
इकाई 14 कुछ व्यवसायिक शब्द – I

इकाई की रूपरेखा

- 14.0 उद्देश्य
- 14.1 प्रस्तावना
- 14.2 व्यापार क्षेत्र में इस्तेमाल होने वाले शब्द
- 14.3 सारांश
- 14.4 शब्दावली
- 14.5 बोध प्रश्नों के उत्तर
- 14.6 स्वपरख प्रश्न

14.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के पश्चात् आप

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

14.1 प्रस्तावना

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

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

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

14.2 व्यापार क्षेत्र में इस्तेमाल होने वाले शब्द

1 लेखा (Accounts)

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

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

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

2 लेखा देय (Accounts Payable)

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

3 लेखा प्राप्य (Accounts Receivable)

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

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

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

AER की गणना का सूत्र निम्नलिखित है:

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

जबकि

i = वार्षिक ब्याज दर

n = एक वर्ष में संयोजित ब्याज की संख्या

5 वार्षिक प्रतिशतता दर (Annual Percentage Rate (APR))

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

6 अधिग्रहण (Acquisition)

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

Reliance acquires Future Group's retail business

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

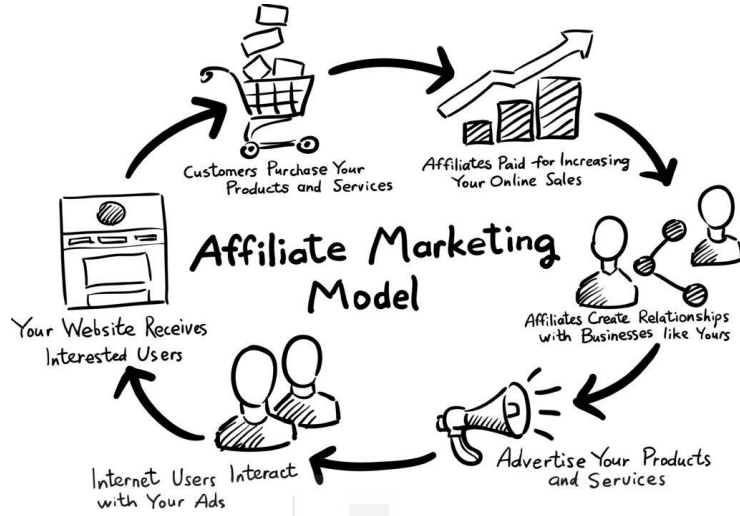
स्रोत: इक्नॉमिक टाइम्स

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

7 सम्बंध विपणन (Affinity Marketing)

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

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



स्रोत: मानंस्टर इनसाइट्स

चित्र 14.2 : " सम्बंध विपणन" का चित्रण

8 बैलेंस शीट (Balance Sheet)

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

$$\text{परिसम्पत्तियां} = \text{देनदारियां} + \text{इक्विटी}$$

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

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

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

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

बैलेंस शीट का नमूना

कम्पनी का नाम.....
बैलेंस शीट दिनांक.....

वर्तमान परिसम्पत्तियां	(रु०)	वर्तमान देनदारियां	(रु०)
बैंक में कैश	10,35,000.00	देय खाता	2,10,000.00
रोकड़ शेष	10,000.00	देय वेतन	5,15,000.00
कुल कैश	10,45,000.00	सेवाएं	75,000.00
स्टॉक	25,05,000.00	देय इंकम टैक्स	5,10,000.00
प्राप्ति योग्य जमा खाता	10,200.00	ग्राहकों का जमा	45,000.00
पेशगी बीमा	15,400.00	देय पेंशन	40,000.00
कुल वर्तमान परिसम्पत्तियां	46,20,600.00	देय नगर निगम टैक्स	10,000.00
अचल परिसम्पत्तियां		देय मेडिकल	15,000.00
भूमि	45,50,000.00	देय बिक्री कर	21,000.00
बिल्डिंग	1,10,50,000.00	कुल वर्तमान देनदारी	14,41,000.00
– मूल्यहास	1,50,000.00	दीर्घकालीन देनदारियां	
शुद्ध भूमि और बिल्डिंग	1,54,50,000.00	दीर्घकालीन कर्ज	60,10,000.00
मशीनरी	5,10,000.00	गिरवी	1,15,25,000.00
– मूल्यहास	50,000.00	कुल देनदारियां	1,89,76,000.00
शुद्ध मशीनरी	4,60,000.00	स्वामी की इक्विटी	
		सामान्य स्टॉक	8,20,600.00
		स्वामी – निष्कासन	1,10,000.00
		धारित उपार्जन	6,24,000.00
		कुल स्वामी की इक्विटी	15,54,600.00
कुल परिसम्पत्तियां	2,05,30,600.00	देनदारियां और इक्विटी	2,05,30,600.00

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

9 ब्राण्ड (Brand)

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

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

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

10 व्यापार योजना (Business Plan)

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

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

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

व्यापार योजना के मुख्य बिन्दू

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

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

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

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

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

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

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

उपर्युक्त विवरण का सारांश यह है कि कम्पनी की व्यापार योजना

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

11 पूंजी (Capital)

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

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

12 नोटबंदी (Demonetisation)

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



DEMONETISATION

स्रोत : Slide Share

13 डिजिटल भारत (Digital India)

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

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



स्रोत : MyGov Blog

14 विनिवेश (Disinvestment)

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

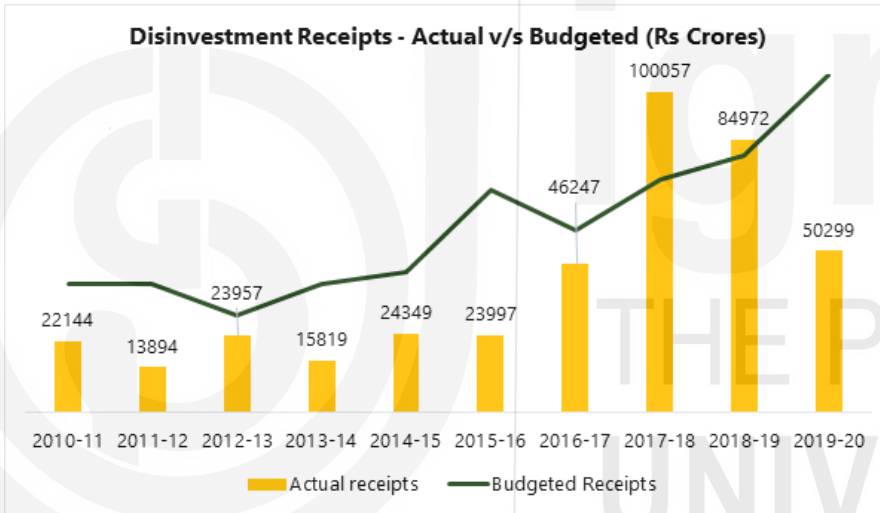
भारत सरकार ने दिसम्बर 1999 में विनिवेश विभाग स्थापित किया और सितम्बर 2001 में इसका नाम बदल कर विनिवेश मंत्रालय कर दिया गया। मई 2004 से विनिवेश विभाग वित्त मंत्रालय के अन्तर्गत एक विभाग बन गया। प्रति वर्ष वित्त मंत्री अपनी बजट भाषण में विनिवेश के लक्ष्य की घोषणा करता है। परन्तु कई कारणों से किसी भी वित्तीय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

कुछ कम्पनियाँ जिनकी सफलतापूर्वक बिक्री सम्भव हो पाई निम्नलिखित हैं:

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

- आई. बी. पी. कम्पनी लिमिटेड
- आई. टी. डी. सी. लिमिटेड (18 होटल सम्पत्तियाँ)
- इण्डियन पेट्रोकेमिकल्स कार्पो० लिमिटेड
- जेसोप एण्ट कम्प. मिटेड
- लगन जूट मशीनरी कम्प० लिमिटेड
- दॅ मारुति सुजुकी इण्डिया लिमिटेड
- माडर्न फूड इण्डस्ट्रीज (इंडिया) लिमिटेड
- पैरादीप फॉस्फेट्स लिमिटेड
- टाटा कम्यूनिकेशंस लिमिटेड

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



स्रोत : Tavaga

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

15 आर्थिक विकास (Economic Development)

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

बोध प्रश्न क

1 अधिग्रहण से आप क्या समझते हैं ?

.....
.....
.....

2 नोटबंदी का क्या अर्थ है ? दो उदाहरण दीजिए।

.....
.....
.....

3 डिजिटल इंडिया के तीन उद्देश्य लिखिए ।

.....
.....
.....

4 सम्बंध-विपणन क्या है ?

.....
.....
.....

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

- i) अधिग्रहण केवल बड़ी कम्पनियों का होता है।
- ii) सम्बंध-विपणन बिक्री बढ़ाने के लिए किया जाता है।
- iii) डिजिटल इंडिया के उद्देश्यों को प्राप्त करने में सूचना प्रौद्योगिकी महत्वपूर्ण भूमिका अदा करेगी।
- iv) कोका-कोला स्थानीय ब्रांड है।
- v) व्यापार योजना अगले 4-5 वर्षों में कुछ लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए बनायी जाती है।

16 आर्थिक सुधार (Economic Reforms)

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

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

17 कर्मचारी सशक्तिकरण (Employee Empowerment)

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

सशक्तिकरण में सम्मिलित है

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

18 कर्मचारी वचनबद्धता (Employee Engagement)

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

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

19 फीडबैक

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

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

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

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

20 आर्थिक प्रबन्ध (Finance)

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

आर्थिक प्रबन्ध के कुछ उदाहरण निम्नलिखित हैं:

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

21 पूर्वानुमान (फोरकास्ट)

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

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

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

जॉन जी० ग्लोवर के अनुसार “व्यापार पूर्वानुमान एक ऐसी शोध प्रक्रिया है जिसकी सहायता से व्यापार-गतिविधि को प्रभावित करने वाले आर्थिक, सामाजिक तथा वित्तीय कारकों को ज्ञात किया जाता है ताकि वर्तमान तथा भविष्य में कम्पनी की वित्तीय उत्पादन तथा विपणन गतिविधियों को निर्धारित किया जा सकें”।

व्यापार पूर्वानुमान का उपयोग निम्नलिखित के लिए किया जाता है:

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

व्यापार पूर्वानुमान तकनीक दो प्रकार की है :

- 1 गुणात्मक पूर्वानुमान : यह विपणन में कार्यरत व्यक्तियों के दृष्टिकोण और अनुमान पर आधारित होता है।
- 2 परिमाणात्मक पूर्वानुमान : यह तकनीक वैज्ञानिक और अधिक भरोसेमंद है। यह पूर्व के आंकड़ों पर आधारित होती है जिनका विश्लेषण सांख्यिकी मॉडल के आधार पर किया जाता है।

22 वैश्वीकरण (Globalisation)

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

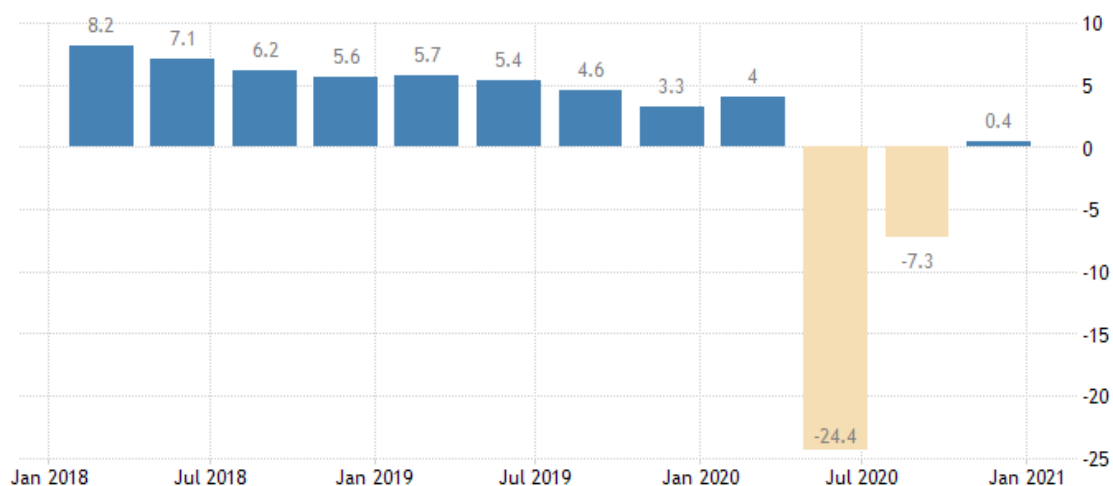
सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में अभूतपूर्व विकास ने वैश्वीकरण के क्षेत्र में बड़ा योगदान दिया है। अब बहुराष्ट्रीय कम्पनी का मुख्य कार्यकारी अधिकारी अपनी कम्पनी के विश्व भर में फैले कर्मचारियों से वीडियो-चैट अर्थात् एक दूसरे को देखते हुए बातचीत कर सकता है। अब विकसित देशों की कम्पनियां अपनी उत्पादन इकाइयां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

वैश्वीकरण के कुछ प्रमुख बिन्दु निम्नलिखित हैं:

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

23 सकल घरेलू उत्पाद (Gross Domestic Product)

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



SOURCE: TRADINGECONOMICS.COM | MINISTRY OF STATISTICS AND PROGRAMME IMPLEMENTATION (MOSPI)

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

24 मानव संसाधन (Human Resources)

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

किसी संगठन में मानव संसाधन विभाग निम्नलिखित कार्य करता है:

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

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

25 इन्क्यूबेशन (Incubation)

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

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

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

बोध प्रश्न ख

1 विनिवेश का क्या अर्थ है ?

.....
.....
.....

2 "मानव संसाधन" का अर्थ स्पष्ट कीजिए।

.....
.....
.....

3 वैश्वीकरण के तीन लाभ सूचीबद्ध कीजिए।

.....
.....
.....

4 जी. डी. पी. की परिभाषा लिखिए।

.....
.....
.....

5 निम्नलिखित में कौन से कथन सत्य अथवा गलत हैं ?

- (i) आर्थिक वृद्धि और आर्थिक विकास का अर्थ समान है।
- (ii) "आर्थिक सुधार" शब्द 1991 में लोकप्रिय हुआ।
- (iii) वैश्वीकरण ने विकासशील देशों में जॉब बढ़ाये हैं।
- (iv) व्यापारिक पूर्वानुमान दीर्घ काल के लिए होता है।
- (v) वर्ष 2020-21 में भारत का जी. डी. पी. बहुत अच्छा था।

14.3 सारांश

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

14.4 शब्दावली

हाइरार्की : किसी संगठन में व्यक्तियों का पदक्रम।

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

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

इनवैण्टरी परियोजना : सामान के स्टॉक की योजना बनाना।

मुद्रा विच्छेप : मुद्रा के प्रचलन को रोकना।

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

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

ट्रेडमार्क : कानूनी रूप से रक्षित कम्पनी का ब्राण्ड।

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

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

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

14.5 बोध प्रश्नों के उत्तर

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

14.6 स्वपरख प्रश्न

- 1 डिजिटल इंडिया के उद्देश्यों को स्पष्ट कीजिए।
- 2 व्यापार पूर्वानुमान को परिभाषित कीजिए। व्यापार को आगे बढ़ाने के लिए इसका किस प्रकार उपयोग किया जाता है ?
- 3 व्यापार-योजना का क्या अर्थ है ? इसके प्रमुख तत्वों का वर्णन कीजिए।
- 4 बैलेंस शीट क्या है ? उचित उदाहरण की सहायता से इसके विभिन्न तत्वों का वर्णन कीजिए।
- 5 कम्पनी में मानव संसाधन विभाग के कार्य का वर्णन कीजिए। यह सौहार्दपूर्ण वातावरण किस प्रकार स्थापित करता है ?
- 6 इन्क्युबेशन का क्या अर्थ है ? इसके उद्देश्य स्पष्ट कीजिए।
- 7 ब्राण्ड का क्या अर्थ है ? व्यापार में किस प्रकार सहायता करता है ?