की पुष्टि करने में हम अपने आपको असमर्थ पाते हैं। चालाक दुकानदार अपनी लच्छेदार बातों से हमें आसानी से ठग सकता है। यदि दवा की गोलियों की पट्टी पर उसकी एक्सपायरी डेट ठीक से पढ़ी नहीं जा रही है तो हम इतनी जल्दी में होते हैं कि दुकानदार जो कहता है उसे मान लेते हैं। अब अगर उस दवा का असर नहीं होता है तो हम फिर डॉक्टर के पास जाते हैं और उनसे कोई दूसरी दवा लिखने का अनुरोध करते हैं। हम बिल्कुल भूल जाते हैं कि जो दवा हमने खरीदी थी, शायद उसका वांछित असर इसलिए नहीं हुआ क्योंकि हमें वह दवा दी गयी थी जिसका असर समाप्त हो चुका था।

कई बार तो ऐसा होता है कि हम अपनी ही कुछ निराधार मान्यताओं की वजह से ठगे जाते हैं। जैसे हममें से कई लोगों का विश्वास होता है कि ऊंची कीमत का मतलब है बेहतर गुणवत्ता और ऐसे में अगर विक्रेता ने किसी उत्पाद की गुणवत्ता के अच्छी होने की सिफारिश कर दी तो हम उसके लिए ऊंची से ऊंची कीमत चुकाने की भी परवाह नहीं
करते। इसके अलावा यह भी एक आम धारणा है कि आयातित वस्तुओं की गुणवत्ता बेहतर होगी ही। तो अगर किसी उत्पाद पर कोई भी लेबल या निशान लगा हो जो इसे विदेश में निर्मित बताए तो हम उत्पादन या निर्माण स्थल की कोई पुष्टि किये बिना ही इसे ऊंची कीमत पर खरीद लेते हैं।

पैकेटों में बिकने वाले तैयार खाद्य पदार्थ जैसे आलू के चिप्स सेहत के लिए अच्छे नहीं होते। लेकिन बच्चे इन चीजों को खरीदते हैं, क्योंकि ये स्वादिष्ट होते हैं। शीतल पेय के कुछ ब्रांड युवाओं के बीच काफी लोकप्रिय हैं क्योंकि टेलीविजन पर नजर आने वाले इनके विज्ञापनों में नामी गिरामी फिल्मी कलाकार होते हैं और उनकी कही गई बातों का उनके ऊपर काफी प्रभाव होता है। अब तो ऐसा लगता है हम एक स्वादिष्ट पेय के रूप में चीनी और नमक

के साथ ताजे नींबू पानी का स्वाद और महत्व बिल्कुल भूल ही गये हैं।

कई वस्तुओं के निर्माता प्रायः पैकिंग पर गुणवत्ता का स्तरीय प्रामाणिकता का मानक I.S.I जैसा चिन्ह लगा देते हैं, जो कि कड़ी जांच परख के बाद ही लगाया जाने वाला प्रमाणिक चिन्ह होता है। इसी तरह यदि पैक किया सामान इस पर अंकित वजन से कम होता है तो खरीदने से पहले हमेशा इसमें वजन की पुष्टि कर पाना बहुत कठिन होता है। कभी-कभी तो तोलने की मशीनें भी त्रुटिपूर्ण होती है।

सबसे बड़ी बात तो यह है कि उपभोक्ताओं को, वस्तुओं के त्रुटिपूर्ण होने या सेवा में कमी होने की स्थिति के उपचार के रूप में अपने लिए सुलभ उपायों की सही जानकारी तक नहीं होती।

अब आप अच्छी तरह समझ सकते हैं कि उपभोक्ताओं को ऐसी अनुचित व्यापारिक गतिविधियों से बचाने के उपाय करना क्यों आवश्यक है, जिनसे उनका आर्थिक नुकसान तो होता ही है, वे उनके स्वास्थ्य के लिए भी हानिकारक हो सकती है।

पाठगत प्रश्न 18.2

दिए गए कोष्ठकों में से सही शब्दों को चुनकर खाली स्थानों को भरिए :

i. मेरे पड़ोसी बिजली के उपकरण खरीदने हमेशा सबसे पास की दुकान में जाते हैं, क्योंकि वे ———- के अपने मूल अधिकार से अनभिज्ञ हैं। (मूल्य की जाँच करने, चुनने, गुणवत्ता परखने)

ii. छोटे बच्चे, पैकेटों में मिलने वाली तैयार खाद्य वस्तुएं काफी खाते हैं, क्योंकि वे नहीं जानते कि ऐसी चीजें स्वास्थ्य के लिए हानिकारक है और वे ——— के अधिकार से भी परिचित नहीं हैं। (हानिकारक खाद्य वस्तुएं अस्वीकार करने, औरों से सलाह लेने, सूचना)

iii. कुछ उपभोक्ता ऊंची कीमत की चीजें खरीदने को प्राथमिकता देते हैं, क्योंकि उनका मानना है कि ऊंची कीमत दर्शाती है कि ———। (वे संपन्न हैं, दुकानदार सही मूल्य लेता है, वस्तुएं बढ़िया किस्म की हैं)

iv. जब आप विज्ञापन के दावे के आधार पर नये ब्रांड का कोई उत्पाद, सर्वोत्तम गुणवत्ता का मानकर खरीदते हैं और बाद में इसे दोषपूर्ण पाते हैं तो यह ——— विज्ञापन का मामला है। (बुरे, झूठे, भ्रामक)

18.4 उफभोक्ता संरक्षण से जुड़े पक्ष

यदि आपने उपभोक्ता हितों की रक्षा के लिए कदम उठाये जाने की आवश्यकता को अच्छी तरह समझ लिया है तो सवाल यह है कि ये कदम कौन उठायेगा? क्या केवल उपभोक्ता ये कदम उठा सकते हैं। या हमें सरकार पर निर्भर रहना होगा। क्या व्यापारी कुछ कर सकते हैं? या फिर उपभोक्ता को अपने हितों की रक्षा के लिए गैर सरकारी संगठनों के पास जाना चाहिये? वास्तव में प्रभावी उपभोक्ता संरक्षण के लिए यह

आवश्यक है कि इन तीनों पक्षों (i) उपभोक्ता (ii) व्यापारी और (iii) सरकार को इसमें सम्मिलित किया जाए।

आइए, हम विचार करें कि ये सभी पक्ष क्या कर सकते हैं?

i) स्वयं सहायता सर्वोतम सहायता है : आप इस बात से तो सहमत होंगे कि स्वयं की सहायता, सर्वोतम सहायता है। इसलिए उपभोक्ताओं को जहां तक संभव हो सके अपने हितों का खुद ध्यान रखना चाहिए और बाजार के हथकंडों से अपनी रक्षा करनी चाहिए। इसके लिए आवश्यक है कि वे अपने अधिकारों और उनके इस्तेमाल के बारे में जानें। उन्हें व्यापारियों की समझ के भरोसे नहीं रहना चाहिए। उपभोक्ताओं को इससे सम्बन्धित जानकारी या सूचना पाने का अधिकार है और साथ ही अपनी बातें सुने जाने का अधिकार भी है। उन्हें स्थानीय उपभोक्ता संघ द्वारा उपभोक्ताओं के लिए आयोजित प्रशिक्षण कार्यक्रमों में भाग लेना चाहिए और सार्वजनिक कार्यकर्ताओं को उपभोक्ताओं के अधिकारों और उनके संरक्षण के लिए उपलब्ध कानूनों के बारे में बतलाने के लिए
आमंत्रित करना चाहिए।

ii) व्यापारियों द्वारा सम्मान : जहां तक व्यापारियों का प्रश्न है, उनसे यह अपेक्षा की जाती है कि उत्पादक, वितरक, डीलर, थोक विक्रेता और खुदरा विक्रेता सभी अपने हित में, उपभोक्ताओं के अधिकारों का पूरा सम्मान करें। उन्हें सही मूल्य पर उत्तम प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं की आपूर्ति सुनिश्चित करनी चाहिए। अनुचित तरीकों की रोकथाम के लिए व्यापारी संघों, वाणिज्य और उद्योग परिसंघों, और निर्माता संघों को अपने सदस्यों के खिलाफ उपभोक्ताओं की शिकायतें सुननी चाहिएँ और गलत शर्त रखने वालों के खिलाफ उचित कार्रवाई करनी चाहिए।

iii) सरकार द्वारा हितों का संरक्षण : सरकार को चाहिए कि वह पूरे समाज के हित
में उपभोक्ता संरक्षण को दायित्व मानकर चले। यह आवश्यक है कि विभिन्न उपभोक्ता संघों के दृष्टिकोण के अनुरूप उपभोक्ता हितों के संरक्षण के लिए कानून लागू किए जायें और मौजूदा कानूनों में सुधार किया जाए। सरकार द्वारा केन्द्र और राज्य स्तर पर गठित नीति-निर्धारक निकायों में उपभोक्ता संघों के प्रतिनिधियों को भी सम्मिलित किया जाना चाहिए। सरकार ने इस दिशा में समय-समय पर कई कदम उठाए भी हैं।

पाठगत प्रश्न 18.3

निम्नलिखित में से सही और गलत कथन छांटिए :

i. उपभोक्ताओं के हितों के संरक्षण के लिए व्यापारियों द्वारा कुछ नहीं किया जा सकता है।

ii. सरकार, उपभोक्ता हितों के संरक्षण के प्रति उदासीन है।

iii. उपभोक्ता संघों से सरकारी समितियों में अपने प्रतिनिधि भेजने को कहा जाना चाहिए, ताकि उपभोक्ताओं से उनकी अपनी समस्याओं पर उनके विचार भी सुने जाएँ।

iv. अपने अधिकारों के प्रति जागरूक रहना ही पर्याप्त नहीं है, उपभोक्ता को अपने अधिकारों पर दृढ़ रहना चाहिए।

v. किसी स्थानीय उपभोक्ता संघ द्वारा आयोजित प्रशिक्षण में उपभोक्ताओं को उपस्थित नहीं होना चाहिए।

18.5 उपभोक्ताओं को कानूनी संरक्षण

भारत सरकार ने उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए पिछले कुछ वर्षों में कई कानून बनाए हैं। इन कानूनों के उद्देश्यों के बारे में यहां संक्षेप में बताया जा रहा है।

i) कृषि उत्पाद (श्रेणीकरण और विपणन) अधिनियम, 1937 : इस अधिनियम के अंतर्गत, कृषि उत्पादों के गुणवत्ता स्तर को प्रमाणित करने और उन्हें श्रेणीकृत करने का प्रावधान है तथा इनपर भारत सरकार के कृषि विपणन विभाग की गुणवत्ता प्रमाण सील 'एगमार्क' लगाया जा सकता है।

ii) औद्योगिक (विकास ओर नियमन) कानून, 1951 : इस कानून में उत्पादन और उत्पादित वस्तुओं के वितरण पर नियंत्रण का प्रावधान है। इस कानून के अनुसार केन्द्र सरकार, किसी भी ऐसे उद्योग की जांच का आदेश जारी कर सकती है। जिसमें
उसकी राय में उत्पादन में भारी कमी हुई हैं, या उत्पाद की गुणवत्ता में स्पष्ट गिरावट
आई हैं या उत्पाद मूल्य में अनुचित बढ़ोत्तरी हुई है। आवश्यक जांच और छानबीन
के बाद सरकार स्थिति को सुधारने के निर्देश जारी कर सकती है। यदि निर्देशों का
पालन नहीं किया जाता है तो सरकार उस उद्योग को अपने हाथों में भी ले सकती
है।

iii) खाद्य पदार्थ मिलावट रोकथाम अधिनियम, 1954 : यह कानून पहली जून 1955 से लागू हुआ। इसके तहत खाद्य वस्तुओं में मिलावट के लिए कड़े दण्ड का प्रावधान है। ऐसी मिलावट के लिए, जो स्वास्थ्य के लिए हानिकारक हो तथा जिससे मृत्यु तक हो सकती हो, उम्र कैद और साथ में Rs. 3,000 के जुर्माने का प्रावधान है। जांच के लिए
निरीक्षक नियुक्त किये जाते हैं। उन्हें वस्तु का नमूना लेकर उसे जांच और विश्लेषण के लिए भेजने का अधिकार है। इस अधिनियम के अंतर्गत मिलावटी और नकली ब्रांड
की खाद्य सामग्री के निर्माण, आयात, भंडारण, बिक्री और वितरण से सम्बन्धित अपराध
के लिए भी दंड का प्रावधान है।

iv) आवश्यक वस्तु अधिनियम 1955 : इस कानून के तहत सरकार को यह अधिकार है कि वह सार्वजनिक हित में किसी भी वस्तु को आवश्यक वस्तु घोषित कर दे। इसके बाद सरकार इस वस्तु के उत्पादन, आपूर्ति और वितरण तथा व्यापार को नियंत्रित कर सकती है। इसके तहत मुनाफाखोरों, जमाखोरों और काला बाजारियों की असामाजिक गतिविधियों के खिलाफ कार्रवाई का भी प्रावधान है।

v) माप-तौल मानक अधिनियम, 1956 : इस अधिनियम के अंतर्गत देश भर में तौल के लिए भार और लम्बाई के मानक पैमाने के प्रयोग करने की व्यवस्था है। लम्बाई मापने के लिए मीटर और भार तोलने के लिए किलोग्राम को प्राथमिक इकाई माना गया है। यह कानून लागू होने से पहले देश के विभिन्न हिस्सों में माप तौल की विभिन्न प्रणालियां प्रचलित थी, जैसे- वजन के लिए 'पौंड', 'छटांक' और 'सेर' तथा लम्बाई के लिए गज, इंच और फुट आदि। इस विभिन्नता और अंतर से व्यापारियों को उपभोक्ताओं के शोषण का मौका मिलता था।

vi) एकाधिकार और प्रतिबंधित व्यापार अधिनियम, 1969 : 1983 और फिर 1984 में संशोधित इस अधिनियम के तहत उपभोक्ता या उपभोक्ताओं के समूह, प्रतिबंधित और अनुचित व्यापारिक गतिविधियों के बारे में शिकायतें दर्ज कराकर, जांच कराने के अधिकार का उपयोग कर सकते हैं। सरकार ने एक एकाधिकार और प्रतिबंधित व्यापार आयोग (Monopolies and Restrictive Trade Practices Commission) का गठन किया है जिसे आवश्यक छान बीन और जांच के बाद उपभोक्ताओं की शिकायतें निपटाने का अधिकार दिया गया है। आयोग को यह अधिकार भी प्राप्त है कि वह उपभोक्ताओं को हुई किसी भी हानि या नुकसान के लिए मुआवजे के भुगतान का आदेश दें। आयोग जांच के दौरान गलत व्यापारिक गतिविधियों पर अस्थायी रोक लगा सकता है। इस आयोग को एक सिविल कोर्ट के समकक्ष अधिकार दिये गये हैं।

vii) कालाबाजारी की रोकथाम और आवश्यक वस्तु आपूर्ति अधिनियम, 1980 : इस कानून का प्राथमिक उद्देश्य, काला बाजारी की रोकथाम और आवश्यक वस्तुओं की आपूर्ति बनाये रखने के लिए, दोषी लोगों को हिरासत में लेने की व्यवस्था करना है। इस कानून के उद्देश्य के खिलाफ, किसी भी तरह का काम करने वाले लोगों को
अधिकतम 6 महीने तक की कैद हो सकती है।

viii) भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम, 1986 : इस अधिनियम के तहत, उपभोक्ता के हितों को बढ़ावा देने के लिए और उनके संरक्षण के एक कारगर उपाय के तौर पर भारतीय मानक संस्थान के स्थान पर भारतीय मानक ब्यूरो का गठन किया गया। इसकी दो मुख्य गतिविधियां हैं : उत्पादकों के लिए गुणवत्ता मानकों का निर्धारण करना और BIS चिन्ह योजना के जरिये उनको प्रमाणित करना। इसके द्वारा निर्धारित गुणवत्ता मानक सुरक्षा और कार्य निष्पादन के अनुरूप पर्याप्त जांच के बाद उत्पादकों को अपने उत्पाद पर मानक चिन्ह ISI प्रयोग करने की अनुमति दी जाती है। अब इस्तेमाल के आवश्यक उत्पादों : जैसे रंगीन खाद्य सामग्री, वनस्पति, सीमेंट, एल.पी.जी. सिलेण्डर, गैस स्टोव, घरेलू बिजली उपकरण आदि पर मानकीकरण चिन्ह का होना अनिवार्य है। कई उत्पादकों ने तो स्वेच्छा से अपने उत्पादों पर यह चिन्ह लिया है। ब्यूरो ने आम उपभोक्ताओं में गुणवत्ता के प्रति जागरूकता बढ़ाने के लिए उपभोक्ता मामले विभाग का गठन किया है। एक सार्वजनिक शिकायत प्रकोष्ठ भी है, जिसमें उपभोक्ता ISI मार्क वाली उत्पादों की गुणवत्ता के बारे में अपनी शिकायतें दर्ज करा सकते हैं।

ix) उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 : यह अधिनियम अन्य किसी कानून की अपेक्षा उपभोक्ताओं को अधिक व्यापक संरक्षण प्रदान करता है। उपभोक्ता बड़े पैमाने पर हो रही व्यापारिक धांधलियों के लिए कानूनी संरक्षण प्राप्त कर सकते हैं। इनमें न केवल वस्तुओं ओर उत्पाद बल्कि बैंकिंग, बीमा, वित्त, परिवहन, टेलीफोन, विद्युत या अन्य ऊर्जा आपूर्ति, आवास मनोरंजन और आमोद-प्रमोद जैसी अनेक सेवाएं भी शामिल हैं। इस अधिनियम के तहत केन्द्र और राज्य स्तर पर उपभोक्ता संरक्षण परिषदों की स्थापना का भी प्रावधान है। उपभोक्ता विवादों के निपटारे के लिए इस अधिनियम में अर्द्ध न्यायिक प्रणाली की व्यवस्था है। इसमें उपभोक्ता विवाद निपटाने के लिए जिला फोरम, राज्य और राष्ट्रीय आयोग होते हैं। इन्हें उपभोक्ता अदालत माना जा सकता है।

पाठगत प्रश्न 18.4

निम्नलिखित में से सही और गलत कथन छांटिए :

i. यदि खाद्य वस्तुओं में मिलावट पायी जाती है तो खाद्य मिलावट रोकथाम अधिनियम के तहत कड़े दंड का प्रावधान है।

ii. माप तौल मानक अधिनियम के अनुसार विभिन्न क्षेत्रों में मानक तोलों और मापों का प्रयोग आवश्यक है।

iii. उपभोक्ता संघ उपभोक्ताओं की ओर से एकाधिकार और प्रतिबंधित व्यापार आयोग के समक्ष शिकायतें दर्ज नहीं करा सकते। केवल उपभोक्ता ही व्यक्तिगत तौर पर अपनी ओर से ऐसा कर सकते हैं।

iv. आवश्यक वस्तु अधिनियम का उद्देश्य है वस्तुओं के उत्पादन और वितरण को नियंत्रित करना।

v. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के अंतर्गत केन्द्र और राज्य स्तर पर उपभोक्ता संरक्षण परिषदों की स्थापना की गयी है।

vi. भारतीय मानक ब्यूरो गुणवत्ता मानकों का निर्धारण करता है और निर्माताओं को गुणवत्ता प्रमाणीकरण चिन्ह के उपयोग की अनुमति देता है।

vii. सरकार को यह अधिकार है कि वह सार्वजनिक हित में किसी भी वस्तु को आवश्यक वस्तु घोषित कर दे।

18.6 उपभोक्ता अदालतों का अधिकार क्षेत्र

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के तहत गठित न्यायिक व्यवस्था में जिला, राज्य और राष्ट्रीय स्तर पर उपभोक्ता अदालतें होती हैं। इन्हें क्रमशः जिला फोरम, राज्य उपभोक्ता विवाद निपटान आयोग (राज्य आयोग) तथा राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निपटान आयोग (राष्ट्रीय आयोग) के रूप में जाना जाता है। कोई भी उपभोक्ता या उपभोक्ता संघ वस्तु की कीमत के आधार पर मुआवजा चाहता है तो वह दावे के साथ जिला फोरम, राज्य या राष्ट्रीय आयोग में अपनी लिखित शिकायतें दर्ज करा सकता है।

यदि वस्तु या सेवाओं की कीमत या मुआवजे का दावा Rs.20 लाख से अधिक नहीं है तो
इन शिकायतों का फैसला जिला फोरम के अधिकार क्षेत्र में आता है। राज्य आयोग को Rs. 20 लाख से ऊपर और एक करोड़ तक के मामलों की सुनवाई का अधिकार है। जिला फोरम के आदेशों के खिलाफ अपीलों पर भी राज्य आयोग सुनवाई करता है। एक करोड़ रुपये से अधिक के सभी दावे और मामले राष्ट्रीय आयोग के अधिकार क्षेत्र में आते हैं। इसके साथ ही इसे जिला फोरम और राज्य आयोगों के आदेशों के खिलाफ दायर अपीलों को निपटाने का भी अधिकार है, लेकिन राष्ट्रीय आयोग के आदेशों के खिलाफ यदि अपील करनी हो तो उच्चतम न्यायालय में जाना होगा।

18.7 उपभोक्ता की शिकायतों को निपटाने की प्रक्रिया

जैसा कि पहले बताया जा चुका है, कोई व्यक्तिगत उपभोक्ता या उपभोक्ताओं का संघ अपनी शिकायतें दर्ज करा सकता है। शिकायतें उस जिले फोरम में दर्ज करायी जा सकती
है जहां यह मामला हुआ या जहां विरोधी पक्ष रहता है या राज्य सरकार या केन्द्र शासित
प्रदेश की सरकार द्वारा अधिसूचित राज्य आयोग के समक्ष, अथवा नई दिल्ली स्थित राष्ट्रीय आयोग के समक्ष दर्ज कराई जा सकती है। शिकायत दर्ज कराने का बहुत कम शुल्क है। शिकायत, शिकायत कर्ता द्वारा या व्यक्तिगत रूप से उसके अधिकृत एजेंट द्वारा दर्ज करायी जा सकती है या डाक से भेजी जा सकती है। निम्नलिखित सूचनाओं के साथ शिकायत की पांच प्रतियां जमा कराई जानी चाहिएँ।

i. शिकायत कर्ता का नाम, पता और विवरण।

ii. विरोधी पक्ष या पक्षों का नाम, पता और विवरण।

iii. शिकायत से सम्बंधित तथ्य और यह जानकारी, कि मामला कब और कहां हुआ।

iv. शिकायत दर्ज आरोपों के समर्थन में दस्तावेज, यदि कोई हो तो (जैसे कैशमेमो, रसीद वगैरह)

v. यह ब्यौरा कि शिकायत कर्ता किस तरह की राहत चाहता है।

शिकायत पर शिकायत कर्ता या उसके अधिकृत प्रतिनिधि (एजेंट) के हस्ताक्षर होने चाहिएँ। यह जिला फोरम, राज्य आयोग या राष्ट्रीय आयोग के अध्यक्ष को संबोधित होनी चाहिए। कोई भी शिकायत, मामला उठाने की तारीख से दो वर्ष की अवधि के भीतर दायर की जानी चाहिए।

यदि इसमें देर होती है और सम्बंधित फोरम या आयोग इसे क्षम्य मान लेता है तो विलम्ब का कारण रिकॉर्ड किया जाना चाहिये।

जहां तक संभव हो शिकायतों पर विरोधी पक्ष द्वारा नोटिस ग्रहण करने के तीन महीने के भीतर फैसला कर दिया जाना चाहिए। उन मामलों में जहां उत्पादों की, प्रयोगशाला में जांच या विश्लेषण की व्यवस्था हो, निपटान की समय सीमा पांच महीने की होती है।

फोरम या आयोग, शिकायतों की प्रकृति, उपभोक्ता द्वारा मांगी गयी राहत और मामले के तथ्यों के अनुरूप, निम्नलिखित में से एक या एक से अधिक राहतों का आदेश दे सकता है।

i. वस्तुओं में त्रुटि/सेवाओं में कमी को दूर करना।

ii. वस्तुओं के बदले दूसरी वस्तु देना, सेवाओं को बहाल करना।

iii. वस्तु के लिए चुकायी गयी कीमत या सेवाओं के लिए चुकायी गयी अतिरिक्त शुल्क की वापसी।

iv. हानि या नुकसान के लिए मुआवजा दिलाना। अतिरिक्त शुल्क की वापसी।

पाठगत प्रश्न 18.5

I. कोष्ठक में दिये गये शब्दों में से सही शब्द चुनकर खाली स्थानों को भरिए :

i. जिला फोरम उन शिकायतों की सुनवाई कर सकता है, जिनमें वस्तु का मूल्य और मुआवजा ——— रुपये से अधिक नहीं है। (20 लाख, 50 लाख, एक करोड़)

ii. जब जिला फोरम में दायर शिकायत में उत्पाद की प्रयोगशाला में जांच की जरूरत होती है, तो मामले का फैसला ——— के भीतर होना चाहिए। (3 महीने, 4 महीने, 5 महीने)

iii. राष्ट्रीय आयोग का कार्यक्षेत्र, उन शिकायतों को निपटाना है, जिनमें संबंधित उत्पाद वगैरह का मूल्य ———- से ऊपर हो। (10 लाख, 20 लाख, एक करोड़)

iv. राज्य आयोग के आदेश के खिलाफ अपील ———- में दर्ज की जा सकती है। (उच्चतम न्यायालय, उच्च न्यायालय, राष्ट्रीय आयोग)

v. राज्य आयोग उन मामलों का निपटारा कर सकता है, जिनमें वस्तुओं का मूल्य/मुआवजा ——— से ज्यादा न हो। (20 लाख, 50 लाख, एक करोड़)

II. इनमें से कौन-से कथन सही है और कौन-से गलत?

i. शिकायत सिर्फ स्वयं उपभोक्ता द्वारा ही दर्ज करायी जा सकती है।

ii. सिर्फ जिला फोरम में ही शिकायत दर्ज कराने का कोई शुल्क नहीं है।

iii. कोई शिकायत व्यक्तिगत तौर पर जमा करायी जा सकती है, या डाक से भेजी जा सकती है।

iv. शिकायत, मामला उठने की तारीख से एक वर्ष के भीतर दर्ज करानी होती है।

v. टेलीफोन सेवा में कमी से संबंधित किसी शिकायत के संदर्भ में मांगी गयी राहत में त्रुटि को दूर करना, सेवा बहाल करना, चुकाये गये अतिरिक्त शुल्क की वापसी या समायोजन और नुकसान का मुआवजा शामिल हो सकता है।

vi. दर्ज करायी जाने वाली शिकायत पर उपभोक्ता या उसके अधिकृत एजेंट के हस्ताक्षर होने चाहिएँ।

18.8 गैर सरकारी संगठनों की भूमिका

गैर सरकारी संगठन, लोगों के ऐसे समूह हैं, जो बिना किसी आर्थिक लाभ के जन कल्याण को बढ़ावा देने का काम करते हैं। इन स्वयंसेवी संगठनों का अपना संविधान और अपने नियम होते हैं और ये सरकारी हस्तक्षेप से मुक्त होते हैं। ये संगठन अनुदानों पर और आंशिक रूप से सरकारी सहयोग पर निर्भर करते हैं। उपभोक्ताओं की समस्याओं से सम्बन्धित गैर सरकारी संगठनों को उपभोक्ता संघों या उपभोक्ता संगठनों के रूप में जाना जाता है।

पिछले दो दशकों में गैर सरकारी संगठनों की भूमिका महत्वपूर्ण रूप से बढ़ी है। भारत में अब इस तरह के 800 से अधिक संगठन हैं। ये सगंठन सोसायटीज रजिस्ट्रेशन एक्ट या कम्पनी एक्ट के अधीन या चैरिटेबल ट्रस्ट के रूप में पंजीकृत हैं।

गैर सरकारी संगठनों ने उपभोक्ता आंदोलन के एक अंग के रूप में विभिन्न गतिविधियां चलाई है। ये कई

प्रकार से काम करते हैं।

i. उपभोक्ता अधिकारों के प्रति जागरूकता पैदा करना और लोगों को उपभोक्ता समस्याओं और समाधानों के बारे में गोष्ठियों, कार्यशालाओं और प्रशिक्षण कार्यक्रमों के जरिये जानकारी देना।

ii. उपभोक्ता को कानूनी कार्रवाई करने में सहयोग के जरिये, कानूनी परामर्श प्रदान करना।

iii. उपभोक्ता संरक्षण परिषदों तथा अन्य निकायों के प्रतिनिधि के रूप में उपभोक्ताओं के पक्ष की पैरवी करना।

iv. अपनी जांच व्यवस्थाओं या प्रयोगशालाओं में, उत्पादों की तुलनात्मक जांच करके, प्रतियोगी ब्रांडों की सम्बंधित गुणवत्ता का मूल्यांकन करना और जांच के परिणामों को प्रकाशित करना ताकि उपभोक्ताओं को सजग ग्राहक बनाया जा सके।

v. समय-समय पर पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन करके, पाठकों तक उपभोक्ता समस्याओं, कानूनी जानकारी तथा उपभोक्ताओं की रूचि की अन्य सूचनाएं पहुंचाना। इनमें से अधिकांश पत्र, व्यावसायिक फर्मो से विज्ञापन स्वीकार नहीं करते।

vi. ऐसे सुझाव और सिफारिशें प्रस्तुत करना, जिन पर सरकारी अधिकारियों को नीति निर्धारण और उपभोक्ताओं के हित में किये जाने वाले प्रशासनिक उपाय करते हुए विचार करना चाहिए।

vii. कुछ गैर सरकारी संगठनों ने कई मामलों में उपभोक्ता अधिकारों को लागू करने में, जिन हित याचिकाओं का सफलतापूर्वक इस्तेमाल किया है। दूसरे शब्दों में कहा जाय तो गैर सरकारी सगंठनों ने, किसी एक व्यक्ति के लिए नहीं बल्कि आम लोगों के हित में अदालतों में मुकदमे दायर किये हैं।

पाठगत प्रश्न 18.6

I. निम्न से कौन से कथन सही हैं और कौन से गलत :

i. गैर सरकारी संगठन लाभ कमाने वाले सगंठन हैं।

ii. आमतौर पर सरकारी नियम कानून, गैर सरकारी संगठनों के कामकाज को नियंत्रित करते हैं।

iii. गैर सरकारी संगठनों द्वारा उपभोक्ता आंदोलन के संदर्भ में आयोजित गोष्ठियों, कार्यशालाओं और प्रशिक्षण कार्यक्रमों का उद्देश्य उपभोक्ताओं को जागरूक बनाना है।

iv. गैर सरकारी संगठन, सरकार के नीति निर्धारक और प्रशासकीय निकायों के जरिये उपभोक्ताओं की बात सुने जाने के अधिकार को कार्यरूप देते हैं।

v. सरकार, सम्बंधित नियम कानूनों में संशोधन करते समय उपभोक्ता सगंठनों द्वारा की गयी सिफारिशों पर विचार करती है।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. निम्न में से कौन सी समस्या का सामना उपभोक्ताओं को नहीं करना पड़ रहा है :

क) मिलावट

ख) नकली उत्पादों की बिक्री

ग) जमाखोरी और कालाबजारी

घ) केवल उत्पादों की गुणवत्ता

ii. उपभोक्ता अपने अधिकारों का प्रयोग निम्न के अभाव में नहीं कर पाता है :

क) जागरूकता तथा अज्ञानता

ख) वित्तीय दशा

ग) शिक्षा

घ) कवरेज

iii. बी.आई.एस. का अर्थ है :

क) ब्यूरो ऑफ इन्डस्ट्रीज स्टेण्डर्ड

ख) ब्यूरो ऑफ इण्डियन स्टेण्डर्ड

ग) ब्यूरो ऑफ इन्टरनल स्टेण्डर्ड

घ) ब्यूरो ऑफ इन्स्टीट्यूशन स्टेण्डर्ड

iv. उपभोक्ता अदालतों में नहीं होता है :

क) जिला फोरम

ख) राज्य आयोग

ग) नेशनल आयोग

घ) सर्वोच्च न्यायालय

v. जिला उपभोक्ता फोरम वह सभी शिकायते सुनता है जहां सामान अथवा सेवा का मूल्य निम्न से अधिक नहीं

होता है :

क) 10 लाख

ख) 20 लाख

ग) 1 लाख

घ) 1 करोड़

आपने क्या सीखा

उपभोक्ता संरक्षण व्यापार से जुड़ी अनियमितताओं से आम उपभोक्ता की सुरक्षा के लिए उठाए जाने वाले कदम या आवश्यक उपाय।

- उपभोक्ता के सामने आने वाली समस्याओं का स्वरूप :
  - माल में मिलावट
  - नकली चीजों की बिक्री
  - नाप-तोल के गलत पैमानों का इस्तेमाल
  - जाली माल की बिक्री
  - जमाखोरी एवं काला बाजारी
  - शर्त के साथ बिक्री
  - उपहारों की पेशकश
  - भ्रामक विज्ञापन
  - कम गुणवत्ता के माल की बिक्री
- व्यवसाय में अपनाए जाने वाले गलत एवं अनुचित व्यवहार तथा उनसे बचने में आम उपभोक्ताओं की लाचारी के कारण ही उपभोक्ता के हितों को सुरक्षित करने के उपायों की आवश्यकता होती है।
- उपभोक्ता संरक्षण से जुड़े पक्ष
  - उपभोक्ता
  - व्यापारी
  - सरकार
  - उपभोक्ताओं को कानूनी संरक्षण
  - औद्योगिक (विकास और नियमन) कानून, 1931
  - आवश्यक वस्तु अधिनियम, 1955
  - खाद्य पदार्थ मिलावट रोकथाम अधिनियम, 1954
- काला बाजारी की रोकथाम और आवश्यक वस्तु आपूर्ति अधिनियम, 1980
- भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम, 1986
- कृषि उत्पादक (श्रेणीकरण और विपणन) अधिनियम, 1957
- मापतौल मानक अधिनियम, 1956
- एकाधिकार और प्रतिबंधित व्यापार अधिनियम, 1969
- उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986
  - उपभोक्ता संरक्षण हेतु न्यायिक पद्धति का ढाँचा :

जिला फोरम राज्य आयोग राष्ट्रीय आयोग उच्चतम न्यायालय

- गैरसरकारी संगठन उपभोक्ताओं को उनके अधिकार एवं दायित्वों के प्रति जागरूक बनाते हैं, उन्हें कानूनी सहायता प्रदान करते हैं तथा विभिन्न उपभोक्ता संरक्षण परिषदों एवं नीति निर्धारक सगंठनों का प्रतिनिधित्व करते हैं।

पाठांत प्रश्न

1. उपभोक्ता संरक्षण का क्या अर्थ है?

2. उपभोक्ताओं को संरक्षण की क्यों आवश्यकता है?

3. उपभोक्ताओं को दिन-प्रतिदिन आनेवाली विभिन्न समस्याओं का वर्णन कीजिए।

4. उपभोक्ता संरक्षण से संबंधित विभिन्न पक्षों के नाम बताइए। उपभोक्ता के हितों की रक्षा में उनकी भूमिका को समझाइए।

5. उपभोक्ता के हितों की सुरक्षा के लिए सरकार द्वारा पारित विभिन्न अधिनियमों के नाम बताइए।

6. उपभोक्ता अदालतों में कोई भी शिकायत दर्ज कराते समय किन-किन सूचनाओं की आवश्यकता होती है?

7 . अदालत, उपभोक्ता को किस प्रकार की राहत प्रदान कर सकती है? बताइए।

8. विभिन्न उपभोक्ता अदालतों के अधिकार क्षेत्रों का वर्णन कीजिए।

9. उपभोक्ता संरक्षण में गैर सरकारी संगठनों की भूमिका का वर्णन कीजिए।

10. उपभोक्ता की शिकायतों के निवारण की प्रक्रिया को समझाइए।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

18.1 (i) सत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य

18.2 (i) चुनने (ii) सूचना (iii) वस्तुएं बढ़िया किस्म की है (iv) भ्रामक

18.3 (i) असत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) सत्य (v) असत्य

18.4 (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) सत्य (v) सत्य (vi) सत्य (vii) सत्य

18.5 I. (i) 20 लाख रुपये (ii) 5 महीने (iii) एक करोड़ रुपये (iv) राष्ट्रीय आयोग (v) एक करोड़ रुपये

II. (i) गलत (ii) सही (iii) सही (iv) गलत (v) सही (vi) सही

18.6 I. (i) सत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) सत्य (v) सत्य

II. (i) घ (ii) ख (iii) ख (iv) घ (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- उपभोक्ता के हितों की रक्षार्थ समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं में समय-समय पर प्रकाशित होने वाली सूचनाओं को एकत्रित कीजिए।

पाठ्यक्रम VI

अधिकतम अंक 12

अध्ययन के घंटे 25

व्यापार में जीविकोपार्जन के अवसर

हममें से प्रत्येक को किसी न किसी स्तर पर अपना जीवनयापन करने के लिये जीविकोपार्जन का साधन चुनना पड़ता है। व्यापार का क्षेत्र स्वरोजगार तथा सवेतन रोजगार के अनगिनत अवसर प्रदान करता है। आज स्वः रोजगार, बेरोजगारी दूर करने का एक अति उत्तम विकल्प है। जिससे हमारे देश की उन्नति भी होती है। स्वयं के लिये कार्य करना अपने आप में एक चुनौती तथा प्रसन्नता है। इन्हीं बातों को ध्यान में रखते हुए यह पाठ तैयार किया गया है, जिससे कि अध्ययनकर्ता विभिन्न जीविकोपार्जन के साधनों के साथ-साथ कार्य के संसार में प्रवेश कर सके अथवा कार्यों के बारे में जान सके।

पाठ 19 : जीविका का चयन

पाठ 20 : उद्यमिता

19. जीविका का चयन

आप में से कुछ तो किसी फर्म में नौकरी करने की सोच रहे होंगे और कुछ अपना कोई व्यवसाय करना चाहते होंगे। जीविका का अर्थ है, व्यवसाय, जिसे हम अपने जीविकोपार्जन के लिये करते हैं। चुनने का अर्थ है सही निर्णय लेना।

आप क्या बनना चाहते हैं, इस सम्बन्ध में आपके मस्तिष्क में कुछ न कुछ तो रेडियो सुनकर, टेलीविजन देखकर आया होगा। समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं में भी नौकरी के लिए विज्ञापन आते हैं, जिन्हें आपने पढ़ा होगा, आपको क्या बनना चाहिए, इस सम्बन्ध में आपके माता-पिता और सगे सम्बन्धी भी परामर्श देते होंगे। भविष्य में आप क्या करेंगे इसके लिए अपनी योग्यताओं एवं रूचि का स्पष्ट ज्ञान होना आवश्यक है। इन सबके अतिरिक्त यह भी जानना आवश्यक हो जाता है कि रोजगार के कौन से अवसर उपलब्ध हैं। विभिन्न रोजगारों के लिए क्या-क्या योग्यताएं होनी चाहिए।

इस अध्याय में आप जीविका चयन के विभिन्न पहलुओं का अध्ययन करेंगे। ये पहलू हैं-
अवधारणा, महत्व, अवसर, योग्यता आदि। यही आपके रोजगार संबंधी भविष्य का निर्णय लेने में सहायक होंगे।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- जीविका की अवधारणा को स्पष्ट कर पाएंगे;
- जीवन वृत्ति के चुनाव के महत्व की व्याख्या कर सकेंगे;
- व्यवसाय में जीविका के विभिन्न अवसरों की पहचान कर सकेंगे;
- स्वरोजगार के महत्व को समझ सकेंगे;
- स्वरोजगार तथा सवेतन रोजगार में अंतर बता सकेंगे;
- विभिन्न क्षेत्रों में व्यवसाय के लिये अपने सामर्थ्य, रूचि तथा योग्यताओं का वर्णन कर सकेंगे; और
- अपनी योग्यता, रूचि एवं प्रवृति को ध्यान में रखकर व्यवसाय में जीविका के अवसरों की पहचान कर सकेंगे।

19.1 जीविका की अवधारणा

जीविका का शाब्दिक अर्थ है : एक ऐसा व्यवसाय, जिसके द्वारा जीवन में आगे बढ़ने एवं
उन्नति के अवसरों का लाभ उठाया जा सके। इससे अभिप्राय मात्र एक रोजगार/जीविका का चयन नहीं है। इसका तात्पर्य उन विभिन्न पदों से हैं, जो क्रियाशील जीवन में कोई व्यक्ति प्राप्त कर सकता है। व्यापक अर्थों में जीविका किसी व्यक्ति की जीवन संरचना का एक महत्वपूर्ण पक्ष है। उदाहरण के लिए आपको कार्यालय सहायक का पद मिलता है। आगे चलकर आप कार्यालय अधीक्षक बन सकते हैं और हो सकता है कि कार्यालय प्रबन्धक के पद तक पहुंच जाएं। व्यवसाय का अर्थ है किसी व्यक्ति द्वारा जीवन में उन्नति करना विशेषतया उस व्यक्ति से सम्बंधित व्यवसाय के सम्बंध में। व्यवसाय सामान्यतः एक व्यक्ति द्वारा लम्बे समय तक किया जाने वाला कार्य है, जो सेवा में रहते हुए अपनी स्थिति बनाये हुए अपने व्यवसाय/जीविकोपार्जन के रूप में करता है।

आज जल्दी-जल्दी व्यवसाय बदलने का चलन बढ़ रहा है। उदाहरण के लिये एक वकील अपने व्यक्तिगत व्यवासय में कई अलग-अलग फर्मों का अलग-अलग कानूनी व्यवसाय
करता है।

अलग-अलग क्षेत्रों में अलग-अलग व्यवासय जो आप करते हैं। उसे आपके व्यवसाय का रास्ता कह सकते है और इससे आपके दिन प्रतिदिन की दिनचर्या पर भी प्रभाव पड़ता है। व्यवसाय से ही किसी की स्थिती का पता भी चलता है कि जो उस व्यक्ति ने अपनी योग्यता तथा क्षमता विकसित की है।

19.2 जीविका के चयन का महत्व

जीविका का चुनाव जीवन का एक महत्वपूर्ण पक्ष है। अपनी योग्यता के अनुसार एक विशेष व्यवसाय का चुनाव जो हम अपने भविष्य के लिये करते हैं, उसका आज के प्रतियोगी जीवन में बहुत महत्व है। आप जिस वृत्ति का चुनाव करते हैं वही आपके भविष्य की आधारशिला है। पहले, लोग अपनी शिक्षा पूरी करते थे, फिर अपनी जीविका का निर्णय करते थे। लेकिन आज की पीढ़ी अपनी विद्यालयी शिक्षा पूरी करने से पहले ही अपने भविष्य निर्माण की दिशा में कदम बढ़ा लेती है। जीविका का चुनाव किसी व्यक्ति की जीवन शैली को अन्य किसी घटना की तुलना में सबसे अधिक प्रभावित करता है। कार्य हमारे जीवन के कई रूपों को प्रभावित करते हैं। हमारे जीवन में मूल्यों, दृष्टिकोण एवं हमारी प्रवृत्तियों को जीवन की ओर प्रभावित करता है। इस भीषण प्रतियोगिता की दुनिया में प्रारम्भ में ही जीविका सम्बन्धी सही चुनाव अत्यधिक महत्वपूर्ण है। इसीलिए एक ऐसी प्रक्रिया की आवश्यकता है, जो किसी व्यक्ति को विभिन्न जीवन वृत्तियों से अवगत कराए। इस प्रक्रिया में व्यक्ति को अपनी उन योग्यताओं एवं क्षमताओं का पता लग जाता है, जो जीवन सम्बन्धी निर्णय का एक महत्वपूर्ण अंग है।

चुनौती प्रतियोगिता आज के समाज के मुख्य अंग है, इसलिए जीविका की योजना बनाना ही केवल यह बताता है कि हमें जीवन में क्या करना है और हम क्या करना चाहते है?

ना कि बार-बार और जल्दी-जल्दी अपने व्यवसाय अथवा कार्य को उद्देश्यहीन तरीके से बदलना।

हम वर्तमान में क्या है! इसका पता हमें जीविका चुनने से ही चलता है। हम सभी की कुछ आकांक्षाएं होती है और हम सभी भविष्य में स्थिरता चाहते हैं। इसलिए जीविका का चयन एक कुंजी का कार्य करता है। कोई व्यक्ति अपने बारे में उचित विश्लेषण करके उचित निर्णय ले सकता है।

जीविका का चयन मुख्यतः हाई स्कूल अथवा इन्टर की पढ़ाई पूरी करने पर प्रारम्भ होता है। उसके पश्चात स्नातक की पढ़ाई व्यक्ति को अच्छी तथा सुलभ जीविका चुनने में सहायक होती है। जीविका का चुनाव हमें भविष्य को सुचारू बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। उदाहरण के लिये यदि कोई व्यक्ति बैंकर बनना चाहता है तो वह “इण्डियन कास्ट एंड वर्क एकाउन्टेंट” चार्टेड एकाउण्टेन्ट, मास्टर आफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (वित्त) का कोर्स करना चाहेगा। जीविका चयन एक ऐसा कार्य है जो कि हमें जीवन परयंत अध्ययन करने तथा उन्नति करने के लिये प्रेरित करता रहता है और हम जैसा करते है हमारी रूचि और आवश्यकताएं हमें बदलाव की ओर अग्रसर करती रहती है।

पाठगत प्रश्न 19.1

निम्नलिखित कथनों में से कौन सा सत्य है और कौन सा असत्य :

i. जीविका अपने कार्य कालिक जीवन में जिस कार्य में एक व्यक्ति लगा होता है, उससे जुड़े विभिन्न पदों का नाम है।

ii. सही जीविका का चयन प्रत्येक व्यक्ति के जीवन की आवश्यक क्रिया है।

iii. आज की पीढ़ी के समक्ष जीविका के अत्यंत कम विकल्प हैं।

iv. विभिन्न जीविकाओं का ज्ञान सही वृत्ति के चुनाव में सहायक होता है।

v. प्रारम्भिक स्तर पर जीविका चयन की आवश्यकता नहीं होती है।

19.3 व्यवसाय में जीविका के अवसर

जब कोई व्यक्ति किसी व्यवसाय में लगा होता है तो हम कहते हैं कि वह रोजगार में है। हर व्यक्ति का व्यवसाय किसी न किसी आर्थिक क्रिया से जुड़ा है। हर व्यक्ति अपने भविष्य के निर्माण के लिए किसी न किसी रोजगार में लगना चाहता है अर्थात् अपनी आजीविका कमाने के लिए किसी न किसी आर्थिक क्रिया में लग जाता है।

जीविका का चुनाव करने के लिए नीचे दिए गए विकल्पों में से किसी एक का चुनाव करना पड़ता है:

i. नौकरी

ii. स्वरोजगार

नौकरी का अर्थ है किसी दूसरे की मजदूरी अथवा वेतन के बदले में कार्य करना। यदि किसी को कार्यालय सहायक के पद पर नियुक्त किया जाता है तो वह उस कार्य को करेगा जो

उसका पर्यवेक्षक उसे सौंपता है। अपने कार्य के बदले में प्रतिमास उसे वेतन मिलेगा। इस प्रकार का रोजगार रोजगारदाता एवं कर्मचारी के बीच अनुबंध पर आधारित होता है। कर्मचारी अपने मालिक के लिए कार्य करता है। वह उस कार्य को करता है जो उसका मालिक उसे करने के लिए देता है। इसके बदले में उसे उसका प्रतिफल मिलता है। कार्यकाल की अवधि में वह मालिक की देख-रेख और नियंत्रण में कार्य करता है। दूसरी ओर स्वरोजगार का अर्थ है अपनी जीविका कमाने के लिए स्वयं किसी आर्थिक क्रिया को करना। आइए, पहले नौकरी के विभिन्न अवसरों के बारे में संक्षेप में जानें।

19.4 नौकरी

सवेतन व्यवसाय अथवा सवेतन नौकरी के अवसर सरकारी कार्यालयों में पाये जाते हैं। सरकारी विभागों में रेलवे, बैंक, व्यापारिक कम्पनियां, स्कूल एवं अस्पतालों में विभिन्न प्रकार का कार्य होता है। इसी प्रकार से औद्योगिक इकाइयों एवं ट्रांसपोर्ट कम्पनियों के कार्यों की प्रकृति में अंतर होता है। इसलिए इनमें कार्यरत तकनीकी कर्मचारियों के कार्य में भी भिन्नता होती है।

नौकरी

चित्र- नौकरी (कई लोग मिलकर कार्य कर रहे हैं।)

जिन लोगों ने माध्यमिक परीक्षा पास की है उन लोगों के लिए लिपिक अथवा विद्यालयों में प्रयोगशाला सहायक के पद पर नियुक्ति के अवसर होते हैं, क्योंकि इन पदों के लिए न्यूनतम शैक्षणिक योग्यता माध्यमिक कक्षा उत्तीर्ण है। वैसे इनके लिए आई.टी.आई., पॉलीटैक्निक, राज्य सचिव एवं वाणिज्यिक संस्थानों में प्रशिक्षण की विशेष सुविधाएं उपलब्ध हैं। जो व्यक्ति तकनीकी अथवा कार्यालय सचिवालयों के पाठ्यक्रम में उतीर्ण हो जाता है उसे किसी कार्यशाला में तकनीकी कर्मचारी अथवा कार्यालय सहायक अथवा लेखालिपिक के पद पर नियुक्ति मिल सकती है। यदि वह कम्प्यूटर प्रचालन में निपुण है तो उसे कम्प्यूटर प्रचालक के रूप में नियुक्ति मिल सकती है।

19.5 स्वरोजगार

आप यह सीख चुके हैं कि नौकरी के रूप में आप अपनी जीविका का चुनाव किस प्रकार करेंगे। जब आप कोई रोजगार अपनाते हैं तो आप वह कार्य करते हैं जो आपका रोजगारदाता आपको सौंपता है तथा बदले में आपको मजदूरी अथवा वेतन के रूप में एक निश्चित राशि प्राप्त होती है। लेकिन कोई काम/नौकरी के स्थान पर अपना कोई कार्य कर सकते हैं तथा अपनी आजीविका कमा सकते हैं।

आप एक दवाइयों की दुकान चला सकते हैं या फिर एक दर्जी का काम कर सकते हैं।

यदि एक व्यक्ति कोई आर्थिक क्रिया करता है तथा स्वयं ही इसका प्रबंधन करता है तो इसे स्वरोजगार कहते हैं। हर इलाके में आप छोटे-छोटे स्टोर, मरम्मत करने वाली दुकानें

अथवा सेवा प्रदान करने वाली इकाइयां देखते हैं। इन प्रतिष्ठानों का एक ही व्यक्ति स्वामी होता है तथा वही उनका प्रबंधन करता है। कभी-कभी एक या दो व्यक्तियों को वह अपने सहायक के रूप में रख लेता है। किराना भंडार, स्टेशनरी की दुकान, किताब की

दुकान, दवा घर, दर्जी की दुकान, नाई की दुकान, टेलीफोन बूथ, ब्यूटी पार्लर, बिजली, साइकिल आदि की मरम्मत की दुकानें स्वरोजगार आधारित क्रियाओं के उदाहरण हैं। इन भंडारों अथवा दुकानों के स्वामी प्रबन्धक क्रय-विक्रय क्रियाओं अथवा सेवा कार्यों से आय अर्जित करते हैं जो उनकी जीविका का साधन है। यदि उनकी आय व्यय से कम होती है तो उन्हें हानि होती है, जिसे उन्हें ही वहन करना होता है।

स्वरोजगार

चित्र : स्वरोजगार

पाठगत प्रश्न 19.2

उचित शब्द भरकर रिक्त स्थानों की पूर्ति करें :

i. लोगों का व्यवसाय सदा ——— क्रियाओं से जुड़ा होता है।

ii. सरकारी विभागों में निम्न स्तर पर लोगों को अधिकांशतः ——— कार्यों पर रखा जाता है।

iii. एक स्टोरकीपर के कार्य के लिए एक व्यक्ति ——— कार्य में निपुण होना चाहिए।

iv. अधिकांश लिपिक पदों के लिए ——— के परिचालन की योग्यता आवश्यक है।

v. टेलीफोन परिचालक की आवश्यक योग्यता धारा प्रवाह ———- है।

vi. ———- का अर्थ है किसी दूसरे की मजदूरी अथवा वेतन के लिए कार्य करना।

vii. यदि एक व्यक्ति आर्थिक क्रिया करता है तथा स्वयं ही इसका प्रबंध करता है तो इसे ——— कहते हैं।

viii. तकनीकी अथवा कार्यालय सचिवालयों के पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद एक व्यक्ति ——- के रूप में रोजगार प्राप्त कर सकता है।

19.6 स्वरोजगार तथा सवेतन रोजगार में अंतर

आप स्वरोजगार और नौकरी के विषय में पढ़ चुके हैं। आईए, इन दोनों में अंतर को देखें :

i. नौकरी या सवेतन रोजगार में व्यक्ति कर्मचारी होता है, जबकि स्वरोजगार में वह स्वयं नियोक्ता की तरह होता है।

ii. नौकरी में आमदनी नियोक्ता पर निर्भर करती है कि वह कितना वेतन देता है, जबकि स्वरोजगार में उस व्यक्ति की योग्यता पर निर्भर करती है जो स्वरोजगार में लगा हुआ है ।

iii. नौकरी में व्यक्ति दूसरों के लाभ के लिए कार्य करता है जबकि स्वरोजगार में व्यक्ति अपने ही लाभ के लिए कार्य करता है ।

iv. नौकरी में आय सीमित होती है, जो पहले से ही नियोक्ता द्वारा तय कर ली जाती है । जबकि स्वरोजगार में स्वरोजगार में लगे हुए व्यक्ति की लगन व योग्यता पर निर्भर करती है ।

v. नौकरी में कर्मचारी को 'कार्य विशेष' नियोक्ता द्वारा दिया जाता है, जबकि स्वरोजगार में वह अपनी आवश्यकतानुसार कार्य चुनता है ।

vi. स्वरोजगार में जोखिम सदैव बना रहता है तथा आप घटती रहती है नौकरी में कोई जोखिम नहीं है जब तक कि एक कर्मचारी कार्य करता है ।

19.7 स्वरोजगाक के क्षेत्र्

स्वरोजगार की विशेषताओं का अध्ययन करने के पश्चात आप उन क्षेत्रों के सम्बन्ध में जानना चाहेंगे जिनमें स्वरोजगार की संभावनाएं हैं । जब आप स्वरोजगार की योजना बनाएं तो आप इसके लिए निम्नलिखित अवसरों को ध्यान में रख सकते हैं :

i) छोटे पैमाने का फुटकर व्यापार : एक अकेला स्वामी छोटे व्यावसायिक इकाइयों को एक या दो सहायकों के सहयोग से सरलता से प्रारम्भ कर सकता है तथा लाभ कमा सकता है ।

चित्र : छोटे पैमाने का फुटकर व्यापार

ii) व्यक्तिगत निपुणता के आधार पर सेवाएं प्रदान करना : जो लोग अपनी विशिष्ट निपुणता के आधार पर ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करते हैं वह भी स्वरोजगार में सम्मिलित किए जाते हैं । उदाहरण के लिए साईकिल, स्कूटर, घड़ियों की मरम्मत, सिलाई, बाल संवारना आदि ऐसी सेवाएं है जो ग्राहक को व्यक्तिगत रूप से प्रदान की जाती है ।

चित्र : व्यक्तिगत निपुणता के आधार पर सेवाएं प्रदान करना

iii) पेशेगत योग्यताओं पर आधारित व्यवसाय : जिन कार्यों के पेशे सम्बन्ध प्रशिक्षण एवं अनुभव की आवश्यकता होती है वह भी स्वरोजगार के अंतर्गत आते हैं। उदाहरण के लिए पेशे में कार्यरत डॉक्टर, वकील, चाटर्ड एकाउन्टैंट, फार्मेसिस्ट, आरकीटैक्ट आदि भी अपने विशिष्ट प्रशिक्षण एवं निपुणता के आधार पर स्वरोजगार की श्रेणी में आते हैं इनके छोटे प्रतिष्ठान होते हैं जैसे क्लीनिक, दफ्तर का स्थान, चैम्बर

चित्र : पेशेगत योग्यताओँ पर आधारित व्यवसाय

आदि तथा यह एक या दो सहायकों की सहायता से अपने ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करते हैं।

iv) छोटे पैमाने की कृषि : कृषि के छोटे पैमाने के कार्य जैसे डेरी, मुर्गीपालन बागबानी, रेशम उत्पादन आदि में स्वरोजगार सम्भव है।

v) ग्रामीण एवं कुटीर उद्योग : चर्खा कातना, बुनना, हाथ से बुनना, कपड़ों की सिलाई भी स्वरोजगार है। यह पारम्परिक विरासत में मिली निपुणताए हैं।

चित्र : ग्रामीण एवं कुटीर उद्योग

vi) कला एवं काश्तकारी/शिल्प : जो लोग किसी कला अथवा शिल्प में प्रशिक्षण प्राप्त हैं वह भी स्व रोजगार ही है। इनके व्यवसाय हैं - सुनार, लोहार, बढ़ई आदि।

चित्र : कला एवं काश्तकारी/ शिल्प

19.8 सवेतन की वरीयता में स्वरोजगार

स्वरोजगार, अक्सर सवेतन से निम्न कारणों से बेहतर माना जाता है :

i. स्वरोजगार अपनी योग्ता को अपने फायदे के लिए स्वरोजगार से आप अपने समय व योग्यता का अधिकतम लाभ उठा सकते हैं।

ii. स्वरोजगार पूँजी के अत्याधिक संसाधनों तथा अन्य संसाधनों के बिना भी संभव है। उदाहरण के लिए एक मरम्मत की दुकान कम पूँजी से शुरू की जा सकती है।

iii. स्वरोजगार में एक व्यक्ति 'कार्य पर' रह कर कई चीजे सीखता है क्योंकि उसे अपने व्यवसाय से सम्बन्धित अपने फायदे के लिए सभी निर्णय स्वयं लेने होते हैं।

पाठगत प्रश्न 19.3

निम्नलिखित में से कौन से कथन सत्य हैं और कौन से असत्य :

i. स्वरोजगार का अर्थ है स्वयं किसी आर्थिक क्रिया में संलग्न होना।

ii. नौकरी में आय की कोई सीमा नहीं है।

iii. जब एक व्यक्ति मूल्य के बदले व्यक्तिगत सेवा प्रदान करता है तो उसके लिए भी कुछ पूंजी की आवश्यकता होती है।

iv. व्यवसाय में, स्वरोजगार में हानि, का जोखिम रहता है जिसे स्वामी वहन करते हैं।

v. एक सुनार स्वरोजगार नहीं हो सकता क्योंकि वह एक आभूषण विक्रेता के अधीन काम करता है ।

19.9 स्वरोजगार में सफलता के लिए आवश्यक गुण

विभिन्न क्षेत्रों में स्वरोजगार के अवसरों के अध्ययन करने के पश्चात् आप समझ गए होंगे

कि नौकरी के स्थान पर स्वरोजगार को जीवन वृत्ति के लिए अधिक पसन्द करते हैं। लेकिन स्वरोजगार को तभी चुनना चाहिए जब आप इसमें सफल होने की योग्यता रखते हो। आइए, स्वरोजगार में सफलता के लिए आवश्यक गुणों के बारे में जानें :

i) बौद्धिक योग्यताएं : आप यदि स्वरोजगार में सफलता प्राप्त करना चाहते हैं तो आप में स्वरोजगार के सर्वाधिक अनुकूल अवसरों की पहचान करने की योग्यता होनी आवश्यक है। साथ ही व्यवसाय परिचालन के सम्बन्ध में निर्णय लेने तथा तरह-तरह के ग्राहकों को संतुष्ट करने की योग्यता का होना भी महत्व रखता है। फिर समस्याओं के पूर्वानुमान एवं जोखिम उठाने की क्षमता की भी आवश्यकता है।

ii) सतर्कता तथा दूर-दृष्टि : स्वरोजगार में लगे व्यक्ति को बाजार में हो रहे परिवर्तनों के प्रति सचेत और सतर्क होना चाहिए जिससे कि वह उनके अनुसार अपने व्यवसाय के कार्यों का समायोजन कर सके। उसमें दूर-दृष्टि का भी होना आवश्यक है जिससे कि वह संभावित परिवर्तनों का अनुमान लगा सके, अवसरों का लाभ उठा सके तथा भविष्य में यदि किसी प्रकार के खतरे की संभावना है तो उनका सामना कर सकें।

iii) आत्मविश्वास : स्वरोजगार में मालिक को ही सभी निर्णय लेने आवश्यक होते हैं क्योंकि उसे समस्याओं को हल करना होता है तथा आपूर्तिकर्ता, लेनदार ग्राहक तथा सरकारी अधिकारियों का समाना करना होता है।

iv) व्यवसाय का ज्ञान : जो भी व्यक्ति स्वरोजगार में लगा है उसको व्यवसाय का पूरा ज्ञान होना चाहिए। इसमें व्यवसाय को चलाने का तकनीकी ज्ञान एवं कौशल भी सम्मिलित है।

v) सम्बन्धित कानूनों का ज्ञान : जो स्वरोजगार में लगा है, यह आवश्यक नहीं कि वह कानून का विशेषज्ञ हो लेकिन उसे जहां उसका व्यवसाय चल रहा है वहां के व्यवसाय सम्बन्धी एवं सेवाओं से सम्बन्धित कानूनों का काम चलाऊ ज्ञान होना आवश्यक है। इनमें ट्रेड एंड ऐस्टेबलिशमेंट एक्ट, विक्रय कर एवं उत्पादन कर से संबंधित कानून एवं प्रदूषण नियंत्रण आदि से संबंधित नियम है।

vi) लेखा कार्य का ज्ञान : व्यवसाय करने वाले प्रत्येक व्यक्ति को सभी लेन देनों का पूरा ब्यौरा रखना होता है जिससे कि वह आवधिक अन्तराल का लाभ हानि निर्धारित
कर सके, भुगतान तिथि को अपने लेनदारों का भुगतान कर सके, ग्राहकों से पैसा वसूल कर सके तथा करों का भुगतान कर सके। इस सबके लिए उसे लेखा कार्य का आवश्यक ज्ञान होना जरूरी है।

vii) अन्य व्यक्तिगत गुण : स्वरोजगार में लगे व्यक्ति में ईमानदारी, गंभीर तथा परिश्रमी जैसे गुणों का होना आवश्यक है।

पाठगत प्रश्न 19.4

I. रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

i. आपकी जीविका के चुनाव, का आधार ——— होना चाहिए।

ii. स्वरोजगार में सफल होने के लिए एक व्यक्ति में ———- होना चाहिए।

iii. एक व्यवसायी के रूप में सफलता प्राप्त करने के लिए व्यवसाय का ———- होना आवश्यक है।

iv. स्वरोजगार में ——- का पता लगाने के लिए लेखांकन का ज्ञान होना आवश्यक है।

v. उद्यमता की गुणवत्ता का सम्बन्ध ———— और ———— से है।

vi. स्वरोजगार उन्हें अजीविका अर्जित करने का अवसर प्रदान करता है, जो कि ———— प्राप्त करने में असमर्थ हैं।

vii. आप का जीवनवृति का चुनाव ———, ———— और ——— पर आधारित होना चाहिए।

viii. आप अपनी क्षमता/गुणवत्ता एवं ——— के सम्बन्ध में सोचना प्रारम्भ कर सकते हैं।

ix. उस कार्य का चुनाव न करे जिसमें आपकी ———— न हो।

x. सम्प्रेषण में निपुण होना आज की दुनिया में सभी पदों के लिए ————— है।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. सवेतन का अर्थ है

क) अन्य व्यक्ति को वेतन या मजदूरी के लिए सेवा प्रदान करना

ख) व्यवसाय करना

ग) अपने आप को किसी आर्थिक क्रिया में व्यस्त करना

घ) उपरोक्त में से कोई नहीं

ii. स्वरोजगार का अर्थ है :

क) नियोक्ता तथा नौकर के मध्य एक अनुबंध है

ख) अन्य व्यक्ति को वेतन या मजदूरी के लिए सेवा प्रदान करना

ग) अपने आप को किसी आर्थिक क्रिया में व्यस्त करना

घ) उपरोक्त में से कोई नहीं

iii. निम्न में से कौन सा गुण स्वरोजगार के लिए आवश्यक नहीं है :

क) औपचारिक शिक्षा

ख) जागरूकता तथा दूरदर्शिता

ग) व्यवसाय के बारे में ज्ञान

घ) ऋणीधन से सम्बन्धित कानून

iv. जीविकोपार्जन के रास्ते का अर्थ है :

क) अलग-अलग पदों पर कार्य करना

ख) जीविका के लिए अपनाया गया रास्ता

ग) पेशेवर डिग्री प्राप्त करना

घ) कार्य की उपाधि प्राप्त करना

v. जीविका नियोजन में सम्मिलत हैं :

क) अपना व्यवसाय आरंभ करना

ख) जीविका के सकारात्मक व नकारात्मक पहलूओं के बारे में सोचना

ग) नौकरी करना

घ) जीविका के साथ समझौता करना

आपने क्या सीखा

- जीविका का अर्थ है एक व्यवसाय जिसके द्वारा जीवन में प्रगति एवं उन्नति के अवसरों का लाभ उठाया जा सकता है। सही जीवन वृत्ति का चयन जीवन का एक महत्वपूर्ण पक्ष है।
- जीविका के चयन में दो विकल्पों में से किसी एक का चुनाव करना है। ये हैं : नौकरी एवं स्वरोजगार।
- नौकरी का तात्पर्य है मजदूरी अथवा वेतन के बदले में किसी दूसरे व्यक्ति की सेवा में कार्य करना। स्वरोजगार का अर्थ है किसी व्यक्ति का अपने जीविकोपार्जन के लिए स्वयं किसी आर्थिक गतिविधियों में लिप्त होना।
- सवेतन रोजगार के मार्ग में निम्न स्तर पर लिपिकीय अथवा तकनीकी नौकरी शामिल है।
- जिन क्षेत्रों में स्वरोजगार के पर्याप्त अवसर हैं, वे हैं - छोटे स्तर के फुटकर व्यापार, मूल्य के बदले सेवा प्रदान करना, छोटे पैमाने पर कृषि कार्य, ग्रामीण एवं कुटीर उद्योग, कला एवं शिल्प आदि।
- यदि स्वरोजगार को जीविका के लिए अपनाना है तो व्यक्ति के अन्दर बौद्धिक योग्यता, सचेत रहना एवं दूर-दृष्टि का होना, आत्मविश्वास, व्यवसाय का ज्ञान, सम्बन्धित कानूनों का ज्ञान एवं लेखाकार्य का ज्ञान।

पाठांत प्रश्न

1. नौकरी एवं स्वरोजगार का क्या अर्थ है?

2. जीविका को परिभाषित कीजिए।

3. जीविका चुनाव का क्या महत्व है?

4. व्यवसाय में नौकरी के कौन-कौन से अवसर हैं संक्षेप में समझाइए।

5. बेरोजगारी के संदर्भ में स्वरोजगार के महत्व का वर्णन कीजिए।

6. स्वरोजगार किस प्रकार से बड़े स्तर के उद्योगों का विकल्प है?

7. स्वरोजगार में सफलता के लिए किन्हीं चार योग्यताओं का वर्णन कीजिए।

8. लिपिक के कार्य की आवश्यक निपुणताओ को समझाइए।

9. लेखाकार्य के लिए कौन से कौशल की आवश्यकता है?

10. स्वरोजगार के प्रेरणादायक तत्वों की पहचान कीजिए।

11. स्वरोजगार एवं वेतनवृत्ति/नौकरी में तुलना कीजिए।

12. उन सम्भावित क्षेत्रों की गणना कीजिए जिनमें कोई व्यक्ति स्वरोजगार में लगा होता है।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

19.1 (i) सत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) आर्थिक

19.2 (i) आर्थिक (ii) लिपिक सम्बन्धी (iii) क्रय (iv) कार्यालयी मशीन (v)भाषा

19.3 (i) सत्य (ii) सत्य (iii) सत्य (iv) सत्य (v) असत्य

19.4 I. (i) योग्यता एवं रूचि (ii) आत्मविश्वास (iii) ज्ञान (iv) लाभ या हानि (v) नव प्रवर्तन और रचनात्मक (vi) उच्च शिक्षा (vii) योग्यता, रूचि और अभिरूचि (viii) कमजोरी (ix) रूचि (x) आवश्यक

II. (i) क (ii) ग (iii) क (iv) ग (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- किसी एक सप्ताह का 'रोजगार समाचार' लें अथवा अन्य कोई समाचार पत्र लें। उसमें से अपनी रुचि, योग्यता, एवं अभिरुचि के अनुरूप रिक्त पदों की सूची बनाएं।

20. उद्यमिता

आप इस बात से परिचित हैं कि जीवित रहने के लिए पैसा कमाना आवश्यक होता है। आप के माता-पिता, भाई तथा अन्य सभी किसी न किसी कार्य में लगे हुए हैं, जिसके द्वारा अपने परिवार की जीविका चलाते हैं। आप अपना जीवन यापन किस प्रकार करना चाहते हैं? क्या आप किसी उपक्रम में कोई नौकरी करना चाहेंगे? अथवा अपना कोई व्यवसाय करना चाहेंगे? एक अध्यापक स्कूल में पढ़ाता है, एक श्रमिक कारखाने में काम करता है, एक डॉक्टर अस्पताल में प्रैक्टिस करता है, एक क्लर्क बैंक में नौकरी करता है, एक मैनेजर किसी व्यावसायिक उपक्रम में कार्य करता है, ये सभी जीविका कमाने के लिए कार्य करते हैं। ये उन लोगों के उदाहरण हैं, जो कर्मचारी हैं तथा वेतन अथवा मजदूरी से आय प्राप्त करते हैं। यह मजदूरी द्वारा रोजगार कहलता है। दूसरी ओर एक दुकानदार, एक कारखाने का मालिक, एक व्यापारी, एक डॉक्टर, जिसका अपना दवाखाना हो, इत्यादि अपने व्यवसाय से जीविका उपार्जित करते हैं। ये उदाहरण हैं स्वरोजगार करने वालों के। फिर भी, कुछ ऐसे भी स्वरोजगारी लोग हैं, जो न केवल अपने लिए कार्य का सृजन करते हैं बल्कि अन्य बहुत से व्यक्तियों के लिए कार्य की व्यवस्था करते हैं। ऐसे व्यक्तियों के उदाहरण हैं : टाटा, बिरला आदि जो प्रवर्तक तथा कार्य की व्यवस्था करने वाले तथा उत्पादक दोनों हैं। इन व्यक्तियों को उद्यमी कहा जा सकता है।

इस पाठ में आप उद्यमिता की अवधारणा, महत्व, कार्यों, के विषय में विस्तार से जानकारी प्राप्त करेंगे। आप उद्यमियों के गुणों तथा लघु उद्योग स्थापित करने की उनकी योग्यताओं के बारे में भी सीखेंगे। ये बाते आपके भावी जीवन के उपयोगी होगी।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- उद्यमशीलता की अवधारणा का वर्णन कर सकेंगे;
- एक उद्यमी बनने के महत्व को पहचान सकेंगे;
- एक सफल उद्यमी के विशिष्ट गुणों का वर्णन कर सकेंगे; और
- एक लघु उद्यम स्थापित करने के विभिन्न चरणों का वर्णन कर सकेंगे।

20.1 उद्यमिता का अर्थ

उद्यम करना एक उद्यमी का काम है जिसकी परिभाषा इस प्रकार है “एक ऐसा व्यक्ति जो नवीन खोज करता है, बिक्री और व्यवसाय चतुरता के प्रयास से नवीन खोज को आर्थिक माल में बदलता है। जिसका परिणाम एक नया सगंठन या एक परिपक्व सगंठन का ज्ञात सुअवसर और अनुभव के आधार पर पुनः निर्माण करना है। उद्यम की सबसे अधिक स्पष्ट स्थिति एक नए व्यवसाय की शुरूआत करना है। सक्षमता, इच्छाशक्ति से कार्य करने का विचार सगंठन प्रबंध की साहसिक उत्पादक कार्यों व सभी जोखिमों को उठाना तथा लाभ को प्रतिफल के रूप में प्राप्त करना है।”

चित्र- उद्यमी होने की प्रक्रिया

एक उद्यमी मौलिक (सृजनात्मक) चिंतक होता है। वह एक नव प्रवर्तक है जो पूंजी लगाता है और जोखिम उठाने के लिए आगे आता है। इस प्रक्रिया में वह रोजगार का सृजन करता है। समस्याओं को सुलझाता है गुणवत्ता में वृद्धि करता है तथा श्रेष्ठता की ओर दृष्टि रखता है।

अपितु हम कह सकते हैं उद्यमी वह है जिसमें निरंतर विश्वास तथा श्रेष्ठता के विषय में सोचने की शक्ति एवं गुण होते हैं तथा वह उनको व्यवहार में लाता है। किसी विचार,
उद्देश्य, उत्पाद अथवा सेवा का आविष्कार करने और उसे सामाजिक लाभ के लिए
प्रयोग में लाने से ही यह होता है। एक उद्यमी बनने के लिए आपके पास कुछ गुण
होने चाहिए। लेकिन, उद्यम शब्द का अर्थ कैरियर बनाने वाला उद्देश्य पूर्ण कार्य भी है, जिसको सीखा जा सकता है। उद्यमशीलता नये विचारों को पहचानने, विकसित
करने एवं उन्हें वास्तविक स्वरूप प्रदान करने की क्रिया है। ध्यान रहे देश के आर्थिक
विकास के अर्थ में उद्यमशीलता केवल बड़े व्यवसायों तक ही सीमित नहीं हैं। इसमें
लघु उद्यमों को सम्मलित करना भी समान रूप से महत्वपूर्ण है। वास्तव में बहुत से
विकसित तथा विकासशील देशों का आर्थिक विकास तथा समृद्धि एवं सम्पन्नता लघु
उद्यमों के आविर्भाव का परिणाम है।

20.2 उद्यमी होने का महत्व

उद्यमशीलता और उद्यम की भूमिका का आर्थिक व सामाजिक विकास में अक्सर गलत अनुमान लगाया जाता है। सालों से यह स्पष्ट हो चुका है कि उद्यमशीलता लगातार आर्थिक विकास में सहायता प्रदान करती है। एक सोच को आर्थिक रूप में बदलना उद्यमशीलता के अंतर्गत सबसे महत्वपूर्ण विचारशील बिन्दु हैं। इतिहास साक्षी है कि आर्थिक उन्नति उन लोगों के द्वारा सम्भव व विकसित हो पाई है जो उद्यमी हैं व नई पद्धति को अपनाने वाले हैं, जो सुअवसर का लाभ उठाने वाला तथा जोखिम उठाने के

लिए तैयार है। जो जोखिम उठाने वाले होते हैं तथा ऐसे सुअवसर का पीछा करते हैं जो कि दूसरों के द्वारा मुश्किल या भय के कारण न पहचाना गया हो। उद्यमशीलता की
चाहे जो भी परिभाषा हो यह काफी हद तक बदलाव, सृजनात्मक, निपुणता, परिवर्तन
और लोचशील तथ्यों से जुड़ी हैं जो कि संसार में बढ़ती हुई एक नई अर्थव्यवस्था के
लिए प्रतियोगिता के मुख्य स्रोत हैं।

यद्यपि उद्यमशीलता का पूर्वानुमान लगाने का अर्थ है व्यवसाय की प्रतियोगिता को बढ़ावा देना। उद्यमशीलता का महत्व निम्न बिन्दुओं से समझा जा सकता है :

i) लोगों को रोजगार उपलब्ध कराना : अक्सर लोगों का यह मत है कि जिन्हें कहीं
रोजगार नहीं मिलता वे उद्यमशीलता की ओर जाते है, लेकिन सच्चाई यह है कि
आजकल अधिकतर व्यवसाय उन्हीं के द्वारा स्थापित किए जाते हैं, जिनके पास दूसरे
विकल्प भी उपलब्ध हैं।

ii) अनुसंधान और विकास प्रणाली में योगदान : लगभग दो तिहाई नवीन खोज उद्यमी के कारण होती है। अविष्कारों का तेजी से विकास न हुआ होता तो संसार रहने के लिए शुष्क स्थान के समान होता। अविष्कार बेहतर तकनीक के द्वारा कार्य करने का आसान तरीका प्रदान करते हैं।

iii) राष्ट्र व व्यक्ति विशेष के लिए धन समस्या का निर्माण करना : सभी व्यक्ति जो कि व्यवसाय के सुअवसर की तलाश में है, उद्यमशीलता में प्रवेश करके संपत्ति का निर्माण करते हैं। उनके द्वारा निर्मित संपत्ति राष्ट्र के निर्माण में अहम भूमिका अदा करती है। एक उद्यमी वस्तुएं और सेवाएं प्रदान करके अर्थव्यवस्था में अपना योगदान देता है। उनके विचार, कल्पना और अविष्कार राष्ट्र के लिए एक बड़ी सहायता है।

पाठगत प्रश्न 20.1

निम्नलिखित कथनों में से कौन से सही तथा कौन से गलत हैं :

i. उद्यमी विचारों को कार्यरूप में बदलने का जोखिम उठाते हैं।

ii. उद्यमी जुआरी होते हैं।

iii. एक उद्यमी उत्कृष्टता के लिए सदैव प्रयत्नशील रहता है।

iv. उद्यमी जन्म-जात होते हैं, बनाए नहीं जाते।

v. एक उद्यमी और लोगों के लिए भी रोजगार उत्पन्न करता है।

vi. उद्यमी एक स्वतंत्र व्यक्ति होता है।

20.3 एक सफल उद्यमी के गुण

आइए, अब हम एक सफल उद्यमी के गुणों पर विचार करें। एक उद्यम को सफलतापूर्वक चलाने के लिए बहुत से गुणों की आवश्यकता पड़ सकती है। फिर भी निम्नलिखित गुण महत्वपूर्ण माने जाते हैं :

i) पहल : व्यवसाय की दुनिया में अवसर आते जाते रहते हैं। एक उद्यमी कार्य करने वाला व्यक्ति होना चाहिए। उसे आगे बढ़ाकर काम शुरू कर अवसर का लाभ उठाना चाहिए। एक बार अवसर खो देने पर दुबारा नहीं आता। अतः उद्यमी के लिए पहल करना आवश्यक है।

ii) जोखिम उठाने की इच्छाशक्ति : प्रत्येक व्यवसाय में जोखिम रहता है। इसका अर्थ यह है कि व्यवसायी सफल भी हो सकता है और असफल भी। दूसरे शब्दों में यह आवश्यक नहीं है कि प्रत्येक व्यवसाय में लाभ ही हो। यह तत्व व्यक्ति को व्यवसाय करने से रोकता है। तथापि, एक उद्यमी को सदैव जोखिम उठाने के लिए आगे बढ़ना चाहिए और व्यवसाय चलाकर उसमें सफलता प्राप्त करनी चाहिए।

iii) अनुभव से सीखने की योग्यता : एक उद्यमी गलती कर सकता है, किन्तु एक बार गलती हो जाने पर फिर वह दोहराई न जाय। क्योंकि ऐसा होने पर भारी नुकसान उठाना पड़ सकता है। अतः अपनी गलतियों से सबक लेना चाहिए। एक उद्यमी में भी अनुभव से सीखने की योग्यता होनी चाहिए।

iv) अभिप्रेरणा : अभिप्रेरणा सफलता की कुंजी है। जीवन के हर कदम पर इसकी आवश्यकता पड़ती है। एक बार जब आप किसी कार्य को करने के लिए अभिप्रेरित हो जाते हैं तो उस कार्य को समाप्त करने के बाद ही दम लेते हैं। उदाहरण के लिए, कभी-कभी आप किसी कहानी अथवा उपन्यास को पढ़ने में इतने खो जाते हैं कि उसे खत्म करने से पहले सो नहीं पाते। इस प्रकार की रुचि अभिप्रेरण से ही उत्पन्न होती है। एक सफल उद्यमी का यह एक आवश्यक गुण है।

v) आत्मविश्वास : जीवन में सफलता प्राप्त करने के लिए अपने आप में आत्मविश्वास उत्पन्न करना चाहिए। एक व्यक्ति जिसमें आत्मविश्वास की कमी होती है वह न तो अपने आप कोई कार्य कर सकता है और न ही किसी अन्य को कार्य करने के लिए प्रेरित कर सकता है।

vi) निर्णय लेने की योग्यता : व्यवसाय चलाने में उद्यमी को बहुत से निर्णय लेने पड़ते हैं। अतः उसमें समय रहते हुए उपयुक्त निर्णय लेने की योग्यता होनी चाहिए। दूसरे
शब्दों में उचित समय पर उचित निर्णय लेने की क्षमता होनी चाहिए। आज की दुनिया बहुत तेजी से आगे बढ़ रही हैं यदि एक उद्यमी में समयानुसार निर्णय लेने की योग्यता नहीं होती है, तो वह आये हुए अवसर को खो देगा और उसे हानि उठानी पड़ सकती है।

पाठगत प्रश्न 20.2

निम्नलिखित में से कौन से कथन सही है तथा कौन से गलत :

i. एक उद्यमी को अपनी गलतियों से बार-बार सीखना चहिए।

ii. एक व्यक्ति, जिसमें निर्णय लेने की शक्ति नहीं होती है, उद्यमी नहीं बन सकता।

iii. सभी उद्यमियों के लिए आत्मविश्वास की कमी सफलता की कुंजी है।

iv. एक उद्यमी में समय पर निर्णय लेने की योग्यता होनी चाहिए।

20.4 एक उद्यमी के कार्य

एक उद्यमी के कुछ प्रमुख कार्य निम्नलिखित हैं :

i) उद्यम के अवसरों की पहचान : विश्व में व्यवसाय करने के बहुत से अवसर हैं। इनका आधार मानव की आवश्यकताएं हैं, जैसे : खाना, फैशन, शिक्षा आदि, जिनमें निरंतर परिवर्तन हो रहे हैं। आम आदमी को इन अवसरों की समझ नहीं होती, किन्तु एक उद्यमी इनको अन्य व्यक्तियों की तुलना में शीघ्रता से भांप लेता है। अतः एक उद्यमी को अपनी आंखें और कान खुले रखने चाहिए तथा विचार शक्ति, सृजनात्मक और नवीनता की ओर अग्रसर रहना चाहिए।

ii) विचारों को कार्यान्वित करना : एक उद्यमी में अपने विचारों को व्यवहार में लाने की योग्यता होनी चाहिए। वह उन विचारों, उत्पादों, व्यवहारों की सूचना एकत्रित करता है, जो बाजार की मांग को पूरा करने में सहायक होते हैं। इन एकत्रित सूचनाओं के आधार पर उसे लक्ष्य प्राप्ति के लिए कदम उठाने पड़ते हैं।

iii) संभाव्यता अध्ययन : उद्यमी अध्ययन कर अपने प्रस्तावित उत्पाद अथवा सेवा से बाजार की जांच करता है, वह आनेवाली समस्याओं पर विचार कर उत्पाद की संख्या, मात्रा तथा लागत के साथ-साथ उपक्रम को चलाने के लिये आवश्यकताओं की पूर्ति के ठिकानों का भी ज्ञान प्राप्त करता है। इन सभी क्रियाओं की बनायी गयी रूपरेखा, व्यवसाय की योजना अथवा एक प्रोजेक्ट रिपोर्ट (कार्य प्रतिवेदन) कहलाती है।

iv) संसाधानों को उपलब्ध कराना : उद्यम को सफलता से चलाने के लिए उद्यमी को बहुत से साधनों की आवश्यकता पड़ती है। ये साधन हैं : द्रव्य, मशीन, कच्चा माल तथा मानव। इन सभी साधनों को उपलब्ध कराना उद्यमी का एक आवश्यक कार्य है।

v) उद्यम की स्थापना : एक उद्यम की स्थापना के लिए उद्यमी को कुछ वैधानिक कार्यवाहियां पूरी करनी होती हैं। उसे एक उपयुक्त स्थान का चुनाव करना होता है। भवन को डिजाइन करना, मशीन को लगाना तथा अन्य बहुत से कार्य करने होते हैं।

vi) उद्यम का प्रबंधन : उद्यम का प्रबंधन करना भी उद्यमी का एक महत्वपूर्ण कार्य होता है। उसे मानव, माल, वित्त, माल का उत्पादन तथा सेवाएं सभी का प्रबंधन करना है। उसे प्रत्येक माल एवं सेवा का विपणन भी करना है, जिससे कि विनियोग किए धन से उचित लाभ प्राप्त हो। केवल उचित प्रबंध के द्वारा ही इच्छित परिणाम प्राप्त हो सकते हैं।

vii) वृद्धि एवं विकास : एक बार इच्छित परिणाम प्राप्त करने के उपरांत, उद्यमी को उद्यम की वृद्धि एवं विकास के लिए अगला ऊंचा लक्ष्य खोजना होता है। उद्यमी एक निर्धारित लक्ष्य की प्राप्ति के पश्चात् संतुष्ट नहीं होता, अपितु उत्कृष्टता प्राप्ति के लिए सतत प्रयत्नशील बना रहता है।

पाठगत प्रश्न 20.3

निम्नलिखित में से प्रत्येक के विषय में अपने शब्दों में दो वाक्य लिखिए :

i. संभाव्यता अध्ययन

ii. साधनों को खोजना

20.5 एक लघु उद्यम की स्थापना

चित्र : एक लघु उद्यम की स्थापना करते हुए लोग

आपने उद्यमशीलता तथा एक सफल उद्यमी बनने के लिए आवश्यक गुणों की जानकारी प्राप्त कर ली है। आपने यह भी जान लिया है कि उद्यम की इकाई स्थापित करने के लिए एक उद्यमी क्या-क्या करता है। यदि आपके पास ये गुण हैं तथा इन सभी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए तैयार हैं तो आप भी अपना उद्योग स्थापित कर सकते हैं। परन्तु अपने उद्यम को स्थापित करने का विचार करने से पूर्व एक लघु व्यवसाय स्थापित करने के लिए आवश्यक विभिन्न कारकों की जानकारी प्राप्त कर लेनी चाहिए।

i) लघु व्यवसाय कौन स्थापित कर सकता है?

एक लघु व्यवसाय की इकाई कोई भी व्यक्ति स्थापित कर सकता है। वह पुराना उद्यमी हो सकता है अथवा नवीन, उसे व्यवसाय चलाने का अनुभव हो सकता है और नहीं भी, वह शिक्षित भी हो सकता है अथवा अशिक्षित भी, उसकी पृष्ठभूमि ग्रामीण हो सकती अथवा शहरी।

ii) वित्त का प्रबन्ध

उद्यमी को विश्लेषण कर यह ज्ञात करना होगा कि व्यवसाय में कितने पैसे की आवश्यकता होगी और कितने समय के लिए होगी। मशीन, भवन, कच्चा माल आदि खरीदने तथा श्रमिकों

की मजदूरी आदि चुकाने के लिए उसे धन की आवश्यकता पड़ती है। मशीनरी, भवन, उपकरण आदि क्रय करने के लिए खर्च किया धन स्थायी पूंजी कहलाती है। दूसरी ओर, कच्चा माल क्रय करने तथा मजदूरी तथा वेतन, किराया, टेलीफोन और बिजली के बिल का भुगतान करने के लिए खर्च किया धन, कार्यशील पूँजी कहलाती है। एक उद्यमी को दोनों ही प्रकार की पूंजी जुटानी होती है। यह धन अपने घर से पूरा किया जा सकता है अथवा बैंक तथा अन्य वित्तीय संस्थाओं से ऋण लेकर। मित्रों तथा संबंधियों से भी धन उधार लिया जा सकता है।

iii) व्यवसाय का चुनाव

व्यवसाय करने की प्रक्रिया तब से प्रारम्भ हो जाती है जब उद्यमी सोचना शुरू कर देता है कि वह किस चीज का व्यवसाय करें। वह बाजार की मांग को देखते हुए व्यावसायिक
अवसरों पर सोच सकता है। वह विद्यमान वस्तु अथवा उत्पाद के लिए निर्णय ले सकता है अथवा किसी नये उत्पाद पर विचार कर सकता है। किन्तु कोई भी कदम उठाने से पहले उसे व्यवसाय का लाभ, शक्ति अथवा लाभप्रदता और पूंजी निवेश पर गंभीरता से विचार करना होगा। लाभप्रदता तथा जोखिम की स्थिति पर विचार कर लेने के पश्चात ही व्यवसाय की कौन सी दिशा ठीक रहेगी इसके बारे में उद्यमी को निर्णय लेना चाहिए।

iv) संगठन के स्वरूप का चयन

संगठन के विभिन्न स्वरूपों के विषय में आप जानकारी प्राप्त कर चुके हैं। अब आपको अपनी आवश्यकता के अनुसार सर्वश्रेष्ठ रूप से चयन करना होगा। सामान्यतः एक लघु उद्यम को चुनना ठीक होगा, जो एकल व्यवसायी अथवा साझेदारी का रूप ले सकती है।

v) स्थिति

व्यवसाय कहां शुरू किया जाए, इस स्थान के चुनाव में विशेष सावधानी बरतनी चाहिए। एक उद्यमी अपने स्थान पर अथवा किराये के स्थान पर व्यवसाय शुरू कर सकता है। वह स्थान किसी बाजार अथवा व्यापारिक कॉमप्लेक्स अथवा किसी औद्योगिक भूमि (ऐस्टेट) में हो सकता है। स्थान-विषयक निर्णय लेते समय उद्यमी को बहुत से कारकों जैसे : बाजार की निकटता, श्रम की उपलब्धता, यातायात की सुविधा, बैंकिंग तथा संवहन की सुविधाएं आदि पर विचार कर लेना चाहिए। एक कारखाने की स्थापना अधिमानतः ऐसे स्थान पर करनी चाहिए, जहां कच्चे माल की प्राप्ति का स्रोत हो और वह स्थान रेल सड़क यातायात की सुविधा से भी जुड़ा हुआ हो। एक फुटकर व्यवसाय एक मोहल्ले अथवा बाजार में शुरू किया जाना चाहिए।

vi) श्रम की उपलब्धि

एक उद्यमी अकेला ही व्यवसाय को नहीं चला सकता। उसे अपनी सहायता के लिए कुछ व्यक्तियों को नौकरी पर रखना होगा। विशेष रूप से विनिर्माण कार्य के लिए उसे प्रशिक्षित तथा अर्ध-प्रशिक्षित कारीगरों को रखना होगा। कार्य शुरू करने से पूर्व उद्यमी को यह निश्चित कर लेना चाहिए कि क्या उसे किये जाने वाले कार्यों के लिए उचित प्रकार के कर्मचारी मिल पायेंगे?

पाठगत प्रश्न 20.4

I. निम्नलिखित कथनों में कौन से सही तथा कौन से गलत हैं :

i. केवल अमीर व्यक्ति ही व्यवसाय शुरू कर सकता है।

ii. एक लघु उद्योग एक उद्यमी द्वारा अपने भवन पर अथवा किराये के भवन पर शुरू किया जा सकता है।

iii. एक उद्यमी को उपभोक्ता के सही उत्पाद से कहीं हटकर व्यवसाय शुरू करना चाहिए।

iv. लघु व्यवसाय के लिए कार्यशील पूंजी की अधिक मात्रा में आवश्यकता नहीं होती है।

v. उत्पाद का विपणन करने के लिए बिक्री संवर्धन तकनीक का प्रयोग करना चाहिए।

II. बहुविकल्पीय प्रश्न

i. निम्न में से कौन सा एक उद्यमी का महत्व नहीं दर्शाता :

क) लोगों को रोजगार उपलब्ध करना

ख) शोध एवं विकास में योगदान देना

ग) राष्ट्र के लिए संपत्ति का निर्माण करना

घ) आत्म निर्भरता प्रदान करना

ii. एक उद्यमी का गुण बताइए।

क) पहल

ख) अनुभव की कमी

ग) आत्मविश्वास की कमी

घ) निर्णयन क्षमता की कमी

iii. निम्न में से कौन सा उद्यमी का कार्य नहीं है :

क) विचारों को कार्यान्वित करना

ख) संभाव्यता अध्ययन

ग) संसाधनों को उपलब्ध कराना

घ) चालू व्यवसाय को समाप्त करना

iv. व्यवसाय कौन शुरू कर सकता है?

क) केवल उच्च शिक्षित व्यक्ति

ख) केवल अशिक्षित व्यक्ति

ग) केवल अमीर व्यक्ति

घ) उपरोक्त सभी

v. एक व्यवसाय का चयन करने से पहले एक उद्यमी को निम्न बातें ध्यान में रखनी चाहिए :

क) लाभ क्षमता

ख) जोखिम

ग) लाभ

घ) उपरोक्त सभी

आपने क्या सीखा

- व्यवसाय के अवसरों की पहचान करने के लिए उद्यमी एक सृजनात्मक तथा प्रवर्तन करनेवाला व्यक्ति है, उसमें जोखिम उठाने की योग्यता तथा व्यवसाय चलाने की आवश्यक रुचि होती है। इस प्रक्रिया में न केवल वह स्वयं ही लगा रहता है बल्कि

अन्य व्यक्तियों के लिए भी रोजगार का सृजन करता है ।

- उद्यमशीलता नये विचारों को पहचानने, विकसित करने एवं उन्हें वास्तविक स्वरूप प्रदान करने की क्रिया है ।
- उद्यम की स्थापना करने के लिए दृढ़ निश्चय, व्यवसाय को शुरू करने एवं उसको चलाने के लिए आवश्यक गुणों का होना, कठिन परिश्रम करने तथा जोखिम उठाने की क्षमता, एक सफल उद्यमी के लिए आवश्यक गुण हैं ।
- इस प्रकार, उद्यम व्यक्तियों द्वारा, प्रयोग किए जाने वाले विभिन्न गुणों तथा चातुर्य का सम्मिश्रण है, जो नए परिवर्तन, नई ऊर्जा तथा जोखिम उठाने के लिए तैयार होकर व्यवसाय की वृद्धि एवं उत्कृष्टता के लिए निरंतर प्रयासरत रहते हैं ।
- प्रत्येक राष्ट्र को उद्यमियों की जरूरत है, क्योंकि वे उसकी वृद्धि तथा आर्थिक विकास में बहुत अधिक योगदान करते हैं ।
- एक उद्यमी व्यवसाय के विभिन्न अवसरों की पहचान करते हैं, अपने विचारों को कार्यान्वित करते हैं, अपनी परियोजनाओं की संभाव्यता का अध्ययन करते हैं, साधन जुटाते हैं, उद्यम की स्थापना करते हैं तथा वृद्धि के लिए निरंतर प्रयासरत रहते हैं ।
- कोई भी व्यक्ति चाहे शिक्षित हो अथवा अशिक्षित, व्यावसायिक परिवार का हो अथवा गैर-व्यावसायिक परिवार का, ग्रामीण हो अथवा शहरी, एक लघु उद्योग शुरू कर सकता है । आवश्यकता है इच्छा शक्ति तथा आत्मविश्वास की ।
- लघु उद्यम को शुरू करने के लिए आवश्यक धन अपने साधनों से अथवा ऋण लेकर अथवा दोनों साधनों से जुटाया जा सकता है । बैंकों तथा अन्य वित्तीय संथाओं से भी ऋण लिया जा सकता है ।
- एक लघु उद्योग चालाने में सफलता प्राप्त करने के लिए आप एक उत्पाद अथवा बहुत से उत्पादों का मिश्रण कर चुनाव कर सकते हैं बशर्ते बाजार में उनकी मागं हो ।

पाठांत प्रश्न

1. 'उद्यमशीलता' की अवधारणा को स्पष्ट कीजिए ।

2. उद्यमी के कोई तीन गुण बताइए ।

3. एक उद्यमी बनने के महत्व को समझाइए ।

4. एक सफल उद्यमी की किन्हीं तीन विशेषताओं को बताइए ।

5. अभिप्रेरणा किस प्रकार सफलता की कुंजी है । वर्णन कीजिए ।

6. एक उद्यमी के विभिन्न कार्यों का वर्णन कीजिए ।

7. एक बॉल पेन बनाने के लिए लघु उद्योग की स्थापना करते समय आप किन-किन कारकों को ध्यान में रखेंगे । विस्तार से लिखिए ।

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

20.1 (i) सही (ii) गलत (iii) सही (iv) गलत (v) सही (vi) सही

20.2 (i) गलत (ii) सही (iii) गलत (iv) सही

20.3 स्वयं उत्तर

20.4 I. (i) गलत (ii) सही (iii) गलत (iv) गलत (v) सही

II. (i) घ (ii) क (iii) घ (iv) घ (v) घ

आपके लिए क्रियाकलाप

- एक समीपस्थ लघु उद्योग में जाओ तथा इसके कार्य करने के ढंग को देखो।
- अपने आसपास के किसी उद्यमी से मिलो और उसकी सफलता के रहस्य के विषय में उनसे बातचीत करो।

पाठ्यक्रम VII

अधिकतम अंक 00

अध्ययन के घंटे 30

प्रयोगात्मक /परियोजना कार्य

अंततः अध्ययनकर्ता को कार्यक्षेत्र में जाना ही पड़ता है। वह सवेतन रोजगार अथवा स्वरोजगार हो सकता है। उनकी सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि वह अभीष्ट/दिये गये कार्य को कितनी बुद्धिमता से करते हैं। यह पाठयक्रम बुद्धिमता तथा कार्य करने की क्षमता को विकसित करने के उद्देश्य से तैयार किया गया है।

पाठ 21 : परियोजना कार्य

21. परियोजना कार्य

यह आशा की जाती है कि परियोजना कार्य विद्यार्थियों में कौशल को विकसित करने में सहायता करेगा और व्यवसाय के विभिन्न पहलुओं को समझने में भी सहायक होगा तथा
यह उनके जीवन को सार्थक बनायेगा।

परियोजनाएं :

1. अपने आस-पास कार्यरत लोगों में से किन्हीं पांच के बारे में पता कीजिए कि वे अपनी जीविका चलाने के लिए क्या-क्या कार्य करते हैं। इन कार्यों को व्यवसाय, पेशा तथा रोजगार में वर्गीकृत कीजिए तथा सूचना को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	उपक्रम का नाम व पता	उत्पाद/सेवा का नाम	व्यवसाय/पेशा/रोजगार
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

निम्न बिन्दुओं के आधार पर इन तीनों आर्थिक क्रियाओं (व्यवसाय, पेशा तथा रोजगार) की तुलना कीजिए :

आधार	व्यवसाय	पेशा	रोजगार
अर्थ			
नियमन कर्ता			
आचार संहिता			
शर्तें एवं दशाएं			
प्रतिफल			
जोखिम			

2. किन्हीं पांच दुकानदारों अथवा अन्य व्यवसायियों से बात कीजिए और पता लगाइए कि :

i. उनके द्वारा व्यवहारित वस्तुओं अथवा सेवाओं के प्रकार।

ii. उनके द्वारा निवेशित संसाधन जैसे भूमि, श्रम व पूंजी।

iii. वे जोखिम तथा अनिश्चितताएं जिनका सामना उन्हें लाभ अर्जित करने में करना पड़ता है।

अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्र.सं.	उपक्रम का नाम व पता	उत्पाद/सेवा का नाम	उपयोग में लाए गए संसाधन			अनिश्चितताएं जिनका सामना किया गया
			भूमि (वर्ग मी.)	कर्मचारी की संख्या	पूंजी (रुपये)	
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

3. पुस्तकोंस पत्रिकाओं तथा समाचारपत्रों से भारत में आयातित तथा भारत से निर्यातित वस्तुओं के बारे में सूचना एकत्र कीजिए। हमारे देश के कम से कम पांच बंदरगाहों के नाम भी पता कीजिए, जिनका प्रयोग विदेशी व्यापार के लिए होता है। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

आयात की जाने वाली वस्तुएँ

क्रम सं.	वस्तु का नाम	आयात करने वाली फर्म का नाम	निर्यात करने वाले देश का नाम	आयात हेतु प्रयुक्त भारतीय बंदरगाह
1.				

2.				
3.				
4.				
5.				

निर्यात की जाने वाली वस्तुएँ

क्रम सं.	वस्तु का नाम	निर्यात करने वाली फर्म का नाम	आयात करने वाले देश का नाम	निर्यात हेतु प्रयुक्त भारतीय बंदरगाह
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

4. अपने घर के समीप के कुछ दुकानदारों अथवा अन्य व्यवसायियों से उनके व्यवसाय चलाने के उद्देश्यों का पता लगाइए। इन उद्देश्यों को विभिन्न प्रकारों में वर्गीकृत कीजिए, जिनके बारे में आप पढ़ चुके हैं। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	उपक्रम का नाम व पता	उद्देश्य	उद्देश्य का प्रकार आर्थिक/मानवीय/सामाजिक/राष्ट्रीय/वैश्विक
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

5. आपके घर के समीप के क्षेत्र में चलने वाली किन्हीं पांच व्यावसायिक क्रियाओं की
पहचान कीजिए। इन्हें 'उद्योग' एवं 'वाणिज्य' में वर्गीकृत कीजिए। इसके अतिरिक्त, उद्योग के अंतर्गत क्या आप बता सकते हैं कि वे प्राथमिक, द्वितीयक अथवा तृतीयक
उद्योग हैं? अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	उपक्रम का नाम व पता	व्यावसायिक क्रिया की प्रकृति	उद्योग अथवा वाणिज्य	उद्योग के प्रकार (यदि उद्योग है तो)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

6. अपने नजदीक की किन्हीं पाँच दुकानों का सर्वेक्षण कीजिए तथा विभिन्न दुकानों की सूची बनाइए। एकल स्वामित्व वाली कम से कम चार व्यावसायिक इकाइयों की पहचान कीजिए। अपने समीप की एक छोटी दुकान के दुकानदार से पूछिए कि उसे अपनी व्यावसायिक गतिविधियों के विस्तार में किन-किन समस्याओं का सामना करना पड़ता है। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	उपक्रम का नाम व पता	दुकानों में उपलब्ध वस्तुओं के	स्वामित्व (एकल अथवा संयुक्त)	व्यवसाय के विस्तार में बाधक समस्याएं (केवल एकल स्वामित्व के

		प्रकार		मामले में)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

निष्कर्ष : एकल स्वामित्व को अपने व्यवसाय के विस्तार में आने वाली समस्याएं ।

7. दैनिक उपयोग में आने वाली किन्हीं पाँच वस्तुओं (बंद पैकेट वाली) को एकत्र कीजिए तथा उन्हें बनाने वाली कंपनियों की सूची बनाइए । इन कंपनियों को निजी
तथा सार्वजनिक कंपनियों में वर्गीकृत कीजिए ।

क्रम संख्या	बंद पैकेट वस्तु का नाम	उत्पाद कंपनी का नाम	कंपनी का प्रकार (निजी अथवा सार्वजनिक	बहुराष्ट्रीय कंपनी पर सही का चिन्ह लगाइए
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

8. अपने घर के समीप के बाजार में जाकर किन्हीं पांच व्यापारियों से पूछिए कि वे अपने माल के परिवहन के लिए किस-किस साधन का उपयोग करते हैं तथा क्यों? उनसे परिवहन के उस साधन के लाभ तथा हानियों के बारे में पूछिए। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	फर्म का नाम	बेची जाने वाली वस्तुओं के नाम	परिवहन का साधन	इस साधन के लाभ	इस साधन की हानियां
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

9. किन्हीं चार ऐसी वस्तुओं की सूची बनाइए जिनका उत्पादन पूरे वर्ष होता रहता है, परंतु उनका उपयोग किसी विशेष मौसम में ही होता है। किन्हीं चार ऐसी वस्तुओं की सूची बनाइए, जिनका उत्पादन किसी विशेष मौसम में होता है, परंतु उनका उपयोग पूरे वर्ष किया जाता है। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणियों में दर्शाइए :

पूरे वर्ष उत्पादित की जाने वाली परंतु किसी विशेष मौसम में उपयोग की जाने वाली वस्तुओं की सूची

क्रम संख्या	वस्तु का नाम	महीने, जिनमें उत्पादन किया जाता है	महीने, जिनमें उपयोग किया जाता है
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

किसी विशेष मौसम में उत्पादित की जाने वाली परंतु पूरे वर्ष उपयोग की जाने वाली वस्तुओं की सूची

क्रम संख्या	वस्तु का नाम	महीने, जिनमें उत्पादित की जाती है	महीने, जिनमें उपयोग किया जाता है
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

इन वस्तुओं के भंडारण की आवश्यकता तथा महत्व की चर्चा कीजिए।

10. अपने समीप के किन्हीं पाँच एकल स्वामियों से पूछिए कि क्या वे अपने व्यवसाय को साझेदारी में परिवर्तित करने के इच्छुक हैं। एकल स्वामी द्वारा दिए गए कारणों को लिखिए। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणियों में दर्शाइए :

उन एकल स्वामियों की सूची जो साझेदारी में परिवर्तित करने के इच्छुक है

क्रम संख्या	एकल स्वामित्व फर्म का नाम	एकल स्वामी का नाम	परिवर्तन चाहने के कारण
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

उन एकल स्वामियों की सूची जो साझेदारी में परिवर्तित करने इच्छुक नहीं हैं

क्रम संख्या	एकल स्वामित्व फर्म का नाम	एकल स्वामी का नाम	परिवर्तन नहीं चाहने के कारण
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

11. अपने नजदीक/गाँव अथवा आस-पास के गांव की किन्हीं पाँच सहकारी समितियों के कार्यालय में जाकर पता लगाइए कि :

i. समिति का उद्देश्य क्या है?

ii. समिति के सदस्य कौन हैं?

iii. समिति की गतिविधियां क्या-क्या हैं?

iv. क्या समिति को अपने प्रचालन में कुछ समस्याओं का सामना करना पड़ता है?

अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	समिति का नाम	समिति का उद्देश्य	सदस्यों की संख्या	समिति की मुख्य गतिविधियां	प्रचालन की समस्याएं
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

12. अपने घर के समीप के बैंकों की सूची बनाइए तथा उनके कार्यों के आधार पर उन्हें वर्गीकृत कीजिए। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए तथा वाणिज्यिक बैंकों
के विभिन्न कार्यों की चर्चा कीजिए :

क्रम संख्या	बैंक का नाम	शाखा	मुख्य कार्य	बैंक का प्रकार (राष्ट्रीकृत, निजी सहकारी, ग्रामीण)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

13. किसी बैंक की निकटतम शाखा में जाइए तथा उस शाखा में खोले जा सकने वाले विभिन्न खातों के बारे में जानकारी एकत्र कीजिए। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में

क्रम संख्या	खाते का प्रकार	खाता खोलने हेतु न्यूनतक राशि	ब्याज की दर (%)	परिपक्वता अवधि यदि है तो (महीने)	उपयुक्तता
1.	बचत खाता				
2.	चालू खाता				
3.	आवर्ती जमा खाता				
4.	स्थायी जमा खाता				
5.	सार्वजनिक भविष्य निधि खाता				

14. अपने क्षेत्र के उन व्यवसायियों से मिलिए जिन्होंने विभिन्न प्रकार की अनिश्चितताओं से बचने हेतु बीमा करा रखा है। ऐसे कम से कम पाँच दुकानदारों की सूची उनके नाम, पते सहित बनाइए और उनसे बीमा सुरक्षा की प्रकृति, पॉलिसी का नाम तथा उसके लाभों के बारे में पूछिए अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	व्यवसायी का नाम व पता	बीमा सुरक्षा की प्रकृति	पालिसी का नाम	बीमा कंपनी का नाम
1.				
2.				
3.				
4.				

5.				

15. समाचार पत्र पढ़कर लेखों एवं विज्ञापनों से उन उत्पादों की पहचान कीजिए जिन्हें डाक आदेश व्यापार द्वारा बेचा जाता है। डाक आदेश व्यापार के लाभों तथा हानियों
का अध्ययन कीजिए। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	विज्ञापनदाता का नाम व पत	उत्पाद	ब्रांड	आदेश प्राप्ति का माध्यम (पत्र/दूरभाष/एसएमएस/ई-मेल)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

डाक आदेश व्यापार के लाभों तथा हानियों को शीर्षकानुसार लिखिए।

16. आपके द्वारा दिन प्रतिदिन उपयोग की जाने वाली वस्तुओं तथा सेवाओं की सूची बनाइए। एक उपभोक्ता के रूप में इन वस्तुओं तथा सेवाओं को क्रय करते समय क्या आपको किसी कठिनाई का सामना करना पड़ता है? उपभोक्ता के विभिन्न अधिकारों का अध्ययन कीजिए।

अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	उत्पाद/सेवा का नाम	उत्पादक/प्रदाता का नाम	कठिनाई	संबंधित उपभोक्ता अधिकार
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

17. किन्हीं पाँच भारतीय कंपनियों की सूची बनाइए। जिन्होंने विदेशी कंपनी के साथ संयुक्त उपक्रम स्थापित किए हैं। इन उपक्रमों के प्रत्यक्ष लाभों का पता लगाइए। अपनी रिपोर्ट को निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	भारतीय कंपनी का नाम	विदेशी कंपनी का नाम	देश का नाम	उत्पाद
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

संयुक्त उपक्रमों के लाभों को शीर्षकानुसार लिखिए।

18. समाचार पत्रों, पत्रिकाओं तथा अन्य व्यवसाय संदर्भों के माध्यम से कम से कम पांच ऐसी कंपनियों की पहचान तथा विवेचन कीजिए जो आपके विचार में सामाजिक दायित्व निभाती हैं तथा कम से कम पाँच ऐसी कंपनियों की पहचान कीजिए जो सामाजिक दायित्वों पर ध्यान नहीं देती हैं। अपनी रिपोर्ट

को निम्न सारणी में दर्शाइए :

सामाजिक जिम्मेदार कंपनियां

क्रम संख्या	कंपनी का नाम	कंपनी की सामाजिक गतिविधि	सामाजिक उत्तरदायित्व का नाम जो निभाया गया
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

सामाजिक गैरजिम्मेदार कंपनियां

क्रम संख्या	कंपनी का नाम	कंपनी की गति विधि जो उसकी सामाजिक गैर जिम्मेदार दर्शाती है	सामाजिक उत्तरदायित्व का नाम जो नहीं निभाया गया
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

19. समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं में दिए गए विज्ञापनों से, उत्पादकों द्वारा प्रारंभ की गई विक्रय संवर्धन की विभिन्न योजनाओं के बारे में जानकारी एकत्र कीजिए। अपनी रिपोर्ट निम्न सारणी में दर्शाइए :

क्रम संख्या	उत्पादक का नाम	ब्रांड सहित उत्पाद	योजना	विक्रय संवर्धन योजना का नाम
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

20. निम्न सारणी में वित्त के विभिन्न स्रोतों का तुलनात्मक चार्ट बनाइए :

क्रम संख्या	तुलना का आधार	समता अंश	ऋणपत्र	बैंकों से ऋण	सार्वजनिक जमाएं
1.	सुलभता				
2.	लागत				
3.	संगठन का स्वरूप				
4.	नियंत्रण				
5.	ऋण प्राप्त कर सकने पर प्रभाव				
6.	लोचशीलता				
7.	कर लाभ				

नमूना प्रश्न पत्र

व्यवसाय अध्ययन (माध्यमिक पाठ्यक्रम)

आप अवगत होंगे कि हमने व्यवसाय अध्ययन के पाठ्यक्रम को पुनरीक्षित किया है। यह फेरबदल वर्ष 2012-13 से किया गया है। इस नये पाठ्यक्रम की यह नई पुस्तक है। परीक्षा के तरीके/विधि में कुछ बदलाव किया गया है साथ ही प्रश्न पत्रों के नमूना में भी बदलाव किया गया है। आगे के पृष्ठों में आप प्रश्न पत्र को नये डिजाइन में पायेंगे तथा नये तरह के प्रश्नपत्रों में नमूना प्रश्न पत्र तथा अंक योजना (मार्किंग स्कीम) भी होगी। प्रश्न पत्र आपका मार्ग दर्शन करेंगे कि प्रश्न किस प्रकार के हैं, प्रत्येक प्रश्न के कितने अंक है, तथा प्रत्येक पाठ्यक्रम (Module) के कितने अंक है?

इस नमूना के प्रश्न पत्र में उसी प्रकार के प्रश्न होंगे, जैसे कि आप अपनी अन्तिम (Final) परीक्षा में पायेंगे। उदाहरण के लिये आप विभिन्न रुचि के 10 प्रश्न पायेंगे। प्रत्येक का 1 अंक होगा; 5 प्रश्न लघु उत्तर के होंगे, प्रत्येक के 3 अंक होंगे; 5 प्रश्न लघु उत्तर के होंगे, प्रत्येक के 4 अंक होंगे; 5 प्रश्न दीर्घ उत्तर के होंगे, जो 5 अंक के होगे और 5 प्रश्न अति
दीर्घ उत्तर के होंगे, प्रत्येक के 6 अंक होंगे। इस प्रकार से कुल 30 प्रश्न व कुल 100 अंक होगें।

नमूना का प्रश्न पत्र, अंक योजना (मार्किंग स्कीम) के साथ है जो सम्भावित उत्तर (वैल्यू पाइन्ट) सहित है। प्रश्न को कैसे हल किया जाय इसमें सहायता मिलेगी।

अंको का विभाजन वैल्यू पाइंट के साथ-साथ प्रत्येक उत्तर के साथ दिया गया है।

हमें आशा है कि आप अंक योजना (मार्किंग स्कीम) को कोर्स पूरा करने में लाभप्रद पायेंगे।

यदि आपको, किसी भी प्रकार की कोई कठिनाई है, तो आप N.I.O.S को लिखने के लिये स्वतंत्र है।

नमूना प्रश्न पत्र

विषय - व्यवसाय अध्ययन कक्षा : X

अधिकतम अंक : 100 समय : 3 घंटे

I. वस्तुनिष्ठ द्वारा अंक

वस्तुनिष्ठ	अंक	कुल अंकों का प्रतिशत
ज्ञान	30	30
समझना	50	50
प्रयोगात्मक	20	20
योग	100	100

2. विभिन्न प्रकार के प्रश्नों के अंक

प्रश्नों के प्रकार	प्रश्नों की संख्या	प्रत्येक प्रश्न के अंक	कुल अंक	अनुमानित समय जो एक एक परीक्षार्थी लेगा
वस्तुनिष्ठ प्रश्न	10	1	10	10
अतिलघु उत्तरीय प्रश्न	5	3	15	25
लघु उत्तरीय प्रश्न	5	4	20	30
दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	5	5	25	50
अतिदीर्घ उत्तरीय प्रश्न	5	6	30	50
योग	30		100	165 + 15 = 180

3. विषय वस्तु के अनुसार अंक

	पाठ्यक्रम	अंक
1.	व्यवसाय का परिचय	12

2.	व्यवसायिक संगठनों के स्वरूप	15
3.	सेवा क्षेत्र	25
4.	क्र. विक्रय तथा वितरण	20
5.	उपभोक्ता जागरूकता	16
6.	व्यापार में जीविकापार्जन के अवसर	12
7.	परियोजना कार्य	00

नमूना प्रश्न पत्र : व्यवसाय अध्ययन (माध्यमिक पाठ्यक्रम)

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दो

1. निम्नलिखित में कौन सा “संयुक्त हिन्दू परिवार व्यवसाय” का गुण/विशेषता नहीं है-(1)

अ) जन्म से सदस्यता

ब) कर्ता का असीमित दायित्व

स) मृत्यु से अप्रभावित

द) परिवार का सबसे कम आयु का सदस्यकर्ता है ।

2. सार्वजनिक कम्पनी के न्यूनतम सदस्य होते हैं - (1)

अ) 10

ब) 02

स) 50

द) 07

3. सहकारी उपभोक्ता समिति बनाई जाती है – (1)

अ) सदस्यों को गृह सुविधा उपलब्ध कराने के लिए

ब) सामान को बाजार में क्रय विक्रय करने के लिए

स) उपभोक्ता के हित की रक्षा करने के लिए

द) सदस्यों को आर्थिक सहायता के लिए

4. निम्न में से कौन-सा कार्य भंडारण का नहीं है - (1)

अ) सामान का संग्रह (स्टोर करना)

ब) जोखिम उठाना

स) विज्ञापन

द) श्रेणी विभाजन तथा ट्रेड मार्किंग

5. निम्न में से कौन सा “विशेष बैंक” का उदाहरण है - (1)

अ) स्टेट को आपरेटिव बैंक

ब) इम्पोर्ट बैंक ऑफ इण्डिया

स) विकास बैंक

द) सैन्ट्रल बैंक

6. एक जागरूक क्रेता, विक्रेता से सामान के सम्बन्ध में विस्तार से जानना चाहता है । वह किस प्रकार का पत्र लिखेगा? (1)

अ) निर्ख

ब) व्यापारिक पूछताछ पत्र

स) आदेश पत्र

द) शिकायती पत्र

7. विक्रय की किस विधि में भुगतान किस्तों में किया जाता है? (1)

अ) निविदा के द्वारा बिक्री

ब) किराया क्रय के आधार पर

स) नीलामी द्वारा

द) वाश सेल (माल को निपटाने वाली बिक्री)

8. किस अधिकार के अन्तर्गत उपभोक्ता, दोषपूर्ण सामान के बदले में नया सामान प्राप्त कर सकता है अथवा विक्रेता से सामान की कीमत वापिस मांग सकता है? (1)

अ) सुरक्षा का अधिकार

ब) माल के बदलने अथवा सुधारने के अधिकार

स) चुनने का अधिकार

द) सुने जाने के अधिकार

9. कैरियर प्लानिंग (जीविका योजना) में होते हैं : (1)

अ) स्वयं का व्यवसाय शुरू करना

ब) योग्य व्यवसाय चुनने के सम्बन्ध में सकारात्मक तथा नकारामक सोचना

स) किसी/एक काम को करना अथवा काम से जुड़ना

द) व्यवसाय के साथ समायोजन करना

10. कोई उद्यम और व्यवसाय चुनते समय दिमाग/मन में यह अवश्य रखना चाहिए : (1)

अ) लाभ मिलना

ब) जोखिम का होना

स) लाभ

द) उक्त से अधिक

11. व्यवसाय को समाज के प्रति क्यों उत्तरदायी होना चाहिए? कोई तीन कारण बताएं। (3)

12. पेशे के किन्हीं तीन गुणों की व्याख्या करें। (3)

13. व्यवसायिक संगठन में साझेदारी के गुणों की व्याख्या करें। (3)

14. क्रय करने के निम्नलिखित तरीके को विस्तार से समझाइए : (3)

i. निरीक्षण द्वारा क्रय

ii. नमूने के द्वारा क्रय

15. डाकघर विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करता है जैसे - डाक, बैकिंग, बीमा सेवाएं तथा और भी कई अन्य प्रकार की सेवाएं प्रदान करता है? इस प्रकार की तीन सेवाओं की संक्षिप्त में व्याख्या करें। (3)

16. संयुक्त पूंजी कम्पनी क्या है? तीन विशेषताओं का उल्लेख करें। (4)

17. निम्नलिखित बीमा सिद्धान्तों का संक्षेप में उल्लेख करें : (4)

i. बीमा योग्य लाभ

ii. क्षतिपूर्ति

18. बहुउद्देशीय दुकानों के किन्हीं दो लाभों तथा किन्हीं दो सीमाओं (हानियों) का उल्लेख करें। (4)

19. व्यापारी द्वारा उपभोक्ताओं को कई प्रकार धोखा दिया जा सकता है। ऐसी किन्हीं 4 अनुचित क्रियाओं/बातों के बारे में बताएं, उपभोक्ताओं को जिनका सामना करना पड़ता है। (4)

20. स्वरोज़गार और वेतन रोज़गार में क्या अंतर है? किन्हीं चार अंतरों का विवरण दें।(4)

21. देश की अर्थव्यवस्था में बैंकों का क्या योगदान है? व्याख्या करें। (5)

22. सीमित दायित्व साझेदारी की व्याख्या करें। इसकी किन्हीं तीन विशेषताओं की व्याख्या करें। (5)

23. व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण को परिभाषित कीजिए। इसके क्या लाभ हैं? (5)

24. थोक विक्रेता की किन्हीं पांच विशेषताओं का उल्लेख करें। (5)

25. उपभोक्ताओं की सुरक्षा के लिये हमारे देश में उपभोक्ता अदालतों के क्षेत्र की व्याख्या करें। (5)

26. क्या अधिक से अधिक लाभ कमाना ही व्यापार का मुख्य उद्देश्य है? व्याख्या करें। (6)

27. “यद्यपि संप्रेषण एक व्यापक कार्य है, प्रायः यह व्यवहार में संतोषजनक नहीं है।” उपरोक्त को ध्यान में रखते हुए, प्रभावी संप्रेषण की विभिन्न बाधाओं का उल्लेख करें। (6)

28. विज्ञापनदाता को प्रत्येक विज्ञापन के साथ-साथ उत्पाद की गुणवत्ता का भी ध्यान रखना चाहिए। इस कथन की व्याख्या कीजिए। (6)

29. “बिना कर्त्तव्यों के अधिकार नहीं”। उपभोक्ताओं के संदर्भ में इस कथन की व्याख्या कीजिए। उपभोक्ताओं के विभिन्न कर्त्तव्यों का संक्षिप्त वर्णन कीजिए। (6)

30. उद्यमिता क्या है? सफ़ल उद्यमी के गुणों की व्याख्या करें। (6)

अंक योजना

व्यवसाय अध्ययन माध्यमिक पाठ्यक्रम

प्रश्न सं.	अनुमानित मूल्यांक	अंक
1.	(द)	(1)
2.	(ब)	(1)
3.	(स)	(1)
4.	(स)	(1)
5.	(ब)	(1)
6.	(ब)	(1)
7.	(ब)	(1)
8.	(ब)	(1)
9.	(ब)	(1)
10.	(द)	(1)

11. व्यवसाय को समाजिक रूप से उत्तरदायी होना चाहिए क्योंकि (निम्न में से किन्हीं तीन का संक्षेप में वर्णन करें) (1 गुणा 3 = 3)

(क) सार्वजनिक छवि

(ख) सरकारी नियमन

(ग) उत्तरजीविता तथा वृद्धि

(घ) कर्मचारियों का संतोष

(ङ) उपभोक्ता की जागरूकता

12. व्यवसाय के गुण (कोई तीन संक्षिप्त उदाहरण के साथ) (1 गुणा 3 = 3)

(क) यह एक आजीविका है

(ख) विशिष्ट ज्ञान तथा प्रशिक्षण आवश्यक है

(ग) सेवा प्रदान करना इसका मूल उद्देश्य है

(घ) पेशेवर संस्था द्वारा नियमन

13. व्यवसायिक संगठन में साझेदारी के मुख्य गुण हैं (संक्षेप में कोई तीन उदाहरण सहित) (1 गुणा 3 = 3)

(क) दो या अधिक सदस्य

(ख) संविदा सम्बन्ध

(ग) कानून की सीमाओं के भीतर व्यवसाय

(घ) लाभ का वितरण

(ङ) असीमित दायित्व

(च) प्रधान-अभिकर्ता सम्बन्ध

14. जांच पड़ताल से क्रय : मान लीजिये कि आपको एक कमीज, पैन या कुछ सब्जियां क्रय करनी हैं। अब आप क्या करेंगे? सम्भवतः आप पास की किसी दुकान पर जायेंगे और स्वयं शर्ट, पैन अथवा सब्जियों को क्रय करने से पहले देखेंगे। यह एक ऐसा तरीका है, जिसमें क्रेता स्वयं विक्रेता के पास जा कर वस्तु की जांच पड़ताल करता है तब क्रय करता है? अधिकतर यह फुटकर क्रय करने में प्रयोग में आता है।

नमूने द्वारा क्रय : जब आप अधिक मात्रा में कोई वस्तु क्रय करने के लिये जाते हैं तो यह सम्भव नहीं होता कि आप सम्पूर्ण वस्तु की जांच पड़ताल करें। आप सामान या वस्तु का नमूना देख कर वस्तु को क्रय करने का निश्चय करते है। सैम्पल या नमूना बानगी सामान अथवा कच्चे माल का अथवा खाद्य पदार्थ का नमूना होता है। यह अधिक मात्रा
का प्रतिनिधित्व करता है। इसकी क्वालिटी/गुणवत्ता पूरे माल के गुण-दोष को दर्शाती है। इसी प्रकार से नमूना पूरे लाट के उत्पादन की गुणवत्ता को दर्शाता है जैसे कि कपड़ा अथवा जूट के गद्दे आदि। यह रंग आदि के सम्बंध में भी जानकारी देता है। कभी-कभी उत्पाद का कोड नम्बर भी होता है। क्रय का आदेश देते समय कोड नम्बर का प्रयोग
किया जा सकता है। क्रेता तथा विक्रेता दोनों इस बात से सहमत होते है कि जो सैम्पल या नमूना दिखाया गया है। अधिक मात्रा में माल भी उसी तरह का होगा।

15. डाकघर द्वारा प्रदत्त सेवाएं (संक्षिप्त व्याख्या सहित) (1 ½ गुणा = 3)

क) बीमा सेवाएं

ख) अन्य सेवाएं

16. एक संयुक्त पूंजी कम्पनी, एक कृत्रिम व्यक्ति होती है जो कि नियमो/कानूनों द्वारा बनायी जाती है, उसकी अपनी कानूनी सीमाएं होती है। (1 + 3 = 4)

संयुक्त पूंजी कम्पनी की विशेषताएं (कोई तीन संक्षिप्त व्याख्या के साथ)

(क) कृत्रिम कानूनी व्यक्ति

(ख) अलग कानूनी इकाई

(ग) शाश्वत अस्तित्व

(घ) सीमित दायित्व

(ङ) सार्व मुद्रा

17. (क) बीमा योग्य हित : बीमा की विषय वस्तु में वित्तीय अथवा आर्थिक हित।

(2 + 2 = 4)

(ख) क्षतिपूर्ति : बीमाकृत को घटना के घटित होने पर बीमित वस्तु से, बीमा अनुबंध के माध्यम से लाभ कमाने की अनुमति नहीं होती।

18. बहुउद्देशीय दुकानों के लाभ (कोई दो संक्षेप में व्याख्या के साथ) (1 गुणा 4 = 4)

लाभ	हानि
(क) आसानी से पहचानना	(क) कर्मचारियों में पहलक्षमता का अभाव
(ख) बिचौलिये का उन्मूलन	(ख) अधिक स्थापना व्यय

(ग) अधिक मात्रा में बिक्री	

19. अप्रिय बातें जिनका ग्राहकों को सामना करना पड़ता है (किन्हीं चार का वर्णन व्याख्या सहित करें) :

(क) मिलावट (1 गुणा 4 = 4)

(ख) हानिकारक वस्तुओं की बिक्री

(ग) अनुचित बाट तथा माप का प्रयोग

(घ) डुपलीकेट/नकली वस्तुओं की बिक्री

(ङ) काला बाजारी तथा गलत तरीके से माल का संग्रह करना

(च) बिक्री में बंधना

(छ) गुमराह करने वालो/भ्रमित करने वाले विज्ञापन

20. सवेतन नौकरी तथा स्वरोजगार में अन्तर बताइये : (1 गुणा 4 = 4)

क्र.सं.	आधार	स्वरोजगार	सवेतन नौकरी
1.	प्रकृति	किसी का स्वयं के क्रियाकलापों में लगे रहना।	नियोक्ता द्वारा दिये गये कार्य में लगे रहना।
2.	स्थिति/ दशा	किसी व्यक्ति की स्थिति नियोक्ता अथवा नियोजक की होती है।	स्थिति कर्मचारी की होती है।
3.	आमदनी/ कमाई	आमदनी/ कमाई निश्चित नहीं है। यह उद्यमी की सामर्थ्य पर निर्भर करती है।	आमदनी/कमाई घट या बढ़ सकती है। यह नियोक्ता द्वारा तय किया जाता है।
4.	जोखिम उठाना	सदैव कमाई का जोखिम रहता है। किसी समय यह समाप्त भी हो सकता है।	कोई जोखिम नहीं, जब तक नौकरी है अथवा कार्यरत है।

21.एक राष्ट्र की अर्थव्यवस्था में बैंक के कार्य (कोई 2 बिंदु)

i. यह व्यक्तियों में बचत की आदत को बढ़ावा देते हैं तथा उत्पादन क्षमता को बढ़ाने तथा प्रोन्नत करने का बढ़ावा देते हैं।

ii. यह उन व्यक्तियों के मध्य, मध्यस्थ का कार्य करता है। जिनके पास आवश्यकता से अधिक धन होता है तथा जिनको विभिन्न व्यवसायिक कार्य करने होते हैं।

iii. ये धन की प्राप्ति तथा भुगतान के माध्यम से तथा चैक के माध्यम से व्यापारियों को लेन-देन करने में सहायक होता है।

iv. ये व्यापारियों को अल्प अवधि तथा दीर्घ अवधि के लिए कर्ज देता है।

v. ये आयात तथा निर्यात को सरल बनाते हैं।

vi. ये राष्ट्र के उत्थान में सहायक, किसानों की सहायता करते हैं, लघु उद्योगों तथा बड़े उद्योगों की उन्नति तथा स्वरोजगार में सहायक होते हैं।

vii. ये सामान्य व्यक्तियों के जीवन स्तर को ऊंचा उठाने के लिये उन्हें गृह, वाहन तथा अन्य कई वस्तुएं क्रय करने के लिये कर्ज देते हैं।

22. एक निगमित व्यवसाय जो पेशेगत विशेषज्ञता तथा उद्यमिता पहल क्षमता में सक्षम है ताकि लचीले तरीके से प्रचालित हो सके, नवप्रवर्तन एवं कार्यकुशल प्रबंधन, सीमित दायित्व के लाभ उपलब्ध कराए तथा अपने सदस्यों को साझेदारी के रूप में आंतरिक ढांचे में लचीलापन उपलब्ध कराए, वह सीमित दायित्व साझेदारी कहलाती है।

सीमित दायित्व साझेदारी अधिनियम 2008 की मुख्य विशेषताएं :

i. सीमित दायित्व साझेदारी एक निगमित संस्था है अपने साझेदारों से पृथक कानूनी इकाई है।

ii. सीमित दायित्व साझेदारी के साझेदारों के आपसी अधिकार तथा दायित्व एक समझौते द्वारा नियमित होते हैं।

iii. प्रत्येक सीमित दायित्व साझेदारी में न्यूनतम दो साझेदार होते हैं तथा न्यूनतम दो व्यक्तियों में से एक

भारतीय नागरिक होना चाहिए।

23. व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण को ऐसे कार्य के रूप में परिभाषित किया जा सकता है जिसकी जिम्मेदारी किसी अन्य पक्ष को सौंपी गई है, जबकि वह आतरिक तंत्र अथवा सेवाओं से किया जा सकता था।

व्यवसाय प्रक्रिया बाह्यस्रोतीकरण के लाभ (कोई तीन)

i. लागतों में कमी

ii. कंपनी के मुख्य व्यवसाय पर ध्यान देना

iii. बाह्य विशेषज्ञता का लाभ उठाना

iv. निरंतर बदलती उपभोक्ता मांग की पूर्ति करना

v. आगम में वृद्धि

24. थोक विक्रेता के कार्य (कोई 5 संक्षेप में व्याख्या के साथ)

i. माल का संग्रह करना

ii. माल का भंडारण

iii. वितरण

iv. वित्तीयन

v. जोखिम उठाना

vi. मानकीकरण (श्रेणी विभाजन)

vii. मूल्य तय करना

25. उपभोक्ताओं के हितों की रक्षार्थ हमारे देश में उपभोक्ता न्यायालयों के क्षेत्र -

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 के अन्तर्गत “उपभोक्ता संरक्षण” न्यायालय जिला स्तर, राज्य स्तर तथा राष्ट्रीय स्तर पर बनाये गये हैं। यह जिला उपभोक्ता संरक्षण, राज्य उपभेक्ता विवाद विस्तारण आयोग (राज्य आयोग) तथा राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद विस्तारण आयोग (नेशनल आयोग) के रूप में जाने जाते है।

कोई व्यक्ति उपभोक्ता, एसोसिंएशन (उपभोक्ताओं की) अपनी शिकायत, लिखित में जिला, राज्य अथवा राष्ट्रीय स्तर के उपभोक्ता संरक्षण केन्द्र पर दर्ज करा सकते है। यह माल के मूल्य तथा दावे की राशि पर निर्भर करता है।

जिला स्तर पर यदि माल या हर्जाने की कीमत Rs. 20 लाख तक हो तो शिकायत दर्ज कराई जा सकती है। राज्य स्तर पर Rs. 20 लाख से Rs. 1 करोड़ तक की शिकायत दर्ज कराई जा सकती है। यह राज्य आयोग, जिला स्तर के निर्णयों के विरूद्ध अपीलों को भी सुनता है।

राष्ट्र आयोग का क्षेत्र 1 करोड़ रुपयों से अधिक की शिकायतें सुनने का है। यह राज्य स्तरीय निर्णयों के खिलाफ अपीलें भी सुनता है।

यदि कोई राष्ट्रीय आयोग से संतुष्ट न हो तो वह सर्वोच्च न्यायालय में अपील कर सकता है।

26. “अधिकतम लाभ नहीं” ही केवल व्यापार का उद्देश्य नहीं है। बल्कि व्यापार के कई अन्य उद्देश्य भी हैं। जो कि निम्नलिखित हैं (कोई तीन संक्षिप्त व्याख्या सहित)

i. ग्राहकों को बढ़ाना

ii. नवप्रवर्तन

iii. संसाधनों का अनुकूलतम उपयोग

iv. गुणवत्ता वाले सामान तथा सेवा का उत्पादन तथा वितरण

v. कर्मचारियों की अच्छी आर्थिक स्थिति बनाना।

27. संचार में सामान्य बाधाएं - (किन्हीं छः बिन्दुओं की संक्षिप्त व्याख्या सहित)

i. गलत संदेश

ii. अनदेखी करना/ध्यान न देना

iii. मंथन या छानना

iv. अस्पष्ट अनुमान

v. परिवर्तनों का विरोध

vi. आपस में अविश्वास

vii. स्तर/स्थिति

28. विज्ञापन का समुचित साधन, समाचार पत्र, रेडियो, टी.वी. आदि है। निम्न को ध्यान में रखते हुए बताएं (संक्षेप में विवरण भी दें) - (1½ गुणा 4 = 6)

i. उत्पाद या सेवा की प्रकृति/प्रकार

ii. उपभोक्ता का उद्देश्य

iii. विज्ञापन का मूल्य

iv. समय तथा जगह की उपलब्धता

29. उपभोक्ता की जिम्मेदारियां (संक्षिप्त विवरण सहित)

i. स्वयं सहायता का उत्तरदायित्व

ii. लेन-देन का प्रमाण

iii. उचित दावा

iv. उत्पाद/सेवा का उचित प्रयोग

30. एक उद्यमी के रूप में कार्य कराना ही उद्यमिता है, जिसे इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है कि वह व्यक्ति उद्यमी है जो नवप्रवर्तन करता है, वित्त का प्रबन्ध करता है तथा व्यवसाय की सहायता से नवप्रवर्तनों को आर्थिक माल में परिवर्तित करने का प्रयास करता है। (2 + (1 गुणा 4) = 6)

सफल उद्यमी के गुण :

i. पहल क्षमता

ii. जोखिम उठाने की इच्छाशक्ति

iii. अनुभव से सीखने की योग्यता

iv. अभिप्रेरणा

v. आत्म विश्वास

vi. निर्णय लेने की योग्यता

पाठचचर्या : व्यवसाय अध्ययन (माध्यमिक पाठचक्रम)

1. तर्क संगत आधार

हम सभी बहुत बड़े तथा मिश्रित व्यवसायिक वातावरण में रहते हैं। हम चाहे गरीब हों अथवा धनवान हमारे चारों ओर के व्यवसायिक कार्यकलापों ने हमारे जीवन में आधारभूत आवश्यकताओं को पूर्ण करने के साथ-साथ हमारे जीवन स्तर का भी सुधार किया है। हम भूतकाल के व्यवसायों का पुनः अध्ययन कर सकते हैं तथा उनकी तुलना आज के व्यवसायों से भी कर सकते हैं। आज के व्यवसायिक कार्यकलाप तीव्र गति से बदल रहे हैं। इसका कारण वैज्ञानिक प्रगति और अच्छी तकनीकी सुविधाओं तथा ज्यादा अच्छे संचार साधनों का होना है। उत्पादन तथा वितरण के आधुनिक तरीकों ने व्यवसाय को विश्वव्यापी

बाजार के स्तर तक पहुंचा दिया है। एक देश में तैयार की गई सेवाएं अथवा कोई उत्पाद आज दूसरे देशों में सुगमता से उपलब्ध हो जाते हैं। वैज्ञानिक प्रबन्धन, उच्च सूचना-संचार की तकनीकी, तत्काल वित्तीय सहायता का उपलब्ध होना तथा बीमा आदि ने व्यवसाय को जटिलता आदि से छुटकारा दिला दिया है। अतः अब समय की मांग है कि हम अपने व्यवसाय को आधुनिक बनाएं तथा प्रतिदिन जीवन को प्रभावित करने वाली बातों को ध्यान में रखे। व्यवसायिक अध्ययन का माध्यमिक स्तर पर ज्ञान हमारे लिए बहुत ही महत्वपूर्ण होगा।

2. उद्देश्य

माध्यमिक स्तर पर व्यवसायिक अध्ययन को पढ़ने पढ़ाने से निम्नलिखित का ज्ञान/जानकारी हो सकेगी :

i. व्यवसाय से सम्बंधित सामाजिक जिम्मदारियों को समझने तथा उसकी प्रकृति तथा उसके क्रियाकलापों के सम्बंध में जानकारी प्राप्त हो सकेगी।

ii. औद्योगिक तथा वाणिज्य क्षेत्र में व्यावसायिक क्रियाकलापों के वर्गीकरण के सम्बंध में जानकारी तथा व्यवसाय संगठन के स्वरूप का निर्णय करना।

iii. व्यापार के विभिन्न सहायकों जैसे- भंडारण, परिवहन, संप्रेषण, डाक, बैंकिंग तथा बीमा आदि की आवश्यकता तथा महत्व की जानकारी हो सकेगी।

iv. व्यावसायिक जगत में हुए नए विकास जैसे- ई-बैंकिंग, बीपीओ, केपीओ आदि के बारे जानकारी होना।

v. विभिन्न प्रकार के फुटकर व्यापार तथा विभिन्न प्रकार के वितरण माध्यमों के सम्बंध में जानकारी होना।

vi. विज्ञापन, बिक्री संवर्धन तथा व्यक्तिगत बिक्री के सम्बंध में विचार विमर्श करना। उनके महत्व तथा आवश्यकता के सम्बंध में जानकारी।

vii. उपभोक्ता की सुरक्षा, उसकी परेशानियां तथा उनके निवारण के सम्बंध में जानकारी।

viii. स्व रोजगार तथा जीविका के सम्बंध में महत्वपूर्ण आवश्यकताओं की जानकारी प्राप्त करना तथा उसके महत्व को समझना।

ix. परियोजना कार्य को करने के लिये मामला अध्ययन (Case Study) विधि के प्रयोग द्वारा उनकी बुद्धि व ज्ञान का विकास करना।

3. विषय संरचना

व्यवसाय अध्ययन सिलेबस/पाठ्क्रम को 7 भागों में विभाजित किया जाता है :

विषय	शीर्षक	अंक	समय
1.	व्यवसाय का परिचय	12	25
2.	व्यवसायिक संगठनों के प्रकार	15	35
3.	सेवा क्षेत्र	25	45
4.	क्रय-विक्रय तथा वितरण	20	45
5.	उपभोक्ता जागरूकता	16	35
6.	व्यापार में जीविकोपार्जन के अवसर	12	25
7.	प्रयोगात्मक/परियोजना (प्रोजेक्ट) कार्य	00	30
	योग	100	240

4. मूल्यांकन

इस विषय के मूल्यांकन के तरीक/नियम में अध्यापक द्वारा दिये गये आन्तरिक अंकों (TMA) तथा बाह्य परीक्षा में दिये गये अंको (प्रयोगात्मक परीक्षा सहित) का समावेश होगा। अंतिम अथवा बाह्य परीक्षा, वर्ष में दो बार होगी यथा अप्रैल तथा अक्टूबर माह में। टी.एम.ए. को प्रारम्भिक ज्ञान के रूप में समझा जायेगा। यह सीखने वालों को उनकी प्रगति की जानकारी देने तथा परीक्षा की तैयारी में सहायक होगी। टी.एम.ए के अंकों को अंक पत्र में अलग से दर्शाया जायेगा और सार्वजनिक परीक्षा में पूर्ण रूप से/अंतिम रूप से ग्रेडिंग करने के लिये नहीं माना जायेगा।

प्रोजेक्ट कार्य अध्ययनकर्ताओं को व्यापारिक गतिविधियों की वास्तविक/व्यवहारिक जानकारी देगा। उपर्लिखित मूल्यांकन दोनों विधियों के अतिरिक्त स्वयं मूल्यांकन के लिये कुछ स्वयंभू घटक जैसे पाठगत प्रश्न तथा सामाजिक अभ्यास आदि भी प्रत्येक पाठ में यथा सम्भव सम्मिलित किये जाने चाहिएँ।

5. पाठ्य का विवरण

5.1 व्यवसाय परिचय 12 अंक 25 घण्टे

हम व्यापारिक वातावरण में रहते है। यह समाज का एक आवश्यक हिस्सा है। यह हमारी आवश्यकताओं और इच्छाओं को विभिन्न प्रकार की वस्तुओं और सेवाओं के द्वारा जो कि विस्तार से व्यापार के रूप में फैला हुआ है, के द्वारा संतुष्ट करता है। यह पाठ्यक्रम इस प्रकार से तैयार किया गया है कि अध्ययनकर्ता व्यापार के संसार को समझ सके तथा उसकी महत्ता, उसके उद्देश्य को समझ सके तथा उसमें होने वाले नये-नये परिवर्तनों की जानकारी कर सके तथा साथ-साथ यह भी जान सके कि शेयर धारकों तथा व्यवसायियों की क्या-क्या जिम्मेदारियां हैं।

5. 1. 1 व्यवसाय परिचय

- व्यवसाय की प्रकृति तथा क्षेत्र
- मानवीय क्रियाकलापः आर्थिक तथा अनार्थिक (वित्तहीन) कार्यकलाप

- आर्थिक कार्यकलापः व्यापार, व्यवसाय तथा रोजगार
- व्यापारः अर्थ, विशेषताएं, मूल्यांकन तथा उद्देश्य- आर्थिक, समाजिक, मानवीय, राष्ट्रीय तथा विश्वस्तरीय
- व्यवसाय की सामाजिक जिम्मेदारियां, उद्देश्य, विभिन्न समूहों के प्रति जिम्मेदारियां

5. 1. 2 उद्योग तथा वाणिज्य

- व्यवसायिक क्रियाओं का वर्गीकरणः उद्योग तथा वाणिज्य
- उद्योग तथा उसके प्रकार
- कॉमर्स (वाणिज्य) : व्यापार तथा उसके सहायक
- ई-वाणिज्य : अर्थ तथा लाभ

5.2 व्यवसायिक संगठन के स्वरूप 15 अंक 35 घण्टे

आकार, स्वामित्व तथा प्रबधन की आवश्यकतानुसार व्यवसायिक इकाइयों तथा संगठनों को परिभाषित किया गया है। इस पाठ का अध्ययन करने के पश्चात् अध्ययनकर्ता व्यवसाय की संरचनाओं को विभिन्न प्रकार के संगठनों जैसे एकल स्वामित्व, साझेदारी, हिन्दू अविभाजित परिवार तथा संयुक्त पूँजी कम्पनी आदि में विभाजित कर सकता है।

5. 2.1 एकल स्वामित्व, साझेदारी तथा हिन्दू अविभाजित परिवार

- एकल स्वामित्व : अर्थ, विशेषताएं, लाभ तथा हानियां
- साझेदारी : अर्थ, विशेषताएं, लाभ-हानियां, साझेदारों का असीमित दायित्व, विषय वस्तु
- अविभाजित हिन्दू परिवार : अर्थ, विशेषताएं, लाभ, हानियां।

5. 2.2 सहकारी समिति - अर्थ, सहकारी समितियों के प्रकार

- सहकारी समिति : अर्थ, सहकारी समितियों के प्रकार
- विशेषताएं : लाभ तथा हानियां
- संयुक्त पूँजी कम्पनी : अर्थ, विशेषताएं, प्रकार- सार्वजनिक कम्पनी, निजी कम्पनी, सरकारी कम्पनी, बहुराष्ट्रीय कम्पनी

53 सर्विस सैक्टर (सेवा क्षेत्र) 25 अंक 45 घण्टे

आज व्यवसाय मिश्रित एवं जटिल हो गया है। व्यापार की सफलता, विस्तृत रूप से विभिन्न सेवाओं जैसे- परिवहन, गोदामों, संचार, डाक, बैंकिग, बीमा तथा बी.पी.ओ आदि की उपलब्धता पर निर्भर करती है। यह दूरसंचार में प्रभावी रूप से व्यापार करने तथा उसकी प्रगति को प्रभावित करता है।

इस प्रकार से इस पाठ्यक्रय का उद्देश्य उन सेवाओं में होने वाले क्रियाकलापों तथा विस्तार पर विचार करना है।

5. 3. 1 परिवहन सेवाएँ

- परिवहन : अर्थ, महत्व
- परिवहन के साधन - रेल, सड़क, समुद्र, हवाई; यातायात - विशेषताएं तथा कमियां।

53. 2 भंडारण सेवाएं

- भंडारण का अर्थ तथा आवश्यकता
- भंडारगृहों के विभिन्न प्रकार
- एक आदर्श भंडारगृह की विशेषताएं
- भंडारगृह के कार्य
- भंडारगृह के लाभ

53. 3 संप्रेषण सेवाएं

- संप्रेषण के अर्थ एवं महत्व
- संप्रेषण के प्रकार - मौखिक तथा अमौखिक
- संप्रेषण के साधन - पत्र, दूरभाष, टेलीग्राफ, टेलीप्रिन्टर, टेलीकान्फरेसिंग, फैक्स, इंटरनेट
- संप्रेषण में बाधाएं

53 .4 डाक एवं कोरियर सेवाएं

- डाक सेवा का अर्थ एवं प्रकृति
- डाकघर द्वारा प्रदत्त सेवाएं
- विशिष्ट डाक सेवाएं
- डाक सेवाओं के लिए डाक टिकट/डाक खर्च

- डाक सेवाओं का महत्व
- निजी कोरियर सेवा

5.3. 5 बैंक सेवाएं

- बैंक का अर्थ तथा भूमिका
- बैंकों के प्रकार
- वाणिज्यिक बैंकों के कार्य
- केन्द्रीय बैंक
- बैंक जमा खाते - प्रकार
- बचत खात खोलना, तथा संचालन करना
- ई-बैकिंग

5. 3. 6 बीमा

- व्यवसायिक जोखिम
- बीमे का उद्देश्य तथा महत्व
- बीमे का प्रकार - जीवन, साधारण, अग्नि, समुद्री तथा अन्य तरह के बीमे
- बीमा के सिद्धान्त

5. 3. 7 बाह्यस्रोतीकरण (बाह्य साधन)

- बीपी.ओ - अर्थ एवं महत्व
- केपी.ओ - अर्थ एवं महत्व

5.4 क्रय, विक्रय तथा वितरण 20 अंक 45 घण्टे

आज के व्यवसाय के संसार में अत्यधिक मात्रा में उत्पादन के होने से विक्रय और वितरण को बाजार में प्रभावी तरीकों से करने की आवश्यकता अनुभव की जाने लगी है। आधुनिक तकनीक ने विक्रय और वितरण में नई-नई विधियों के द्वारा क्रान्तिकारी रूप से व्यापार के संसार में बदलाव ला दिया है।

आज एक देश में किसी वस्तु के उत्पादन तथा सेवाएं दूसरे देशों में सरलता से उपलब्ध हो जाते हैं। यह पाठ्यक्रम इस बात को ध्यान में रखते हुए तैयार किया गया है कि अध्ययनकर्ता तथा माल के क्रय-विक्रय तथा वितरण तथा सेवाओं के सम्बंध में विभिन्न तौरतरीको/विधियो आदि का प्रयोग करते हुए विज्ञापन आदि को समझते हुए विक्रय की उन्नति कर सके।

5 .4. 1 क्रय तथा विक्रय

- क्रय तथा विक्रय की अवधारणा
- प्रकार : नकद, उधार
- क्रय तथा विक्रय में प्रयोग होने वाले प्रपत्र - निर्ख, आदेश, बीजक, कैश मेमो, चालान
- भुगतान के प्रकार - नकद भुगतान, आस्थगित भुगतान योजना, उधार की समय सीमा समाप्त होने पर भुगतान

5.4. 2 वितरण के माध्यम

- वितरण के माध्यमों की अवधारणा
- प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष वितरण के माध्यम
- थोक तथा फुटकर विक्रेता का वितरण में योगदान

54.3 खुदरा व्यापार

- फुटकर व्यापार के प्रकार - छोटे पैमाने पर तथा बड़े पैमाने पर
- बड़े पैमाने तथा छोटे पैमाने के व्यापार के प्रकार - विभागीय भंडार, सुपर बाजार, बहुउद्देशीय दुकानें, मॉल, बाजार

- भंडार रहित फुटकर व्यापार - डाक आदेश व्यापार, टेली शापिंग, स्वचालित विक्रय मशीन, इन्टरनैट के द्वारा विक्रय

5.4. 4 विज्ञापन

- विज्ञापन, अर्थ तथा महत्व
- विज्ञापन के माध्यम

5.4.5 विक्रय संवर्धन

- विक्रय संवर्धन - अर्थ तथा महत्व
- विक्रय संवर्धन के साधन
- व्यक्तिगत विक्रय - अर्थ तथा महत्व
- एक अच्छे विक्रेता के गुण

5.5 उपभोक्ता जागरूकता 16 अंक 35 घंटे

प्रत्येक व्यवसाय का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की संतुष्टि होना चाहिए। तथापि अलग- अलग व्यवहार के उपभोक्ता को व्यवसायी द्वारा अलग- अलग तरह से प्रायः धोखा दिया जाता है। कभी कम गुणवत्ता वाला सामान अधिक मूल्य लेकर बेच दिया जाता है। यह प्राय: अपने अधिकारों और कर्त्तव्यों के प्रति कम जानकारी होने के कारण होता है। इस विषय में इस पाठ्यक्रम को इस प्रकार से तैयार किया गया है कि अध्ययनकर्ताओं को अपने अधिकारों तथा कर्त्तव्यों आदि का ज्ञान हो सके तथा कानून के विभिन्न पहलुओं के अंतर्गत अपने संरक्षण की जानकारी प्राप्त कर सकें।

5.5.1 उपभोक्ता

- उपभोक्ता का अर्थ
- उपभोक्ता के अधिकार
- उपभोक्ताओं के कर्तव्य

5.5.2 उपभोक्ता संरक्षण

- अर्थ एवं आवश्यकता
- उपभोक्ता द्वारा समस्याओं का सामना
- उपभोक्ता संरक्षण में पक्ष
- उपभोक्ताओं को कानूनी सुरक्षा
- उपभोक्ता अदालतें तथा उपलब्ध उपचार

5.6 व्यवसाय में जीविकोपार्जन 12 अंक 25 घण्टे

हम में से प्रत्येक को किसी न किसी स्तर पर अपने जीविकोपार्जन के लिये कोई न कोई व्यवसाय चुनना पड़ता है। यह हमारे जीवन का महत्वपूर्ण पहलू है। व्यवसाय स्वरोजगार और सवेतन रोजगार के क्षेत्र में अनेक अवसर प्रदान करता है। आज स्वरोजगार बेरोजगारी की समस्या का महत्वपूर्ण हल है। यह हमारे देश की उन्नति में भी महत्वपूर्ण योगदान देता है। किसी का स्वयं कार्य करना, एक चुनौती तथा स्वयं में प्रसन्नता है। इसी विचार धारा को ध्यान में रखते हुए वर्तमान विषय वस्तु को विभिन्न जीविकोपार्जन के अवसरों के अनुसार बनाया/तैयार किया गया है। जिससे कि विद्यार्थी अपने कार्यक्षेत्रों में सफलता एवं कुशलता से कार्य कर सकें।

5.6.1 जीविकोपार्जन का चुनाव

- जीविकोपार्जन का महत्व एवं धारणा
- व्यापार में जीविकोपार्जन के विचार/अवसर
- स्वरोजगार का महत्व
- जीविकोपार्जन को पाने के लिये आवश्कताएं

5.6.2 उद्यमिता

- अर्थ तथा महत्व
- एक सफल उद्यमी की योग्यताएं
- एक उद्यमी के कार्य
- एक लघु व्यवसायिक इकाई को चलाना

5.7 प्रयोगात्मक/परियोजना कार्य

5.7.1 व्यवसाय अध्ययन के सम्बन्ध में प्रयोगात्मक जागरूकता

सीखने वाले/विद्यार्थियों को कार्यक्षेत्र में गहनता से अध्ययन करने की आवश्यकता है। चाहे स्वरोजगार हो या सवेतन रोजगार हो। कार्य क्षेत्र में सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि उन्होंने दिये गये कार्य को कितनी बुद्धिमानी व लगन से किया है। यह पाठ्यक्रम इसी बात को ध्यान में रखते हुए तैयार किया गया है कि अध्ययनकर्ता अपनी बुद्धि का प्रयोग करते हुए दिये गये कार्य को मामला अध्ययन (Case Study) विधि से करें।

यह आशा की जाती है कि परियोजना कार्य विद्यार्थियों में बुद्धि का विकास करने तथा व्यवसाय के विभिन्न पहलुओं को विकसित करने तथा उनके जीवन को संवारने में योगदान करेगा।