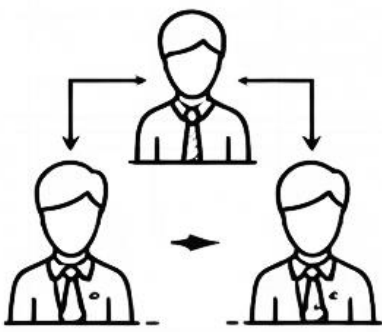
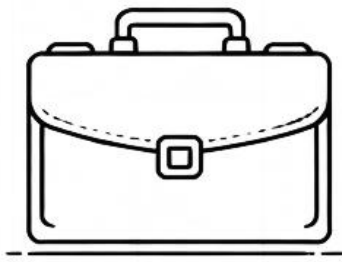




BUSINESS STUDIES (215)

CHAPTERWISE NOTES



BUSINESS STUDIES

Sl. No.	Module	Chapters (Public Examination)	Marks
1	Module 4 : Buying, Selling and Distribution	L-13 Channels of Distribution L-15 Advertising	18
2	Module 5 : Consumer Awareness	L-17 Rights and Responsibilities of Consumers L-18 Consumer Protection	18
3	Module 6: Career Opportunities in Business (Optional / Low Priority)	L-19 Choosing a Career L-20 Entrepreneurship	12

Component	Details	Marks
Public Exam (Selected Module 4,5)	Total Chapters : 4	36
Practical Exam	NO PRACTICAL	00
TMA	Tutor Marked Assignment	20
Final Possible Marks		56
		Marks

विषय- सूची

1	वितरण के माध्यम
2	विज्ञापन
3	उपभोक्ता : अधिकार एवं उत्तरदायित्व
4	उपभोक्ता संरक्षण
5	जीविका का चयन
6	उद्यमिता

1

वितरण के माध्यम

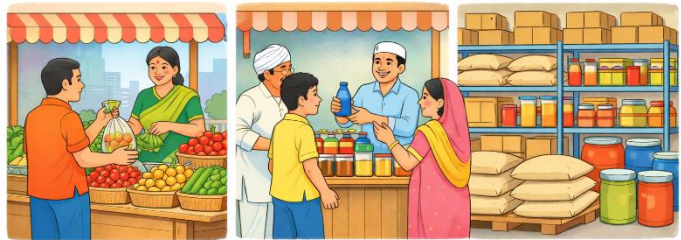
परिचय

वस्तुएँ और सेवाएँ उत्पादक से उपभोक्ता तक सीधे नहीं पहुँचतीं, बल्कि विभिन्न माध्यमों से गुजरती हैं। इन माध्यमों को **वितरण के माध्यम** कहा जाता है, जो व्यापार का एक महत्वपूर्ण भाग है और उपभोक्ता तक वस्तु पहुँचाने में सहायता करते हैं।

वितरण माध्यम का अर्थ

- **वितरण माध्यम:** वह मार्ग जिससे वस्तुएँ उत्पादक से अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचती हैं।
- इसमें उत्पादक, मध्यस्थ (एजेंट, थोक विक्रेता, फुटकर विक्रेता) और उपभोक्ता शामिल होते हैं।
- मध्यस्थ कई कार्य करते हैं:

- क्रय (Buying)
- विक्रय (Selling)
- संग्रहण (Storage)



वितरण माध्यम के प्रकार

(i) प्रत्यक्ष माध्यम

- उत्पादक सीधे उपभोक्ता को वस्तु/सेवा बेचता है
- कोई मध्यस्थ नहीं होता
- **माध्यम:**
 - घर-घर विक्रय
 - अपनी खुद की दुकान



(ii) अप्रत्यक्ष माध्यम

- उत्पादक वस्तु बेचने के लिए मध्यस्थों का उपयोग करता है
- मध्यस्थ हो सकते हैं:
 - एजेंट
 - थोक विक्रेता
 - फुटकर विक्रेता

प्रमुख माध्यम:

- उत्पादक → एजेंट → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता
- उत्पादक → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता
- उत्पादक → एजेंट → उपभोक्ता
- उत्पादक → थोक विक्रेता → उपभोक्ता
- उत्पादक → फुटकर विक्रेता → उपभोक्ता

थोक विक्रेता एवं फुटकर विक्रेता

थोक विक्रेता

थोक विक्रेता: वह व्यापारी जो वस्तुएँ बड़ी मात्रा में खरीदता है और छोटी मात्रा में बेचता है।

थोक विक्रेता की विशेषताएँ

- उत्पादक से सीधे खरीद करता है
- वस्तुएँ बड़ी मात्रा में खरीदता है
- सीमित श्रेणी की वस्तुओं का व्यापार
- वितरण के लिए एजेंट/कार्यकर्ता रखते हैं
- अधिक पूँजी की आवश्यकता



- फुटकर विक्रेताओं को उधार सुविधा देता है
- उत्पादकों को वित्तीय सहायता देता है
- विशेष व्यापारिक क्षेत्रों में स्थित

थोक विक्रेता के कार्य

- **संग्रहण:** उत्पादकों से माल इकट्ठा करना
- **भंडारण:** गोदाम में सुरक्षित रखना
- **वितरण:** फुटकर विक्रेताओं को बेचना
- **वित्त प्रदान करना:** उधार/अग्रिम देना
- **जोखिम उठाना:** नुकसान, खराबी, मूल्य परिवर्तन
- **वर्गीकरण (ग्रेडिंग):** वस्तुओं को श्रेणी में बाँटना
- **मूल्य निर्धारण:** कीमत तय करना

फुटकर विक्रेता

फुटकर विक्रेता: वह व्यापारी जो वस्तुएँ छोटी मात्रा में उपभोक्ता को बेचता है।

फुटकर विक्रेता की विशेषताएँ

- उपभोक्ता से सीधा संपर्क
- वस्तुएँ अंतिम उपभोग के लिए बेचता है
- छोटी मात्रा में क्रय-विक्रय
- कम पूँजी की आवश्यकता
- विभिन्न प्रकार की वस्तुओं का व्यापार
- अधिकतर नकद विक्रय
- दुकान सजावट पर ध्यान



फुटकर विक्रेता के कार्य

- क्रय एवं संग्रहण
- संग्रहण (Storage)
- उधार सुविधा
- व्यक्तिगत सेवा
- जोखिम उठाना
- प्रदर्शन
- सूचना प्रदान करना (उपभोक्ता की पसंद/रुचि)

थोक विक्रेता तथा फुटकर विक्रेता में अंतर

आधार	थोक विक्रेता	फुटकर विक्रेता
मात्रा	बड़ी मात्रा में खरीदता है	छोटी मात्रा में खरीदता है
खरीद का स्रोत	उत्पादक से खरीदता है	थोक विक्रेता से खरीदता है
वस्तुओं की विविधता	सीमित वस्तुएँ रखता है	विभिन्न प्रकार की वस्तुएँ रखता है
पूँजी	अधिक पूँजी की आवश्यकता	कम पूँजी की आवश्यकता
उद्देश्य	पुनर्विक्रय के लिए खरीदता है	अंतिम उपभोग के लिए बेचता है
उपभोक्ता से संपर्क	उपभोक्ताओं से सीधा संपर्क नहीं	उपभोक्ताओं से सीधा संपर्क होता है
दुकान सजावट	सजावट पर कम ध्यान	सजावट पर अधिक ध्यान देता है



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. वितरण माध्यम क्या है?

उत्तर- वितरण माध्यम वह मार्ग है जिससे वस्तुएँ उत्पादक से अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचती हैं। इसमें उत्पादक, मध्यस्थ और उपभोक्ता शामिल होते हैं।

प्रश्न-2. प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष माध्यम में अंतर बताइए।

उत्तर- प्रत्यक्ष माध्यम में उत्पादक सीधे उपभोक्ता को बेचता है और कोई मध्यस्थ नहीं होता। अप्रत्यक्ष माध्यम में एजेंट, थोक व फुटकर विक्रेता जैसे मध्यस्थ शामिल होते हैं।

प्रश्न-3. थोक विक्रेता कौन होता है?

उत्तर- थोक विक्रेता वह व्यापारी है जो वस्तुएँ बड़ी मात्रा में उत्पादक से खरीदता है और उन्हें छोटी मात्रा में फुटकर विक्रेताओं या उपभोक्ताओं को बेचता है।

प्रश्न-4. फुटकर विक्रेता के दो कार्य लिखिए।

उत्तर- फुटकर विक्रेता वस्तुओं का क्रय एवं संग्रहण करता है और उपभोक्ताओं को व्यक्तिगत सेवा प्रदान करता है। वह वस्तुओं का प्रदर्शन और बिक्री भी करता है।

प्रश्न-5. थोक और फुटकर विक्रेता में एक अंतर लिखिए।

उत्तर- थोक विक्रेता वस्तुएँ बड़ी मात्रा में खरीदता है, जबकि फुटकर विक्रेता छोटी मात्रा में खरीदकर अंतिम उपभोक्ता को बेचता है।



2

विज्ञापन

परिचय

व्यवसाय की सफलता के लिए केवल अच्छा उत्पाद पर्याप्त नहीं होता, बल्कि उसकी जानकारी ग्राहकों तक पहुँचाना भी आवश्यक है। यह कार्य **विज्ञापन** के माध्यम से किया जाता है, जो ग्राहकों को आकर्षित करने और बिक्री बढ़ाने में मदद करता है।



विज्ञापन का अर्थ

- **विज्ञापन:** उत्पाद, सेवा या विचार के बारे में जानकारी देने और बिक्री बढ़ाने की प्रक्रिया।
- यह प्रायोजक द्वारा भुगतान करके किया गया संचार है।

विज्ञापन की परिभाषा

“किसी निश्चित प्रायोजक द्वारा भुगतान के आधार पर किसी विचार, वस्तु या सेवा की अवैयक्तिक प्रस्तुति तथा प्रोत्साहन।”

विज्ञापन के लक्षण

- **अवैयक्तिक प्रस्तुति:** ग्राहकों से सीधा संपर्क नहीं होता
- **भुगतान किया गया संचार:** विज्ञापनदाता माध्यम को भुगतान करता है
- **उत्पाद/सेवा/विचार का प्रोत्साहन:** जानकारी देकर खरीद के लिए प्रेरित करता है
- **प्रायोजक की पहचान स्पष्ट:** विज्ञापनदाता पहचाना जा सकता है
- **संचार माध्यम के द्वारा संपर्क:** जैसे: समाचार-पत्र, टीवी, रेडियो आदि

विज्ञापन के उद्देश्य अथवा महत्व

- **ग्राहक को शिक्षित करना:** उत्पाद की जानकारी देता है
- **नए उत्पाद की मांग बढ़ाना:** लोगों को खरीदने के लिए प्रेरित करता है
- **वर्तमान ग्राहकों को बनाए रखना:** पुराने ग्राहकों को जोड़े रखता है



- **बिक्री बढ़ाना:** मांग बढ़ने से बिक्री बढ़ती है
- **विक्रेता की सहायता:** उत्पाद की जानकारी पहले से देता है

विज्ञापन के माध्यम

(क) मुद्रित माध्यम

1. समाचार पत्र

- **लाभ**
 - व्यापक पहुँच
 - कम लागत
 - बार-बार प्रकाशन
 - जल्दी परिवर्तन संभव
 - क्षेत्र/भाषा अनुसार चयन
- **सीमाएँ**
 - जीवन अवधि कम
 - लोग विज्ञापन पर कम ध्यान देते हैं
 - निरक्षर लोगों के लिए अनुपयोगी

2. पत्रिकाएँ

- **लाभ**
 - लंबी अवधि तक उपयोग
 - लक्षित ग्राहक समूह
- **सीमाएँ**
 - महंगी
 - कम पहुँच
 - परिवर्तन की सुविधा नहीं



(ख) इलेक्ट्रॉनिक माध्यम

1. रेडियो

- **लाभ**
 - अधिक प्रभाव
 - निरक्षरों के लिए उपयोगी
 - दूर-दराज क्षेत्रों तक पहुँच
- **सीमाएँ**
 - केवल सुनने तक सीमित
 - दोबारा सुनना कठिन
 - दृश्य प्रभाव नहीं



2. टेलीविजन

- **लाभ**
 - दृश्य-श्रव्य प्रभाव
 - आकर्षक प्रस्तुति
 - विभिन्न चैनलों का चयन
 - निरक्षर तक पहुँच
- **सीमाएँ**
 - महंगा
 - अधिक विज्ञापन से प्रभाव कम



3. इंटरनेट

- **लाभ**
 - वैश्विक जानकारी
 - सुविधा अनुसार उपयोग



• सीमाएँ

- कंप्यूटर आवश्यक
- सभी के लिए उपयुक्त नहीं

(ग) अन्य माध्यम

1. होर्डिंग

- बड़े बोर्ड पर विज्ञापन
- सड़क आदि पर लगाए जाते हैं

2. पोस्टर

- दीवारों/स्थानों पर चिपकाए जाते हैं
- ध्यान आकर्षित करते हैं

3. यान प्रदर्शन

- बस, ट्रक आदि पर विज्ञापन
- चलते-फिरते माध्यम

विज्ञापन माध्यम की उपयुक्तता

- माध्यम चुनते समय ध्यान दें:
- उत्पाद की प्रकृति
- लक्ष्य ग्राहक
- लागत
- समय और स्थान उपलब्धता

माध्यमों की उपयुक्तता

- समाचार पत्र: आम उपभोक्ता वस्तुओं के लिए उपयुक्त
- पत्रिकाएँ: विशेष वर्ग के लिए उपयुक्त
- रेडियो: ग्रामीण/विशेष क्षेत्रों के लिए
- टेलीविजन: दृश्य प्रदर्शन वाले उत्पादों के लिए



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. विज्ञापन क्या है?

उत्तर- विज्ञापन वह प्रक्रिया है जिसमें उत्पाद, सेवा या विचार के बारे में जानकारी देकर ग्राहकों को आकर्षित किया जाता है। यह प्रायोजक द्वारा भुगतान किया गया अवैयक्तिक संचार है।

प्रश्न-2. विज्ञापन के दो लक्षण लिखिए।

उत्तर- विज्ञापन अवैयक्तिक होता है और इसमें ग्राहकों से सीधा संपर्क नहीं होता। यह भुगतान किया गया संचार है जिसमें प्रायोजक की पहचान स्पष्ट होती है।

प्रश्न-3. विज्ञापन के दो उद्देश्य लिखिए।

उत्तर- विज्ञापन का उद्देश्य ग्राहकों को शिक्षित करना और नए उत्पाद की मांग बढ़ाना है। यह बिक्री बढ़ाने और पुराने ग्राहकों को बनाए रखने में भी सहायक होता है।

प्रश्न-4. प्रिंट मीडिया के दो माध्यम लिखिए।

उत्तर- प्रिंट मीडिया के प्रमुख माध्यम समाचार पत्र और पत्रिकाएँ हैं। इनके माध्यम से विज्ञापन व्यापक रूप से ग्राहकों तक पहुँचता है।

प्रश्न-5. टेलीविजन विज्ञापन का एक लाभ और एक सीमा लिखिए।

उत्तर- टेलीविजन विज्ञापन का लाभ यह है कि यह दृश्य-श्रव्य प्रभाव डालता है। इसकी सीमा यह है कि यह महंगा होता है और अधिक विज्ञापन से प्रभाव कम हो सकता है।



3

उपभोक्ता : अधिकार एवं उत्तरदायित्व

परिचय

व्यवसाय का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता की संतुष्टि होना चाहिए, लेकिन कई बार उपभोक्ताओं का शोषण किया जाता है। यह तब होता है जब उपभोक्ता अपने अधिकारों और उत्तरदायित्वों से अनजान होता है। इसलिए इनकी जानकारी आवश्यक है।

उपभोक्ता कौन है?

- **उपभोक्ता:** वह व्यक्ति जो **वस्तुएँ** या **सेवाएँ** अपने उपयोग/उपभोग के लिए खरीदता है
- **मुख्य बिंदु**
 - पुनर्विक्रय के लिए खरीदने वाला **उपभोक्ता नहीं**
 - परिवार/अन्य व्यक्ति द्वारा उपयोग भी मान्य
 - **वस्तुएँ:** उपभोग्य व स्थायी
 - **सेवाएँ:** परिवहन, बिजली, टेलीफोन आदि



वस्तुओं एवं सेवाओं के उपभोक्ता में अंतर

- **वस्तुएँ**
 - खरीद से पहले जाँच संभव
 - संग्रह संभव
- **सेवाएँ**
 - पहले जाँच संभव नहीं
 - संग्रह संभव नहीं

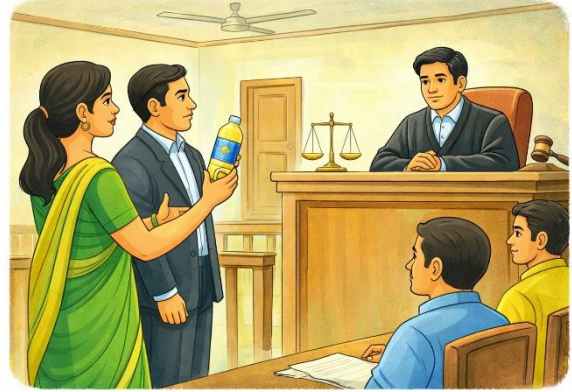


उपभोक्तावाद का अर्थ

उपभोक्तावाद : उपभोक्ताओं का आंदोलन जो अनुचित व्यापार प्रथाओं के विरुद्ध और अपने हितों की रक्षा के लिए होता है

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986

- उपभोक्ता को व्यापक सुरक्षा प्रदान करता है
- **उपभोक्ता न्यायालय:**
 - जिला फोरम
 - राज्य आयोग
 - राष्ट्रीय आयोग



उपभोक्ता के अधिकार

(i) सुरक्षा का अधिकार:

- हानिकारक वस्तुओं से सुरक्षा
- नुकसान पर शिकायत और मुआवजा

(ii) सूचना पाने का अधिकार:

- गुणवत्ता, मात्रा, मूल्य आदि की जानकारी
- सही निर्णय लेने में सहायता

(iii) चयन का अधिकार:

- विभिन्न वस्तुओं में से स्वतंत्र चयन का अधिकार

(iv) सुनवाई का अधिकार:

- उपभोक्ता की शिकायत और विचार सुने जाने चाहिए

(v) निवारण का अधिकार:

- दोषपूर्ण वस्तु पर मुआवजा/बदलाव/रिफंड



(vi) उपभोक्ता शिक्षा का अधिकार

- उपभोक्ता को अधिकारों, कानूनों और सुरक्षा उपायों की जानकारी

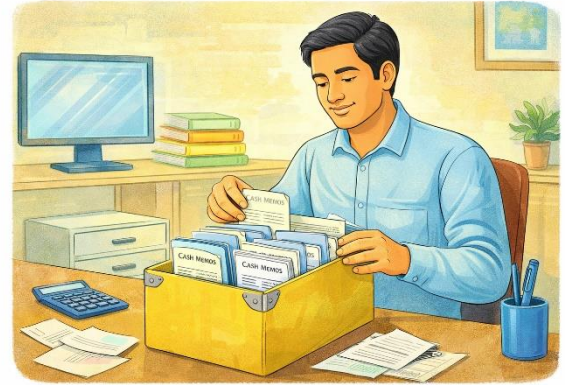
उपभोक्ता के उत्तरदायित्व

(i) स्वयं सहायता का उत्तरदायित्व

- उपभोक्ता को सचेत और जागरूक रहना चाहिए
- स्वयं अपने हितों की रक्षा

(ii) लेन-देन का प्रमाण

- कैश मेमो/बिल सुरक्षित रखना
- वारंटी/गारंटी कार्ड रखना



(iii) उचित दावा

- शिकायत करते समय उचित और वास्तविक दावा

(iv) उत्पाद/सेवा का उचित उपयोग

- वस्तुओं का सही उपयोग करना चाहिए
- दुरुपयोग नहीं करना चाहिए

अन्य उत्तरदायित्व

- समय पर भुगतान
- समझौते का पालन
- मीटर/सुविधाओं से छेड़छाड़ नहीं



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. उपभोक्ता किसे कहते हैं?

उत्तर- उपभोक्ता वह व्यक्ति है जो वस्तुएँ या सेवाएँ अपने उपयोग या उपभोग के लिए खरीदता है। यह वस्तुएँ स्वयं या अन्य व्यक्ति द्वारा उपयोग की जा सकती हैं, परंतु पुनर्विक्रय के लिए खरीदने वाला उपभोक्ता नहीं होता।

प्रश्न-2. उपभोक्तावाद क्या है?

उत्तर- उपभोक्तावाद उपभोक्ताओं का एक आंदोलन है जिसका उद्देश्य बाजार में अनुचित व्यापार प्रथाओं को रोकना और उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करना है।

प्रश्न-3. उपभोक्ता के कोई दो अधिकार लिखिए।

उत्तर- उपभोक्ता के प्रमुख अधिकारों में सुरक्षा का अधिकार और सूचना का अधिकार शामिल हैं। ये उपभोक्ता को हानिकारक वस्तुओं से बचाने और सही जानकारी प्राप्त करने में मदद करते हैं।

प्रश्न-4. उपभोक्ता की दो जिम्मेदारियाँ लिखिए।

उत्तर- उपभोक्ता को खरीद का प्रमाण सुरक्षित रखना चाहिए और वस्तुओं का उचित उपयोग करना चाहिए। इसके अलावा उसे स्वयं जागरूक रहकर अपने हितों की रक्षा करनी चाहिए।

प्रश्न-5. उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 का उद्देश्य क्या है?

उत्तर- इस अधिनियम का उद्देश्य उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापार प्रथाओं से सुरक्षा प्रदान करना और शिकायतों के निवारण हेतु कानूनी व्यवस्था उपलब्ध कराना है।



4

उपभोक्ता संरक्षण

परिचय

बाजार में कई बार उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापारिक तरीकों का सामना करना पड़ता है, जिससे उन्हें आर्थिक और स्वास्थ्य संबंधी नुकसान होता है। इसलिए उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा के लिए **उपभोक्ता संरक्षण** अत्यंत आवश्यक है।

उपभोक्ता संरक्षण का अर्थ

- **उपभोक्ता संरक्षण:** उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापारिक गतिविधियों से बचाने के उपाय
- **उपभोक्ता को मिलते हैं:** सुरक्षा, सूचना, चयन और सुनवाई के अधिकार
- **उद्देश्य:** उपभोक्ता के हितों की रक्षा करना

उपभोक्ताओं की समस्याओं का स्वरूप

- **मिलावट:** वस्तु में घटिया पदार्थ मिलाना
- **नकली वस्तुओं की बिक्री:** असली के स्थान पर नकली वस्तु बेचना
- **गलत माप-तौल:** कम मात्रा देना
- **नकली ब्रांड:** गलत लेबल लगाना
- **जमाखोरी एवं कालाबाजारी:** वस्तुओं की कृत्रिम कमी पैदा करना
- **शर्त के साथ बिक्री:** अन्य वस्तु खरीदने की बाध्यता
- **भ्रामक विज्ञापन:** गलत जानकारी देकर आकर्षित करना
- **निम्न स्तर की वस्तुएँ:** गुणवत्ता मानकों के अनुसार नहीं



उपभोक्ता संरक्षण की आवश्यकता

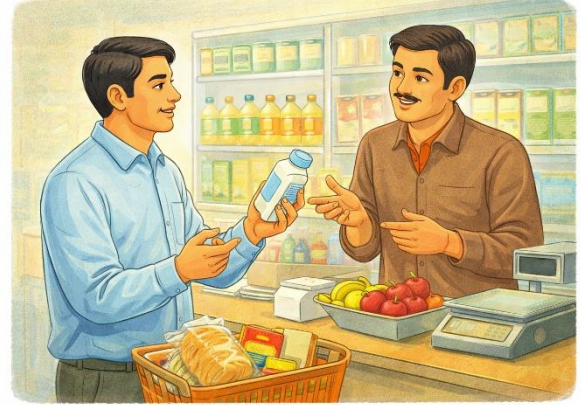
- उपभोक्ता अनुचित व्यापार से प्रभावित होते हैं



- अज्ञानता और जागरूकता की कमी
- भ्रामक विज्ञापन का प्रभाव
- गुणवत्ता की सही पहचान कठिन
- गलत धारणाएँ (जैसे अधिक कीमत = बेहतर गुणवत्ता)

उपभोक्ता संरक्षण से जुड़े पक्ष

- (i) उपभोक्ता:
 - जागरूक रहे
 - अपने अधिकारों का उपयोग करें
- (ii) व्यापारी:
 - सही गुणवत्ता और उचित मूल्य दें
 - उपभोक्ता अधिकारों का सम्मान करें
- (iii) सरकार:
 - कानून बनाए और लागू करे
 - उपभोक्ता हितों की रक्षा करे



उपभोक्ताओं को कानूनी संरक्षण

मुख्य कानून

- कृषि उत्पाद (ग्रेडिंग एवं विपणन) अधिनियम, 1937: गुणवत्ता प्रमाणन (AGMARK)
- औद्योगिक (विकास और विनियमन) अधिनियम, 1951: उत्पादन और गुणवत्ता नियंत्रण
- खाद्य मिलावट निवारण अधिनियम, 1954: मिलावट पर दंड
- आवश्यक वस्तु अधिनियम, 1955: उत्पादन और वितरण नियंत्रण
- माप-तौल मानक अधिनियम, 1956: सही माप-तौल सुनिश्चित



- **MRTP अधिनियम, 1969:** अनुचित व्यापार प्रथाओं की रोकथाम
- **कालाबाजारी निवारण अधिनियम, 1980:** जमाखोरी/कालाबाजारी रोकना
- **भारतीय मानक ब्यूरो अधिनियम, 1986:** ISI मार्क द्वारा गुणवत्ता प्रमाणन
- **उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986:** उपभोक्ता अधिकारों की सुरक्षा

उपभोक्ता अदालतों का अधिकार क्षेत्र

- **जिला फोरम:** ₹20 लाख तक के मामले
- **राज्य आयोग:** ₹20 लाख से ₹1 करोड़ तक
- **राष्ट्रीय आयोग:** ₹1 करोड़ से अधिक
- अपील की व्यवस्था उपलब्ध

उपभोक्ता की शिकायतों के निपटान की प्रक्रिया

- **शिकायत दर्ज कर सकते हैं:** उपभोक्ता या उपभोक्ता संगठन
- **आवश्यक जानकारी:**
 - नाम, पता
 - विवाद का विवरण
 - दस्तावेज (बिल आदि)
 - अपेक्षित राहत
- **शिकायत:** व्यक्तिगत या डाक से भेजी जा सकती है
- **समय सीमा:** 2 वर्ष के भीतर शिकायत
- **संभावित राहत:**
 - दोष दूर करना
 - वस्तु बदलना



- धन वापसी
- मुआवजा

गैर सरकारी संगठनों की भूमिका

- **गैर सरकारी संगठन (NGOs)**
 - उपभोक्ता हितों की रक्षा करते हैं
 - जागरूकता फैलाते हैं
 - शिकायतों में सहायता करते हैं
- **उपभोक्ता आंदोलन में गैर सरकारी संगठनों की गतिविधियाँ :**
 - उपभोक्ता अधिकारों के प्रति जागरूकता फैलाना।
 - उपभोक्ताओं को कानूनी सहायता प्रदान करना।
 - उपभोक्ताओं के प्रतिनिधि के रूप में उनके हितों की रक्षा करना।
 - उत्पादों की गुणवत्ता की जांच व तुलना करके जानकारी देना।
 - पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से उपभोक्ता जानकारी फैलाना।

TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. उपभोक्ता संरक्षण क्या है?

उत्तर- उपभोक्ता संरक्षण उन उपायों को कहते हैं जिनके द्वारा उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापारिक प्रथाओं से बचाया जाता है और उनके हितों की रक्षा की जाती है।

प्रश्न-2. उपभोक्ताओं की दो समस्याएँ लिखिए।

उत्तर- उपभोक्ताओं की प्रमुख समस्याओं में मिलावट और गलत माप-तौल शामिल हैं। इनके कारण उपभोक्ता को आर्थिक और स्वास्थ्य संबंधी नुकसान होता है।



प्रश्न-3. उपभोक्ता संरक्षण क्यों आवश्यक है?

उत्तर- उपभोक्ता संरक्षण आवश्यक है क्योंकि बाजार में अनुचित व्यापारिक प्रथाएँ, भ्रामक विज्ञापन और उपभोक्ता की अज्ञानता के कारण उनका शोषण होता है।

प्रश्न-4. उपभोक्ता संरक्षण में तीन पक्ष कौन-कौन से हैं?

उत्तर- उपभोक्ता संरक्षण में तीन मुख्य पक्ष हैं-उपभोक्ता, व्यापारी और सरकार। तीनों की संयुक्त भूमिका उपभोक्ता हितों की रक्षा के लिए आवश्यक है।

प्रश्न-5. जिला फोरम का अधिकार क्षेत्र क्या है?

उत्तर- जिला फोरम ₹20 लाख तक के मामलों की सुनवाई करता है। उपभोक्ता अपनी शिकायत वहाँ दर्ज कर सकते हैं और राहत प्राप्त कर सकते हैं।



5

जीविका का चयन

परिचय

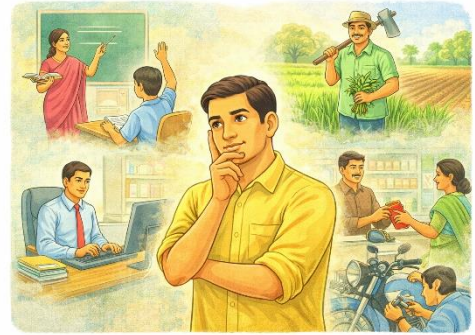
हर व्यक्ति को अपने जीवन यापन के लिए किसी न किसी कार्य का चयन करना पड़ता है, जिसे जीविका कहा जाता है। सही जीविका का चयन व्यक्ति के भविष्य, सफलता और जीवनशैली को प्रभावित करता है।

जीविका की अवधारणा

जीविका: ऐसा कार्य जिससे व्यक्ति जीवन यापन और उन्नति के अवसर प्राप्त करता है

मुख्य बिंदु

- केवल नौकरी नहीं, बल्कि विभिन्न कार्यों का समूह
- व्यक्ति के जीवन का महत्वपूर्ण भाग
- दीर्घकाल तक किया जाने वाला कार्य



जीविका के चयन का महत्व

- जीवन का महत्वपूर्ण निर्णय
- भविष्य की आधारशिला
- जीवनशैली, मूल्य और दृष्टिकोण पर प्रभाव
- सही चयन से सफलता और संतुष्टि
- अपनी योग्यता और रुचि के अनुसार चयन आवश्यक

व्यवसाय में जीविका के अवसर

- प्रत्येक व्यक्ति किसी न किसी आर्थिक क्रिया से जुड़ा होता है
- जीविका के लिए दो विकल्प:
 - नौकरी
 - स्वरोजगार



नौकरी

- **नौकरी** : किसी अन्य के लिए वेतन/मजदूरी के बदले कार्य करना
- **विशेषताएँ**
 - नियोक्ता और कर्मचारी के बीच संबंध
 - निश्चित वेतन
 - कार्य नियोक्ता द्वारा निर्धारित

स्वरोजगार

- **स्वरोजगार**: व्यक्ति स्वयं आर्थिक गतिविधि करके अपनी जीविका कमाता है
- **विशेषताएँ**
 - स्वयं का व्यवसाय
 - लाभ-हानि का जोखिम स्वयं उठाता है
 - स्वतंत्र निर्णय लेने की क्षमता

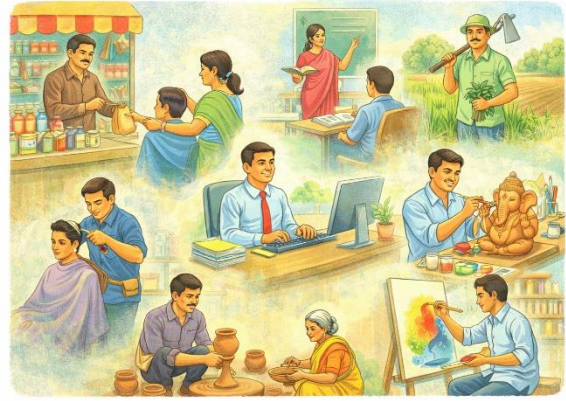
स्वरोजगार तथा वेतन रोजगार में अंतर

नौकरी	स्वरोजगार
व्यक्ति कर्मचारी होता है	व्यक्ति स्वयं मालिक होता है
आय निश्चित होती है	आय अनिश्चित होती है
दूसरों के लिए कार्य करता है	अपने लिए कार्य करता है
जोखिम कम होता है	जोखिम अधिक होता है
कार्य निर्धारित होता है	कार्य में स्वतंत्रता होती है



स्वरोजगार के क्षेत्र

- छोटे पैमाने का व्यापार
- व्यक्तिगत सेवाएँ
- व्यावसायिक कार्य
- कृषि आधारित कार्य
- ग्रामीण एवं कुटीर उद्योग
- कला एवं शिल्प कार्य



वेतन की अपेक्षा में स्वरोजगार

- अपनी योग्यता का पूरा उपयोग
- कम पूंजी में भी संभव
- अनुभव और कौशल में वृद्धि
- स्वतंत्रता और आत्मनिर्भरता

स्वरोजगार में सफलता के लिए आवश्यक गुण

- **बौद्धिक योग्यता:** अवसर पहचानने और निर्णय लेने की क्षमता
- **सतर्कता एवं दूरदृष्टि:** बाजार परिवर्तन को समझना
- **आत्मविश्वास:** निर्णय लेने और समस्याओं का समाधान
- **व्यवसाय का ज्ञान:** कार्य संचालन की समझ
- **कानूनी ज्ञान:** संबंधित नियमों की जानकारी
- **लेखा ज्ञान:** आय-व्यय का हिसाब रखना
- **व्यक्तिगत गुण:** ईमानदारी, परिश्रम, गंभीरता



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. जीविका क्या है?

उत्तर- जीविका वह कार्य है जिसके माध्यम से व्यक्ति अपना जीवन यापन करता है और उन्नति के अवसर प्राप्त करता है। यह केवल नौकरी नहीं बल्कि विभिन्न कार्यों का समूह होता है।

प्रश्न-2. जीविका के चयन का महत्व क्या है?

उत्तर- जीविका का चयन व्यक्ति के जीवन का महत्वपूर्ण निर्णय है। यह उसके भविष्य, जीवनशैली, मूल्य और सफलता को प्रभावित करता है, इसलिए सही चयन आवश्यक है।

प्रश्न-3. नौकरी और स्वरोजगार में अंतर लिखिए।

उत्तर- नौकरी में व्यक्ति वेतन के लिए दूसरों के लिए कार्य करता है, जबकि स्वरोजगार में व्यक्ति स्वयं का व्यवसाय करता है और लाभ-हानि का जोखिम स्वयं उठाता है।

प्रश्न-4. स्वरोजगार के दो क्षेत्र लिखिए।

उत्तर- स्वरोजगार के प्रमुख क्षेत्रों में छोटे पैमाने का व्यापार और व्यक्तिगत सेवाएँ शामिल हैं। इसके अलावा कृषि, कुटीर उद्योग और कला-शिल्प भी महत्वपूर्ण क्षेत्र हैं।

प्रश्न-5. स्वरोजगार में सफलता के लिए दो गुण लिखिए।

उत्तर- स्वरोजगार में सफलता के लिए आत्मविश्वास और व्यवसाय का ज्ञान आवश्यक है। इसके साथ ही सतर्कता और लेखा ज्ञान भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।



6

उद्यमिता

परिचय

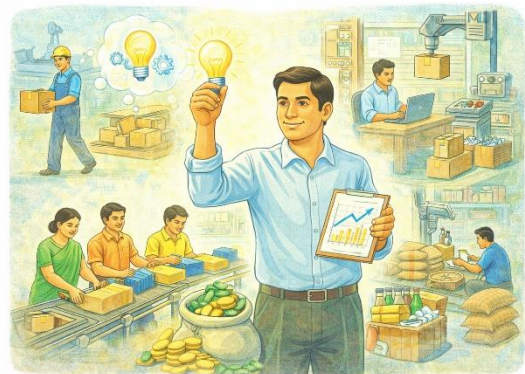
जीविका कमाने के लिए व्यक्ति या तो नौकरी करता है या अपना व्यवसाय शुरू करता है। जो व्यक्ति अपने दम पर व्यवसाय स्थापित करता है, जोखिम उठाता है और दूसरों के लिए भी रोजगार के अवसर पैदा करता है, उसे **उद्यमी** कहा जाता है। उद्यमिता न केवल व्यक्ति को आत्मनिर्भर बनाती है, बल्कि देश के आर्थिक विकास को भी गति देती है।

उद्यमिता का अर्थ

- **उद्यमिता** : नए विचारों को आर्थिक गतिविधि में बदलने की प्रक्रिया
- **उद्यमी** : वह व्यक्ति जो नवीन कार्य करता है, जोखिम उठाता है और व्यवसाय स्थापित करता है

मुख्य बिंदु

- नवाचार
- जोखिम उठाना
- संसाधनों का उपयोग
- रोजगार सृजन



उद्यमी होने का महत्व

- रोजगार के अवसर प्रदान करना
- अनुसंधान एवं विकास में योगदान
- राष्ट्रीय आय और संपत्ति का निर्माण
- आर्थिक विकास को बढ़ावा



एक सफल उद्यमी के गुण

- पहल: अवसर पहचानकर कार्य शुरू करना
- जोखिम उठाने की क्षमता: अनिश्चितता को स्वीकार करना
- अनुभव से सीखने की योग्यता: गलतियों से सुधार
- अभिप्रेरणा: लक्ष्य प्राप्ति के लिए प्रेरणा
- आत्मविश्वास: निर्णय लेने में विश्वास
- निर्णय लेने की क्षमता: सही समय पर सही निर्णय

एक उद्यमी के कार्य

- अवसरों की पहचान
- विचारों को क्रियान्वित करना
- संभाव्यता अध्ययन
- संसाधनों की व्यवस्था
- उद्यम की स्थापना
- उद्यम का प्रबंधन
- वृद्धि एवं विकास

एक लघु उद्यम की स्थापना

(i) लघु व्यवसाय कौन स्थापित कर सकता है

- कोई भी व्यक्ति
- शिक्षित/अशिक्षित
- ग्रामीण/शहरी



(ii) वित्त का प्रबंध

- स्थायी पूंजी: मशीन, भवन आदि
- कार्यशील पूंजी: कच्चा माल, वेतन आदि
- स्रोत: स्वयं, बैंक, वित्तीय संस्थाएँ

(iii) व्यवसाय का चयन

- बाजार की मांग के अनुसार
- लाभ और जोखिम का विश्लेषण
- उचित निर्णय लेना

(iv) संगठन के स्वरूप का चयन

- एकल स्वामित्व
- साझेदारी

(v) स्थिति

- बाजार के निकट
- परिवहन सुविधा
- श्रम उपलब्धता

(vi) श्रम की उपलब्धता

- प्रशिक्षित/अप्रशिक्षित श्रमिक
- कार्य के अनुसार चयन



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. उद्यमिता क्या है?

उत्तर- उद्यमिता वह प्रक्रिया है जिसमें नए विचारों को आर्थिक गतिविधि में बदलकर व्यवसाय स्थापित किया जाता है। इसमें जोखिम उठाना, नवाचार करना और संसाधनों का उपयोग शामिल होता है।

प्रश्न-2. उद्यमी कौन होता है?

उत्तर- उद्यमी वह व्यक्ति है जो नए विचारों को अपनाकर व्यवसाय शुरू करता है, जोखिम उठाता है और उत्पादन तथा रोजगार सृजन में योगदान देता है।

प्रश्न-3. उद्यमी के दो गुण लिखिए।

उत्तर- उद्यमी के प्रमुख गुणों में जोखिम उठाने की क्षमता और आत्मविश्वास शामिल हैं। इसके अलावा पहल और निर्णय लेने की क्षमता भी आवश्यक होती है।

प्रश्न-4. उद्यमी के दो कार्य लिखिए।

उत्तर- उद्यमी अवसरों की पहचान करता है और विचारों को क्रियान्वित करता है। इसके अलावा वह संसाधनों की व्यवस्था करता है और उद्यम का प्रबंधन करता है।

प्रश्न-5. लघु उद्यम की स्थापना में वित्त का क्या महत्व है?

उत्तर- लघु उद्यम की स्थापना के लिए वित्त आवश्यक होता है। इससे मशीन, भवन, कच्चा माल और मजदूरी का भुगतान किया जाता है। वित्त के बिना व्यवसाय शुरू और संचालित नहीं किया जा सकता।

