

उच्च माध्यमिक परीक्षा , 2019

SENIOR SECONDARY EXAMINATION , 2019

व्यवसाय अध्ययन

BUSINESS STUDIES

Time : 3 Hours 15 Minutes

Maximum Marks : 80

परीक्षार्थियों के लिये सामान्य निर्देश

General Instructions to the Examinees :

- परीक्षार्थी सर्वप्रथम अपने प्रश्न पत्र पर नामांक अनिवार्यतः लिखें।
Candidate must Write His / Her Roll No. on the Question Paper Compulsorily .
- सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। All Questions are Compulsory .
- प्रत्येक प्रश्न का उत्तर दी गई उत्तर पुस्तिका में ही लिखें।
Write the Answer to each question in the given answer-book only
- जिन प्रश्नों में आन्तरिक खण्ड है, उन सभी के उत्तर एक साथ ही लिखें। For the Questions having more than One Part , the answer to those Parts are to be Written together in Continuity .
- प्रश्न पत्र के हिन्दी एवं अंग्रेजी रूपान्तर में किसी प्रकार की त्रुटि / अन्तर / विरोधाभास होने पर हिन्दी भा भा के प्रश्न को ही सही माने। If there is any Error / Difference / Contradiction in Hindi and English Versions of the Question Paper , the Question of Hindi Version should be Treated Valid .
- यह प्रश्न पत्र चार खण्डों में विभक्त है : A , B , C तथा D .
This Question Paper Contains FOUR Sections : A , B , C and D

Section	Q. Nos.	Marks Per Question	Word / Page Limit of Answer
A	1 – 10	1	20 Words
B	11 – 18	2	Half Page
C	19 – 27	4	One Page
D	28 – 30	6	Three Pages

- खण्ड 'A' सभी छात्रों के लिये अनिवार्य है।
Section "A" has 10 Questions No. 1 to 10 of 1 Mark each . ,is Compulsory for All Candidates .
- खण्ड 'B' के दो भाग हैं। प्रत्येक भाग में सात प्रश्न हैं। परीक्षार्थी को किसी एक भाग के सात प्रश्नों को हल करना है। Section 'B' has Two Portions . Every portion has a Set of Seven (7) Questions . Candidates can Attempt only a Set of Seven Questions of any One Portion .
- प्रश्न संख्या 28 से 30 में अपन्तरिक विकल्प हैं। Q. Nos. 28 to 30 have Internal Choices . .

SECTION – A (खण्ड – A)

Q 1. प्रबन्ध के चौदह सिद्धान्तों के प्रतिपादक का नाम लिखिये।

Write the Name of Propounder of Fourteen Principles of Management .

[1 Mark]

Ans. प्रबन्ध के चौदह सिद्धान्तों के प्रतिपादक का नाम हेनरी फेयोल है।

Henri Fayol was the Propounder of the Fourteen Principles of Management .

Q 2. पीटर ड्रुकर द्वारा लिखित पुस्तक का क्या नाम है ?

What is the Name of the book Written by Peter Drucker ?

[1 Mark]

Ans. पीटर ड्रुकर द्वारा लिखित पुस्तक का नाम है : “Managing in Turbulent Times” .

“Managing in Turbulent Times” was the Book Written by Peter Drucker .

Q 3. अभिप्रेरणा मनोबल के वृद्धि कैसे करती है ? How does Motivation improves Morale ?

[1 Mark]

Ans. मनोबल कार्य करने की इच्छा का नाम है। अभिप्रेरणा से कर्मचारी की आवश्यकता की पूर्ति होती है एवं उन्हें मानसिक संतुष्टि प्राप्त होती है। यह संतुष्टि ही मनोबल में वृद्धि करती है।

The morale of employees relates to their enthusiasm , zeal and aptitudes etc. which motivates them to work . Motivation understands the feelings and conduct of the employees and satisfies their needs and aspirations . As such , the employees get mental satisfaction and the desire to work is created among the employees . Thus it becomes clear that morale of employees go up through motivation .

Q 4. कपट का अर्थ बताइये। Mention the meaning of Fraud .

[1 Mark]

Ans. अनुबन्ध के पक्षकार या उसके एजेंट द्वारा दूसरे पक्षकार के समक्ष अनुबन्ध के महत्वपूर्ण तथ्यों का मिथ्यापर्णन करना अथवा उन्हें छिपाना ताकि दूसरे को धोखे में डालकर उसे अनुबन्ध के लिये प्रेरित किया जा सकें।

A false representation of a concealment of a material fact intending to deceive the other party to the contract is known as Fraud . Following are assumed as fraud :

- The suggestion which is not true by one who does not believe it to be true .
- The active concealment of a fact by one having knowledge .
- A promise made without any intention of
- Any other act fitted to deceive or an act or omission as the law specially deals to be fraud .

Q 5. "एक नेता में उत्तम स्वास्थ्य आवश्यक है।" क्यों ?

"Sound Health is essential for a Leader" . Why ?

[1 Mark]

Ans. एक नेता का स्वास्थ्य उत्तम एवं शरीर सुगठित होना चाहिये। कहा जाता है कि स्वस्थ शरीर में ही स्वस्थ मस्तिष्क का निवास होता है। वह शारीरिक रूप से अपने कार्यों के निष्पादन हेतु सक्षम एवं स्फूर्तिवान होना चाहिये। यदि नेता का स्वास्थ्य उत्तम नहीं होगा, तो वह अपने कार्यों को पूर्ण करने में कठिनाई अनुभव करेगा।

It is rightly said that sound mind resides in sound body . Hence a leader should have sound health .He should be efficient and smart for performing his jobs as physique . In addition to this , he should be handsome , with charming personality . Such a Leader has a lasting impact on the minds of his followers . , .

Q 6. प्रस्ताव क्या है ?

What is Proposal ?

[1 Mark]

Ans. प्रस्ताव : जब एक पक्षकार किसी दूसरे पक्षकार के समक्ष किसी कार्य को करने या न करने की अपनी इच्छा इस उद्देश्य से प्रकट करता है कि दूसरे पक्षकार की सहमति प्राप्त हो, तो यहाँ एक पक्षकार द्वारा दूसरे पक्षकार के समक्ष इच्छा प्रकट करना ही प्रस्ताव कहलाता है। [धारा 2 (a)]

When one person signifies to another his willingness to do or abstain from doing anything with a view to obtaining the assent of the others to such act or abstinence , He is said to make a Proposal .

[Sec. 2 (a)]

Q 7. विपणन प्रबन्ध ग्राहकों के ज्ञान में वृद्धि कैसे करता है ?

How marketing management increase customers knowledge ?

[1 Mark]

Ans. विज्ञापन , विक्रय कला एवं विक्रय संवर्द्धन के माध्यम से ग्राहकों को वस्तु के अनेक पहलुओं की जानकारी प्रदान की जाती है। इस प्रकार विपणन उपभोक्ताओं को शिक्षित करने एवं जागरूक बनाने में सहायक है।

Marketing Management increases knowledge of customers with the help of Advertisement , Sales Art , Publicity , Public Relations and Sales Promotion . These are place of availability of goods , price , names of goods and their quantity used / mixed to prepare the product , date of production , validity time , cases to be taken while using the product and problem / solution while using technical products etc. Thus Marketing is helpful in education and awareness to consumers .

Q 8. ऋग्वेद में बीमा के लिये किस शब्द का प्रयोग किया गया है ?

Which word is used for insurance in the "Rig-Veda" ?

[1 Mark]

Ans. ऋग्वेद में बीमा के लिये प्रयुक्त शब्द है "योगक्षेम"।

For Insurance "Yogshem" word is used in Rig-Veda .

Q 9. "विज्ञापन नये ग्राहक बनाता है।" कैसे ?

"Advertisement attracts New Customers" . How ?

[1 Mark]

Ans. विज्ञापन का उद्देश्य नये ग्राहक बनाना है। विज्ञापन के माध्यम से वस्तु की उपलब्धि , कीमत , उपयोग आदि के बारे में जानकारी मिल जाती है , जिससे ग्राहक विभिन्न वस्तुओं की तुलना करके विवेकपूर्ण एवं सुविधापूर्ण क्रय कर सकता है।

Persuasion is the power of advertising . It is its stock or strength . Advertising is by very nature , persuasive . Advertising in any form contains Persuasion , because the major function of advertising copy and the art work is to persuade the reader or the listener or the viewers .

Q 10. समाजिक सुरक्षा का क्या अर्थ है ?

What is the meaning of Social Security ?

[1 Mark]

Ans. समाज के द्वारा समाज के उन लोगों को उन जोखिमों के विरुद्ध सुरक्षा प्रदान करना है , जिन्हें वह अपने आप वहन नहीं कर सकते सामाजिक सुरक्षा कहलाती है। जैसे : अक्षम , वृद्ध आदि।

By Social Security we understand a programme of protection provided by society against those Contingencies of modern life – Sickness , Unemployment , Old age , Dependency , Industrial Accidents and invalidity against which the individual cannot be expected to protect himself and his family by his own ability or foresight .

SECTION – B (खण्ड – B)

Q 11. "उद्यमिता एक पेशेवर क्रिया है।" कैसे ?

"Entrepreneurship is a Professional Activity" . How ?

[2 Marks]

Ans.

वर्तमान युग में उद्यमिता एक पेशेवर एवं अर्जित योग्यता है। यदि कोई व्यक्ति इस योग्यता को प्राप्त करना चाहता है , तो विभिन्न शिक्षण - प्रशिक्षण संस्थानों में शिक्षण - प्रशिक्षण प्राप्त कर इस योग्यता को अर्जित कर सकता है। इसमें रुचि जागत करने हेतु अनेक कार्यक्रमों तथा योजनाओं का संचालन सरकार कर रही है।

In modern age Entrepreneurship is not a quality by birth , but it is an earned talent , reason being that if a person intends to gain this quality , he may participate in the programmes organized by various institutions and organizations . Hence , it is developing as a profession , due to following reasons :

- The capability of the entrepreneurs is being enhanced and developed by providing them required education and training .
- The Government is starting several schemes to encourage the Interest and Inclination among the entrepreneurs for developing Entrepreneurship .

Q 12. प्रबन्ध की प्रवक्ता भूमिका क्या है ?

What is the Spokesperson role of Management ?

[2 Marks]

Ans.

प्रवक्ता की भूमिका में प्रबन्धक अपने संगठन की योजनाओं , नीतियों , कार्यक्रमों के बारे में बाह्य पक्षकारों – ग्राहकों , सरकार , समुदाय , संस्थाओं आदि को विभिन्न प्रकार की सूचनाएँ संचार माध्यम से प्रेषित करता है।

Every Manager , discharges the role as a spokesperson also . A Manager transmits or disseminates information to outside parties – customers , government , community and other organization . Such information , usually relates to organization's plans , policies , programmes , performance and financial results etc. For this purpose he may use many medias – press conferences , meeting of shareholders and debentures and annual reports .

Q 13. उद्यमिता पूँजी निर्माण में कैसे सहायक है ? समझाइये।

How does Entrepreneurship is helpful in Capital Formation ? Explain .

[2 Marks]

Ans.

उद्यमी बचतों को उद्योगों में अंश , ऋणपत्र आदि के रूप में उपयोग कर प्रत्यक्ष रूप से पूँजी को बढ़ावा देता है। वे इन बचतों को उत्पादक कार्यों में उपयोग करके पूँजी निर्माण की दर में वृद्धि करते हैं।

Entrepreneurship is a creative activity , because it provides motivation to execute new thoughts , by making search of various new opportunities and by undertaking creative thinking . Besides it , creative function is performed by making changes in the resources of the production and the size , colour , design of the goods and in the market of the goods . As a result , Capital Formation and Constructive Activities go on taking place in any country .

Q 14. आजीवन रोजगार योजना से आप क्या समझते हैं ?

What do you mean by Life time Employment Plan ?

[2 Marks]

Ans.

प्रो. औची के मुताबिक कर्मचारियों को जीवन पर्यन्त रोजगार दिया जाना चाहिये। जापानी संस्थान में एक बार चयन के पश्चात मंदीकाल में भी कम्पनियाँ किसी कार्मिक की छटनी या जबरन छुट्टी नहीं करती हैं। संस्थाएँ घाटा उठाकर भी अपने कार्मिकों को बनाये रखती हैं। इससे कर्मचारी संगठन के प्रति वफादार एवं निष्ठावान बनते हैं।

Life time Employment means that a major firm or Government Bureau hires once a year , in the spring , when young people graduate from junior high , high school and the university . Life time Employment , more than being a single policy , avoiding retrenchment and lay off during recession . Moreover , financial and non-financial incentives should be offered to motivate employees . Instead of this company maintains employees , while it is not earning profit .

Q 15. "एश्योरेन्स" एवं "इन्श्योरेन्स" में अन्तर बताइये।

Mention the differences between "Assurance" and "Insurance" .

[2 Marks]

Ans.

एश्योरेन्स : इस शब्द का प्रयोग उन बीमा अनुबन्ध के लिये किया जाता है जिसमें बीमाकर्ता का दायित्व निश्चित रहता है। जीवन बीमा अनुबन्धों के लिये एश्योरेन्स शब्द का प्रयोग किया जाता है।

इन्श्योरेन्स : इस शब्द का प्रयोग उन अनुबन्धों के लिये किया जाता है जिसमें हानि होने की सम्भावना ता पाई जाती है , किन्तु हानि होना निश्चित नहीं होता। क्षतिपूर्ति अनुबन्धों – अग्नि , समुद्री बीमा आदि में इस शब्द का प्रयोग किया जाता है।

Assurance : Assurance means the Insurer gives assurance to the Insured to pay the claim in any case , either on maturity or on death . This term is used only in Life Insurance Contract .

Insurance : Here the Insurer only promises to secure the property in case of actual loss . This term is used for all other types of insurance .

Q 16. जी. एस. टी. क्या है ?

What is G.S.T. ?

[2 Marks]

Ans.

वस्तु एवं सेवा कर (जीएसटी) एक अप्रत्यक्ष कर है , जो माल के उत्पादक एवं विक्रेता पर एक समान रूप से लगाया जायेगा। यह कर वस्तु एवं सेवा दोनों पर लगेगा। वर्तमान कर प्रणाली में इस प्रकार के तीन कर हैं। पहला : उत्पाद शुल्क ; दूसरा : सेवा कर तथा तीसरा : राज्य वैट। इन तीनों के स्थान पर यह अकेला कर लगेगा।

Goods and Service Tax (GST) is a type of VAT and Multi level Tax which is imposed on Added Value on the every level of any Sale of Goods or Service . Here , Added Value refers to that Additional Price in Goods or Services , Priced by any Businessmen .

Q 17. जी. एस. टी. पंजीकरण हेतु आवेदन के साथ लगने वाले किन्हीं दो दस्तावेजों के नाम लिखिये।

Write any TWO name of Documents which are enclosed with Application for taking G. S. T. Registration .

[2 Marks]

Ans.

प्रत्येक व्यवहारी को ऑनलाइन आवेदन के साथ निम्न दस्तावेज की स्कैन प्रतिलिपि लगानी होगी :

- (1) साझेदारी फर्म के मामले में साझेदारी संलेख , सोसाइटी ट्रस्ट के मामले में पंजीकरण प्रमाण पत्र , कम्पनी के मामले में एमसीए 21 से ऑनलाईन जाँच की जायेगी तथा कोई दस्तावेज लगाने की आवश्यकता नहीं होगी।
- (2) कार्य के मुख्य स्थान के सबूत के रूप में यदि स्वयं का स्थान है , जो मालिकाना हक से सम्बन्धित कागज अथवा किराये के मामले में किरायानामा यदि बिना किराये जगह मिली है तो उससे सम्बन्धित सबूत।
- (3) बैंक स्टेटमेन्ट की प्रति।
- (4) अधिकत प्रतिनिधि के सम्बन्ध में अधिकार पत्र।
- (5) एकल व्यापारी , साझेदारी , कर्ता , मैनेजिंग डायरेक्टर , मैनेजिंग ट्रस्टी की फोटो।

Documents to be enclosed with the Application for taking G. S. T. Registration by any Businessmen are :

- (1) In case of Partnership , online test will be done from Partnership Deed . In case of Society Trust Registration Certificate . In case of Company MCA 21 , thus there is no need to attach any document .
- (2) As a proof of main place of work , if place himself then he have to proof related honour rights or as on Rent , Rent document , if have place without Rent .
- (3) Copy of Bank Statement .
- (4) Authority Letter in relation of Authorized Representative .
- (5) Photo of Sole Trade , Partners , Person , MD and managing Trustee .

Q 18. प्रबन्ध की सार्वभौमिकता को आप किस प्रकार स्पष्ट करेंगे ?

How will you explain the Universality of Management ?

[2 Marks]

Ans.

प्रबन्ध एक सार्वभौमिक क्रिया है। सार्वभौमिकता का तात्पर्य किसी ज्ञान का सर्वत्र एक समान रूप से लागू होना है। सार्वभौमिकता के सम्बन्ध में दो विचारधाराएँ हैं : एक पक्ष में तथा दूसरी विपक्ष में। वह छोटे , बड़े , धार्मिक , राजनैतिक , सैनिक , सामाजिक , व्यावसायिक आदि संगठनों में की जाने वाली क्रिया है।

Generally , Universality means equally overall apply of any knowledge . But Universality of Management means universal application of Principles , Techniques , methods and Functions of Management . i.e. management equally applies to all the Institutions (Business , Social , Religious , Political etc) ; Industry (Big , Small , Cottage etc) ; Head of the family and President of any Committee , Trade Union and any country etc. Not only these , even in the War Fields , the Army Commandents requires planning in management of their arms , which is Management Function .

SECTION – C (खण्ड – C)

Q 19. “प्रबन्ध एक अदृश्य शक्ति है।” कैसे ?

“Management is a invisible power” . How ?

[4 Marks]

Ans.

प्रबन्ध एक अदृश्य शक्ति है। इसे देखा एवं छुआ नहीं जा सकता , किन्तु इसके प्रयासों के परिणाम के आधार पर इसकी उपस्थिति का स्वतः अनुमान हो जाता है। जब संस्था में सभी कार्य सुचारु रूप से होते रहते हैं , कर्मचारी सन्तुष्ट होते हैं तथा संस्था में सौहार्दपूर्ण कार्य वातावरण होता है तब प्रबन्ध शक्ति की उपस्थिति का सहज ही अनुमान हो जाता है। कभी कभी इस अदृश्य शक्ति का मान इसकी अनुपस्थिति से तब होता है जबकि संस्था असफलता की ओर जाने लगती है। ऐसे समय में लोग यह कहकर इस शक्ति को स्वीकार करते हैं कि “संस्था कुप्रबन्ध (Mismanagement) के कारण डूब रही है”।

Management is an intangible force because it cannot be seen or touched . But its existence can be felt in the form of good or bad results of its efforts , like – satisfaction of employees , appropriate conditions of work and mutual relations between the employees etc. Skill of management is evaluated only by achievement of the objectives and adequate satisfaction of all sections , concerned with the business . Sometimes , existence of management is also felt by its absence where there is mis-management .

Q 20. निम्न को समझाइये : Explain the following :

- (i) व्यर्थ ठहराव (Void Agreement)
(ii) व्यर्थ अनुबन्ध (Void Contract)

[4 Marks]

Ans.

- (i) व्यर्थ ठहराव वह ठहराव है , जो राजनियम द्वारा प्रवर्तित नहीं करवाया जा सकता है। व्यर्थ ठहराव का कोई कानूनी प्रभाव नहीं होता है। [धारा 2 (g)]
Void Agreement : An Agreement not enforceable by law is said to be Void and there is no legal effect of such an agreement . [Sec. 2 (g)]
- (ii) व्यर्थ अनुबन्ध : अनुबन्ध करते समय वैध होता है , किन्तु बाद में परिस्थितियों में परिवर्तन के कारण व्यर्थ हो जाता है। [धारा 2 (j)]
Void Contract : A Contract which ceases to be enforceable by law becomes Void when it ceases to be enforceable . [Sec 2 (j)]

Q 21. एक प्रबन्धक के रूप में, आप किस अपने संगठन में अभिप्रेरणा की किन अवितीय तकनीकों को अपनाएँगे ? किन्हीं चार को स्पष्ट कीजिये।

As a Manager , which non-financial techniques of motivation will you adopt in your organization ? Explain any four .

[4 Marks]

Ans.

अभिप्रेरणा की अवितीय तकनीकों का धन या मुद्रा से से कोई सम्बन्ध नहीं होता है। ये तकनीकें मनोवैज्ञानिक होती हैं , जो व्यक्ति की भावनाओं एवं इच्छाओं को पूरा करने में सहायक होती हैं। अवितीय तकनीक में व्यक्तिगत सम्पर्क , पदोन्नति , विकास के अवसर , कार्य विस्तार आदि शामिल किये जा सकते हैं।

- * **पद एवं सेवा सुरक्षा** : सेवा सुरक्षा प्रदान करने से कर्मचारी छंटनी , सेवामुक्ति आदि की जोखिम से मुक्त हो जाता है एवं उसे अभिप्रेरित किया जाना सरल हो जाता है। कर्मचारी उच्च पदों को प्राप्त करना चाहता है तथा वर्तमान पद को बनाये रखना चाहता है। यह सुविधा प्रदान करके भी अभिप्रेरित किया जा सकता है।
- * **प्रशंसा एवं सम्मान** : कर्मचारियों द्वारा अपने उत्तरदायित्वों को सफलतापूर्वक निश्चित समय में पूर्ण करने पर उनकी सार्वजनिक रूप से प्रशंसा की जानी चाहिये एवं उपयुक्त अवसरों पर उनका सम्मान किया जाना चाहिये। इससे उनके आत्मविश्वास एवं मनोबल में बढ़ोतरी होती है।

- * प्रबन्ध में सहभागिता : कर्मचारियों को संस्था के महत्वपूर्ण कार्यों, लक्ष्यों, व्यूह रचनाओं, नीति निर्धारण एवं निर्णयों में भागीदारी देकर अभिप्रेरित किया जा सकता है। निर्णयों में सहभागिता होने से कर्मचारी निर्णयों से बद्ध हो जाते हैं, जिससे संस्था के लक्ष्यों की प्राप्ति सरलता से होती है एवं कर्मचारी भी अपने आपको गौरवान्वित महसूस करता है।
- * प्रभावी नेतृत्व एवं पर्यवेक्षण : अच्छा नेतृत्व कर्मचारियों में कार्य के प्रति रुचि जागृत करता है। एक अच्छा पर्यवेक्षक अपने मानवीय व्यवहार से तथा व्यावहारिक एवं सहयोगात्मक पर्यवेक्षण करके कर्मचारियों के साथ अनौपचारिक सम्बन्धों का निर्माण करता है, जिससे कर्मचारियों की कार्य के प्रति रुचि व लक्ष्य प्राप्ति के प्रति उत्साह बढ़ता है।

Non-financial Techniques of Motivation are those which are not associated with financial rewards . Such techniques are mainly Psychic in nature . Some of the Non-financial techniques of motivation are

- **Status** : Every person wants self respect . Reputation of a man increases by his wealth , post and acts of goodness . A sufficient wealth may be obtained by good post – higher or increase in the status of a person . Good salary and high post adds to the reputation in the society . Hence the Manager should motivate the employees , by keeping in view , the reputation of the employees .
- **Praise and Recognition** : Praise and Recognition for work done is a good method of motivation . It satisfies self-esteem and ego needs of the employees . It increases a feeling of personal worth , self-respect and self-confidence among employees .
- **Participation in Management** : Participation in management affairs like – strategies , goals , important functions , determination of policy and decisions of an organization) is a strong method of motivating employees because it makes people ego-involved and creative . It gives employees a chance to express their ideas and it gives them psychological satisfaction that their voice is being heard .
- **Feeling of Accomplishment and Achievement** : Employees are motivated to work better if they have a feeling of Accomplishment . This feeling can be inculcated by providing more Authority , Autonomy , Applying the MBO Technique , Better Career Planning and Development and so on . Also employees must be given an Opportunity to grow and mature on the job and to feel pride to work .

Q 22. एजेन्ट व नौकर में अन्तर कीजिये।

Differentiate between Agent and Servant .

[4 Marks]

Ans.

एजेन्ट तथा नौकर में अन्तर :

- * एजेन्ट तीसरे पक्षकार के साथ अपने मालिक के अनुबन्धात्मक सम्बन्ध स्थापित करवाता है , जबकि नौकर ऐसा नहीं कर सकता है।
- * एजेन्ट का पारिश्रमिक , कमीशन अथवा फीस के रूप में मिलता है , जबकि नौकर को अपना पारिश्रमिक वेतन के रूप में मिलता है।
- * एक एजेन्ट के अनेक सेवायोजक/प्रधान हो सकते हैं , जबकि नौकर का सामान्यतः एक ही सेवायोजक होता है।
- * एजेन्ट एक ही समय में नौकर नहीं हो सकता है , जबकि नौकर कभी कभी नौकर के साथ साथ एक एजेन्ट भी बन सकता है।

Difference between an Agent and a Servant .

- An Agent brings the principal into legal relations with third person or represents the principal in dealing with third person . But a Servant does not create such relations .
- An Agent gets his remuneration in the form of commission or fees , while the Servant gets his remunerations in the form of salary .
- An Agent may work for several principals at a time , but a Servant ordinarily serves only one master .
- An Agent is not a Servant but a Servant is generally for some purposes or so is deemed as the master's Implied Agent , depending on the duties or position of the Servant . It is for this reason that an Agent is sometimes described as a Superior Servant .

Q 23. "उद्यमिता एक व्यवहार है।" क्या आप इस कथन से सहमत हैं ? स्पष्ट कीजिये।

"Entrepreneurship is a Practice" . Do you agree with this statement ? Explain .

[4 Marks]

Ans.

हाँ हम इस कथन से सहमत हैं कि "उद्यमिता एक व्यवहार है"। जो उद्यमी अपने व्यवहार से जितनी अधिक जोखिम वहन करेगा , नवीन कार्य करेगा , नवाचार करेगा , वह उतना ही प्रखर एवं बड़ा उद्यमी बनता जाता है। प्रबन्ध विशेषज्ञ पीटर एफ. ड्रकर ने लिखा है कि "उद्यमिता न विज्ञान है और न कला। वह तो व्यवहार है।

Yes we agree with this statement , "Entrepreneurship is a Practice" , since practice makes a man perfect . The person gains more and more Entrepreneurship , by making more and more practices . One becomes fast by performing enterprising activities and also attains high achievements through enterprising practices . **Zimmerer and Scarborough** Writes , "Although many people come up with great business ideas , most of them never act on their ideas , Entrepreneurs do .

Q 24. प्रबन्ध के सामाजिक उत्तरदायित्व के निम्न स्तरों को समझाइये।

Explain the following levels of Social Responsibility of Management (SRM) .

- (i) निम्न स्तर (Low Level)
- (ii) मध्य स्तर (Medium level)

[4 Marks]

Ans.

प्रबन्ध की सामाजिक प्रतिबद्धता अथवा सामाजिक दायित्व के निम्न स्तर हैं :

- (i) निम्न स्तर : सामाजिक बाध्यता अथवा कर्तव्य : इस स्तर पर प्रबन्धक प्रचलित कानूनों तथा आर्थिक प्रणाली के अनुरूप ही समाज के प्रति अपने कर्तव्यों का दायित्वों का पालन करते हैं। इसमें प्रबन्धक वैधानिक नियमों की बाध्यता , वैधानिक आवश्यकताओं अथवा अपने स्वयं के हित के कारण ही सामाजिक दायित्वों को निभाते हैं। "कम्पनी अधिनियम 2013 धारा 135 के अन्तर्गत"।
- (ii) मध्य स्तर : इस स्तर पर प्रबन्ध सामाजिक परम्पराओं , मूल्यों , आकांक्षाओं के कारण अपने दायित्वों का निर्वाह करते हैं। वे स्वैच्छिक रूप से अपने फायदे पर विचार न करके तथा कानूनी आवश्यकताओं से कुछ अधिक ही सामाजिक कल्याण के कार्य करते हैं। वे न्यासिता की भावना तथा अच्छे निगमीय नागरिक की आकांक्षा से कार्य करते हैं। किन्तु इस स्तर पर जनसमस्याओं पर विचार नहीं करते हैं। जैसे "कौशल विकास कार्यक्रम"

Levels of Social Responsibility of Management :

- (i) **Lower Level – Social Binding or Duties** : On this level , Manager obeys his duties and liabilities towards the society according to existing Laws and economic system . In this manager accomplishes social responsibilities due to boundness of legal rules , legal needs or own interest (Under Companies Act , 2013 Section 135) .
- (ii) **Middle Level – Social Norms** : On this level , management accomplishes his responsibilities due to social norms , values and expectations . They do not think about their Profit / Advantages and does social needs , some more than legal needs . They do from the spirit trustship and as good corporate citizens . But on this level they do not think on public problems (Skill Development Programme) .

Q 25. आपके विचार में, बीमा के किन्हीं दो प्राथमिक कार्यों को समझाइये।

In your views , Explain any two primary functions of insurance .

[4 Marks]

Ans.

बीमा का उद्देश्य या कार्य मुख्यतः भावी घटनाओं की अनिश्चितता को कम करना है। वर्तमान में बीमा जोखिमों से सुरक्षा के साथ साथ और अनेक कार्यों को भी पूर्ण कर रहा है।

प्राथमिक उद्देश्य/कार्य

- (i) **जोखिमों के विरुद्ध निश्चितता प्रदान करना** : बीमा का मूलभूत उद्देश्य/कार्य बीमित की जोखिमों को कम करना तथा हानियों की अनिश्चितता को कम करना है। व्यवसाय में अनेक जोखिमों रहती है। इनमें से कुछ जोखिमों / अनिश्चितताओं को एक निश्चित राशि प्रीमियम के रूप में देकर बीमाकर्ता को हस्तान्तरित कर सकते हैं। विद्यमान जोखिम को समाप्त नहीं किया जा सकता। वास्तव में बीमा बीमित की जोखिम को बीमाकर्ता को हस्तान्तरित करने की विधि है। बीमाकर्ता बीमित को विश्वास दिलाता है कि हानि का भुगतान किया जायेगा।
- (ii) **सुरक्षा प्रदान करना** : बीमा का उद्देश्य आर्थिक हानि के विरुद्ध सुरक्षा प्रदान करना है। इसके द्वारा कोई भी व्यक्ति या संस्था अपनी हानि के सम्भावित अवसरों के विरुद्ध सुरक्षा प्राप्त कर सकता है। बीमा जोखिम को नहीं रोक सकता लेकिन जोखिम घटने से होने वाली आर्थिक हानि के भुगतान की व्यवस्था पर बीमित को सुरक्षा प्रदान करता है। बीमा के जरिये कोई व्यक्ति अपनी सम्पत्ति यथा मकान फर्नीचर , मूल्यवान वस्तुओं , धनराशि आदि अग्नि , चोरी डकैती के बीमा करवाकर सुरक्षित हो सकता है।

Two Primary Functions of Insurance are :

- (i) **To Provide Certainty against the Probable Risks** : : The primary objective of function of insurance is to provide protection against future risks , accidents and uncertainty . The Insurance cannot check the happening of risk in future , but it can surely provide for Losses at the happening of the Risk . The Insurer gives certainty of payment of loss to Assured by charging premium .
- (ii) **To Provide Security** : The next primary function of Insurance is to provide security to the insured person . The insured person feels fully secured just after insurance with the insurer , like a moth with an infant kid in her lap to secure him / her against any probable losses . Insurance is a Security against economic loss by sharing the risk with others and is the protection against economic loss . Thus any person can secure his property and valuables and other goods and machines and employees by doing insurance . , .

Q 26. सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा के न्यासिता प्रबन्ध प्रारूप को समझाइये।

Explain the Trusteeship Management Phase of Concept of Social Responsibility .

[4 Marks]

Ans.

प्रबन्ध का वास्तविक स्वरूप सामाजिक एवं मानवीय है , क्योंकि वह समाज के संसाधनों का प्रन्यासी है। अतः प्रबन्ध को सामाजिक आकांक्षाओं के अनुकूल व्यवहार करना होता है। न्यासिता प्रबन्ध की अवधारणा तीसा की मन्दी से प्रेरित है। इसमें यह स्वीकार किया गया है कि प्रबन्ध का उत्तरदायित्व केवल लाभ अधिकतम करने तक सीमित नहीं है , बल्कि कर्मचारियों , अंशधारियों , पूर्तिकर्ताओं , ग्राहकों तथा जन सामान्य के प्रति इसका दायित्व है। इस प्रकार यह मान्यता स्वीकार की गई है कि "जो एक उपक्रम के लिये अच्छा है , वह सम्पूर्ण राष्ट्र के लिये अच्छा है"।

With a new emphasis on social role of management , the concept of Trusteeship emerged . The Principle of Stewardship helped to change the views on Social Responsibility of Management (SRM) , Many groups both inside and outside the firm put their claims and needs . Thus, the job of Corporate Managers was to maintain an Equitable Balance among the competing interest of all groups with a stake in the business . These groups also compelled managers to expand some of the corporate money to meet social needs . Thus , it is expected that there are so many SRM towards , Own , Employees , Shareholders , Suppliers , Customers and Public etc. So we can say that "Which is good for an Enterprise , is good for the Whole Nation" .

Q 27. देय जी. एस. टी. की गणना को उदाहरण द्वारा स्पष्ट कीजिये।

Explain with example of calculation of Due G.S.T. ?

[4 Marks]

Ans.

मानाकि राजस्थान के एक निर्माता ने ₹ 8,00,000 का कच्चा माल जयपुर के एक व्यापारी से खरीदा , जिसने सी जीएसटी 12 प्रतिशत तथा राज्य जीएसटी 6 प्रतिशत लगाकर कच्चे माल का विक्रय किया। निर्माता ने इस कच्चे माल से वस्तु क की 16,000 इकाइयों निर्मित की तथा ₹ 1,60,000 का अतिरिक्त व्यय किया। उसने इन सभी इकाइयों को ₹ 15,00,000 में लाभ सहित एक पंजीकृत व्यापारी को बेच दिया तथा इन पर सी जीएसटी 12 प्रतिशत तथा राज्य जीएसटी 6 प्रतिशत वसूल की। देय कर की गणना निम्न प्रकार की जायेगी :

निर्माता द्वारा जो माल की खरीद पर जीएसटी आगम कर जमा बिल में निम्न प्रकार होगी :

विवरण	राशि (₹ में)
क्रय मूल्य	8,00,000
जोड़े : केन्द्रीय जीएसटी 12 प्रतिशत	96,000
जोड़े : राज्य जीएसटी 6 प्रतिशत	48,000
कुल चुकाई गई राशि	9,44,000

निर्माता द्वारा जो माल के विक्रय पर जीएसटी निर्गम कर बिल में निम्न प्रकार होगी :

विवरण	राशि (₹ में)
विक्रय मूल्य	15,00,000
जोड़े : केन्द्रीय जीएसटी 12 प्रतिशत	1,80,000
जोड़े : राज्य जीएसटी 6 प्रतिशत	90,000
कुल चुकाई गई राशि	17,70,000

निर्माता द्वारा देय जीएसटी की गणना निम्न प्रकार होगी :

विवरण	केन्द्रीय जीएसटी (₹ में)	राज्य जीएसटी (₹ में)
विक्रय मूल्य पर देय जीएसटी	1,80,000	90,000
घटाये : क्रय मूल्य पर चुकाई गई जीएसटी	96,000	48,000
कुल देय कर	84,000	42,000

Ankur purchases goods and services for ₹ 20,000 and Sold it to Vipul for ₹ 30,000 . By Ankur , his cost and profit are added ₹ 10,000 . This will be called his VAT and He has to pay VAT . GST calculation will be such as while assuming CGST Rate is 15 % .

1. By Ankur , by whom goods or service will be purchased . On that GST Input Tax bill be as follows :		
Statement	Amount (₹)	
Purchase Price	20,000	
Add : CGST 15 %	3,000	
Add : SGST 4 %	1,000	
Total Paid Amount	24,000	
2. By Ankur , by whom goods or service will be Sold Out . On that GST Issue Tax bill be as follows :		
Statement	Amount (₹)	
Selling Price	30,000	
Add : CGST 15 %	4,500	
Add : SGST 4 %	1,500	
Total Paid Amount	36,000	
3. By Ankur , payable GST calculation is as follows :		
Statement	CGST Amount (₹)	SGST Amount (₹)
Payable GST on Selling Price	4,500	1,500
Less : Paid GST on Purchase Price	3,000	1,000
Total Payable Tax	1,500	500

SECTION – D (खण्ड – D)

Q 28. वैध अनुबन्ध के किन्हीं छः आवश्यक तत्वों का वर्णन कीजिये।

Describe any SIX essential elements of "Valid Contract" .

OR

प्रस्ताव सम्बन्धी किन्हीं छः वैधानिक नियमों का वर्णन कीजिये।

Describe any SIX Legal Provisions related with Proposals .

[6 Marks]

Ans.

वैध अनुबन्ध के लक्षण अथवा आवश्यक तत्त्व :

भारतीय अनुबन्ध अधिनियम की धारा 2 (H) में अनुबन्ध की परिभाषा के संकेत मिलते हैं। जबकि अधिनियम की धारा 10 में भी वैध अनुबन्ध के लक्षणों के सम्बन्ध में लिखा गया है।

- (i) दो या दो से अधिक पक्षकार होना : किसी भी वैध अनुबन्ध का प्रथम लक्षण है कम से कम दो पक्षकार होना। एक प्रस्तावक या वचनदाता तथा दूसरा प्रस्तावगहिता या वचनगहिता (Oferee) कहलाता है। प्रस्तावक प्रस्ताव रखता है और प्रस्तावगहिता उस प्रस्ताव को स्वीकार कर सकता है। उदाहरण : जैसे मकान मालिक तथा किरायेदार , बीमा अनुबन्ध में बीमित तथा बीमाकर्ता , माल के क्रय विक्रय की दशा में क्रेता तथा विक्रेता।
- (ii) ठहराव का होना : किसी भी वैध अनुबन्ध के निर्माण के लिये दोनों पक्षकारों के बीच एक ठहराव होना चाहिये। ठहराव का जन्म प्रस्ताव की स्वीकृति देने से होता है। लेकिन यदि दो पक्षकार एक साथ एक ही समय पर एक ही वस्तु के क्रय एवं विक्रय के लिये प्रस्ताव करते हैं तो इससे ठहराव का निर्माण नहीं होता है। यह तो प्रति प्रस्ताव (Cross Offer) है। उदाहरण : सीमा , रीटा को अपना ब्यूटी पार्लर ₹ 50,000 में बेचने का प्रस्ताव करती है। रीटा इस प्रस्ताव को स्वीकार कर लेती है। यहाँ सीमा और रीटा के बीच ठहराव है , क्योंकि इसमें रीटा ब्यूटी पार्लर के बदले सीमा को ₹ 50,000 देती है और सीमा को प्रतिफल में ₹ 50,000 मिलते हैं।
- (iii) वैधानिक सम्बन्ध स्थापित करने की इच्छा : वैध अनुबन्ध निर्माण के लिये दोनों पक्षकारों की इच्छा/इरादा परस्पर वैधानिक सम्बन्ध स्थापित करना होना चाहिये। खेलने जाना , पिकनिक जाना , किसी क्लब में जाना , किसी विवाह/जन्मदिन में जाना। ऐसे ठहराव परिवारिक , राजनैतिक अथवा सामाजिक दायित्व तो उत्पन्न करते हैं , परन्तु इनका उद्देश्य किसी प्रकार का वैधानिक सम्बन्ध स्थापित करना नहीं है। इस कारण यह ठहराव अनुबन्ध नहीं है। वैध अनुबन्ध के लिये दोनों पक्षकारों के दिमाग में यह बात निश्चित होनी चाहिये कि उन्हें एक दूसरे के प्रति कुछ कानूनी अधिकार होंगे और यदि इनमें से कोई पक्षकार अनुबन्ध को पूरा नहीं करेगा तो उसे न्यायालय द्वारा पूरा करवाया जा सकेगा। उदाहरण : राम अपने मित्र श्याम को अपनी पुत्री अपूर्वा के जन्मदिन पर भोजन के लिये आमन्त्रित करता है। श्याम ने इस निमन्त्रण को स्वीकार कर लिया , लेकिन निश्चित दिन व समय , श्याम किसी कारणवश भोजन के लिये नहीं पहुँच सका। जिस पर राम ने भोजन सामग्री पर किये गये खर्च एवं प्रतीक्षा के कष्ट के लिये श्याम पर न्यायालय में वाद प्रस्तुत किया , जो न्यायालय द्वारा निरस्त कर दिया गया , क्योंकि न्यायालय की दृष्टि से ठहराव वैधानिक सम्बन्ध स्थापित करने के उद्देश्य से नहीं किया गया था।
- (iv) पक्षकारों में अनुबन्ध करने की क्षमता : वैध अनुबन्ध के लिये अनुबन्ध करने वाले पक्षकारों में अनुबन्ध करने की क्षमता होनी चाहिये। यानि वह व्यस्क व्यक्ति हो , स्वस्थ मस्तिष्क का हो तथा राजनियम द्वारा अनुबन्ध करने के अयोग्य घोषित न हो।

- (v) सहमति : अनुबन्ध निर्माण के लिये पक्षकारों के मध्य में सहमति होना आवश्यक है अर्थात् ठहराव के सभी पक्षकारों को ठहराव की प्रत्येक बात के लिये समान रूप से सहमति होनी चाहिये।
- (vi) पक्षकारों की स्वतन्त्र सहमति : पक्षकारों के मध्य सहमति स्वतन्त्र होना अनिवार्य है। यदि शारीरिक एवं मानसिक दबाव अथवा धोखे, भ्रम अथवा गलती से अनुबन्ध के लिये सहमति दी जाती है, तो वह स्वतन्त्र सहमति नहीं मानी जाती है। अर्थात् ऐसी सहमति उत्पीडन, अनुचित प्रभाव, कपट, मिथ्यावर्णन और गलती के आधार पर प्राप्त ना की जाये।
- (vii) वैधानिक प्रतिफल : वैध अनुबन्ध के लिये वैध प्रतिफल का होना अनिवार्य होता है। बिना प्रतिफल के ठहराव सामान्यता व्यर्थ हो जाता है। प्रतिफल से हमारा आशय "कुछ के बदले कुछ" से है।
- (viii) निश्चितता : अनुबन्ध में निश्चितता का होना अनिवार्य है। अतः ठहराव की शर्तें, अर्थ, मूल्य, मात्रा, सुपुदगी का समय, स्थान, निष्पादन विधि, माल की प्रकृति आदि महत्वपूर्ण तथ्य निश्चित होने चाहिये।

अथवा

प्रस्ताव सम्बन्धी वैधानिक नियम : प्रस्ताव सम्बन्धी प्रमुख प्रावधान निम्नानुसार है :

- (i) प्रस्ताव के लिये कम से कम दो पक्षकार होने चाहिये।
- (ii) प्रस्ताव सकारात्मक अथवा नकारात्मक दोनों तरह का हो सकता है।
- (iii) स्पष्ट अथवा गर्भित हो सकता है। विशिष्ट अथवा साधारण हो सकता है।
- (iv) प्रस्ताव वैधानिक सम्बन्ध स्थापित करने के लिये किया जाता है।
- (v) प्रस्ताव की शर्तें निश्चित होनी चाहिये।
- (vi) प्रस्ताव तभी किया हुआ माना जाता है, जबकि प्रस्ताव उस व्यक्ति की जानकारी में आ जाता है, जिसको प्रस्ताव किया गया है। प्रस्ताव की जानकारी बिना जब कोई व्यक्ति स्वीकृति दे देता है तो वह स्वीकृति नहीं मानी जा सकती है। प्रस्ताव लिखित, मौखिक, सांकेतिक, आमने सामने, समाचार पत्र इत्यादि किसी भी रूप में हो सकता है। परन्तु न्यायालय टेप रिकार्ड किये प्रस्ताव को वैध प्रस्ताव नहीं मानते हैं। प्रस्ताव में ऐसी कोई बात नहीं होनी चाहिये जिससे दूसरा पक्षकार, प्रस्ताव पक्षकार का उत्तर देने के लिये बाध्य हो जाये।

Following are the essential elements of a Valid Contract :

- (i) **Two or More than Two Parties** : The first and foremost characteristic is that a valid contract must have two or more than two persons . A person cannot make a contract with himself . There must be atleast two persons or parties . One of them is known as "Proposer or Promisor" who proposes a proposal and the other one is known as "Ofference or Promisee" who can accept that proposal .
- (ii) **Agreement** : An agreement comes into existence by acceptance of an offer . Therefore for making of an agreement , one party should make an offer to another party and the other should accept it . Such an acceptance must be absolute and unconditional .
- (iii) **Intention to Create Legal Relations** : The intentions of the parties be to create legal relationship between them . In daily life or activities we do any such agreement like – Go to Play with , Go to Picnic and Club , any Marriage , Birthday Function , take Food together , Walk etc. Thus in all Social Domestic , Morale and Religious Agreement , the usual presumption is that the parties do not indeed to creat legal obligation .

- (iv) **Contractual Capacity to Parties** : A Valid Agreement can be made only by Legally Competent Persons . The law presumes that every person is competent to enter into contract , if he fulfils the following conditions :
- i. He is a Minor .
 - ii. He is of Sound Mind and
 - iii. He is Not Disqualified from Contracting by any Law of the Land to which he is a Subject .
- [Sec. 11]
- (v) **Consent** : Consent is the Essence of a Contract . The Parties are said to consent when they agree upto the same thing in the same sense .
- (vi) **Lawful Consideration** : In simple words , consideration means “Something in Return” . It is also essential for a validity of a contract . A promise to do something or to give something without anything in return would not be enforceable at law and therefore would not be valid . Consideration need not be in cash or in kind . It would not be enforceable at law and therefore would not be valid .

OR

Provisions related with Proposal :

- (i) **At least Two Parties** : In order to make a Proposal there must be atleast two parties . because no one can in his / her own right be under an obligation to self .
- (ii) **Proposal may be in Forms** : Proposal can be negative or positive , expressed or implied , ordinary or specific .
- (iii) **Legal Relations** : Proposal must be made with an intention to create legal relations , otherwise it will not be a legal proposal .
- (iv) **The terms of Proposal must be certain** : Proposal should not be Indefinite , loose or vague or if an essential provision is lacking it cannot be accepted , because than its acceptance cannot create any legal relationship .
- (v) **It must be Communicated** : An offer is complete when it is properly communicated to the Offeree . Communication of offer is complete when it comes to the knowledge of the person to whom it is made . An offer is complete when the Offeree comes to know the offer made to him
- (vi) **A Proposal must be made to obtain Assent** : A proposal must be made with a view to obtaining the assent of the Offeree . A proposal made without any intention to get the assent of the order is not a proposal in the eyes of law .

Q 29. प्रबन्ध क्यो महत्वपूर्ण है ? स्पष्ट कीजिये। (कोई छः बिन्दु)

Why Management is important ? Explain . (Any SIX Points)

OR

व्यूरचनात्मक प्रबन्ध क्यो महत्वपूर्ण है ? स्पष्ट कीजिये। (कोई छः बिन्दु)

Why Strategic Management is important ? Explain . (Any SIX Points) .

[6 Marks]

Ans.

प्रबन्ध किसी न किसी रूप में मानव सभ्यता के विकासक्रम में विद्यमान था। कोई भी संगठित कार्य चाहे वह किसी भी क्षेत्र आर्थिक , सामाजिक , राजनैतिक अथवा न्यायिक में हो , चाहे कोई भी देश हो या कोई भी आर्थिक प्रणाली हो या कोई भी वाद हो सभी में समान रूप से प्रबन्ध का महत्त्व है। आधुनिक युग में पूरे विश्व में प्रबन्ध की नई तकनीकों की खोज हो रही है ताकि विभिन्न संसाधनों का और अधिक दक्ष बनाया जाये। प्रबन्ध अतीत में भी महत्त्वपूर्ण था और आज के परिवेश में इसका महत्त्व और अधिक हो गया है।

- (i) प्रतिस्पर्द्धा का सामना करना : आज के समय में प्रत्येक व्यावसायिक क्षेत्र प्रतिस्पर्द्धी हो गया है। ऐसी अवस्था में उपक्रम को प्रतिस्पर्द्धी बनाना प्रबन्ध का मुख्य कार्य है। प्रतिस्पर्द्धा का सामना करने के लिये आवश्यक है कि गुणवत्तापूर्ण उत्पाद निर्माण और कीमत में तुलनात्मक रूप से कम, यह प्रबन्ध द्वारा ही सम्भव हो पाता है।
- (ii) संसाधनों का विकास : किसी देश या संस्था के विकास के लिये उसके संसाधनों का विकास आवश्यक है। किसी संस्था का विकास इस बात पर निर्भर करता है कि उसने स्वयं कितने संसाधनों का एवं किस प्रकार विकास किया है। संसाधनों के विकास में प्रबन्ध का बहुत महत्त्व है।
- (iii) संसाधनों का समुचित उपयोग : संसाधनों की मात्रा सीमित होती है और उन्हें विभिन्न वैकल्पिक कार्यों में प्रयोग किया जा सकता है। संसाधनों का प्रयोग उन कार्यों में किया जाये, जहाँ उनका योगदान उच्चतम हो। प्रबन्ध न केवल यह सुनिश्चित करता है कि किस संसाधन का कहाँ प्रयोग समुचित होगा। बल्कि यह भी सुनिश्चित करता है कि वहाँ पर संसाधनों का प्रयोग प्रभावशाली ढंग से हो।
- (iv) नवप्रवर्तन एवं उसका उपयोग : आज के युग में नवप्रवर्तन एवं उसका उपयोग किसी संस्था के बहुमुखी विकास के लिये आवश्यक है। नवप्रवर्तन का आशय किसी नई वस्तु का उत्पादन, किसी वस्तु में परिवर्तन करके उसमें अधिक उपयोगी बनाना है। नवप्रवर्तन का उद्देश्य मुख्य रूप से ग्राहकों को अधिकतम संतुष्टि प्रदान करना है। प्रबन्ध के द्वारा नवप्रवर्तन की सभी क्रियाएँ सम्पन्न होती हैं। किसी संस्था का प्रबन्ध नवप्रवर्तन पर जितना अधिक ध्यान देता है, यह संस्था उतनी ही अधिक अग्रणी एवं सफल होती है।
- (v) संगठन का अस्तित्व संरक्षण एवं वृद्धि : किसी संगठन के मुख्यतः तीन उद्देश्य होते हैं : अस्तित्व संरक्षण, वृद्धि एवं लाभप्रदता। ये तीनों उद्देश्य परस्पर निर्भर हैं : वृद्धि के लिये संगठन का अस्तित्व आवश्यक है ; दीर्घकालीन अस्तित्व के लिये लाभप्रदता आवश्यक है। प्रबन्ध किसी संगठन के विभिन्न आगम (Inputs) जैसे कच्चा माल, ईंधन तथा अन्य सामग्री और विभिन्न परिवर्तित उत्पादों एवं सेवाओं में समुचित सामंजस्य स्थापित करके संगठन के अस्तित्व एवं वृद्धि को सुनिश्चित करता है। इस सामंजस्य के विपरीत होने पर संगठन में क्षय प्रारंभ हो जाता है।
- (vi) विभिन्न रूचि समूहों में समन्वय : किसी संगठन में विभिन्न रूचि समूह होते हैं, जैसे एक व्यावसायिक संस्था में स्वामी कर्मचारी, ग्राहक, आपूर्तिकर्ता, वित्तीय संस्थान, निवेशक, सरकार एवं समाज। इन सभी समूहों की संगठन की अलग अलग अपेक्षाएँ होती हैं। ऐसी अवस्था में प्रबन्ध संगठन के सम्बन्धित समूहों की अपेक्षाओं में समन्वय स्थापित करता है, ताकि प्रत्येक समूह की अपेक्षाएँ उसके योगदान के बराबर हो।

अथवा

गलाघोट प्रतिस्पर्द्धा एवं वैश्वीकरण के वातावरण में अस्तित्व बनाने के लिये व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध का महत्त्व बढ़ गया है। प्रतिस्पर्द्धात्मक वातावरण में लाभ कमाने के लिये संस्था को व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध का सहारा लेना पड़ता है।

व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध का महत्त्व निम्नलिखित है :

- (i) व्यवसाय का कुशल संचालन : व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध द्वारा किसी भी व्यवसाय का कुशल संचालन सम्भव है। इस प्रकार के प्रबन्ध से परिवर्तनों का आसानी से अनुमान लगाया जा सकता है। नये अवसरों का लाभ उठाने के लिये नवाचार किया जा सकता है। भविष्य का अनुमान लगाते हुये व्यावसायिक जोखिम को कम किया जा सकता है।
- (ii) उद्देश्यों की स्पष्टता एवं प्रेरणा : व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध के माध्यम से संस्था के कर्मचारियों को संगठन के उद्देश्यों की जानकारी हो जाती है और यह ज्ञात हो जाता है कि संस्था उनसे क्या आशा कर रही है और संगठन कहाँ जा रहा है ?
- (iii) वातावरणीय चुनौतियों का सामना एवं अवसरों का लाभ : व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध से प्रबन्धक वातावरणीय चुनौतियों का न केवल सामना करने में सक्षम हो जाते हैं, अपितु विशेष अवसरों का लाभ उठाने के योग्य भी हो जाते हैं।

- (iv) सर्वश्रेष्ठ निर्णयन में सहायता :
- यह उन्हें आवश्यक तत्त्व , समंक एवं सूचनाएँ उपलब्ध कराता है।
 - संस्था की मुख्य समस्या की जाँच में सहायता करता है।
 - यह महत्त्वपूर्ण निर्णय लेने का व्यवस्थित तरीका है।
 - यह सर्वोत्तम विकल्प दर्शाता है।
 - प्रबन्धकों को भविष्य की सोचनें हेतु बाध्य करता है।
- (v) संगठन की योग्यता एवं क्षमता में वृद्धि : व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध द्वारा संगठन की योग्यता एवं क्षमता में वृद्धि होती है। इसका कारण यह है , कि यह वातावरण के साथ अनुकूलतम तालमेल स्थापित करता है एवं निम्न रेखा स्तर पर सफलता को सुनिश्चित करता है। व्यक्तियों एवं समूह के मध्य क्रियाओं में अन्तराल एवं दोहराव को भी कम करता है।
- (vi) कर्मचारी अभिप्रेरणा में सुधार : व्यूहरचनात्मक प्रबन्ध द्वारा व्यूहरचनात्मक नियोजन में निहित आवश्यक कदमों में उद्देश्यों एवं लक्ष्यों का स्पष्टीकरण होता है। निहित उत्पादकता – पुरस्कार सम्बन्धों की कर्मचारियों द्वारा प्रशंसा की जाती है।

Management is regarded as one of the most important human activity . The significance of management can be explained through the following points :

- (i) **Achievement of Objectives** : Each organization has its some objectives , the achievements of which calls for organized efforts in a planned manner . Management becomes essential for directing and unifying the group efforts towards a common objective , .
- (ii) **To face throat cut competition** : Now-a-days it is a period of throat-cut competition . Management helps in it by utilization of the capacity of human resources , carries out production , arranges market research and also studies the policies of the Government and the Competitors .
- (iii) **Optimum and Profitable Utilixztion of Resources** : Every business organization possesses limited resources and their profitable use depends on managerial skill and ability . There are seven M's in an organization (Men , Material , Money , Machines , Methods , Markets and Management) . Management stands at tope of these M's as it determines and controls all other factors of business .
- (iv) **Increase Productivity** : Management makes increase in productivity possible by establishing co-ordination between the resources of production . For that it makes best utilization of the resources , eliminating the wastages . It also selects the best alternative through planning and increases the productivity by motivating the employees .
- (v) **Innovation and its Use** : Innovation means production of new product . The objects of innovation is to satisfy its customers . In this regard management creates change , like search of new type of marketing and distribution of products and services . The task of management is to adjust to change , but also to create change – a dynamic quality that is a solution of many challenging problems .
- (vi) **Stability to the Society** : Management plans a powerful and purposeful role in the welfare of the society in following manner – Utilization of resources of society like – physical , human , financial and informational , providing goods and services , delivering and improving the standard and quality of life , generating employment and creating stability in social system by continuous change in society . .

OR

Strategic Management is the managerial process for determining the objectives of the organization , formulating the strategies , implementing and applying those strategies in due course of time . Importance of Strategic Management are as follows :

- (i) **Clarity of Objectives and Incentives** : Strategic Management gives information about the objectives of organization to employees , so as to inspire them to achieve the objectives
- (ii) **Effective Operation of Business** : In Strategic Management changes may be ascertained more easily . Result is by innovations ,, organization can earn more profit and risk may be reduced and makes effective operations of the business possible .
- (iii) **Increase in Ability and Efficiency of Organization** : This technique helps the organization to increase its ability and efficiency such as – establishing optimum adjustment with the environment , reducing the conflicts between the expectation and performance functions .
- (iv) **Helps in Best Decision Making** : Strategic Management helps in taking best decisions , like – availability of facts , date and information , testing the main problem and improvement in searching the alternatives .
- (v) **Environmental Changes and Benefits of Opportunities** : Strategic Management makes capable to Manager and Creates the Capability to take the benefits of Special Opportunities . It also helps the Managers to manage things in a better way and continuously making adjustments with the environment .
- (vi) **Improvement in Employees Motivation** : Strategic Management improves its Employees Motivation , because in strategic planning goals are required and clarified by the employees .
- (vii) **Reduces Resistance to Changes** : Strategic Management reduces the resistance to changes , since it removes the doubt , rumors and misconceptions of the employees ..

Q 30. आपकी राय में, विपणन प्रबन्ध के किन्हीं छः कार्यों का समझाइये।

In your opinion , Explain any SIX functions of Marketing Management .

OR

आपकी राय में, विपणन प्रबन्ध के किन्हीं छः कार्यों को समझाइये।

In your opinion , Explain any SIX Consumer Promotion Methods .

[6 Marks]

Ans.

विपणन प्रबन्ध समग्र प्रबन्ध की वह शाखा है , जिसके अन्तर्गत ग्राहकों की आवश्यकताओं का अध्ययन किया जाता है तथा उनकी सन्तुष्टि के लिये प्रभावी विपणन कार्यक्रमों का विश्लेषण , नियोजन , क्रियान्वयन तथा नियन्त्रण किया जाता है।

विपणन की प्रबन्ध के कार्य के रूप में अनेक क्रियाएँ निम्नानुसार है :

- (i) **बाजार सूचना का एकत्रण एवं विश्लेषण** : विपणनकर्त्ता का एक मुख्य कार्य बाजार से सम्बन्धित पर्याप्त विश्वसनीय एवं समय पर सूचना एकत्रित करना होता है। विपणनकर्त्ता यह समझने का प्रयत्न करता है कि ग्राहक क्या क्रय करना चाहता है , वह कब क्रय करना चाहता है , वह कितनी मात्रा क्रय करेगा और कितनी कीमत का भुगतान करने में समर्थ होगा इत्यादि। विपणन अनुसंधान ऐसे उत्पादों को पहचानने के लिये किया जाता है , जिसको ग्राहक की संतुष्टि प्राप्त हो। बाजार में किसी भी उत्पाद को प्रस्तावित करने से पहले विपणनकर्त्ता का लक्ष्य बाजार में उपलब्ध खतरों तथा अवसरों , वर्तमान उत्पादों की विशेषताओं , प्रतिस्पर्धा की सीमा , सम्भावित ग्राहकों की आवश्यकताओं का पता लगाना होता है। यह सभी सूचना उत्पादों तथा सेवाओं के सफल विपणन के लिये विभिन्न निर्णय लेने में सहायता करती है।

- (ii) विपणन नियोजन : बाजार सूचना को एकत्रित करने तथा उनका विश्लेषण करने के लिये विपणन का अगला कार्य उपयुक्त विपणन योजनाएँ बनाना है ताकि विपणन उद्देश्यों को प्राप्त किया जा सके। इसमें उत्पादन स्तर को बढ़ाने की योजना, विक्रय में वृद्धि करने की योजना, प्रोत्साहनात्मक उपकरणों के प्रयोग की योजना बनाते हैं। उदाहरण के लिये, रंगीन टेलीविजन बनाने वाली कम्पनी बाजार में 25 % हिस्सेदारी को बढ़ाकर 40 % करना चाहते हैं, तब वह पूरी विपणन योजना बनाएगी।
- (iii) विपणन संचार कार्य : संचार कार्य विपणन का एक महत्वपूर्ण कार्य है। प्रत्येक विपणन प्रबन्धक को अपनी संस्था में कुशल विपणन संचार व्यवस्था करनी होती है। विपणन संचार के लिये विज्ञापन, विक्रय, संवर्द्धन, विपणन अनुसंधान, विक्रयकला, प्रचार, सुझाव आदि महत्वपूर्ण साधन हैं। विक्रय कला, प्रचार विज्ञान आदि से संस्था अपने विद्यमान एवं भावी ग्राहकों को आवश्यक सन्देश पहुँचाती है। जबकि विपणन अनुसंधान द्वारा ग्राहक वस्तुओं के बारे में अपने सुझाव तथा शिकायतें संस्था तक पहुँचाते हैं। अतः एक विपणन प्रबन्धक द्विमार्गीय संचार की व्यवस्था करता है।
- (iv) उत्पाद की रूपरेखा तथा विकास : एक उत्पाद का सफलतापूर्वक केवल तभी विपणन किया जा सकता है, जब वह उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं एवं इच्छाओं को संतुष्ट करते हैं। इसीलिये अगला कार्य उत्पाद की रूपरेखा तैयार करना तथा उसका विकास करना है। इसमें उत्पाद की विशेषताओं, डिजाइन, आकार, रूप, बनावट इत्यादि से सम्बन्धित निर्णय लिये जाते हैं। उत्पाद का डिजाइन इसे आकर्षक बनाता है और इसे बाजार में प्रतियोगी लाभ प्रदान करता है। केवल उत्पाद की रूपरेखा तैयार कर लेना ही पर्याप्त नहीं है वरन इसका लगातार विकास करते रहना आवश्यक है।
- (v) प्रमापीकरण और श्रेणीयन : प्रमापीकरण से अभिप्राय उत्पाद में एकरूपता प्राप्त करने के लिये पूर्व निर्धारित विशिष्टताओं के अनुसार वस्तुएँ उत्पादित करने से है। प्रमापीकरण ग्राहकों को उत्पाद की गुणवत्ता, मूल्य तथा पैकेजिंग का विश्वास दिलाता है और मूल्यांकन की आवश्यकता को कम करता है। श्रेणीयन से अभिप्राय उत्पादित वस्तुओं को उनकी किस्म तथा आकार के अनुसार विभिन्न वर्गों में बाँटने से है। जब कम्पनियाँ दृढ़ता से प्रमापीकरण की तकनीक का अनुसरण नहीं कर रही होती है, तब श्रेणीयन आवश्यक है। विपणनकर्ता श्रेणीयन द्वारा गुणवत्ता के लिये उच्च कीमत प्राप्त कर सकता है। श्रेणीयन कृषि उत्पादों जैसे गेहूँ, चावल एवं दालों इत्यादि के लिये उपयोगी होता है।
- (vi) पैकेजिंग तथा लेबलिंग : वस्तुओं तथा सेवाओं के विपणन में पैकेजिंग तथा लेबलिंग महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। पैकेजिंग का उद्देश्य वस्तुओं के संग्रहण एवं परिवहन के समय उनमें टूट-फूट आदि को कम करता है। पैकेजिंग से वस्तुओं को लाने एवं ले जाने, पकड़ने, उठाने इत्यादि में सुविधा रहती है। वस्तुओं की पैकेजिंग के लिये बोतलों, डिब्बों प्लास्टिक के थैलों इत्यादि का प्रयोग किया जाता है। पैकेजिंग एक मूल विक्रयकर्ता के रूप में कार्य करती है क्योंकि आकर्षक पैकेजिंग ग्राहकों को उत्पाद खरीदने के लिये प्रोत्साहित करती है। लेबलिंग से अभिप्राय, पैकेज के ऊपर लगाये जाने वाले लेबल की डिजाइनिंग करने से है। लेबल एक ऐसी चिट होती है, जो उत्पाद, उसकी विषय सामग्री, प्रयोग की विधि इत्यादि से सम्बन्धित विस्तृत सूचना प्रदान करती है। यह लपेटने वाले कागज या सील के रूप में हो सकती है।

इनके अलावा अन्य महत्वपूर्ण कार्य हैं :

- ग्राहक सहायता सेवा
- उत्पादों का मूल्य निर्धारण
- भौतिक वितरण
- परिवहन
- भंडारण एवं संग्रहण
- वित्त व्यवस्था
- जोखिम उठाना

अथवा

उपभोक्ता संवर्द्धन विधियाँ : उपभोक्ता संवर्द्धन विधियाँ प्रत्यक्ष रूप से उपभोक्ताओं से सम्बन्धित होती है तथा उन्हें अधिकाधिक मात्रा में माल का क्रय करने के लिये प्रेरित करती है। उपभोक्ता संवर्द्धन की प्रमुख विधियाँ निम्न प्रकार है :

- (i) मुफ्त नमूनों का वितरण : यह विक्रय संवर्द्धन का महत्वपूर्ण एवं प्रभावकारी उपाय है। नमूनों की सहायता से उपभोक्ता वस्तु के गुणों , प्रयोग एवं उपयोगिता के सम्बन्ध में जाँच परख कर सकता है तथा उसे खरीदने का निर्णय ले सकता है। नमूनों का मुफ्त वितरण घर घर जाकर अथवा कार्यालयों , दुकानों , चौराहों पर किया जा सकता है। डाक द्वारा भी संभावित ग्राहकों को नमूने भेजे जा सकते है।
- (ii) प्रतियोगिताएँ : निर्माता उपभोक्ताओं को आकर्षित करने , नई वस्तु को बाजार में प्रस्तुत करने , प्रतिस्पर्धियों से आगे निकलने अथवा विक्रय में वृद्धि करने के लिये उपभोक्ताओं के लिये विभिन्न प्रतियोगिताओं का आयोजन करते है। प्रतियोगिता में विजयी रहते वाले ग्राहकों को नकद राशि , कम्पनी का उत्पाद अथवा विदेश घूमने एवं पाँच सितारा होटल में रुकने की सुविधा प्रदान की जाती है।
- (iii) घटे मूल्य पर विक्रय : विशेष अवसरों पर जैसे दिपावली , संस्था का स्थापना दिवस , नववर्ष आदि अवसरों पर निर्माता द्वारा उत्पाद को सूची में दिये गये मूल्य से कम मूल्य पर बेचता है। प्रचलन एवं फैशन से बाहर हो गई वस्तुओं एवं पुराने स्टॉक को बेचने का यह सर्वाधिक प्रचलित तरीका है। उदाहरण – एक जूता बनाने वाली कम्पनी द्वारा 50 % तक की छूट अथवा एक कमीज निर्माता द्वारा 50 + 40 % की छूट।
- (iv) कूपन : कूपन में उपभोक्ता को वस्तु खरीदने पर कीमत में छूट दी जाती है अथवा कुछ मुफ्त वस्तु दी जाती है। कूपन वस्तु की पैकिंग में रखे जा सकते है अथवा अखबार में प्रकाशित किये जा सकते है। कूपन में दी गई राशि की ग्राहक को छूट मिल जाती है अथवा कूपन में अंकित वस्तु उन्हें मुफ्त में दी जाती है। राजस्थान पत्रिका , दैनिक भास्कर कूपन पद्धति का अपने ग्राहकों को बनाये रखने एवं उनका विस्तार करने में बखूबी उपयोग कर रहे है। इसी तरह , अगरबत्ती , चाय एवं साबुन निर्माता आदि।
- (v) मेले एवं प्रदर्शनी : मेले एवं प्रदर्शनी विक्रय संवर्द्धन का महत्वपूर्ण साधन है। इनमें वस्तुओं को विशेषरूप से सजाकर रखा जाता है तथा वस्तु से सम्बन्धित हैण्ड बिल अथवा साहित्य का मुफ्त वितरण भी किया जाता है। राष्ट्रीय पुस्तक मेला , शू फेयर , स्वदेशी मेला , सहकारी वस्तुओं एवं हस्तशिल्प मेले का आयोजन आदि।
- (vi) प्रिमियम : प्रिमियम का अभिप्राय ग्राहक द्वारा कोई वस्तु खरीदने जाने पर निर्माता द्वारा अतिरिक्त वस्तु प्रदान किये जाने से है। प्रिमियम के कुछ उदाहरण निम्न प्रकार है – दूध पेस्ट के पैकेट के साथ दूध ब्रश देना , पेन्सिल के पैकेट के साथ रबर देना , अगरबत्ती के पैकेट के साथ अगरबत्ती स्टैण्ड देना इत्यादि। प्रिमियम के कारण ग्राहक वस्तु को खरीदने के लिये प्रेरित होते है।

The function of marketing management is to give direction to those activities from which marketing goals can be achieved . The function or process of marketing management can be explained as :

- (i) **Function of Market Analysis** : This is an important function of a marketer or marketing manager . He collects information of market and analyses them . From these he can gain knowledge about tastes , needs , desire and interest etc. of the customer . As such these market information provide basis for a firm's marketing objectives , activities and change into resources . Instead of this a Manager can also know that who is a customer . Study of competitive position of market , market environment , purchase power of customer , incomes and buying motives .

- (ii) **Marketing Planning** : After determining the marketing objectives , one has to plan for marketing as – how to achieve these objectives ? Here Planning means to determine the future action and development . Function of marketing management , means the forecast of sale for future , preparation of marketing programmes , formulation of marketing policies and strategies regarding production , packing , price , determination of channels of distribution , sales promotion etc. Under planning a marketing manager has to the answer the question like – what , when , where , how and who for taking a decision on a particular problem .
- (iii) **Design and Development of Product** : The important function of marketing management is the design and development of products . It means design structure , look , physical statue and formation which can be helpful for selling . Design and development of a product helps the producers and distributors to achieve marketing and constructive goals and meet the consumer needs for a change and helps in satisfaction of belongings . Because of this reason , maximum attention is paid to design of cars , regrigerators , watch , ,mobiles , laptop , computers , clothes and furniture etc.
- (iv) **Standardization and Grading** : Standardization means the production of products according to pre-determined specifications so that there can be uniformity and favourability in the product. In other words , it is a process to establish a special physical qualities and chemical compositions which are based on other components . Grading and degrading refers to classifying and separating the products according to establisihed standards . Thus standardization and grading are essential for efficient and convenient marketing of product , market risk reduces and market information becomes easy and facilitates in pricing .
- (v) **Selection of Channels of Distribution** : Physical distribution of goods and services is the main part of the function of marketing management . Channels of distribution are those paths through which goods reach from producer or manufacturer to consumers like – agents , wholesalers , retailers etc. Marketing manager is to select specific channels of distribution according to the needs and requirements of the enterprise .
- (vi) **Pricing of the Product** : For a common man , price means the amount that a customer has to pay to buy a product . But pricing means to determine currency value of a product or service . In other words , the art of converting the value of goods into currency purchase , for the customer is called pricing . Price affects the demand of goods , high price generally lessens the demand and low price helps in increasing the demand of goods . In addition to this price influences the success or failure of any product in market .

OR

Sales promotion directed at the end users are called consumer sales promotion . These promotions are based on pull strategy . These consumer promotion methods may be used for both durable as well as non-durable goods . Following ar the main methods of consumer promotion :

- (i) **Free Distribution of Sample** : Under this method , the producer distributes free samples of the product to attract consumers . It is the most powerful method of promotion of new products , the immediate aim being to obtain trial by users . When the product is new or is not a market leader in its category , sampling of these proves to be a very successful strategy to induce trial . This method is very much applied by Hindustan Lever and Godrej and other companies . By offering free samples to a selection of a new market , a company tries to gain entry into the market . It is genrally used for hair oil , tooth powder , shampoo and soaps etc.
- (ii) **Sale on Reducing Price** : Under this method , the producers or dealers annonce heavy reduction in the prices of their products , generally on some specific occasion or festival like – Deepawali , Establishment day of the organization , New Year , Holi , Christmas etc. They advertise such reductions very widely and invite the consumers to purchase these products at reduced prices . E.g. 20 % to 30 % Discount on all products of Gandhi Ashram .

- (iii) **Coupons** : Under this method , discount coupons are distributed to the consumers . A coupon is a certificate that entitles the consumer to a specified saving on the purchase of a specified product . These coupons are usually issued by the manufacturers through the retailers or in most of the cases they are kept inside the package . The consumer may get a discount of the value stated on the coupon at the time of purchase . The retailers are reimbursed the value of coupons by the manufacturers .
- (iv) **Premiums** : By premium , we mean providing an extra item or items by the manufacturers on purchase of certain products by a customer . E.g. giving tooth brush with a pack of tooth paste , giving rubber with a pack of pencil , providing a bowl with a pack of chips etc.
- (v) **After Sales Service** : After sales service is an important method of sales promotion . Under this method producers give a warranty to the consumer that they will maintain the product in proper condition during a certain period and if during this product period , consumers feels any problem , they can get a repair / replacement of the product free of cost .
- (vi) **Packaging** : Packaging is also an important method of Sales Promotion , in which some goods / products are packed or covered by something . So that it can be kept safe and it can be moved easily from one place to another . Goods can be packed in small or large tin , containers , bottle , packets , cartoons , plastic bags , wooden boxes , glass bottles and thermocol etc.

Disclaimer Clause :

These Solutions are prepared by the Expert Faculty Team of RESONANCE .

Views and Answers provided may differ from **RBSE BOARD** due to difference in assumptions taken in support of the answers .

In such case answers as provided by "**RBSE BOARD**" will be deemed as final .