



Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत



सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP



NSDC
National
Skill Development
Corporation

Transforming the skill landscape



प्रतिभागी पुस्तिका

क्षेत्र
अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

उप-क्षेत्र
अपैरल मेडअप्स एंड होम फर्निशिंग

व्यवसाय
गुणवत्ता की जाँच



रेफरेंस आईडी- **AMH/Q0102, Version 1.0**
NSQF Level 3

इन-लाइन चैकर

इन-लाइन चैकर

प्रतिभागी पुस्तिका

AMHSSC

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: 978-93-87532-49-6

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, पुनर् उत्पादित, संग्रहित या प्रचारित-प्रसारित नहीं जा सकता।





श्री नरेन्द्र मोदी
प्रधानमंत्री भारत

“ कौशल से बेहतर भारत का निर्माण होता है।
यदि हमें 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: "In- Line Checker" QP No. "AMH/Q0102, NSQF Level 3"

Date of Issuance:

Valid up to*: April 10th, 2018

*Valid up to the next review date of the Qualification Pack¹ or the

¹Valid up to' date mentioned above (whichever is earlier)

Authorised Signatory

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

vkkj

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 qrd dsfo"ç es










यह प्रतिभागी पुस्तिका विशिष्ट क्वालिफिकेशन पैक (क्यू पी) के प्रशिक्षण को सक्षम बनाने को ध्यान में रखते हुए तैयार की गई है। प्रत्येक नेशनल ऑक्यूपेशनल (एन.ओ.एस) अथवा राष्ट्रीय व्यावसायिक इस ईकाई के अंतर्गत शामिल किए गए हैं।

विशेष एन.ओ.एस के लिए मुख्य सीखने संबंधी उद्देश्य उस एन.ओ.एस के लिए यूनिट की शुरुआत का चिह्न (मार्क) है। इस किताब में उपयोग किए गए प्रतीक नीचे वर्णित हैं:

- इन-लाइन चौकिंग गतिविधियां करना
- कार्यक्षेत्र और उपकरणों का रखरखाव
- कार्यक्षेत्र पर स्वास्थ्य, सुरक्षा और सिक्योरिटी को बनाए रखना
- उद्योग, नियामक और संगठनात्मक आवश्यकताओं का अनुपालन

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

Øek&l e,Mi y v& bdkb; la	i "B l &; k
1- ifjp; v& vu&Fki u	1
यूनिट 1.1 – सिलाई और परिधान क्षेत्र से परिचय	3
यूनिट 1.2 – इन-लाइन निरीक्षक की भूमिका और जिम्मेदारियां	8
2- bu&ykbu fujh{k k fØ; kdylki k&dk fØ; kb; u ¼-, e-, p@, u 0105½	9
यूनिट 2.1 – औजार और उपकरण	11
यूनिट 2.2 – परिधान और इसके भाग	21
यूनिट 2.3 – परिधानों में सामान्य त्रुटियां	38
यूनिट 2.4 – परिधान और गुणवत्ता	59
यूनिट 2.5 – परिधान नाप	76
यूनिट 2.6 – नाप	81
यूनिट 2.7 – निरीक्षण या जांच कार्यप्रणाली	88
3- dk ZFky v& v&k kj&dk j [kj [ko ¼-, e-, p@, u 0106½	93
यूनिट 3.1 – कार्यस्थल और औजारों का रखरखाव	95
4- dk ZFky ij LokLF;] l g{k v& cplo ¼-, e-, p@, u 0103½	101
यूनिट 4.1 – कार्यस्थल पर स्वास्थ्य, सुरक्षा और बचाव	103
5- m k v& l xBuk&ed vlo'; drkvl&dk vu&jkyu ¼-, e-, p@, u 0104½	121
यूनिट 5.1 – उद्योग और संगठनात्मक आवश्यकताओं का अनुपालन	123
6- Q ogkj d&ky v& l phj d&ky ½&E; fuds&kl ½fLdYl	133
यूनिट 6.1 – व्यवहार कौशल का परिच	135
यूनिट 6.2 – प्रभावी संचार (कम्यूनिकेशन)	137
यूनिट 6.3 – सौन्दर्य और स्वच्छता	141
यूनिट 6.4 – पारस्परिक कौशल विकास	150
यूनिट 6.5 – सामाजिक सम्पर्क	160
यूनिट 6.6 – समूह सम्पर्क	164
यूनिट 6.7 – समय प्रबंधन	167
यूनिट 6.8 – रिज्यूम बनाने की तैयारी	170
यूनिट 6.9 – साक्षात्कार की तैयारी	175



fo"q l ph

Øekd e, Mī y vq̄ bdlb; ka	i "B l q̄; k
7- vq̄Vh fLdYl	179
यूनिट 7.1 – कंप्यूटर से परिचय	181
यूनिट 7.2 – सामान्य कंप्यूटर ज्ञान	183
यूनिट 7.3 – कंप्यूटर के भाग (कंपोनेंट)	186
यूनिट 7.4 – ऑपरेटिंग सिस्टम की संकल्पना	188
यूनिट 7.5 – माइक्रोसॉफ्ट वर्ड (एम.एस वर्ड)	198
8- çkKfed fpdfRl k vq̄ l hi hvkj	209
यूनिट 8.1 – प्राथमिक चिकित्सा और सीपीआर	211
9- fu; "t ul; rk , oam e' hkyrk d©ky	223
यूनिट 9.1 – व्यक्तिगत क्षमताएं एवं मूल्य	228
यूनिट 9.2 – डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति	246
यूनिट 9.3 – धन संबंधी मामले	251
यूनिट 9.4 – रोजगार व स्वरोजगार के लिए तैयारी करना	260
यूनिट 9.5 – उद्यमशीलता को समझना	269
यूनिट 9.6 – उद्यमी बनने की तैयारी करना	292





1- ifjp; vkj vuqFkki u

यूनिट 1.1 – सिलाई और परिधान क्षेत्र से परिचय

यूनिट 1.2 – इन-लाइन निरीक्षक की भूमिका और जिम्मेदारियां



उद्योग और पर्यावरण



उद्योग और पर्यावरण

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

; fuV 1-1%fl ykbZvk\$ ifj/kku {ks= l s ifjp;

; fuV mís; 

; fuV dsvar e\$ vki l {ke glk\$%

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

1-1-1 bu&ykbu p&da l s ifjp;

इन-लाइन निरीक्षण का अर्थ किसी उत्पाद की गुणवत्ता की जांच उत्पाद को बनाने की प्रक्रिया के दौरान करने से है। यह निरीक्षण प्रक्रिया के पूरा होने के बाद नहीं किया जाता। अर्थात् उत्पाद के तैयार होते वक्त ही यह निरीक्षण किया जाता है न कि उत्पाद के बनने के उपरांत। किसी परिधान उद्योग में इन-लाइन निरीक्षण का अर्थ है किसी अर्धसिले या आंशिकरूप से सिले उस परिधान का निरीक्षण उस वक्त करना जब परिधान के भाग लाइन से बाहर हो और सिलाई के सारे कार्य पूर्ण न हुए हों।

इन-लाइन निरीक्षण को रोविंग क्वालिटी चैकिंग या रोमिंग क्वालिटी चैकिंग के नाम से भी जाना जाता है।

इन-लाइन निरीक्षण सौ फीसदी परिधान या फिर सिले हुए कुछ प्रतिशत टुकड़ों पर किया जाता है। इन-लाइन चैकिंग के बहुत से प्रकार परिधान सिलाई में प्रचलित हैं।

इन-लाइन निरीक्षण क्रियाकलाप का मुख्य उद्देश्य खराबी को आरंभिक स्तर पर ही रोक देना है। परिधान में खराबी का शुरुआत में ही पता लगने से समय और धन दोनों की ही बचत हो सकती है और यह बर्बादी को भी रोक सकता है। खराबी और बर्बादी को कम करने के अलावा इन-लाइन चैकिंग उत्पादन वृद्धि में सहायक है और एंड-लाइन निरीक्षकों पर काम के बोझ को भी कम करता है।

1-1-1-1 ifj/kku {ks= & m|ks voykdu

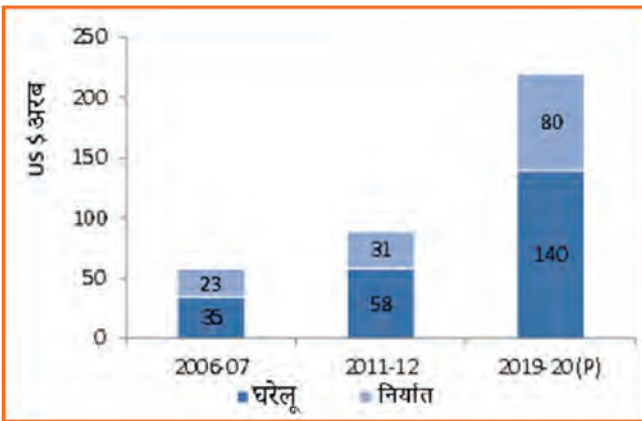
भारतीय कपड़ा और वस्त्र (परिधान) उद्योग दुनिया में दूसरा सबसे बड़ा निर्माता है। भारतीय वस्त्र और कपड़ा क्षेत्र के अगले 10 सालों में 10.01 प्रतिशत पर 2012-13 में 3.9 लाख करोड़ रुपए के वर्तमान मूल्य से 2021-22 में 10.54 लाख करोड़ रुपए तक बढ़ने की उम्मीद है। इनमें से, वस्त्र क्षेत्र के इन कुछ वर्षों में 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 परंपरागतरूप 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 10.5 लाख करोड़ रुपए होगी। कई कारक जो विकास में योगदान देंगे उनमें शामिल हो सकते हैं:

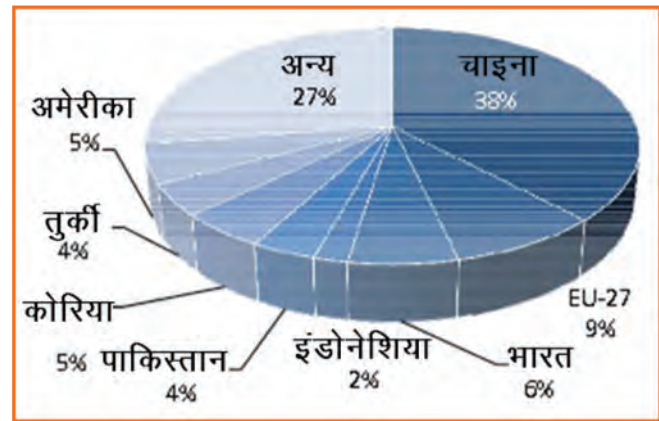
- बढ़ती आय के स्तर के कारण घरेलू उपभोक्ताओं से घरेलू वस्त्र और परिधान की मांग के बढ़ने की संभावना है।

- 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 लम्बरूप 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।



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

वस्त्र उद्योग

- 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।
- 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।

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।
- **रफेयुकुम** 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 eajkt xkj ifj-';

- यह लगभग 35 लाख व्यक्तियों को प्रत्यक्ष और लगभग 55 लाख लोगों को अप्रत्यक्षरूप 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।

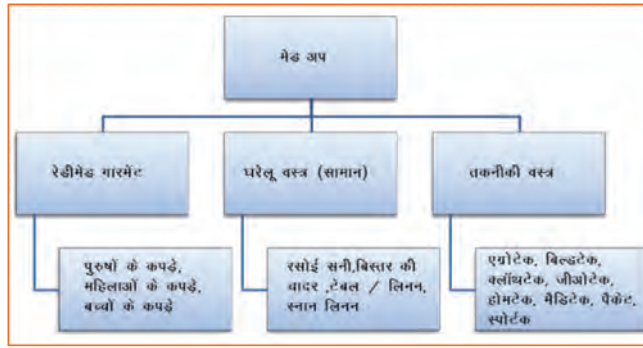
mi {l=	ykt kaeajkt xkj	
	2017	2022
अन्य वस्त्रों का निर्माण	3.14	3.18
पहने जाने वाले परिधानों का निर्माण	10.64	13.78
कुल	4.28	4.58
Overall	18.06	21.54

चित्र 1.1.3 परिधान उद्योग में उप-क्षेत्र

1-1-2 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

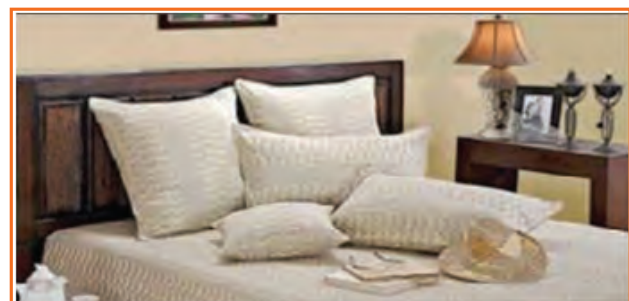
भारतीय परिधान और निर्मित कपड़ों के उद्योग में सबसे बड़े निर्यातकों में से एक हैं। गृह सज्जा कपड़े में वैश्विक

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

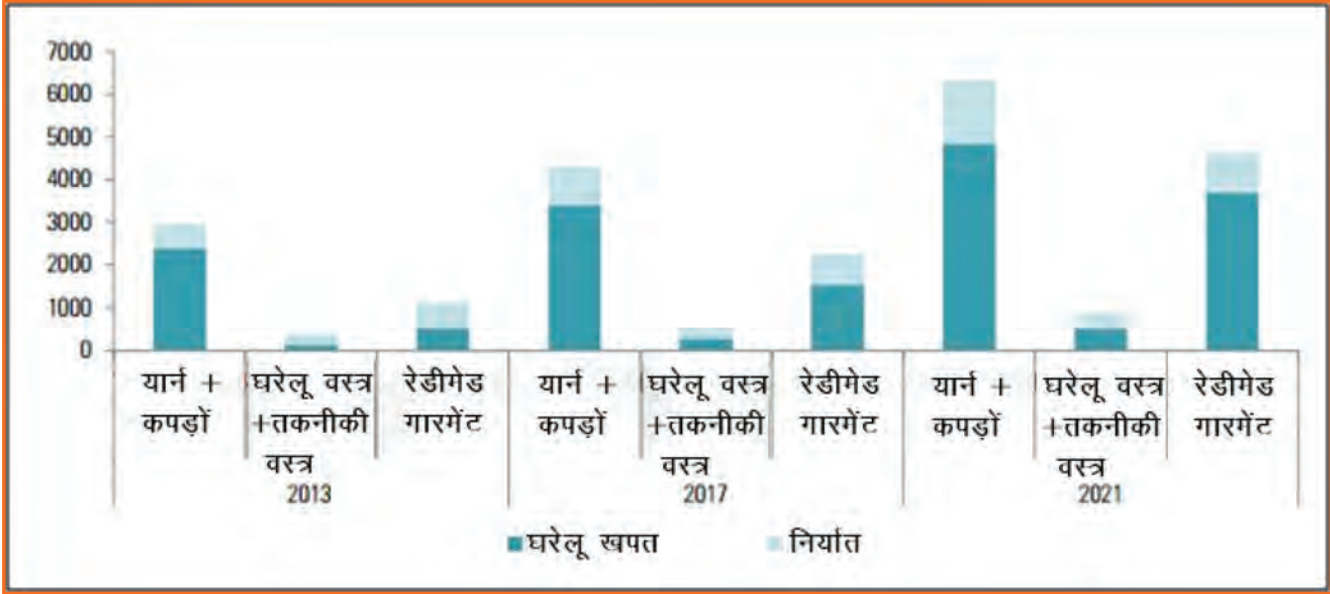
mRi kn	nfu; k eady fu; kZ	i zdk vāknrk			Hkj r dk ; kxknku		vU; çfrLi / HZns k
		nšk	'ks j vls eš;	Jf. k ka	'ks j vls eš;	Jf. k ka	
परिधान	193400159	चीन	61224360 (31.65%)	1	7429975 (3.8%)	7	इटली, बांग्लादेश, हांगकांग, वियतनाम
गृह सज्जा कपड़ा	55921991	चीन	24015853 (42094%)	1	3973042 (7.10%)	2	

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 है। 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

6-4: सकारात्मक दृष्टिकोण का विकास

6-4-1: सकारात्मक दृष्टिकोण



सकारात्मक दृष्टिकोण का विकास करने के लिए:

1. एक सकारात्मक दृष्टिकोण और व्यवहार का विकास कर पाएंगे
2. लक्ष्य निर्धारण करना समझ पाएंगे
3. काम पर टीम की सहभागिता के लिए प्रेरित हो जायेंगे
4. संबंधों का प्रबंधन करने के लिए सक्षम हो जाएंगे
5. तनाव और क्रोध प्रबंधन कौशल के बारे में जान जायेंगे
6. नेतृत्व के गुण विकसित करने के बारे में जान जायेंगे

6-4-1: सकारात्मक दृष्टिकोण

पारस्परिक कौशल विकास हमारे दैनिक जीवन के विभिन्न तत्वों का मिश्रण है जो की दूसरों के मन में हमारी छाप बनने के लिए एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह हमारे भीतर से शुरू होता है। पारस्परिक कौशल विकास की भूमिका यह होती है की यह हमें हमारे नजरिये और कार्यों के विकल्प चुनने में सहायता करता है। यह हमें निम्नलिखित प्रश्न समझने में सक्षम बनता है:

- अभी हम कहाँ हैं?
- परिवर्तन और विकास सफलतापूर्वक कैसे हो सकता है?
- हम कैसे अपना दृष्टिकोण बदलकर, जो परिणाम चाहते हैं वह पा सकते हैं और काम व निजी जीवन में अधिक प्रभावी हो सकते हैं? उचित प्रतिक्रिया और

विकल्प चुन कर हम अपने कार्य और उसके वातावरण के कई पहलुओं को नियंत्रित करना सीख सकते हैं।

सकारात्मक दृष्टिकोण के लक्षण

- सकारात्मक रवैया
- प्रेरणा
- लक्ष्य की स्थापना
- टीम वर्क
- संबंध प्रबंधन
- शिष्टाचार
- तनाव और क्रोधप्रबंधन
- युद्ध वियोजन

6-4-2: सकारात्मक दृष्टिकोण

सकारात्मक दृष्टिकोण के लक्षण

- हमारा दृष्टिकोण ...
- स्थितियों और दूसरों के प्रति हमारा दृष्टिकोण
- वह भावनाएँ जो हम दूसरों के प्रति व्यक्त करते हैं।
- हमारा रवैया सकारात्मक और उम्मीद भरा होना चाहिए



चित्र 6.4.1: सकारात्मक रवैया

सकारात्मक दृष्टिकोण

- नसीब उन्हीं का साथ देता है जो खुद की मदद करते हैं

- कार्य होने का इंतजार मत करो, उन्हें खुद करो
- नकारात्मक प्रवृत्तियों से दूर रहो
- जो काम करना है उसे पसंद करना सीखें

सकारात्मक रवैया निम्नलिखित तरीके में पता चलता है:

- सकारात्मक सोच
- रचनात्मक काम
- रचनात्मक सोच

- आशावाद
- लक्ष्यों को पूरा करने के लिए प्रेरणा और ऊर्जा
- खुशी का एक दृष्टिकोण

सकारात्मक रवैये से खुशी और उसी के साथ-साथ सफलता भी मिलती है। सकारात्मकता न केवल आपको और दुनिया को देखने के आपके नजरिये को प्रभावित करती है बल्कि यह काम के माहौल और आपके आस-पास के लोगों को भी प्रभावित करती है

6-4-2-1 xkt j] vMsvl\$ d,Qh chU dh dgkuh

राजू एक फैक्ट्री में पर्यवेक्षक के रूप में काम करता है। एक बार उसने अपनी निराशा के बारे में अपने दोस्त प्रशांत से बात की, जो फैक्ट्री के कर्मचारियों के लिए एक कैंटीन चलाता है।

“प्रशांत, मैं अपने काम से संतुष्ट नहीं हूँ। जब भी मैं एक प्रश्न सुलझाता हूँ, दूसरा सामने आ जाता है। परेशानियाँ कभी खत्म ही नहीं होतीं। मैं काफी तंग हो चुका हूँ और नौकरी छोड़ना चाहता हूँ।”

प्रशांत ने कुछ नहीं कहा। उसने चुपचाप एक स्टोव पर तीन बर्तनों में पानी डालकर रख दिया। उसने एक बर्तन में गाजर रखे, दूसरे में कुछ अंडे रखे और तीसरे में कॉफी बीन्स रखीं। बर्तनों में जो पानी था वह उबलने लगा।



चित्र.6.4.2: गाजर, अंडे और कॉफी बीन्स की कहानी

राजू सोचने लगा यह क्या हो रहा है! “ओहो, यहाँ मैं अपनी परेशानियाँ बता रहा हूँ और यह अनपढ़ बावर्ची अपना काम करने में व्यस्त है!”

कुछ देर बाद, प्रशांत ने स्टोव बंद कर दिया और गाजर, अंडो, और बीन्स को अलग-अलग कटोरियों में रख दिया इसके बाद उसने कहा, “मेरे दोस्त, तुम्हें यहाँ क्या दिख रहा है?” राजू ने गुस्से से कहा, “गाजर, अंडे और कॉफी”

प्रशांत ने कहा, “बेशक! अब आओ और एक-एक करके इन सब को महसूस करो।” “हे भगवान! तुम क्या साबित करना चाहते हो?” अपने गुस्से पर काबू करते हुए राजू ने कहा। “गाजर नरम हो गए हैं

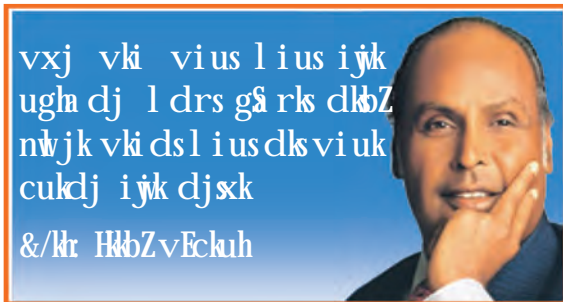
अंडा अपनी खोल के भीतर से उबलकर कठोर हो गया है और कॉफी अधिक सुगंधित हो गई है।” “बिल्कुल सही” प्रशांत ने कहा “इनमें से प्रत्येक को एक जैसा तापमान दिया गया, परन्तु प्रत्येक की प्रतिक्रिया अलग-अलग है।” गाजर जो पहले बहुत ही कठोर था वह नरम और कमजोर हो गया। अंडा अपने पतले बाहरी खोल के कारण बहुत ही नाजुक था, लेकिन उबलने के बाद वह कठोर हो गया और उसके भीतर का तरल भाग उबल कर कठोर हो गया। लेकिन कॉफी बीन अद्वितीय हैं। पानी में उबलने के बाद, वह और भी मजबूत और बहुमूल्य हो गई हैं। तो अब मेरे दोस्त, मुझे बताओ की तुम गाजर हो, अंडे हो या कॉफी बीन हो? तुम कठिन परिस्थितियों में किस तरह की प्रतिक्रिया देते हो? क्या तुम गाजर जैसे हो जो दिखने में तो कठोर है परन्तु थोड़ी सी कठिनाइयों से ही नरम और कमजोर हो जाता है? क्या तुम वह अंडा हो जो कोमल हृदय के साथ पैदा होता है लेकिन कठिन या कड़वे अनुभवों के साथ कठोर और मजबूत बन जाता है? या क्या तुम कॉफी बीन की तरह हो जो अत्यंत कठिनाइयों और परेशानियों के बाद और अधिक मजबूत और कठोर हो जाती है और अपनी चरम क्षमता तक पहुँच जाती है? जब चीजें बदतर हो जाती हैं तब आप बेहतर हो जाते हैं।

“धन्यवाद प्रशांत! तुमने मेरी आँखें खोल दीं। मैं पूरा प्रयास करूँगा।”

6-4-2-2 दण्ड 1 Qy ylx

रजनीकांत रचयिता का जीवन

जूनागढ़ में एक मध्यम वर्गीय परिवार में जन्में, एक स्कूल शिक्षक के बेटे। उनकी माँ उनके पिता की आय से बड़ी मुश्किल से घर चलाती थी, वह उन्हें कुछ पैसे कमाने के लिए कहती रहती। उस पर वो कहते, “पढ़िया, पढ़िया सुनो...पैसा नो तो धांग्लो करीस...” बस यह दिखाने के लिए की वह कितने गंभीर हैं, उन्होंने एक बार स्थानीय थोक विक्रेता से उधार पर एक मूंगफली के तेल का डिब्बा



चित्र.6.4.3: धीरुभाई अम्बानी – रिलायंस के संस्थापक

लाया और रास्ते के किनारे पर बैठकर तेल बेचा, जिससे कुछ पैसे का लाभ हुआ जो उन्होंने अपनी माँ को दिए। बाद में, सप्ताहांत पर जब स्कूल की छुट्टी होती थी तब गाँव के मेले में प्याज और आलू के चिप्स का ठेला लगाना शुरू किया। जब वह बड़े हो गए, तो वो बहुत कम पैसे के साथ मुम्बई आए और दो कमरों की चॉल में अपने परिवार के साथ रहने लगे।

बुनस यक्षक 1 s vki us D; k l h[k

.....

.....

.....

.....

इस कहानी से आपने क्या सिखा?

.....

.....

जि उहलर%rfey fl usek ds gljks

- हीरो और हजारों लोगों के लिये भगवान के समान
- वास्तविक नाम शिवाजी राव गायकवाड़
- एक बस कंडक्टर से सुपर स्टार



चित्र.6.4.4: रजनीकांत: तमिल सिनेमा के सुपर हीरो

वर्णन त हो:

- गरीबी से प्रेरित, बहुत संघर्ष से गुजरे
- कोई शिक्षा नहीं एक बस कंडक्टर के रूप में काम किया
- बस में सवारियों का मनोरंजन करता था
- तमिल सिनेमा में एक मौका मिला
- सुपर हीरो बनने के लिए मन से काम किया

6-4-3 y{; LFki uk

लक्ष्य स्थापित करना अपने आदर्श भविष्य के बारे में सोचने की एक शक्तिशाली प्रक्रिया है। लक्ष्यों को स्थापित करने की प्रक्रिया आपको यह चुनने में मदद करती है की आपको कहाँ पहुँचना है।

लक्ष्य निर्धारण में एक विशेष लक्ष्य की स्थापना, उसे मापना प्राप्त करना और यथार्थवादिता शामिल है। लक्ष्य निर्धारण लोगों को उनके काम करने की ओर ले कर जाता है। लक्ष्य प्रेरणा का एकरूप है कि प्रदर्शन के साथ आत्म संतुष्टि के लिए मानक सेट करते हैं। किसी के द्वारा अपने लक्ष्य को प्राप्त करना सफलता का एक पैमाना है और नौकरी में चुनौतियों का सामना करना एक रास्ता है जिसकी सफलता को कोई कार्यस्थल पर माप सकता है।



चित्र.6.4.5: लक्ष्य निर्धारण

SMART y{; fu/kkjr dlft ; s

- एस (S): विशेष
- एम (M): मापने योग्य
- ए (A): उपलब्धि
- आर(R): महत्वपूर्ण
- टी(T): समय सीमा

igpku:

- आप क्या प्राप्त करना चाहते हैं,
- आपको अपने लक्ष्य पर कहाँ ध्यान देना है
- उन चीजों को भी पहचानिये जो आपका ध्यान आपके लक्ष्य से हटा सकती हैं

igys , d *cMh rLolj** cubZs ¼kus okys 10 l ky½

- बड़े-स्केल के लक्ष्यों को पहचानिये जो आप प्राप्त करना चाहते हैं।
- फिर इनको छोटे-छोटे लक्ष्यों में बांटिये जिससे की आप अपने जीवन के लक्ष्यों तक पहुँच पायें।
- एक बार यदि आपकी योजना बन गयी है तो, आप इस पर काम करना शुरू कर दीजिये ताकी आप अपने लक्ष्यों को प्राप्त कर सकें।

fdl h ds Hh fy; s y{; fu/kk.k cgq egRbi wZ gSD; k&d%

- लक्ष्य ध्यान को संकीर्ण करते हैं और हम लक्ष्यों से सम्बन्धित गतिविधियों के लिए सीधे प्रयास करते है।
- लक्ष्य ज्यादा प्रयत्न की और ले कर जाते है।
- किसी को भी अपना लक्ष्य प्राप्त करने के लिये अपनी असफलताओं पर भी काम करना होता है
- यह व्यवहार का विकास करता है और उनमे परिवर्तन लाता है

y{; k&dk fu/kk.k

अपने जीवन के महत्वपूर्ण क्षेत्रों को एक अच्छी कवरेज देने के लिये अपने जीवन की महत्वपूर्ण श्रेणियों के क्षेत्रों में लक्ष्यों का निर्धारण कीजिये। जैसे की:

- **dsj ; j**: आप अपने कैरियर के कौन से स्तर पर पहुँचना चाहते है या आप कहाँ पहुँचना चाहते हैं?
- **/ku**: आप कितना कमाना चाहते हैं, किस स्टेज तक? यह आपके कैरियर के लक्ष्यों से कैसे सम्बन्धित है
- **f'kkk** क्या ऐसी कोई विशेष जानकारी है जो आप अपने जीवन में हासिल करना चाहते हैं ? कैसी जानकारी और कौशल के आपको जरूरत है अपने लक्ष्य को प्राप्त करने के लिये?
- **ifjokj%** आपका जीवनसाथी और आपके परिवारजन आपको किस तरह से देखते हैं ?
- **LokLF ;** क्या आप बुढ़ापे में अच्छा स्वास्थ्य चाहते हैं ? इसको प्राप्त करने के लिये आप कौन से कदम उठा रहे हैं ?



चित्र .6.4.7: टीम का कार्य



The ds l nL; lkd k ; g l h[kus dh t : jr gS

- एक दुसरे की सहायता कैसे करनी है।
- उनकी असली क्षमता को पहचानना।
- ऐसे वातावरण का निर्माण करना जिसमें हर एक अपनी क्षमता से उपर उठकर काम कर सके।

The xfr' hlyrk ds rRo:

- सहनशक्ति और सहयोग
- जाति, धर्म, पेशे की भावनाओं को उपर उठना
- एक दुसरे का साथ देना
- हर एक की शक्ति को पहचानना
- कौन क्या कर सकता है

एक टीम में व्यक्तिगत लाभों और खासकर गद्दारों के लिए कोई जगह नहीं होती:

- एक अकेला आदमी एक बहुत बड़े काम को अकेला नहीं सम्भाल सकता।
- बड़े और कठिन कार्यों को टीम के साथ सामूहिक प्रयास के माध्यम से पूरा किया जा सकता है।
- एक टीम में, टीम के सदस्यों को समानरूप से अच्छे और बुरे समय के दौरान एक दूसरे से खड़े रहना चाहिये।
- एक आम लक्ष्य की दिशा में एक साथ काम करना
- कार्य को बाँटना और बोझ को साँझा करना
- दूसरों की सहायता करना व सहायता प्राप्त करना

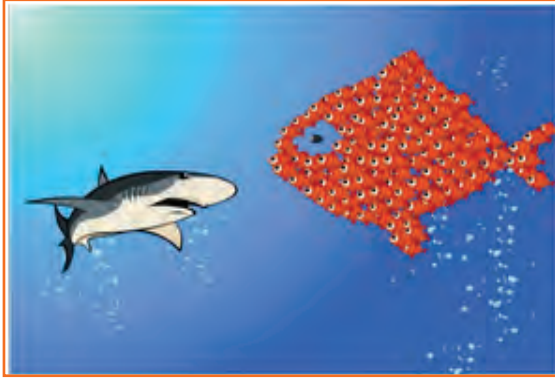
6-4-4-1 dgkul%NkWh eNyh v[cMh eNyh

एक लाल मछलियों का छोटा सा झुण्ड समुन्दर में रहता था. उनमे से एक मछली थोड़ी सी अलग थी. उसका नाम था स्विमी और उसका रंग कला था. स्विमी उस समूह की सबसे तेज तैरने वाली मछली थी. मछलिया समुन्दर में आसपास घूम कर खाना ढूँडती थी. एक दिन जब वो दोपहर का खाना ढूँड रही थी, स्विमी जो की सबसे बहुत आगे थी उसने एक बड़ी मछली को उनके तरफ आते देखा. बड़ी मछली भी अपना खाना यानि छोटी मछलिया ढूँड रही थी। स्विमी डर गयी. अगर बड़ी मछली उनके झुण्ड को देखती है तो सब मछलियों को खा जाएगी. स्विमी ने दिमाग पर थोडा जोर दिया और उसे एक तरकीब सूझी. वो तुरंत अपने झुण्ड के पास गयी और उन्हें बड़ी मछली के बारे में बताया, साथ में उसका खाना बनने से बचने की तरकीब भी बतायी.



चित्र 6.4.8(A): छोटी और बड़ी

जब बड़ी मछली उनके पास आयी तब उस ने एक उससे भी बड़ी मछली को अपना बड़ा सा मुह खोले उसकी तरफ तेजी से आते हुए देखा तो वो डर गयी. इस डर से की



चित्र 6.4.8(B) छोटी और बड़ी मछलियाँ

कही वह खुद उसका खाना ना बन जाये बड़ी मछली उल्टा भाग गयी. अगर उसने ध्यान से देखा होता तो उसे पता चलता की जो उस से भी बड़ी मछली थी वह

6-4-5 l EcUk ççaku

हम सबका अलग व्यक्तित्व , चाहते और जरूरतें होती हैं और अपनी भावनाओं को दिखने के अलग तरीके होते हैं जो हमारे चारों ओर के लोगों को प्रभावित करते हैं

हम सबका अलग अलग व्यक्तित्व होता है. अलग अलग चाहते, अलग अलग जरूरतें और अपनी भावनाये प्रकट करने के विभिन्न तरीके होते हैं मित्रतापूर्ण कर्मचारी अच्छे संचारक, अधिक उत्पादक और बाकी कर्मचारी और सहकर्मियों के लिए अधिक भरोसेमंद होते हैं।



चित्र 6.4.9: सम्बन्ध प्रबंधन

6-4-6 f' K'Vkpki

शिष्टाचार, सामाजिक और कार्यालयीन जीवन में सही या स्वीकार्य व्यवहार के रिवाज और नियम होते हैं. इसमें आगे दी हुयी बातें शामिल होती हैं:

दरअसल छोटी छोटी लाल मछलियों ने बड़ी मछली उल्टा भाग गयी. अगर उसने ध्यान से देखा होता तो उसे पता चलता की जो उस से भी बड़ी मछली थी वह दरअसल छोटी छोटी लाल मछलियों ने मिलकर पास पास आकर बनाया हुआ आकार था जो की एक बड़ी मछली की तरह दिख रहा था. और छोटीसी स्विमी उस बड़ी मछली की आँख बनी हुयी थी!

इस खानी से आपको क्या शिक्षा मिलती है?

.....

हमारे आसपास के लोगों के साथ संबंधों में सुधार के लिए सुझाव:

- आप का लोगो के प्रति व्यवहार देखिये। जैसे की क्या आप सारी बातें जानने से पहले किसी निष्कर्ष पर पहुँच जाते हैं
- ईमानदारी से देखो तुम कैसे सोचते हैं और अन्य लोगों के साथ कैसे बातचीत करते हैं
- काम के माहौल को देखो। आप उपलब्धियों के लिए ध्यान चाहते हैं या दूसरों को मौका देते हैं
- अपनी कमजोरियों को साहस के साथ पहचानें और उनको दूर करने के लिये काम करें
- अपने कार्यों की जवाबदेही लें
- अगर आप किसी की भावनाओं को आहत करते हैं तो सीधे जा कर माफी मांगें

l dkjRed çHko cukuk

- जब लोग आपसे बातें कर रहे होते हैं तब सीधे खड़े रहिये, नजर से नजर मिलाकर रखिये और चेहरे पर एक सच्चाईभरी मुस्कान रखिये
- संगठन द्वारा निर्धारित ड्रेस कोड का पालन करें

- जब किसी से पहली बार मिल रहे हो तब कोमलता पर दृढ़ता से हाथ मिलाइये
- रोज काम पर जल्दी आईये

वकि दक यल्ला ds l kfk Q, ogkj dS k gS

- सोचिये आप अपने पर्यवेक्षक और सहकर्मियों के साथ कैसा व्यवहार रखते हैं।
- कार्यालय में लोगो के महत्त्व पर कोई निर्णय न बनाये।
- कार्यालय में लोगो के व्यक्तिगत जीवन का सम्मान करे।

dk; ZFky ij l okn

- कार्यक्षेत्र पेशेवर और साफसुथरा रखें।
- कार्यालय में लोगो के काम में बाधा न डाले।
- निजी फोन, खासकर जब आप एक विनिर्माण यूनिट में काम कर रहे हैं सीमित रखे।

काम के शिष्टाचार किसी को काम करते हुए आने वाली समस्याओं सामना चाहे वो कितनी भी छोटी हो कैसे किया जाये यह सिखाती है। यह सहकर्मियों के साथ बातचीत को भी लागू होते हैं

dk dh ulfr

काम की नीतिया कड़ी मेहनत और विनम्रता के मूल्य होते हैं। काम की नीतियों में आगे दी हुयी बाते होती हैं:

- **vuqkl u:** आपके रोजमर्रा के काम करने के लिए प्रतिबद्धता की जरूरत होती है। सिर्फ अनुशासन से

6-4-7 ruko vlS ØkK çaku

क्रोध एक सामान्य और स्वस्थ भाव है। जो लोग अपने गुस्से को काबू में नहीं रख पाते उनके लिए गुस्से का प्रबंधन करना कठिन होता है। अनसुलझे गुस्से से बहुत सी स्वास्थ्य समस्याए होती है जैसे की उच्च रक्तदाब, दिल की बीमारी, नैराश्य, चिंता, सर्दी जुकाम और पाचन से सम्बंधित समस्याए

अगर आपकी दिल की धड़कने तेज होती है और आप जल्दी जल्दी साँस लेते हैं, कंधो में तनाव या मुट्टिया भींचना यह आपके शरीर के गुस्सा दिखाने के चिन्ह है।

ही कोई अपने लक्ष्य पर निश्चित रह सकता है और अपना काम पूरा करने के लिए दृढ़ होता है।

- **dk ds çfr çfr) rk** काम के प्रति प्रतिबद्धता की मजबूत भावना किसी का काम करने का तरीका और काम की मात्रा पर प्रभाव डालती है। जब कोई काम के प्रति प्रतिबद्ध होता है तब वह रोज वक्त पे आता है, पूरी मेहनत से काम करता है और अपना सारा कौशल्य लगाकर काम पूरा करता है।
- **l e; fu" Bk** यह दर्शाता है की आप काम के प्रति समर्पित हो, काम में रुचि रखते हो और जिम्मेदारी निभाने के लिए सक्षम हो। समयनिष्ठ होना व्यावसायिकता और वचनबद्धता का परिचय देता है।
- **Lokfero vlS ft Eenkjh** स्वामित्व और जिम्मेदारी कर्मचारी के काम के सभी पहलुओ में होते हैं। सहकर्मी कर्मचारियों की ईमानदारी से प्रतिक्रिया देने की क्षमता का आदर करते हैं। पर्यवेक्षक उच्च स्तरीय मानकों पर निर्भर होते हैं, उन पर कर्मचारियों का भरोसा होता है और कर्मचारी उन्हें परेशान नहीं करेंगे।
- **mR-rkV çkr djus ds fy, ç; kl djuk** खुद को अपने कार्यक्षेत्र के नए उन्नतिया और ज्ञान से अवगत रखिये। अपने पेशे में उन्नती के लिए नए कौशल्य, तकनीकिया और तरीके सीखिये

अच्छी कार्यनीति का प्रदर्शन करने वाले ही उच्च पद, अधिक जिम्मेदारी और पदोन्नति के लिए चुने जाते हैं। वो कर्मचारी जो काम में अच्छा प्रदर्शन नहीं कर पाते हैं। उन्हें अक्षम और अपने वेतन को पूरा न्याय न दे पाने वाला माना जाता है



चित्र 6.4.10: तनाव प्रबंधन

अपने आप को शांत करने के उपाय कीजिये. एक बार आप अपने गुस्से के चिन्हों को समझ गए तो आप उसके लिए आसानी से उपाय कर सकते हैं।

geškk ; kn j [k]

- अनावश्यक तनाव से बचें, न बोलना सीखें और अपने आसपास के वातावरण का नियंत्रण करना सीखें।



चित्र 6.4.11: गुस्सा प्रबंधन

- अपनी भावनाएँ प्रदर्शित करें न की उन्हें मन में दबाये रखें।
- अन चीजों को स्वीकारें जिन्हें आप बदल नहीं सकते।
- माफ करना सीखें।
- गुस्सा खतरे से केवल एक अक्षर पीछे है।
- गुस्सा जिंदगी और रिश्तों का नाश कर देता है।
- दुसरे के नजरिये से भी देखें।
- तुरंत प्रतिक्रिया न दें।
- आप जो कुछ भी कहना या करना चाहते हैं उसे कुछ सेकेंड्स के लिए टाल दीजिये।
- गहरी सांस लें।
- जब आप शांत हो जायें तब बोलें।

6-4-8 l 2k'kZdk l ek/ku

l 2k'kZD; k gk'k gS

ऐसी समस्या या परिस्थिति जो की समझने या सुलझाने के लिए कठिन हो

geaerHm l q>kus dh D; k t : jr gS

- अगर कोई समस्या सही वक्त पर नहीं सुलझाई गयी तो वह स्थिति भड़क सकती है।
- अनिर्णीत समस्या एक कैसर की तरह होती है जो धीरे धीरे फैलती है और जिंदगी के अन्य अंगों में भी फैल जाती है।
- अनिर्णीत समस्याएं जिंदगी में कडवापन और नैराश्य का स्तर बढ़ाती हैं।
- वो गलत आदतों को प्रोत्साहित करती हैं। जैसे की किसी की चुगली करना, गप्पे लडाना आदि।
- समस्याओं में फंसे लोग अपने लक्ष्य से हट सकते हैं, और अपने चरित्र को अच्छा रखने के बजाय एक दुसरे के चरित्र को लक्ष्य कर सकते हैं।

l eL; k dS s l q>k s

1. ठहरिये . . .

इससे पहले की आप अपना आप कह दें और परिस्थिति को ओर भी बुरा कर दें।

2. बोलिय . . .

आपको क्या समस्या लग रही है? इस मतभेद का क्या कारण है? आप क्या करना चाहते हैं?

3. सुनिये . . .

बाकी लोगों के विचारों और भावनाओं को.

4. सोचिय . . .

ऐसा उपाय जिससे आप दोनों संतुष्ट हों।

अगर फिर भी आप सहमत नहीं हैं तो किसी और की मदद लीजिये

6-4-9 urRo dKky

प्रभावी ढंग से नेतृत्व करने की क्षमता कई महत्वपूर्ण कौशलों पर निर्भर है। यह कौशल नियोक्ताओं द्वारा अनुसरण किए जाते हैं, क्योंकि वह कई लोगों से इस तरह व्यवहार करते हैं जिससे प्रेरणा, उत्साह और सम्मान मिले। कुछ ऐसे गुण जो एक अच्छे नेता के पास होने चाहिए:

- **bekunjh** यदि आप इमानदार और नैतिक व्यवहार करते हैं तो आपकी टीम उसका पालन करेगी।
- **dke l kaus dh {kerk** उपयुक्त व्यक्ति को काम सौंपना यह एक बहुत ही जरूरी कौशल है जो विकसित होना चाहिए। काम सौंपने की कुंजी है टीम की मुख्य ताकत को पहचानना और उसका लाभ उठाना।
- **vPNk l pjk dKky:** स्पष्टरूप से संवाद करना बहुत ही महत्वपूर्ण है।
- **vRefo'okl :** कठिन समय में भी टीम का मनोबल उच्च रखना जरूरी है।
- **çfrc) rk** यदि आप चाहते हैं की आपकी टीम अकड़ी मेहनत करे और गुणवत्ता दे तो आपको अपनी टीम के लिए उदाहरण के रूप में नेतृत्व करना चाहिए।
- **l dljRed -f'Vdsk** टीम को कंपनी की निरंतर सफलता की ओर प्रेरित करना।
- **jpukRedrk** कठिन परिस्थितियों में निर्धारित कारवाई से हटकर समाधान ढूँढने की क्षमता होनी चाहिए।
- **fu. kZ d cu%** अनपेक्षित के लिए तैयार रहें और कोई भी चीज आपको चौंकाएगी नहीं। अगर आप ये सोच के चलते हैं की किसी विशेष कार्य में गलती

होगी तो आप सुधारात्मक कारवाई पर आत्मविश्वास के साथ निर्णय ले सकेंगे।

- **cMs dke ij /; ku na** अपने विभाग के लिए दीर्घकालीन रणनीतियों की योजना करें और उन्हें पर्यवेक्षकों और स्टाफ सदस्यों तक पहुंचाएं। यथार्थवादी और औसत दर्जे के व्यक्तिगत और टीम लक्ष्य निर्धारित करें और अपनी उम्मीदें बड़ी अपेक्षाओं के साथ पहुंचाएं।

, d usrk dS scua

- अवसरों पर कार्य करने के लिए पहल करें। अन्य लोग आपको एक नेता की तरह देखें इससे पहले ही एक नेता बन जाएं
- अपने उद्देश्यों और प्राथमिकताओं की जिम्मेदारी लें
- मुश्किल परिस्थितियों में भी करने में समर्थ होने का रवैया दिखाएँ। अन्य लोगों को समस्या पारित करने की बजाय उसे हल करने का प्रयास करें
- जब कार्य करने के लिए कहा जाए तब कुछ अधिक देने का प्रयास करें। काम के विवरण से अधिक दें
- उत्साह दिखाएँ
- समस्याओं का स्वामित्व लें। संभावित समस्याओं का पूर्वानुमान लगाएँ, पहले से ही कार्रवाई करें और समस्याओं को सुलझाने के लिए जल्द काम करें
- जिस तरीके से काम किया जाता है उसमें सुधार लाएँ
- नए तरीकों का विकास करें। अभिनव सोच को महत्त्व दें
- नए कौशल सीखें जिससे क्षमता में वृद्धि होगी

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

; ds ml\$;

bl ; dh l ekir ij vki fuufyf[kr eal {le 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 egB%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:

- **क्लिकेड त क्दुक्ल%** 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 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 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 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'kd l l.Fku%** 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 अपने 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?

9-6-1-1-1 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 bdkÃ vo/kkj. 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।
- राजस्व: 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।

व्यापार के प्रकार

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

- $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}} \times 100$ यह कंपनी की संपत्ति जो वह अपने व्यापार का संचालन करने के लिए उपयोग करती है का मूल्य है।
 $\frac{\text{व्यय}}{\text{आय}} \times 100$ परिसंपत्ति = दायित्व + मालिक की इक्विटी
- $\frac{\text{लाभ}}{\text{राजस्व}} \times 100$ कंपनी का लाभ है।
 सूत्र: शुद्ध आय = राजस्व – व्यय
- $\frac{\text{कुल लागत}}{\text{कुल राजस्व}} \times 100$ यह वह बिंदु है जब कंपनी को लाभ या हानि नहीं होगी। कुल लागत और कुल राजस्व के बराबर हैं।
 $\frac{\text{कुल लागत}}{\text{कुल राजस्व}} \times 100$ ब्रेक इवन = निर्धारित लागत/बिक्री मूल्य – प्रति इकाई परिवर्तनीय लागत
- $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल देनदारियाँ}} \times 100$ यह एक कंपनी की तरलता स्पष्ट करता है।
 $\frac{\text{कुल राजस्व}}{\text{कुल देनदारियाँ}} \times 100$ नकद अनुपात = कैश/मौजूदा देनदारियाँ

- $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ 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।
 $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ लाभ मार्जिन = शुद्ध आय/बिक्री

- $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ 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।
 $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ ऋण-इक्विटी अनुपात = कुल देनदारियाँ/कुल इक्विटी

- $\frac{\text{कुल लागत}}{\text{कुल राजस्व}} \times 100$ यह बेचे जाने वाले उत्पाद या सेवा निर्माण के लागत का कुल योग है।
 $\frac{\text{कुल लागत}}{\text{कुल राजस्व}} \times 100$ बेचे गए माल की लागत = सामग्री की लागत/इनवेंटरी – आउटपुट की लागत

- $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ यह आम तौर पर एक प्रतिशत के रूप में दिखाया जाता है। यह निवेश के मुनाफे की गणना मूल लागत का एक प्रतिशत समझ कर करता है।
 $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ आरओआई = शुद्ध लाभ/कुल निवेश * 100

- $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ यह वह पैसा है जो आप शुरू में कुछ पैसे (प्रिसिपल) निवेश करके कमा सकते हैं।
 $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ A = पी (1 + आर टी); आर = आर * 100 कहा पे%

- $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ 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)

- $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ यह एक ऋण या जमा की मूलधन पर ब्याज की राशी की गणना करता है।
 $\frac{\text{कुल देनदारियाँ}}{\text{कुल इक्विटी}} \times 100$ $A = P (1 + R/N)^{NT}$

- 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 vls 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



- 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 rR

1- dk Zlkj h l kj 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

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 vls 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 vlf 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 रणनीति: 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 रणनीति: 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 चैनल: ये थोक व्यापारी, खुदरा विक्रेता, वितरक और यहां तक कि इंटरनेट भी हो सकते हैं।
- संचार रणनीति: इन रणनीतियों को लिखा जा सकता है (ई-मेल, टेक्स्ट, चॉट), मौखिक रणनीतियाँ

(फोन कॉल, वीडियो चॉट, 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 रणनीति: इस रणनीति का लक्ष उद्यम का राजस्व बढ़ाने पर केंद्रित होता है।
- अपने बिक्री गतिविधियों का विश्लेषण: इसका मतलब है अपने उत्पादों या सेवाओं को कैसे बेचना चाहते हैं उसे स्पष्ट करना – 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 vuglšk

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, रणनीतियां 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 देनदारियां घटाएँ जैसे (ऋण, क्रेडिट कार्ड आदि की लंबित राशी जैसी देनदारियां) 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।

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 çñ foùk dsfy, çfØ; k avkš vks pkj drk %bdk dsm'šk

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 foùk fy, çñ'a d" d@ul h t kudkj h nsuh pkfg, **

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 lek, 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 çñ'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 आवश्यकता हो सकती है। संपत्ति और देनदारियों की सूची की भी आवश्यक हो सकती है।

vkkkz flkfr

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

xkj/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 978-93-87532-49-6



9 789387 532496