



Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत



प्रतिभागी पुस्तिका

क्षेत्र
अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

उप-क्षेत्र
अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

व्यवसाय
एक्सपोर्ट मार्केटिंग व डोक्यूमेंटेशन

रेफरेंस आईडी- **AMH/Q1601, Version 1.0**
NSQF Level 4



एक्सपोर्ट असिस्टेंट

प्रकाशक—



रचना सागर प्राइवेट लिमिटेड

4583/15, दरियागंज, नई दिल्ली-110 002, पोस्ट बॉक्स 7226

फोन: 011-4358 5858, 2328 5568 फ़ैक्स: 011-2324 3519, 4311 5858

ई.मेल: info@rachnasagar.in, rachnasagar@hotmail.com

वेबसाइट: www.rachnasagar.in

सर्वाधिकार सुरक्षित

प्रथम संस्करण, जुलाई 2017

ISBN: 978-93-87672-28-4

भारत में मुद्रित

सर्वाधिकार © 2017



अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

इंडियन बिल्डिंग कांग्रेस, प्रथम तल, सेक्टर 6, आर के पुरम, कामा कोटी मार्ग, नई दिल्ली – 110 022

ईमेल: info@sscammh.com

वेबसाइट: www.sscammh.com

उद्घोषणा

यहां प्रदान की गई जानकारी ऐसे स्रोतों से प्राप्त की गई है जो 'एएमएचएसएससी' के प्रति उत्तरदायी हैं। 'एएमएचएसएससी' ऐसी सामग्री की सटीकता, पूर्णता या पर्याप्तता की किसी भी तरह की वारंटी का दावा नहीं करता है। 'एएमएचएसएससी' यहां दी गई सूचनाओं में किसी भी तरह की त्रुटियों, चूक या अनुविता, या उसकी व्याख्याओं के लिए उत्तरदायी नहीं है। इस पुस्तक में शामिल की गई कॉपीराइट वाली सामग्री के मालिकों का पता लगाने का हर प्रयास किया गया है। किसी भी तरह की चूक को संज्ञान में लाने वाले के प्रति प्रकाशक बहुत आभारी होंगे और भविष्य के प्रकाशन में उसे दूर करने का प्रयास होगा। 'एएमएचएसएससी' की कोई भी ईकाई किसी भी तरह के नुकसान, चाहे कुछ भी हो, इस सामग्री पर विश्वास करने वाले किसी भी व्यक्ति, के लिए जिम्मेदार नहीं होगी। इस प्रकाशन में छपी सामग्री पर कॉपीराइट है। इस प्रकाशन के किसी भी हिस्से को किसी भी रूप में, कागज या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के जरिए, 'एएमएचएसएससी' की स्वीकृति के बिना, पुनर्उत्पादित, संग्रहित या प्रचारित-प्रसारित नहीं जा सकता।





श्री नरेन्द्र मोदी
प्रधानमंत्री भारत

“ कौशल से बेहतर भारत का निर्माण होता है।
यदि हमे भारत को विकास की ओर ले जाना है तो
कौशल का विकास हमारा मिशन होना चाहिए। ”



Certificate

COMPLIANCE TO QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS

is hereby issued by the

Apparel / Made-Up's / Home Furnishing
for

SKILLING CONTENT : PARTICIPANT HANDBOOK

Complying to National Occupational Standards of

Job Role/ Qualification Pack: "Export Assistant" QP No. "AMH/Q1601, NSQF Level 4"

Date of Issuance:

Valid up to*: April 10th, 2018

*Valid up to the next review date of the Qualification Pack or the
'Valid up to' date mentioned above (whichever is earlier)

Authorised Signatory

(Apparel / Made-Up's / Home Furnishing)

इस प्रतिभागी पुस्तिका को तैयार करने में जिन संगठनों और व्यक्तियों में हमारी सहायता की है, हम उन सबके आभारी हैं।

हम डॉ. एस.के शर्मा (एम/एस द असेसर्स गिल्ड) द्वारा इस पूरी प्रक्रिया में अथक सहयोग के लिए उनके विशेष रूप से कृतज्ञ हैं।

हम एम/एस पोप्पेज निटवीयर्स प्राइवेट लिमिटेड, एम/एस कन्हैयालाल कल्याणमल, एम/एस निरवाणा, एम/एस पोद्दार इंटरनेशनल, एम/एस पेपर मून, एम/एस ओशियन एग्जिम इंडिया प्राइवेट लिमिटेड और सैवी कॉर्पोरेशन के भी आभारी हैं, क्योंकि इन्होंने भी इस पुस्तिका के विकास में महत्वपूर्ण सहयोग दिया।










bl i qLrd dsfo"ç es

यह प्रतिभागी पुस्तिका विशिष्ट योग्यता पैक (क्यूपी) के लिए प्रशिक्षण को सक्षम बनाने के लिए तैयार की गई है। प्रत्येक राष्ट्रीय व्यावसायिक स्कूल (एनओएस) यूनिट/यूनिटों में अंतर्निहित होगा। निर्दिष्ट एनओएस के लिए प्रमुख शिक्षा उद्देश्य उस एनओएस के लिए यूनिट की शुरुआत को चिह्नित करता है।

- निर्यात विपणन कार्यों का प्रबंधन
- निर्यात प्रक्रियाओं और सम्पूर्ण प्रलेखन को कार्यान्वित करना
- उद्योग विनियामक और संगठनात्मक आवश्यकताओं का अनुपालन
- विदेश व्यापार रसद का विश्लेषण करना
- संगठन में एक स्वस्थ और सुरक्षित काम के वातावरण को बनाए रखना

इस किताब में इस्तेमाल किए गए प्रतीक नीचे वर्णित हैं:

Symbols Used

						
Key Learning Outcomes	Steps	Time	Tips	Notes	Unit Objectives	Exercise
						
Skills Practical	OJT					

fo"k l ph

Ø- l a e, Mi y v k ; fuV i "B l q ; k

1-	fu; kZ foi.ku çca ku dk ifjp;	1
	यूनिट 1.1 – निर्यात विपणन प्रबंधन का परिचय	3
2-	fu; kZ v k foi.ku dk kZ dk çC U ku (AMH/N 1601)	9
	यूनिट 2.1 – रणनीतियाँ	11
	यूनिट 2.2 – संगठन को निर्यात के क्षेत्र में महत्वपूर्ण हैं	15
	यूनिट 2.3 – निर्यात विपणन में वित्त प्रबंधन	17
	यूनिट 2.4 – निर्यात विपणन प्रबंधन की अवधारणा और ढांचा	21
	यूनिट 2.5 – निर्यात की प्रमोशनल रणनीतियां	27
3-	fu; kZ çfØ; kvl v k nLr k o t k d k i j k d j u k (AMH/N 1602)	41
	यूनिट 3.1 – दस्तावेज	43
	यूनिट 3.2 – संचार और समन्वय	72
4-	m k s , o a l x B u k e d v l o ' ; d r k v l a d k v u q k y u (AMH/N 0104)	75
	यूनिट 4.1 – उद्योग एवं संगठनात्मक आवश्यकताओं का अनुपालन	77
5-	f o n s k Q k i j j l n f o ' y s k k (AMH/N 1604)	89
	यूनिट 5.1 – रसद प्रणाली	91
	यूनिट 5.2 – जिम्मेदारियाँ और आचारसंहिता	102
6-	d k Z F k y i j L o k F ;] l g { k v k c p l o d k s c u k , j [k u k (AMH/N 1605)	105
	यूनिट 6.1 – कार्यस्थल पर स्वास्थ्य, सुरक्षा और बचाव को बनाए रखना	107
7-	f o u e r k v k l p l j d k s k y	127
	यूनिट 7.1 – विनम्रता का परिचय	129
	यूनिट 7.2 – प्रभावी संचार	131
	यूनिट 7.3 – सौंदर्य और स्वच्छता	135
	यूनिट 7.4 – पारस्परिक कौशल विकास	144
	यूनिट 7.5 – सामाजिक सहभागिता	154
	यूनिट 7.6 – समूह बातचीत	158
	यूनिट 7.7 – समय प्रबंधन	161
	यूनिट 7.8 – रेज्यूम बनाना	164
	यूनिट 7.9 – इंटरव्यू तैयारी	169



1- fu; kꞑ foi .ku ꞑcaku dk ifjp;



यूनिट 1.1 – निर्यात विपणन प्रबंधन का परिचय



1. निम्नलिखित में से एक चुनें।

निम्नलिखित में से एक चुनें।

1. परिधान क्षेत्र से परिचय करने में
2. एक निर्यात सहायक की भूमिकाओं और जिम्मेदारियों की पहचान करने में

; fuV 1-1 fu; kZ foi .ku çcáku dk ifjp;

; fuV dsmİš;

bl ; fuV dsvar rd vki l {ke gk t k x%

1. परिधान क्षेत्र से परिचय करने में
2. एक निर्यात सहायक की भूमिकाओं और जिम्मेदारियों की पहचान करने में

1-1-1 ifjp;

निर्यात विपणन का मतलब दुनिया के अन्य देशों को माल का निर्यात करना है। इसमें लंबी प्रक्रिया और औपचारिकताएँ शामिल हैं। निर्यात विपणन में, विदेशों में माल का निर्यात, आयात करने वाले देश और निर्यात करने वाले देश के द्वारा तैयार की प्रक्रिया के अनुसार किया जाता है। निर्यात विपणन में अन्तरराष्ट्रीय प्रतिबन्ध, वैश्विक प्रतिस्पर्धा, लंबी प्रक्रिया और औपचारिकताएँ होने के कारण ये घरेलू विपणन से अधिक जटिल होता है। इसके अलावा, जब एक व्यापार किसी राष्ट्र की सीमाओं को पार कर गया हो तब यह और अधिक जटिल हो जाता है। इस के साथ ही निर्यात विपणन लाभ और बहुमूल्य विदेशी मुद्रा कमाने के लिए पर्याप्त अवसर प्रदान करता है। निर्यात विपणन व्यापक है

यह आर्थिकरूप से महत्वपूर्ण है क्योंकि यह देश की अर्थव्यवस्था को विभिन्न लाभ प्रदान करता है। यह आर्थिक/व्यापार/औद्योगिक विकास, एवं विदेशी मुद्रा कमाने के लिए और उपलब्ध संसाधनों का अधिकतम

1-1-2 fu; kZ foi .ku dh fo'kkrk ;

निर्यात विपणन की कुछ महत्वपूर्ण विशेषताएँ निम्नलिखित हैं:

1. **Q ofLFkr çfØ; k%** निर्यात विपणन विकास की और विदेशी बाजारों में वस्तुओं और सेवाओं के वितरण की एक व्यवस्थित प्रक्रिया है। निर्यात विपणन में प्रबंधक को विभिन्न विपणन गतिविधियाँ संचालित करने की आवश्यकता होती है जैसे की विपणन अनुसंधान, उत्पाद डिजाइन, ब्रांडिंग, पैकेजिंग, मूल्य निर्धारण, पदोन्नति आदि। विभिन्न विपणन गतिविधियों को शुरू करने के लिए निर्यात विपणन प्रबंधक को सही स्रोत से सही जानकारी एकत्र करनी चाहिएय ठीक



चित्र 1.1.1: निर्यात विपणन

उपयोग सुनिश्चित करता है। हर देश निर्यात को बढ़ावा देने के लिए और वैश्विक विपणन में सार्थक भागीदारी के लिए विभिन्न नीतिगत पहल करता है। वैश्विक व्यापार एक वास्तविकता है और हर देश आपसी लाभ फाई टीएस के लिए इसे में भाग लेने के लिए है। हर देश अन्य देशों के लिए अपने बाजार खोल रहा है, और भी बेहतर तरीके से अन्य देशों के बाजारों में प्रवेश करने का प्रयास कर रहा है। यह एक सामान्य नियम है जिसे प्रत्येक देश को वर्तमान वैश्विक विपणन वातावरण में पालन करना पड़ता है। वैश्विक विपणन में इस तरह की भागीदारी के अभाव में, देश की आर्थिक विकास की प्रक्रिया खतरे में आ जाती है।

से विश्लेषण करना चाहिए और फिर व्यवस्थित निर्यात विपणन निर्णय लेना चाहिए।

2. **cMš iŠkus ij vfHk ku%** आम तौर पर, निर्यात विपणन एक बड़े पैमाने पर किया जाता है। बड़े पैमाने पर उत्पादन और माल के वितरण में अर्थव्यवस्था प्राप्त करने के लिए बड़े ऑर्डर्स पर जोर दिया जाता है। ये बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्था निर्यातक को विदेशी बाजारों में प्रतिस्पर्धी कीमत बोलने में मदद करते हैं। भारी परिवहन लागत और अन्य औपचारिकताओं के कारण छोटी मात्र में माल निर्यात महंगा होता है।

3. **cgjkVfr fuxela ds çHpo%** निर्यात विपणन में संयुक्त राज्य अमेरिका, यूरोप और जापान, बहुराष्ट्रीय कंपनियों का प्रभुत्व है। वे इस स्थिति में हैं कि वे अपने नेटवर्क के माध्यम से दुनिया भर में संपर्कों को विकसित कर सकते हैं और कुशलता से और आर्थिक रूप से व्यापार के संचालन कर सकते हैं। वे कम कीमत पर, भारी पैमाने पर अच्छी गुणवत्ता के माल का उत्पादन करते हैं
4. **xhgd dflær%** निर्यात विपणन का मुख्य केंद्र ग्राहक होता है। निर्यातक को ग्राहक की आवश्यकता और इच्छा की पहचान होनी चाहिए और उसी के अनुसार उत्पादों का डिजाइन और विकास करना चाहिए और ग्राहकों को संतुष्ट करना चाहिए। ग्राहक केन्द्रित होने से न केवल विदेशी बाजार में माल का विक्रय बढ़ेगा बल्कि इससे फर्म की ख्याति भी बढ़ेगी।
5. **Q ki kj ea #dkoV%** आंतरिक विपणन की तरह निर्यात विपणन निशुल्क नहीं होता है। इसमें विभिन्न देशों की सुरक्षा नीतियों के कारण कई व्यापारिक बाधाएं होती हैं। कई देशों द्वारा निर्यात को रोकने के लिए टैरिफ और गैर टैरिफ रोध का प्रयोग किया जाता है। निर्यात बाजार प्रबंधक को आयात करने वाले देश द्वारा लागू की गई व्यापार दूरोध का ज्ञान होना चाहिए।
6. **VfMx Gy,d%** ट्रेडिंग ब्लॉक ब्लॉक निर्यात व्यापार को भी प्रभावित करता है, परस्पर लाभ और आर्थिक विकास के लिए कई देश व्यापार ब्लॉक बनाते हैं। गैर-सदस्यों को आम बाहरी बाधाओं के कारण एक ट्रेडिंग ब्लॉक के सदस्यों के साथ व्यापार करने में समस्याओं का सामना करना पड़ता है। भारतीय निर्यातकों को एन ए एफ टी ए, यूरोपीय संघ और ए एस इ ए एन के महत्वपूर्ण ट्रेडिंग ब्लॉक का एक अच्छा ज्ञान होना चाहिए।
7. **f=dksh çfrLi/W%** निर्यात बाजार में निर्यातकों को त्रिकोणीय प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है यानी, तीन कोणों से प्रतिस्पर्धा दृ निर्यातक देश के अन्य आपूर्तिकर्ताओं से, आयातकर्ता देश के स्थानीय उत्पादकों से और प्रतिस्पर्धी देशों के निर्यातकों से।
8. **çyçku%** निर्यात विपणन विभिन्न, दस्तावेज

औपचारिकताओं के अधीन है। निर्यातकों को विभिन्न दस्तावेजों को विभिन्न अधिकारियों को प्रस्तुत करने के लिए आवश्यकता होती है जैसे कि कस्टम, पोर्ट ट्रस्ट आदि। दस्तावेजों में शामिल हैं – नौवहन विधेयक, कौंसुलर चालान, और उत्पत्ति के प्रमाणपत्र आदि।

9. **fonskh eçk fofu; e%** निर्यात व्यापार विदेशी मुद्रा में विभिन्न देशों द्वारा लगाए गए नियमों के अधीन है। ये नियम भुगतान और निर्यात आय का संग्रह करने से संबंधित हैं। इस तरह के प्रतिबंध दुनिया के देशों के बीच माल की मुक्त आवाजाही प्रभावित करते हैं।
10. **foi .ku%** निर्यात विपणन मिक्स को लक्ष्य बाजार के लिए सही विपणन मिक्स की आवश्यकता होती है। यानी सही उत्पाद के निर्यात, सही कीमत पर, सही जगह पर और सही प्रचार। निर्यातक विभिन्न विपणन- विभिन्न निर्यात बाजार मिक्स, अधिकतम निर्यात और अधिक रिटर्न कमाने के लिए अपना सकते हैं।
11. **varjçVfr foi .ku vuqdkku%** निर्यात विपणन को बाजार सर्वेक्षण के समर्थन की आवश्यकता उत्पाद सर्वेक्षण, उत्पाद अनुसंधान और विकास के रूप में होती है क्योंकि यह अत्यधिक प्रतिस्पर्धी है। निर्यात विपणन में विभिन्न चुनौतियों, निर्यात व्यापार में विदेशी खरीदारों की इच्छा और जरूरत की पहचान करने में अंतर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान के माध्यम से निपटा जा सकता है।
12. **t k[ke dk çl kj%** निर्यात विपणन, व्यापार के जोखिम का प्रसार करने में मदद करता है। आम तौर पर निर्यात फर्म कई विदेशी बाजारों व्यापार करते हैं। वे एक बाजार में जोखिम (नुकसान) से प्रभावित हैं, तो वे कुछ अन्य बाजारों से अच्छी वापसी के कारण व्यापार के जोखिम का प्रसार करने में सक्षम हो सकते हैं।
13. **çfr"Bl%** निर्यात विपणन निर्यात फर्म को नाम और प्रतिष्ठा प्रदान करता है। इसके अलावा, मूल देश को ख्याति मिलती है। प्रतिष्ठा निर्यात फर्म को घरेलू बाजार और निर्यात बाजार में अच्छी बिक्री सक्षम बनाता है।

1-1-3 Q kij eafu; kZ foi .ku dsegRo

1. cfr"Bl% एक संगठन जो निर्यात करता है न केवल निर्यात बाजार में, बल्कि यह घरेलू बाजार में भी प्रसिद्धि हो सकता है। उदाहरण के लिए, फिलिप्स, एचएलएल, ग्लैक्सो, सोनी, कोकाकोला, पेप्सी जैसी फर्म अंतरराष्ट्रीय प्रतिष्ठा का आनंद ले रहे हैं
2. vf/kdre mRi knu% एक कंपनी घरेलू मांग को पूरा करने के बाद अपनी अतिरिक्त उत्पादन निर्यात कर सकती है। इस प्रकार उत्पादन को इष्टतम उत्पादन क्षमता तक ले जा सकती है। यह बड़े पैमाने पर उत्पादन की अर्थव्यवस्थाओं में परिणाम देता है
3. t k[le dk çl kj% एक फर्म जो घरेलू और निर्यात विपणन संलग्न हैं विपणन जोखिम को दो भागों में बाँट सकता है। एक हिस्से के नुकसान (अर्थात् विपणन के एक क्षेत्र में) की भरपाई अन्य भाग/क्षेत्र में अर्जित लाभ से की जा सकती है।
4. fu; kZ nk; Ro: निर्यात संगठन को कुछ रियायतें और सुविधाएं दी जाती हैं केवल जब वे निर्यात दायित्वों का पालन करते हैं। भारत में बड़े पैमाने पर निर्यात में इस तरह के निर्यात दायित्व आवश्यक होते हैं। एस इ जेड एस/फी टी जेड में कार्यरत यूनिट्स से यह उम्मीद की जाती है की जो रियायतें उन्हें दी जाती हैं उसके बदले में इस तरह के निर्यात दायित्वों का सम्मान करें।
5. l aBukRed n{rk eal qkj अनुसंधान, प्रशिक्षण और विदेशी बाजारों से निपटने, समग्र संगठनात्मक

दक्षता में सुधार करने के लिए निर्यातकों को सक्षम बनता है।

6. mRi kn ekudka ea l qkj% एक निर्यात फर्म को अंतरराष्ट्रीय मानकों में पूरा करने के लिए आर्डर की गुणवत्ता बनाए रखने और उसमें सुधार करने की आवश्यकता होती है। नतीजतन, घरेलू बाजार में और साथ ही अंतरराष्ट्रीय बाजार में उपभोक्ता सामान की बेहतर गुणवत्ता का आनंद ले सकते हैं।
7. fycjy vk kr% संगठन जो एक बड़े पैमाने पर निर्यात करते हैं अधिक विदेशी मुद्रा एकत्रित करते हैं जो नई तकनीक, मशीनरी और उपकरणों के आयात के लिए उपयोग की जा सकती है। यह निर्यात संगठनों के प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता को बढ़ाती है।
8. foUkt; vj xj foUkt; ykH% भारत में निर्यातक सरकार की ओर से कई सुविधाओं का लाभ ले सकते हैं। उदाहरण के लिए, निर्यातकों डी बी के, कर में छूट आदि प्राप्त कर सकते हैं। वे इस तरह के निर्यात संवर्धन संगठनों से सहायता प्राप्त कर सकते हैं। जैसेकि ईपीसी आयआयआयपी।
9. vf/kd ykH% निर्यात, व्यवसाय में माल की ऊंची कीमत कमाने के लिए सक्षम करता है। निर्यातक यदि घरेलू बाजार उपलब्ध उत्पादों की तुलना अधिक में गुणवत्ता वाले उत्पादों की पेशकश करते हैं, तो वे अधिक कीमत चार्ज कर अपने लाभ का मार्जिन बढ़ा सकते हैं।

1-1-4 fu; kZ d dS scua

निर्यात व्यापार शुरू करने के लिए, निम्न चरणों का पालन किया जा सकता है:

, d l aBu dh LFki ul% निर्यात व्यापार शुरू करने के लिए, पहले एक एकमात्र मालिकाना चिंता/भागीदारी फर्म/कंपनी को एक आकर्षक नाम और प्रतीक चिह्न के साथ प्रक्रिया के अनुसार स्थापित किया जाना है।

, d csl [krk [kyul% विदेशी मुद्रा में सौदा करने के लिए अधिकृत बैंक के साथ चालू खाता खोलना चाहिए।

LFk; h [krk l d; k 1/2 çkr djul% आयकर विभाग से हर निर्यातक और आयातक को पैन प्राप्त करने के लिए यह आवश्यक है। (पैन कार्ड के लिए आवेदन करे)

vk kr d&fu; kZ d l fgrk 1/2 çkr h/2 l d; k çkr djul% एक आईईसी 10 अंकों की संख्या है जो निर्यात/आयात करने के लिए अनिवार्य है। आईईसी नंबर प्राप्त करने के लिए आवेदन, डीजीएफटी के क्षेत्रीय प्राधिकरण को एएनएफ 2 ए के रूप में सूचीबद्ध दस्तावेजों के साथ प्रस्तुत किया जा सकता है।

आवेदक डीजीएफटी वेबसाइट पर ई-आईसी के लिए भी आवेदन कर सकते हैं। एक ही पैन के बदले में केवल एक आईसी प्राप्त किया जा सकता है

lgln; rkiahdj.k çekki = ½kjl h el h%
आयात/निर्यात के लिए प्राधिकरण या एफटीपी 2015-20 के तहत किसी भी अन्य लाभ या रियायत का लाभ उठाने के लिए, सेवाओं/मार्गदर्शन का लाभ उठाने के लिए, निर्यातकों को संबंधित निर्यात प्रोत्साहन परिषदों/एफआईओ/कमोडिटी बोर्ड/प्राधिकरणों द्वारा प्रदान आरसीएमसी प्राप्त करना आवश्यक है।

mrikn dk p; u% सभी वस्तुएं जो निरु शुल्क/प्रतिबंधित सूची में प्रदर्शित हैं उनमें से कुछ वस्तुओं को छोड़कर स्वतंत्र रूप से निर्यात किया जा सकता है। भारत से विभिन्न उत्पादों के निर्यात की प्रवृत्तियों का अध्ययन करने के बाद, निर्यात करने के लिए उत्पाद (एस) का उचित चयन किया जा सकता है।

ckt kj dk p; u% बाजार का आकार, प्रतिस्पर्धा, गुणवत्ता की आवश्यकताओं, भुगतान की शर्तों आदि के शोध के बाद एक विदेशी बाजार का चयन किया जाना चाहिए। निर्यातक एफटीपी के तहत कुछ देशों के लिए उपलब्ध निर्यात लाभों के आधार पर बाजार का मूल्यांकन भी कर सकते हैं। निर्यात पदोन्नति एजेंसियां, विदेशों में भारतीय मिशन, सहकर्मियों, मित्रों और रिश्तेदारों को जानकारी इकट्ठा करने में सहायक हो सकती हैं।

[kjlnkjla dks [kt ul% व्यापार मेले में भागीदारी, खरीदार विक्रेता का मिलना, प्रदर्शनियां, बी 2 बी पोर्टल्स, वेब ब्राउजिंग खरीदारों के लिए एक प्रभावी उपकरण है। ईपीसी, विदेश में भारतीय मिशन, वाणिज्य के विदेशी चौंबर भी उपयोगी हो सकते हैं। उत्पाद सूची, मूल्य, भुगतान की शर्तों और अन्य संबंधित जानकारी वाली बहुभाषी वेबसाइट बनाना भी मददगार होगा।

uewkj. l% विदेशी खरीदारों की मांगों के अनुसार अनुकूलित नमूनों को प्रदान करना निर्यात आदेश प्राप्त करने में सहायता करता है। एफटीपी 2015-2020 के अनुसार, वास्तविक व्यापार के निर्यात और स्वतंत्र रूप से निर्यात योग्य वस्तुओं के तकनीकी नमूनों को बिना किसी सीमा के अनुमति दी जाएगी।

eš; fu/hz.k@ykr

अंतर्राष्ट्रीय प्रतियोगिता को ध्यान में रखते हुए खरीदारों के ध्यान और बिक्री को बढ़ावा देने में उत्पाद की कीमत महत्वपूर्ण है। बिक्री के नियमों (एफओबी), लागत, बीमा और माल का भाड़ा (सीआईएफ), लागत और माल का भाड़ा (सीएंडएफ) आदि के आधार पर निर्यात की रकम की पूर्ति के नमूने पर हुए सभी खर्चों को ध्यान में रखते हुए मूल्य का काम करना चाहिए।। निर्यात की लागत को स्थापित करने का लक्ष्य अधिकतम लाभ सीमा के साथ प्रतिस्पर्धी मूल्य पर अधिकतम मात्रा को बेचना होगा। प्रत्येक निर्यात उत्पाद के लिए निर्यात लागत शीट तैयार करना उचित है।

[kjlnkjla dks l kkrphr% उत्पाद में खरीदार के हित को निर्धारित करने के बाद, भविष्य की संभावनाएं और व्यापार में निरंतरता, उचित भत्ता/कीमत में छूट देने की मांग पर विचार किया जा सकता है।

bZ ht h h ds ek; e l st k[ke dks doj djul%
अंतर्राष्ट्रीय व्यापार में क्रेता/देश दिवाला की वजह से भुगतान जोखिम शामिल है। इन जोखिमों को निर्यात क्रेडिट गारंटी कार्पोरेशन लिमिटेड (ईसीजीसी) से एक उचित नीति द्वारा कवर किया जा सकता है। जहां खरीदार अग्रिम भुगतान या क्रेडिट खोलने के बिना आदेश दे रहा है, ईसीजीसी से विदेशी खरीदार पर क्रेडिट सीमा की खरीद के लिए गैर-भुगतान के जोखिम की रक्षा के लिए सलाह दी जाती है।

; fuV 7-7% l e; ccaaku

; fuV dsmis; 

bl ; fuV ds var e k vki dj i k s s

1. समय प्रबंधन का महत्त्व समझने में
2. समय प्रबंधन का कौशल विकसित करने में
3. प्रभावी समय नियोजन सीखने में

7.7.1 l e; ccaaku

समय प्रबंधन किसी विशेष कार्य को करने में खर्च किये जाने वाले समय का सचेतन नियंत्रण करने की योजना बनाने और उसका प्रयोग करने की प्रक्रिया है, खासतौर पर प्रभावशीलता, कार्यक्षमता और उत्पादकता बढ़ाने के लिए। यह एक ऐसी गतिविधि है जिसका उद्देश्य सीमित समय की परिसीमा की स्थिति में किसी कार्य से होने वाले सम्पूर्ण लाभ को अधिकतम बनाना होता है

dN cHloh l e; ccaaku

- कार्यों का प्रतिनिधित्व करता है
- समय का अपव्यय करने वालों की पहचान करता है
- कार्यों को संगठित करके उनके लिए योजना बनाता है

7.7.2 l e; dks pjkuk

समय चोर वह गतिविधियां हैं जो कार्यस्थल पर व्यवधान उत्पन्न करती हैं। यह गतिविधियां हमारे उद्देश्य की प्राप्ति में अवरोध उत्पन्न करती हैं। समय चोर हो सकते हैं:

- खराब व्यक्तिगत योजना और समय निर्धारण
- बिना पूर्व सूचना दिए लोगों द्वारा व्यवधान
- खराब प्रतिनिधित्व
- साधनों का गलत इस्तेमाल टेलीफोन, मोबाइल, ईमेल और फैक्स इत्यादि
- जंक मेल पढ़ना



चित्र..7.7.1: समय प्रबंधन

- बड़े कार्यों को छोटे से छोटे संभव कार्यों में तोड़ता है
- उन्हें एक के बाद एक हासिल करवाता है
- दिन के अंत में आसान विश्लेषण करके देखा जा सकता है कि कौन से काम में ज्यादा समय लगा

- बेहतर समय प्रबंधन की सोच में कमी
- स्पष्ट प्राथमिकताओं का अभाव

l e; dh pljh l sbl rjg l scpk t k l drk gS

- हर समय सक्रिय बने रहें।
- व्यक्तिगत क्रियाकलापों की एक नियमबद्ध समयसारणी विकसित करें और उसका पालन करें।
- अपनी प्राथमिकताएं निर्धारित करें।
- सही तरीके से प्रतिनिधित्व।
- आधुनिक तकनीकी साधनों का उपयोग।

7.7.3 ij'ks fo' y'k k

- इसके अनुसार 80: कार्य 20: समय में पुरे किये जा सकते है बचे हुए 20: कार्य आपका 80: समय लेते है, और ऐसे कार्य जो पहली श्रेणी में आते है उन्हें ज्यादा प्राथमिकता दी जानी चाहिए।
- समय, पुरे किये जाने वाले कार्यों को अपनाये जाने वाले तरीके पर भी निर्भर करता है हमेशा कार्यों को पूरा करने के सरल और आसान तरीके होते है। यदि कोई जटिल तरीकों का इस्तेमाल करता है तो यह समय की खपत करेगा. हमेशा किसी काम को पूरा करने का वैकल्पिक तरीका ढूंढने की कोशिश करनी चाहिए।

vk' ; d eg'oiwZi'kuk

1. vR ko' ; d v' eg'oiwZdk	2. de t #jh y'fdu eg'oiwZdk Z
vc dja <ul style="list-style-type: none"> • आपातस्थिति, शिकायतें और संकट के मुद्दे • वरिष्ठ लोगों की जरूरतें • प्रायोजित कार्य या परियोजना जो अब तक अधूरी हैं। • वरिष्ठजनों/सहकर्मियों से मुलाकात 	mudks djs dh ; k uk <ul style="list-style-type: none"> • योजना, तयारी • सारणी • डिजाईन करना, टेस्ट करना • सोच विचार, कुछ बनाना, जानकारी का प्रतिरूपण
3. eg'oghu y'fdu vR ko' ; d dk Z	4. eg'oghu v' vuko' ; d dk Z
vLohdkj djs v' Li "Vhdj.k ns <ul style="list-style-type: none"> • दुसरो की बेकार की मांगें • आभासी आपातस्थितियां • काम में होनेवाली गलतफहमियां • व्यर्थ के काम या क्रियाकलाप 	foj'k djs v' ca dj ns <ul style="list-style-type: none"> • आरामदायक गतिविधियां, कंप्यूटर • गेम्स, इन्टरनेट का बहुत ज्यादा प्रयोग • सिगरेट के लिए अन्तराल • बातें करना, गपशप, मेलजोल • संदेश सम्पर्क • असंगत और व्यर्थ की चीजे पढ़ना

चित्र 7.7.2: आवश्यक महत्त्वपूर्ण पैमाना

; g i'kuk vki dks ; g l e>useaenn djsk :

- क्या किया जाना चाहिये।
- क्या योजना बनानी चाहिये।
- किसका प्रतिरोध करना चाहिये।
- क्या अस्वीकार कर देना चाहिये।

समय प्रबंधन का सबसे आसान तरीका है किये जाने वाले कार्य की सामान्य सूची बनाना. कार्य सूची में प्राथमिकता दें:

- रोजाना किये जाने वाले कार्यों की सूची, उनकी प्राथमिकता के आधार पर क्रमबद्ध रूप में
- पहले अप्रिय एवं कठिन कार्य से आरम्भ करें बाद का कार्य सरल और जल्दी से होगा
- कार्यसूची बनाते समय सभी चीजों का खाका बनाये
- कम महत्त्वपूर्ण चीजों को ञ्चा बोलना सीखें
- पुरे हो चुके कार्यों को सूची से मिटाये जिससे कि आप क्या पूरा हो चूका है और क्या पूरा करने कि जरूरत है उससे परिचित हो सकें

नियमित रूप से की जाने वाली गतिविधियों की नीचे सूची बनायें.

.....

.....

.....

.....

ऊपर उल्लेख की गयी गतिविधियों को निम्नलिखित शीर्षकों में प्राथमिकता के आधार पर लिखें.

eg lbi wZ dk Z	eg l oghu dk Z	v l o' ; d dk Z	v l o' ; d dk Z



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

; fuV 7-8% fjT; w cukus dh r\$ kjh

; fuV dsmís;



इस यूनिट के अंत में, आप कर पायेंगे:

1. रिज्यूम के महत्त्व को समझना
2. यह सीखना की रिज्यूम कैसे बनाते हैं

7.8.1 ifjp;

रेज्यूम खुद का परिचय होता है, यदि यह ठीक से किया गया हो तो यह दर्शाता है की कैसे आपकी क्षमता, अनुभव और उपलब्धियाँ जो जॉब आपको चाहिए उससे मेल खाती हैं। यह एक ऐसा साधन है जो साक्षात्कार को जीतने का विशेष उद्देश्य रखता है। यह नियोक्ता को विश्वास दिलाता है की नए करियर या व्यवसाय को सफल करने के लिए जो आवश्यक है वह आप में है।

यदि आपका रेज्यूम अच्छी तरह लिखा हो तो यह आपको उच्च मानकों और उत्कृष्ट लेखन शैलीवाला पेशेवर व्यक्ति साबित करता है। यह आपको अपनी दिशा, योग्यता, और ताकत को स्पष्ट करने, आपका आत्मविश्वास बढ़ाने और किसी कार्य के प्रति निष्ठा रखने या करियर बदलने के लिए भी सहायता करता है।

एक रेज्यूम के बारे में सभी को यह पता होना चाहिए कि :

- आपका रेज्यूम आपको साक्षात्कार पास करने में सहायता करता है और ना की जॉब करने में
- आपका रेज्यूम नियोक्ता द्वारा केवल 15–20 सेकंड के लिए जाँचा जाएगा। आपके रेज्यूम के पास प्रभाव बनाने के लिए केवल इतना ही समय होता है।

t \$ h dh ulps mYys[k fd; k x; k gSo\$ s gh , d jT; w ds vyx&vyx Hkx glrs gā:

Hkx	fu; kāk dh vlo' ; drk
शीर्षक	आपकी पहचान और संपर्क के साधन
उद्देश्य	यह देखना की, क्या नियोक्ता की आवश्यकता और आपके उद्देश्य एक ह
शिक्षा	इसकी जाँच करना की, क्या नौकरी/इंटरनशिप के अनुरूप, आपके पास आवश्यक योग्यता
कार्य अनुभव/परियोजनाए	यह देखना की क्या आपने अपनी संभावित क्षमता के अनुरूप कुछ किया है। इसकी भी जांच करना की कैसे आप अन्य सहयोगियों से अलग हैं
कुशलता	आप अपने व्यक्तित्व और व्यवसायिक कुशलता में कितने दक्ष हैं
अभिरुचि	अपने व्यवसायिक प्रकृति से अलग, आपके जीवन के अन्य मायने क्या हैं
अन्य	क्या कुछ अन्य महत्त्वपूर्ण और प्रासंगिक गुण है, जिन्हें की आप प्रस्तुत करना चाहते हो, यह आपके विवरण की अहमियत बढ़ा देगा ण

चित्र 7.8.2 : रिज्यूम बनाने के विभिन्न सेक्शन

dk dh r\$ kjh v\$ egloiwZl qko

अपना रिज्यूम बनाने से पहले निम्न बातों का ध्यान रखें:

- कक्षा 10 की उपरांत समस्त शैक्षणिक प्रमाण, ताकि उचित आंकलन किया जा सके



चित्र.7.8.1: रिज्यूम

- व्यवसायिक संक्षिप्त विवरण (रिज्यूम) में उल्लेख किये जाने वाली समस्त विवरणों की सूची बनायें। उदाहरण के लिये प्रशिक्षण, परियोजनाएँ, अंशकालिक नौकरियाँ, अन्य गतिविधियों, खेल, तकनीकी प्रशिक्षण, कौशल, हितों आदि। सूची का ज्यादा बड़ा होना आवश्यक नहीं है, आप इसे भविष्य में बढ़ा सकते हैं

fjT; w cukus l sigyges'kk ; kn j [k

- रिज्यूम में हर एक बिंदु अलग होना चाहिए और इन बिन्दुओं के समर्थन के लिए अन्य तथ्यात्मक जानकारी रहनी चाहिए

7.8.1.1 fjT; w dk 'kikZl

mí\$; : आपको कुछ मौलिक जानकारी देने की आवश्यकता है, जिससे की आपसे आसानी से संपर्क किया जा सके

mYy\$ kuh; t kudkjh नाम, वर्तमान पता, ईमेल ID, फोन नंबर, जन्मतिथि इत्यादि। अपना नाम अन्य शब्दों की तुलना में, बड़े अक्षरों में लिखें।

; g u djs

- अपना फोटो सम्मिलित न करें



चित्र 7.8.2: रिज्यूम बनाने के विभिन्न सेक्शन

- समस्त बिंदुओं के विवरण के लिए सकर्मक क्रिया का प्रयोग करें। इनसे वाक्य स्पष्ट और ध्यान आकर्षित करने वाले होते हैं
- मुख्य बिंदुओं का इस्तेमाल करें न की अनुच्छेदों का।
- अपनी जिम्मेदारियों का नहीं बल्कि अपनी उपलब्धियों का जिक्र करें
- रिज्यूम बनाते समय एक आम गलती हम ये करते हैं की, हम इसके प्रारूप को
- किसी अन्य मित्र के रिज्यूम से कॉपी करते हैं, और उसी के आधार पर अपना रिज्यूम बनाते हैं
- अपने व्यावसायिक सारांश (रिज्यूम) को विवरण का शीर्षक न बनायें
- अनावश्यक जानकारी न दें, जैसे की पारिवारिक पृष्ठभूमि, वैवाहिक स्थिति या अन्य
- इन जानकारियों को अपने व्यावसायिक सारांश (रिज्यूम) के अंत में न जोड़ें
- इन जानकारियों को भरने के लिए ज्यादा जगह का इस्तेमाल ना करें

7.8.1.2 mıs; fu/kk. k

mıs; : इसका इस्तेमाल आपके नियोक्ता को यह बताने के लिए किया जाता है, आपका लक्ष्य क्या है। इसका उद्देश्य विशिष्ट उद्योग में एक विशेष स्थान प्राप्त करने के प्रति होना चाहिए

geskk ; kn j [k

आपके उद्देश्यों में निम्न को शामिल किया जाना चाहिये

- पद जिसकी आवश्यकता है
- आपका कर्यक्षेत्र।
- उद्योग की आवश्यकता।

7.8.1.3 f' kkk

अगला भाग आपकी शैक्षिक योग्यताओं को प्रस्तुत करता है.

mıs; : जिससे, आपके नियोक्ता को इस बात का पता चले की आप पदध्रप्रशिक्षण, जिसके लिए अपने आवेदन किया के योग्य आधारभूत शैक्षणिक योग्यता रखते हैं

- 10वीं कक्षा से लेकर वर्तमान तक की सभी शैक्षणिक योग्यताओं को लिखें
- 10वीं और 12वीं कक्षा के लिये दृ स्कूल/कॉलेज का नाम, बोर्ड, संकाय/विशेषता (यदि कोई है), पढ़ाई का साल, नम्बर को शामिल करें

7.8.1.4 ifj; kt uk] çf' kkk k vU

आपके रिज्यूम के अगले भाग में वह सारे काम शामिल है, जो की आपने किया हैंय जैसे की परियोजनाए,प्रशिक्षण, संयंत्र प्रशिक्षण, अंशकालिक नौकरियां, स्वयंसेवा, नयी कंपनी की स्थापना या अन्य सारे गतिविधियों की पहल । आपके पहल की संख्या एवं प्रकृति इसे निर्धारित करती है की क्या उसे शीर्षक बनाया जाये या उसे अन्य शीर्षकों के अंतर्गत रखा जाये.

mıs; : आपके रिज्यूम का यह एक महवपूर्ण घटक है, क्यों की आपकी कार्य-क्षमता और शुरुआत जो की आपने की है, जिनका विवरण आपके सारांश में है, आपको अन्य लोगों से अलग कर देगी और आपके वास्तविक कुशलता को प्रस्तुत करेगी

- विशिष्ट और कम से कम शब्दों का इस्तेमाल करें।
- बिभिन्न पद जिनके लिए आप आवेदन कर रहें है, आपके लक्ष्य भी अलग अलग होने चाहिए ।
- उद्देश्यों का उल्लेख करते समय नियोक्ता है यह हर छह सेकंड में एक मौत का दावा है की आवश्यकता को ध्यान में रखें । लक्ष्य कंपनी की आवश्यकता की पूर्ति होनी चाहिए, न की यह की आप कंपनी से क्या चाहते हैं

- पूर्व स्नातक के लिये दृ कॉलेज का नाम, यूनिवर्सिटी का नाम, डिग्री और विशेषता, पढ़ाई के साल को शामिल करें
- घटते हुए क्रम में अपनी योग्यताओं को लिखें उदाहरण के लिए नवीनतम योग्यता को सबसे उपर लिखें
- आप अपनी शैक्षणिक योग्यताओं को तालिकाबद्ध तरीके से सकतें हैं, या साधारण क्रमानुसार भी लिख सकतें है

; kn j [k

- शीर्षक में होना चाहिये दृ शीर्षक/प्रोजेक्ट का नाम, भूमिका, कंपनीधसंगठन का नाम, -किसी विशेष समय के बारे में 2 लाइनों में विवरण
- समय का विवरण जरूरी है।
- समस्त जानकारियां अवरोही क्रम में होनी चाहिए ।
- अपने उपलब्धियों का विशिष्ट ध्यान दे । यथा-संभव क्रम और कारण का इस्तेमाल करें

ughadja

- साधारण वाक्यों का इस्तेमाल न करें, यह नियोक्ता को आपके द्वारे किये गए कार्य का स्पस्ट विवरण नहीं देता है नियोक्ता यह समझ लेता है की, किसी प्रमाण पत्र की प्राप्ति के लिए, आपने कोई प्रशिक्षण लिया है

7.8.1.5 dSkY

'kikl : कौशल में बहुत से शीर्षक हो सकते हैं।
आमतौर पर प्रयोग किये जाने वाले शीर्षक निम्न हैं

- Q ogkj dSkY : इसमें आपके व्यक्तित्व द्वारा प्रदर्शित किये गये लक्षण शामिल हैं
- dSkj Q kol kf; d dSkY : यदि आपके पास कोई मुख्य कौशल हैं तो वह वैकल्पिक में शामिल होते हैं यह वह कौशल हैं जो उस भूमिका से प्रासंगिक हैं जिसे आप आवेदन कर रहे हैं
- vkbZh dSkY : वैकल्पिक, यदि आप आईटी/सॉफ्टवेयर से सम्बंधित काम के लिए आवेदन कर रहे हैं तो इसे जरूर शामिल करें।

7.8.1.6 #fp; ka

इस भाग में अपने संक्षिप्त विवरण में अपनी रुचिया बड़े ध्यानपूर्वक पसंद करे जिसे आप अपने संक्षिप्त विवरण में प्रदर्शित करना चाहते हो जिससे आपकी जिन्दगी सार्थक बन जाये

रुचिया जो आपने प्रदर्शित करि हैं वो आपके चरित्र के बारे में बात करते हैं. ये रुचिया अवशर चर्चा के विषय में इंटरव्यू के दौरान विचार विमर्श जैसे विषय के रूप में आते हैं। इसीलिए जो भी प्रदर्शित करना चाहते हो उससे बुद्धि से चुनाव करें

7.8.1.7 l UnHZ

l UnHZnlft ;

आपके संक्षिप्त विवरण के अंत में २-४ व्यावसायिक सन्दर्भ होने चाहिए. ये वो लोग हे जिससे आप सम्बंधित नहीं हे परन्तु जिससे आप व्यावसायिक तरीके से समजोता करेंगे. आप पिछले नियोक्ता, व्यवसाहिक अथवा स्वयंसेवक को आपके सन्दर्भ के पन्ने में डालने का विचार कर सकते हैं

; kn j [ka

- List your skill And Add A point which supports your skill the best.
- विशिष्ट सूची तैयार करें और जहां भी संभव हो वहा संख्याओं और तथ्य को जोड़ें
- केवल तीन से चार सॉफ्ट कौशल चुनें जो आपका सबसे अच्छा वर्णन करता है।
- अपने अतीत की खुदाई करके अपने कौशल को खोजिये जो आप के पास हैं और सबसे अच्छा उदाहरण आप इसे समर्थन करने के लिए उद्धृत कर सकते हैं।

; kn j [ka

- रुचियों की सूची बनाइए जो विचारपूर्ण और कुछ शिखने को प्रदर्शित करै।
- रुचियों की सूची को समर्थन दें।
- अंकितओ को विशिष्ट बनाएं और सहायक तथ्यों को भी सामिल करै।
- साहस, सितार, पढ़ना, वातावरण जैसे रोचक अनियमित समूह की सूची न बनाइयै।
- जश्न मनाना, फिल्मे देखना अतियदि जैसी रुचिया को शामिल न करे. ये सब गलत धारणा बनाते हैं।

- आप पिछले नियोक्ता, व्यवसाहिक अथवा स्वयंसेवक को आपके सन्दर्भ के पन्ने में डालने का विचार कर सकते हैं।
- जिस जगह पे आप अर्जित करना चाहते हो वो शायद उन लोगो से संपर्क करे, इसलिए उन लोगो के पहले से ही संपर्क करके बताना चाहिए की आप उन लोगो को सन्दर्भ में रख रहे हैं और आप अभी नौकरी के लिए अर्जी दे रहे हैं

7.8.1.8 ; kn djus ds fcag

- ध्यान रखे की आपका संक्षिप्त वितरण का विस्तार २ पन्ने से ज्यादा न हो
- विस्तृत पुनः जांच करे और ध्यान रखे की आपके संक्षिप्त वितरण में कोई भी त्रुटि न रहे। व्याकरण त्रुटि भी नहीं, शब्दों की भी नहीं, विराम चिह्न की भी नहीं।
- और ज्यादा अपने संक्षिप्त वितरण को समय दीजिये और फिर से उसमें सुधार कीजिये और शब्दों को बेहतर बनाइयें।
- व्यवसाहिक शब्दों का आकर ११ और १२ पसंद करै। आप विभिन्न शब्दों का प्रयोग संक्षिप्त वितरण के अलग अलग जगहों में कर सकते हैं परन्तु कोशिश करे की २ शब्दों से ज्यादा उसका प्रयोग न हो।

शब्दों को परिवर्तित करने की जगह पे उसे खास भागों में घट अथवा तिरछे बनाइयै।

- वेशिका और प्रस्तावना वाले भाग में शब्दों का आकर १४ और १६ हो सकता है।
- आपका विषय सदैव काली शाही में मुद्रित होना चाहिए. ध्यान रखे की अधिक शाही निष्क्रिय होनी चाहिए जिससे वो नीले और दूसरे रंगों में मुद्रित ना हो.
- आपके पन्नो की सिमा हर जगह पे एक इंच और और सिमा की जगह १.५ और २ अंक होनी चाहिए. संक्षिप्त वितरण का आकर हमेसा बांये संक्षेप्त और शीर्षक भाग पन्ने के उप्पर के भाग में बीच में होना चाहिए।

; fuV 7-9% l kkkRdkj dh r\$ kjh

; fuV ds mÍs;



इस यूनिट के अंत में आप कर पायेंगे:

1. साक्षात्कार की प्रक्रिया को समझना
2. दिखावटी साक्षात्कार के मध्य से गुजरना
3. साक्षात्कार के दौरान अपने आपको प्रस्तुत करना
4. प्रशिक्षण की अवधि समाप्त होने पर काम के लिए प्रेरित करना

7.9.1 l kkkRdkj

एक साक्षात्कार दो या दो से अधिक लोगों होता है जहां सवाल साक्षात्कारकर्ता द्वारा पूछा जाता है जिससे साक्षात्कार देनेवाला की जानकारी प्राप्त की जा सके। एक नौकरी पाने के लिए एक साक्षात्कार पहली और आखिरी बाधा है जिससे पार करने आपको जरूरत है



चित्र 7.9.1: साक्षात्कार

l kkkRdkj ds vke çdkj

1. **ikjáfjd eluo l á kku l kkkRdkj** : अधिकांश साक्षात्कार आमने सामने होते हैं। सबसे पारंपरिक वार्तालाप मानव संसाधन कार्यकारी से है जहां उम्मीदवार का ध्यान सवाल पूछ व्यक्ति पर होना चाहिए। आप अच्छी नजर से संपर्क बनाए रखने के लिए, गौर से सुनने के लिए और तुरंत जवाब देने के लिए सलाह दी जाती है।
2. **isfy l kkkRdkj** : इस स्थिति में, वहाँ एक से अधिक साक्षात्कारकर्ता हो सकते हैं। दो से दस सदस्यों की एक अभियुक्त चयन प्रक्रिया हिस्से का संचालन कर सकता है। इस समूह प्रबंधन और समूह

प्रस्तुति कौशल को प्रदर्शित करने के लिए एक आदर्श मौका है।

3. **rdudh l kkkRdkj**: इस साक्षात्कार का उद्देश्य मूल रूप से तकनीकी ज्ञान का मूल्यांकन करने के लिए है। सवालों में से अधिकांश सवाल उम्मीदवार के कौशल पे आधारित होगा जिसने उससे संक्षिप्त वितरण में उल्लेख किया होगा।
4. **VsyhQku l kkkRdkj** : टेलीफोन साक्षात्कार उम्मीदवारों के लिए भी एक प्रारंभिक साक्षात्कार है जो नौकरी साइट से दूर रहके इस्तेमाल किया जा सकता है।

एक साक्षात्कार के लिए जाने से पहले, यह महत्वपूर्ण है की जिस भूमिका के लिए आप आवेदन कर रहे हैं उसकी आपको स्पष्टता हो। यह भी महत्वपूर्ण है कि आप जानते हो कि कहा आप आवेदन कर रहे हो और आप किससे वार्तालाप करेंगे। आपका जवाब नियोक्ता को कहेगा कि जो वो खोज कर रहे हैं वो आप ही हो..

bl ds fy, vki dks fuufyf[kr çdkj ds çkjs ea FkkMk [kk chu djuh gksh

- संस्था और उसका कार्यक्षेत्र
- जॉब का विवरण
- खुद के बारे में (अपनी कार्यकुशलताएं, मूल्य और शौक के बारे में)
- रिज्यूम (अनुभव)

[k] ds ckjs ea 1/2 i uh dk, Zlk yrk 1 eW; vls
'k] ds ckjs ea

- आत्मविश्वासी
- शांतचित्त
- खुद पर भरोसा
- तैयारी
- साक्षात्कार से पहले, दौरान और बाद में यह महत्त्वपूर्ण है कि आप हरदम तैयार रहें ।
- व्यावसायिक पहनावा

यह महत्त्वपूर्ण है कि आपका पहनावा व्यावसायिक हो. यह एक सामान्य तथ्य है कि हमारा पहनावा जिस तरह का होता है उसका बड़ा फर्क इस बात पर पड़ता है कि हमें कैसे समझ जाता है. दूसरे लोगों से बात करने के हमारे

तरीके का 90: हमारे हावभाव होते हैं (संकेत, अभिव्यक्ति इत्यादि) और हमारी पहली छाप होती है. एक बढ़िया पहली छाप बनाना बहुत ही आसान है.

, d igysvPNsçHko dsfy; s; g vko'; d gSdh

- अच्छी गंध
- देखने में व्यवसायिक हो
- अपने सजने संवरने पर ध्यान दें।
- सामने वाले से नजरे मिलाएं
- जानिए की आप क्या और कैसे बोलते हैं ।
- हमारा सम्पूर्ण व्यक्तित्व हमें समझे जाने में योगदान देता है।

l k] dsfy, d] s di M; igus

i#k	efgyk a
लंबी बांह का बटन वाला शर्ट (साफ और प्रेस किया हुआ)	रुढ़िवादी, कोई स्टाइल नहीं हो
काले जूते (साफ और पॉलिश किये हुए) और काले मौजे	कोई स्टाइल या दिखावा नहीं
बाल कटवाकर जाएँ (छोटे बाल हमेशा बेहतर होते हैं)	No bangles
कोई आभूषण नहीं (चौन, कान की बाली))	कम से कम मेकअप का प्रयोग
कोई दाढ़ी या टैटू नहीं	कोई चूड़ियाँ नही

चित्र 7.9.2: इंटरव्यू के लिए पहनावा

7.9.2 l k] ds n] ku D; k djav] D; k uk dja

आप में से कई लोगों ने साक्षात्कार का सामना किया होगा और कुछ ने नहीं. हालाँकि, अब तक आप निश्चित रूप से समझ चुके होंगे कि एक व्यावसायिक आचरण के स्वीकृत मापदंड क्या है. एक साक्षात्कार के सम्बन्ध में नीचे दिए गए वाक्यों को पढ़ें और उन्हें शकंश या शनहीं करंश के रूप में अंकित करें:

okD;	dja	uk dja
मौलिक बने रहे		
बोलते समय डकार लें!!!		
पाउडर फ़ैक्ट्री से निकलकर जाएँ (बहुत ज्यादा मेकअप करें)		
साक्षात्कार के एन वक्त पर पहुँचे		
कमरे/दफ्तर में टहलें		

रिसेप्शनिस्ट का अभिवादन करे/कोई प्रतिक्रिया न दें		
बोलने से पहले सोचें		
अपना गृह कार्य करें- संस्था की वेबसाइट देखें		
सोचने का समय लें		
महत्वपूर्ण दिवस पर चमकीले रंगीन कपड़े पहनें		
अपनी मजबूतियों पर जोर दें		
नियोक्ता के साथ तर्क/विवाद करें		
साक्षात्कार के दौरान च्विंगम चबायें		
अपने शैक्षणिक और कार्य के अनुभव की समीक्षा करें		
अपने दस्तावेजों को फाइल से उड़ते हुए देखें (बेअदब बने)		
नियोक्ता का धन्यवाद करें		
"उन्हें मेरी जरूरत है" वाली मनोस्थिति रखें		
आँखों की दृष्टि और अच्छे हावभाव बनाये रखें		
केवल एकाक्षरीक जवाब दें (जो बीच-बीच में पूछे गए प्रश्नों के प्रकार पर निर्भर करता है।)		
अपने बायोडाटा की एक प्रति लेकर जायें		

चित्र 7.9.3: इंटरव्यू में क्या करें और क्या न करें

7.9.3 bā/jQ wds nkṣku

- आत्मविश्वासी बने, अभिमानी नहीं
- अपने आपको बेंचे- अपना ऊर्जा का स्तर ऊँचा रखे
- अपनी शारीरिक मुद्रा बनाये रखें
- सकारात्मक बने, शिकायत ना करें
- अपने बायोडाटा और उपलब्धियों की जानकारी रखें।

विचारों का होना काफी नहीं हैं। साक्षात्कार के दौरान विचारों को प्रभावी ढंग से अभिव्यक्त किया जाना चाहिए। साक्षात्कार के दौरान अभ्यर्थी को आंकने के मापदंड बहुत ही सरल हैं। यह वो मापदंड है जिनके लिए यह प्रशिक्षण कार्यक्रम आपके लिए बनाया गया है

7.9.4 /; ku l s l quk

- विचार और अभिव्यक्ति की स्पष्टता।
- उपयुक्त भाषा।
- उचित हावभाव।
- धाराप्रवाहिता।
- अपने विचार सही आवाज, सही स्वर और सही उच्चारण के साथ बिना रुके अभिव्यक्त किये जाने चाहिए।

9-6 म | अनुसंधान के चर्चा

9-6 म | अनुसंधान के चर्चा

9-6 म | अनुसंधान के चर्चा

1. बाजार अनुसंधान कैसे किया जाता है पर चर्चा करने में
2. विपणन के 4 पी का वर्णन करने के लिए
3. विचार उत्पन्न करने के महत्व पर चर्चा
4. बुनियादी व्यापार शब्दावली याद करने में
5. सीआरएम की आवश्यकता पर चर्चा
6. सीआरएम के लाभों पर चर्चा
7. नेटवर्किंग के लिए आवश्यकता पर चर्चा
8. नेटवर्किंग के लाभों पर चर्चा
9. लक्ष्य तय करने के महत्व को समझें
10. अल्पकालिक, मध्यम अवधि और लंबी अवधि के लक्ष्यों के बीच अंतर करें
11. एक व्यवसाय योजना कैसे लिखना चाहिए पर चर्चा करें
12. वित्तीय नियोजन प्रक्रिया की व्याख्या करें
13. अपने जोखिम का प्रबंधन करने के तरीकों पर चर्चा करें
14. बैंक वित्त के लिए आवेदन करने की प्रक्रिया और औपचारिकताओं का वर्णन करें
15. अपने स्वयं के उद्यम का प्रबंधन कैसे करना चाहिए पर चर्चा करें
16. हर उद्यमी द्वारा एक उद्यम शुरू करने से पहले पूछे जानेवाले सवालों को सूचीबद्ध करें

9-6-1 कृत्वा; ; अनुसंधान के चर्चा के चर्चा

कृत्वा; ; अनुसंधान के चर्चा के चर्चा

- एक उत्पाद या सेवा जो बाजार में बेचा जा रहा है उसकी जानकारी इकट्ठा करने, विश्लेषण करने और व्याख्या करने की प्रक्रिया है. इसमें यह भी जानकारी शामिल है:
 - अतीत, वर्तमान और भावी ग्राहक
 - ग्राहक विशेषताएँ और खर्च करने की आदतें

- बाजार की जरूरतों के स्थान और लक्ष्य
- समग्र उद्योग
- उचित प्रतियोगी

विपणन अनुसंधान डेटा के दो प्रकार होते हैं:

- **कृत्वा; ; अनुसंधान के चर्चा के चर्चा** यह अपने आपके या किसी और के द्वारा एकत्र अनुसंधान है।

- **ek/; fed t kudkj l%** यह शोध पहले से ही मौजूद है और आप पता लगाकर उपयोग कर सकते हैं।

çkfkfed vuq akku

प्राथमिक अनुसंधान दो प्रकार के हो सकते हैं:

- **[k't i w%]** इसकी कोई सीमा नहीं होती और इसमें आमतौर पर विस्तृत, असंरचित साक्षात्कार शामिल होते हैं।
- **fof' k'V%** यह सटीक होते हैं और इसमें संरचित, औपचारिक साक्षात्कार शामिल होते हैं। विशिष्ट अनुसंधान का आयोजन अधिक खोजपूर्ण शोध कार्यों की तुलना में अधिक महंगा है।

9-6-1-1 foi.ku ds4 ih

विपणन के 4 पी उत्पाद, मूल्य, प्रचार और स्थान हैं। अब हम इन 4 पी की ओर विस्तार से एक नजर डालते हैं।

mRi kn (Product)

उत्पाद यह हो सकता है:

1. एक मूर्त उत्पाद
2. एक अमूर्त सेवा

आपका कोई भी उत्पाद हो, उसकी विपणन प्रक्रिया शुरू करने से पहले यह महत्वपूर्ण है कि आपको उसकी और उसके अद्वितीय विशेषताओं के बारे में एक स्पष्ट समझ होनी चाहिए। यहाँ कुछ सवाल दिए हैं जिन्हें आपको खुद से पूछना है:

- ग्राहक उत्पाद/सेवा से क्या चाहता है?
- यह कौनसे आवश्यकताएं संतुष्ट करता है?
- क्या और अधिक विशेषताएं जोड़े जा सकते हैं?
- क्या इसके कोई महंगे और अनावश्यक विशेषताएं हैं?
- ग्राहक इसका कैसे उपयोग करेंगे?
- इसे क्या कहा जाना चाहिए?

ek/; fed vuq akku

माध्यमिक अनुसंधान बाहरी जानकारी का उपयोग करते हैं। कुछ आम माध्यमिक स्रोत यह हैं:

- **l koZ fud l žr%** ये आम तौर पर स्वतंत्र होते हैं और इनमें बहुत कुछ अच्छी जानकारी होती है। उदाहरण के लिए सरकारी विभाग, सार्वजनिक पुस्तकालय आदि के व्यापार विभाग
- **okf. kT; d l žr%** ये बहुमूल्य जानकारी प्रदान करते हैं लेकिन इसके लिए शुल्क का भुगतान करना पड़ता है। उदाहरण के लिए, अनुसंधान और व्यापार संघ, बैंकों और अन्य वित्तीय संस्थान आदि
- **'k{k d l žFku%** ये जानकारी का खजाना प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए, महाविद्यालय, विश्वविद्यालय, तकनीकी संस्थान आदि।

- इस तरह के उत्पादों से यह कैसे अलग है?
- इसका उत्पादन करने के लिए कितना खर्च होगा?
- क्या इसे लाभ में बेचा जा सकता है?

dlar (Price)

एक बार सभी उत्पाद के तत्वों को स्थापित करने के बाद, कीमत पर विचार करने की जरूरत होती है। एक उत्पाद की कीमत इस तरह के लाभ मार्जिन, आपूर्ति, मांग और विपणन रणनीति जैसे कई कारकों पर निर्भर करेगी।

कुछ सवाल जिन्हें आप खुद से पूछना चाहिए:

- उत्पाद/सेवा का ग्राहकों के लिए क्या मूल्य है?
- क्या स्थानीय उत्पाद/सेवाओं की स्थापना कीमत अंक हैं?
- क्या ग्राहक मूल्य संवेदनशील हैं?
- क्या छूट देनी चाहिए?
- आपके प्रतियोगियों की तुलना में आपकी किंमत क्या है?

उत्पाद विपणन (Promotion)

एक बार आप अपने उत्पाद और अपनी कीमत के बारे में निश्चित हैं, तो अगला कदम इसे बढ़ावा देने के लिए है। प्रचार के कुछ प्रमुख तत्वों में जनसंपर्क, सामाजिक मीडिया विपणन, ईमेल विपणन, खोज इंजन विपणन, वीडियो विपणन और अधिक शामिल हैं।

अपने आप से पूछने के कुछ सवाल यह हैं:

- अपने उत्पाद या सेवा को आपने कहाँ बढ़ावा देना चाहिए?
- अपने लक्षित दर्शकों तक पहुँचने के लिए सबसे अच्छा माध्यम क्या है?
- अपने उत्पाद को बढ़ावा देने के लिए जब सबसे अच्छा समय क्या हो सकता है?
- आपके प्रतिद्वंद्वी उनके उत्पादों को कैसे बढ़ावा दे रहे हैं?

स्थान (Place)

विपणन के अनुसार, विपणन का आधार सही उत्पाद की पेशकश, सही समय पर सही जगह पर सही कीमत पर होता है। इस कारण से, सबसे अच्छा संभव स्थान का चयन संभावित ग्राहकों को वास्तविक ग्राहकों में परिवर्तित करने के लिए महत्वपूर्ण है।

खुद से पूछने के लिए कुछ सवाल यह हैं:

- क्या आपके उत्पाद या सेवा दुकान, ऑनलाइन या दोनों में देखे जा सकेंगे?
- सबसे उचित वितरण चैनलों का उपयोग करने के लिए आपने क्या करना चाहिए?
- क्या आपको एक बिक्री बल की आवश्यकता होगी?

9-6-1-1 fVII

- ध्यान रखें कि अच्छे विचारों को हमेशा अद्वितीय होने की जरूरत नहीं है।
- याद रखें कि समय अपने विचार की सफलता का निर्धारण करने में एक बड़ी भूमिका निभाता है।

- आपके प्रतियोगी अपने उत्पादों या सेवाओं की कहाँ पेशकश कर रहे हैं?
- आपने अपने प्रतिद्वन्द्वियों के नक्शेकदम पर चलना चाहिए?
- आपने अपने प्रतिस्पर्धियों से कुछ अलग करना चाहिए?

विचार प्रगति

विचार प्रगति की नींव होती है। एक विचार छोटे या नाविन्यपूर्ण, पूरा करने के लिए आसान या अत्यंत जटिल हो सकता है। जो भी मामला हो, तथ्य यह है कि एक विचार ही योग्यता देता है। विचारों के बिना, कुछ भी संभव नहीं है। अधिकांश लोग अपने विचारों को व्यक्त करने से घबराते हैं क्योंकि उन्हें डर होता है कि उनका मजाक उड़ाया जाएगा। हालांकि, अगर एक उद्यमी हैं और प्रतिस्पर्धी और अभिनव रहना चाहते हैं, तो आपको आपके विचार प्रकाश में लाने की जरूरत है।

यह करने के कुछ तरीकों में शामिल हैं:

- बुद्धिशीलता की संस्कृति स्थापित करें जहाँ आप सभी इच्छुक पार्टियों को योगदान करने के लिए आमंत्रित कर सकते हैं
- विचारों पर चर्चा करें जिससे की लोग उनको अपने विचार, अंतर्दृष्टि और राय जोड़ सकते हैं
- अपना दिमाग खुला रखना और अपने विचारों को सीमित नहीं करना, भले ही विचार हास्यास्पद लगता हो
- जिन विचार पर आप तुरंत पर काम नहीं करते उन्हें ठुकराना नहीं, बल्कि उनको लिखकर रखें और उन्हें कुछ समय के लिए ठंडे बस्ते में डालें ताकि उनपर एक बाद की तारीख में दोबारा गौर किया जा सके।

- स्थितियाँ और परिस्थितियाँ हमेशा बदलेगी, इसलिए लचीला रहें और उसके अनुसार अपने विचार अनुकूलन करें।

9-6-2 Q ki kj bdkÃ vo/kj. W%eQyd Q ki kj 'Kkoyh

अगर आपका उद्देश्य एक व्यवसाय शुरू और चलाना है, तो आपको मौलिक व्यापार शब्दों की अच्छी समझ होनी चाहिए। हर उद्यमी निम्नलिखित शब्दों में अच्छी तरह से निपुण होना चाहिए:

- लेखा: वित्तीय लेनदेन की रिकॉर्डिंग और रिपोर्टिंग का एक व्यवस्थित तरीका।
- लेखा देय: अपने लेनदारों के लिए एक कंपनी द्वारा बकाया पैसा।
- लेखा प्राप्य: अपने ग्राहकों के द्वारा कंपनी की बकाया राशी।
- परिसंपत्तियाँ: अपने व्यापार का संचालन करने के लिए कंपनी जिन संपत्ति का उपयोग करती है उन सबका का मूल्य।
- बैलेंस शीट: किसी निश्चित क्षण में कंपनी की संपत्ति, देनदारियाँ और मालिक की इक्विटी का एक स्नैपशॉट।
- बॉटम लाइन: महीने के अंत में व्यवसाय द्वारा अर्जित या खोई हुयी कुल राशी।
- व्यापार: एक संगठन जो लाभ कमाने के उद्देश्य से चलता है।
- व्यवसाय से व्यवसाय (बी 2 बी): एक व्यवसाय जो दूसरे व्यवसाय को वस्तुएं या सेवाएं बेचता है।
- व्यवसाय से उपभोक्ता (बी 2 सी): एक व्यवसाय जो वस्तुओं और सेवाओं को अंत उपयोगकर्ता को सीधे बेचता है।
- पूंजी: पैसे जो एक व्यवसाय अपने खातों, संपत्ति और निवेश में रखता है। पूंजी के दो मुख्य प्रकार ऋण और इक्विटी हैं।
- कैश फ्लो: व्यवसाय में हर महीने निधि की हलचल जिसमें आय और व्यय भी शामिल है।
- कैश फ्लो स्टेटमेंट: एक विशेष अवधि के दौरान एक व्यापार में आनेवाला और जानेवाला पैसा दिखाने वाला एक विवरण।
- अनुबंध: पैसे के बदले में काम करने के लिए एक औपचारिक अनुबंध।
- मूल्यहास: समय के साथ परिसंपत्ति के मूल्य में आनेवाली कमी।
- व्यय: व्यापार के अपने परिचालन के माध्यम से होनेवाली लागत।
- वित्त: पैसे और अन्य परिसंपत्तियों का प्रबंधन और आवंटन।
- वित्तीय रिपोर्ट: एक श्व्यापार के लेनदेन और व्यय का व्यापक खाता।
- स्थिर लागत: एक बार का खर्च।
- आय विवरण (लाभ और हानि विवरण): एक समय की अवधि के दौरान व्यापार के लाभ दिखाता है।
- देनदारियाँ: एक व्यवसाय का किसी और को बकाया मूल्य।
- विपणन: एक उत्पाद या सेवा के प्रचार, बिक्री और वितरण की प्रक्रिया।
- शुद्ध आय/लाभ: राजस्व शून्य खर्च।
- नेट वर्थ: एक व्यवसाय का कुल मूल्य।
- ऋण वापसी की अवधि: एक व्यवसाय के प्रारंभिक निवेश की राशी को वसूल करने के लिए लगने वाला समय।
- लाभ मार्जिन: लाभ का अनुपात, राजस्व से विभाजित, एक प्रतिशत के रूप में दिखाया गया है।
- निवेश पर वापसी (आरओआई): एक व्यापार जो निवेश से वापसी के रूप में पैसे की राशि प्राप्त करता है।
- राजस्वरु खर्चों को घटाने से पहले आय की कुल राशि।
- बिक्री संभावना: एक संभावित ग्राहक।
- आपूर्तिकर्ता: व्यवसाय को आपूर्ति करनेवाला प्रदाता।
- लक्षित बाजार: ग्राहकों का एक विशिष्ट समूह, जिस की ओर कंपनी के उत्पादों और सेवाएं लक्षित किये गए हैं।
- मूल्यांकन: व्यापार के समग्र मूल्य का अनुमान।

- परिवर्तनीय लागत: खर्च जो कि एक व्यापार की गतिविधि के अनुपात में बदलते जाते हैं।
- कार्यशील पूंजी: मौजूदा परिसंपत्तियों शून्य से मौजूदा देनदारियों के रूप में गणना की जाती है।
- व्यापार लेनदेन: व्यापार लेनदेन के तीन प्रकार के होते हैं. ये हैं:
- सरल लेनदेन – आम तौर पर एक विक्रेता और एक ग्राहक के बीचका सौदा. उदाहरण के लिए एक कप कॉफी खरीदना।
- जटिल लेनदेन – ये लेनदेन पूरा करने से पहले कई घटनाओं के माध्यम से गुजरते हैं. उदाहरण के लिए एक घर खरीदना।
- चालु लेनदेन – इन लेनदेन को आमतौर पर एक अनुबंध की आवश्यकता होती है. उदाहरण के लिए एक विक्रेता के साथ अनुबंध।

व्यय और आय

कुछ महत्वपूर्ण लेखा फार्मूले जिनकी ओर हर उद्यमी को नजर मारने की जरूरत है।

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह कंपनी की संपत्ति जो वह अपने व्यापार का संचालन करने के लिए उपयोग करती है का मूल्य है।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ परिसंपत्ति = दायित्व + मालिक की इक्विटी

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ कंपनी का लाभ है।

सूत्र: शुद्ध आय = राजस्व – व्यय

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह वह बिंदु है जब कंपनी को लाभ या हानि नहीं होगी। कुल लागत और कुल राजस्व के बराबर हैं।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ ब्रेक इवन = निर्धारित लागत/बिक्री मूल्य – प्रति इकाई परिवर्तनीय लागत

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह एक कंपनी की तरलता स्पष्ट करता है।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ नकद अनुपात = कैश/मौजूदा देनदारियाँ

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ इसे एक प्रतिशत के रूप में दिखाया जाता है। इससे पता चलता है की सभी खर्चों का

व्यापार से भुगतान करने के बाद बिक्री का कितना प्रतिशत बच जाता है।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ लाभ मार्जिन = शुद्ध आय/बिक्री

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ इस अनुपात से पता चलता है कि कंपनी अपनी परिसंपत्तियों के वित्तपोषण के लिए कितने इक्विटी और ऋण उपयोग कर रही है, और अगर व्यापार को नुकसान होता है तो क्या शेयरधारक इक्विटी लेनदारों का दायित्व पूरा कर सकते हैं।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ ऋण-इक्विटी अनुपात = कुल देनदारियाँ/कुल इक्विटी

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह बेचे जाने वाले उत्पाद या सेवा निर्माण के लागत का कुल योग है।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ बेचे गए माल की लागत = सामग्री की लागत/इनवेंटरी – आउटपुट की लागत

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह आमतौर पर एक प्रतिशत के रूप में दिखाया जाता है। यह निवेश के मुनाफे की गणना मूल लागत का एक प्रतिशत समझ कर करता है।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ आरओआई = शुद्ध लाभ/कुल निवेश * 100

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह वह पैसा है जो आप शुरू में कुछ पैसे (प्रिंसिपल) निवेश करके कमा सकते हैं।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ = पी (1 + आर टी); आर = आर * 100 कहा पे%

A = कुल जमा राशि (मूलधन + ब्याज) पी = मूल राशि आई = ब्याज की राशि, R = दशमलव में प्रति वर्ष ब्याज की दर (R*R/100 T महीनों या वर्षों में शामिल समय अवधि

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ यह एक ऋण या जमा की मूलधन पर ब्याज की राशी की गणना करता है।

$\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}}$ = P (1 + R/N) ^NT%

जहाँ:। = निवेश/ऋण के भविष्य के मूल्य, ब्याज सहित P = मूलधन निवेश राशि (प्रारंभिक जमा या ऋण राशि) R=वार्षिक ब्याज दर (दशमलव), N=प्रति वर्ष कितने बार ब्याज बढ़ता है

9-6-3 I hvkj, e vj u\ofdz I hvkj, e D; k gS

सीआरएम का मतलब है ग्राहकों के रिश्ते का प्रबंधन करना। मूल रूप से ग्राहक रिश्ता प्रबंधन का मतलब था ग्राहकों के साथ अपने रिश्ते का प्रबंध करना। बहरहाल, आज यह आईटी सिस्टम और सॉफ्टवेयर को संदर्भित करता है जिसकी मदद से कम्पनियाँ अपने संबंधों का प्रबंधन करती हैं।

I hvkj, e dh vko'; drk

एक कंपनी अपने ग्राहकों के साथ जितने बेहतर संबंध रख सकती है उतनी ही जादा कंपनी के सफल होने की संभावना होती है। किसी भी उद्यमी के लिए, मौजूदा ग्राहकों से सफलतापूर्वक संबंध बनाए रखना और उद्यम का विस्तार करने की क्षमता सर्वोपरि होती है। इस वजह से आईटी प्रणाली जो दैनिक ग्राहकों के साथ व्यवहार की समस्याओं के समाधान पर ध्यान केंद्रित करती है आज उसकी मांग अधिक से अधिक होते जा रही हैं।

समय के साथ ग्राहकों की जरूरतें बदलती रहती हैं और प्रौद्योगिकी ग्राहक वास्तव में क्या चाहते हैं यह आसानी से समझने में मदद कर सकती है। यह अंतर्दृष्टि कंपनियों को अपने ग्राहकों की जरूरतों को समझने में मदद करती है। यह आवश्यकता अनुरूप अपने व्यापार के संचालन को संशोधित करने के लिए सक्षम बनाता ताकि अपने ग्राहकों को हमेशा सबसे अच्छा संभव तरीके से सेवा कर सके। सीधे शब्दों में कहें तो, सीआरएम कंपनियों को अपने ग्राहकों का मूल्य पहचान में मदद करता है और उन्हें ग्राहकों के साथ के संबंधों में सुधार लाने के लिये सक्षम बनाता है।

I hvkj, e~ds Qk ns

सीआरएम के बहुत महत्वपूर्ण लाभ हैं:

- यह मौजूदा ग्राहकों को के साथ संबंधों को बेहतर बनाने में मदद करता है जिससे:
 - » बिक्री में वृद्धि हो सकती है
 - » ग्राहकों की जरूरतों की पहचान हो सकती है
 - » उत्पादों की क्रॉस बिक्री हो सकती है
- इससे उत्पादों या सेवाओं के बेहतर विपणन हो सकता है

- इससे ग्राहकों की संतुष्टि और प्रतिधारण को बढ़ावा मिलता है
- सबसे लाभदायक ग्राहकों की पहचान करके और उन पर ध्यान केंद्रित करके लाभप्रदता में सुधार ला सकता है

u\ofdz D; k gS

व्यापार में नेटवर्किंग का अर्थ कारोबार को लगातार बढ़ाने के लिए अपने व्यवसाय और निजी संबंधों का लाभ लेना है। यह विपणन विधि कम लागत के साथ ही प्रभावी है। यह बिक्री के अवसर और संपर्कों को विकसित करने का शानदार तरीका है। नेटवर्किंग रेफरल और परिचय के आधार पर की जा सकती है, या फोन, ईमेल, और सामाजिक और व्यावसायिक नेटवर्किंग वेबसाइटों के माध्यम से की जा सकती हैं।

u\ofdz dh vko'; drk

नेटवर्किंग व्यापारियों के लिए एक अनिवार्य व्यक्तिगत कौशल है, लेकिन यह उद्यमियों के लिए और भी अधिक महत्वपूर्ण है। नेटवर्किंग की प्रक्रिया की जड़ें रिश्ते के निर्माण में होती हैं। नेटवर्किंग से अधिक से अधिक संचार बढ़ता है और उद्यमशीलता वातावरण तंत्र में एक मजबूत उपस्थिति होती है। इससे अन्य उद्यमियों के साथ संबंधों को मजबूत बनाने में मदद मिलती है। बिजनेस नेटवर्किंग कार्यक्रम दुनिया भर में आयोजित किये जाते हैं जो समान विचारधारा वाले उद्यमियों को जो संचार के मौलिक मान्यताओं, विचारों का आदान प्रदान और विचारों को वास्तविकताओं में परिवर्तित करने में विश्वास रखते हैं उनको एक दुसरे के करीब लाने में बड़ी भूमिका निभाते हैं। ऐसे नेटवर्किंग कार्यक्रम उद्यमियों को संभावित निवेशकों के साथ जोड़ने में भी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। उद्यमियों के एकदम अलग अनुभव और पृष्ठभूमि हो सकती है, लेकिन उन सब का एक समान लक्ष्य होता है – वे सभी संबंध, प्रेरणा, सलाह, अवसरों और आकाओं की तलाश में होते हैं। नेटवर्किंग उन्हें यह सब करने के लिए एक मंच प्रदान करता है।

नेटवर्किंग के लाभ

नेटवर्किंग उद्यमियों को कई लाभ प्रदान करता है। प्रमुख लाभों में से कुछ इस प्रकार हैं:

- उच्च गुणवत्ता बढ़त मिलना
- व्यापार के अवसरों में वृद्धि
- प्रासंगिक कनेक्शन का अच्छा स्रोत

- समान विचारधारा वाले उद्यमियों से सलाह
- दृश्यता पाना और अपना प्रोफाइल बढ़ाना
- सकारात्मक और उत्साही लोगों से मिलना
- आत्मविश्वास में वृद्धि
- दूसरों की मदद करने से समाधान
- मजबूत और स्थायी दोस्ती का निर्माण

9-6-3-1 सूचना प्रौद्योगिकी



- जरूरतों की पहचान और प्रतिक्रिया पाने के लिए सामाजिक मीडिया बातचीत का प्रयोग करें।

- नेटवर्किंग करते समय हां/ना प्रकार के प्रश्न पूछने के बजाय विस्तृत उत्तरवाले सवाल पूछो।

9-6-4 लक्ष्यों का निर्धारण

लक्ष्यों का निर्धारण महत्वपूर्ण है क्योंकि यह आपको दीर्घकालिक दृष्टि और अल्पकालिक प्रेरणा देता है। लक्ष्य अल्पावधि, मध्यम अवधि और लंबी अवधि के हो सकते हैं।

लक्ष्यों का निर्धारण

ये निकट भविष्य के लिए विशिष्ट लक्ष्य होते हैं। उदाहरण: बिघड़ी मशीन की मरम्मत करना।

लक्ष्यों का निर्धारण

- इन लक्ष्यों को अपने अल्पकालिक लक्ष्यों पर बनाया जाता है।
- इन्हें अल्पकालिक लक्ष्यों की तरह विशिष्ट होने की जरूरत नहीं है। उदाहरण: मशीन फिर से खराब न हो इसलिए एक सेवा अनुबंध की व्यवस्था करना।

लक्ष्यों का निर्धारण

इन लक्ष्यों को समय और नियोजन की आवश्यकता होती है। उनको आम तौर पर एक साल या उससे अधिक समय लग सकता है।

उदाहरण: अपने खर्चों का नियोजित करें ताकि आप नई मशीनरी खरीद सकते हैं।

लक्ष्यों का निर्धारण

एक व्यवसाय योजना अपने व्यवसाय को कैसे चलाया जाता है यह समझने के लिए एक उपकरण होता है। इसे प्रगति की निगरानी, जवाबदेही बढ़ाने और व्यापार के भाग्य को नियंत्रित करने के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है। यह आमतौर पर 3-5 साल का प्रक्षेपण प्रदान करता है और कंपनी अपने राजस्व बढ़ाने जिस योजना का पालन करती है उसकी एक रूपरेखा है। एक व्यवसाय योजना कर्मचारियों या भविष्य में निवेशकों के हितों को प्राप्त करने के लिए भी एक बहुत महत्वपूर्ण उपकरण है।

एक व्यवसाय योजना में आम तौर पर आठ तत्व शामिल होते हैं।

9-6-4-1 Q ol k ; t uk ds r R

1- dk Zlkj h l kj k k

कार्यकारी सारांश शीर्षक पृष्ठ के बाद आता है। सारांश में स्पष्ट रूप से व्यवसाय के मालिक के रूप में अपनी इच्छाओं को व्यक्त करना चाहिए। यह आपके व्यवसाय और अपनी योजनाओं का सिंहावलोकन है।

आदर्श रूप में कार्यकारी सारांश 1-2 पृष्ठों से अधिक नहीं होना चाहिए। आपके कार्यकारी सारांश में यह शामिल होना चाहिए:

मिशन वक्तव्य: आपके व्यवसाय के बारे में स्पष्टीकरण। उदाहरण: नाइके के मिशन स्टेटमेंट नाइके के मिशन का वक्तव्य "दुनिया में हर खिलाड़ी के लिए प्रेरणा और नवीनता लाना है।"

- कंपनी की जानकारी: आपका व्यापार कब शुरू हुआ, संस्थापकों के नाम और उनकी भूमिका, कर्मचारियों की संख्या, आपके व्यवसाय के स्थान आदि के बारे में जानकारी प्रदान करें
- विकास के मुख्य आकर्षण: कंपनी के विकास के उदाहरण का उल्लेख करें। जहाँ संभव है रेखांकन और चार्ट का प्रयोग करें।
- अपने उत्पाद/सेवाएं: अपने उत्पादों या सेवाओं का वर्णन करें।
- वित्तीय जानकारी: मौजूदा बैंक और निवेशकों की जानकारी प्रदान करें।
- भविष्य की योजनाओं का संक्षेप में वर्णन: आप भविष्य में अपने व्यापार को कहाँ देखते हैं उसका वर्णन करें।

2- Q ol k fu. k Z

अपने व्यापार की योजना के दूसरे अनुभाग में अपने व्यवसाय के विभिन्न तत्वों की विस्तृत समीक्षा प्रदान करने की जरूरत है। इससे संभावित निवेशकों को सही ढंग से अपने व्यापार लक्ष्य और अपनी भेंट की विशिष्टता को समझने के लिए मदद मिलेगी। आपके व्यापार विवरण में यह शामिल होना चाहिए:

- अपने व्यवसाय के प्रकार का विवरण
- आप किस बाजार की जरूरत को संतुष्ट करने जा रहे हैं

- किन तरीके से आपके उत्पाद और सेवाएं इन जरूरतों को पूरा करने जा रहे हैं
- किन विशिष्ट उपभोक्ताओं और संगठनों का आपका सेवा करने का इरादा है
- आपने विशिष्ट प्रतिस्पर्धात्मक लाभ

3- ckt kj fo' yšk k

बाजार विश्लेषण अनुभाग आम तौर पर व्यापार विवरण का अनुसरण करता है। इस अनुभाग का उद्देश्य अपने उद्योग और बाजार के ज्ञान का प्रदर्शन करना है। यह वह अनुभाग है जहाँ आप अपने अनुसंधान के निष्कर्ष और निष्कर्ष लिखने चाहिए। आपके बाजार विश्लेषण में यह शामिल होना चाहिए:

- अपने उद्योग का वर्णन और दृष्टिकोण
- अपने लक्ष्य बाजार की जानकारी
- आपके लक्षित दर्शकों की जरूरतें और जनसांख्यिकी
- अपने लक्ष्य बाजार का आकार
- बाजार में हिस्सेदारी जिसपर आप कब्जा करना चाहते हो
- आपका मूल्य निर्धारण ढांचा
- आपका प्रतिस्पर्धी विश्लेषण
- कोई भी नियामक आवश्यकता

4- l xBu v k çcaku

यह अनुभाग बाजार विश्लेषण के तुरंत बाद आना चाहिए। आपके संगठन और प्रबंधन अनुभाग में यह शामिल करना चाहिए:

- आपकी कंपनी की संगठनात्मक संरचना
- आपकी कंपनी के स्वामित्व के विवरण
- आपके प्रबंधन टीम का विवरण
- आपके बोर्ड के निदेशक की योग्यता
- प्रत्येक प्रभाग/विभाग और अपने कार्य का विस्तृत वर्णन

- आप अपने लोगो को जो वेतन और लाभों के पैकेज की पेशकश करते हो
- आप जिन प्रोत्साहन की पेशकश करते हैं

5- l ok ; k mRi kn ykbu

अगला अनुभाग सेवा या उत्पाद श्रेणी अनुभाग है। यह वह जगह है जहां आप अपनी सेवा या उत्पाद का वर्णन करते हैं, संभावित और मौजूदा ग्राहकों को उनके लाभ बताते हैं। विस्तार से समझाएं कि कैसे आपके पसंद के उत्पाद अपने लक्षित ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करेगा। आपकी सेवा या उत्पाद श्रेणी अनुभाग में यह शामिल करना चाहिए:

- अपने उत्पाद/सेवा का विवरण
- अपने उत्पाद या सेवा के जीवन चक्र का वर्णन
- किसी भी कॉपीराइट या फाइल किये हुए पेटेंट की सूची
- किसी भी अनुसंधान एवं विकास गतिविधियाँ जिससे आप जुड़े हुए हो या जिसकी आप योजना बना रहे हो उसका विवरण

6- foi .ku vks fc0h

अपनी सेवा या उत्पाद श्रेणी का अनुभाग पूरा होने के बाद आपने अपने व्यापार के विपणन और बिक्री के प्रबंधन रणनीति का विवरण लिखना शुरू कर देना चाहिए। अपने विपणन अनुभाग में निम्नलिखित रणनीतियाँ शामिल करना चाहिए:

- बाजार में प्रवेश की रणनीतिरू इस रणनीति में अपनी बाजार हिस्सेदारी बढ़ाने के लिए, मौजूदा
- बाजार में अपने मौजूदा उत्पादों या सेवाओं की बिक्री पर लक्ष केंद्रित होता है।
- वृद्धि की रणनीतिरू यह रणनीति बाजार में हिस्सेदारी की मात्रा बढ़ाने पर ध्यान केंद्रित करती है, भले ही यह अल्पावधि में कमाई कम कर देती है।
- वितरण रणनीति के चौनलरू ये थोक व्यापारी, खुदरा विक्रेता, वितरक और यहां तक कि इंटरनेट भी हो सकते हैं।
- संचार रणनीतिरू इन रणनीतियों को लिखा जा सकता है (ई-मेल, टेक्स्ट, चौट), मौखिक रणनीतियाँ

(फोन कॉल, वीडियो चौट, आमने सामने बातचीत), गैर मौखिक रणनीतियाँ (शरीर की भाषा, चेहरे का भाव, आवाज की टोन) और दृश्य रणनीतियाँ (चिह्न, वेबपेज, चित्र)।

अपनी बिक्री अनुभाग में निम्न जानकारी शामिल होना चाहिए:

- एक सेल्सफोर्स रणनीतिरू इस रणनीति का लक्ष उद्यम का राजस्व बढ़ाने पर केंद्रित होता है।
- अपने बिक्री गतिविधियों का विश्लेषणरू इसका मतलब है अपने उत्पादों या सेवाओं को कैसे बेचना चाहते हैं उसे स्पष्ट करना दृ क्या आप इसे ऑफलाइन या ऑनलाइन बेचोगे, आप कितनी यूनिटयाँ बेचना चाहते हैं, आप प्रत्येक यूनिट को कितने मूल्य पर बेचना चाहते हैं, आदि।

7- i w h vugksk

यह अनुभाग उन लोगों के लिए है जिन्हें अपने उद्यम के लिए धन की आवश्यकता है। पूंजी अनुरोध अनुभाग में निम्न जानकारी शामिल करना चाहिए:

- आपको वर्तमान में कितने पूंजी की आवश्यकता है।
- आपको अगले पांच वर्षों में आपको कितने पूंजी की आवश्यकता होगी। यह अपने लंबी अवधि के लक्ष्यों पर निर्भर करेगा।
- आप किस प्रकार का वित्त चाहते हैं और आप इसे कैसे उपयोग करना चाहते हैं। क्या आप एक विशेष उद्देश्य के लिए वित्त चाहते हैं, या पूंजी जिसे किसी भी प्रकार के आवश्यकता के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है?
- भविष्य के लिए रणनीतिक योजना। इसमें अपने दीर्घकालिक योजनाओं का स्पष्ट ब्यौरा शामिल होगा – ये योजना क्या हैं और इन योजनाओं के कार्यान्वयन के लिए कितने पैसे की आवश्यकता होगी।
- ऐतिहासिक और भावी वित्तीय जानकारी। जिसमें अपने सभी वित्तीय अभिलेखों जैसे आपका उद्यम जबसे शुरू हुआ तबसे आभी तक सभी जानकारी लिखकर और बनाए रखना। इस के लिए आवश्यक दस्तावेज में अपने बैलेंस शीट जिसमें आपकी कंपनी

की परिसंपत्तियों और देनदारियों का विवरण होता है, आपकी आय विवरण जो अपनी कंपनी के राजस्व, खर्च और वर्ष के लिए शुद्ध आय, अपने टैक्स रिटर्न (आमतौर पर पिछले तीन साल के)।

8- foUk ; t uk

इससे पहले कि आप अपने उद्यम का निर्माण शुरू करें, आपको अपने वित्त योजना बनाने की जरूरत है। वित्तीय योजना बनाने के लिए चरणों पर एक नज़र डालें:

pj.k 1% एक वित्तीय योजना बनाएँ। इन में लक्ष्यों को पूरा करने के लिए अपने लक्ष्य, रणनीतियाँ और समयसीमा को शामिल करना चाहिए।

pj.k 2% अपने सभी महत्वपूर्ण वित्तीय दस्तावेजों को व्यवस्थित करें। अपने निवेश का विवरण, बैंक विवरण, टैक्स कागजात, क्रेडिट कार्ड के बिल, बीमा के कागजात और अन्य वित्तीय रिकॉर्ड रखने के लिए एक फ़ाइल बनाए रखें।

pj.k 3% अपने निवल मूल्य की गणना करें। इसका मतलब आप जिनके मालिक हैं जैसे (अपने घर, बैंक खातों, निवेश आदि संपत्ति) उनमें से देनदारियाँ घटाएँ जैसे (ऋण, क्रेडिट कार्ड आदि की लंबित राशी जैसी देनदारियाँ) और उसके बाद आप के पास जो राशी बच जाती है उसे निवल मूल्य कहा जाता है।

pj.k 4% खर्च करने की योजना बनायें। इसका मतलब है कि पैसे कहाँ से आते हैं और कहाँ जाते हैं उन्हें विस्तार से लिखना है।

pj.k 5% एक आपातकालीन निधि का निर्माण करें। एक अच्छा आपातकालीन निधि में कम से कम 6 महीने के खर्च कवर करने के लिए पर्याप्त पैसा होता है।

pj.k 6% अपना बीमा निकालें। बीमा लंबी अवधि के लिए

वित्तीय सुरक्षा प्रदान करता है और जोखिम के खिलाफ रक्षा करता है।

t f[le ccaku

एक उद्यमी के रूप में आप अपनी कंपनी की स्थापना करने से पहले उसके के साथ जुड़े जोखिमों का मूल्यांकन करना चाहिए। एक बार आपने संभावित खतरों की पहचान कर ली, तो आप उन्हें कम करने के लिए कदम उठाए जा सकते हैं। जोखिम का प्रबंधन करने के कुछ तरीके यह हैं:

- इसी तरह के व्यापार का शोध कीजिये और उनके जोखिम और वे कैसे कम किये गए थे के बारे में पता लगायें।
- इसी तरह के व्यापार का शोध कीजिये और उनके जोखिम और उन्हें कैसे कम किया गया था के बारे में पता लगायें।
- वर्तमान बाजार के रुझान का मूल्यांकन करें और पता लगाये क्या इसी तरह के उत्पाद या सेवाएं जिन्हें कुछ समय पहले शुरू किये गए थे क्या उनकी अभीभी लोगो द्वारा मांग है।
- इसके बारे में पता लगाये क्या आपके पास वास्तव में अपने उत्पाद या सेवा शुरू करने के लिए आवश्यक विशेषज्ञता है।
- अपने वित्त की जांच करने और देखें अपने उद्यम शुरू करने के लिए पर्याप्त आय हैं।
- अर्थव्यवस्था की वर्तमान स्थिति के बारे में पता लगाये, यह अर्थव्यवस्था समय के साथ कैसे बदल सकती हैं, और अपना उद्यम उन परिवर्तनों से प्रभावित होगा के बारे में सोचे।
- एक विस्तृत व्यापार योजना बनाएँ।

9-6-4-2 fVII

- सुनिश्चित करें कि सभी महत्वपूर्ण तत्व अपनी योजना में शामिल किये गए हैं।
- संख्या को अच्छी तरह से ताकना।
- संक्षिप्त और यथार्थवादी।

- अपने दृष्टिकोण और अपने अनुमानों में रूढ़िवादी होना।
- चार्ट, रेखांकन और छवियों की तरह दृश्यों का जहां भी संभव है प्रयोग करें।

9-6-5 csl foUk dsfy, cfØ; k avkš vks plkjdrk %bdkÅ ds mÍšk

स्टार्टअप के लिए फंड हासिल करना उद्यमियों के लिए सबसे कठिन चुनौती होती है। कई वित्त पोषण के विकल्प उपलब्ध होने के बावजूद, उद्यमियों उनके लिए सबसे अच्छी वित्त पोषण कार्यप्रणाली खोजने की जरूरत होती है। बैंक भारत में सबसे बड़े फंड वितरकों में से एक है जो हर साल हजारों स्टार्टअप को वित्त प्रदान करते हैं।

m|fe; "aus foUk fy, csl"ad" d@ul h t kudkj h nsuh plkg, \

बैंक से संपर्क करते समय, उद्यमियों को पता होना चाहिए की ऋण आवेदन पत्र जाँचने, मूल्यांकन और संसाधित करते समय बैंक अलग-अलग मानदंड अपनाती है। उद्यमियों को बैंकों को सटीक और सही जानकारी उपलब्ध कराने के महत्व के बारे में पता होना चाहिए। अब वित्तीय संस्थानों को ऋण आवेदकों के किसी भी डिफॉल्ट व्यवहार को ट्रैक करना आसान हो गया है। जो उद्यमी बैंकों से धन की तलाश में हैं उन्होंने अपने सामान्य साख, वित्तीय स्थिति और गारंटी या कोलैटरल से संबंधित जानकारी बैंकों को उपलब्ध करनी चाहिए।

l kkk, l k|k

यह वह जगह है जहाँ आप एक उद्यमी के रूप में, अपने पृष्ठभूमि की जानकारी बैंक को प्रदान करते हैं। इस तरह की जानकारी में शामिल है:

- परिचय पत्र: यह पत्र किसी आदरणीय व्यापारी जो आपको अच्छी तरह से पहचानता है के द्वारा लिखा जाना चाहिए। इस पत्र का उद्देश्य अपनी उपलब्धियों को बताना है और अपने चरित्र और अखंडता की साक्ष देता है।
- आपका प्रोफाइल: यह मूल रूप से आपका संक्षिप्त विवरण है। आपको अपने बैंक को शैक्षिक उपलब्धियाँ, व्यावसायिक प्रशिक्षण, योग्यता, रोजगार रिकॉर्ड और उपलब्धियों के बारे में बताना जरूरी होता है।

9-6-5-1 csl"adsm/kj ekunM

अगर आप निम्नलिखित उधार मापदंड का पूरा करते हैं तो आपके वित्त पोषण के अनुरोध को स्वीकारे जाने का एक उच्च मौका होगा:

- व्यावसायिक ब्रोशर: एक व्यावसायिक ब्रोशर आम तौर पर कंपनी के उत्पाद, ग्राहक, कितनी देर से व्यापार चल रहा है आदि के बारे में जानकारी प्रदान करता है
- बैंक और अन्य संदर्भ: यदि आपका किसी अन्य बैंक के साथ खाता है, उस बैंक का संदर्भ देना अच्छा होता है।
- कंपनी के स्वामित्व का प्रमाण या पंजीकरण: कुछ मामलों में, आपको आपकी कंपनी के स्वामित्व और पंजीकरण का सबूत बैंक को देने की की आवश्यकता हो सकती है। संपत्ति और देनदारियों की सूची की भी आवश्यक हो सकती है।

vkkkz flkkr

बैंकों आपके उद्यम पर वर्तमान वित्तीय जानकारी चाहेगी। मानक वित्तीय रिपोर्ट जिसे आपको तैयार रहना चाहिए वे हैं:

- बैलेंस शीट
- लाभ और हानि खाता
- कैश-प्लो स्टेटमेंट
- अनुमानित बिक्री और राजस्व
- व्यवसाय योजना
- अध्ययन व्यवहार्यता

xkjv/h ; k d"ySjy

आमतौर पर बैंक सुरक्षा के बिना आपको ऋण नहीं देगी। आप बैंक के पास संपत्ति गिरवी रख सकते हैं जो बैंक जब्त करके बेच सकती हैं अगर आपने ऋण चुकता नहीं किया है। मशीनरी, उपकरण, वाहन आदि जैसी अचल संपत्तियों को भी ऋण के लिए सुरक्षा माना जाता है।

- अच्छा नकदी प्रवाह
- पर्याप्त शेयरधारकों का धन





Skill India

कौशल भारत - कुशल भारत



सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP



N.S.D.C.
National
Skill Development
Corporation

Transforming the skill landscape



**APPAREL MADE-UPS HOME FURNISHING
SECTOR SKILL COUNCIL**

पता: इंडियन बिल्डिंग कांग्रेस, प्रथम तल, सेक्टर 6
आर के पुरम, कामा कोटी मार्ग, नई दिल्ली - 110 022
ईमेल: info@sscamh.com
वेब: www.sscamh.com

Price: ₹ 170

This book is provided free to students under the PMKVY (Pradhan Mantri Kaushal Vikas Yojana)

ISBN 978-93-87672-28-4



9 789387 672284