



Skil 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



प्रतिभागी पुस्तिका

क्षेत्र
अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

उप-क्षेत्र
अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

व्यवसाय
सिलाई



रेफरेंस आईडी- **AMH/Q0301, Version 1.0**
NSQF Level 4

सिलाई मशीन ऑपरेटर

प्रकाशक—



रचना सागर प्राइवेट लिमिटेड

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

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

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

वेबसाइट: www.rachnasagar.in

सर्वाधिकार सुरक्षित

प्रथम संस्करण, जुलाई 2017

ISBN: 978-93-87320-80-2

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@sscamh.com

वेबसाइट: www.sscamh.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, पुनर् उत्पादित, 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: "Sewing Machine Operator" QP No. "AMH/Q0301, 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 पोपेज 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।

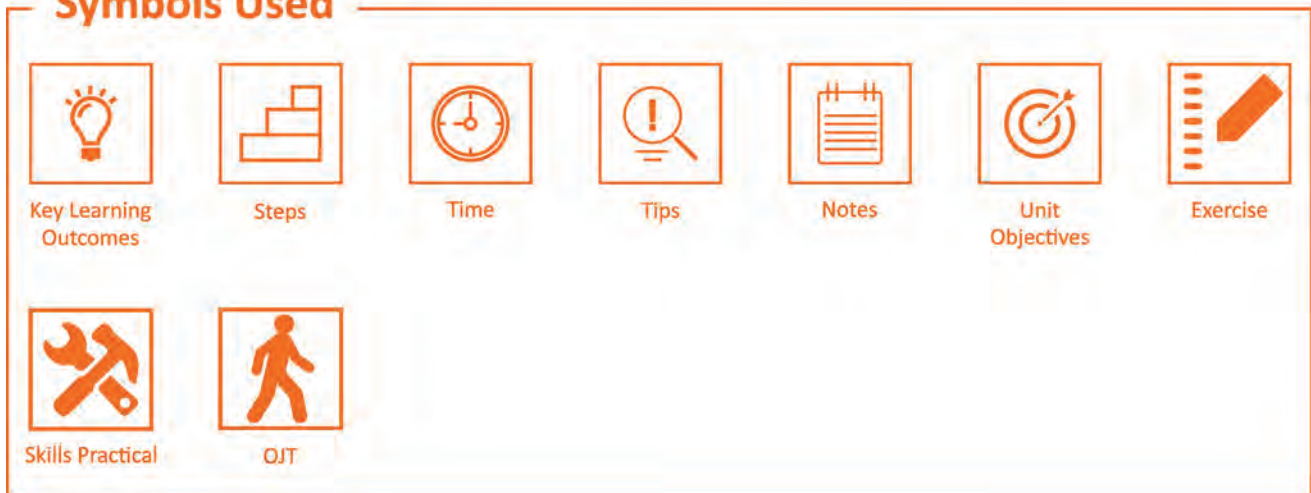
ब्लिंड्सफोल्ड्स

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।

- मशीन या हाथ का उपयोग करते हुए सिलाई की गतिविधियों को पूरा करेंगे।
- सिलाई कार्यों में उत्पाद की गुणवत्ता को प्राप्त करने के लिए योगदान करेंगे।
- कार्यस्थल, उपकरण व मशीनों का रखरखाव करना।
- प्रशिक्षु स्वच्छ और स्वस्थ कार्य माहौल को बनाए रखने में सक्षम होंगे।
- प्रशिक्षु देश के विशिष्ट ढंग के अनुसार परिधान से संबंधित नियमों और निर्देशों को समझने में सक्षम होंगे।

इस किताब में इस्तेमाल किए गए प्रतीक नीचे वर्णित हैं:

Symbols Used



fo"k l ph

Ø- l a e, Mi y vS ; fuV

i "B l d ; k

1-	ifjp; vS vfHfoU; kl	1
	यूनिट 1.1 – सिलाई और परिधान क्षेत्र का परिचय	3
	यूनिट 1.2 – सिलाई मशीन ऑपरेटर की भूमिका और जिम्मेदारियां	8
2.	e' ku o gkFk } kj k fl ykbZdh xfrfof/k; ka (AMH/N0301)	11
	यूनिट 2.1 – सिलाई के कार्यों के लिए तैयारी	13
	यूनिट 2.2 – कपड़े बनाने के लिए सिलाई घटक	37
	यूनिट 2.3 – पैंट सिलना	55
	यूनिट 2.4 – शर्ट की सिलाई	71
3.	fl ykbZdk; ZeamRi kn xqloUk i Hr djus ds fy, ; lxnku (AMH/N0301)	93
	यूनिट 3.1 – सिलाई कार्य में उत्पाद गुणवत्ता प्राप्त करने के लिए योगदान	95
4.	dk; Z{k=} mi dj. k vS e' kula dk j [kj [ko (AMH/N0102)	129
	यूनिट 4.1 – कार्य क्षेत्र, उपकरण और मशीनों का रखरखाव	131
5.	dk; ZFky ij LokF;] l g{kk vS cpko (AMH/N1409)	139
	यूनिट 5.1 – कार्यस्थल पर स्वास्थ्य, सुरक्षा और बचाव	141
6.	m l x vS l xBukRed vko' ; drkvladk vuqkyu (AMH/N0104)	161
	यूनिट 6.1 – उद्योग और संगठनात्मक आवश्यकताओं का अनुपालन	163
7.	Q kol kf; d dlSky	175
	यूनिट 7.1 व्यावसायिक कौशल	177
8-	vkAVh fLdYl	185
	यूनिट 8.1 – कंप्यूटर से परिचय	187
	यूनिट 8.2 – सामान्य कंप्यूटर ज्ञान	189
	यूनिट 8.3 – कंप्यूटर के भाग (कंपोनेंट)	192
	यूनिट 8.4 – ऑपरेटिंग सिस्टम की संकल्पना (कॉन्सेप्ट)	194
	यूनिट 8.5 – एम.एस वर्ड	204



fo"k l ph

Ø- l a e, Mî y v k ; fuV	i "B l d ; k
9- fu; "t ul; rk , oam e' klyrk d©ky	215
यूनिट 9.1 – व्यक्तिगत क्षमताएं एवं मूल्य	220
यूनिट 9.2 – डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति	240
यूनिट 9.3 – धन संबंधी मामले	245
यूनिट 9.4 – रोजगार व स्वरोजगार के लिए तैयारी करना	254
यूनिट 9.5 – उद्यमशीलता को समझना	263
यूनिट 9.6 – उद्यमी बनने की तैयारी करना	286
vuçak & vH kl	301





1- i fjp; vkj vfHfoU; kl

यूनिट 1.1 – सिलाई और परिधान क्षेत्र का परिचय

यूनिट 1.2 – सिलाई मशीन ऑपरेटर की भूमिका और जिम्मेदारियां



v/; ; u dseq; ifj.kk 

bl ekM; y dsvar rd vki l {ke gk t k, x%

1. परिधान उद्योग से परिचित होने में
2. एक इन-लाइन चैकर की भूमिका और जिम्मेदारियों को जानने में

; fuV 1-1%fl ykbZvkj ifj/ku {ks= dk ifjp;

; fuV mís; 

; fuV ds var eñ vki l {ke glk%

1. परिधान उद्योग से परिचय में।
2. गृह सज्जा और निर्मित उप क्षेत्रों का वर्णन करने में।

1-1-1 fl ykbZl sifjp;

सिलाई सुई और धागे के साथ टांके का उपयोग कर वस्तुओं को बांधने या जोड़ने की कला है। सिलाई सुई और धागे का उपयोग कर वस्तुओं को जोड़ने या बांधने की कला है। यह दुनिया के सबसे पुराने मौजूदा शिल्प में से एक है।

सिलाई मूल रूप से कई वर्षों तक एक हस्तनिर्मित शिल्प था। 1800 के दशक में सिलाई मशीन का आविष्कार

और 1900 के दशक में प्रौद्योगिकी और कंप्यूटरीकरण में वृद्धि के कारण मशीन से निर्मित वस्तुओं के उत्पादन में बड़े पैमाने पर वृद्धि हुई थी। हालांकि, हाथ से सिलाई अभी भी विश्व स्तर पर लोकप्रिय प्रथा है। उत्कृष्ट फैशन, कस्टम पोशाक निर्माण और ऐसे बेहतरीन हाथ की सिलाई की लगातार मांग रहती है। इस प्रकार हाथ की सिलाई शौकीनों और कपड़ा कलाकारों द्वारा समान रूप से अपनाई गई है।

1-1-2 ifj/ku {ks= & m|ks voykdu

भारतीय कपड़ा और वस्त्र (परिधान) उद्योग दुनिया में दूसरा सबसे बड़ा निर्माता है। भारतीय वस्त्र और कपड़ा क्षेत्र के अगले 10 सालों में 10.01 प्रतिशत पर 2012–13 में 3.9 लाख करोड़ रुपए के वर्तमान मूल्य से 2021–22 में 9.54 लाख करोड़ रुपए तक बढ़ने की उम्मीद है। इनमें से, वस्त्र क्षेत्र के इन कुछ वर्षों में 15.44 प्रतिशत की औसत दर से बढ़ने का अनुमान लगाया गया है, जो कुल उत्पादन का 70 प्रतिशत लेखांकन के करीब है। घरेलू कपड़ा और परिधानों के लिए घरेलू खपत की मांग में तेजी से वृद्धि की संभावना है। वास्तव में, परिधान उप-क्षेत्र के अकेले सात गुना वृद्धि का अनुमान है जो 2012–13 में 51,400 करोड़ रुपये से 2021–22 में 3.70 लाख करोड़ रुपये होगा।

भारतीय कपड़ा उप-क्षेत्र परंपरागत रूप से अर्थव्यवस्था और जनशक्ति के लिए काफी योगदान दे रहा है और साथ ही विनिर्माण क्षेत्र में भी संरचनात्मक परिवर्तन लाया है। 2012 में, क्षेत्र ने सकल घरेलू उत्पाद में 4 प्रतिशत, विनिर्माण क्षेत्र में 32 प्रतिशत और कुल निर्यात में 9

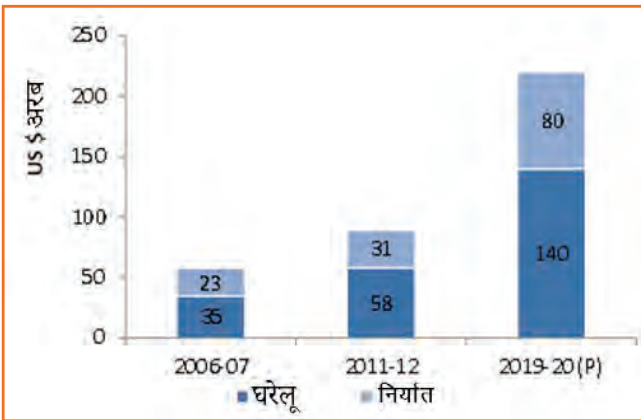
प्रतिशत का योगदान दिया है। क्षेत्र का उत्पादन, अगले 10 वर्षों में 10 प्रतिशत की वार्षिक औसत दर से बढ़ने की उम्मीद है, इस तरह वृद्धि 2022 में 9.5 लाख करोड़ रुपए होगी। कई कारक जो विकास में योगदान देंगे उनमें शामिल हो सकते हैं:

- बढ़ती आय के स्तर के कारण घरेलू उपभोक्ताओं से घरेलू वस्त्र और परिधान की मांग के बढ़ने की संभावना है।
- मुक्त व्यापार समझौते निर्यात के क्षेत्र में भारत को अपने प्रतियोगियों – चीन, बांग्लादेश और पाकिस्तान की तुलना में अधिक लाभ प्रदान करते हैं – क्योंकि वे निर्माताओं को पूर्व एशिया में संभावित बाजारों के लिए आपूर्ति करने के लिए अवसरों का सृजन करते हैं।
- कम उत्पादन लागत क्षेत्र के लिए आज भी लाभ प्रदान कर रहा है, और, इसके परिणामस्वरूप, मौजूदा विदेशी बाजारों से मांग में वृद्धि जारी है।

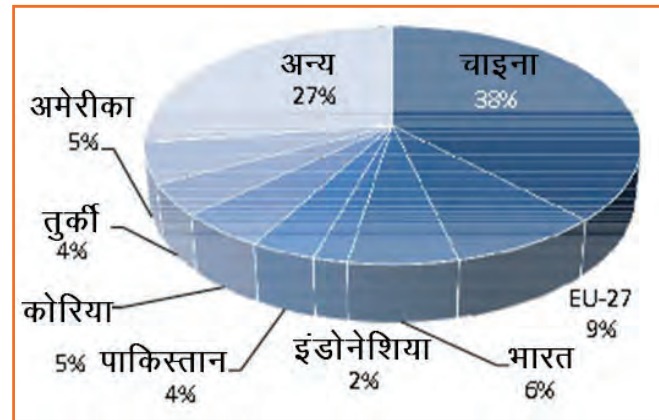
- क्षेत्र में संरचनात्मक परिवर्तन, जैसे विघटित लम्ब रूप से एकीकृत बड़ी कंपनियों में बदलाव, धागे और कपड़े के उत्पादन के लिए स्वचालित मशीनें।
- विशेष कपड़े और तकनीकी कपड़ा क्षेत्र में प्रवेश करने के लिए अनुसंधान और विकास पर बढ़ता खर्च।
- घरेलू और विदेशी निवेश का समर्थन करने के लिए अनुकूल नीतिगत माहौल और उत्पादन क्षमता बढ़ाने के लिए योजनाओं का क्रियान्वयन और उन्नत प्रौद्योगिकी।

भारत में =

- तैयार वस्त्र खंड पिछले कुछ वर्षों में तेजी से बढ़ा है। दोनों निर्यात और घरेलू मांग भविष्य में इस क्षेत्र के विकास को आगे बढ़ाएंगे।
- तैयार वस्त्र खंड में पुरुषों, महिलाओं और बच्चों के कपड़े शामिल होते हैं, जो या तो निजी (घर/कार्यालय में पहने जा सकते हैं) या वाणिज्यिक उद्देश्यों (स्कूल, वेटर और हवाई जहाज चालक दल के लिए वर्दी) के लिए इस्तेमाल किया जा सकते हैं।



चित्र 1.1.1: विश्व के लिए प्रमुख कपड़ा निर्यातक (प्रतिशत हिस्सेदारी)



चित्र 1.1.2: भारत में प्रमुख कपड़ा और पहनावा क्षेत्र

स्रोत: वस्त्र आयुक्त के कार्यालय और आईएमएसीएस विश्लेषण

- तैयार परिधान खंड में पुरुषों के वस्त्रों का खंड सबसे बड़ा है, जो करीब उत्पादित कुल राजस्व के हिस्सेदारी के 43 प्रतिशत से निर्मित होता है। तैयार परिधान खंड द्वारा उत्पन्न कुल राजस्व में इसके बाद महिलाओं के परिधान 38 प्रतिशत की हिस्सेदारी के साथ, लड़कों के कपड़ों के 10 प्रतिशत हिस्सेदारी और लड़कियों के 9 प्रतिशत हिस्सेदारी रहती है।
- बदलती जीवन शैली और खपत के तरीके क्षेत्र में पहने जाने वाले सामान्य कपड़ों की आपूर्ति को 11 प्रतिशत की वृद्धि के साथ बढ़ाएंगे, जो कार्यक्षेत्र में पश्चिमी औपचारिक डिजाइन, मिश्रित कपड़े और कपड़े पर आवेदन काम में वृद्धि की मांग को भी बढ़ाएंगे।

भारत में वैश्विक व्यापार

- 2011 में वस्त्र और परिधान में वैश्विक व्यापार करीब 705 बिलियन अमेरिका डॉलर था। यह लगभग सभी वस्तुओं के कुल वैश्विक व्यापार का लगभग 4 प्रतिशत था जिसका अनुमान 15 ट्रिलियन यूएस डॉलर था। 2000 से 2010 की अवधि के दौरान कपड़ा और परिधान व्यापार प्रतिवर्ष 6.4 प्रतिशत की मामूली सीएजीआर से बढ़ा है। इसके अलावा, वैश्विक वस्त्र और परिधान, या टीएंडए, व्यापार के 2020 तक 1 खरब अमरीकी डालर तक बढ़ने की उम्मीद है।

- गुजरात और महाराष्ट्र: मूल्य श्रृंखला के सभी क्षेत्रों, की अधिकतर बड़ी कम्पनियां, जिसमें कताई, बुनाई, घरेलू कपड़ा और परिधानशामिल हैं, यहां स्थित हैं। प्रमुख खिलाड़ियों में अरविंद मिल्स, रेमंड, वेलस्पन, बॉम्बे डाइंग, आलोक, सेंचुरी टेक्सटाइल्स शामिल हैं।
- **दुक्कद वल्लु द्यु** बेंगलोर और मैसूर में कुछ परिधान कंपनियां हैं। कुछ प्रमुख परिधान निर्यातकों में गोकलदास एक्सपोर्ट्स और शाही निर्यात शामिल हैं।
- **रफेयुक्म** प्रमुख शहर जो कपड़ा केन्द्रों के रूप में कार्य करते हैं वे हैं तिरुपुर, कोयंबटूर, मदुरै और करूर, जो क्रमशः अपने परिधान, कताई मिलों, रेशम और घरेलू वस्त्र इकाइयों के लिए जाने जाते हैं। प्रमुख खिलाड़ियों में लॉयल टेक्सटाइल्स, केजी डेनिम, एशियन फ़ैब्रिक शामिल हैं। तमिलनाडु 761820 करोड़ रुपये के साथ सबसे बड़ा कपड़ा और वस्त्र उत्पादक है, जो कपड़ा कारखानों में सबसे अधिक संख्या में कारिगरों (2.63 करोड़) को रोजगार प्रदान करता है। इस राज्य के बाद गुजरात का नाम आता है, जिसका वार्षिक वस्त्र उत्पादन 49,165 करोड़ रुपये आंका गया है।
- भारत में 70 से अधिक वस्त्र और कपड़ा समूह हैं जो कुल उत्पादन के लगभग 80 प्रतिशत के लिए जिम्मेदार हैं। यहां भारत में 39 पावरलूम समूह और 13 तैयार परिधान समूह हैं।
- भिवंडी और मालेगांव दो सबसे बड़े पावरलूम समूह हैं। सबसे अधिक तैयार वस्त्र समूह दिल्ली, मुंबई, गुडगांव,

नागपुर, मदुरै और सलेम में स्थित हैं, जिनका वार्षिक कारोबार 2003 के बाद से 1000 करोड़ रुपये से अधिक रहा है। नंबर समूहों के मामले में अन्य प्रमुख राज्य तमिलनाडु, आंध्र प्रदेश, कर्नाटक, केरल और उत्तर प्रदेश (प्रत्येक में सात समूह शामिल) हैं।

1 DVj ea jkt xkj ifj-';

- यह लगभग 35 लाख व्यक्तियों को प्रत्यक्ष और लगभग 55 लाख लोगों को अप्रत्यक्ष रूप से रोजगार भी प्रदान करता है। भारत उन कुछ देशों में है जिनकी प्राकृतिक और सिंथेटिक फाइबर से तैयार माल के निर्माण तक पूरी आपूर्ति श्रृंखला भर में उपस्थित है। इसकी संगठित मिल क्षेत्र में उपस्थिति के साथ-साथ विकेन्द्रीकृत क्षेत्रों जैसे हथकरघा, पावरलूम, रेशम, आदि में भी उपस्थिति है।
- वर्तमान में, 15.23 लाख लोग धागे और कपड़े, घरेलू वस्त्र, तकनीकी वस्त्र और तैयार कपड़ों के उप-क्षेत्र में कार्यरत हैं। कुल कर्मचारियों की संख्या का इक्यावन प्रतिशत, तैयार वस्त्रों के निर्माण में लगा हुआ है, जिसके बाद 26 प्रतिशत के साथ धागे और कपड़े उद्योग में लोग हैं। क्षेत्र में मानव संसाधन की आवश्यकता के पहुंचने की उम्मीद है।
- 2022 तक 21.54 लाख रोजगारों के साथ 2013-22 की अवधि के दौरान 6.31 लाख अतिरिक्त रोजगार के अवसरों भी निकाले जाएंगे।

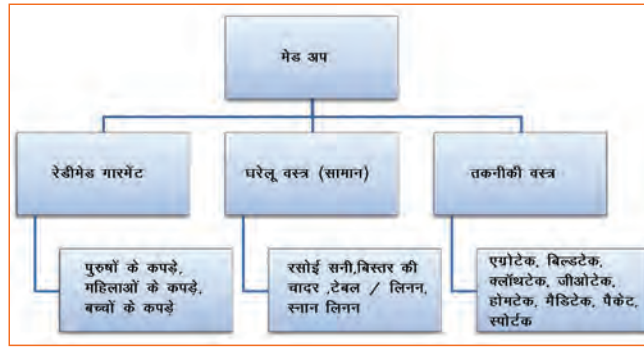
mi {ls=	yk k ea jkt xkj	
	2017	2022
अन्य वस्त्रों का निर्माण	3.14	3.18
पहने जाने वाले परिधानों का निर्माण	10.64	13.78
कुल	4.28	4.58
सभी	18.06	21.54

चित्र 1.1.3 परिधान उद्योग में उप-क्षेत्र

1-1-3 fufeZ vls xg l Tt k dk l leku

बने हुए कपड़ों का उप-क्षेत्र देश में लगातार तेज गति से बढ़ रहा है। उत्पादों की बड़ी संख्या जो इस उप-क्षेत्र के अंतर्गत आती हैं ना सिर्फ आवश्यकताओं को, बल्कि साथ

ही कार्यात्मक और विलासपूर्ण उत्पादों को भी शामिल करते हैं। निर्मित कपड़े के उप-क्षेत्र को तीन (3) व्यापक श्रेणियों में बांटा गया है:



चित्र 1.1.4: बने हुए कपड़े और गृह सज्जा उप-क्षेत्र

भारतीय परिधान और निर्मित कपड़ों के उद्योग में सबसे बड़े निर्यातकों में से एक हैं। गृह सज्जा कपड़े में वैश्विक

निर्यात में चीन के बाद भारत दूसरे नंबर पर है जबकि पहनने वाले कपड़ों में भारत शीर्ष 10 देशों के बीच है।

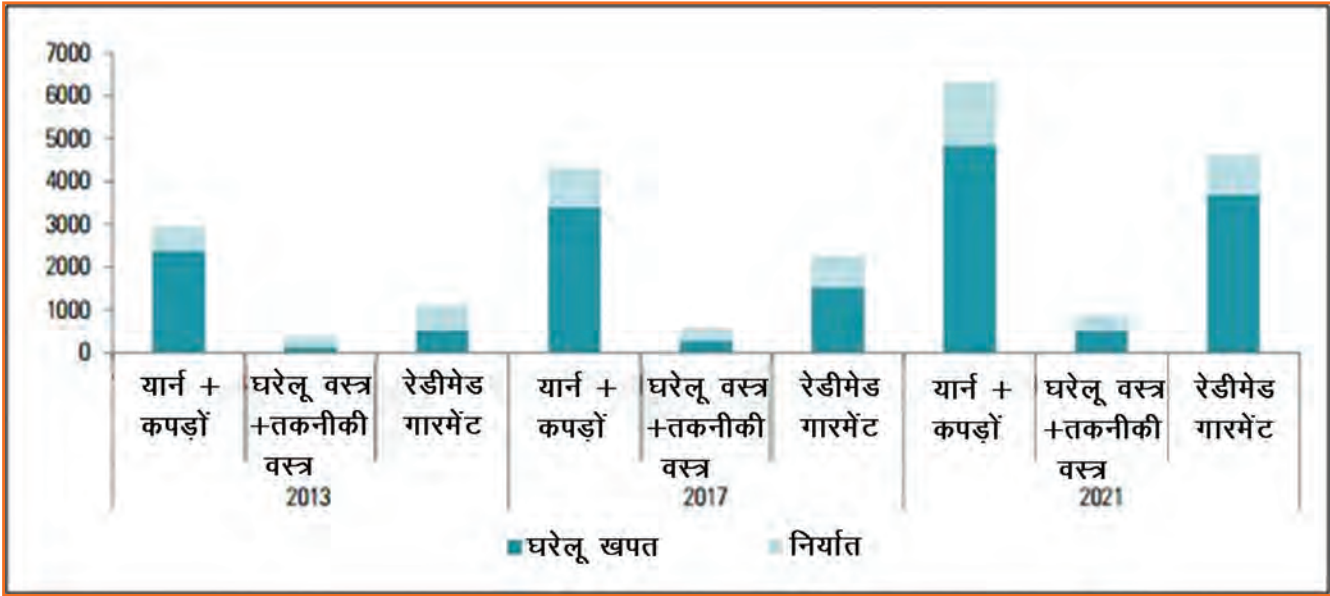
mRi kn	nfu; k eady fu; kZ	i zdk vāknrk			Hkj r dk ; kx nku		vU; çfrLi/ kZns k
		nš k	'kš j vls eš;	Jf. k ka	'kš j vls eš;	Jf. k ka	
परिधान	193400159	चीन	61224360 (31.65%)	1	7429975 (3.8%)	7	इटली, बांग्लादेश, हांगकांग, वियतनाम
गृह सज्जा कपड़ा	55921991	चीन	24015853 (42.09%)	1	3973042 (7.10%)	2	

चित्र 1.1.5: प्रमुख देशों और भारत द्वारा कपड़ा निर्यात (000 अमरीकी डालर) स्रोत एनएसडीसी कौशल गैप अध्ययन - वस्त्र और कपड़ा

जैसा कि ऊपर दिए चित्र से स्पष्ट है कि, भारत तेजी से गृह सज्जा सामान/परिधान में अग्रणी वैश्विक खिलाड़ियों में से एक बनता जा रहा है। गृह सज्जा उद्योग उत्पादों की व्यापक किस्म प्रदान करता है, जैसे, चादरें, गृह सज्जा के कपड़े, पर्दे, कालीन, कुशन कवर आदि। भारतीय गृह सज्जा सामान के बाजार का अगले पांच वर्षों में 8 प्रतिशत की वार्षिक वृद्धि दर (सीएजीआर) से वृद्धि की भविष्यवाणी की गई है। उद्योग



चित्र 1.1.6: गृह सज्जा का सामान



चित्र 1.1.7: भारतीय वस्त्र उत्पादन के घरेलू खपत का अनुमान (₹. '000 में) स्रोत एनएसडीसी कौशल गैप अध्ययन – वस्त्र और कपड़

का मूल्य 2018 तक लगभग 5.29 अरब डॉलर तक पहुंच जाएगा। भारतीय गृह सज्जा उद्योग आधुनिक प्रौद्योगिकी और जातीय तकनीक का एक अनूठा मिश्रण प्रदान करता है जो कि दुनिया में सर्वश्रेष्ठ में से एक हैं। भारतीय कामगार वर्ग की खर्च करने की शक्ति में वृद्धि से भी निर्मित कपड़े और गृह सज्जा की घरेलू खपत के विकास में योगदान करने की उम्मीद है।

चीन जैसे देशों से मांग में वृद्धि और पूरा होने के कारण, गृह सज्जा उद्योग में कुशल कार्यबल/कारीगरों की मांग आने वाले वर्षों में बढ़नी तय है।



चित्र 1.1.8: निर्मित परिधान

; fuV 1-2%fl ykbZe' klu v,ijVj dh Hfedk vk\$ ft Eenkfj ; ka

; fuV dk mís ;



यूनिट के अंत में, आप सक्षम होंगे:

1. यह जानने में एसएमओ कौन है।
2. एसएमओ की भूमिकाएं और जिम्मेदारियों को समझ पाएंगे

1-2-1 fl ykbZe' klu v,ijVj ukLjh fooj .k

सिलाई मशीन संचालन में सिलाई मशीन का उपयोग कर कपड़ों के टुकड़ों को एक साथ सिलना शामिल है। सिलाई मशीन ऑपरेटर की भूमिका उद्योग के लिए बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह उत्पाद की गुणवत्ता को बढ़ाता है।

सिलाई मशीन ऑपरेटर, जिसे 'सिलाई करने वाला या दर्जी' भी कहा जाता है परिधान क्षेत्र के साथ जुड़ा एक महत्वपूर्ण कार्य-भूमिका है। दर्जी की प्राथमिक जिम्मेदारी कपड़े, फर, या सिंथेटिक कपड़े की सिलाई/बुनाई कर परिधान उत्पादन है।

xqk%सिलाई मशीन ऑपरेटर परिधान क्षेत्र के साथ जुड़ा होता है। उसकी प्राथमिक जिम्मेदारी कपड़े, फर, या सिंथेटिक कपड़े की सिलाई/बुनाई कर परिधान का



चित्र 1.2.1: नौकरी पर एसएमओ

उत्पादन करना है। सिलाई मशीन ऑपरेटर को आंखों और शारीरिक रूप से बिलकुल फिट होना चाहिए। इसमें मजबूत हाथ से आँख-पैर समन्वय और दृष्टि जो पास, दूर, रंग, परिधीय दृष्टि, ध्यान और गहराई धारणा को बदलने की क्षमता में दक्ष हों शामिल है।

1-2-1-1 ukLjh voykdu

सिलाई मशीन ऑपरेटर सिलाई मशीनों को चलाता और काम करता है जिससे वह कपड़े लाने के कार्य को कर सके। इसमें कपड़े के टुकड़ों को जोड़ना, दबाना और

सजाना शामिल है। सिलाई मशीन ऑपरेटरों को बड़े पैमाने पर काम संभालते हैं क्योंकि उन्हें औद्योगिक मशीनों को चलाना होता है। वे सुइयों और पैटर्न ब्लेड जैसे संलग्नक को चढ़ाता है और मशीन को विशेष विवरण के अनुसा मशीनों में लगाता है।



7- कौशल; दक्षता

यूनिट 7.1 व्यावसायिक कौशल



çedk l h[kus ds i fj. ke



यूनिट के अंत में, आप सक्षम होंगे:

1. प्रभावी ढंग से टीम के भीतर काम करने में।
2. काम से संबंधित तनाव से प्रभावी ढंग से निपटने में।
3. समय की पाबंदी का महत्व समझने में।
4. एड्स के कारणों को पहचानने में।
5. एड्स के लिए रोकथाम के तरीकों से परिचित होने में।
6. स्वास्थ्य और स्वच्छता का महत्व जानने में।
7. शराब और तंबाकू के प्रभाव को समझने में।

; fuV 7-1%Q kol kf; d dkSky

; fuV dk mís;



यूनिट के अंत में, आप सक्षम होंगे:

1. प्रभावी ढंग से टीम के भीतर काम करने में।
2. काम से संबंधित तनाव से प्रभावी ढंग से निपटने में।
3. समय की पाबंदी का महत्व समझने में।
4. एड्स के कारणों को पहचानने में।
5. एड्स के लिए रोकथाम के तरीकों से परिचित होने में।
6. स्वास्थ्य और स्वच्छता का महत्व जानने में।
7. शराब और तंबाकू के प्रभाव को समझने में।

7-1-1 VhodZ

टीमवर्क जीवन में बहुत सी चीजों की तरह है। अगर हालात हों तो यह स्वाभाविक रूप से बढ़ता है। कार्यस्थल में प्रभावी सम्मिलित कार्य के दिल में सौहार्द और एक दूसरे की बातों का सम्मान करने की भावना होती है, जिसका अर्थ है, जब लोग एक साथ आते हैं तो वे अलग-अलग जितना काम कर सकते हैं उससे कई अधिक करते हैं, और वे इसे करने के लिए ताकतवर भी होते हैं।



चित्र 7.1.1: सम्मिलित कार्य

7-1-1-1 VhodZds rB

कार्यस्थल में टीमवर्क में कार्यकर्ताओं के बीच का सहयोग शामिल है। यह सहयोग आमतौर पर समान लक्ष्य के लिए होता है, जिसकी ओर पूरी टीम काम करती है—जैसे बिक्री कोटा या कुछ अन्य मापने का परिणाम। कुछ

dk, ZFky ea çHoh LkEefyr dk, Zrc glrk gS
t c rhu ckra vius LFku ij glk

1. व्यक्ति आगे बढ़ते हैं क्योंकि वे अपनी शक्तियों का उपयोग करते हैं।
2. लोग एक साथ रिश्तों निर्माण करते हैं जो अक्सर दोस्ती में परिवर्तित होती है और परिणामस्वरूप प्रभावी टीमवर्क दिखाई देता है।
3. एक साथ काम करने से सभी अधिक प्राप्त करते हैं क्योंकि प्रदर्शन होता है और परिणाम प्राप्त किये जाते हैं।

मामलों में, हालांकि, समान लक्ष्य कुछ अधिक अस्पष्ट हो, जैसे कि कंपनी की भलाई। टीमवर्क के लिए आवश्यकता है कि सभी कार्यकर्ता काम के बोझ में अपने उचित हिस्से का योगदान करें जिससे कि कंपनी समय पर और संतोषजनक ढंग से अपने लक्ष्यों को पूरा कर सके।

1 g; ks

सहयोग किसी भी टीम के लिए एक महत्वपूर्ण तत्व है। पेन स्टेट यूनिवर्सिटी के अनुसार, सम्मिलित कार्य उन परियोजनाओं को करवाता है जिसे अकेले एक व्यक्ति द्वारा पूरा किया जाना संभव नहीं है। टीम के सदस्य परियोजना के लिए अपने स्वयं के अनुभवों और विशेषज्ञता के स्तर को लाते हैं जिससे एक प्रभावी उत्पाद बनाने में मदद मिले। प्रभावी ढंग से सहयोग करने के लिए टीम को आपस में संवाद करने और विचारों को साझा करने में सक्षम होना चाहिए, और वहाँ प्रत्येक टीम के सदस्य के योगदान के लिए सम्मान की भावना भी होनी चाहिए।

7-1-1-2 Vle dh Hæck, avk ft Eenkj ; ka

एक टीम तब ही प्रभावी होती है जब सभी सदस्य समूह के भीतर अपनी भूमिका और जिम्मेदारियों को समझते हैं, और उन्हें प्रभावी ढंग से अमल में लाने का प्रयास करते हैं। मिसौरी लघु व्यापार और प्रौद्योगिकी विकास केंद्र के अनुसार, समूह को दिया हुआ कार्य अधिक प्रभावी ढंग से तभी पूरा होता है, जब जिम्मेदारियों को समूह के सदस्यों के बीच निष्पक्ष रूप से वितरित किया जाता है। प्रत्येक सदस्य को समूह के भीतर अपनी भूमिका और विशेषज्ञता के स्तर के आधार पर काम का हिस्सा सौंपा जाता है।

7-1-1-3 fofHku nf' Vdksk

एक संगठन के भीतर सम्मिलित कार्य की शक्तियों में से एक है विभिन्न दृष्टिकोणों को एक साथ लाना जिससे मुद्दे का समाधान निकाला जा सके। पेन स्टेट यूनिवर्सिटी के अनुसार, एक प्रभावी टीम का समाधान अलग-अलग समूह के सदस्यों के कई अलग-अलग दृष्टिकोण से निर्मित होकर बनता है। यह कई अलग-अलग कोणों से स्थिति को देखने में मदद करता है, और एक समाधान निर्मित करता है जिसे कोई भी व्यक्ति अपने दम पर नहीं बना सकता था।

yskla l sQ ogkj djus dh cfu; knh rduhda

1. आलोचना निंदा या शिकायत न करें।
2. सच्चाई और ईमानदारी से प्रशंसा करें।

1 ak kzi Lrko

व्यापार के लिए ऑनलाइन संदर्भ के अनुसार एक बार जब टीम साथ में काम शुरू कर देती है तो वहाँ संघर्ष भी हो सकता है। कुछ लोग सोचते हैं कि उनके विचारों को सुना नहीं जा रहा है, और दूसरों को लगता है कि उनके विचार हमेशा टीम के समाधान का हिस्सा होना चाहिए। वहाँ समूह के नेतृत्व के लिए एक संघर्ष हो सकता है जो समूह के प्रभाव को कम कर सकता है। एक टीम के भीतर संघर्ष प्रस्ताव का अर्थ हर किसी के योगदान के लिए जगह होना, सभी के विचारों को सुनने की क्षमता विकसित करना और आम सहमति की एक विधि बनाना जिसका उपयोग कर एक समाधान विकसित करना जिस पर टीम सहमत हो सके।



चित्र 7.1.2. टीम की भूमिका

Ng rjhdst l l syks vki dks il a dja

1. सही मायने में अन्य लोगों में रुचि लें।
2. मुस्कराएं
3. याद रखें व्यक्ति को उसके नाम से संबोधित करें।
4. एक अच्छे श्रोता बनें।
5. अन्य व्यक्ति के हित के संदर्भ में बात करें।
6. अन्य व्यक्ति को महत्वपूर्ण एहसास कराएं।

vi us fopkj l l sykla dks t hra

1. तर्क से बचें।
2. दूसरे लोगों की राय के प्रति सम्मान दिखाएं।

3. अपनी गलती स्वीकारें।
4. दोस्तीपूर्ण रवैया रखें।
5. अन्य लोगों को अपने विचारों को व्यक्त करने दें।
6. अपने विचारों को नाटक रूप में बदलना।
7. चुनौती दें।

urk cu% , d urk ds dle vDl j ylxla ds
-f'Vdlsk vls Q ogkj dls cnyuk 'kfey glrk
gA

1. गलतियों पर परोक्ष रूप से ध्यान दें।
2. सीधे आदेश देने की बजाए सवाल पूछें।
3. सुधार होने पर तारीफ करें।
4. व्यक्ति को अच्छी प्रतिष्ठा दें जिस पर वह खरा उतर सके।
5. कड़ी मेहनत के लिए प्रोत्साहित करें।
6. व्यक्ति को काम को पूरा करने पर शाबाशी दें।

7-1-2 ruko çaku

तनाव प्रबंधन तकनीकों और मनोरोग के व्यापक रेंज को दर्शाता है जिसका उद्देश्य व्यक्ति के तनाव के स्तर को नियंत्रित करना है, विशेष रूप से पुराने तनाव, आमतौर पर हर रोज के कामकाज में सुधार लाने के लिए। यह मनोवैज्ञानिक या भावनात्मक उथल-पुथल के साथ मुकाबला करने के लिए एक पूर्व निर्धारित रणनीति है।



चित्र 7.1.3: तनावग्रस्त

स्वास्थ्य लाभ पैकेज के भाग के रूप में, कंपनी के काम के प्रदर्शन में सुधार करने के लिए तनाव प्रबंधन चिकित्सा प्रदान कर सकता है।

- तनाव के नकारात्मक प्रभाव
- शारीरिक
- वजन बढ़ना/कम होना
- अप्रत्याशित बालों का झड़ना
- दिल में घबराहट
- उच्च रक्त चाप
- चिंता
- अवसाद का कारण बन सकता है

7-1-2-1 ruko dk fo' yšk k djus dsfy, cfu; kh rduhd

rF; hcdksihR dja

- तथ्यों का विश्लेषण करने के बाद समाधान पर आएं।
- एक बार निर्णय तक पहुँच जाएं, अब उस पर काम करें।

ruko l scpus dsfy, mik

- विचारों और अपेक्षाओं को बदलना।
- नौकरियों/कार्यों को प्रबंधनीय भागों में बांटें।

- उचित/यथार्थवादी लक्ष्य निर्धारित करें।
- विलंब होने से बचें।
- सीमाओं का निर्धारण करें।
- अपने मूल्यों/विश्वासों के साथ समझौता न करें।
- 'मेरे' समय को कार्यसूची में जोड़ें।

ruko l s dš syMa

- अपने दिमाग से तनाव को दूर रखने के लिए व्यस्त रहें।
- छोटी-छोटी बातों का बतंगड़ ना बनाएं।
- प्रभावहीन के साथ सहयोग करें।
- अतीत के बारे में ना सोचें और वर्तमान पर ध्यान केंद्रित करें।
- खुश रहने के मानसिक रवैये को किसित करें।
- अपने मन को शांति, साहस और स्वास्थ्य के विचारों से भरें।
- कभी भी अपने दुश्मनों के साथ उन जैसा बनने की कोशिश ना करें।
- कृतघ्नता के बारे में चिंता ना करे।
- देने के आनंद में विश्वास रखें।
- अपने आशीर्वाद को गिनें और ना कि अपनी परेशानियों को।

7-1-2-2 ruko ççaku ds ykHk

'Hjlfjd LokLF; cgrj gkrk gS

- अधिक ऊर्जा और सहनशक्ति

Hkoukvladks fLFkj j [ka

- सकारात्मक रवैया
- उम्मीद रखना/खुश रहना

7-1-3 l e; dh ikcah

l e; dh ikcah dk egrb

- l Feku% समय की पाबंदी दूसरों के प्रति व्यक्ति के सम्मान की बात करती है। दूसरों को सम्मान करने से हम बदले में सम्मान कमा सकते हैं।
- fo'ol uhr r% कर्मचारी जो समय का पाबंद है वह अपने नियोक्ता की आँखों में विश्वसनीय माना जाता है।

- जैसे हैं वैसे बने रहें।

- आपको जो भी मिले उससे कुछ बेहतर बनाने का प्रयास करें।

vlykpk ds ckjs easfprk dju s l s dš s çpa

- अनुचित आलोचना छिपी हुई तारीफें हैं।
- अपनी ओर से बेतरीन काम करें।
- अपनी आलोचना करें और गलतियों को दोहराएं नहीं।

Fkdku l s çpus ds rjhd

- थकने से पहले आराम कर लें।
- काम को शांतिपूर्वक ढंग से करें।
- अपनी मेज़ को साफ रखें।
- महत्व के क्रम में कार्यों को करें।
- नियमबद्ध रहें और पुनः कार्य को करने को कम करें।
- दैनिक नींद पर्याप्त मात्रा में लें

/; ku dšer djuseal qkij dh {lerk

- जानने और प्राप्त करने में सक्षम होना



चित्र 7.1.4: समय की पाबंदी

- **fu; ec) jguk** समय का पाबंद व्यक्ति आमतौर पर अपने काम को अच्छी तरह संयोजित करता है, समय से आगे की सोचता है, दिए हुए कार्यों को प्राथमिकता के आधार पर करता है और समग्र रूप से सफल रहता है।
- **uVofdz%** कंपनी में ज्यादातर नेटवर्किंग सिर्फ तभी होती है जब बोर्ड के सदस्य बैठक में सभी के इकट्ठा होने का इंतजार करते हैं। जल्दी आने से आप कंपनी के अग्रणी अधिकारियों से बात करने का मौका मिलता है और अपने लिए गठजोड़ का नेटवर्क बनाते हैं।
- **r\$ kjl%** बैठक या काम करने के लिए कुछ मिनट जल्दी पहुंचने से आपको आम करने, अपने विचारों को इकट्ठा करने और दिनभर की गतिविधियों को

प्राथमिकता क्रम देने का समय मिल जाता है। यह आपको बिना किसी बड़ी रूकावट के दिन गुजारने में मदद करेगा।

- **mRi lndr%** एक कर्मचारी जो देर से पहुंचने के बारे में तनाव नहीं लेता या जो जल्दी पहुंचकर दिन भर का काम शुरू करने से पहले खुद को तैयार होने के लिए पर्याप्त समय देता है, उसके काम को बेहतर करने की संभावना देर से आने वाले व्यक्ति से अधिक है जो अधिक दबाव महसूस करता है।
- **rjDdl%** उपरोक्त सभी बिंदु एक कर्मचारी को तरक्की के लिए मजबूत दावेदार बनाने में मदद करते हैं (जाहिर है, कि वह व्यक्ति काम करने में अच्छा है)।

7-1-4 , M t kx: drk

dkj.k

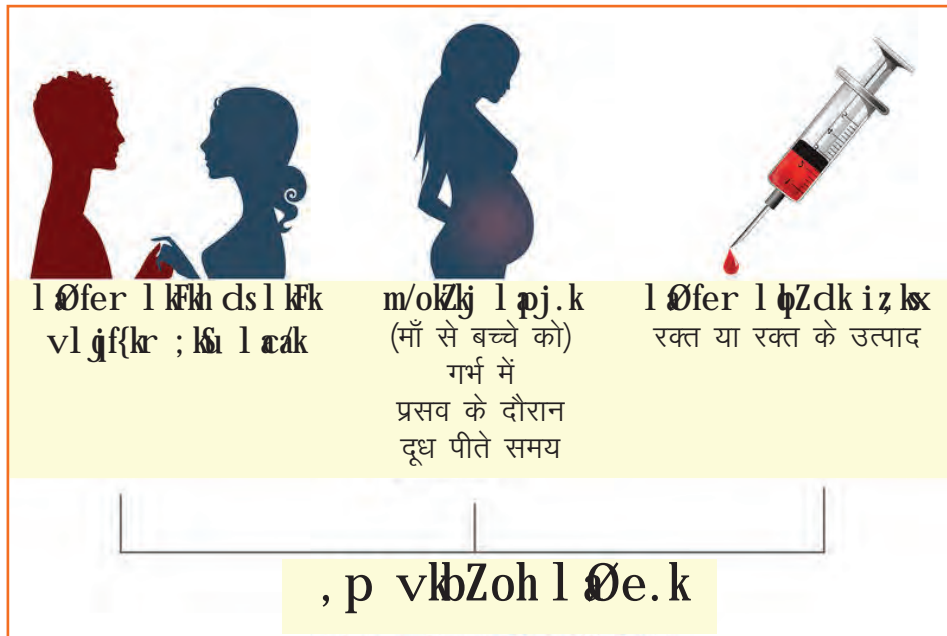
वायरस संक्रमित लोगों के रक्त, वीर्य, योनि तरल पदार्थ, और स्तन के दूध में पाया जा सकता है। एचआईवी भी लार, पसीना, और आँसू में पाया जाता है, हालांकि इतनी उच्च मात्रा में नहीं कि वायरस किसी अन्य व्यक्ति को हस्तांतरित हो जाए। छींकने, हाथ मिलाने या टॉयलेट सीट से या मच्छर के काटने से एचआईवी होने के कोई भी मामले सामने नहीं आए हैं।

दो सबसे आम तरीके एचआईवी से संक्रमित होने के हैं असुरक्षित यौन संबंध से और सुई साझा करने से। एचआईवी असुरक्षित विषमलैंगिक या समलैंगिक, योनि, गुदा, या मौखिक सेक्स के माध्यम से प्रेषित किया जा सकता है। हालांकि संक्रमण के खतरे मुख मैथुन के साथ कम है, फिर भी मौखिक सेक्स के दौरान सुरक्षा का उपयोग करना जरूरी है। एचआईवी प्रीइंस्टॉल संक्रमण के जरिए भी पारित किया जा सकता है, जहां माता जन्म के दौरान बच्चे को रोग देने का खतरा बना रहता है। नए उपचार के साथ प्रीइंस्टॉल का खतरा घट रहा है। संक्रमित मां द्वारा स्तनपान भी एचआईवी संचारित कर सकता है।



चित्र 7.1.5: एड्स लोगो

एक बार जब एचआईवी खून में प्रवेश कर जाता है, यह प्रतिरक्षा प्रतिक्रिया के लिए महत्वपूर्ण कोशिकाओं जिन्हें, सीडी 4+ लिम्फोसाइट के रूप में जाना जाता है उन पर हावी हो जाता है। वायरस फिर अपने जीन को सेल में डालता है, जिससे वह लघु कारखाने में तब्दील हो जाता है जो वायरस की अधिक प्रतियां उत्पादित करता है। धीरे-धीरे रक्त में वायरस की राशि ऊपर चली जाती है और स्वस्थ सीडी4+ कोशिकाओं की संख्या कम होने लगती है। सीडी 4+ कोशिकाओं का विनाश शरीर की संक्रमण और अन्य रोगों से लड़ने की क्षमता के साथ हस्तक्षेप करता है।।



चित्र 7.1.6: कैसे एड्स फैलता है

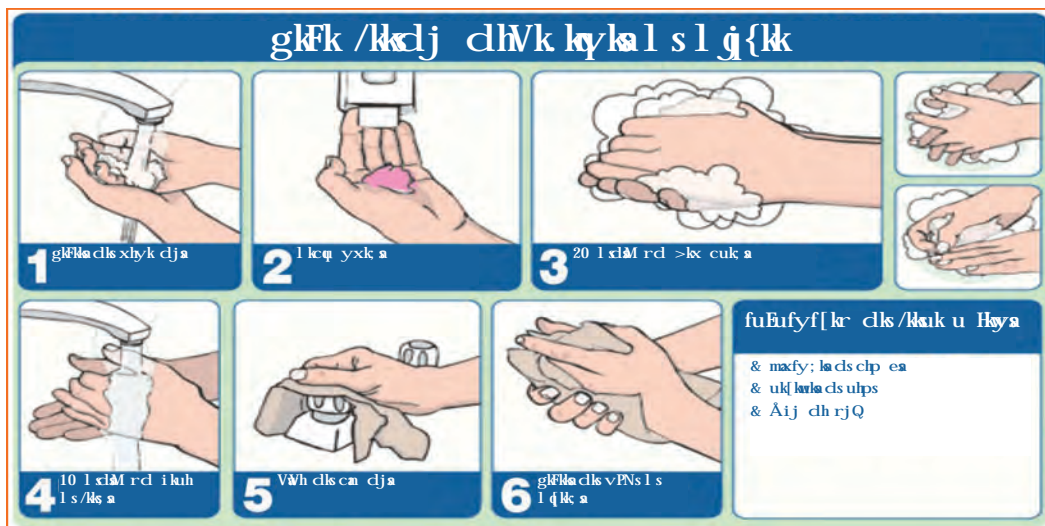
fuokj.k

- रेजर साझा ना करें।
- उपयोग के बाद सुई को फेंक दें।
- संरक्षित यौन संबंध बनाएं।

7-1-5 LokLF; vkj LoPNrk

LoPNrk

- खराब स्वच्छता खराब स्वास्थ्य का नेतृत्व करता है। अगर आपको चोट लगती है, तो चोट को साफ करें और ठीक से पट्टी करें, यह संक्रमण के जोखिम और दर्द को कम कर सकता है। सिर में जूँ, एथलीट फुट आदि ऐसी स्थितियां हैं जिनका तुरंत इलाज किया जाना चाहिए जिससे आगे संक्रमण को रोका जा सके और दूसरों के लिए प्रसार करने से बचा जा सके।



चित्र 7.1.7: स्वास्थ्य और स्वच्छता

- हाथ धोने पर पर्याप्त बल नहीं दिया जा सकता है क्योंकि इस सरल कार्रवाई से बीमारियों और विकासशील विकारों के ढेर को रोका जा सकता है। कई लोग शौचालय का उपयोग करने के बाद या खाना खाने से पहले अपने हाथ धोना 'भूल' जाते हैं, यह बड़ी बीमारी का कारण बन सकती है और यहां तक कि मौत भी हो सकती है।
- cky% सिर के गंदे बाल वास्तव में कई स्वास्थ्य समस्याओं का कारण नहीं होते हैं
- fpdus cky: चिकने बालों का केवल एक ही समाधान है और वह है उन्हें धोना।
- : l W% यदि आप रूसी से पीड़ित हैं, जो उलब्ध विभिन्न शैंपू का प्रयोग करें। यदि यह गंभीर है तो कुछ चिकित्सा उपचार उपलब्ध हैं जो त्वचा के लिए हानिकारक नहीं हैं।
- fl j dst w सिर के जूँ अत्यधिक संक्रामक होते हैं। अगर इन्हें नज़रंदाज़ किया जाए, तो जूँ बहुत बड़ी हो जाती हैं कि आप उन्हें चलता देख सकते हैं और सफेद अंडे भी कभी-कभी दिखाई देते हैं। सिर और बालों की स्वच्छता के बारे में यहाँ और अधिक पढ़ें।

nlr vks eg%

- nlr% एक सुंदर मुस्कान व्यक्ति का दिन बना सकती है – लेकिन अगर दांत गंदे या सांस बदबूदार है, तो इसका परिणाम पूरी तरह से अलग होता है। अपने दांतों को नियमित रूप से दिन में दो बार साफ करें।

7-1-5-1 'kjk vks rEckdwds cHko

rakdwdk cHko

तंबाकू विश्व स्तर पर रोके जाने वाली मौतों के सबसे बड़ा कारणों में से एक है। तंबाकू का इस्तेमाल दिल, जिगर और फेफड़ों को प्रभावित करने वाले रोग को जन्म देता है। धूम्रपान दिल के दौर, स्ट्रोक, क्रोनिक ऑब्सट्रक्टिव पल्मोनरी डिजीज (सीओपीडी) सहित वातस्फीति और क्रोनिक ब्रोंकाइटिस और कैंसर (विशेष रूप से फेफड़ों के कैंसर, गला और मुंह के कैंसर, और अग्नाशय के कैंसर)

- cncwkj l kl – कभी-कभी, अच्छे से दांत साफ करने के बाद भी दाँत टूटेंगे— लेकिन अगर इसे अनुपचारित छोड़ दिया जाए तो यह फैल सकता है और आपके मसूड़ों को संक्रमित कर सकता है। बदबूदार सांस मसूड़ों में संक्रमण का संकेत हो सकती है। सुनिश्चित करें कि आप अपने दाँत चिकित्सक से नियमित रूप से मिलें जिससे उस पर नज़र रख सकें।
- xak vks Qxy l Øe.k gkus ds [krjs okys {ks-% अप्रिय बदबू और फंगल संक्रमण सबसे अधिक शरीर के उस हिस्से में अनुभव की जा सकती है जो गर्म रहते हैं और ताजी हवा के सम्पर्क में नहीं आते हैं: पैर, गुप्तांग और हमारे पसीने की ग्रंथियां।
- cncwkj iS% पैरों में पसीने की बहुत सी ग्रंथियां होती हैं। यदि पैर मोजे और जूते में रहते हैं तो पसीने को कहीं भी 'वाष्प' बनने के लिए कोई जगह नहीं मिलती है और त्वचा के बैक्टीरिया प्रभाव में हलमा करेंगे, जिससे सड़े हुए 'पनीर' की गंध आएगी।

; gk dN mik fn, x, gft l lsvki iS ladh cncwds de dj l drsg%

- » नियमित रूप से धोएं और मुलायम तौलिये से अच्छी तरह पोछें और बैक्टीरियल-विरोधी पाउडर या बच्चों का पाउडर पैर पर लगाएं।
- » जब संभव हो पांव को हवा लगने दें और जितना संभव हो खुले जूते पहनें।
- » यदि आवश्यकत हो तो जुराबों को दिन भर में एक बार से अधिक बदलें और सुनिश्चित करें कि वे कपास या अन्य सांस लेने वाले कपड़े के हों।



चित्र 7.1.8: तंबाकू और सिगरेट

; fuV 9-6% m | eh cuus dh r\$ kjh djuk

; fuV dsmİs;

bl ; fuV dh lekfr ij vki fuFufyf[kr eal {ke g'ax%

1. बाजार अनुसंधान कैसे किया जाता है पर चर्चा करने में
2. विपणन के 4 पी का वर्णन करने के लिए
3. विचार उत्पन 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 ckt kj v/; ; u@foi.ku ds4 ih@fopkj dk egRb%ckt kj vuq alku dh l e>

ckt kj foi.ku

- 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 हैं:
- अतीत, वर्तमान और भावी ग्राहक
- ग्राहक विशेषताएँ और खर्च करने की आदते

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

विपणन अनुसंधान डेटा के दो प्रकार होते हैं:

- **çkfrfed t kudkj l%** यह अपने आपके या किसी और के द्वारा एकत्र अनुसंधान ह।

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

çkfkfed vuq'aku

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 की 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'aku

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

- **l koZ fud l zr%** 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 zr%** 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'kd l lFku%** 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?

çpkj (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?

LFku (Place)

विपणक 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?

fopkj dk egRo

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 टुकराना 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 bdkÅ vo/kkj. k%eQyd Q ki kj 'kNkoyh

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 ह।
- व्यवसाय से व्यवसाय (बी 2 बी): एक व्यवसाय जो दूसरे व्यवसाय को वस्तुएं या सेवाएं बेचता ह।
- 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 जिसमे 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।
- मूल्यह्रास: 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 खच।
- 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 खच।
- 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 एक घर खरीदना।
 - चालु लेनदेन – इन लेनदेन को आमतौर पर एक अनुबंध की आवश्यकता होती है. उदाहरण के लिए एक एक विक्रेता के साथ अनुबंध।

एक व्यापार के मूल्य का अनुमान

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

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{लाभ}} \times 100$ यह कंपनी की संपत्ति जो वह अपने व्यापार का संचालन करने के लिए उपयोग करती है का मूल्य है।

$\frac{\text{लाभ}}{\text{परिसंपत्ति}} \times 100$ परिसंपत्ति त्र दायित्व + मालिक की इक्विटी

- $\frac{\text{लाभ}}{\text{कुल राजस्व}} \times 100$ कंपनी का लाभ है।

सूत्र: शुद्ध आय त्र राजस्व – व्यय

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल लागत}} \times 100$ यह वह बिंदु है जब कंपनी को लाभ या हानि नहीं होगी। कुल लागत और कुल राजस्व के बराबर हैं।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{ब्रेक इवन त्र निर्धारित लागत/बिक्री मूल्य}} \times 100$ प्रति इकाई परिवर्तनीय लागत

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल लागत}} \times 100$ यह एक कंपनी की तरलता स्पष्ट करता है।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{नकद अनुपात त्र कैश/मौजूदा देनदारियाँ}}$

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{शुद्ध आय}} \times 100$ 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।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{लाभ मार्जिन त्र शुद्ध आय/बिक्री}}$

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल देनदारियाँ/कुल इक्विटी}}$ 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।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{ऋण-इक्विटी अनुपात त्र कुल देनदारियाँ/कुल इक्विटी}}$

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{उत्पाद या सेवा निर्माण के लागत का कुल योग}} \times 100$ यह बेचे जाने वाले उत्पाद या सेवा निर्माण के लागत का कुल योग है।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{बेचे गए माल की लागत त्र सामग्री की लागत/इनवेंटरी}} \times 100$ – आउटपुट की लागत

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल निवेश}} \times 100$ 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।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{आरओआई त्र शुद्ध लाभ/कुल निवेश}} \times 100$

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल निवेश}} \times 100$ यह वह पैसा है जो आप शुरू में कुछ पैसे (प्रिसिपल) निवेश करके कमा सकते है।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{A = पी (1 + आर टी); आर = आर * 100}} \times 100$ 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)

- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल निवेश}} \times 100$ यह एक ऋण या जमा की मूलधन पर ब्याज की राशी की गणना करता है।

$\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{A=P (1 + R/N) ^NT}}$

जहाँ: A = 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 vK uWofdZ 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

uWofdZ 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।

uWofdZ dh vko' ; drk

नेटवर्किंग व्यापारियों के लिए एक अनिवार्य व्यक्तिगत कौशल है, लेकिन यह उद्यमियों के लिए और भी अति 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।

उद्योगों में प्रौद्योगिकी

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

- 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 उद्योगों में लक्ष्य; उद्योगों में लक्ष्य; उद्योगों में लक्ष्य

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।

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

उद्योगों में लक्ष्य

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

उद्योगों में लक्ष्य; उद्योगों में लक्ष्य

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।

उद्योगों में लक्ष्य; उद्योगों में लक्ष्य

- 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।

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

उद्योगों में लक्ष्य; उद्योगों में लक्ष्य

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

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

1. dk Zlkjh l kjk

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.kZ

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 जहां 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 vkS 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 vlg fcØh

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 चौराखरू 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 वृ क्या आप इसे ऑफलाइन या ऑनलाइन बेचोगे, आप कितनी इकाइयाँ बेचना चाहते हैं, आप प्रत्येक यूनिट को कितने मूल्य पर बेचना चाहते हैं, आदि।

7. i w h vuglkk

- 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. foUkr ; "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 कैसे 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।

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।

- **pj.k 6%** अपना बीमा निकालें। बीमा लंबी अवधि के लिए वित्तीय सुरक्षा प्रदान करता है और जोखिम के खिलाफ रक्षा करता है।

9. t "f[ke çcaku

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।
- 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; "a us foUk fy, csl"ad" d@ul h t kudkj h nsuh plfg, \

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 है उन्होंने अपने सामान्य साख, वित्तीय स्थिति और गारंटी या कोलैटरल से संबंधित जानकारी बैंकों को उपलब्ध करनी चाहिए।

l lekU, 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।

vkkfki flfkr

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-फ्लो 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: ₹ 160

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

ISBN 978-93-87320-80-2



9 789387 320802