



शान हो, सम्मान हो, अभिमान हो

महिला सुरक्षा, सशक्तिकरण एवं जागरूकता
अभियान तथा कौशल क्षमता विकास प्रशिक्षण

खण्ड-2

महिला कौशल एवं उद्यमिता विकास

सबल-सफल-सुरक्षित



सूक्ष्म, लघु एवं मध्यम उद्यम तथा निर्यात प्रोत्साहन विभाग, उ.प्र.

upicon
U.P. INDUSTRIAL CONSULTANTS LTD.



CM Helpline

 **1076**

CALL 108

EMERGENCY

• MEDICAL • POLICE • FIRE

CALL 102

AMBULANCE

• PREGNANCY • INFANT • DROP BACK



**CHILD
LINE**

1098
NIGHT & DAY



ELDER LINE

NATIONAL HELPLINE FOR SENIOR CITIZENS



Call Toll-Free

14567

विषय सूची

क्रम	विवरण	पृष्ठ सं.
1	परिचय	4
2	उद्यमिता और भारत में महिला उद्यमी	5
3	उद्यमियों के गुण व चुनौतियां	7
4	स्वरोजगार के अवसर	9
5	औद्योगिक सम्भाव्यता एवं उत्पाद चयन	11
6	बाजार के लिए परिचय	17
7	विपणन मिश्रण या मार्केटिंग मिक्स	18
8	डिजिटल साक्षरता	19
9	ई-मार्केटिंग	20
10	औद्योगिक प्रबंधन	22
11	बुक कीपिंग, लाभ हानि खाता एवं बैलेंस शीट	33
12	बाजार सर्वेक्षण – आवश्यकता एवं महत्व	41
13	BC सखी योजना	45
14	सिलाई	46
15	ब्यूटी पार्लर	54

महिला कौशल एवं उद्यमिता विकास

उत्तर प्रदेश सरकार द्वारा चलाये जा रहे मिशन शक्ति अभियान का उद्देश्य महिलाओं तथा बालिकाओं में जन जागरूकता पैदा करना, स्वावलंबी बनाना, उनके प्रति हिंसा करने वाले लोगों की पहचान उजागर करना, उनमें सुरक्षित परिवेश की अनुभूति कराना है। मिशन के अंतर्गत महिलाओं और बच्चों से सम्बंधित मुद्दों पर जागरूक करने का लक्ष्य निर्धारित किया गया है। महिलाओं एवं बालिकाओं की सुरक्षा, सम्मान एवं स्वावलंबन के लिए शासन द्वारा इस अभियान के अंतर्गत कई प्रकार के कार्यक्रमों का आयोजन किया जाता है।

मिशन शक्ति के इन्हीं उद्देश्यों को महिलाओं तक पहुँचने के लिए यू.पी. इण्डस्ट्रियल कन्सल्टेंट्स लिमिटेड (यूपीकॉन) द्वारा प्रस्तुत पुस्तक "महिला कौशल एवं उद्यमिता विकास" का निर्माण किया गया है। प्रस्तुत पुस्तिका में महिलायें आर्थिक रूप से सशक्त कैसे हों इसके बारे में विस्तार से बताया गया है। महिला उद्यमिता को किसी भी देश की आर्थिक प्रगति का एक महत्वपूर्ण

साधन माना जाता है। महिला उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए केंद्र और राज्य सरकार भी सस्ती दर पर महिलाओं को ऋण उपलब्ध करा रही है। प्रस्तुत पुस्तक के माध्यम से हम जान पायेंगे कि जब एक महिला उद्यमी किसी रोजगार का सृजन करती है तब वह न केवल खुद आत्मनिर्भर बनती है बल्कि समुदाय में अन्य लोगों के लिए भी रोजगार के अवसर प्रदान करती है। हमारे समाज में महिला उद्यमिता को प्रोत्साहन देने के लिए प्रमुख रूप से पारिवारिक, सामाजिक, औद्योगिक और शैक्षिक क्षेत्रों में बदलाव लाने की आवश्यकता है। यदि महिलाओं की क्षमता को पहचानकर, उनको प्रशिक्षित किया जाए तो वह एक सफल उद्यमी बन सकती हैं। इस पुस्तिका के माध्यम से महिलायें अपना कोई छोटा उद्यम कैसे शुरू करें, ऐसा करने में आने वाली चुनौतियों और जोखिमों को अच्छे से समझेंगी और अपना उद्यम शुरू कर पाएंगी। साथ ही परिवार की आय बढ़ाने के साथ-साथ देश के सकल घरेलू उत्पाद को भी बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएंगी।

उद्यमिता और भारत में महिला उद्यमी

आजीविका पहल से तात्पर्य है कि एक एंटरप्राइज शुरू करना और उसको सफलतापूर्वक चलाना जो कि आजीविका का एक महत्वपूर्ण बिंदु है। एक महिला को उद्यमी बनने तक बहुत सारी चुनौतियों का सामना करना पड़ता है और महिलाओं को बार-बार ऐसे तरीकों और लोगों को खोजते रहना होगा जो उनकी उद्यमिता क्षमता बढ़ाने के लिए प्रेरणा स्रोत हों।

प्रशिक्षण का उद्देश्य

- उद्यमिता पर समझ बढ़ाना जिससे यह समझ बने कि कैसे इससे आर्थिक स्थिति को सुधारा जा सकता है।
- परिवार की आय में महिलाओं की भूमिका स्थापित करना।
- अपने स्वयं के हुनर से अन्य उद्यम गतिविधियों के माध्यम से आय कैसे बढ़ाएं ताकि महिलाओं को आर्थिक रूप से ज्यादा सशक्त बनाया जा सके, इस पर समझ बढ़ाना।
- प्रतिभागियों को उद्यमिता के लिए प्रेरित व प्रोत्साहित करना।

गतिविधियाँ

1. उद्यमिता के विभिन्न पहलुओं पर चर्चा उद्यमिता का अर्थ:

साधारण शब्दों में उद्यमी का अर्थ है कि जो व्यक्ति जोखिम उठाता है तथा संसाधनों की व्यवस्था करता है, उद्यमी कहलाता है तथा वह जो कौशल दृष्टिकोण चिन्तन करता है उसे उद्यमिता कहते हैं।

एक उद्यमी का आशय ऐसे व्यक्ति से है जो व्यापारिक अवसर की पहचान करता है, नये व्यवसाय की स्थापना के लिए आवश्यक कदम उठाता है, व्यवसाय उपक्रम को सफल बनाने के लिए विभिन्न संसाधनों जैसे व्यक्ति सामाग्री और पूँजी को एकत्र करता है और निहित जोखिम व अनिश्चितताओं को वहन करता है।

उद्यमिता का अभिप्राय उद्यमी द्वारा किये गए कार्यों से है। यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक व्यक्ति किसी नए व्यवसाय की स्थापना करता है। उस नए व्यवसाय की स्थापना में निहित विभिन्न कार्यों को करता है। वास्तव में जो कुछ उद्यमी करता है वही उद्यमिता है।

अतः उद्यमिता को निम्नलिखित रूप में देखा जा सकता है:-

- ✓ बाजार में उपस्थित अवसरों को पहचानना एवं प्रयोग करना।
- ✓ नये विचारों को क्रिया में परिवर्तित करना।
- ✓ किसी नये उद्यम को प्रारम्भ करने के लिए प्रवर्तन का कार्य करना।
- ✓ अपने कार्य क्षेत्र में श्रेष्ठतम प्रदर्शन का प्रयत्न करना।
- ✓ निहित जोखिम एवं अनिश्चितताओं को वहन करना।
- ✓ समरूपता लाना।

अतः उद्यमिता का आशय उस कौशल, दृष्टिकोण, चिन्तन, तकनीक एवं कार्यप्रणाली से है, जिसके द्वारा व्यवसाय में निहित अनेक प्रकार की जोखिम एवं अनिश्चितताओं का सामना किया जाता है एवं व्यवसाय को संचालित किया जाता है।

भारत में महिला उद्यमी

महिला उद्यमिता को किसी भी देश की आर्थिक प्रगति का एक महत्वपूर्ण साधन माना जाता है। एक महिला उद्यमी न केवल खुद को आत्मनिर्भर बनाती हैं, बल्कि दूसरों के लिए भी रोजगार का सृजन करती है। भारतीय समाज में महिला उद्यमिता को प्रोत्साहन देने के लिए सामाजिक, पारिवारिक और आर्थिक मोर्चों पर बदलाव लाने की जरूरत है।

कुछ महत्वपूर्ण तथ्य

- आर्थिक सर्वेक्षण 2019-20 से ज्ञात होता है कि इस वर्ष के प्रारंभ में देश की स्टार्टअप कंपनियों में कम से कम एक महिला निदेशक वाली कंपनियों का हिस्सा 43 प्रतिशत ही था।
- गौरतलब है कि **SEBI** के निर्देशानुसार सभी सूचीबद्ध कंपनियों को अपने निदेशक मंडल में कम से कम एक महिला की नियुक्त करना जरूरी है। इससे उनकी संख्या बढ़ी जरूर है, लेकिन इसे उनकी कारोबारी भागीदारी से जोड़कर नहीं देखा जा सकता।
- 2019 के महिला उद्यमी सूचकांक के 57 देशों में भारत का स्थान 52 वाँ रहा है।

- महिला उद्यमियों को आगे लाने के लिए केवल आर्थिक मदद काफी नहीं होती। शिक्षा के बढ़ते आंकड़े भी इस स्थिति में अधिक बदलाव नहीं ला पाए हैं।
- नेशनल सैंपल सर्वे के अनुसार भारत के व्यावसायिक प्रतिष्ठानों में से केवल 14 प्रतिशत प्रतिष्ठान ही महिलाओं द्वारा संचालित है। इनमें से अधिकतर उद्यम स्ववित्त पोषित और छोटे स्तर के हैं।

- लड़कियों की शिक्षा को बढ़ावा देना होगा।
- महिलाओं के लिए कौशल विकास केन्द्र खोलने होंगे। आज भारतीय कार्यबल में प्रत्यक्ष श्रमशक्ति में 40 प्रतिशत और अप्रत्यक्ष श्रमशक्ति में 90 प्रतिशत योगदान महिलाओं का ही है। भारत को एक ऐसे विकास मॉडल की जरूरत है, जो अधिक से अधिक महिलाओं को उनकी योग्यता के अनुरूप उद्यमशीलता के लिए प्रोत्साहित करे।

महिला उद्यमियों की भागीदारी बढ़ाना:

- अगर सरकार की नीतियां सहयोगी बनें व महिलाओं को नवाचार के लिए उचित आर्थिक सहायता मिल सके तो उनका क्षेत्र विस्तृत हो सकता है।
- 'वूमन एंटरप्रेन्योरशिप इन इंडिया की रिपोर्ट के अनुसार यदि महिलाओं में उद्यमशीलता को प्रोत्साहन दिया जाए तो देश में 15 से 17 करोड़ रोजगार के अवसर पैदा हो सकते हैं। इसके लिए आर्थिक और सामाजिक परिदृश्य को बदलना जरूरी है।
- समाज को रूढ़िवादी सोच से बाहर निकलना होगा। महिलाओं को नवाचार से जुड़ी सोच और प्रयासों को बढ़ावा देना होगा।
- लैंगिक भेदभाव को दूर करना होगा।

उद्यमिता के मनोवैज्ञानिक पहलू:

जीवन के सभी उद्यमों में सफलता के लिए स्वयं को दूसरों को प्रभावित करने की क्षमता यानि आत्मप्रभावकारिता अनिवार्य है। किसी व्यक्ति के स्वयं की प्रभावकारिता पर विश्वास को आत्म प्रभावकारिता के रूप में जाना जाता है। उच्च मूल्यांकन क्षमता वाले लोगों में अधिक विश्वास से कार्य करने की प्रवृत्ति होती है। बैंक से ऋण प्राप्त करवाने और विभिन्न सरकारी वित्तीय सहयोग योजनाओं की जानकारी देकर नव-उद्यमी महिलाओं की मदद की जाती है। उन्हें बिजनेस मॉडल, बाजार की मांग तथा संपर्क साधन आदि के बारे में बताया जाता है। यह सभी जानकारी महिलाओं को सरल भाषा में प्रशिक्षक या मेंटर्स द्वारा दी जाती है। यदि महिलाओं को सही जानकारी मिलती है तब महिलाओं में आगे बढ़ने के प्रति दृढ़ता और आत्म-विश्वास जागृत होता है।



उद्यमियों के गुण व चुनौतियां

प्रत्येक उद्यमी को अलग यात्रा करनी होती है। बहुत सारी चुनौतियों का सामना भी करना पड़ता है। उद्यमशीलता की सफलता का बिंदु उठाने के लिए अपनी ताकत और सुधार के क्षेत्र को समझने के लिए स्व-मूल्यांकन करना जरूरी है।

उद्देश्य:

- उद्यमिता में आने वाली चुनौतियों के बारे में जानना और उसका सामना कैसे करें उस पर समझ बढ़ाना।
- अपनी खुद की ताकत की पहचान करना और उसका आंकलन करना जो उद्यमशीलता की यात्रा में उनकी मदद करेगा।
- प्रमुख संसाधनों / व्यक्तियों की पहचान करना जो उनके सुधार के क्षेत्र में उनकी मदद कर सकते हैं।

महिला उद्यमियों के समक्ष आने वाली समस्याएं

1. व्यवसाय का चयन -

व्यवसाय चयन के लिए सर्वप्रथम बाजार का अध्ययन करना होता है कि क्या उसके उत्पाद अथवा सेवा को बाजार में ग्राहक पसंद करेगा। कितनी मांग होगी? लागत क्या होगी? लाभप्रद होगा अथवा नहीं? इसे संभाव्यता अध्ययन कहते हैं तथा इसे संभाव्यता रिपोर्ट अथवा परियोजना रिपोर्ट के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इसी के आधार पर सर्वाधिक लाभ देने वाले व्यवसाय का चयन किया जाता है।

2. उद्यम के स्वरूप का चयन -

इस हेतु उद्यमी के पास एकल स्वामित्व, साझेदारी अथवा संयुक्त पूंजी कम्पनी आदि विकल्प होता है जिसमें से उपयुक्त व्यावसायिक संगठन का चयन करना अपेक्षाकृत कठिन होता है। बड़े पैमाने के व्यवसायों के लिए कंपनी संगठन ही उपयुक्त रहेगा, जबकि छोटे एवं मध्य पैमाने के व्यवसायों के लिए एकल स्वामित्व अथवा साझेदारी अधिक उपयुक्त रहेगा।

3. वित्तीय-

वित्त की व्यवस्था करना उद्यमी के लिए सदा ही एक महत्वपूर्ण समस्या रही है। कोई भी व्यवसाय बिना पूंजी के प्रारंभ नहीं किया जा सकता। उद्यमी को पूंजी की

आवश्यकता स्थायी सम्पत्ति, भूमि एवं मशीन, उपकरण आदि को खरीदने के लिए होती है। व्यवसाय के दिन प्रतिदिन के खर्चों के लिए भी धन की आवश्यकता होती है। कितनी पूंजी की आवश्यकता है इसका निर्धारण कर लेने के पश्चात उद्यमी को विभिन्न स्रोतों से वित्त की व्यवस्था करनी होती है। ऐसे कई वित्तीय संस्थान हैं जैसे कि सिडबी, आई.एफ.सी.आई. आदि जो अच्छे उद्यमीय कार्यों के लिए प्रारम्भिक पूंजी अथवा उद्यम पूंजी कोष उपलब्ध करा रहे हैं।

4. स्थान का निर्धारण-

उद्यमी के लिए एक समस्या व्यावसायिक इकाई के स्थान निर्धारण करने की है। स्थान निर्धारण कई तत्वों पर निर्भर करता है जैसे कि कच्चा माल, परिवहन सुविधाएं बिजली एवं पानी की उपलब्धता व बाजार का नजदीक होना। सरकार पिछड़े क्षेत्र या अविकसित क्षेत्रों में स्थापित इकाई को कर छूट, बिजली एवं पानी के बिलों पर छूट आदि के रूप में कई प्रलोभन देती है। अतः एक व्यावसायिक इकाई को स्थापित करने से पहले उद्यमी को इन सभी बातों को ध्यान में रखना होता है।

5. इकाई का आकार-

व्यवसाय का आकार कई कारणों से प्रभावित होता है जैसे कि तकनीकी, वित्तीय एवं विपणन या मार्केटिंग। जब उद्यमी यह अनुभव करते हैं कि वह प्रस्तावित उत्पाद एवं सेवाओं को बाजार में बेच सकते हैं एवं पर्याप्त पूंजी जुटा सकते हैं तब वे अपनी गतिविधियों को बड़े पैमाने पर शुरू कर सकते हैं। सामान्यतः उद्यमी अपने कार्य को छोटे पैमाने पर प्रारम्भ कर धीरे-धीरे उसे बढ़ा सकते हैं। उदाहरण के लिए डॉ. करसन भाई पटेल निरमा लि० के स्वामी सन 1980 में साईकिल पर घूम-घूम कर कपड़े धोने का पाउडर बेचा करते थे और कार्य में वृद्धि से अब यह कम्पनी बढ़कर निरमा लि० बन गई है।

6. मशीन एवं उपकरण

किसी भी नये उपक्रम को प्रारम्भ करने से पूर्व मशीनों, उपकरणों एवं प्रक्रियाओं का चयन संवेदनशील समस्या है। यह कई बातों पर निर्भर करता है जैसे कि पूंजी की उपलब्धता, उत्पादन का आकार एवं उत्पादन की प्रक्रिया, लेकिन उत्पादकता पर जोर दिया जाना चाहिए। उपकरण एवं मशीन विशेष का चयन करते समय मरम्मत एवं रख-रखाव की सुविधाओं की उपलब्धता, अतिरिक्त पूंजी की

उपलब्धता तथा बिक्री के बाद सेवा को भी ध्यान में रखना महत्वपूर्ण है।

7. उपयुक्त श्रमशक्ति-

यदि व्यवसाय का आकार बड़ा है तो उद्यमों को विभिन्न कार्यक्षेत्रों के लिए उपयुक्त योग्य व्यक्तियों की तलाश करनी होती है। उसे प्रत्येक कार्य के लिए सही व्यक्ति की पहचान करनी होती है और संगठन में कार्य करने के लिए उन्हें अभिप्रेरित करना होता है। यह सरल नहीं होता है। इसमें काफी सहनशक्ति एवं प्रोत्साहन की जरूरत होती है।

8. अपनी ताकत की पहचान करना

प्रत्येक व्यक्ति जो एक उद्यमी बनने की राह चुनता है उसको अपनी ताकत और सुधार के क्षेत्रों की पहचान करना बहुत ज़रूरी है। अपनी ताकत की पहचान करने के लिए आप मेंटर की मदद ले सकते हैं। प्रमुख रूप से यह ताकतें सामने निकल कर आनी चाहिए जो प्रत्येक उद्यमी की पहचान है।

- खुले विचार एवं सकारात्मक दृष्टिकोण
- पहल क्षमता
- आत्मविश्वास
- नवाचारी
- टीम भावना से प्रेरित
- ईमानदारी और समर्पण की भावना
- लक्ष्य प्राप्ति की प्रतिबद्धता
- बेहतर निर्णय
- दूरदर्शिता
- सोच विचार कर जोखिम लेना
- अनुकूलशीलता (स्वयं के वातावरण के अनुकूल ढालना)
- अनुकूलनशीलता संवाद कौशल
- कठिन परिश्रम के प्रति रूझान
- सामाजिक उत्तरदायित्व की भावना

अपनी ताकत और क्षमताओं को और बेहतर बनाने की योजना:

यह सभी को जानना और समझना होगा कि कोई भी व्यक्ति पूर्ण रूप से क्षमतावान व विशेषज्ञ नहीं होता है,

लेकिन सभी को अपने क्षेत्र में बेहतर करने के लिए एक सुधारात्मक दृष्टिकोण अपनाने की आवश्यकता है। स्वयं सुधार के लिए मदद क्षेत्रों में तीन प्रमुख दृष्टिकोण इस प्रकार हैं:

- आत्म-सुधार योजना।
- उन व्यक्तियों के साथ भागीदारी जिनके पास पूरक शक्ति है।
- ऐसा व्यवसाय चुनें जिसमें व्यवसाय की सफलता के लिए विशेष कमजोरी कम महत्वपूर्ण हो।

एक उद्यमी के लिए महत्वपूर्ण बिन्दु:

1. अपनी किसी भी ताकत को जानना एक सफल उद्यमी होने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसके लिए अपने उन क्षेत्रों की पहचान करना बहुत आवश्यक है जिनमें सुधार करना है। जिससे कि उन कमियों को ताकत में बदला जा सकता है।
2. उन लोगों से सीखें जो अपना व्यवसाय चलाते हैं, विशेष रूप से आपके चुने हुए व्यावसायिक क्षेत्र में, साथ ही अपने आसपास इस प्रकार के क्षेत्र के बारे में पूरी जानकारी रखें।
3. जिस क्षेत्र में आप रूचि रखती हैं उस क्षेत्र के एक सफल व्यवसाय में एक सहायक या प्रतिभागी के रूप में काम अवश्य करें।
4. अपने नए व्यवसाय का वित्त देने के लिए दैनिक या साप्ताहिक आधार पर छोटी मात्रा में धनराशि निर्धारित करें।
5. अपनी दैनिक गतिविधियों में कौशल और दृष्टिकोण लागू करें।
6. अपने भविष्य के लिए एक योजना बनाकर अपनी प्रेरणा और प्रतिबद्धता बढ़ाएं। जब चीजें गलत हो जाती हैं तो विश्लेषण करें कि क्या हुआ और गलतियों से सीखने की अपनी क्षमताओं में सुधार करें।
7. समस्याओं को स्वीकार करें, समाधान का आकलन करें और जोखिम उठाएं। नए विचारों और अन्य लोगों के दृष्टिकोण के लिए अधिक खुले बनें।

स्वरोजगार के अवसर

स्वरोजगार का शाब्दिक अर्थ है स्व रोजगार अर्थात् अपना स्वयं का रोजगार। दूसरे शब्दों में वह प्रत्येक कार्य जिसमें व्यक्ति अपनी आजीविका के लिए दूसरों पर निर्भर न रहकर अपनी आजीविका के साधन जुटाता है। उसे हम स्वरोजगार कह सकते हैं। जैसे फल एवं सब्जी विक्रेता, लौह कार्य करने वाले व्यक्ति, किराना दुकान करने वाला व्यक्ति, स्वरोजगार प्राप्त व्यक्ति कहा जा सकता है। उपरोक्त तथ्य रोजगार एवं स्वरोजगार के बीच एवं स्पष्ट विभाजन रेखा की ओर इंगित करते हैं जिसे संक्षेप में कहा जा सकता है कि रोजगार प्राप्त व्यक्ति अपनी आजीविका के लिए सदैव दूसरों पर निर्भर रहता है जबकि स्वरोजगार प्राप्त व्यक्ति अपनी आजीविका के साथ-साथ अन्य को भी रोजगार के अवसर प्रदान करता है।

यह तथ्य निर्विवाद सत्य है कि स्वरोजगार प्राप्त व्यक्ति न केवल अपनी आजीविका स्वयं चलाता है परन्तु देश के विकास में भी योगदान देता है। भविष्य में उसके विकास एवं प्रसार को देखते हुए स्वरोजगार को मुख्यतः तीन श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है:-

- (1) उद्योग या उत्पादनकारी इकाइयाँ
- (2) जॉब वर्क व सेवा कार्य के क्षेत्र की इकाइयाँ
- (3) व्यापार / व्यवसाय या ट्रेडिंग से सम्बन्धित इकाइयाँ

1. उद्योग या उत्पादनकारी इकाइयाँ

उद्योग को सरल भाषा में कह सकते हैं कि वे इकाइयाँ जो उत्पादन कार्य में संलग्न हों, जिनमें किसी प्रकार का कच्चा माल मशीनों से प्रक्रियाकृत उसे किसी वस्तु अथवा उत्पाद के रूप में तैयार किया जा रहा हो।

इसके निम्नलिखित उदाहरण हैं:-

- स्टील फर्नीचर का निर्माण
- खाद्य पदार्थ का निर्माण
- वस्त्र निर्माण
- बिजली का सामान निर्माण
- प्लास्टिक के विभिन्न कलपुर्जों का निर्माण

उपरोक्त उल्लिखित इकाइयों को पूर्णकालिक उत्पादनकारी इकाइयों के रूप में जाना जाता है क्योंकि इसमें मुख्यतः पांच पहलुओं का समावेश होता है।

1. कच्चे माल की खरीद
2. कच्चे माल का प्रक्रियाकरण

3. मशीनों का उपयोग
4. कच्चे माल का रूप परिवर्तन
5. तैयार माल का विक्रय

इसी श्रेणी के अन्तर्गत दो अन्य प्रकार की इकाइयाँ भी सम्मिलित हैं:-

- i. जॉब वर्क व सेवा कार्य के क्षेत्र की इकाइयाँ
- ii. असेम्बलिंग कार्य कर रही इकाइयाँ

2. जॉब वर्क अथवा सर्विसिंग क्षेत्र की इकाइयाँ

क. जॉब वर्क :

इस क्षेत्र के कार्यरत इकाइयों में भी मशीनों का उपयोग उत्पादन कार्य के लिए होता है परन्तु इनमें तथा पूर्णकालिक उत्पादनकारी इकाइयों में मुख्य अन्तर यह है कि इनमें किसी भी प्रकार की खरीद का विक्रय कार्य नहीं होता है। सम्बन्धित उपभोक्ता स्वयं अपना कार्य करवाने के लिए इकाई में आता है तथा उद्यमी प्रोसेस कर अपना शुल्क प्राप्त करता है।

इस प्रकार की इकाइयाँ निम्नवत हैं:-

1. वेल्डिंग वर्क शाप
2. दर्जी की दुकान
3. केवल पिसाई का कार्य रही आटा चक्की
4. टायर रिट्रेडिंग का कार्य

ख. असेम्बलिंग उद्योग:-

इस प्रकार के उद्योगों के अन्तर्गत उद्यमी द्वारा विभिन्न कल पुर्जे अथवा कम्पोनेन्ट्स बाजार से खरीद कर उन्हें अपनी इकाई में असेम्बल करता है तथा परीक्षण के पश्चात उनका बाजार में विक्रय कर दिया जाता है।

इसके निम्न उदाहरण हैं:-

1. टी० वी०, रेडियो असेम्बलिंग
2. डेजर्ट कूलर असेम्बलिंग
3. वोल्टेज स्टेबलाइजर असेम्बली कार्य

उद्योग क्षेत्र की उपरोक्त तीनों श्रेणियों में प्रमुख रूप से दो विशेषतायें दृष्टिगत होती हैं- मशीनों का उपयोग तथा किसी नई वस्तु का निर्माण।

ग. सर्विसिंग/ रिपेयरिंग उद्योग:-

इस क्षेत्र के अन्तर्गत वे सभी प्रकार की सर्विसिंग इकाइयां सम्मिलित होती हैं जिसमें व्यक्ति / उद्यमी द्वारा किसी को इकाई को विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान की जाती हैं। सर्विसिंग क्षेत्र की इकाइयों में उद्यमी द्वारा अपने कौशल तथा हुनर का उपयोग करके उपभोक्ताओं को सेवाएं

प्रदान की जाती हैं। इस क्षेत्र की प्रमुख इकाइयां इस प्रकार की हैं।

- वीडियो शूटिंग / फोटोग्राफी की इकाई
- ब्यूटी पार्लर / नाई की दुकान
- कम्प्यूटर / फोटोग्राफी / टाइपिंग की इकाई
- ऑटो / साइकिल रिपेयरिंग
- मोटर वाइंडिंग / घरेलू उपकरण मरम्मत हाउस



औद्योगिक सम्भाव्यता एवं उत्पाद चयन

‘औद्योगिक’ संभावनाओं का सर्वेक्षण अर्थशास्त्रियों तथा तकनीकी विशेषज्ञों की टोली द्वारा किये गये खोजपूर्ण अध्ययन को कहते हैं, जो किसी क्षेत्र विशेष की औद्योगिक विकास क्षमता संभाव्यता के विषय में किया जाता है। इन सर्वेक्षणों के मुख्य उद्देश्य निम्न हैं:-

(अ) तकनीकी तथा आर्थिक दृष्टि से क्षेत्र के भौतिक संसाधनों तथा उनके लाभ उठाने की सीमा और एक समय विशेष की परिधि में उनके विकास की संभावनाओं का मूल्यांकन करना।

(ब) क्षेत्रीय तथा राष्ट्र की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए वहाँ के संसाधनों की सम्पन्नता के आधार पर ऐसी लघु, मध्यम तथा वृहदस्तरीय औद्योगिक संभावनाओं का अध्ययन व परीक्षण करना जो तकनीकी दृष्टि से साध्य व आर्थिक दृष्टि से युक्तिसंगत हो।

(स) ऐसे उद्योगों का पता लगाना जो यद्यपि स्थानीय संसाधनों पर आधारित न हों परन्तु भविष्य में क्षेत्रीय तथा राष्ट्रीय आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए आर्थिक आधार पर जिनकी स्थापना की जा सके।

(द) क्षेत्र के लिए अन्य सम्भावित उद्योगों की उपयोगिता प्रमाणित करते हुए संस्तुति करना।

(य) संभावित उद्योगों के लिए कच्चा माल, ईंधन-शक्ति, यातायात, श्रम तथा पूँजी का आंकलन करना।

(र) सिंचाई, कृषि, वनरोपण, मतस्य पालन, खनिज, शक्ति, यातायात और श्रम आदि के संबंध में क्षेत्र की लघु तथा दीर्घकालीन विकास संभावनाओं का अध्ययन तथा उक्त विषयों की आवश्यकताओं तथा क्षेत्र विशेष की संतुलित आर्थिक स्थितियों को ध्यान में रखते हुए समयबद्ध तथा उपयुक्त कार्यक्रम की संस्तुति करना।

(ल) उद्योग तथा अन्य विषयों में संस्तुत विकास की प्रक्रिया में पूँजी की आरंभिक आवश्यकता, वित्तीय स्रोतों, उत्पादन तथा रोजगार की उपलब्धि पर उनके प्रभाव (आघात) का मूल्यांकन करना।

सर्वेक्षण महत्वपूर्ण विकास कारकों पर विशेष बल देता है, जो क्षेत्र अथवा राज्य में प्रत्याशित आर्थिक विकास से संभावित रूप को दृष्टिगत रखकर विकास से मुख्य क्षेत्रों तथा दिशाओं का अभिविज्ञान (Identification) कराते हुए उन परिस्थितियों का दिग्दर्शन कराता है जिसमें

प्रस्तावित विकास सम्भव हो सके। स्थानीय तथा अखिल भारतीय परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए उद्योग स्थापना का स्थान निर्दिष्ट करता है तथा पूँजी, शक्ति, ईंधन, कच्चा माल और श्रम की आवश्यकताओं का आंकलन (Estimate) प्रस्तुत करता है।

यद्यपि इस बात का प्रयास किया जाता है कि आर्थिक आंकड़ों में कोई महत्वपूर्ण कमी हो तो उसे पूरा कर दिया जाए परन्तु औद्योगिक संभावना तथा तकनीकी व आर्थिक सर्वेक्षण का कार्य मौलिक आंकड़ों को एकत्र करना ही नहीं है वरन् क्षेत्र की सूचनाओं और उपलब्ध आंकड़ों का अध्ययन और विश्लेषण भी उसका लक्ष्य है। उपरोक्त विश्लेषण के पश्चात उद्योग चयन करना एक कठिन / दुरूह कार्य है। यह ठीक उसी प्रकार है जिस तरह अपने जीवन साथी का चुनाव करना। किसी उद्योग की सफलता इसी बात पर निर्भर करती है कि कितने सोच विचार व संभावनाओं के अध्ययन के पश्चात उद्योग का चयन किया गया है। यद्यपि इस सन्दर्भ में निश्चित तौर से यह कह पाना कि आपके लिए कौन सा उद्योग सही होगा, यह एक कठिन कार्य है। फिर भी कुछ पहलू हो सकते हैं, जिन पर ध्यान देकर व्यक्ति अपने उद्योग का चयन करें तो सफलता सुनिश्चित हो सकती है। इस सन्दर्भ में ध्यान देने योग्य प्रमुख बातें निम्नानुसार हैं:-

1. व्यक्ति की रुचि तथा रूझान

उद्योग अथवा व्यवसाय का चयन करते समय सर्वप्रथम जिस पहलू पर ध्यान देने की आवश्यकता है वह है व्यक्ति की अपनी रुचि यह एक निर्विवाद तथ्य है कि आपकी जिस कार्य में रुचि है उसे आप पूरे मन तथा लगन से करते हैं जबकि यदि आपकी किसी कार्य में रुचि न हो और आपको उस कार्य को करने के लिए कहा जाये तो आप उसे अनमने तरीके से करते हैं जिससे आपकी सफलता संदिग्ध हो सकती है। अतः उद्योग / व्यवसाय का चयन करते समय जिस पहलू पर सर्वाधिक ध्यान देने की आवश्यकता है वह है आपकी रुचि तथा रूझान।

2. सामाजिक दायरों का ख्याल

व्यक्ति भले ही कुछ बन जाये परन्तु अंततः उसे समाज में रहकर ही कार्य करना होता है। यद्यपि उद्यमियों के बारे में यह कहा जाता है कि बहुधा समाज के बन्धनों में नहीं बंधते परन्तु फिर भी यह देखा जाता है कि उनके द्वारा किये जा रहे कार्य की स्वीकृति नहीं मिलती है तो वे काफी

परेशानियों में पड़ जाते हैं। यद्यपि बदले हुए सामाजिक परिवेश में इस प्रकार के बंधन ज्यादा महत्वपूर्ण नहीं रह गये हैं।

3. व्यक्ति का अनुभव तथा योग्यता

बहुधा यह पाया गया है कि यदि किसी व्यक्ति का पूर्व अनुभव किसी उद्योग अथवा व्यवसाय विशेष में हो चाहे वह एक कर्मचारी अथवा नौकर के रूप में क्यों न हो तो उसे अपने व्यवसाय में इससे काफी सहायता मिलती है। उदाहरणार्थ यदि कोई व्यक्ति किसी दुकान में कार्य कर रहा हो तो और वह अपनी दुकान को स्थापित करेगा तो उसे दुकान को सजाने, ग्राहकों से व्यवहार करने आदि की पूर्ण जानकारी रहेगी जिससे उसे अपनी दुकान जमाने में एक नये व्यक्ति की तुलना में ज्यादा सुविधा होगी। ऐसा भी हो सकता है कि कुछ पुराने ग्राहक उसके पूर्व व्यवहार के कारण उसके भी ग्राहक बन जावें। अतः इकाई का चयन करते समय यह भी देखना चाहिए कि यथासंभव ऐसी इकाई का चयन करें जिसमें आपको पूर्ण जानकारी हो।

4. व्यक्ति की वित्तीय अथवा धन लगाने की क्षमता

यद्यपि सैद्धान्तिक रूप से ऐसी अनेकों योजनाएं प्रचलन में हैं जिनके बारे में यह कहा जा सकता है कि यदि व्यक्ति में धन लगाने की बिल्कुल क्षमता न भी हो तब भी उद्योग व्यवसाय स्थापित कर सकता है। परन्तु बावजूद इन सभी के व्यक्ति को इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि यथासंभव वह ऐसी योजनाओं का चयन करे जो उसके वित्तीय स्रोतों के अनुकूल हो तथा उसे कहीं से वित्तीय सहायता न मिल पाये तब भी वह अपना उद्योग / व्यवसाय स्थापित कर सके। इसके साथ-साथ यह भी ध्यान देना चाहिए कि जितनी सैद्धान्तिक रूप से आपसे मार्जिन मनी अपेक्षित होगी उससे अधिक ही आपके पास मार्जिन मनी की व्यवस्था हो। उदाहरणार्थ यदि उद्यमी से रू. 25,000/- मार्जिन मनी अपेक्षित हो तो उसके पास कम से कम रू.35,000/- की व्यवस्था हो। यहाँ उद्यमियों के हित में यह कहना चाहेंगे कि यथासंभव वे छोटे स्तर से इकाई स्थापित करें तथा यदि उनके वित्तीय स्रोत वांछित मार्जिन मनी से अधिक भी हैं तो भी वे कम पूंजी से ही व्यवसाय प्रारम्भ करें जिससे कि यदि उनका पैसा उधारी आदि में थोड़े समय के लिए रूक जाये तो उनका उद्योग / व्यवसाय बंद होने के कगार पर ना पहुँचे।

5. स्थानीय स्तर पर कच्चे माल की उपलब्धता

कच्चा माल किसी भी उद्योग / व्यवसाय के लिए रक्त (खून) कहलाता है जिसकी सस्ती, सुनिश्चित तथा सुलभ पूर्ति किसी भी उद्योग / व्यवसाय के लिए अत्यधिक आवश्यक होती है। कच्चा माल समय पर अथवा सही मूल्यों पर न उपलब्ध हो पाने के कारण कई उद्योग / व्यवसाय बन्द हो जाते हैं। अतः उद्यमी को अपने स्थानीय बाजार का सर्वेक्षण कर लेना चाहिए कि स्थानीय तौर पर किस-किस प्रकार का कच्चा माल उपलब्ध है। उदाहरणार्थ स्टोन क्रशर की इकाई उन स्थानों पर स्थापित करना ज्यादा लाभकारी होगा जहाँ पर पत्थर पर्याप्त मात्रा में उपलब्ध हैं बल्कि वह शहर के जहाँ पर व्यक्ति को क्रशिंग के लिए पत्थर दूर से ढोकर लाना पड़े। यही कारण है कि चावल मिल प्रदेश के पूर्वी क्षेत्र में ज्यादा सफल हैं क्योंकि वहाँ स्थानीय रूप से चावल का उत्पादन होता है। इस प्रकार दाल मिलें, फ्लोर मिलें आदि भी वहाँ ज्यादा सफल होती देखी गई हैं जहाँ पर इनका स्थानीय रूप से कच्चा माल उपलब्ध होता है। अतः इकाई का चयन करते समय उद्यमी द्वारा यह सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि वह जिस उद्योग / व्यवसाय का चयन कर रहा है इसके लिए कच्चा माल स्थानीय रूप से मिल न सके तो जिस स्थान से कच्चा माल मंगवाना होगा, उस स्थान से उसे यह माल निरन्तर मिल सकेगा तथा उसकी दरें प्रतिस्पर्धात्मक रहेंगी। इस प्रकार कच्चे माल की सुगम, स्थानीय, सस्ती दरों पर उपलब्धता आदि इकाई की सफलता का आधार बिन्दु सिद्ध हो सकती है।

5.1. बाजार की उपलब्धता

इकाई के उत्पादों के लिए सुनिश्चित बाजार की उपलब्धता वह महत्वपूर्ण बिन्दु है, जिसके उपर किसी भी उद्योग अथवा व्यापार का पूरा दारोमदार टिका रहता है। कहना अनुचित नहीं होगा कि यदि व्यक्ति को सुनिश्चित बाजार मिल जाये तो इसके आगे अन्य सभी पहलु गौण हो जाते हैं। ऐसा प्रायः कहा जाता है कि यदि आपके पास निश्चित बाजार उपलब्ध है तो आपको हजारों फाइनेन्सर वित्त देने के लिए तैयार हो जायेंगे, सारे सामाजिक विरोध अपने आप आपके पक्ष में हो जायेंगे तथा कच्चा माल अपने आप चलकर आपके द्वार पर आयेगा। अतः इकाई का चयन करते समय उद्यमी को ध्यान देना आवश्यक है कि यथा संभव वह किसी ऐसी इकाई का चयन करें जिसके सन्दर्भ में उसे निश्चित बाजार मिलने की संभावना हो। इस संदर्भ में अपने मित्रों रिश्तेदारों तथा जान-पहचान के लोगों से मिलकर यह सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि वे उसकी किसी प्रकार के उत्पादों की बिक्री में किस प्रकार से सहायता कर सकते हैं तथा बाजार में सर्वेक्षण करना

चाहिए। सर्वेक्षण के दौरान सूचनादाताओं की राय अवश्य जाननी चाहिए।

5.2. किसी एक खरीददार अथवा शासकीय खरीद के आश्वासन पर इकाई का चयन न करें।

बहुधा यह पाया गया है कि किसी खरीददार के कहने पर उद्यमी इकाई स्थापित कर लेते हैं। ऐसा भी हो सकता है कि उद्यमी द्वारा बनाये जाने वाले उत्पाद का सीमित उपयोग ही हो तथा उस उत्पाद को बनाने में लगने वाली मशीनों से अन्य कोई उत्पाद निर्मित न हो सके। ऐसे में यदि वह खरीददार उद्यमी से माल लेना बन्द कर दे अथवा उस उत्पाद का कोई वैकल्पिक उत्पाद प्रयुक्त करना प्रारम्भ करें तो इससे नये उद्यमी की इकाई को कठिनाई आयेगी। उदाहरणार्थ किसी एक स्पिनिंग मिल पेपर कोन की इकाई को परेशानी उत्पन्न हो जायेगी क्योंकि उसका उत्पाद केवल स्पिनिंग मिल ही खरीद सकती है, खुले बाजार में खरीददार नहीं होंगे। इसी सन्दर्भ में कई बार युवा यह सोचकर पॉलीथीन थैली निर्माण की इकाई स्थापित करते हैं कि उनकी थैलियों की नर्सरी लगाने में बहुत मांग है। परन्तु यदि ध्यान से देखा जाये तो प्रदेश की शायद ही कोई ऐसी नर्सरी होगी कि इसमें एक दिन से ज्यादा पॉलीथीन उत्पाद खप सके। अतः इकाई का चयन करते समय उद्यमी को इस पहलू पर विशेष रूप से ध्यान देना होगा।

शासकीय नीतियों में समय-समय पर होने वाले परिवर्तन तथा मांग की स्थिति का प्रभाव भी उद्यमियों पर पड़ता है। सहायक उद्योगों के सन्दर्भ में 'मदर यूनिट' की अपनी वित्तीय स्थिति, मांग, 'मदर यूनिट के मार्केट पर तत्कालीन प्रतिस्पर्धा की स्थिति का भी काफी अधिक असर पड़ सकता है। अतः इकाई का चयन करते समय यह बात विशेष रूप से ध्यान में रखनी होगी कि उसका बाजार खुला हो, यदि शासकीय मांग मिलने की संभावना हो तब भी ठीक है परन्तु यदि शासकीय मांग न भी मिले तब भी ऐसा उत्पादन खुले बाजार में चल सकने में सक्षम हो इसके साथ इकाई में प्रयुक्त की जाने वाली मशीनें ऐसी हो जिनसे विविध प्रकार के उत्पाद बनाये जा सकें। अतः बाजार से सम्बन्धित उपरोक्त बातों को ध्यान में रखकर ही इकाई का चयन किया जाना चाहिए। उपरोक्त के साथ-साथ इकाई चयन करते समय निम्नलिखित अन्य पहलुओं पर ध्यान देना आवश्यक होगा।

6. कुशल श्रमिकों की उपलब्धता

किसी भी इकाई को सही रूप से चलाने के लिए कुशल श्रमिकों की उपलब्धता होना बहुत आवश्यक है। बहुधा लघु उद्यमी इस पहलू पर ध्यान नहीं देते तथा अन्ततः

उनकी इकाइयां परेशानी में पड़ जाती हैं। इस सन्दर्भ में प्रमुख उदाहरण प्रिन्टिंग प्रेसों के सम्बन्ध में देखने को मिलते हैं। प्रायः लेटर/ट्रेडल प्रेसों हेतु कम्पोजीटर मिलना एक प्रमुख समस्या है जो महानगर के सन्दर्भ में देखी जा सकती है। इसी प्रकार ऑफसेट इकाइयों के सन्दर्भ में अच्छे मशीन आपरेटर मिलना (जिन्हें बहुरंगी छपाई का अच्छा ज्ञान हो), डी.टी.पी. इकाइयों हेतु अच्छे "कम्पोजिटर" मिलना, होटलों/ढाबों हेतु अच्छे कुक मिलना एक ऐसी समस्या है जो बहुधा लघु उद्यमियों के समक्ष आती है। अतः इकाई का चयन करते समय उद्यमी को यह बात विशेष रूप से सुनिश्चित कर लेनी चाहिए कि जिस प्रकार की इकाई स्थापित करना चाह रहा है उसके लिए क्या उसे कुशल कारीगर उपलब्ध हो पायेंगे? यद्यपि इस समस्या के हल के रूप में यह सुझाव दिया जा सकता है कि सम्बन्धित उद्यमी का स्वयं भी मशीनों का संचालन करना आना चाहिए परन्तु फिर भी यह एक ऐसा पहलू है जिस पर इकाई का चयन करते समय पर्याप्त ध्यान दिये जाने की आवश्यकता है।

7. विकसित उद्योग संरचना

अधोसंरचना के अन्तर्गत मुख्य रूप से जिन पहलुओं को लिया जाता है वे हैं उद्योग स्थापना हेतु भूमि, भवन, विद्युत की उपलब्धता, यातायात की सुगमता, कानून एवं व्यवस्था की स्थिति आदि। इस सन्दर्भ में विशेष रूप से ध्यान देने योग्य बात है कि कई बार शासन की नीतियों से प्रभावित होकर अथवा अधिक सुविधाओं का लाभ लेने के लालच में उद्यमी अत्यन्त पिछड़े हुए क्षेत्रों में इकाई स्थापित करने के विचार बनाते हैं यद्यपि राष्ट्रीय उद्देश्यों तथा लक्ष्यों को पूर्ण करने के लिए यह आवश्यक है कि ग्रामीण क्षेत्रों में उद्योग लगाये जायें परन्तु इसमें बिना मतलब बली का बकरा बनने की आवश्यकता नहीं है। क्योंकि बहुधा इन क्षेत्रों में न तो यातायात की व्यवस्था होती है न ही विद्युत आदि की उपलब्धता, ऐसे में जो भी उद्यमी सर्वप्रथम इन क्षेत्रों में उद्योग डालने का विचार करता है, अधोसंरचना के विकास की जिम्मेदारी भी उसी की हो जाती है। उदाहरणार्थ मान लें कि किसी क्षेत्र में विद्युत की उपलब्धता नहीं है, ऐसे क्षेत्र में यदि कोई उद्यमी इकाई डालने का विचार करता है तो विद्युत विभाग के नियमों के अनुसार विद्युत लाइन डलवाने का सारा व्यय उस क्षेत्र के प्रथम उद्यमी को ही करना होगा। इस प्रकार व्यय करना बृहद क्षेत्र के उद्योगों के लिए तो सम्भव है परन्तु एक लघु उद्यमी जो मात्र 5-10 लाख रुपये की इकाई शुरू करना चाहता हो वह तो यदि इन्हीं व्यवस्थाओं पर अपनी सारी पूँजी निवेशित कर देगा तो वह इकाई कैसे चला पायेगा। इसी प्रकार कानून व्यवस्था का भी बहुत ही

महत्व है। यह एक सर्वविदित उदाहरण है कि हमारे देश के उन क्षेत्रों में जहाँ कानून और व्यवस्था की स्थिति अच्छी नहीं है वहाँ न तो कोई भारतीय उद्यमी न ही कोई बहुराष्ट्रीय कम्पनी उद्योग स्थापित करने के लिए आगे आयेगी। हमारे ही देश का उदाहरण है एक युवा उद्यमी को काफी प्रयास करने पर एक दूर के गाँव में एक समुदाय विशेष का दबदबा था तथा वह बाहर के किसी उद्यमी को वहाँ आने नहीं देना चाहते थे अन्ततः समस्त प्रयास करने के बावजूद वे युवा उद्यमी खदान के पत्थर नहीं निकाल सके और उसे यह खदान छोड़नी पड़ी, इसी प्रकार पानी सुविधा का अपना महत्व है उदाहरण के लिए मान लो कोई उद्यमी शहर से 20 किलोमीटर दूर 'कोल्डस्टोरेज' को स्थापित करता है जिसमें छोटे-छोटे फल विक्रेता, सब्जी विक्रेता, अण्डा विक्रेता अपना उत्पादन रखना चाहते हैं। ऐसे में यदि कोई कोल्डस्टोरेज काफी दूरी पर स्थित होगा तो चाह कर भी इस प्रकार के व्यक्ति अपने उत्पाद वहाँ नहीं रख पायेंगे। इसी प्रकार मान लो कोई उद्यमी एक सिनेमाहाल शहर से दस किलोमीटर दूर स्थापित करता है ऐसे में यदि उस सिनेमाहाल तक पर्याप्त यातायात की सुविधा नहीं होगी तो वहाँ चाह कर भी नहीं जा पायेगा। अतः उपरोक्तानुसार देखा जा सकता है कि विकसित अधोसंरचना किसी भी उद्योग व्यवसाय अथवा व्यापार की सफलता के लिए अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

8. उद्योगों को को मिलने वाली विभिन्न सुविधायें

लघु उद्योगों की स्थापना को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से अनेकों सुविधायें तथा रियायतें की गई हैं। यद्यपि यह पहलू इकाई स्थापना का मुख्य आधार नहीं होना चाहिए परन्तु क्योंकि सुविधाओं का उद्यम की सफलता पर काफी असर पड़ सकता है। अतः किसी क्षेत्र विशेष के बारे में निर्णय लेने से पूर्व व्यक्ति को सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि उससे अधिकतम शासकीय सुविधायें / रियायतें प्राप्त हो सकें।

9. यदि आपके उद्योग को सहायक उद्योग का दर्जा मिल सके तो यह अति उत्तम होगा

अधिक से अधिक सहायक उद्योगों को प्रोत्साहित करने की शासन की नीति के अन्तर्गत विभिन्न बृहद उद्योगों हेतु सहायक उद्योगों की खोज की जाती है तथा प्रायः यह सहायक उद्योग लघु उद्यमियों को आवंटित किये जाते हैं। अन्य सुविधाओं के साथ-साथ सहायक उद्योग होने का सबसे अधिक लाभकारी पहलू यह है कि सम्बन्धित उद्योग को उसके उत्पादों हेतु एक स्थापित तथा सुनिश्चित मार्केट प्राप्त हो जाता है। अतः नये उद्यमी को निरन्तर ऐसे अवसरों की खोज करते रहना चाहिए जिससे उसे अपने

मनपसंद के किसी बड़े उद्योग के सहायक उद्योग का गौरव प्राप्त हो सके। यद्यपि इस सन्दर्भ में यह ध्यान देने की बात है कि यथा सम्भव यह सहायक उद्योग ऐसा उद्योग होना चाहिए जिसमें 'मदर यूनिट' को उत्पादन बेचने के साथ-साथ खुले बाजार में भी उत्पादों की बिक्री हो सके। यद्यपि व्यावहारिक रूप से देखा जाये तो हो सकता है कि उपरोक्त में अधिकांश पहलुओं की प्राप्ति एक आदर्श जैसी बात हो सकती है जो कि मिल पाना प्रायः सम्भव न हो परन्तु फिर भी उद्यमी इकाई का चयन करते समय उपरोक्त में से अधिकांश पहलुओं का समावेश कर सके तो अधिकांशतः कठिनाइयाँ दूर हो सकती हैं। इसके साथ-साथ वह पहलू जिनको उद्यमी नहीं पूरा कर पाता उनका भी सदैव ध्यान रखना चाहिए (उदाहरणार्थ कुशल मजदूरों के मिलने की समस्या) क्योंकि वे पहलू उसके लिए कभी भी समस्या का रूप धारण कर सकते हैं अतः इससे इसका सम्भावित विकल्प सदैव तैयार रखना चाहिए। उपरोक्त पहलुओं को ध्यान में रखते हुए यदि कोई उद्यम इकाई का चयन करता है तो काफी हद तक उसकी सफलता सुनिश्चित होगी।

वित्तीय साक्षरता-वित्तीय योजना का बुनियादी ढांचा

यदि महिलाएं अपनी छोटी बचत का निवेश करने की आदत बना लेती हैं, तो परिणाम जल्दी दिखाई देने लगते हैं और महिलाओं को नियमित बचत की आदत पड़ जाती है। प्रभावी वित्तीय योजना और वित्तीय साक्षरता उद्यमशीलता की सफलता की कुंजी है। यह एक व्यक्ति को बिजनेस में स्मार्ट निर्णय लेने में सक्षम बनाता है। वित्तीय योजना के प्रमुख उद्देश्य इस प्रकार हैं:-

- अपने जीवन चक्र की जरूरतों की पहचान करना और अपने वित्तीय लक्ष्यों की रूपरेखा तैयार करना।
- वित्तीय योजना का प्रमुख उद्देश्य यह विश्लेषण करना है कि एक नियोजित जीवन बेहतर जीवन प्रदान कर सकता है जो अन्यथा पहुँच से बाहर लगता है।
- वित्तीय स्वतंत्रता की पहचान करना।
- वित्तीय योजना ऐसे बनाएं जिससे आय और व्यय ट्रैक हो और बजट बनाना सुगम हो।
- निवेश के कदम और मापदंड को समझना साथ ही निवेश के अवसर ढूँढना।
- बीमा की मूल अवधारणा को समझना।
- पूंजी निर्माण की प्रक्रिया को समझना।

वित्तीय साक्षरता की आवश्यकता एवं विभिन्न चरण:

1. वित्तीय साक्षरता के लिए सबसे पहले गरीबी के विषय में जानना बहुत ज़रूरी है। कल के बारे में सोचना शुरू करना चाहिए। 10 में से 9 मामलों में गरीब दिन-प्रतिदिन के आधार पर जीते हैं। उदाहरण के लिए पहले वे कल्पना करते हैं कि उनका एक भविष्य है, कि वे एक बेहतर कल के लिए सपने देख सकते हैं और उस सपने को प्राप्त कर सकते हैं। यह इस सोच के साथ शुरू हो सकता है कि उनका पास एक कल है जिसका वे आनंद ले सकते हैं। उन्हें कल्पना करनी चाहिए कि वे अपने जीवन में क्या हासिल करना चाहते हैं।
2. इसी कल्पना को हकीकत में लाने के लिए एक वित्तीय योजना बनानी चाहिए। फिर एक लक्ष्य निर्धारित करने की ज़रूरत है। इसके बाद ऐसे आंकड़ों पर पहुंचना चाहिए और उन गतिविधियों को समझना चाहिए जिनको लक्ष्य प्राप्ति के लिए किया जाना आवश्यक है।
3. वित्तीय योजना के लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए की जाने वाली गतिविधियों में निम्नलिखित शामिल हैं:-
 - कोई भी इण्टरप्राइज़ शुरू करने के लिए एक व्यक्ति को बचत शुरू करने की आवश्यकता है।
 - बचत आपके त्यागने योग्य खर्चों को ट्रैक करने और इस तरह के खर्चों से बचने के लिए अधिकतम संभव सीमा तक शुरू की जा सकती है।
 - इसके साथ ही यह सुनिश्चित करने की भी आवश्यकता है कि कुल अर्जित आय को बढ़ाने के लिए काम किया जा रहा है। बढ़ती आय को प्राप्त करने का एक तरीका यह है कि अपने समय का बहुत कुशलता एवं प्रभावी ढंग से उपयोग किया जाए। फिर कोई अन्य गतिविधियां खोजी जा सकती हैं जो आय उत्पन्न करें। ऐसी गतिविधि जिससे धन बनेगा उस गतिविधि के लिए शुरूआती बीज पूंजी बचत से साथ ही उत्पादक उधार से भी आ सकती है।
 - इस प्रक्रिया में व्यक्ति के अपने हाथों में अधिक पैसा आना शुरू हो जाएगा। इस राशि का कुशलता से प्रबंधन करना वित्तीय प्रबंधन है।
 - यहाँ यह बताना ज़रूरी है कि वित्तीय प्रबंधन और वित्तीय अनुशासन एक ही बात हैं।

- वित्तीय प्रबंधन की प्रक्रिया यह सुनिश्चित करेगी कि वे अपने ऋण का भुगतान करें और इस तरह बचे धन का निवेश अधिक धनराशि उत्पन्न करने के लिए करना शुरू करें। जैसी कि लोकप्रिय कहावत है, "पैसे को आपके लिए काम करने दो, ना कि आप पैसे के लिए काम करो"।
- अच्छे निवेश विकल्पों में पैसा लगाने से अच्छा रिटर्न (लाभ) मिलेगा। लेकिन जब तक पूंजी इकट्ठी की जा रही है और एक अच्छी वृद्धावस्था पेंशन कमाने की कल्पना कर सकते हैं, यह याद रखना चाहिए कि जीवन के हर क्षेत्र में जोखिम शामिल है। यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है कि जोखिम को कम करने के लिए बीमा लिया गया है।

वित्तीय लक्ष्य

एक वित्तीय लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए आवश्यक राशि का अनुमान लगाना बहुत आवश्यक है। वित्तीय लक्ष्यों प्राप्त करने के लिए किसी दिए गए महीने की बचत की मौजूदा राशि का पता होना बहुत आवश्यक है। जिसके लिए निम्नलिखित बिन्दुओं का ध्यान रखना आवश्यक है। जैसे-

1. बचाई गई राशि का पता लगाने के लिए वर्तमान आय और वर्तमान खर्चों को ट्रैक करने की आवश्यकता है।
2. वर्तमान आय और वर्तमान खर्चों के बीच अंतर की गणना करते समय यह एहसास हो सकता है कि आपके पास कोई फालतू पैसे यानि अधिशेष नहीं बचे हैं। इसके विपरीत वे खुद को घाटे में पा सकते हैं जिसके लिए हमें उधार लेना पड़ता है।

दीर्घकालिक लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए बचत पर रिटर्न (लाभ) की जांच:

बचत पर रिटर्न (लाभ) प्राप्त करना एक महत्वपूर्ण बिंदु है। यदि बचत नियमित रूप से की जाती है तो इसे कहीं निवेश किया जा सकता है और व्यक्ति इस पर रिटर्न (लाभ) कमा सकता है। बचाए गए धन पर रिटर्न (लाभ) अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद कर सकता है। इसके साथ ही, आपात स्थितियों को भी संभालने की आवश्यकता है, कुछ राशि आपात स्थितियों के लिए अलग रखी जानी चाहिए। इसके अलावा बीमा भी जोखिम को कम करने का एक तरीका है। इसलिए, अपने खर्चों को कम करके बचाए गए अतिरिक्त धन की समय अवधि को बढ़ाएं और बचाई गई राशि पर रिटर्न (लाभ) की गणना करें।

1. आप साधारण समझ के लिए मान सकती हैं कि आय स्तर समान रहेगा। (या हर साल 2 प्रतिशत की वृद्धि होगी)।
2. बचत पर 6-8 प्रतिशत रिटर्न (लाभ) मान लें।
3. अपनी मौजूदा बचत पर मिलने वाले रिटर्न पर विचार करें।
4. लोगों का यह जानना बहुत आवश्यक है कि गरीबी उन्मूलन के लिए पैसे का समावेश एक आवश्यक शर्त है।
5. वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने और दीर्घकालिक लक्ष्यों को पूरा करने के लिए बचत के महत्व को समझाना है।
6. पैसे के समावेश की दिशा में पहला कदम वित्तीय साक्षरता है। वित्तीय साक्षरता हमें उन

आदतों से लड़ने में मदद करेगी जैसे ज्यादा उधार लेना, जैसे आवेगी व्यवहार या शादी के लिए उधार लेना और बीमारी में उधार लेना।

7. पैसे के विभिन्न स्रोतों की तुलना करें।
8. कम जोखिम वाले विभिन्न प्रोडक्ट्स को जानना जैसे स्वास्थ्य बीमा।

इस प्रकार की समझ परिवार की आय में महिलाओं की भूमिका और महिलाओं के सामने मौजूद अवसरों पर ध्यान केन्द्रित करेगी ताकि इस तरह की छोटी अतिरिक्त आय वाली गतिविधियाँ शुरू की जा सकें।

बाज़ार के लिए परिचय

व्यापार करने का सबसे आवश्यक घटक विपणन है। ग्राहकों का बाज़ार तक पहुंचना, बाज़ार में व्यापार के प्रकारों का विश्लेषण करना और लक्षित समूह के लिए एक उत्पाद तैयार करना और इसे अपनी आवश्यकता के रूप में पेश करना कुछ ऐसी आवधारणाएं हैं, जिनको समझना बहुत आवश्यक है।

उद्देश्य

व्यापार में विपणन की अवधारणा और महत्व को समझना

मार्केटिंग या विपणन का अर्थ:

विपणन को सीधे से परिभाषित किया जा सकता है कि "अपने ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करना साथ ही मुनाफे को कमना विपणन है।"

मार्केटिंग को हम इस प्रकार समझ सकते हैं कि सभी ग्राहक किसी भी उत्पाद को सबसे सस्ती कीमत पर प्राप्त करने के बारे में परवाह करते हैं। कुछ ग्राहकों की अलग-अलग पैकेजिंग प्राथमिकताएँ होती हैं। जिसमें सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि ग्राहकों की जरूरतों और खरीद व्यवहार को समझना होगा। इसी समझदारी से हमें विभिन्न समूहों में ग्राहकों को व्यवस्थित करने में मदद मिल सकती है। हम अपने सामान और सेवाओं को ऐसे तरीकों से बना सकते हैं जो विशेष ग्राहक समूहों की जरूरतों को पूरा करेंगे।

अपने उत्पाद में विविधता की पेशकश करके (उदाहरण के लिए, पाउच और बोतल) हम विभिन्न प्रकार के ग्राहकों तक पहुंच सकते हैं और अपने लिए अधिक रिटर्न (लाभ) कमा सकते हैं।



विपणन मिश्रण या मार्केटिंग मिक्स

यह जानना बहुत आवश्यक है कि मार्केटिंग योजना में शामिल की गई हर एक विशेषता विपणन मिश्रण के तत्वों से संबंधित है। **विपणन के प्रमुख तत्वों यानि उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रचार, पैकेजिंग, पोजीशनिंग और लोग** के बारे में जानना बहुत आवश्यक है। मार्केटिंग मिक्स के यह विभिन्न भाग आपस में संबंधित हैं।

मार्केटिंग मिक्स को नीचे दिए गए उदाहरण से आप अच्छी तरह से समझ सकते हैं, साथ ही अपने लिए बना सकते हैं।

प्रश्न	मार्केटिंग मिक्स के तत्व	मेरे बिजनेस आईडिया के लिये मार्केटिंग मिक्स
1. आपके उत्पाद या सेवाएं क्या है?	उत्पाद	
2. आपके उत्पाद या सेवाओं की कीमत क्या है	कीमत	
3. आप कैसे सुनिश्चित करेंगे की आपके उत्पाद अपने लक्षित ग्राहकों तक पहुंच रहे है? आप किन स्थानों को लक्षित कर रहे है?	स्थान	
4. आप अपने उत्पादों के प्रति ग्राहकों की रुचि को कैसे आकर्षित करने की योजना बना रहे हैं?	प्रमोशन	
5. आप अपने उत्पादों की पैकेजिंग कैसे कर रहे है?	पैकेजिंग	
6. आप क्या चाहते है कि लोग आपके उत्पाद और व्यवसाय के बारे में कैसे सोचें?	पोजीशनिंग	
7. उत्पादों के विपणन के लिए कौन लोग जिम्मेदार है?	लोग	

डिजिटल साक्षरता

डिजिटल साक्षरता से आशय उन तमाम तरह के कौशलों के एक समूह से है, जो इंटरनेट का प्रयोग करने और डिजिटल दुनिया के अनुकूल बनने के लिये आवश्यक है। चूँकि प्रिंट माध्यम का दायरा धीरे-धीरे सिकुड़ता जा रहा है और ऑनलाइन उपलब्ध जानकारी का दायरा व्यापक होता जा रहा है, इसलिये ऑनलाइन उपलब्ध जानकारी को समझने के लिये डिजिटल साक्षरता आवश्यक है।

डिजिटल साक्षरता और भारत

- उल्लेखनीय है कि भारत, चीन के बाद दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा ऑनलाइन बाजार है, जहाँ लगभग 460 मिलियन इंटरनेट प्रयोगकर्ता मौजूद हैं।
- आंकड़ों के अनुसार, वर्ष 2021 तक भारत में अनुमानतः 700 मिलियन इंटरनेट प्रयोगकर्ता मौजूद होंगे, जो कि काफी बड़ी संख्या है।
- उपरोक्त आँकड़े स्पष्ट करते हैं कि भारत का इंटरनेट आधार (internet Base) काफी व्यापक है, जिसके कारण यहाँ डिजिटल साक्षरता का विषय काफी महत्वपूर्ण हो गया है।

दूसरे शब्दों में व्यक्ति और समुदायों द्वारा आम जीवन की विभिन्न परिस्थितियों में सार्थक कार्यों के लिए डिजिटल प्रौद्योगिकी का उपयोग करके की क्षमता को हम "डिजिटल साक्षरता" कह सकते हैं।

एक व्यक्ति को इतना डिजिटल साक्षर होना चाहिए कि वह डिजिटल उपकरणों जैसे मोबाइल फोन, टैबलेट, आदि पर किसी सूचना के लिए इंटरनेट पर खोज सके और ईमेल भेजने और प्राप्त करने में सक्षम हो सके।

डिजिटल साक्षरता को समझने के लिए हमें निम्नलिखित विषयों के बारे में पता होना चाहिए:-

• कम्प्यूटर:

कम्प्यूटर हमारी जिंदगी का अहम हिस्सा बन चुका है, स्कूल से लेकर ऑफिस तक में इसका इस्तेमाल रोजाना किया जाता है, और दैनिक कामकाज निपटाने के लिए घरों में भी कम्प्यूटर का उपयोग खूब किया जा रहा है,

कम्प्यूटर एक मशीन है जो कुछ तथ निर्देशों के अनुसार कार्य को संपादित करती है, और ज्यादा कहे तो कम्प्यूटर एक इलेक्ट्रॉनिक उपकरण है जो इनपुट उपकरणों की मदद से आंकड़ों को स्वीकार करता है उन्हें प्रोसेस करता है और उन आंकड़ों को आउटपुट उपकरणों की मदद से सूचना के रूप में प्रदान करता है।

कम्प्यूटर अपना कार्य अकेला नहीं कर सकता है, कम्प्यूटर किसी कार्य को करने के लिए कई तरह से उपकरणों तथा प्रोग्राम की सहायता लेता है, कम्प्यूटर के ये उपकरण और प्रोग्राम क्रमशः हार्डवेयर तथा सॉफ्टवेयर के नाम से जाने जाते हैं, कम्प्यूटर के इन उपकरणों में System Unit एक प्रमुख उपकरण है। यह एक बक्सा होता है जिसमें Computer को अपना कार्य करने के लिए आवश्यक यंत्र लगे होते हैं, सिस्टम युनिट को CPU (Central Processing Unit) भी कहा जाता है, इसमें मदरबोर्ड, प्रोसेसर, हार्ड डिस्क आदि यंत्र होते हैं जो को कार्य करने लायक बनाते हैं, इसे Computer Case भी कहते हैं।

ई-मार्केटिंग

सही मार्केटिंग रणनीतियों के बिना, यहां तक कि सबसे अच्छी उत्पाद लाइनों की भी अनदेखी की जा सकती है। आज के समय में ऑनलाइन मार्केटिंग कितनी महत्वपूर्ण है। यदि सही से किया, तब आपकी ऑनलाइन बिक्री आसमान छू सकती है। और यदि गलत हो गयी तब आपको अपने ग्राहकों और संभावनाओं द्वारा अनदेखा कर दिया जाएगा, जिससे आपके लिए अपने उत्पादों को बढ़ावा देना या ऑनलाइन बेचना लगभग असंभव हो जाएगा।

मार्केटिंग रणनीति को अधिक स्थिरता, प्राथमिकता और करीबी निगरानी की आवश्यकता होती है क्योंकि वे अंततः आपको सफल होने में मदद कर सकते हैं। अपने लक्ष्यों को परिभाषित करें ई-कॉमर्स को एकीकृत करके अपने लक्ष्यों को यथार्थवादी, समयबद्ध, मापने योग्य और प्राप्त करने योग्य बनाएं।

नए या मौजूदा उत्पाद को बढ़ावा देने के लिए 5 महत्वपूर्ण कदम:

- **अपने लक्षित ग्राहकों को परिभाषित करें:**

जिसके लिए आपको एक खरीदार व्यक्तित्व बनाना पड़ेगा। एक खरीदार व्यक्तित्व आपके आदर्श ग्राहकों की एक काल्पनिक और शोध-आधारित प्रोफाइल है। जब आप चीजों का ऑनलाइन प्रचार और बिक्री करते हैं तो यह उन दर्शकों की जनसांख्यिकी का वर्णन करता है जिन्हें आप लक्षित कर रहे हैं।

- **अपने प्रतिस्पर्धियों का अध्ययन करें:**

अपने प्रतिस्पर्धियों का अध्ययन करने से आपको यह बेहतर ढंग से समझने में मदद मिलेगी कि कौन से मार्केटिंग तरीके काम करेंगे और कौन से नहीं। उदाहरण के लिए, यदि आप देखते हैं कि दस में से नौ प्रतियोगी किसी विशेष मार्केटिंग रणनीति का उपयोग करते हैं और इससे दर्शकों की अच्छी भागीदारी हो रही है, तो आप यह अनुमान लगा सकते हैं कि वहाँ होने का अवसर है। आपको हमेशा अपने प्रतिस्पर्धियों की नकल करने की आवश्यकता नहीं है लेकिन जितना अधिक आप जानते हैं कि क्या काम कर रहा है, आप बेहतर सूचित निर्णय लेंगे।

- **एक आकर्षक उत्पाद कहानी बनाएं:**

अपनी उत्पाद श्रृंखला का सफलतापूर्वक विपणन करने के लिए एक सम्मोहक और सुसंगत उत्पाद कहानी बनाएं। आपकी कहानी में इस बात पर जोर होना चाहिए कि

आपके ग्राहक आपके उत्पादों से कैसे लाभ उठा सकते हैं। ऐसा करने से आपकी मार्केटिंग सामग्री आपके दर्शकों के लिए और भी अधिक भरोसेमंद हो जाती है। यह आपके ग्राहक के आजीवन मूल्य को बढ़ाने में मदद करेगा।

- **अपनी मार्केटिंग रणनीतियां, चैनल और टूल चुनें:**

आप अपनी उत्पाद लाइन का विपणन करते समय उपलब्ध कार्यप्रणाली उपकरणों और प्लेटफार्मों से अभिभूत हो सकते हैं। आपके लिए बेहतर होगा कि आप कुछ चुनिंदा लोगों को चुनें और अपने प्रयासों और संसाधनों को उन पर केंद्रित करें। कभी भी अपने खरीदार व्यक्तित्व की दृष्टि न खोएं। जहां आपके ग्राहक हैं वहीं रहें। अपने दर्शकों का ध्यान आकर्षित करने के लिए आपको रचनात्मक होने की आवश्यकता है। अपनी रचनात्मकता को उजागर करें।

- **अपने मार्केटिंग अभियानों की योजना बनाएं और उन्हें लागू करें:**

अपने मार्केटिंग अभियानों की योजना बनाने के लिए अपने व्यावसायिक लक्ष्यों, अपने उत्पाद जीवन चक्र पर मूल्य प्रवृत्तियों आदि के आधार पर अपनी अल्पकालिक और दीर्घकालिक रणनीतियों की पहचान करें।

एक विश्वसनीय और फीचर-पैक ई-कॉमर्स साइट, आप न केवल अपनी ऑनलाइन बिक्री को प्रभावी ढंग से सुविधाजनक बनाएंगे, बल्कि आपको भुगतान प्राप्त करने, धनवापसी जारी करने, प्रतिक्रिया प्राप्त करने और अपनी रूपांतरण दरों को आसानी से बढ़ाने देंगे।

जब आप सही प्लेटफॉर्म की खोज करते हैं, तो याद रखें कि अधिकांश ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म आपके लिए मुफ्त ऑनलाइन सेवा प्रदान करते हैं। प्लेटफॉर्म की विशेषताओं का पता लगाने के लिए इसका उपयोग करें और देखें कि क्या यह आपके लिए काम करता है। यदि आपको मंच पसंद है और यह आपके व्यवसाय के अनुकूल है, तो आप सशुल्क खाते की सदस्यता ले सकते हैं और इसका उपयोग जारी रख सकते हैं।

उत्पाद फोटोग्राफी:

उत्पाद फोटोग्राफी व्यावसायिक फोटोग्राफी का एक रूप है जिसका लक्ष्य किसी उत्पाद को सर्वोत्तम संभव फोटोग्राफिक प्रतिनिधित्व में प्रस्तुत करना है।

महान उत्पाद फोटोग्राफी उचित प्रकाश व्यवस्था, पृष्ठभूमि सामग्री, क्षेत्र की उचित गहराई के साथ तेज कैमरा फोकस, लाभप्रद कैमरा कोण और सावधानीपूर्वक संपादन के उपकरणों पर सावधानीपूर्वक विचार करती है।

उत्पाद फोटोग्राफी के लिए महत्वपूर्ण सुझाव निम्नलिखित हैं:-

1. सही कैमरा चुनें:

वाइड-एंगल लेंस का उपयोग न करें क्योंकि यह आपके उत्पाद को फैलाएगा और इसे चौड़ा दिखाएगा। यदि आप एक डीएसएलआर का उपयोग करते हैं, तो एपर्चर और एफ-स्टॉप को समायोजित करना सीखें। अपने कैमरे पर दृश्य मोड का उपयोग करना सीखें। अधिकांश डीएसएलआर कैमरों में मैक्रो, पोर्ट्रेट और एक्शन शॉट्स के लिए एक डायल होता है

स्मार्टफोन के कैमरे पिक्सलेटेड स्क्रीन से काफी आगे निकल चुके हैं। जबकि आपको डीएसएलआर कैमरे के साथ उच्च गुणवत्ता वाली तस्वीरें मिल सकती हैं, आप स्मार्टफोन के साथ पूरी तरह से अच्छी तस्वीरें ले सकते हैं।

2. अपनी पृष्ठभूमि सेट करें:

एक उत्पाद की बेहतरीन फोटो के पृष्ठभूमि का चुनाव भी बहुत महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए यदि किसी विक्रेता ने एक तस्वीर के लिए एक सफेद पृष्ठभूमि का उपयोग किया है तब पृष्ठभूमि का कोना विचलित नहीं होना चाहिए और फोकस उत्पाद पर केंद्रित होना चाहिए। पृष्ठभूमि ऐसी होनी चाहिए जिससे आपका उत्पाद हाइलाइट हो।

3. उत्पाद फोटोग्राफी प्राकृतिक प्रकाश में करें:

अपने उत्पाद को एक अच्छी तरह से रोशनी वाली खिड़की से सेट करें।

यदि आपको किसी विशिष्ट क्षेत्र पर अधिक प्रकाश की आवश्यकता है, तो उस क्षेत्र में अधिक प्राकृतिक प्रकाश को प्रतिबिंबित करने के लिए सफेद पोस्टर बोर्ड या शीट के एक टुकड़े का उपयोग करें।

यदि आपके पास अच्छी रोशनी वाली खिड़की नहीं है या आप अक्सर शाम को शूटिंग करते हैं, तो प्राकृतिक प्रकाश व्यवस्था बहुत सीमित हो सकती है। तब आप बाहरी प्रकाश व्यवस्था या एक लाइटबॉक्स चुन सकते हैं।

4. संदर्भ तस्वीरें शूट करें:

संदर्भ में तस्वीरें विशिष्ट विशेषताओं और लाभों को उजागर कर सकती हैं, साथ ही प्रत्यक्ष उपयोग मामलों को भी दिखा सकती हैं। वास्तविक दुनिया की तस्वीरें इस बात को उजागर कर सकती हैं कि आपका उत्पाद वास्तविक जीवन में कैसा दिखता है और ग्राहक उस वस्तु का उपयोग कैसे कर सकते हैं। पहला दिखाता है कि पूरा उत्पाद कैसा दिखता है और इसकी पोर्टेबिलिटी पर प्रकाश डालता है

और अन्य फोटोग्राफ दिखाता है कि इसका उपयोग कैसे किया जाता है।

5. एडिटिंग सॉफ्टवेयर के साथ फोटो को टच अप करें:

बिक्री बढ़ाने और ब्रांड जागरूकता बढ़ाने वाली उच्च गुणवत्ता वाली उत्पाद फोटो प्राप्त करने का अंतिम चरण अपनी तस्वीरों के लिए संपादन सॉफ्टवेयर का उपयोग करना है। संपादन सॉफ्टवेयर आपको प्रकाश व्यवस्था को समायोजित करने, पृष्ठभूमि को धुंधला करने, दोषों को दूर करने, शॉट को सीधा करने, फसल, ढाल, पाठ जोड़ने और बहुत कुछ करने में मदद कर सकता है।

amazon

paytm
mall

Flipkart



SHOPCLUES

Myntra

snapdeal

औद्योगिक प्रबन्धन

(Industrial Management)

उत्पादन सेवा अथवा व्यवसाय से जुड़ी लघु औद्योगिक इकाइयां भारतीय अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही हैं। आर्थिक सामाजिक विकास से अपेक्षित परिवर्तन और रोजगार मूलक गतिविधियों को एक नयी दिशा प्रदान करने हेतु लघु औद्योगिक एवं व्यवसायिक इकाइयों की सबसे बड़ी आवश्यकता है। भारतीय जनसंख्या का बढ़ता सैलाब, रोजगार के निरन्तर घटते अवसर और बेरोजगारी की दिन-प्रतिदिन जटिल होती समस्या, मानव जाति के विकास की सबसे बड़ी चुनौती है। छोटे स्तर पर स्वरोजगार के अवसरों का सृजन, स्थानीय संसाधनों और अधोसंरचनाओं पर आधारित लघु उद्यम एवं व्यवसायों की स्थापना, साथ ही, स्थापित उद्यम एवं व्यवसायों के निरन्तर विकास के लिए संसाधनों का प्रभावी प्रबंधन ही इस जटिल समस्या का एकमात्र विकल्प है। भारतीय आर्थिक सामाजिक विकास को एक नयी और गतिशीलता प्रदान करने जैसे बहुआयामी उद्देश्यों की प्राप्ति अन्ततः अर्थव्यवस्था से जुड़े प्रत्येक उद्यमियों की विकसित प्रबंधकीय कुशलताओं पर निर्भर करता है।

उद्यमी संस्कृति के विकास और स्वरोजगार को बढ़ावा देने के लिए किये जा रहे प्रयासों से लघु उद्यमों की संख्या और उत्पादन क्षमता दोनों में वृद्धि हुई है। भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास के लघु उद्यमों की बढ़ती भागीदारी ने अपने महत्व को बढ़ाया है। साथ ही अंतर्राष्ट्रीय बाजार में बढ़ते निर्यात से लघु उद्यमों की आवश्यकता एवं महत्व में सकारात्मक परिवर्तन आया है। फिर भी अनेक क्षेत्रों में विभिन्न स्तर पर कार्यरत असंख्य नव उद्यमियों में प्रबंधकीय क्षमताओं के अभाव में उन्हें पूर्वनिर्धारित लक्ष्यों को प्राप्त करने की प्रक्रिया के समक्ष एक बड़ा प्रश्न चिह्न लगाया है। उद्यम की प्रगति और विस्तार के सपने अधूरे रह गये और एक स्वस्थ एवं समृद्ध उद्यमों की कल्पनायें पूरी नहीं हो पायीं। प्रभावी प्रबंधकीय कुशलताओं का निरन्तर विकास आज प्रत्येक उद्यमी की पहली आवश्यकता है।

छोटे स्तर पर सीमित संसाधनों के साथ स्थापित किये जाने वाले उद्यमों अथवा व्यवसायों की सफलता कुशल प्रबंधन पर निर्भर करती है। उद्यमी अपने पूर्व निर्धारित लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए प्रबंधकीय क्षमताओं का प्रदर्शन कार्यों के श्रेष्ठतम निष्पादन के लिए करने का प्रयास करता है। उपलब्ध सीमित संसाधनों का अधिकतम उपयोग पर कोई भी उद्यमी सिर्फ उद्यमीय सफलतायें ही सुनिश्चित नहीं कर

पाता बल्कि उद्यम के आधुनिकीकरण, विस्तार और विविधीकरण के सपनों को साकार भी कर पाता है। प्रतिद्वंद्विता का बदलता स्तर, गुणवत्ता का बदलता मापदण्ड विकसित होती तकनीक, श्रम और उपभोक्ता बाजार का बदलता व्यवहार आदि चुनौतियों को किसी भी स्तर पर कार्यरत उद्यमी अपनी विकसित उच्च प्रबंधकीय कुशलताओं के आधार पर स्वीकार कर पाता है।

भारतीय अर्थव्यवस्था का बदल स्वरूप जहां मिश्रित अर्थ व्यवस्था एवं आर्थिक उदारीकरण और खुली अर्थव्यवस्था के बीच की दूरी तेजी से बढ़ती जा रही है, ने अनेक चुनौतियों का जन्म दिया है। भारतीय बाजार अनेक बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के लिए आकर्षण का केन्द्र बन गयी है। आयात निर्यात प्रक्रिया के सरलीकरण के कारण वितरण प्रणाली एवं वितरण व्यवस्था में अनेक प्रभावी परिवर्तन हुए हैं। इन सभी का व्यापक प्रभाव आर्थिक सामाजिक विकास पर दृष्टिगत होने लगा है। लघु उद्यम के क्षेत्र में अगर प्रतिद्वंद्विता बढ़ती है तो साथ ही संभावनाओं का भी व्यापक विस्तार हुआ है। आवश्यकता है उद्यम अथवा व्यवसाय के कुशलतम प्रबंधन की, जिससे उद्यमी स्थानीय बाजार से अन्तर्राष्ट्रीय बाजार के बीच की दूरी सफलतापूर्वक तय कर सके।

व्यावसायिक प्रबंधन एक कला है जिसके द्वारा उद्यमी गतिविधियों को संचालित करने के लिए उपलब्ध साधनों को संगठित कर पूर्व निर्धारित लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए योजनाबद्ध तरीके से श्रेष्ठतम उपयोग किया जाता है। यह वह प्रक्रिया है जिससे किसी भी उद्यम में कार्यरत व्यक्तियों के प्रयासों को सही दिशा प्रदान की जाती है। प्रबंधन एक पद्धति है जिसका विकास उद्यमी अपने आर्थिक सामाजिक उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए करता है यह वह चिन्तन है जिसे उद्यमी संगठित प्रयासों में परिवर्तित कर अपनी कल्पनाओं को साकार करता है। अतः प्रबंधन किसी भी उद्यमीय इकाई की सफलता का मार्ग प्रशस्त करता है।

व्यक्तिगत प्रबंधन (Personnel Management)

लघु उद्योग मुख्यतः उद्यमी की ही परिकल्पना, परिश्रम व बुद्धिमत्ता का द्योतक होता है, अतः एक उद्योग में प्रबंधक एवं उद्यमी की भूमिका के मध्य अन्तर ज्ञात करना कठिन है। उद्योग की सफलता में केवल तकनीकी सामर्थ्य ही पर्याप्त नहीं है, इसके लिए अन्य कुशलताओं का होना भी

आवश्यक है। प्रभावी प्रबन्धकीय सामर्थ्य, लघु उद्योग इकाई की सफलता का प्रमुख तत्व है।

प्रबन्धन क्या है ?

प्रबन्ध एक ऐसी कला है जिसके द्वारा उत्कृष्ट उत्पाद का निर्माण, मानव शक्ति का सदुपयोग किया जा सकता है। प्रबन्ध एक ऐसी प्रक्रिया है, जिसके अन्तर्गत इच्छित परिणाम प्राप्त करने हेतु विभिन्न क्रियायें जैसे योजना निर्माण, उद्योग संगठन, नेतृत्व तथा नियंत्रण करना आदि सम्मिलित है।

प्रबन्धकीय कुशलताएं एक उद्योग की अभिवृद्धि, उससे लाभ प्राप्त करने, प्रतिस्पर्धा का सामना करने तथा दीर्घकाल तक संचालन के लिए आवश्यक है।

औद्योगिक प्रबन्ध के अन्तर्गत आने वाले प्रमुख कार्य-

- (क) योजना निर्माण :- नीतियों के निर्धारण, योजना क्रियान्वयन की रणनीति आदि।
- (ख) अपने प्रयासों व क्रियाओं को संगठित करना, अर्थात् "कौन क्या करेगा" के बारे में शुद्ध निर्णय लेना।
- (ग) समन्वय बनाना :- विभिन्न स्तरों पर भौतिक साधनों जैसे कच्चा माल, उपभोग में नष्ट होने वाले सामग्रियों, नकदी आदि को सम्मिलित कर उनके मध्य समन्वय स्थापित करना ताकि इकाई का निर्बाध गति से संचालन हो सके। सभी प्रक्रियाओं तथा वचनबद्धताओं के प्रति सम्पूर्ण जागरूकता ही प्रभावी समन्वय का आधार है।
- (घ) नियन्त्रण करना :- नियंत्रण करने का कार्य। मूल्य निर्धारण, उपयोगी वस्तुओं, अवशेषों सामग्रियों तथा उनका लगातार मूल्यांकन आदि करना है। जिससे सभी स्तरों पर उचित परिणाम प्राप्त हो सके।
- (ङ) नेतृत्व करना तथा प्रेरणा देना।
- (च) समय निर्धारण:-

औद्योगिक प्रबन्ध अन्तिम क्षणों में लिये जाने वाले निर्णयों तथा क्रियाओं से बचने में सहायक होता है। इसे "संकट के समय प्रबन्ध" कहते हैं। लघु उद्यमी के लिए यह अत्यावश्यक है कि उसका व्यक्तित्व बहु-आयामी हो।

उत्पादन नियंत्रण से लाभ-

(1) लक्ष्यों की प्राप्ति (2) नियोजित उत्पादन (3) अच्छी किस्म का उत्पादन (4) निर्बाध गति से उत्पादन (5) कार्यक्षमता में वृद्धि (6) मशीनों तथा उपकरणों का

समुचित उपभोग (7) कर्मचारियों की क्षमता का अधिकाधिक उपयोग।

उद्योग के सफलतापूर्वक संचालन में औद्योगिक प्रबन्धन का अपना विशेष महत्व है जिसके द्वारा उच्च उत्पादकर्ता एवं अधिकतम उत्पादन क्षमता के उद्देश्य को प्राप्त किया जा सकता है। औद्योगिक प्रबन्धन में प्रमुख रूप से 5 एम (5M) का विस्तृत अध्ययन सम्मिलित है जो इस प्रकार है-

M=Men	(Personal Management)
M=Material	(Material Management)
M=Marketing	(Marketing Management)
M=Money	(Financial Management)
M=Manufacturing	(Production Management)

1. व्यक्तिगत प्रबन्धन (Personal Management)

उद्यमी तथा प्रबन्धक अपने समस्त कार्य मानवीय प्रयासों द्वारा ही करते हैं इसलिए उद्योगों में मानवीय स्त्रोत का ही सर्वाधिक महत्व है। मानवीय स्त्रोतों के प्रभावी उपयोग पर ही उद्योग की सफलता निर्धारित होती है। उद्योग के कार्य करने वाले विभिन्न स्तर के अधिकारी, कर्मचारी, कुशल व अकुशल कारीगरों का प्रबन्ध कार्मिक या मानवीय प्रबन्ध कहलाता है। उत्पादन अथवा व्यवसाय हेतु प्रयुक्त संसाधनों में मानव सबसे महत्वपूर्ण संसाधन है। यह अकेला जीवित संसाधन उत्पादन अथवा व्यवसाय से संबंधित अन्य सभी संसाधनों को उद्यम उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए उपयोग कर उद्यम अथवा व्यवसाय को जीवन्त बनाये रखता है।

एक उद्यमी द्वारा आत्म प्रबंधन से शुरू किये गये इस प्रक्रिया के बहुआयामी उद्देश्य होते हैं। उद्यम विस्तार के साथ-साथ कर्मचारियों के सही चयन के साथ कार्मिक प्रबन्धन प्रक्रिया की शुरूआत हो जाती है। उद्यम के उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए उपलब्ध मानव संसाधन का प्रभावी उपयोग ही कार्मिक प्रबंधन का मूल उद्देश्य है। किसी भी विकसित होते उद्यम की योजना के अनुरूप निष्पादित किये जाने वाले कार्यों के आंकलन के आधार पर कर्मचारियों की आवश्यकता का निर्धारण किया जाता है। उद्यम का आकार और स्वरूप व्यक्तियों की

आवश्यकता के निर्धारण में अहम भूमिका निभाता है।

मानव संसाधन के प्रभावी उपयोग के अलावा कार्मिक प्रबंधन के उद्देश्यों में महत्वपूर्ण हैं - उद्यम संरचना को निर्धारित योजना के अनुरूप विकसित करना और उद्यम में अच्छे मानवीय सम्बन्धों का विकास कर प्रभावी कार्य वातावरण का विकास करना।

साथ ही कर्मचारियों में कार्यों के प्रति समर्पण, प्रतिबद्धता और निष्ठा जैसे आन्तरिक गुणों का विकास हर व्यक्तिगत और सामूहिक लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए उत्साहित करना भी कार्मिक प्रबंधन के महत्वपूर्ण उद्देश्यों में एक है। उद्यम में कार्यरत कर्मचारियों के व्यक्तिगत विकास और उन्नति के लिए प्रयासरत कार्मिक प्रबंधन की गतिविधियाँ एक अच्छे कार्यसमूह के विकास के लिए प्रतिबद्ध रहती हैं।

कार्मिक प्रबंधन इन उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए प्रत्येक कार्य के लिए सही व्यक्ति का चयन कर कार्य के अनुरूप उसको प्रशिक्षित कर आवश्यक विशिष्ट कुशलताओं को विकसित करना है। कार्य के स्वरूप एवं संगठन की क्षमता के स्पष्ट आंकलन के आधार पर वेतन अथवा मजदूरी का निर्धारण किया जाता है। कर्मचारियों के मनोवैज्ञानिक और सामाजिक जरूरतों की पूर्ति के लिए प्रोत्साहन प्रक्रियाओं का निर्धारण कर उन्हें अभिप्रेरित करने के महत्वपूर्ण कार्य भी कार्मिक प्रबंधन द्वारा किए जाते हैं। इन सभी कार्यों के अलावा कार्मिक प्रबंधन के कार्य क्षेत्र में कर्मचारी सेवा जैसे सुरक्षा, परामर्श, मनोरंजन, शिक्षा, अवकाश पेन्शन, अनुशासन आदि सार्थक हैं।

कार्मिक प्रबन्ध सामान्य प्रबन्ध का वह भाग है जो मानव शक्ति को प्राप्त करने, उसके विकास एवं उपयोग करने तथा उसको संगठन में बनाये रखने हेतु उसके नियोजन नियंत्रण एवं अभिप्रेरणा से सम्बन्धित है।

कार्मिक विभाग के प्रमुख कार्य -

(1) कर्मचारियों से संबंधित नीति का निर्माण (2) मानवीय साधनों का नियोजन (3) कर्मचारियों की नियुक्ति एवं पद निर्धारण (4) प्रशिक्षण एवं विकास (5) मजदूरों एवं वेतन सम्बन्धी प्रशासन (6) श्रम कल्याण एवं सेवाएं (7) काम की दशाएँ स्वास्थ्य तथा सुरक्षा (8) श्रम सह सम्बन्ध (9) योग्यता अंकन एवं पदोन्नति आदि (10) प्रबन्ध में सहभागिता (11) श्रम संघों से सहयोग प्राप्त करना (12) कार्मिक व व्यवहार सम्बन्धी शोध।

2. सामग्री प्रबन्धन (Material Management)

आवश्यक वस्तुओं की प्राप्ति तथा भण्डारण की वैज्ञानिक तथा नियमित पद्धति द्वारा सामग्री की आवश्यकता की पूर्ति को सुनिश्चित करते हुए न्यूनतम भण्डार रखने को ही सामग्री प्रबन्धन कहते हैं। उद्योग में उत्पादन सामग्री के भण्डार का वर्गीकरण निम्न प्रकार किया जाता है :-

1. कच्चा माल तथा खरीदें हुए कल पुर्जे।
2. संयंत्र के रख रखाव हेतु आवश्यक स्टोर तथा स्पेयर पार्ट्स रखना।
3. कार्य प्रक्रिया संबंधी भण्डार।
4. तैयार माल।

उत्पादन सामग्री सूची के बिना व्यवसाय नहीं चल सकता। उसकी अनिश्चितता से बचने के लिए सामग्री का भण्डार रखना ही पड़ता है। सामग्री सूची की आवश्यकता तथा महत्व में घटाव बढ़ाव संयंत्र में कार्यरत श्रम तथा मशीनरी के बेकार रहने के समय के मूल्य तथा आवश्यकता के सीधे अनुपात में हुआ करता है।

यदि फैक्ट्री में लगा श्रम व मशीनें (बिना घाटा उठाए) सामग्री की प्रतीक्षा कर सकती तथा इसी प्रकार ग्राहक उपभोक्ता (उत्पाद की) प्रतीक्षा कर सकते तो, सामग्री को भण्डार में रखने की तथा सामग्री सूची को महत्व देने की आवश्यकता न होती। परन्तु श्रम तथा मशीन को सामग्री की प्रतीक्षा में बेकार रखना बहुत ही अलाभकर है तथा आधुनिक जीवन की आवश्यकतायें इतनी अनिवार्य तथा तात्कालिक होती हैं कि वे प्रतीक्षा नहीं कर सकती। इसलिए सामग्री सूची (Inventory) की विभिन्न मदों की वस्तुओं को समय से प्राप्त करने तथा उन्हें सुरक्षित रखने में पर्याप्त धन का व्यय होने पर भी (उत्पादन के हित में) सामग्री सूची की व्यवस्था के ठोस कारण हैं।

कच्चा माल तथा कल पुर्जे

निम्न के लिए -

क- मितव्ययी थोक क्रय ।

ख- निम्नांकित के बचाव के लिए।

1. परिवहन के विलम्ब। 2. उत्पादन दर में परिवर्तन।

स्टोर्स तथा स्पेयर पार्ट्स-

पूर्ति की अनिश्चितता, साज-सज्जा व उपकरणों की टूट-फूट तथा विलम्ब से बचने के लिए। प्रक्रियाधीन कार्य निम्न के लिए-

अ- तात्कालिक पूर्ति वाले आदेशों की पूर्ति हेतु उत्पाद के विनिर्माण चक्र का समय कम करना ।

ब- थोक में माल का मितव्ययी उत्पादन जो मशीन द्वारा उत्पादन के उतार चढ़ाव को कम कर सके।

स- सही माल का प्रतिस्थापन

तैयार माल निम्न के लिए

क-कारखाने से ही माल का वितरण ।

ख-एक "बफर" भण्डार का प्राविधान जिससे मितव्ययी थोक उत्पादन को सहारा मिले और परिवर्तन के धक्के को सहा जा सके।

ग- ऋतु पर आधारित माल का संचय जिसके द्वारा उत्पादन स्तर तथा रोजगार में स्थायित्व बना रहता है।

घ-एक साथ बहुत सा माल जहाज से भेजना।

नियंत्रित सामग्री सूची क्यों ?

जैसा अभी विचार हुआ है किसी भी उत्पादन प्रक्रिया में सामग्री सूची होना आवश्यक है फिर भी केवल लम्बी सामग्री सूची से ही उत्पादन नहीं बढ़ेगा यद्यपि उसके अभाव में उत्पादन कम हो सकता है।

सामग्री भण्डार में केवल बहुत धन ही फँस नहीं जाता वरन् उनकी आपूर्ति में आर्थिक सीमाओं के परे तक बहुत सा धन भी व्यय होता है इसके ऊपर यदि सामग्री सूची को यों छोड़ दे तो अपने स्वभाव के अनुसार वह आर्थिक सीमाओं के परे तक बहुत सा धन भी व्यय होता है। सामग्री सूची पर नियंत्रण का अभाव होने पर कर्मचारी असावधान हो जाते हैं और सामग्री का आवश्यकता से अधिक उपयोग करने लगते हैं इन सभी बातों से यह निष्कर्ष निकलता है

कि सामग्री भण्डार या सामग्री सूची के नियंत्रण की बहुत आवश्यकता है। सामग्री प्रबन्धन द्वारा उत्पादन मूल्य में कमी -

सामग्री प्रबन्धन द्वारा व्यय में कमी लाने के अनेक रास्ते हैं यथा :

1. सरता और गुणवत्ता में विश्वसनीय माल तथा मांग के अनुसार यथा समय माल को पहुंचाने वाले स्रोतों की निरन्तर खोज और अनुसंधान करते रहने से माल क्रय के व्यय को कम किया जा सकता है उसी प्रकार उत्पाद की प्रति इकाई के विनिर्माण में कम माल प्रयोग करके अथवा माल उत्पादकता बढ़ाकर और क्षय (Waste) कम करके व्यय में कमी लाई जा सकती है।
2. भण्डारण के व्यय में कमी करके तथा उसके साथ ही उचित सामग्री प्रबन्धन द्वारा निविष्ट पूंजी के ब्याज, भण्डारण, स्थान तथा बीमा आदि के व्यय में कमी।
3. माल के अधिग्रहण तथा प्राप्ति ठीक से रखने उठाने और भण्डारण द्वारा व्यय में कमी।
4. व्यय प्रक्रिया के प्रशासनिक व्यय में कमी।
5. निरन्तर माल की पहुंच द्वारा "माल विहीन" की स्थिति का घाटा कम करके।

सामग्री प्रबन्धन तकनीक

सामग्री की उत्पादकता बढ़ाने के लिए प्रबन्धकों के पास अनेक तकनीकियाँ होते हैं। उनमें से निम्न महत्वपूर्ण तकनीकों तथा उपकरणों की चर्चा यहां की गई है।

1. क ख ग विश्लेषण
2. मितव्ययी आदेश परिमाण (Economic Order Quart)
3. सामग्री सूची नियंत्रण

1. क ख ग विश्लेषण

किसी उद्योग में उत्पादन को चालू रखने के लिए सैकड़ों क्या हजारों सामग्रियों और कल-पुर्जों की आवश्यकता होती है। उन्हें तीन श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है। सामग्री के उपयोग के विश्लेषण से निम्न बातें सामने आती हैं :

समूह	वस्तु का प्रतिशत	मूल्य का प्रतिशत
क	10 प्रतिशत	70-80 प्रतिशत
ख	20 प्रतिशत	25 प्रतिशत
ग	70 प्रतिशत	5 प्रतिशत

उपर्युक्त पैटर्न को सामान्यतया सब जगह मान्या प्राप्त हो गई है। विभिन्न श्रेणी की सामग्रियों के लिए भिन्न भिन्न नीतियों का निर्धारण किया जाता है। इन नीतियों का निर्णय

करते समय सामग्री संचय का स्तर तथा नियंत्रण की सघनता सीमा के विषयक में चयनात्मक नीति का आश्रय लिया जाना वांछनीय होता है

चयनात्मक नियंत्रण निम्न प्रकार किया जाता है :

क- सामग्री	ख- सामग्री	ग- सामग्री
1. कड़ा नियंत्रण	मध्यम नियंत्रण	ढीला नियंत्रण
2. यथार्थ आधारित पर आधारित	यथार्थ आवश्यकता पर आवश्यकता	अनुमान पर आधारित
3. अनुसूची की प्राप्ति पर कड़ी निगाह	अनुसूची के अनुसार की कभी कभी जांच	सामग्री प्राप्ति पर कम ध्यान
4. परिमाण का ठीक ठीक नियंत्रण	परिमाण का ठीक ठीक नियंत्रण	परिमाण का लगभग नियंत्रण
5. कम अनुकूलतम भण्डार	मध्यम अनुकूलतम भण्डार	प्रचुर सुरक्षात्मक भण्डार

सुविधायें

क ख ग विश्लेषण का महत्व इस बात में है कि इसके द्वारा सामग्री का चयनात्मक नियंत्रण किया जा सकता है तथा प्रयास को उन विषयों पर केन्द्रित किया जाता है जहां वह सबसे लाभप्रद है। इसके द्वारा प्रबन्धक विकास कार्यों की प्राथमिकता निर्धारण तथा लागत में कमी कर सकते हैं।

2) मितव्ययी - परिमाण (E.Q.Q.)

सामग्री नियंत्रण की अधिकांश समस्याएं सामग्री के क्रय कितना और कम से सम्बद्ध होती है।

जब हम आदेश के परिमाण पर निर्णय लेते हैं अर्थात् यह तय करते हैं कि किस वस्तु विशेष की कितनी इकाइयों को एक बार में आदेश देकर सामग्री सूची में सम्मिलित किया जाए तो दो विपरीत लागतों सामग्री रखने की लागत (Inventory Carrying Cost) तथा आदेश लागत (Ordering Cost) पर विचार करना पड़ता है।

सामग्री के भण्डारण की लागत -

इसके अन्तर्गत भण्डारण की गई सामग्री के मूल्य पर ब्याज, बीमा, क्षरण, भविष्य में प्रयोग किए जाने में सामग्री की अनुपयुक्तता, भण्डारण तथा उनके उठाने रखने आदि की लागत को सम्मिलित किया जाता है।

आदेश लागत

इसमें कोटेशन प्राप्त करने, आदेश तैयार करने, परिवहन, अनुसरण, सामग्री की प्राप्ति निरीक्षण तथा बिल के भुगतान आदि का लागत मूल्य सम्मिलित किया जाता है। यह लागत आदेशों की संख्या के साथ-साथ बढ़ती जाती है।

यदि वर्ष भर की आवश्यकता को एक थोक में क्रय किया जाए तो आदेश लागत (प्रति इकाई) कम पड़ती है पस्तु सामग्री रखने का व्यय उंचा हो जायेगा। अस्तु इन दोनों लागतों या मूल्यों को पारस्परिक विरोधी लागत या मूल्य कहा जा सकता है। हमारा उद्देश्य आदेश परिमाण के सम्बन्ध में वर्ष के आदेश लागत तथा सामग्री के रखने की लागत को कम से कम करना होता है। जब उपर्युक्त लागत न्यूनतम होती है, उसे मितव्ययी आदेश परिमाण कहते हैं।

मितव्ययी आदेश का सिद्धान्त

Q-1 As

I

जहां A. वार्षिक उपयोग रूप्यों में

S. प्रति आदेश क्रय लागत रूप्यों में

I. इन्वेन्टरी (सामग्री सूची) रखने की वार्षिक लागत प्रतिशत में।

Q. मितव्ययी आदेश परिमाण रूप्यों में उपर्युक्त सिद्धान्त में यह सुनिश्चित करना कि इकाइयां संगत हैं, बहुत महत्वपूर्ण है।

1. आदेश परिमाण को प्रचलित तथा मान्य इकाई में ही अभिव्यक्त करना चाहिए।
2. उपयोग तथा सामग्री रखने का समय वस्तु की एक ही इकाई पर आधारित होना चाहिए। उपयोग का आधार वार्षिक होता है और सामग्री सूची रखने की लागत को सामग्री की एक इकाई

को एक वर्ष रखने की लागत समझना चाहिये। यदि उपयोग को रूपये में अभिव्यक्त किया जाए तो सामग्री रखने की लागत सामग्री सूची के प्रति रूपये के सन्दर्भ में होनी चाहिये।

यह सिद्धान्त देखने में भले ही जटिल प्रतीत हो परन्तु उपयोग में सरल हैं, चूंकि किसी अवधि विशेष में आदेश लागत तथा सामग्री के भण्डारण की लागत में क्रय की जाने वाली वस्तु के स्वभाव के अनुसार अन्तर पड़ता है यह आवश्यक नहीं है कि वस्तु के लिए मितव्ययी आदेश परिमाण की गणना की जाए। दैनिक उपयोग के लिए विभिन्न स्तरों पर वार्षिक उपयोग की तालिका में मितव्ययी आदेश परिमाण के आंकड़ों का समावेश करके ही काम चलाया जा सकता है जब तक कि आदेश लागत तथा सामग्री रखने की लागत में कोई अन्तर न आये।

यह स्मरण रखने की बात है कि मितव्ययी आदेश परिमाण का सिद्धान्त उत्पादन के विभिन्न कारकों के बीच के उचित सम्बन्धों पर प्रकाश डालता है और इस कारण इस संबंध में महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए मितव्ययी आदेश परिमाण सिद्धान्त बताता है कि जब वार्षिक उपयोग चार गुना बढ़ता है न कि चार गुना। उक्त सिद्धान्त के प्रभाव में कोई व्यक्ति अपना आदेश परिमाण उसी अनुपात में बढ़ाने को प्रेषित हो सकता है जिसमें वार्षिक उपयोग में वृद्धि होती है।

पुनःआदेश की पद्धति (System of Re Ordering)

मितव्ययी आदेश परिमाण का संकल्प करने के उपरान्त सामग्री सूची नियंत्रण के द्वितीय प्रश्न – कितना और कब का निश्चय करना शेष रह जाता है।

लीड टाइम

क्रय की सबसे वांछनीय आदर्श स्थिति तो यह है कि जब पहले आदेश से प्राप्त सामग्री समाप्त हो जाती तो तभी नए आदेश की सामग्री फैक्ट्री में पहुंच जाए। परन्तु ऐसा होना बहुत कठिन है कि जिस क्षण पुराना भण्डार समाप्त हो तभी नई आपूर्ति प्राप्त न हो जाए, भले ही माल भेजने वाला आपके पड़ोस का ही क्यों न हो। सामान्यतया माल के लिए आदेश भेजने और फैक्ट्री के उपयोगार्थ आदेशित सामग्री के भण्डार तक पहुंचाने में कुछ समय लगना आवश्यक होता है। आदेश और पूर्ति के बीच के इस समय को लीड टाइम कहते हैं।

इस 'लीड टाइम' की अवधि में किसी वस्तु विशेष के भण्डार का स्तर जो लीड टाइम में भी वस्तु की मांग को पूरा कर सकता है को पुरादेश स्तर कहते हैं।

व्यावहारिक जीवन में न तो मांग का पैटर्न एक सा रहता है न ही 'लीड टाइम' की अवधि ही सदा बराबर रहती है अस्तु 'लीड टाइम' तथा मांग में अवश्यम्भावी परिवर्तनों के लिए छूट देते हुए सामग्री सूची नियंत्रण की पद्धति में कुछ संशोधन करना आवश्यक है। यदि मांग तथा लीड टाइम के विचलनों परिवर्तनों की आकस्मिकता से निपटने के लिए। स्थाई रूप से कुछ अतिरिक्त भण्डार रखा जाए तो स्टॉक रिक्त होने या आउट की स्थिति से सामान्यतया बचा जा सकता है। उस अतिरिक्त स्टॉक को बंपर या सेफ्टी स्टॉक कहते हैं। किसी वस्तु के 'सेफ्टी स्टॉक' का परिमाण लीड टाइम तथा मांग में सम्भावित विचलनों पर निर्भर करता है। सेफ्टी स्टॉक का परिमाण (Stock Out Cost) के संदर्भ में उत्पादन प्रक्रिया के लिए उसकी महत्ता पर भी निर्भर करता है।

सामान्य लीड टाइम की खपत के ऊपर होने वाले अधिकाधिक घटाव बढ़ाव की सीमा निर्धारित करके उसके लिए अतिरिक्त उपभोग करने के लिए व्यावहारिक मार्गदर्शक का काम कर सकता है। उदाहरण के लिए यदि लीड टाइम की सामान्य खपत 100 किलोग्राम हो तो सेफ्टी स्टॉक 50 किलोग्राम होना चाहिए। जैसा कि पहले भी कहा गया है कि व्यवहार में लीड टाइम तथा मांग सदा एक रूप नहीं रहते। इसलिए आदेश का आकार तथा आदेशों के बीच का अन्तराल स्थित या एक सा नहीं रह सकता। उक्त अनिश्चितता की स्थिति में पुनःआदेश की समस्या के समाधान के लिए एक सामान्य रास्ता आदेश का आकार निश्चित करना है और फिर खपत में परिवर्तनों के लिए पुनःआदेश की स्थिति आने से पहले आदेश की आवृत्ति के प्रयोग में उतार चढ़ाव का ध्यान रखते हुए आवश्यक संशोधन कर लिया जाना चाहिए। इसे स्थित आदेश परिमाण पद्धति या टू-इन सिस्टम भी कहते हैं। दूसरी सामान्य पद्धति आदेश की आवृत्ति निश्चित करना है, जिससे उपयोग के अनुसार आदेश की मात्रा परिमाण में परिवर्तन कर लिया जाय। इसको सिंहालोक पद्धति या (Review System) कहते हैं।

स्थिर आदेश परिमाण पद्धति

सामग्री संबंधी किसी प्रकार का स्थाई अभिलेख (बिन कार्ड आदि का उपयोग) रखने पर निर्भर करता है जिससे जब भण्डार तथा आदेश पुनरादेश के स्तर पर पहुंच जाए तो तत्काल माल प्राप्त करने की कार्यवाही की जा सके।

स्थित आदेश परिमाण पद्धति वहाँ सर्वाधिक लागू हो सकती है जहाँ निम्न स्थितियाँ होती हैं :

1. शिथिल सक्रियता के कारण तत्पर नियंत्रण की आवश्यकता न हो।

- जब विक्रेता न्यूनतम अथवा किसी मात्रा में माल भेजने को कहे।

सिंहावलोकन पद्धति

सिंहावलोकन पद्धति तथा स्थाई आदेश परिमाण पद्धति में मुख्य अन्तर यह है कि इसमें समय-समय पर स्टाक की स्थिति का सिंहावलोकन होता रहता है और पूर्ति का कार्य तत्काल किया जाता है। सिंहावलोकन के बीच के अन्तराल का सबको पता रहता है वह निरन्तर होता रहता है फिर भी अवधि की पिछली इकाई में किए गये प्रयोग के आधार पर वस्तुओं के आदेशित परिमाण बदलते रहते हैं। सिंहावलोकन की अनुकूलता अवधि ओ.क्यू के सिद्धान्त से निकाले गए सिद्धान्त के आधार पर निम्न प्रकार निकाली जा सकती है :

$$IT \text{ सिंहावलोकन समय महीनों में } = \sqrt{\frac{288 \times 5}{AI}}$$

सिंहावलोकन पद्धति निम्न स्थितियों में विस्तृत रूप से होती है :

- जहाँ माँग में परिवर्तन पर त्वरित प्रक्रिया अपेक्षित है।
- जहाँ वस्तु सूची के स्तर पर अतिनिकट का सर्वेक्षण महत्वपूर्ण हो।
- जहाँ सम्पूर्ण आदेश पर प्रतिबन्ध लगाया जाता है। इनके अतिरिक्त और भी पद्धतियाँ हैं जिन्हें उपर्युक्त पद्धतियों में किंचित साधारण परिवर्तन करके बनाया गया है।

वस्तु सूची नियमन एवं सामग्री प्रबन्धन

Listing of items & Material Management

वस्तु सूची नियमन कंट्रोल से तात्पर्य

यह स्पष्ट है कि सामग्री पर उचित नियंत्रण न रखने से उद्योग को काफी हानि हो सकती है क्योंकि उद्योग की पूँजी का एक बड़ा हिस्सा सामग्री के रूप में ब्लाक रहता है। सामग्री पर सही नियंत्रण करने की नीति बनाने, उसके प्रवाह को उचित बनाये रखने की वैज्ञानिक प्रणाली ही इन्वेन्ट्री कंट्रोल के अन्तर्गत आती है। प्रायः लोग सामग्री नियंत्रण (मैटेरियल कंट्रोल) व वस्तु सूची नियमन को एक ही समझते हैं। परन्तु इसमें थोड़ी सी भिन्नता है। उत्पादन प्रक्रम को बाधा रहित बनाने के लिए किए गये मितव्यतापूर्ण प्रयास मैटेरियल कंट्रोल के अन्तर्गत आते हैं,

जबकि इन्वेन्ट्री कंट्रोल के द्वारा सामग्री के रूप में अथवा संबंधित धन को मितव्ययता पूर्वक धन से नियंत्रित किया जाता है इसके लिए एक अच्छी योजना की आवश्यकता होती है। इस प्रकार कहा जा सकता है कि इन्वेन्ट्री कंट्रोल एक प्रबन्धकीय नीति है और सामग्री नियंत्रण का मूल पद है।

वस्तु सूची नियमन के प्रभावी उद्देश्य

- माँग के अनुरूप सामग्री की पूर्ति हो सके ताकि इसके अभाव में उत्पादन कार्य बाधित न हो।
- सामग्री पर लगने वाला मूल्य न्यूनतम हो, पूँजी ब्लाक न हो और सामग्री स्थानान्तरण पर व्यय न्यूनतम हो।

यदि इन बातों को ध्यान में रखा जाये तो लगाई गई पूँजी से अधिक लाभ प्राप्त किया जा सकता है। इसलिए इस प्रकार की योजना बनाई जाती है कि न तो कोई सामग्री बेकार हो, न भंडार में बेकार पड़ी रहे और न ही कमी के कारण कार्य ही रुके। इसके लिए निम्न बातें ध्यान देने योग्य हैं।

- सही मात्रा में सामग्री जिससे न तो काम रुके और न अधिक सामग्री बेकार बची रहे।
- कम निवेश (इन्वेस्टमेंट) तथा न्यूनतम सामग्री लागत-अनायास धन फँसे।
- भण्डार में सामग्री एवं उसके कार्यों पर पूर्ण नियंत्रण एवं भण्डार की स्थिति की जानकारी रखना।
- सामग्री की सुरक्षा

इन्वेन्ट्री कैरिंग लागत

(Inventory Carrying Cost)

उद्योग में कुल सामग्री की कीमत का लगभग 20 से 40% तक का खर्च उसके ले आने, ले जाने तथा रखरखाव में खर्च हो जाता है। इन्वेन्ट्री धन अवश्य है परन्तु यह धन बैंक में जमा धन की तरह नहीं है जिस पर कुछ न कुछ ब्याज मिलता है। इस धन पर तो ब्याज की हानि होती है। सामग्री क्षय होने, चोरी हो जाने से हानि की आशंका बनी रहती है अर्थात् उसे सुरक्षित बनाये रखने में कुछ न कुछ खर्च होता है। इन्वेन्ट्री कैरिंग लागत में प्रधानतः तीन तरह की लागत निहित होती है -

- सामग्री के रूप में पूँजी लागत
- भण्डारण एवं रखरखाव, क्षय एवं अप्रचलित सामग्री यातायात आदि की लागत कम करके लाभ बढ़ाया जा सकता है।

स्टाक आउट लागत (Stock Out Cost)

स्टाक आउट का तात्पर्य स्टॉक में सामग्री की अनुपलब्धता से है। यह बहुत ही गम्भीर स्थिति होती है जिससे पूरा उत्पादन ठप हो सकता है। इसकी कीमत पैसों के रूप में चुकानी पड़ती है और उस लागत को स्टॉक आउट लागत कहा जाता है।

उचित सुरक्षित (सेप्टी) स्टॉक रखकर स्टॉक आउट की स्थिति से बचा जा सकता है परन्तु ध्यान रहे कि सुरक्षित स्टॉक में अधिक पूँजी न फँसने पाये अन्यथा अनावश्यक रूप से हानि हो सकती है।

वस्तु सूची नियमन की तकनीकी एवं विधि

(क) **ABC विश्लेषण :-** श्रेष्ठतर नियंत्रण अर्थात् ए.बी.सी. (आलवेज वेटर कंट्रोल) का संक्षिप्त रूप ही ए.बी.सी. श्रेष्ठतर नियंत्रण अर्थात् विश्लेषण है जो सदैव श्रेष्ठ से श्रेष्ठतम नियंत्रण करने की ओर संकेत करता है और बाद में कम श्रेष्ठतर अथवा कम अच्छे पर उद्योग में ऐसी अनेकों सामग्री हैं जिनकी कीमत बहुत अधिक है और कुछ का इस्तेमाल बहुत अधिक किया जाता है। अतः वहाँ पर बहुमूल्य एवं अधिक प्रयोज्य सामग्री पर ज्यादा नियंत्रण रखा जाता है इसके लिए विभिन्न सामग्रियों की लागत का अध्ययन करके कार्य किया जाता है। इसी अध्ययन एवं विश्लेषण के आधार पर क्रय की मात्रा भी निश्चित की जाती है। इसमें निम्न बातों पर विचार किया जाता है।

- (i) विभिन्न इन्वेन्ट्री स्तर
- (ii) क्रय की मात्रा
- (iii) पदार्थ की कीमत तथा
- (iv) नियंत्रण की आवश्यकता एवं सीमा आदि।

सर्वप्रथम किसी उद्योग में लगने वाली समस्त सामग्रियों की पहचान की जाती है और फिर उनकी लागत के अनुसार सूची बना ली जाती है। तत्पश्चात् उच्चतम लागत, मध्यम लागत तथा न्यूनतम लागत वाली वस्तुओं का वर्गीकरण करके उनकी प्रतिशतता निकाल ली जाती है। और एक ग्राफ बनाया जाता है। जिसके एक्स अक्ष पर आइटमों की प्रतिशत मात्रा तथा वाई अक्ष पर उनकी कीमत की प्रतिशतता चिह्नित की जाती है। यदि ए.बी.सी. तीन तरह के आइटम की मात्रा क्रमशः 10, 20 तथा 70% हो परन्तु उनकी कीमत क्रमशः 80, 10, तथा 5 प्रतिशत हो तो निम्न ग्राफ द्वारा प्रदर्शित किया जा सकता है। इस प्रकार स्पष्ट है कि आइटम ए की मात्रा कम है परन्तु उसमें लगी पूँजी

अधिकतम है। सी आइटम सबसे कम कीमत की है परन्तु उसकी मात्रा अधिकतम है।

इसलिए ए पर अधिक नियंत्रण, बी पर सामान्य नियंत्रण तथा सी आइटम पर बहुत कम नियंत्रण की आवश्यकता होती है।

इस प्रणाली से निम्नलिखित लाभ हैं-

1. जहाँ प्रयास करना चाहिए वहीं प्रयास होता है। अतः प्रयास बेकार नहीं जाता।
2. यह बहुत ही अच्छा परिणाम देता है।
3. इस विधि में कम से कम नियंत्रण कार्य करने पड़ते हैं।
4. समय, धन, श्रम की बचत होती है।
5. क्रय आदेश देने, सेप्टी स्टॉक निर्धारित करने में सहायक होती है।

इन्वेन्ट्री कंट्रोल की प्रणालियाँ

स्थिर आदेश प्रणाली (Fixed Order System)

आदेश तभी दिया जाता है जब जरूरत हो। पूर्व निर्धारित नीति के अनुसार प्रत्येक आइटमों के लिए एक निश्चित बिन्दु निर्धारित रहता है उस बिन्दु तक सामग्री खत्म होते ही उसके क्रय की प्रक्रिया प्रारम्भ कर दी जाती है। इसके लिए भण्डार में निम्न पद्धतियाँ अपनायी जाती हैं।

1. **बिन कार्ड पद्धति-** समय समय पर बिन कार्ड का निरीक्षण करके (आगे बिन कार्ड के विषय में बताया गया है)।
2. **स्टोर कार्ड पद्धति-** प्रत्येक दिन स्टॉक की स्थिति नोट की जाती है और देखा जाता है कि कौन सा सामान कम है और मंगाना है।
3. **एलोकेशन विधि-** उत्पादन कार्यक्रम बनाते समय जितने सामान का अनुमान हो उसी के अनुसार कार्य किया जाता है। इसके लिए निम्न सूत्र प्रयोग होता है। क्रय आदेश की कुल मात्रा + बची सामग्री + उत्पादन के आगणन की मात्रा + उपलब्ध मात्रा।
4. **दोहरी बिन प्रणाली-** भण्डार में प्रत्येक आइटमों के दो बिन रखे जाते हैं एक उत्पादन कार्य किया जाता है तथा दूसरे का प्रयोग सामान आने तक सम्भावित खपत या आकस्मिक खपत के लिए किया जाता है।
5. **कार्डेक्स प्रणाली-** इसके लिए कार्डेक्स रखे जाते हैं और उनमें व्यवस्थित स्टॉक कंट्रोल कार्ड पर अंकित करते हुए कार्य किया जाता है।

मितव्ययी आदेश मात्रा

(Economic Order Quantity)

मितव्ययी आदेश मात्रा, वस्तु की वह मात्रा है जिस पर कुल प्राप्ति लागत न्यूनतम हो। इसे अनुकूलतम या मानक आदेश मात्रा भी कहते हैं। जब आदेश लागत सामग्री ले जाने की लागत के बराबर होती है तो उसे मितव्ययी आदेश लागत कहते हैं। एक सामग्री मात्रा मितव्ययी आदेश मात्रा कहलाती है। इस मात्रा को प्राप्त करने के लिए दो लागतों का विश्लेषण आवश्यक होता है।

1. **आदेश लागत** - एक निश्चित समय में आदेशों की संख्या एवं एक निश्चित समय में आदेशित मदों की संख्या।
2. **सामग्री ले जाने की लागत**- पूँजी लागत, भण्डारण व रखरखाव की लागत, मात्र खराब व अप्रचलन की लागत अन्य लागत (जैसे माल रखने में खर्च, हानि आदि) सामग्री की मात्रा जितनी अधिक होगी सामग्री लाने या ले जाने की लागत भी उतनी अधिक होगी। इसका निम्न सूत्र हैं -

$$E.O.Q. = \frac{2 \times \text{वार्षिक आवश्यकता (मात्रा)} \times \text{क्रय लागत प्रति आदेश}}{\text{माल के लाने व ले जाने की लागत}}$$

$$E.O.Q. = \frac{2 \times R \times CP}{CH}$$

- मूल्य निर्धारण
- पैकेजिंग
- ब्राण्ड नाम रखना
- विक्रय उपरान्त सेवाएं

1. बाजार अनुसंधान :

- (1) बाजार गति प्रतियोगिता की स्थिति का अध्ययन
- (2) उत्पादन में सुधार की संभावनों का अध्ययन
- (3) ग्राहकों की अभिरूचि एवं फैशन की सूचना का एकत्रीकरण
- (4) उत्पाद की खपत का संकलन
- (5) उत्पाद की स्पर्धा का आंकलन
- (6) विपणन की कार्यशैली का आंकलन

इसके अन्तर्गत यह पता लगाना कि ग्राहक कौन है? उसकी आवश्यकता क्या है, वह क्या खरीदना चाहता है? तथा कहाँ से कितना खरीदना चाहता है?

- शोध से इस बात पता लगता है कि बाजार में जो उत्पाद हैं उसका भविष्य क्या है?

- शोध से पता चलता है कि वितरण, अर्थ ट्रेण्ड, तथा लाभांश क्या होगा?
- इससे प्रचार-प्रसार के प्रभाव, ग्राहक के मनोभाव तथा विक्रेता के मनोभाव के विषय में पता चलता है।
- शोध से माँग तथा मूल्य का पता चलता है। शोध से नये बाजार एवं नये उत्पाद को बढ़ाने में मदद मिलती है।

2. बिक्री का पूर्वानुमान :

बिक्री पूर्वानुमान का मतलब किस प्रकार से उत्पाद की गुणवत्ता एवं मात्रा को भविष्य में नियंत्रित करेंगे।

पूर्वानुमान करते समय इस बात का भी पता होना चाहिए कि सरकार के कार्य करने के तरीके, अर्थव्यवस्था स्पर्धा तकनीकी में बदलाव, उत्पाद में लगने वाले कच्चे माल में बदलाव किस प्रकार के हैं।

- ऐतिहासिक अनुमान तकनीकी के आधार पर यह पता करना कि पिछले आंकड़ों में क्या उनके (उत्पादों) के बिक्री का अनुमान लगाने हेतु आने वाले समय में अनुमान क्या होगा।
- सह सम्बन्ध तकनीकी अपनाते हुए इस बात का पता लगाते हैं कि इस उत्पाद का सम्बन्ध किस उत्पाद से है तथा उसकी भूत एवं भविष्य की स्थिति क्या है। जैसे ट्रक के साथ क्लच प्लेट, स्कूटर के साथ पिस्टन, कैबिनेट आदि।
- इसका आंकलन अर्थ डाटा, एवं उद्योग उत्पादन डाटा से प्राप्त किया जा सकता है।
- ग्राहक के विचार जानकर उनसे प्रश्न पूछकर पता लगाया जा सकता है।

3. विज्ञापन

व्यापारिक सूचनाओं का ग्राहकों के मध्य दर्शाना तथा बिक्री के अनुपात में बढ़ोत्तरी करना ही विज्ञापन का मुख्य कार्य है।

- विज्ञापन से एक नये उत्पाद का बाजार में जानकारी होना।
- विज्ञापन से उस नये उत्पाद के विषय में पूर्ण जानकारी होती है कि उत्पाद किसके लिए बना है? कौन खरीद सकता है? किस समय खरीदा जा सकता है? आदि।
- विज्ञापन से सेल्समैन को सहायता मिलती है।
- विज्ञापन से बिक्री बढ़ाई जा सकती है।

विज्ञापन विभाग के कार्य-

- विज्ञापन बजट तैयार करना ।
- बजट का सही तरीके से खर्च कर बिक्री संवर्धन में सहायता करना ।
- विज्ञापन एजेंसियों से सम्बन्ध रखना।
- विज्ञापन के लिए शोध कार्य करना ।
- अच्छे माध्यम से बिक्री संवर्धन अधिकारी से सम्पर्क बनाये रखना ।
- सेल विभाग एवं अन्य विभागों से सम्पर्क बनाये रखना।
- विज्ञापन में लगने वाली सामानों का वितरण
- विज्ञापन एजेंसियों से सम्पर्क बनाये रखना।

विज्ञापन के प्रकार -

- (1) संस्थापिक विज्ञापन - यदि संस्थान की तरफ से डायरी, कैलेंडर को जानकारी होती है।
- (2) सीधा प्रक्रिया विज्ञापन- पत्रिका जनरल पत्रिका, ट्रेड जनरल ब्यूजनेश रिव्यू टेक्नीकल, जनरल आदि के माध्यम प्रचार करती है तो भी लोगों को जानकारी मिलती है। इसके अलावा, रेडियो टी.वी., डाइरेक्ट मेल, पब्लिक ट्रांसपोर्टेशन, प्रदर्शनी, सिनेमा, गिफ्ट आदि के माध्यम से लोगों को जानकारी मिल सकती है।

4. विक्रय संवर्धन :

जो भी प्रक्रिया बिक्री को बढ़ाने में त्वरित कार्य करती है उसे विक्रय संवर्धन कहते हैं। बिक्री संवर्धन को विपणन कार्य विधि, प्रचार प्रसार से बढ़ाया जा सकता है।

1. ग्राहक को सेम्पल देकर मूल्य कम कर संवर्धन किया जा सकता है।
2. ट्रेड संवर्धन के रूप में विक्रेता को स्पेशल डिस्काउंट गिफ्ट आदि देकर संवर्धन हो सकता है।
3. सेल फोर्स को बोनस, सेल रैकी, प्रतिस्पर्धी बनाकर संवर्धन किया जा सकता है।
4. लोगों में अच्छा संबंध बनाकर जो कार्य कम्पनी के हित में हो, संवर्धन हो सकता है।
5. पोस्टर, बैनर, प्लेसकार्ड, और लीफलेट द्वारा प्रचार से संवर्धन सम्भव है।
6. होर्डिंग लगाकर विज्ञापन के माध्यम से संवर्धन हो सकता है।

वितरण एवं प्रेषण :

- आज्ञा पत्र के अनुसार सामान ग्राहकों को भेजना
- प्रदर्शन कक्ष में सामान लगाना
- सेल्समैन नियुक्त करना
- बीजक तैयार करना
- पैकिंग एवं फार्वर्डिंग का कार्य करना
- कार्य का नियंत्रण रखना
- बिक्री लेखा एवं रिकार्ड रखना

वितरण माध्यम :

व्यापार के अभ्यास के अद्यमी अपने उपभोक्ता तक सही रूप से पहुँचने की विधि समझता है। कुछ परिस्थितियों में उद्यमी सीधे उपभोक्ता तक नहीं पहुँचता है, बहुत से मध्यस्थ प्रयुक्त होते हैं अतः आरम्भ में उद्यमी को विभिन्न प्रकार के मध्यस्थों के सम्पर्क से होने वाले लाभ-हानि का ज्ञान करना आवश्यक है।

उपभोक्ता----->उपभोक्ता उत्पादक-----
फुटकर दुकानदार----->उपभोक्ता उत्पादक -----
थोक विक्रेता/ डीलर फुटकर दुकानदार-----
----->उपभोक्ता

बिक्री-

उत्पाद को रूपये के रूप में परिवर्तित करना ही बिक्री है। बाजार शोध से विक्रय विधि के विषय में जानकारी प्राप्त की जाती है उसी के अनुसार योजना तैयार की जाती है। विक्रय कार्य में आवश्यक संगठन का निर्माण किया जाता है तथा कर्मचारियों की नियुक्ति की जाती है। कर्मचारियों को प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए। वितरण माध्यम, पैकिंग आकर्षण, प्रचार- विज्ञापन, एवं सभी कार्यों को मितव्यता पूर्वक करने की स्पष्ट योजना तैयार की जाती है।

वर्तमान एवं भावी बाजार में आपके उद्योग के साधन उपभोक्ताओं को संतुष्ट करने में किसी सीमा तक प्रभावशाली है इस पर आपकी सफलता आधारित है।

5. मूल्य निर्धारण :

उत्पादक अपने उत्पाद से मजदूरी कच्चे माल पावर आदि को निकालकर व्यावहारिक तौर पर अपने उत्पादन को बढ़ाते हुए रिटर्न प्राप्त करता है उसे मूल्य निर्धारण कहा जाता है। जब एक नई कम्पनी का अपना उत्पाद बाजार में लेकर आती है तो बाजार में उसके प्रतिस्पर्धी पहले से मौजूद होते हैं। इसलिए मूल्य का निर्धारण करते समय इस बात का विशेष ध्यान देना होता है। मूल्य निर्धारण करते समय इस बात का भी ध्यान रखा जाता है कि सरकार का कोई प्रतिबन्ध है या नहीं, उपभोक्ता कब, कैसे, उत्पाद

चाहता है, कम्पनी की मोनोपोली, उत्पादकों के विचार सेल का स्वरूप का विशेष ध्यान दिया जाता है। यह भी ध्यान दिया जाता है कि प्रतिस्पर्धी के क्या विचार हैं।

6. पैकेजिंग :

पैकिंग एक कला है। वैज्ञानिक तौर पर में परिवहन तथा बिक्री के उपयुक्त बनाने की कला को पैकिंग कहते हैं। पैकिंग वह कला है जिससे उत्पाद पर उपभोक्ता का आकर्षण अपने आप आ जाता है।

- पैकिंग उत्पाद को टूट-फूट से बचाता है।
- पैकिंग से बिखराव नहीं होता।
- पैकिंग से परिवहन में कठिनाई नहीं होती।
- पैकिंग से स्टोर करने में कोई कठिनाई नहीं होती।
- पैकिंग से बिक्री में संवर्धन होता है।

पैकिंग करते समय इस बात का ध्यान रखा जाता है कि उत्पाद द्रव, गैस या ठोस है तथा ज्वलनशील तो नहीं है। पैकिंग उसके साइज, आकार, वजन, मात्रा आदि पर निर्भर करता है। सामान्यतया पैकिंग धातु कन्टेनर, पेपर डिब्बे, काँच की बोतल, प्लास्टिक की बोतल, प्लास्टिक कन्टेनर, प्लास्टिक पाउच, कार्डबोर्ड, लकड़ी के कार्टून, फाइबर बोर्ड के कार्टून में किये जाते हैं।

7. ब्रांड नाम रखना

1. ब्राण्ड नाम से उत्पाद के निश्चित गुण की जानकारी हो जाती है।
2. यदि ब्राण्ड नाम प्रसिद्धि पा लेता है तो बाजार में उसकी बिक्री बढ़ जाती है।

ब्राण्ड नाम रखते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि नाम सरल, छोटा हो। इसके लिए अंग्रेजी शब्द रिप्स (RIPPS) को ध्यान में रखना चाहिए।

(R) आर- रिमेम्बर- सरलता से याद किया जा सके

(I) आई-इमेज खरीदने वाले के दिमाग में प्रतिबिम्बित हो

(P) पी-प्रनाउन्स - सरलता से बोला जा सके

(P) पी-प्रोटेक्टेबल- नकल न किया जा सके

(S) एस-शार्ट-छोटे से छोटा नाम हो

8. विक्रय उपरान्त सेवाएं :

बिक्री के उपरान्त वितरण उपकरणों, मशीनरी की सर्विसिंग, सम्पर्क करना तथा कठिनाइयों को कम करना, उत्पाद के बिक्री में बढ़ोत्तरी करता है।

बुक कीपिंग, लाभ हानि खाता एवं बैलेंस शीट

(Book Keeping, Profit & Loss Account and Balance Sheet)

लेखा-जोखा

किसी भी औद्योगिक इकाई के लिए वित्तीय आँकड़े काफी महत्वपूर्ण होते हैं क्योंकि यह मालिक को उचित समय पर आवश्यक जानकारी देते हैं। जो उसे समायनुकूल निर्णय लेने में मदद करता है। यह इकाई को सुदृढ़ बनाने एवं उसके प्रसार में भी मदद करता है। 'बुक-कीपिंग' द्वारा प्रतिष्ठान के वित्तीय प्रमाणों को सुरक्षित रखा जाता है।

लेखा के बिना किसी व्यवसाय की स्थिति ठीक उसी जहाज की तरह होती है जो बीच समुद्र में रास्ता भटक जाता है, और अपनी सही स्थिति पता करने की लगातार कोशिश करता है जिससे कि उसे पता चलसके आखिर वह अपने लक्ष्य से कितनी दूर है।

लेखों के द्वारा ही एक व्यावसायिक संस्था को अपनी सही स्थिति व दिशा का अनुमान लगता है अतः प्रत्येक व्यवसायी को चाहे वह छोटा हो व बड़ा, लेखा जोखा रखने की सही पद्धति, उसके प्रकार, महत्व व प्रक्रिया का ज्ञान होना अत्यन्त आवश्यक है।

एक व्यवसायी लाभ अर्जित करने के लिए व्यापार प्रारम्भ करता है अतः यह स्वाभाविक है कि वह निम्न प्रश्नों के उत्तर जानने के लिए उत्सुक रहता है-

1. कि व्यवसाय में किस प्रकार के व कितने खर्चे हो रहे हैं।
2. कि व्यवसाय में कितनी आमदनी हो रही है तथा कहाँ-कहाँ से प्राप्त हो रही है।
3. व्यवसाय में होने वाली कोई हानि
4. अपनी पूँजी कितनी लगी है और उसमें वर्ष पर्यन्त कितनी बढ़ोत्तरी या घटोत्तरी हो रही है।
5. व्यवसाय के कितने व किस प्रकार के दायित्व हैं।
6. व्यवसाय में कितनी व किस प्रकार की सम्पत्तियाँ हैं।
7. व्यवसाय को कितना व किन-किन ग्राहकों से रूपया वसूल करना है।

8. व्यवसाय के ऊपर अन्य व्यक्तियों जैसे ऋणदाताओं, बैंकों, सप्लायरों का कितना रूपया बकाया है।
9. देश के विभिन्न सत्रियमों जैसे बिक्रीकर, एक्साइज ड्यूटी, कस्टम ड्यूटी व इनकम टैक्स आदि के अन्तर्गत कोई रिटर्न प्रेषित करना है या नहीं।

उपरोक्त सभी प्रश्नों के जवाब उसे तभी मिल सकते हैं जबकि उसमें सही व उचित लेखा पद्धति व प्रक्रिया अपनायी हो। बिना सही लेखा पद्धति के व्यवसायी अपने व्यापार की वस्तु स्थित नहीं ज्ञात कर सकता और उसके अभाव में उसकी स्थिति एक समुद्र में भटके हुए जहाज के समान हो जाती है।

लेखा-जोखा रखने की सही पद्धति क्या होती है?

एक संस्था या व्यवसाय के लिए कौन सी लेखा पद्धति सही होगी इसका निर्णय करने से पहले निम्न बातों का ध्यान रखना आवश्यक है :

1. व्यवसाय की प्रकृति (Nature) कैसी है। (जैसे इन्जीनियरिंग, सर्विसिंग, ट्रेडिंग आदि)।
2. व्यवसाय का आकार क्या है।
3. व्यवसाय का क्षेत्र कितना बड़ा है (शहरी, प्रान्तीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय या अन्तर्राष्ट्रीय)
4. व्यवसाय की संरचना किस प्रकार की है।
5. व्यवसाय को स्वामित्व किस प्रकार का गठित किया गया है। जैसे साझेदारी, प्रोप्राइटरशिप, कम्पनी इत्यादि।

अतः एक व्यापारी को व्यापार के क्षेत्र, आकार प्रकार तथा देशकार आदि के आधार पर हिसाब-किताब रखने की प्रणाली का निर्णय लेना चाहिए। वैसे व्यापारिक संस्थाओं में लेखा रखने की निम्नलिखित पद्धतियाँ प्रचलन में हैं।

1. इकहरा लेखा प्रणाली (Single Entry System)
2. भारतीय बहीखाता प्रणाली (Mahajani System)
3. दोहरा लेखा प्रणाली (Double Entry System)

उपरोक्त पद्धतियों में से पहली पद्धति न्याय संगत व वैज्ञानिक नहीं है क्योंकि इस पद्धति से हिसाब की गणित सम्बन्धी शुद्धता तथा लाभ-हानि का पता आसानी से नहीं लगाया जा सकता है। इस प्रणाली में केवल व्यक्तिगत खातों को ही महत्व दिया जाता है, अव्यक्तिगत खातों का लेखा खाता बही में नहीं किया जाता। इस कारण सभी खातों के बारे में पूरी जानकारी प्राप्त नहीं की जा सकती है।

द्वितीय पद्धति सरल तथा कम खर्चीली है। भारत में व्यापारिक सौदों का लेखा रखने की एक विशेष पद्धति है जो कि प्राचीन समय से चली आ रही है। सरकार ने भी इसे मान्यता दी है और आयकर, बिक्रीकर आदि विभाग भी इसे स्वीकार करते हैं। इस प्रणाली की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि इसके अन्तर्गत खातों को किसी भी प्रान्तीय भाषा में लिखा जा सकता है। भारतीय बही-खाता पद्धति में हिसाब की पुस्तकों 'बही' कहते हैं। इसका आकार प्रकार व स्वरूप दोहरा लेखा प्रणाली की लेखा पुस्तकों से बहुत भिन्न होता है। बही में सौदों का हिसाब लिखने को "जमा खर्च" करना कहते हैं। हमारे देश में अधिकांश व्यापारी भारतीय पद्धति को अपनाते चले आ रहे हैं। खास कर गुजराती व सिन्धी व्यापारी।

परन्तु वर्तमान में दोहरा लेखा प्रणाली की अधिक लोकप्रियता तथा उसकी सर्वमान्यता के कारण आधुनिक संस्थाओं में दोहरा लेखा पद्धति का प्रचलन सर्वाधिक पाया जाता है। अपनी विशेषताओं के कारण दोहरा लेखा प्रणाली संसार में सबसे अधिक लोकप्रिय है। लेखा-जोखा रखने की सही पद्धति दोहरा लेखा प्रणाली ही है। अब हम इस पद्धति के बारे में जानने व समझने की कोशिश करेंगे। यह प्रणाली इस बात पर आधारित है कि प्रत्येक सौदे Transaction का प्रभाव दो खातों पर पड़ता है। जैसे कम्पनी ने ₹ 20,000/- की मशीनरी नकद खरीदी तो इससे दो खाते प्रभावित होंगे। एक कैश था दूसरा मशीनरी क्योंकि मशीन व्यवसाय में आ रही है और नकद यानि कि कैश व्यवसाय से जा रहा है। इस प्रकार एक व्यवहार में दो खाते प्रभावित होते हैं।

"दोहरा लेखा प्रणाली में प्रत्येक सौदे को दो रूपों में लिखा जाता है- एक वह जिसमें एक खाते को मूल्य प्राप्त होता है और दूसरा वह जिसमें एक खाते को मूल्य देना पड़ता है"।

प्रत्येक सौदे को दोनों प्रभाव को लिखने के कारण ही इस प्रणाली को दोहरा लेखा प्रणाली कहते हैं।

इस पद्धति की निम्न विशेषताओं के कारण इसे सही व पूर्ण लेखा पद्धति की संज्ञा दी गयी है :-

1. पूर्ण विवरण: दो खातों में लेखा होने के कारण प्रत्येक सौदे का पूर्ण विवरण पुस्तकों (Accounts) में मिला जाता है।
2. तलपट (Trail Balance) बनाने की सुविधा : तलपट बनाकर गणित सम्बन्धित शुद्धता की जांच की जा सकती है। क्योंकि सभी सौदों के दो विपरीत पहलू होते हैं अतः दोनों विपरीत पहलुओं का जोड़ सही मिल जाता है तो गणित सम्बन्धी शुद्धता की जाँच हो जाती है।
3. विश्वसनीय सूचना: दोहरा लेखा पद्धति में विभिन्न खातों की विश्वसनीय जानकारी प्राप्त हो जाती है। व्यक्तिगत खातों के आधार पर किस व्यक्ति को क्या देना है और किससे क्या लेना है, वास्तविक खातों से व्यवसाय की सम्पत्ति तथा माल और आय व्यय खातों से कुल आय और व्यय की जानकारी मिल जाती है।
4. लाभ हानि का ज्ञान : इस प्रणाली में लाभ हानि खाते द्वारा व्यवसाय से हुए शुद्ध लाभ अथवा शुद्ध हानि का ज्ञान सरलता से हो जाता है।
5. चिट्ठे का निर्माण इस प्रणाली के अन्तर्गत चिट्ठा (Balance Sheet) भी बनाया जाता है जिससे व्यापारी अपने व्यवसाय की आर्थिक स्थिति की जानकारी प्राप्त कर सकता है।
6. तुलनात्मक अध्ययन इस प्रणाली में रखे गये खाते निश्चित सिद्धान्तों पर आधारित होते हैं। अतः एक वर्ष के हिसाब की तुलना पिछले वर्ष या अन्य किसी वर्ष के हिसाब से की जा सकती है। इसी प्रकार एक व्यवसाय के खातों से दूसरे व्यवसाय के खातों की तुलना भी की जा सकती है।
7. छल, कपट की कम सम्भावना: इस प्रणाली में छल, कपट, गबन आदि की कम सम्भावना होती है।

लेखों का प्रकार (Type of Accounts)

दोहरा लेखा प्रणाली के अन्तर्गत लेखों को तीन वर्गों में विभाजित किया गया है :-

1. व्यक्तिगत खाते (Personal Accounts) किसी व्यक्ति कम्पनी फर्म या बैंक व अन्य संस्थाओं का खाता व्यक्तिगत खाता कहलाता है जैसे राम एण्ड संस, रीगल ट्रांसपोर्ट, बैंक ऑफ बड़ौदा आदि।

2. वस्तुगत या वास्तविक खाते (Real or Impersonal Accounts): किसी वस्तु विशेष जैसे रोकड़, फर्नीचर माल का क्रय विक्रय, भवन, मशीन के खाते वस्तुगत खाते कहलाते हैं।
3. आय व्यय या नाम मात्र के खाते (Nominal Accounts) : लाभ, हानि तथा आय व्यय से सम्बन्धित खाते नाम मात्र के खाते कहलाते हैं। जैसे किराया, वेतन, कमीशन, बिजली खर्च आदि।

लेखा प्रक्रिया (Accounting Process) नाम व जमा क्या है? What is Debit & Credit:

दोहरा लेखा पद्धति में प्रत्येक सौदे से दो पक्ष प्रभावित होते हैं जिनमें से एक पक्ष नाम Debit कहलाता है तथा दूसरा पक्ष जमा Credit कहलाता है।

Debit व Credit करने के उदाहरण

(How to Debit or Credit):

(अ) सौदा	एस. एण्ड कंपनी से	रोकड़ प्राप्त हुई वस्तुगत	
Ist Step	खातों के प्रकार को पहचानिये	व्यक्तिगत	ऊपर (2) में दर्शाये अनुसार
IIInd Step	नियम याद कीजिए	ऊपर (1) में दर्शाये अनुसार	आने वाली वस्तु रोकड़खाता नाम (Debit A/c)
III rd Step	पहचान	देने वाला व्यक्ति	नगद भुगतान किया
IV th Step	परिणाम	एस एण्ड कं. खाता जमा (Credit S. & Co.) किराया	
(अ) सौदा			
Ist Step	खातों के प्रकार को पहचानिये	नाम मात्र का खाता	वस्तुगत
IIInd Step	नियम याद कीजिए	ऊपर (3) में दर्शाये अनुसार व्यय	ऊपर (2) में दर्शाये अनुसार
IIIrd Step	पहचान		जाने वाली वस्तु
IVth Step	परिणाम	किराया खाता (Rent A/c. Debit)	रोकड़खाता जमा (Cash A/c. Credit)

इस प्रकार हम देखते हैं कि कोई भी सौदा दो पक्षों से मिलकर बनता है। कौन सा खाता डेबिट किया जाये और कौन सा क्रेडिट किया जाय, यह उसके प्रकार पर निर्भर करता है।

दोहरा लेखा पद्धति में प्रयुक्त होने वाली पुस्तकें (Books of Account)

दोहरा लेखा पद्धति में प्रायः निम्न पुस्तकें लिखी जाती है:

1. **कच्ची बही (Rough Cash Book):** यह प्रारम्भिक लेखा पुस्तक कहलाती है। एक व्यापारी एक दिन में किस-किस से नगद प्राप्त

नाम व जमा करने के नियम :

किसी सौदे में किस खाते को Debit और किस खाते को Credit करना है यह निम्न नियमों पर आधारित होता है :-

1. व्यक्तिगत खातों के लिए (For Personal Accounts) : पाने वाले व्यक्ति के खाते को नाम (Dr.), देने वाले व्यक्ति के खाते को जमा (Cr.)
2. वस्तुगत खातों के लिए (For real accounts) आने वाली वस्तु के खाते को नाम (Dr.) और जाने वाली वस्तु के खाते को जमा (Cr.)
3. नाममात्र के खातों के लिए (For nominal accounts) व्यय व हानि को उसके खाते में नाम (Dr.) लिखें और आय व लाभ को उसके खाते में जमा (Cr.) लिखें।

करता है तथा किस-किस को भुगतान करता है, उनका लेखा इस पुस्तक में तुरन्त लिख लिया जाता है। इसमें सौदे का संक्षिप्त रूप में लिखा जाता है। इससे दिन-प्रतिदिन Cash Balance का ज्ञात होता है। इसके आधार पर ही मुख्य रोकड़ बही लिखी जाती है।

2. **बाउचर (Voucher):** दिन प्रतिदिन के व्यवहारों को ऊपर दर्शाये गये नियम के अनुसार वाउचर में लिखा जाता है। इसका स्वरूप व्यवसाय की आवश्यकतानुसार अलग-

अलग होता है। पाठकों को जानकारी के लिए एक साधारणतया वाउचर (Voucher) का नमूना नीचे दिया गया है:

वाउचर (Voucher) का नमूना

PRIYANKA INDUSTRIES, INDUSTRIAL AREA, KANPUR

Cash/ Journal Vr.		Vr. NO..... Date.....	
	Debit A/c.....	DR	CK
	Total.....		
	Credit A/C.....		
	Total		
(Accountant)	(Manager)		(Director)

3. **रोकड़ बही (Cash Book):** कच्ची रोकड़ बही से इस पुस्तक में नकद लेन-देन का लेखा विस्तृत रूप में लिया जाता है। इससे ही प्रतिदिन के कैश बैलेंस का पता चलता है। इसके डेबिट पक्ष में दिन-प्रतिदिन की प्राप्तियां व आय लिखी जाती है तथा क्रेडिट पक्ष में दिन प्रतिदिन के खर्चे लिखे जाते हैं। डेबिट पक्ष के योग से क्रेडिट

पक्ष का योग घटाने पर जो शेष बचता है वह कैश बैलेंस कहलाता है। वर्तमान समय में ज्यादातर सौदे बैंक के माध्यम से होते हैं इसलिए कैश बुक में दो कॉलम का प्रयोग किया जाता है एक नकद सौदों के लिए तथा दूसरा बैंक के सौदों के लिए।

Cash Book का नमूना

RECEIPTS				
Date	Particulars	L.F.	Amt.	Amt.

PAYMENTS				
Date	Particulars	L.F.	Amt.	Amt.

4. **जर्नल (Journal)** : नकद लेन-देन के अतिरिक्त जो अन्य सौदे होते हैं जैसे उधार क्रय, उधार विक्रय, एडजस्टमेंट एंट्रीज आदि का लेखा इस पुस्तक में किया जाता है।

5. **क्रय विक्रय बहियां (Sales & Purchase Book)** : जिस उद्योग व व्यवसाय में बहुत अधिक मात्रा में क्रय व विक्रय होता है उसका रिकार्ड रखने के लिए दो पृथक पुस्तकें क्रय बही व विक्रय बही रखी जाती है।

क्रय व विक्रय बही का नमूना
Purchase/Sales Book

Date	Particulars Name of Party	Bill No.	Ledger Folio	Amt.

6. **खाता बही (Ledger)** : खाता बही लेखा की पुस्तकों (बुक्स आफ एकाउन्ट) की प्रधान पुस्तक है क्योंकि इस पुस्तक में सभी खाते खोले जाते हैं और इसके द्वारा ही व्यापार की अन्तिम तथा सही स्थिति उभर कर सामने आती है। इस

पुस्तक में रोकड़ के अतिरिक्त सभी खाते होते हैं। जिनमें प्रतिदिन के सौदों को कैशबुक, जरनल, परचेज और सेल्स बुक्स से उतारा जाता है। इस प्रक्रिया को खतौनी करना कहते हैं।

खाता बही (Ledger) का नमूना

RECEIPTS					
Date	Particulars	C.F. J.F.	Debit	Credit	Balance Dr./ Cr.

7. **तलपट (Trial Balance)** : लेजर के सभी खातों का एक निश्चित समय के पश्चात् या वर्ष के अंत में शेष निकाला जाता है। यदि डेबिट पक्ष, क्रेडिट पक्ष से बड़ा होता है तो डेबिट बैलेन्स (Debit Balance) और यदि क्रेडिट पक्ष से डेबिट पक्ष से बड़ा होता है तो क्रेडिट बैलेन्स (Credit Balance) निकाला जाता है। इन सभी शेषों का एक विवरण पत्र बनाया जाता है, इसे ही तलपट या (Trial Balance) कहा जाता यदि इसके डेबिट पक्ष का योग क्रेडिट पक्ष के योग

से मिल जाता है तो यह कहा जा सकता है कि बही खाते गणना की दृष्टि से (Arithmetically) सही है।

8. **अन्तिम खाते (Final Accounts)** : जो व्यक्ति उद्योग या व्यापार का संचालन करता है वह समय समय पर यह जानने के लिए इच्छुक रहता है कि किसी विशेष समय पर उसका व्यापार किस स्थिति में है। प्रत्येक व्यापारी निम्न दो प्रश्नों का उत्तर जानना चाहता है:-

1. वर्ष के अन्त में उसके उद्योग या व्यवहार का आर्थिक परिणाम क्या रहा? (Profit or Loss)
2. वर्ष के अन्त में उसके उद्योग व व्यापार की क्या स्थिति है? (Assets and Liabilities)

उसके इन दो प्रश्नों का जवाब अन्तिम खातों के द्वारा ही प्राप्त हो सकता है, इसके अन्तर्गत निम्न विवरण बनाये जाते हैं -

1. व्यापार एवं लाभ-हानि (Trading and Profit and Loss Account)
2. चिट्ठा या स्थिति विवरण (Balance Sheets)

व्यापार एवं लाभ हानि खाता (Trading and Profit and Loss Account)

		Cr.	
Particulars	Amt.	Particulars	Amt.
To opening stock		By Sales (net)	
To Purchase of raw material		By closing stock	
To Direct expenses relating		By Gross Loss (यदि हो तो)	
To Purchase of raw material			
to manufacturing exp.			
(like gas electricity power, cartage etc.)			
To Gross Profit (यदि हो तो)			
Total_____		Total	
To indirect expenses		By Gross profit (यदि हो तो)	
Ren, Electricity, Salaries		By Income (सेल्स के अलावा सभी आय)	
To Depreciation		By Net Loss (यदि हो तो)	
To provision for Tax etc.			
To Net - Profit (यदि हो तो)			
To Gross loss (यदि हो तो)			
To Net Profit (यदि हो तो)			
Total		Total_____	

नोट :- Gross Profit अथवा (Gross Loss) में से कोई एक लिखा जायेगा । (Net Profit) अथवा (Net Loss) में से भी कोई एक लिखा जायेगा।

इस विवरण (Statement) का आधा भाग ट्रेडिंग कहलाता है। यदि किसी मैन्यूफैक्चरिंग कम्पनी का एकाउन्ट है तो ट्रेडिंग एकाउन्ट की जगह मैन्यूफैक्चरिंग और ट्रेडिंग एकाउन्ट शब्द का प्रयोग किया जाता है। शेष भाग लाभ एवं हानि कहलाता है। इसके दायीं ओर सेल्स तथा सभी आय की मदों को लिखा जाता है तथा बायीं ओर

क्रय व अन्य सभी खर्चों को लिखा जाता है। ट्रेडिंग एकाउन्ट में केवल माल के क्रय से सम्बन्धित या माल को बनाने व क्रय करने में हुए खर्चों को लिखा जाता है जिन्हें प्रत्यक्ष व्यय कहा जाता है।

अन्य खर्चों को लिखा जाता है जिन्हें प्रत्यक्ष व्यय कहा जाता है। अन्य खर्चों एवं आय को द्वितीय भाग यानि की लाभ एवं हानि में लिखा जाता है। इस विवरण पत्र से व्यापार को हुए शुद्ध लाभ या हानि का ज्ञान होता है।

2. चिट्ठा (Balance Sheet): यह विवरण पत्र वर्ष के अन्त में व्यापार या उद्योग की सही स्थिति को दर्शाता है। खर्चों व आय के अलावा जो खाते होते हैं, उन्हें चिट्ठे में दर्शाया जाता है। इसके बायीं ओर उद्योग के दायित्वों (Liabilities)

को दर्शाया जाता है और दायीं ओर उद्योग की सम्पत्तियों (Assets) को दर्शाया जाता है। इसके दोनों पक्षों का योग बराबर होना चाहिए।

चिट्ठे का प्रारूप

M/s

Balance Sheet as on.....

Liabilities	Amt.	Assets	Amt.
Capital		Fixed Assest	
+Net profit during the year		Land & Building	
or - Net loss during the		Plant & Machinery	
Year		Furniture	
Loans :		Motor Car	
Taken from Banks		Investment	
Financial institutions and other		Current Assets,	
Current Liabilities		Loans and Advances:	
Advances		Debtors (जिनको माल उधार बेचा)	
Cred itors (जिनसे माल उधार लिया)		Bills Receivable	
Bank Overdraft		Stock	
Expenses Payble		Cash	
Bills Payable		Bank Balance	
Total _____		Total _____	

बैलेंस शीट के द्वारा व्यापार / उद्योग के दायित्व एवं सम्पत्तियों का अनुमान लगाया जा सकता है। यह व्यापार की सही स्थिति बताने वाला दर्पण कहलाता है।

(ग) प्रतिवेदन लेखन

सूचना श्रोत :

- (क) **प्रारम्भिक आंकड़ों के स्त्रोत** - वे आंकड़े जो पहले से ही उपलब्ध होते हैं किन्तु इसका संकलन किसी विशिष्ट उद्देश्यों के अन्तर्गत नहीं किया गया।
- (ख) **द्वितीय आंकड़ों के स्त्रोत** - वे आंकड़े जो पहले से ही किसी के द्वारा उपयोग के लिए एकत्र किये गए हों द्वितीय आंकड़ा स्त्रोत के अन्तर्गत आते हैं। जैसे-वार्षिक समीक्षा, वैलेन्स शीट आदि।

बाजार सर्वेक्षण हेतु संकेत

निम्नांकित संकेत उद्यमियों के लिए प्रभावी तथा सुनियोजित सर्वेक्षण करने में सहायक होंगे:-

- (क) पक्षपात पूर्ण एवं अत्यधिक जानकारी होने की धारणा पहले सी ही न बनायें। स्वयं की शिक्षा, जाति, सम्प्रदाय तथा अपनी सामाजिक स्थिति के प्रति अत्यधिक सचेष्टता तथा पक्षपात पूर्ण धारणा, विभिन्न स्तरों के लोगों से वास्तविक सूचनाएं एकत्र करने में बाधक बन जाती हैं।
- (ख) सर्वेक्षण के दौरान उद्यमी को विनम्र संयमी, सहनशील तथा अनुत्तेजित होना चाहिए तथा

लोगों से बिना उग्र तर्क वितर्क किए हर परिस्थिति में अधिक से अधिक सूचनाएं प्राप्त करना चाहिए।

- (ग) यह सदैव ध्यान में रखें कि आप स्वयं के हित में सूचनाएं एकत्र कर रहे हैं।
- (घ) किसी सूचना प्राप्त कर उसे तुरन्त लिख लेने की आदत डालें किन्तु जिस समय किसी से साक्षात्कार कर रहे हों उस समय जहां तक हो लिखने से बचें।
- (ङ) प्रश्नों की क्रमागत तथा सूचना प्राप्त करने हेतु आपकी सम्बद्धता एवं कार्य के प्रति समर्पण ही आपकी सफलता के मुख्य तत्व हैं।
- (च) अपने प्रतिनिधियों से सम्पर्क करने का सबसे उत्तम रास्ता यह है कि आप उनके पास ग्राहक के रूप में जाएं जैसे उनके उत्पाद बेचने में आपको रूचि है।
- (छ) सर्वेक्षण की समाप्ति पर आपको विश्लेषण की प्राप्ति पर लिखित विस्तृत प्रतिवेदन तैयार करना चाहिए।

बाजार सर्वेक्षण प्रतिवेदन के प्रमुख तत्व

प्रस्तावना- अन्तिम उत्पाद, अन्तिम उपयोगकर्ता, अमुक उत्पाद के चयन करने की योग्यता, प्रभाव व शक्ति।

उत्पाद- विशिष्टीकरण, माप, चिन्ह (ब्राण्ड) पैकिंग बिक्री मूल्य आदि ।

मांग का निर्धारण- उपभोगकर्ताओं व ग्राहकों की श्रेणी एवं प्रकार खपत का ढांचा तथा खरीद की आवृत्ति, उत्पाद का जीवन चक्र तथा वर्तमान स्थिति, भूतपूर्व मांग का स्वरूप, भविष्य में अनुमानित मांग का विस्तार, खरीद का सिद्धान्त तथा प्रभावित करने वाले तत्व।

आपूर्ति स्थान - वर्तमान उपलब्धता, उत्पाद समताएं एवं उपभोग, वर्तमान देशी तथा विदेशी उद्यम, उनके मूल्यों की तुलना तथा सेवायें आदि।

बाजार की परम्परायें- वर्तमान प्रचलित परम्परायें, वितरण, पैकिंग- माल भेजने की परम्परा, ऋण युक्ति डिलवरी बिक्री के बाद की सेवायें, बिक्री मूल्य कर ढांचा तथा कमीशन का स्वरूप, क्रय विधियां, प्रचलित समय परम्परायें।

विपणन योजना तथा रणनीतियाँ - बाजार में अपने उत्पाद की आपूर्ति में आपका हिस्सा मांग अन्तराल। अपने उत्पाद की आपूर्ति में आपका हिस्सा- मांग अन्तराल । अपने उत्पाद बिक्री हेतु प्रस्तावित विशेष सेवायें । सम्भावित ग्राहक तथा आपसे ही माल के क्रय करने हेतु उनकी पसन्द के कारण।

बाजार सर्वेक्षण - आवश्यकता एवं महत्व

(Market Survey)

किसी उद्योग को प्रारम्भ करने से पूर्व यह आवश्यक है कि उसके अन्तर्गत उत्पादित की जाने वाली वस्तुओं के बाजार का पहले से ही पता लगाकर उसका विश्लेषण कर लिया जाये।

बाजार सर्वेक्षण / अनुसंधान एक सेवा साधन (Tool) है जिसके द्वारा यद्यपि जोखिम को पूर्णतया समाप्त नहीं किया जा सकता किन्तु इतना अवश्य है कि इसके ज्ञान व सुनियोजित प्रयोग से जोखिम कम हो सकता है। इसलिए किसी भी व्यवसाय को उतावली के साथ प्रारम्भ करने से पूर्व बाजार को समझने के लिए विस्तृत बाजार सर्वेक्षण अवश्य किया जाना चाहिए ताकि उद्यमी के प्रस्तावित उत्पाद की बाजार में विक्रय स्थिति की सम्भाव्यता का पूरी तरह पता चल जाए।

बाजार अनुसंधान / सर्वेक्षण के अन्तर्गत स्थापित/ उत्पाद विपणन की रणनीतियों की व्यूह रचना (युक्तियों) एवं प्रचलित व सम्भावित वस्तुओं / सेवाओं के मध्य परस्पर सम्बन्धों का पता लगाने हेतु उद्देश्यपूर्ण सुनियोजित ढंग से आंकड़ों का संकलन, लेखन विश्लेषण तथा उनकी व्याख्या की जाती है।

सर्वेक्षण के उद्देश्य:

- (क) बाजार का आकार तथा एक उत्पाद / सेवा के लिए (आयतन व मूल्य रूप में) उसके पूर्वानुमानित भाग की जानकारी।
- (ख) माँग के रूप में जानकारी प्राप्त करना।
- (ग) बाजार संरचना की जानकारी प्राप्त करना।
- (घ) क्रेताओं की आदतों तथा वृत्तियों की जानकारी प्राप्त करना।
- (ङ) विपणन हेतु कम्पनी के सबसे मजबूत बिन्दु की जानकारी प्राप्त करना।
- (च) बाजार की पूर्व स्थिति की जानकारी तथा भविष्य में बाजार के झुकाव की जानकारी।

बाजार सर्वेक्षण के चरण:

नये उद्यमियों को बाजार सर्वेक्षण प्रक्रियाओं के सभी चरणों का प्रयोग करना चाहिए।

- (क) अध्ययन के उद्देश्यों को परिभाषित करते हुए आवश्यक सूचनाओं को निर्दिष्ट करना।
- (ख) अध्ययन हेतु पूर्ण विवरण तैयार करना।

- (अ) सूचना प्राप्त उद्यमों को चिन्हित करना।
- (आ) अध्ययन के लिए आवश्यक समय व धनराशि की गणना।
- (इ) अध्ययन एवं कार्य विधि का निर्धारण।

- (ग) नमूनों का निर्धारण व सम्पर्कों का निर्धारण व सम्पर्कों तथा साक्षात्कार भ्रमण का निर्णय।
- (घ) साक्षात्कार तथा सर्वेक्षण हेतु प्रश्नावली एवं योजना तैयार करना।
- (ङ) आंकड़े एकत्र करना तथा उनका विश्लेषण करना।
- (च) प्राप्ति के आधार पर प्रतिवेदन तैयार करना।

कार्य विभाजन :

- (क) टेबल कार्य
- (ख) क्षेत्रीय कार्य

प्रश्नावली प्रारूप

उद्योग की सफलतापूर्वक स्थापना एवं कुशल संचालन के लिए यह आवश्यक है कि उद्यमी को अपने व्यवसाय / उद्योग की प्रकृति की वास्तविक जानकारी हो। इस हेतु निम्नलिखित प्रश्नावली व प्राप्त सूचनाएं मार्गदर्शिका के रूप में सहायक सिद्ध होंगी।

1. कच्चे माल सम्बन्धी सूचना

- (क) आपकी इकाई के लिए आवश्यक कच्चे माल के प्रमुख उत्पादक / आपूर्तिकर्ता कौन हैं?
- (ख) आपकी इकाई किस प्रकार के आयातित कच्चे माल की आवश्यकता है। सम्बन्धित आयात / आपूर्तिकर्ताओं की पहचान करें जिनके द्वारा निरन्तर सरलता से आपको कच्चा माल मिल सकता है।
- (ग) आवश्यक कच्चे माल के आयात हेतु सरकार की क्या नीति है?
- (घ) आपूर्ति आदेश देने के उपरान्त कच्चे माल की आपूर्ति हेतु उसके नियम एवं अनुबन्ध क्या हैं? जैसे मूल्य, कर ढांचा, पैकिंग, भुगतान की शर्तें।
- (ङ) न्यूनतम / प्रमाणित पैकिंग तथा न्यूनतम आदेश की मात्रा क्या होगी?

- (च) क्या आवश्यक कच्चा माल सारे वर्ष उपलब्ध रहता है अथवा किसी निश्चित समय पर कमी हो जाती है?
- (छ) विगत 2-3 वर्षों में आवश्यक कच्चे माल की प्राप्यता तथा मूल्य की क्या स्थिति रही है?
- (ज) क्या निकट समय में सरकारी नीति में कोई परिवर्तन हुआ है जिससे कच्चे माल का मूल्य अथवा उसकी उपलब्धता प्रभावित होगी।
- (झ) क्या कच्चा माल स्थानीय विक्रेता से क्रय करना अच्छा रहेगा अथवा बाहर से मंगाना पड़ेगा?
- (ञ) क्या आवश्यक कच्चा माल जिला उद्योग केन्द्र, लघु उद्योग निगम, उद्योग निदेशालय से मिलना सम्भव है?
- (ट) क्या कच्चे माल के अन्य स्थानापत्र हैं जिन्हें आवश्यकता पड़ने पर आप प्रयोग कर सकते हैं?

2. मशीनों तथा उपस्करों की सूचना :

- (क) उन मशीनों, उपस्करों, उपकरणों व औजारों के उत्पादक / आपूर्तिकर्ता कौन हैं? जिनको आपको आवश्यकता है?
- (ख) बाजार में उपलब्ध मशीनरी की क्षमता, विशिष्टता तथा व्यापारिक ब्राण्ड क्या है?
- (ग) प्रत्येक मशीनरी व उपस्कर का कर, पैकिंग, लदान, उतगनन एवं यातायात व्यय को जोड़कर मूल्य क्या है?
- (घ) क्या इन मशीनों के लिए संलग्न भी आवश्यक है?
- (ङ) क्या मशीनों के पुर्जे व भाग स्थानीय स्तर पर सरलता से उपलब्ध हो जाते हैं?
- (च) उत्पादनकर्ता / आपूर्तिकर्ता द्वारा मशीनों के कार्यों की क्या गारन्टी है?
- (छ) मशीनों के रखरखाव मरम्मत पर क्या खर्च होगा तथा किन पुर्जों व भागों की निरन्तर आवश्यकता होगी।
- (ज) मशीनें प्राप्त करने, भुगतान अग्रिम तथा आपूर्ति आदेश देने एवं डिलीवरी के नियम व अनुबन्ध क्या है ?
- (झ) मशीनों की आपूर्ति लेने के पूर्व क्या उत्पादनकर्ता के यहाँ कार्य पर उनका आपने परीक्षण कर लिया है?
- (ञ) आपूर्तिकर्ता द्वारा जिन लोगों को पहले मशीनों का आपूर्ति की गई है वहाँ जाकर मशीनों की कार्यक्षमता पता करें कि मशीन आपूर्तिकर्ता की बाजार में प्रतिष्ठा क्या है?

- (ट) क्या मशीनों के यातायात या उठाने के लिए किसी विशेष प्रकार के तरीके की आवश्यकता है?
- (ठ) मशीनों तथा उपस्कर की बाहरी मापें क्या हैं तदनुसार उनकी स्थापना हेतु कितने स्थान की आवश्यकता होगी?
- (ड) यह मशीनें कितने गुणवत्ता व प्रमाणिकता का अधिकतम उत्पादन दे सकती हैं?
- (ढ) क्या किसी आयातित मशीन की आवश्यकता है? क्या आयात हेतु आवश्यक स्वीकृति प्राप्त कर ली गयी है?
- (ण) क्या आयातित मशीन की आपूर्ति हेतु कोई स्थानीय आपूर्तिकर्ता है?

3. बाजार से सम्बन्ध में सूचना-

यह सूचनाएं ऐसे उद्यमियों से एकत्र की जानी चाहिए जो पहले से ही आप द्वारा चयनित उत्पाद का उत्पादन कर रहे हैं। इस प्रकार कार्यरत उत्पादनकर्ताओं, विक्रेताओं, आपूर्तिकर्ताओं तथा क्रेताओं से निम्न सूचनाएं प्राप्त करना आवश्यक है-

(अ) स्थापित उत्पादनकर्ताओं तथा प्रतिस्पर्धियों से-

- (क) विभिन्न मशीनों की मापों द्वारा घेरा गया धरातल क्षेत्रफल तथा फैक्ट्री अभिन्यास ज्ञात करें?
- (ख) प्रतिस्पर्धियों के उत्पादों का क्षेत्र में फैलाव, उनकी इकाईयों की स्थापित क्षमता व उपयोग की जा रही क्षमता क्या है?
- (ग) किस मूल्य परवाह उत्पादित वस्तुओं की बिक्री कर रहे हैं ?
- (घ) उनके व्यवसाय की शर्तें क्या हैं?
- (ङ) क्या स्थापित उत्पादनकर्ता / प्रतिस्पर्धा की अपनी इकाई को बढ़ाने तथा उसके विशिष्टीकरण की कोई योजना है?
- (च) इकाई की प्रमुख आकृति क्या है? तकनीकी व विपणन कुशलता, वित्त व अन्य स्रोत?
- (छ) कार्यरत प्रतिभागियों का विपणन क्षेत्र क्या है? बिक्री हेतु उनकी सेवायें क्या हैं?
- (ज) इकाई के मार्ग में आने वाली कठिनाईयों व समस्याओं के निराकरण के उपायों की भी जानकारी करें।
- (झ) उद्योगों में होने वाले नवीनतम प्रौद्योगिकी परिवर्तनों की जानकारी प्राप्त करें।

(आ) विक्रेता/ आपूर्तिकर्ता:

- (क) प्रस्तावित उत्पाद की पहले से ही बिक्री कर रहे विक्रेता / आपूर्तिकर्ता कौन हैं? क्या वे साथ में अन्य वस्तुओं की भी बिक्री कर रहे हैं? उनकी व्यापारिक शर्तें व कमीशन दरें क्या हैं?
- (ख) आपूर्तिकर्ताओं का विपणन क्षेत्र व बिक्री क्षमता क्या है?
- (ग) वर्तमान समय पर इन आपूर्तिकर्ताओं से कौन से उत्पादनकर्ता हैं?
- (घ) वर्तमान में प्रमुख उत्पादनकर्ता, इन दुकानदारों / आपूर्तिकर्ताओं को कितने दिनों के अन्तराल में माल की आपूर्ति करते हैं?
- (ङ) दुकानदारों के साथ इन उत्पादनकर्ताओं के कैसे सम्बन्ध हैं?
- (च) क्या यह दुकानदार आपके साथ व्यापारिक सम्बन्ध जोड़ने को तैयार हैं। यदि हाँ, तो क्या उनकी व्यापारिक शर्तें क्या हैं?
- (छ) दुकानदार कितनी मात्रा में वस्तुएं अपने पास रखते हैं क्या वस्तुओं के भण्डारण की उनके समक्ष कोई समस्या है?

उत्पाद का चुनाव करने से पूर्व वस्तु की बाजार में वर्तमान स्थिति की जानकारी प्राप्त कर लेना आवश्यक है। इसके लिए निम्न प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करना होगा।

- (क) क्रेता कौन है?
 - उत्पाद कौन करता है?
 - उत्पाद क्रय करने का निर्णय कौन लेता है?
 - उत्पाद क्रय के निर्णय को कौन प्रभावित करता है?
 - वास्तविकता में क्रय कौन करता है?
- (ख) वे उस वस्तु को ब खरीदते हैं?
 - वर्ष के अन्तर्गत उत्पाद कब खरीदा जाता है?
 - अब तक उत्पाद कब-कब खरीदा गया?
 - क्या उत्पाद किसी अन्य के साथ क्रय किया गया?
- (ग) उनकी आवश्यकता क्या है?
 - क्रेता की आवश्यकताएं क्या हैं?
 - आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु क्या किया जा रहा है?

- आवश्यकताओं की पूर्ति में आने वाली कठिनाईयां क्या हैं?
- क्रेता के व्यय करने का क्षेत्र क्या है?
- (घ) वह कहां से क्रय करते हैं?
 - कहां से क्रय करने का निर्णय लिया गया?
 - यथार्थता में क्रय कहां से किया जाता है?
 - फुटकर दुकानदार कहां से क्रय करते हैं?
- (ङ) क्रेता कैसे और कितना क्रय करते हैं?
 - क्रेता कितनी मात्रा में उत्पाद क्रय करना चाहता है?
 - उत्पाद का प्रयोग कैसे किया जाता है?
 - माल की डिलेवरी कैसे की जाती है?
 - क्रेता वस्तु को प्राप्त करने हेतु कैसे निर्णय लेता है?
 - क्रेता उत्पाद को प्राप्त करने हेतु कितनी व कैसी सेवा चाहता है?
 - क्रय कैसे किया जाता है?
- (च) क्या उपभोगकर्ता पहले से बाजार में उपलब्ध प्रस्तावित उत्पाद से संतुष्ट हैं?

(छ) आप उपभोक्ता की सन्तुष्टि हेतु कौन-सी विशिष्ट सेवाएं प्रदान करेंगे?

4. वित्तीय आवश्यकता सम्बन्धी जानकारी :-

- (क) आपकी इकाई की वित्तीय आवश्यकता क्या होगी?
- (ख) सावधि व कार्यशील ऋण की प्रचलित ब्याज दरें क्या हैं?
- (ग) आप कौन-कौन से वित्तीय उत्प्रेरक प्राप्त कर सकते हैं?
- (घ) वित्तीय स्वरूप की गणना करें।
- (ङ) क्या आपने अपने द्वारा लगाये जाने वाले धन की व्यवस्था कर ली है?
- (च) सावधि व कार्यशील ऋण के स्रोतों की पहचान करें।

5. वैयक्तिक सूचना (जनशक्ति) :-

- (क) प्रस्तावित इकाई संचालन हेतु कितने व्यक्तियों की आवश्यकता होगी?
- (ख) वैयक्तिक आवश्यकता का वर्गीकरण करें तथा यह पता करें कि आपको कैसी कुशलता (Skill) चाहिए?

- (ग) क्या परियोजना स्थल पर श्रमिकों की उपलब्धता रहती है?
- (घ) क्या विशिष्ट दक्षता वाले व्यक्ति आवश्यकतानुसार उपलब्ध हैं?
- (ङ) प्रचलित मजदूरी व वेतन दरें क्या हैं ?

उपरोक्त सूचनाओं के आधार पर तैयार की गयी टेक्नो-इकोनामिक फिजिबिलिटी प्रोजेक्ट रिपोर्ट आपके उद्योग की विश्वसनीयता स्थापित करेगी तथा आपको स्पष्ट, दृढ़ व त्रुटिहीन निर्णय लेने में सहायक सिद्ध होगी।

BC सखी योजना

BC सखी योजना को यू पी के मुख्यमंत्री योगी आदित्यनाथ जी के द्वारा 22 मई 2020 को राज्य की महिलाओं को लाभ पहुंचाने के लिए शुरू की गयी है। BC सखी योजना ग्रामीण क्षेत्रों में बैंकिंग संवाददाता सखी तैनात की जाएंगी। BC सखी योजना में सम्मिलित की गई महिलाएं लोगों को घर-घर जाकर सरकार की ओर से चलाई जा रही योजनाएं और बैंकिंग से संबंधित जानकारी को देंगी। यही नहीं, घर बैठे ग्रामीणों के बैंक से जुड़े महत्वपूर्ण काम भी निपटाएंगी। यू पी की सरकार BC सखी योजना से हजारों महिलाओं को नौकरी मिलेगी।

प्रक्रिया ऑनलाइन

बैंकिंग संवाददाता (BC) सखी योजना में सम्मिलित की गई महिलाओं को हर महीना सरकार की ओर से 4000 रुपये वेतन दिया जाएगा। नहीं, बैंक से लेनदेन करने पर इन्हें कमीशन भी दिया जाएगा, जिससे ना सिर्फ महिलाओं की आय होगी, बल्कि ग्रामीणों को भी बैंकिंग संबंधित जानकारी आसानी से मिल सकेगी और इससे बैंकिंग Systems में भी काफी सुधार की संभावना है।

BC सखी योजना क्यों प्रारंभ की गयी

जैसे की आप सभी लोग जानते देश में चल रही कोरोना वायरस का संक्रमण पूरे देश के फैला हुआ था जिसकी वजह से लोग ना तो कही नहीं जा पा रहे थे और साथ साथ ही बेरोजगार भी हो रहे थे। अब लोगों को घर बैठे बैंकिंग के काम प्रदान की जा रही है। जिससे संकट के समय में भी काम चलता रहे। BC सखी योजना में लोगों को बैंक से जुड़ी सभी सुविधाएँ जैसे पैसे का लेनदेन, जानकारी आदि सभी प्रदान करेंगी।

BC सखी योजना का उद्देश्य

BC सखी योजना का उद्देश्य महिलाओं को रोजगार प्रदान करना और बैंक खाताधारक का समस्याओं को कम करना। अब राज्य के लोगों को बैंक में लाइनों में नहीं लगना पड़ेगा और घर पर रह कर बैंक का काम कर सकते है। जैसे :- पैसे का लेनदेन, जानकारी आदि। BC सखी योजना मे, हर बैंकिंग संवाददाता सखी को सरकार की ओर से अगले 6 महीने के लिए 4,000 रुपये प्रति माह दिए जाएंगे। इसके अलावा, बैंक द्वारा लेनदेन करने पर कमीशन भी दिया जाएगा। इससे महिलाओं को हर माह एक आय की पुष्टि करें हो सकेगी। इन महिलाओं की जिम्मेदारी गांव-गांव जाकर लोगों को बैंकिंग के प्रति सचेत

बनाना है। यही नहीं, घर बैठे ग्रामीणों के बैंक से जुड़े जरूरी काम भी निपटाएंगी। बैंकिंग कार्य करने के लिए डिवाइस की खातिर 50 हजार रुपये भी उपलब्ध कराए जाएंगे। प्रदेश के ग्रामीण विकास मंत्रालय ने यह योजना तैयार की है।

BC सखी योजना के महत्वपूर्ण दस्तावेज

BC सखी योजना के फॉर्म को भरने के लिए कुछ महत्वपूर्ण दस्तावेज की आवश्यकता होती है, जिसकी सूची नीचे दी गयी है:

1. आधार कार्ड
2. एड्रेस प्रूफ
3. बैंक खाता
4. पासपोर्ट साइज फोटो
5. पंजीकृत मोबाइल नंबर

BC सखी योजना से होने वाले लाभ

लोगो को इस योजना से बहुत से लाभ मिलते है आइये जानते है:

- BC सखी योजना से यू पी की ग्रामीण महिलाएं को रोजगार के अवसर प्रदान होंगे।
- सरकार द्वारा BC सखी योजना मे चुनी गयी महिलाओं को नौकरी मिलेगी और अगले 6 महीने तक हर महीने 4,000 रुपये का नकद वेतन मिलेगा ।
- डिजिटल डिवाइस खरीदने के लिए 50,000 रुपये की सहायता प्रत्येक बैंक सखी को दी जाएगी।
- बैंक उन्हें फिक्स्ड गारंटी मासिक आय की पुष्टि करने के लिए डिजिटल मोड से किए गए प्रत्येक लेन- देन पर कमीशन प्रदान करेंगे।
- इन महिलाओं की जिम्मेदारी यह होगी की वह गांव-गांव जाकर लोगों को बैंकिंग के प्रति सचेत बनाना है। यही नहीं, घर बैठे ग्रामीणों के बैंक से जुड़े जरूरी काम भी कर सकते है।
- एक बैंकिंग संवाददाता सखी को तैयार करने में कुल 74,000 रुपये का खर्च आएगा। 6 महीने का प्रोत्साहन राशि इसलिए दिया जाएगा कि ताकि महिलाएं आर्थिक कठिनाइयों के कारण इस काम को छोड़े नहीं ।

सिलाई

यह प्रशिक्षण पुस्तिका उन महिलाओं के प्रशिक्षण के लिए है जो अपना छोटा 'सिलाई' का दुकान खोलने और चलाने का फैसला कर चुकी हैं। यह प्रशिक्षण सात दिन तक प्रतिदिन पाँच-पाँच घंटों की अवधि में बंटा है। इस प्रशिक्षण के लिए किसी कुशल 'सिलाई' प्रशिक्षक को प्रशिक्षण में सहायता के लिए बुलाया जा सकता है क्योंकि इसका अधिकांश हिस्सा कर के दिखाने की गतिविधियों से जुड़ा है।

परिचय

सिलाई का तात्पर्य शुरू से अंत तक परिधान तैयार करने में शामिल सभी गतिविधियों है। इसमें उस व्यक्ति की माप लेना भी शामिल है, जिसके लिए परिधान तैयार किया जा रहा है, साथ ही इसमें कपड़ा काटकर, सिलाई करना, किसी भी डिजाइन और कढ़ाई के रूप में वांछित तरीके से जोड़ना, इसे प्रेश करना और अंत में एकदम सही फिटिंग सुनिश्चित करना भी शामिल है। सिलाई के लिए डिजाइन पर ध्यान देने हाथों और मशीनों द्वारा सिलाई के लिए उचित उपकरण का चयन करने और उसका उपयोग करने, विभिन्न प्रकार के कपड़ों के ज्ञान और सिलाई के दौरान आवश्यक देखभाल के बारे में ज्ञान होना आवश्यक है, और यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि सही माप कैसे लिया जाए ताकि एकदम सही फिटिंग का परिधान तैयार हो सके।

एक बेहतर दर्जी की मांग हमेशा बनी रहती है। अगर किसी ने अच्छा सिलाई कौशल हासिल करता है एवं धैर्य के साथ काम करता है तो वो अपना खुद का व्यवसाय शुरू कर सकता है और उस से अच्छी लाभ कमा सकता है।

बधाई! आपने अपना सिलाई का दुकान खोलने और चलाने का फैसला कर लिया है। सिलाई मशीन ऑपरेटर प्रशिक्षण कार्यक्रम में आपका बहुत स्वागत है।

यह सिलाई प्रशिक्षण के दौरान आप एक सिलाई मशीन और अन्य आवश्यक सामग्री को संचालित करने, शरीर का माप लेने, लेआउट और पैटर्न बनाने कपड़े काटना सीखने और ग्राहकों की संतुष्टि को पूरा करने के लिए विभिन्न डिजाइन किए गए कपड़ों को सिल पाने जैसे बुनियादी कौशल प्राप्त कर सकते हैं ताकि आप ग्राहकों के संतुष्टि के लिए सेवा दे सकें।

प्रशिक्षण के मुख्य उद्देश्य

- सिलाई मशीन एवं अन्य आवश्यक उपकरणों को संचालित करने के बारे में सामान्य जानकारी देना।
- वस्त्र सिलाई के लिए शरीर का माप लेने, लेआउट और पैटर्न बनाने कपड़े काटने के बारे में सामान्य जानकारी देना।
- कपड़ों या कपड़ों के हिस्सों को सटीकता से जोड़ना, मज़बूत और सुंदरता के साथ वस्त्र सिलाई करने के बारे में प्रशिक्षण प्रदान करना।

- ग्राहक के साथ कैसे व्यवहार करें और बिक्री को अधिकतम करने के बारे में जानकारी प्रदान करें।
- व्यवसाय को बढ़ावा देने के लिए विपणन कौशल विकसित करना।
- अपनी दुकान के लिए मशीनों की खरीद के बारे में जानकारी प्रदान करना।
- सिलाई दुकान के लिए बजट और व्यवसाय योजना बनाने के बारे में जानकारी देना।
- अपने पैसे का हिसाब रखने के बारे में जानकारी देना।

गतिविधि : उपकरणों का प्रदर्शन

- प्रशिक्षण से पहले प्रशिक्षक सिलाई के लिए आवश्यक उपकरण और सामान के बारे में बात करेंगे।
- प्रशिक्षक प्रशिक्षण के लिए तैयार प्रत्येक उपकरण के महत्वपूर्ण फीचर बताते हुए उसे कब और कैसे इस्तेमाल किया जाता है उसकी जानकारी देंगे।

सत्र 1

टेलरिंग व्यवसाय में उपयोग किए जाने वाले सामान्य शब्द
यहां टेलरिंग व्यवसाय में सबसे सामान्य रूप से उपयोग किए जाने वाले कुछ शब्द का उल्लेख किया गया है।

- **अल्टरेशन** - इसका अर्थ अर्थ कपड़े में आवश्यक परिवर्तन करते हुए इसके उद्देश्य के अनुरूप परिधान का निर्माण करना।
- **बेस्ट** - बेस्टिंग एक प्रकार का ढीला और आसान स्टिच है जिसका उपयोग कपड़े के दो या दो से अधिक टुकड़ों को एक साथ जोड़ने के लिए किया जाता है। इसका इस्तेमाल अस्थायी रूप से सिलाई किए जाने वाले को उचित स्थान पर रखने के लिए किया जाता है।
- **इजींग** - यह अनिवार्य रूप से एक अतिरिक्त कपड़ा है जिसे शरीर के सभी प्रमुख मापों (धड़, कमर और नितंब) के साथ जोड़ा जाना चाहिए ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि आइटम अच्छी तरह से फिट हो।
- **एज स्टिचिंग (किनारों की सिलाई)** - इस प्रकार स्टिच कपड़े के किनारे पर एक पंक्ति के रूप में दिखाई देता है और इसमें मुख्य रूप से कपड़े के रंग के ही धागे का इस्तेमाल किया जाता है।
- **फिंगर प्रेसिंग** - इसका वास्तविक मतलब इतना ही है अपने अंगूठे की मदद से सीम अलाउंस को खोलना।
- **गिव** - यदि किसी कपड़े में 'गिव' होता है, तो इसका मतलब है कि इसमें बहुत अधिक मात्रा में लचीलापन मौजूद है। उदाहरण के लिए लाइक्रा में डेनिम की तुलना में अधिक गिव मौजूद है। गिव एक ऐसा शब्द है जिसका उपयोग कपड़ा और धागा दोनों ही के लिए

इस्तेमाल किया जा सकता है। गिव का विपरीत शब्द स्टेबिलिटी है।

- **ग्रेडिंग-** सटीक सीम अलाउंस का निर्माण करना आवश्यक है;
- आपको अनावश्यक वजनी कपड़े का निर्माण नहीं करना चाहिए। ग्रेडिंग अलाउंस को काट-छांट (ट्रिमिंग) कर चौड़ा कम करने की एक प्रक्रिया है।
- **हैंड** - कपड़ा के हैंड का मतलब कपड़ा के एहसास और ओढ़ने से है; शाब्दिक रूप से यह स्पर्श करने पर कैसा महसूस होता है।
- **नौच** - नौच का सामान्य अर्थ है सीम को थोड़ा काटना। ऐसा करने से फैब्रिक को कोनों पर आसानी से मोड़ा जा सकता है, और समग्र आकार पर उबड़-खाबड़ रेखाओं को हटाया जा सकता है।
- **सीम अलाउंस** - सीम बहुत ही जरूरी है और कोई भी परियोजना शुरू करने से पहले आपको इसके बारे में अवश्य सीखना चाहिए। एक सीम अलाउंस का मतलब कपड़े की स्टिचिंग और किनारे के बीच स्थान से है। कुछ आइटम के लिए अन्य आइटम की तुलना में अधिक सीम अलाउंस की आवश्यकता होती है, इसलिए आपको उनकी सटीक माप लेनी चाहिए।
- **सेल्विज** - सेल्विज (गॉट) मुख्य रूप से उस कच्चे कपड़ा का किनारा होता है, जिसे आप दुकान से खरीदते हैं। इसी स्थान पर कंपनी और कपड़ा का विवरण लिखा होता है।
- **टॉप स्टिच** - यह स्टिच की एक पंक्ति है, जो स्पष्ट रूप से दिखाई देती है।
- **गैदरिंग-** यह कपड़े के एक टुकड़े की लंबाई छोटा करने की तकनीक है ताकि एक लंबे टुकड़े को छोटे टुकड़े के साथ जोड़ा जा सके। इसका उपयोग फुल स्लीव (बाजू) को कमीज के आर्मसिस या कफ से जोड़ने, या एक स्कर्ट को बोडिस से जोड़ने के लिए किया जाता है। एकत्र होने वाली असंख्य पंक्तियों को शिरिंग कहते हैं।
- **इंटरफेसिंग** - यह एक सामान्य टर्म है, जिनका उपयोग विभिन्न प्रकार के सामग्रियों के लिए किया जाता है। यह सिलाई किये जानेवाले कपड़े के अन्दर या विपरीत या उलटा दिशा वाले क्षेत्र है।
- **लाइनिंग (अस्तर)-** यह फैब्रिक, फर, या अन्य सामग्रियों की एक आंतरिक परत है, जो पूर्ण समाप्ति प्रदान करता है, सीम अलाउंस इंटरफेसिंग, और कंस्ट्रक्शन डिटेल्स को छिपाने में मदद करता है; और यह एक परिधान को आसानी से पहनने और उतारने में मदद करता है।
- **पैचवर्क-** यह नीडल-वर्क या क्राफ्ट का एक रूप है जिसमें परिधान या कपड़े के छोटे टुकड़ों को एकत्र

करना, उनकी सिलाई करना और एक बड़े डिजाइन में उनकी स्टिचिंग करना शामिल है।

- **पैटर्न-** सिलाई और फैशन डिजाइन में, पैटर्न मूल वस्त्र का एक रूप है, जिसमें से एक समान प्रकार के वस्त्र की कॉपी की जाती है। यह एक पेपर या कार्डबोर्ड का टेम्पलेट है जिसे कपड़ा को काटने और जोड़ने से पहले, कपड़े के ऊपर रखकर परिधान के सारे हिस्सों का पता लगाया जाता है।
- **पाइपिंग** - यह एक प्रकार का तराशना (ट्रिम) या सुन्दरता प्रदान करना है जिसमें एक कपड़ा या अन्य वस्तु के किनारों या स्टाइल लाइन्स को निश्चित करने के लिए मुड़े हुए फैब्रिक के स्ट्रिप को एक सीम में प्रविष्ट कराया जाता है।
- **प्लाकेट-** यह ट्राउजर या स्कर्ट के उपरी भाग में या फिर परिधान के नेक या स्लीव में एक ओपनिंग है, जो परिधान को आसानी से पहनने या उतारने में मदद करता है।
- **स्टोमाचेर** - इसे प्लाकार्ड भी कहा जाता है। यह एक चीर या काट होता है जो लटकते हुए पॉकेट, या एक पेटीकोट या स्कर्ट के पॉकेट तक पहुँचने में मदद करता है।
- **प्लीट या प्लेट-** यह एक प्रकार का फोल्ड है जिसका निर्माण कपड़े के अपने ही पिछले हिस्से पर दो बार मोड़ते हुए और इसे एक स्थान पर सुरक्षित सिलाई करते हुए किया जाता है। इसका उपयोग सामान्य रूप से एक संकीर्ण परिधि के परिधान भाग में एक चौड़े टुकड़े के परिधान को एकत्र करने के लिए क्लोथिंग और अफोल्स्टरी (कपड़े और असबाब) में किया जाता है।
- **पॉकेट-** यह थैली/ लिफाफा के समान होता है जिसे या तो क्लोथिंग के एक आर्टिकल में बांधा या प्रविष्ट कराया जाता है, ताकि इसमें छोटे-छोटे वस्तुओं को रखा जा सके।

गतिविधि :

- प्रशिक्षक प्रतिभागियों के साथ ऊपर दिए गए पंक्तियों में से सामान्य टेलरिंग शब्दों / परिभाषाओं को पढ़ेंगे। प्रशिक्षक प्रतिभागियों को ऊपर दिए गए सामान्य टेलरिंग शब्दों / परिभाषाओं में से कुछ शब्दों को समझाएंगे। आवश्यक होने पर कुछ उदाहरणों को प्रस्तुत करेंगे।
- प्रशिक्षक प्रतिभागियों को बोलेंगे कि वे कार्यस्थल पर इन सामान्य टेलरिंग परिभाषाओं को व्यवहार में लेने का अभ्यास करें।

सत्र 2:

विभिन्न प्रकार की सिलाई मशीन के बारे में:

बाजार में अलग-अलग प्रकार की अनेक सिलाई मशीनें उपलब्ध हैं, जिसमें कुछ विशेष सिलाई करने वाली सामान्य डिजाइनों वाली मशीनों से लेकर कम्प्यूटरीकृत मॉडल तक शामिल हैं, जो चित्र या तस्वीर को देखकर स्वतः ही विस्तृत कढ़ाई के डिजाइन सिलाई कर सकती हैं। सिलाई मशीन का प्राथमिक कार्य हमेशा ही टांके बनाना होता है, चाहे वह कपड़े को सजाने के लिए हो या एक परिधान या सहायक परिधान का निर्माण करने के लिए अनेक टुकड़ों को जोड़ना हो। जिस तरह से सिलाई मशीन इस कार्य को पूरा करती है, उसके आधार पर उसका वर्गीकरण किया गया है।

ज्यादातर सिलाई मशीनों को उनके नियंत्रण प्रणाली, बेड़, एवं स्टिच के आधार पर अलग-अलग प्रकार में भाग किया जाता है।

नियंत्रण प्रणाली के आधार पर: मैनुअल रूप से नियंत्रित मशीनें, सेमी-ऑटोमेटिक (अर्ध-स्वचालित) मशीनें, ऑटोमेटिक (स्वचालित) मशीन एवं रोबोटिक मशीन।

स्टिच के आधार पर: लॉक स्टिच, (सिंगल नीडल लॉक स्टिच, डबल नीडल लॉक स्टिच, ओवरलॉक स्टिच, फ्लैट-लॉक स्टिच), चेन स्टिच, ओवरलॉक स्टिच, फीड ऑफ दि आर्म, बटन अटैचिंग, बटन होल, बारटैक, जिगजैग

बेड़ के आधार पर: फ्लैट-बेड़ सिलाई मशीन, लॉन्ग-आर्म सिलाई मशीन, सिलेंडर बेड़ सिलाई मशीन, पोस्ट-बेड़ सिलाई मशीन, फीड-ऑफ-दि-आर्म सिलाई मशीन।

सिलाई मशीन के विभिन्न भाग

आपके पास विभिन्न प्रकार की सिलाई मशीन रखे होंगे या रखने की योजना हो सकती है, लेकिन अधिकांश सामान्य फंक्शन विभिन्न प्रकारों और मॉडलों की मशीनों के लिए समान होती हैं। अपनी सिलाई मशीन के प्रत्येक भाग के उपयुक्त कार्य को जानने के लिए नियमित रूप से अपने मशीन के मैनुअल की जाँच करना सही रहता है। सिलाई मशीन के विभिन्न भागों के बारे में कुछ सामान्य विवरण इस प्रकार हैं:

1. **फुट प्रेशर डायल:** इसका उपयोग हल्के, भारी या वजनी परतदार फैब्रिक की सिलाई करते समय फुट प्रेशर को समायोजित करने के लिए इसका उपयोग किया जाता है, हालांकि, औसत

सिलाई परियोजनाओं के लिए ऑटोमेटिक फुट प्रेशर युक्त मशीन अधिक उपयुक्त होगी।

2. **थ्रेड टेक-अप लीवर:** यह नीडल के साथ ऊपर-नीचे करती है और सिलाई के लिए आवश्यक धागे की मात्रा को नियंत्रित करती है।
3. **टेंशन डिस्क के साथ बोबिन थ्रेड गाइड:** यह थ्रेड को स्पूल से बोबिन विंडिंग स्पिंडल तक ले जाने का कार्य करती है। इस गाइड में एक टेंशन डिस्क होता है ताकि थ्रेड को कसकर बांधा जा सके।
4. **स्पीड कंट्रोल:** यह अधिक समतल सिलाई के लिए आपको अधिकतम स्टिचिंग स्पीड को सीमित करने में मदद करता है।
5. **थ्रेड गाइड:** थ्रेडिंग रन के साथ ऐसा कई होता है, जो थ्रेड को सही दिशा में ले जाने में मदद करता है।
6. **बोबिन विंडर स्पिंडल:** इसका उपयोग बोबिन को थ्रेड से भरने के लिए किया जाता है।
7. **स्टिच विड्थ डायल:** जब आप जिगजैग या अन्य प्रकार की सजावटी सिलाई करते हैं, यह नीडल के साथ-साथ घूमकर दूरी को नियंत्रित करता है।
8. **स्टिच लेंथ डायल:** इसका उपयोग आपकी सिलाई की लंबाई को नियंत्रित करने के लिए किया जाता है। जिस मशीन में लंबी सिलाई की व्यवस्था है। वो लंबी अवधि तक कार्य करने में सक्षम रहती है।
9. **स्टिच सेक्टर डायल:** इसका इस्तेमाल मशीन के बिल्ट-इन स्टिच को सिलेक्ट करने के लिए किया जाता है।
10. **रिवर्स स्टिच लीवर:** यह आपको उल्टी दिशा में सिलाई करने में मदद करता है। कुछ मॉडल में रिवर्स स्टिच का चयन स्टिच लेंथ डायल (8) को माइनस नंबर पर घुमाते हुए किया जाता है।
11. **ड्राप फीड लीवर:** यह नीडल प्लेट के नीचे फीड डॉग को नीचे करता है ताकि फ्री-मोशन में सिलाई हो सके। वैकल्पिक रूप से, फीड डॉग के ऊपर एक प्लेट को अस्थायी रूप से फिट करने से यह संभव हो सकता है।
12. **नी लिफ्टर सॉकेट** जहां नी लिफ्टर (यदि उपलब्ध कराया जाता है) को प्लग-इन किया जाता है।
13. **हुक कवर रिलीज़ बटन:** यह बोबिन तक पहुंचने के लिए हुक कवर प्लेट को मुक्त करता है (केवल टॉप लोडिंग मशीन के लिए)।

14. **प्लैट बेड:** यह एक विशाल सपाट सिलाई करने वाला क्षेत्र है। इसके कुछ मशीन में इसके पार्ट्स को खोलकर, इसके फ्री आर्म तक पहुंचा जा सकता है।
15. **हुक कवर प्लेट:** यह बोबिन को अपने केसिंग में कवर करता है (यह केवल टॉप लोडिंग मशीन में पाया जाता है)।
16. **नीडल प्लेट:** इसे कॉमन सीम अलाउंस के रूप में सटीक सिलाई करने के लिए चिह्नित किया जाता है। बोबिन केसिंग, फीड डॉग और हुक रेस को साफ करने के लिए छोटे-छोटे स्कू को खोलकर इसे निकाला जा सकता है।
17. **थ्रेड कटर** इसका उपयोग नीडल के थ्रेड को काटने के लिए किया जाता है।
18. **टेंशन डायल:** इसका इस्तेमाल एक पूर्ण रूप से एवं सटीक सिलाई के लिए नीडल के टेंशन (खिंचाव) को समायोजित करने के लिए किया जाता है।
19. **फूट कंट्रोल सॉकेट:** यह यहां फूट पेडल के लिए प्लग को जोड़ता है जो स्टिचिंग स्पीड को नियंत्रित करता है।
20. **पावर स्विच:** यह पावर को चालू करता है और मशीन के बिल्ट-इन सेविंग लाइट को ऑन या ऑफ भी करता है।
21. **हैंड व्हील:** यह नीडल को ऊपर-नीचे घूमता है। हमेशा हैंडव्हील को घड़ी की उलटी दिशा घुमाएं।
22. **थ्रेड कटर:** इसका इस्तेमाल बोबिन थ्रेड को काटने के लिए किया जाता है, जब बोबिन पूर्ण रूप से भर जाता है।
23. **बोबिन विंडर स्टॉपर:** इसे विन्डिंग (घुमाव) शुरू होने पर बोबिन को धक्का दिया जाता है। जब बोबिन भर जाता है, तो यह वापस निकल जाता है और बोबिन विन्डिंग मैकेनिज्म को रोक देता है।
24. **कैरिंग हैंडल:** यह मशीन को हमेशा पकड़ कर रखता है।
25. **थ्रेड स्पूल पिन्स:** ये सभी नीडल के लिए धागे को पकड़ कर रखता है और इसे वर्टिकली (खड़ा) या हॉरिजॉन्टली (क्षतिज) सेट किया जा सकता है।
26. **प्रेशर फूट लिफ्टिंग लीवर:** फैब्रिक को नीचे की ओर फिसलाने के लिए या फिर प्रेशर फूट को बदलते समय, इसे लिफ्ट करें।

27. **थ्रेड गाइड:** यह नीडल थ्रेड को नीडल के आंख की ओर ले जाता है।
28. **प्रेशर बार:** फूट होल्डर इसके चारों ओर जकड़ता है, जिसे थंबस्कू द्वारा उसके स्थान पर बनाए रखा जाता है।
29. **प्रेशर फूट थंबस्कू:** यह संपूर्ण प्रेशर फूट होल्डर को मुक्त करता है।
30. **प्रेशर फूट होल्डर:** यह प्रेशर बार को जकड़ता है कुछ मशीन पर फुट और फुट होल्डर सारे एक ही इकाई होता है।
31. **प्रेशर फूट:** यह नीडल प्लेट और फीड डॉग के विरुद्ध फैब्रिक को पकड़े रहता है ताकि उचित प्रकार से सिलाई हो सके।
32. **नीडल:** नीडल उपरी थ्रेड को निचले थ्रेड से मिलाने के लिए नीचे की ओर लेकर जाता है ताकि यह फैब्रिक में प्रविष्ट होने के लिए पर्याप्त रूप से भारी हो सके, परंतु इसे इतना भी बड़ा नहीं होना चाहिए कि फैब्रिक में एक भद्दा छेद हो जाए। एक घिसा हुआ, सुस्त और क्षतिग्रस्त नीडल सिलाई में समस्याएं उत्पन्न कर सकता है, जैसे छुटे हुए सिलाई या सिकुड़ा हुआ सीम।
33. **नीडल क्लैप स्कू:** इसे नीडल को निकालने के लिए ढीला किया जाता है; उचित स्थिति में नीडल को सुरक्षित करने के लिए कसा जाता है।

सिलाई मशीन के उपयोग में ध्यान देने योग्य बातें

सिलाई मशीन का उपयोग करते समय ध्यान देने योग्य सुरक्षा नियम

सुरक्षा प्रत्येक व्यक्ति के लिए आवश्यक है और यह आपकी जिम्मेदारी है कि आप स्वयं को जोखिमों से दूर रखें। सिलाई मशीन के उपयोग के दौरान निम्नलिखित जोखिम उत्पन्न हो सकता है:

- नुकीले धारदार किनारों, चाकू के ब्लेड, कैंची और पिन से कटने और चोट लगने का जोखिम
- सिलाई करते समय अंगुलियों में चोट लगना
- सूई के टूटने से आंखों में जख्म होना
- खराब प्रकाश के कारण आंखों पर जोर पड़ना
- खराब तरीके से बैठने के कारण पीठ में दर्द होना

सिलाई मशीन पर कार्य करते समय ध्यान देने योग्य बातें

- हमेशा सिलाई का कोई भी कार्य शुरू करने से पहले सभी समायोजनों और सेटिंग्स की सावधानी से जांच करें।
- मशीन पर सिलाई करते समय लो-शूज और टाइट-फिटिंग वाला परिधान पहनें। सिलाई मशीन परिचालित करते समय ढीले फिटिंग वाले स्लीव, स्वेटर्स, आभूषण टाई और रिबन नहीं पहनें। यदि आपके बाल लंबे हैं, तो इन्हें पीछे की ओर बांधकर रखें जैसे चोटी बनाकर आदि।
- थकान को कम करने के लिए हमेशा उचित शारीरिक स्थिति में कार्य करें दुर्घटनाओं से बचने का प्रयास करें और अपनी कार्यकुशलता को बढ़ाएं। यदि संभव हो तो, कुर्सी की उंचाई को समायोजित करें ताकि आपका पैर फर्श पर टिका रह सके।
- मशीन को परिचालित करते समय अपनी कुर्सी को आगे की ओर या मशीन की ओर मत खींचें।
- अपने सिर को हमेशा टेबल से ऊपर रखें।
- अपने पैर को पेडल से अलग रखें जब आप बैठे होते हैं या सुई में धागा लगा रहे होते हैं।
- जब कोई दूसरा व्यक्ति सिलाई मशीन को परिचालित कर रहा हो, तो स्पर्श न करें।
- सिलाई मशीन को कभी भी बहुत अधिक तेज गति से परिचालित नहीं करें।

सिलाई मशीन के सुरक्षा एवं रखरखाव

केवल कुछ ही घंटों की सिलाई से नीडल प्लेट के अंदर फुज्ज और लिंट जमा हो जाएगा। कभी-कभी उसके अंदर धागे का टुकड़ा भी नष्ट हो सकता है। सिलाई मशीन में अधिकांश समस्याएं अक्सर उसके खराब रखरखाव या बिल्कुल रखरखाव नहीं किए जाने के कारण उत्पन्न होती हैं। यहां मशीन के रखरखाव के लिए कुछ सुझाव दिया गया है जो आपको लंबी अवधि तक मशीन को बिना किसी परेशानी के संचालित करने में मदद कर सकता है।

- तेल डालना (ऑइलिंग): सिलाई मशीन को उचित प्रकार से तेल-युक्त रखें।
- सफाई: मशीन को यथासंभव लिंट से मुक्त रखना अत्यंत आवश्यक है।
- चमकाना (शाइनिंग): मशीन की सतह को एक साफ़, मुलायम, गीले कपड़े से पोंछें। अपनी मशीन की छड़ी पर अपघर्षक का इस्तेमाल नहीं करें और इस पर टेप का टुकड़ा नहीं रखें।
- भंडारण: सिलाई मशीन को अधिक समय बाहर नहीं रखना चाहिए। मशीन को ऐसे कमरे में

भंडारित नहीं करें, जो ठंडा, गर्म या नम है। उपयोग नहीं करने की दशा में मशीन को ढक कर रखें, ताकि यह धूल-गर्द से सुरक्षित रह सके।

कुछ खराब आदतें जो एक सिलाई मशीन को बर्बाद कर देती हैं और इसकी कार्यक्षमता को कम कर देती हैं:

कभी-कभी सिलाई मशीन में कोई तकनीकी गड़बड़ी नहीं होती है, जिसके कारण सिलाई मशीन पर कार्य करना कठिन हो जाता है। इसके बजाय, यह आपकी आदतें होती हैं, जो सामान्य सिलाई का उपयोग करने के दौरान कार्यों को अधिक समस्याग्रस्त बना देती हैं।

यहां कुछ कार्यों का उल्लेख किया गया है, जिससे आपको बचना चाहिए:

- सिलाई किए जाने वाले कपड़े के अनुसार उचित सुई का इस्तेमाल नहीं करना
- निम्न गुणवत्ता वाले धागे का इस्तेमाल करना या अनुचित मोटाई वाले धागे का इस्तेमाल करना, जो उस कपड़े के अनुसार नहीं होता है जिस पर आप कार्य कर रहे होते हैं।
- टेंशन डिस्क को अत्यधिक ढीला या अत्यधिक टाइट सेट करना।
- महीनों से मशीन की सफाई और ल्यूब्रिकेटिंग नहीं करना।

अपनी दुकान के लिए बेहतर सिलाई मशीनों की खरीद कैसे करें

सिलाई की दुकान की दैनिक उत्पादकता के लिए बेहतर गुणवत्ता और ज्यादा काम कर सकने वाली सिलाई मशीनें महत्वपूर्ण हैं। भारत के सभी कस्बों या शहरों में उपलब्ध विभिन्न प्रकार और प्रतिष्ठित ब्रांड जैसे ऊषा, सिंगर ब्रदर, जूकी आदि से विभिन्न मॉडल की सिलाई मशीनें उपलब्ध हैं। आप अपनी जरूरत और बजट को देखते हुए अपनी सिलाई मशीन चुन सकते हैं। अपनी दुकान के लिए सिलाई मशीन खरीदते समय विचार करने के लिए कुछ बुनियादी सुझाव दिए गए हैं:

- सिलाई मशीन की कुछ बुनियादी विशेषताओं पर विचार करें जो काम में आसानी और लंबे समय तक चलने में मदद करती है जैसे-
- अच्छे श्रम दक्षता (एर्गोनॉमिक्स) और नियंत्रण वाला हो
- हल्के वजन वाला हो
- अच्छी गति नियंत्रण हो

- अच्छे सिलाई मशीनों के बारे में जानने के लिए और उन्हें कहाँ से खरीदना है, इसके बारे में पास के कुछ विशेषज्ञ दर्जी से परामर्श करें।
- आपको खरीदने के लिए अंतिम आदेश देने से पहले विभिन्न विक्रेताओं से कीमत की जांच करनी चाहिए।
- आप ई-कॉमर्स साइटों जैसे अमेज़न, फ्लिपकार्ट आदि से ऑनलाइन ऑर्डर के माध्यम से सिलाई मशीनों की खरीद कर सकते हैं।
- मशीन और उपकरण खरीदते समय उचित बिल और अन्य कागजात लेना न भूलें। यह आपकी परियोजना के उचित दस्तावेजीकरण में सहायक होगा।

गतिविधि: मेरे सिलाई व्यवसाय का वित्तपोषण

- प्रशिक्षक व्यवसाय के वित्तपोषण के विभिन्न स्रोतों के बारे में बताएंगे।
- प्रत्येक प्रतिभागी अपने व्यवसाय को शुरू करने / विस्तार करने के लिए ऋण के रूप में कितना पैसा चाहते हैं और वे उस ऋण राशि का उपयोग कैसे करेंगे, इसके बारे में एक मोटा अनुमान लगाएंगे।
- उनमें से प्रत्येक प्रतिभागी समूह के लिए अपनी गणना प्रस्तुत करेगा।
- प्रशिक्षक और प्रतिभागी प्रत्येक प्रस्तुति के लिए टिप्पणी करेंगे।

सत्र 3:

बिक्री एवं व्यवसाय को अधिकतम करने के लिए रणनीतियाँ

आपने अपने स्थानीय बाजार में देखा होगा कि एक ही उत्पाद के कई विक्रेता होते हैं, लेकिन कुछ अपना सामान कम समय में बहुत कुशलता से बेचते हैं और कुछ को ग्राहकों के दुकान पर आने का इंतजार रहता है। उनमें से कई लोगों के साथ व्यवहार में अनुभवी होते हैं। वे उन सामानों के बारे में जानते हैं जो वे बेच रहे हैं, वे जानते हैं कि उन्हें ग्राहकों के साथ कैसे बात करनी है और जिस तरह से वे व्यवहार करते हैं वह बहुत व्यक्तिगत होता है। अपने अच्छे व्यवहार और कुशल बातचीत के परिणामस्वरूप वे नियमित ग्राहकों की एक अच्छी संख्या बनाते हैं जो व्यवसाय को अच्छी तरह से चलाने में मदद करते हैं। अच्छे व्यवहार और वाक कौशल के अलावा कुछ अन्य कारक हैं जो किसी व्यवसाय में बिक्री को प्रभावित करते हैं। इन कारकों को मोटे तौर पर विपणन के 4पी (उत्पाद, मूल्य, स्थान और संवर्धन (Product, Price,

Place and Promotion)) कहा जाता है। इन 4 पी पर काम करके व्यवसाय को अपने ग्राहकों के करीब लाया जा सकता है जो व्यवसाय के उत्पाद की बिक्री में सुधार लाने में मदद करता है। आइए यह दोहराएं कि इन 4पी का क्या अर्थ है जो हमने फेस्ट के दौरान सीखा और हम अपने सिलाई व्यवसाय में इस अवधारणा का उपयोग कैसे कर सकते हैं।

उत्पाद: उत्पाद एक वस्तु या सेवा है जो एक व्यवसाय अपने ग्राहकों के लिए लाता है। एक उत्पाद को ग्राहकों की कुछ मांगों को पूरा करना चाहिए या यह ग्राहकों के बीच मांग पैदा करनी चाहिए, ताकि ग्राहकों को लगे कि उन्हें उत्पाद की आवश्यकता है। जैसे विभिन्न प्रकार के सिलाई सेवाओं के साथ बदलते फैशन ट्रेंड युक्त परिधानों की विस्तृत श्रृंखला की उपलब्धता, जिसके लिए उपभोक्ताओं की मांग अत्यधिक है।

मूल्य: उत्पाद के लिए ग्राहक कितना भुगतान करेंगे? इस प्रश्न का उत्तर 4पी के दूसरे पी का वर्णन करता है। उत्पाद का मूल्य निर्धारित करते समय हमें निम्नलिखित पर विचार करने की आवश्यकता होती है :

- वस्तु या सेवा की कीमत कितनी होनी चाहिए?
- किस कीमत में अन्य प्रतियोगी वस्तु को बेच रहे हैं या सेवा प्रदान कर रहे हैं?
- क्या उस इलाके में ग्राहकों का बड़ा हिस्सा उस कीमत का भुगतान करने की क्षमता रखता है?

स्थान: स्थान किसी भी व्यवसाय के लिए एक महत्वपूर्ण कारक है। यदि आप अपने उत्पाद को सीधे अंतिम उपयोगकर्ताओं को बेचना या सेवा प्रदान करना चाहते हैं, तो आपको ऐसे स्थान का चयन करना होगा जो अत्यधिक दृश्यमान वाले हो और वहां ज्यादा लोगों की पहुँच हो। इसलिए अपने सिलाई की दुकान लगाने के लिए आवासीय क्षेत्र के पास एक दुकान लेना फायदेमंद होगा। सिलाई की दुकान के मालिक को इन बातों पर विचार करना चाहिए:

- उस स्थान पर लोगों की पहुँच जहाँ दुकान स्थित है
- स्थानीय प्रतियोगियों पर विचार करना जो समान किस्म की दुकान चला रहे हैं
- सिले पोशाक सामग्री को इस तरह से प्रदर्शित करना या अलग अलग किस्मों के फैशन परिधानों को खूबसूरती से एक क्रम में रखना कि ग्राहक आसानी से अपने पसंदीदा सामान तक आसानी से पहुँच सके।

प्रचार: इसमें उत्पाद का विज्ञापन और प्रभावी संचार कौशल का उपयोग करके लोगों के साथ अच्छे संबंध बनाना शामिल है। यहाँ विक्रेता को चाहिए कि वह:

- उन लोगों के साथ बात करें जो सेवा लेंगे और बताएं कि आपके दुकान की खासीयत क्या है और वे आपके दुकान से पोशाक क्यों सिलवाएं।
- ग्राहकों पर पूरा ध्यान दें और उन्हें ध्यान से सुनें।
- नियमित ग्राहक को सेवा की कीमत में कुछ छूट दें।
- मूल्य निर्धारण को शुरुआत में बहुत उचित तरीके से किया जाना चाहिए ताकि ग्राहकों को आपके व्यवसाय और कपड़ों में रुचि मिल सके। टर्नओवर में वृद्धि के साथ, आप कीमतों को समायोजित कर सकते हैं।
- अपने उत्पाद का प्रचार विज्ञापन बोर्ड और बैनर के माध्यम से अपने इलाके के विभिन्न स्थानों पर करें।
- आप अपनी दुकान में उपलब्ध सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए सोशल मीडिया जैसे व्हाट्सएप, व्हाट्सएप बिजनेस, फेसबुक और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म का उपयोग कर सकते हैं। आप ग्राहकों को टेलरिंग सेवाओं के लिए ऑर्डर ऑनलाइन या फोन कॉल के जरिए देने के लिए कह सकते हैं। यहाँ कुछ विशेष और घर पर जाकर टेलरिंग सेवा प्रदान करने वाले सेवा प्रदाताओं के वेबलैंक हैं जो प्रतिभागियों को प्रेरणा प्राप्त करने में मदद कर सकते हैं:

<https://www.yourtaylor.in/>

<https://www.facebook.com/urbantailor.in/>

in/

<http://www.darzioncall.in/>

<http://www.fabstitch.in/>

सिलाई दुकान के मालिक (दर्जी) के लिए आवश्यक मुख्य सॉफ्ट स्किल्स

सॉफ्ट स्किल एक व्यक्तिगत गुण है जो स्थितिजन्य जागरूकता का समर्थन करता है और व्यक्ति द्वारा कार्य को संपन्न करने की क्षमता बढ़ाता है। इसे अक्सर लोगों के कौशल या भावनात्मक बुद्धि मत्ता के पर्याय के रूप में प्रयोग किया जाता है। तकनीकी कौशल (जिसे हार्ड स्किल भी कहा जाता है) के विपरीत सॉफ्ट स्किल मौटे तौर पर सभी व्यवसायों पर लागू होता है। उदाहरण के लिए सिलाई दुकान के मालिक (दर्जी) जिसे अपने बाजार का व्यापक ज्ञान हो सकता है, उसे थोक विक्रेताओं के साथ एक सौदा

तय करना और अपने ग्राहकों को बनाए रखना मुश्किल होगा, यदि उसमें अन्तरव्यक्तिक कौशल और बातचीत के सॉफ्ट स्किल की कमी है। नीचे कुछ प्रमुख सॉफ्ट स्किल्स की सूची दी गई है जिनके द्वारा सिलाई दुकान के मालिक (दर्जी) अपने व्यवसाय को लाभदायक और टिकाऊ बना सकते हैं।

संवाद : एक सॉफ्ट स्किल के रूप में संवाद केवल कई शब्दांशों या भाषणों के बारे में नहीं है। मौखिक संवाद में सुनना और बोलना दोनों शामिल हैं। सुनना संवाद की प्रक्रिया के दौरान संदेशों को सही ढंग से प्राप्त करने और समझने की क्षमता है। प्रभावी रूप से सुनने के कौशल के अभाव में संदेशों को आसानी से गलत समझा जा सकता है। यह संवाद के टूटने के परिणामस्वरूप होता है और बात करने वाले और सुनने वाले को निराशा या चिढ़ हो सकती है। बात समझना, बात सुनने के समान नहीं है। सुनने का अर्थ ध्वनियों से है, जो सुनी जाती हैं, लेकिन समझने में बोलने वाले के शब्दों, संदर्भों, वह कैसी भाषा और आवाज का उपयोग करता है और उसकी भंगिमा पर ध्यान दिया जाता है। अपने ग्राहक को प्रभावी ढंग से सुनने के लिए:

- बातचीत बंद करें
- बीच में न बोलें
- जो ग्राहक कह रहा है उस पर पूरा ध्यान केन्द्रित करें
- उत्साहजनक शब्दों और भाव भंगिमाओं का उपयोग करें
- ग्राहक के नजरिए के बारे में सोचें
- धैर्य रखें
- उस टोन पर ध्यान दें जिसका उपयोग किया जा रहा है।
- ग्राहक के हावभाव, चेहरे के भाव और आँखों के संचलन पर ध्यान दें
- ग्राहक के तौर-तरीकों, पसंद या आदतों से स्वयं को परेशान या विचलित न होने दें। प्रभावी ढंग से बोलना संवाद प्रक्रिया की एक और महत्वपूर्ण श्रृंखला है। एक प्रभावी वक्ता वह होता है जो सही ढंग से जानकारी देता है, शब्दों का सही उच्चारण करता है, सही शब्दों का चयन करता है और सही गति से बोलता है जिससे बात आसानी से समझ में आ सके। इसके अलावा, बोले गए शब्द, बोलने वाले के हाव-भाव, टोन और बॉडी लैंग्वेज से मेल खाने चाहिए। आप जो कहते हैं और जिस स्वर में आप अपनी बात कहते हैं, उसके परिणामस्वरूप कई धारणाएं

बनती हैं। एक व्यक्ति जो झिझक से बोलता है, उसे कम आत्मसम्मान या विषय के ज्ञान की कमी के रूप में माना जा सकता है। बीच में बात को छोड़ने वालों को शर्मीला माना जा सकता है। जो स्पष्टता के साथ कमांडिंग टोन में बोलते हैं, उन्हें आमतौर पर बेहद आत्मविश्वासी माना जाता है। ग्राहकों से प्रभावी ढंग से बात करने के लिए :

- बोलते समय सही शारीरिक हाव-भाव (बॉडी लैंग्वेज) उपयोग करें जैसे आँखों का संपर्क, मुस्कुराना, सिर हिलाना, इशारे करना आदि।
- बोलने से पहले सोचें
- अपनी भावनाओं को नियंत्रण में रखें
- बोलते समय सुखद और प्राकृतिक स्वर का प्रयोग करें। आपके ग्राहक को यह महसूस नहीं होना चाहिए कि आप किसी भी तरह से असहज हैं।
- संक्षेप में बोलें। कोई अनावश्यक जानकारी न जोड़ें।
- स्पष्ट रूप से और विनम्रता से बोलें ताकि ग्राहक आसानी से समझ सके कि आप क्या कहना चाह रहे हैं।
- जब भी आवश्यकता हो, 'कृपया', 'धन्यवाद', 'आपका स्वागत है', 'क्षमा करें', 'मुझे क्षमा करें' आदि जैसे जादुई शब्दों का प्रयोग करें।

नेतृत्व: नेतृत्व एक सॉफ्ट स्किल है जिसे आप दिखा सकते हैं भले ही आप दूसरों को सीधे तौर पर मैनेज न करते हुए या एक या दो कर्मचारियों को मैनेज करते हुए भी दिखा सकते हैं। नेतृत्व को अन्य विभिन्न सॉफ्ट स्किल का संग्रह माना जा सकता है, जैसे एक सामान्य सकारात्मक दृष्टिकोण रखना, प्रभावी ढंग से संवाद करने की क्षमता, और स्वयं को प्रेरित होने और दूसरों को प्रेरित करने की योग्यता। आपका नेतृत्व कौशल आपके व्यवसाय का भविष्य तय करेगा।

समस्या का समाधान करना: किसी अन्य पेशे की तरह अगरबत्ती निर्माताओं को भी दिन प्रतिदिन के व्यवसाय में समस्याओं का सामना करना पड़ता है और इन समस्याओं को हल करने की क्षमता भी एक सॉफ्ट स्किल मानी जाती है। सभी समस्याओं में दो तत्व होते हैं लक्ष्य और बाधाएँ समस्या समाधान का उद्देश्य लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए बाधाओं को पहचानना और उन्हें दूर करना है। किसी समस्या को हल करने के लिए तर्कसंगत सोच के एक स्तर

की आवश्यकता होती है। इसके लिए न केवल विश्लेषणात्मक, रचनात्मक और महत्वपूर्ण कौशल की आवश्यकता है, बल्कि एक विशेष मानसिकता भी अपेक्षित है। जो लोग शांत और संतुलित दिमाग से समस्या को लेते हैं वे अक्सर उन लोगों की तुलना में अधिक कुशलता से समस्या का समाधान निकाल लेते हैं, जो ऐसा नहीं करते। कोई समस्या आती है तो उसका सामना कैसे किया जाए, के बारे में कुछ तार्किक उपाय निम्नानुसार हो सकते हैं:

- समस्या को पहचानें
- समस्या का विस्तार से विश्लेषण करें
- सभी संभव समाधानों के बारे में विचार करें
- समाधान का चयन करें। यदि आप उचित समझें तो अपने कर्मचारियों और मित्रों की राय लें।
- चयनित समाधान को कार्यान्वित करें
- यह देखें कि क्या समस्या का समाधान वास्तव में हुआ है।

कुछ व्यक्तिगत गुणों की भी समस्याओं के प्रभावी समाधान में महत्वपूर्ण भूमिका होती है। जैसे-

- खुले विचारों का होना
- बातचीत की पहल करना
- बातों से परेशान न होना
- सकारात्मक दृष्टिकोण रखना
- सही समस्या पर ध्यान केन्द्रित करना आदि।

गतिविधि: मेरे सिलाई व्यवसाय का वित्तपोषण

- प्रशिक्षक उन विभिन्न कारकों के बारे में बताएगा जो व्यवसाय में किसी उत्पाद की बिक्री को प्रभावित करते हैं।
- प्रत्येक प्रतिभागी उन विचारों या आइडिया की सूची बनाएंगे जिससे उनकी व्यवसाय बढ़ सकती है और उनके उत्पाद के खरीदारों के साथ बातचीत की जा सकती है।
- उनमें से प्रत्येक अपनी रणनीति समूह के सम्मुख प्रस्तुत करेंगे।
- प्रशिक्षक और प्रतिभागी सभी प्रतिभागियों द्वारा सुझाए गए विचारों या आइडिया पर अपनी टिप्पणी करेंगे।

'ब्यूटी पार्लर'

यह प्रशिक्षण पुस्तिका उन महिलाओं के प्रशिक्षण के लिए है जो अपना छोटा 'ब्यूटी पार्लर' खोलने और चलाने का फैसला कर चुकी हैं। यह प्रशिक्षण सात दिन तक प्रतिदिन पाँच-पाँच घंटों की अवधि में बंटा है। मगर, स्थानीय परिस्थिति के मांग पर इसे आवश्यकता अनुसार समायोजित किया जा सकता है। इस प्रशिक्षण के लिए किसी कुशल ब्यूटीशियन को प्रशिक्षण में सहायता के लिए बुलाया जा सकता है क्योंकि इसका अधिकांश हिस्सा कर के दिखाने की गतिविधियों से जुड़ा है।

परिचय

यह इंसान की सहज स्वाभाव है कि वह सुंदर दिखना और सुंदर महसूस करना चाहते हैं। आज के समय में ब्यूटी यानि सौंदर्य संबंधी सेवाओं के उपयोग का चलन काफी बढ़ा है। शहरी और ग्रामीण सभी क्षेत्रों में ब्यूटी पार्लरों की माँग दिन पर दिन बढ़ती जा रही है। महिला उद्यमियों के लिए ब्यूटी पार्लर खोलना और चलाना आय का एक अच्छा माध्यम हो सकता है। एक सफल ब्यूटी पार्लर चलाने के लिए कलात्मक, तकनीकी, उद्यमिता और संप्रेषण के कौशल की आवश्यकता होती है लेकिन यह सभी कौशल थोड़े से अभ्यास और लगन से काम करके अर्जित किए जा सकते हैं।

प्रशिक्षण की रूपरेखा

सत्र	विस्तृत विषय-वस्तु	समय	तरीका
पहला दिन			
सत्र 1	<ul style="list-style-type: none">प्रतिभागियों का स्वागतएक-दूसरे को जाननासात दिन के प्रशिक्षण के बारे में बतानाप्रशिक्षण के उद्देश्य साझा करना	0.5 घंटा	<ul style="list-style-type: none">समझानाचर्चा

सत्र 1:

प्रतिभागियों का स्वागत

- प्रशिक्षक प्रतिभागियों का स्वागत कर उनका प्रशिक्षण के लिए पंजीकरण करेंगे

एक-दूसरे को जानना

- प्रतिभागी अपना-अपना नाम बता कर अपना परिचय देंगी

बधाई! आपने अपना ब्यूटी पार्लर खोलने और चलाने का फैसला कर लिया है। इस प्रशिक्षण के दौरान आपको ब्यूटीशियन के रूप में बहुत से कौशल सीखने का अवसर मिलेगा जैसे चेहरे की देखभाल, दुल्हन का श्रृंगार, भौंहें (आई ब्रो) बनाना, मेंहदी (हिना) लगाना आदि। इसके साथ ही ब्यूटी पार्लर को सफलता पूर्वक चलाने के लिए कुछ पेशेवर नुस्खे भी आपको बताए जाएंगे ताकि आप ज्यादा मुनाफा कमा सकें।

प्रशिक्षण के मुख्य उद्देश्य

- ब्यूटी पार्लर पर मिलने वाली सामान्य सेवाओं की जानकारी देना
- प्रतिभागियों को ब्यूटी पार्लर खोलने और चलाने के तमाम पहलुओं के बारे में विस्तृत जानकारी देना
- ब्यूटी पार्लर के लिए बजट और व्यवसाय योजना बनाने के बारे में जानकारी देना
- विभिन्न सेवाओं के लिए अच्छा मुनाफा कमाया जा सके इस तरह शुल्क का निर्धारण करना
- ब्यूटी पार्लर चलाने वाले महिलाओं से मुलाकात करके इस व्यवसाय के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करना

- प्रतिभागी यह बताएंगी कि अपना लघु व्यवसाय चलाने के लिए उन्होंने ब्यूटी पार्लर चलाने और खोलने का निर्णय क्यों किया
- यदि उनके पास इस काम का पहले से कोई अनुभव या प्रशिक्षण है तो वे उसके बारे में भी बताएंगी
- प्रतिभागी एक-दूसरे के बारे में और अधिक जानने के लिए सवाल-जवाब भी कर सकते हैं

सत्र 2:

सात दिन के प्रशिक्षण की जानकारी

- प्रशिक्षक प्रतिभागियों के साथ सात दिन के प्रशिक्षण कार्यक्रम की पूरी जानकारी साझा करेंगे
- प्रशिक्षक प्रतिभागियों को प्रेरित करेंगे कि यदि उन्हें कार्यक्रम के बारे में कोई और जानकारी चाहिए तो वे उसके बारे में प्रश्न पूछ सकें
- प्रशिक्षक अपने द्वारा पहले से तैयार की गई क्रॉस लिस्ट के बारे में प्रतिभागियों को बताएंगे। इस सूची में उन सारे कौशलों के नाम हैं जो इन पाँच दिनों के दौरान सीखे जाएंगे और सभी प्रतिभागियों के भी नाम हैं। प्रतिभागियों को प्रत्येक गतिविधि या सत्र के पूरा होने के बाद उस पर क्रॉस (X) का निशान लगाना है। प्रत्येक दिन प्रशिक्षण शुरू करने से पहले इस सूची का विश्लेषण किया जाएगा।

प्रशिक्षण के उद्देश्य साझा करना

- प्रशिक्षण के उद्देश्य प्रतिभागियों के साथ साझा करेंगे

प्रदर्शन और अभ्यास के लिए पार्लर से जुड़े उपकरणों को व्यवस्थित करना

इस प्रशिक्षण के दौरान प्रशिक्षक को सभी आवश्यक उपकरणों के साथ एक अस्थाई ब्यूटी पार्लर स्थापित करना होगा ताकि वे पार्लर में दी जाने वाली विभिन्न सेवाओं को प्रतिभागियों के लिए प्रदर्शित कर सकें। प्रशिक्षण सत्रों के दौरान विभिन्न कौशलों को करके दिखाने, समझाने और अभ्यास कराने के लिए एक कुशल ब्यूटीशियन को भी बुलाया जा सकता है।

ब्यूटी पार्लर में दी जाने वाली सेवाओं को मुख्यतः चार प्रकार की सेवाओं में बाँटा जा सकता है:

1. अतिरिक्त बालों को हटाना
2. त्वचा की देखभाल और साज-सज्जा (स्किन केअर और मेकअप)
3. बालों की देखभाल, काटना और स्टाइल बनाना
4. मैनीक्योर और पैडिक्योर (हाथों और पैरों की देखभाल)

नीचे तालिका में गतिविधियाँ और उनके लिए जरूरी उपकरणों की जानकारी दी गई है

गतिविधियाँ	उपयोगी उपकरण
1. शरीर के अतिरिक्त बालों को हटाना	
अ. थ्रेडिंग	कुर्सी, धागा, चिमटी, कैंची, टेलकम पाउडर, एस्ट्रिजेंट लोशन, मजबूत सूती धागा, रूई, क्लीसिंग टिशू, मॉइस्चराइज़र, हेड बैंड, आइना, आई ब्रो ब्रश या कंघी, आई ब्रो पेंसिल, हाथ का आइना आदि।
ब. वैक्सिंग	वेक्स हीटर, ठंडा और गर्म वेक्स, पट्टियाँ, टेलकम पाउडर, तौलिया, एस्ट्रिजेंट, मॉइस्चराइज़र, पानी वैक्स फैलाने के लिए स्प्रेचुला।
स. ब्लीचिंग	हेड बैंड, तौलिया, ब्लीच क्रीम, हाइड्रोजन पेरोक्साइड, अमोनिया पाउडर ब्लीच, स्प्रेचुला, आइस पैक, ठंडा पानी, कुर्सी।
2. त्वचा की देखभाल और साज-सज्जा (स्किन केअर और मेकअप)	
अ. फेशियल	काउच, हेड बैंड, पहनने का वस्त्र, तौलिया, क्लीसिंग लोशन (शरीर के रंग के अनुसार) रूई की तकती, पानी, स्क्रब, स्पंज, जेल और टोनर क्रीम, मास्क, आइस पैक, फेस पैक, ब्रश, प्लास्टिक के प्याले, मॉइस्चराइज़र सैनिटाइज़र, स्टीमर, ब्लैक हेड रिमूवर, कॉमेडोन ब्लैक हेड एक्सट्रैक्टर, कीटाणुनाशक लोशन।
ब. मेकअप	हेड बैंड, पहनने का वस्त्र, रूई, क्लीसिंग लोशन, एस्ट्रिजेंट, फाउंडेशन, मेकअप ब्रश और स्पंज, फेस पाउडर, गुलाबजल, आई ब्रो पेंसिल, आई लाइनर, आई शेडो, लिपस्टिक, लिप लाइनर, मस्कारा ब्लशर, शिमेर, बिंदिया, कंसीलर, पैन केक, हाईलाइटर आदि।
स. दुल्हन का श्रृंगार (ब्राइडल मेक अप)	कंसीलर, फेस पाउडर, आई ब्रो कॉस्मेटिक्स, मस्कारा फाउंडेशन, आई शेडो, आई लाइनर, ब्लशर और लिप कलर

द. मेंहदी (हिना)	हिना (मेंहदी) पेस्ट, प्लास्टिक कोन, पेंट ब्रश या स्टिक चीनी मिला हुआ नींबू का रस, टिशू नारियल का तेल, मेंहदी के विभिन्न डिजाइन आदि।
3. बालों की देखभाल: स्टाइल बनाना और रंगना	
अ. बालों की स्टाइल बनाना और डिजाइन	ड्रायर, करलिंग रॉड, रोलर्स, सेटिंग जेल, सेटिंग लोशन, हेअर पिन, क्लिप, तौलिया, कटिंग शीट, कुर्सी, हेयर स्प्रे, आर्टिफिशियल एड, सजावटी सामान, आभूषण और कपियां आदि।
4. मैनीक्योर और पेडीक्योर	
अ. हाथों और पैरों की देखभाल	स्टपर, गुनगुना पानी, कैंची, नेल कटर, नेल पॉलिश, क्यूटिकल कटर, एंटीसेप्टिक लोशन एवं क्रीम, साबुन, ब्रश, कॉटन ऊन, तौलिया, लिक्विड सोप या शैम्पू, ऑरेंज स्टिक, नेल पॉलिश क्रीम, क्यूटिकल क्रीम, विभिन्न प्रकार के तेल आदि।

उपकरणों और सामानों की देखभाल

ब्यूटी पार्लर में काम में आने वाले सामानों और उपकरणों की बहुत खास देखभाल किये जाने की जरूरत होती है। सभी सामानों की खरीद के साथ आने वाले निर्देशों को सावधानी से पढ़ने और पालन करने की जरूरत है। कुछ सावधानियाँ नीचे बताई जा रही हैं:

- उपकरणों को सही ढंग से पकड़ने और इस्तेमाल करना सीखें और उसका अभ्यास करें।
- इन्हें इस्तेमाल करने के दौरान उनके साथ आए दिशा-निर्देशों का ठीक से पालन करें।
- हमेशा कैंची, चाकू आदि तेज धार या नोक वाले उपकरणों को ऐसी जगह में और इस तरह रखें कि काम करने के दौरान उसे रखने-उठाने में किसी को चोट न आए। जैसे कि इस्तेमाल करने के लिए कैंची को हमेशा हेंडल ऊपर की ओर हो इस तरह रखें, इससे उठाने और इस्तेमाल करने में भी आसानी रहती है।
- यह सुनिश्चित करें कि मेक अप के ब्रश ठीक ढंग से ढंक कर रखे गए हों ताकि उनमें धूल-मिट्टी जमा न होने पाए।
- सभी बिजली के उपकरणों की समय-समय पर जाँच करते रहें कि उनके तार टूटे न हों और प्लग खराब न हुए हों। इन्हें पानी से दूर रखें इन्हें इस्तेमाल करते समय आपके हाथ गीले न हों। इनके लिए बिजली की आपूर्ति जितना जरूरत है उतने वॉल्टेज और वॉटेज की हो उन्हें समय-समय पर जाँचते रहें और मरम्मत कराने में विलंब न करें।

गतिविधि : 'प्रदर्शन और अभ्यास के लिए पार्लर के उपकरण और सामान तैयार करना'

- प्रशिक्षण से पहले प्रशिक्षक एक कुशल ब्यूटीशियन से संपर्क कर उनसे प्रशिक्षण के

दौरान कौशल के प्रदर्शन के बारे में बात कर लें।

- प्रशिक्षक ब्यूटीशियन के साथ सलाह-मशविरा कर आवश्यकता अनुसार जिन कॉस्मेटिक्स और उपकरणों को खरीदने की आवश्यकता हो उन्हें खरीद कर और जो किराए पर मिल जाए उन्हें किराए पर लाकर व्यवस्थित कर लें।
- प्रशिक्षक कुछ स्थानीय लोगों से बात कर उन्हें ग्राहकों के तौर पर भी तैयार कर लें ताकि जब ब्यूटीशियन विभिन्न कौशल के प्रशिक्षण दें तब उन पर इन सारी सेवाओं को प्रदर्शन किया जा सके।
- इस गतिविधि के दौरान प्रतिभागी पार्लर में उपकरणों और कॉस्मेटिक्स को व्यवस्थित करने में प्रशिक्षक की मदद करेंगी।
- प्रशिक्षक प्रत्येक उपकरण के महत्वपूर्ण फीचर बताते हुए उसे कब और कैसे इस्तेमाल किया जाता है इसकी भी जानकारी देंगे।

सत्र 3:

थ्रेडिंग

थ्रेडिंग बाल हटाने की त्वरित और कम खर्चीली प्रक्रिया है जिसका उपयोग लगभग सभी ब्यूटी पार्लरों में किया जाता है। यह उन लोगों के लिए बहुत कारगर तकनीक है जो चेहरे पर वैक्सिंग का दर्द नहीं सहन कर सकते या अन्य उत्पादों का इस्तेमाल करना नहीं चाहते। यह तकनीक कम मात्रा में बालों को हटाने के लिए काम में ली जाती है।

शरीर के किन हिस्सों पर थ्रेडिंग का इस्तेमाल किया जाता है : सामान्यतः इसका इस्तेमाल भौंहों को सही आकार देने, ऊपरी होंठ, ठोड़ी, माथे और अंगुलियों पर या अन्यत्र उग आए अतिरिक्त बालों को हटाने के लिए किया जाता है।

ब्रेडिंग की प्रक्रिया

1. जिस हिस्से से बालों को हटाया जाना है उस जगह पर टेल्कम पाउडर लगा कर उसे सूखा करें।
2. भौंह के सही आकार प्रकार को समझें।
3. धागे के साथ एक लूप बनाएँ।
4. प्रत्येक भौंह की भीतरी सतह पर आपने जो निशान तय किया है वहाँ से बालों को हटाना शुरू करें। अपने ग्राहकों को अपनी भौंह की त्वचा को दोनों हाथों से ऊपर और नीचे की तरफ खींच कर पकड़ कर रखने के लिए कहें। बालों को उनके बढ़ने की विपरीत दिशा में खींच कर निकालें।
5. भौंहों के ऊपर के अतिरिक्त बालों को निकालें। भौंहें सामान्यतः त्वचा में जितना ऊपर तक उठी हुई होती हैं वहाँ तक उठी हुई रहनी चाहिए। यदि इसके अतिरिक्त आंख के आसपास बाल हों तो उन्हें भी निकाल दें।
6. भौंह के नीचे के बाल भी निकाल दें।
7. भौंहों को उनकी बढ़ने की विपरीत दिशा में ब्रश चला कर देखें कि कोई अतिरिक्त बाल छूट तो नहीं रहा है। ऐसे अतिरिक्त बालों को चिमटी से निकाला जा सकता है।
8. त्वचा और भौंहों पर एस्ट्रिजेंट लगा दें।

सत्र 4:

बजट बनाना

अपनी ब्यूटी पॉलर शुरू करने की लागत निर्धारित करना

गतिविधि : 'मुझे कौन सी चीजों की आवश्यकता है?'

- प्रतिभागी ब्यूटी पॉलर शुरू करने के लिए उन्हें क्या-क्या सामान चाहिए, इसकी सूची बनाएंगी
- प्रशिक्षक प्रत्येक प्रतिभागी को एक-एक कागज का टुकड़ा वितरित करेंगे
- प्रत्येक प्रतिभागी को अपनी ब्यूटी पॉलर में क्या चाहिए वे इसकी सूची बनाएंगी
- प्रत्येक प्रतिभागी अपनी सूची को समूह के सामने प्रस्तुत करेंगी
- प्रशिक्षक नीचे दिए गए उदाहरण को ध्यान में रखते हुए उनकी सूची में कुछ और सामान जोड़ने की सलाह दे सकते हैं

आइए पायल का उदाहरण लेते हैं। वह अपनी एक ब्यूटी पॉलर खोलना चाहती हैं। उसने अपनी ब्यूटी पॉलर के लिए जरूरी सामान की सूची बनाई, जो इस प्रकार है:

1. एक कमरा जिसमें रोशनदान, पंखा और दरवाजों और खिड़कियों में परदे लगे हों
2. दो कुर्सीयाँ और एक बेंच
3. सामान रखने के खानों वाला एक बड़ा आईना
4. लोशन, क्रीम, टोनिंग लोशन युक्त फेशियल क्लेनसर आदि जैसे ब्यूटीशियन एवं श्रृंगार की वस्तुएं
5. दो पानी का छिड़काव करने वाली बोतल
6. बालों की कंघी, ब्रश, कैंचियाँ, टिशु पेपर, तौलिया, मास्क, कर्लिंग और बेडिंग पिन आदि का एक सेट
7. फर्स्ट एड किट
8. विज्ञापन लीफ लैटस
9. अपने ब्यूटी पॉलर का एक साइन बोर्ड

गतिविधि : 'प्रत्येक वस्तु के लिए मुझे कितने धन की आवश्यकता होगी?'

- प्रतिभागी अपनी सूची में शामिल प्रत्येक वस्तु की कीमत लिखेंगी
- प्रतिभागी इस बात का भी ध्यान रखेंगी कि क्या उन्हें कुछ सामान बिना पैसा खर्च किए मिल सकता है या कम दाम में मिल सकता है
- प्रत्येक प्रतिभागी अपनी शुरूआती लागत को समूह में प्रस्तुत करेंगी
- समूह प्रस्तुतियों पर अपनी राय देकर चर्चा को समेकित कर सकता है

निश्चित और अनिश्चित मासिक खर्चों का अनुमान करना

निश्चित मासिक खर्चों में किराया सुविधाएँ, फोन, प्रचार आदि शामिल हो सकते हैं। अनियमित मासिक खर्चों में कॉस्मेटिक एवं ब्यूटीशियन सामग्री एवं उपकरणों खरीदने की कीमतें, परिवहन खर्च आदि शामिल हो सकते हैं।

गतिविधि : 'मेरे व्यवसाय में निश्चित और अनियमित मासिक खर्च'

- प्रशिक्षक सभी प्रतिभागियों में कागज का एक-एक टुकड़ा वितरित करेंगे। वह बताएगा कि ब्यूटी पॉलर के लिए निश्चित और अनियमित लागत क्या होते हैं।

- प्रतिभागी कागज पर दो खाने बना कर अपने व्यवसाय की मासिक निश्चित और अनियमित लागतों का अनुमान दर्ज करेंगी
- दो प्रतिभागी अपनी अनुमानिक लागतों को प्रस्तुत करेंगी। समूह उनकी प्रस्तुति को ध्यान से सुनेगा और यदि उनसे कोई बात छूट गई है या गलत अनुमान किया है तो उस ओर उनका ध्यान दिलाएगा

मेरी ब्यूटी पॉलर से होने वाली मासिक आय का अनुमान

गतिविधि : 'मेरी मासिक आय'

- प्रत्येक प्रतिभागी अपनी ब्यूटीशियन सेवाओं से आय का मासिक अनुमान तैयार करेंगी। वे इस अनुमान को तैयार करने में अपनी जोड़े के साथी की मदद भी ले सकती हैं
- प्रत्येक प्रतिभागी विभिन्न सौंदर्य सेवाओं के लिए मूल्य तय करेंगे जो वे ब्यूटी पॉलर मालिकों और गांव की महिलाओं के साथ बातचीत के दौरान प्राप्त किया है।
- इस बार दो अन्य प्रतिभागी अपने मासिक आय के अनुमान को प्रस्तुत करेंगी

सारे पहलुओं को एक साथ रखना

शुरुआत की लागत, निश्चित और अनियमित मासिक खर्चों और बिक्री के अनुमानों को एक साथ रख कर हम अपने व्यवसाय का बजट बना सकते हैं।

गतिविधि : 'सारे पहलुओं को एक साथ रखना'

- प्रशिक्षक सभी प्रतिभागियों को छमाही बजट के प्रारूप की एक-एक प्रति वितरित कर दें जो उन्होंने फेस्ट के दौरान व्यवहार में लाए थे। प्रतिभागी दो-दो के जोड़े या तीन-तीन के समूह (ट्रियो) में इस प्रारूप को पूरा करने का काम करेंगी
- प्रत्येक प्रतिभागी अपने आकलन को इस तरह के खानों में दर्ज करेंगी

सत्र 5:

ग्राहक के साथ व्यवहार

एक संतुष्ट ग्राहक एक नियमित ग्राहक बन जाता है। इसलिए उनकी संतुष्टि पर विशेष ध्यान देना नियमित आधार पर अधिक ग्राहकों को आकर्षित कर सकता है। इसलिए यह सिफारिश की जाती है कि :

- एक ब्यूटीशियन को हमेशा प्रक्रिया शुरू करने से पहले ग्राहक के साथ प्रक्रिया पर बात और चर्चा करनी चाहिए। उसे ग्राहक की अपेक्षाओं और व्यक्तिगत प्राथमिकताओं के अनुसार काम करना चाहिए।
- प्रक्रिया के बीच हमेशा रूकना और प्रक्रिया के बारे में ग्राहक की राय लेना चाहिए।
- एक ब्यूटीशियन को कभी भी अपनी पसंद या राय ग्राहक पर नहीं थोपनी चाहिए। वह केवल अंतिम निर्णय लेने के लिए ग्राहक को सुझाव दे सकती है।
- उसे बैठने, तापमान, उत्पादों के उपयोग स्वच्छता आदि के संबंध में ग्राहक की सुविधा सुनिश्चित करनी चाहिए।
- उसे ग्राहक का स्वागत करना चाहिए।

यहां कुछ सबसे आम अपेक्षाएं हैं जो ग्राहकों को एक ब्यूटीशियन से होती हैं, जिनके द्वारा एक ब्यूटीशियन अच्छे ग्राहक आधार बना सकती है।

- तेज, कुशल और सटीक सेवा।
- एक प्रतिस्पर्धी मूल्य पर उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद।
- अनुकूल, जानकारी प्रदान करने और सवालों के जवाब देने में मददगार।
- उनकी पूछताछ के लिए त्वरित प्रतिक्रिया, चाहे ऑनलाइन फोन या व्यक्तिगत रूप में।
- लंबे इंतजार के बिना ग्राहक के जरूरतों को पूरा करने के लिए हर सामग्री की उपलब्धता।

गतिविधि: ग्राहक के साथ कैसा व्यवहार करें

- प्रशिक्षक ग्राहकों के अपेक्षाओं को पूरा करने और उन्हें अपने नियमित ग्राहक बनाने के लिए ग्राहक के साथ व्यवहार करने के तरीके के बारे में बताएंगे।
- प्रशिक्षक प्रतिभागियों से जोड़ी में चर्चा करने और ग्राहकों से निपटने के तरीके के बारे में कुछ बिंदुओं को जोड़ने के लिए कहेंगा।
- प्रत्येक जोड़ी अपनी चर्चा और अतिरिक्त बिंदु समूह को प्रस्तुत करेंगी।

पॉलर की स्वच्छता

एक सुखद माहौल प्रदान करने के लिए और संक्रमण को फैलने से रोकने के लिए एक ब्यूटी पॉलर के मालिक को स्वयं का और पॉलर की स्वच्छता का सख्त निरीक्षण की आवश्यकता है, जैसे:

- पॉलर में नियमित सफाई, धूल झाड़ना, गहरी सफाई आदि करना चाहिए।
- उचित सफाई माध्यम का उपयोग करके सभी उपकरणों और सामग्रियों को साफ रखा जाना चाहिए।
- उपकरणों और सामग्रियों की सफाई के बाद कीटाणुनाशक द्रव्यों का उपयोग किया जा सकता है।
- कीटनाशकों के नियमित छिड़काव से मच्छरों और मक्खियों के प्रजनन को रोका जा सकता है।
- साफ तौलिये, एप्रन और चादरों का उपयोग उचित है।
- कवर किए गए डस्टबिन का उपयोग करना और उन्हें नियमित रूप से खाली करना कूड़े के बिखराव को रोक सकता है।
- एक ब्यूटीशियन को पॉलर में काम करते समय साफ सुथरे और इस्त्री किए हुए कपड़े, साफ एप्रन पहनने चाहिए।

गतिविधि: ब्यूटी पॉलर में स्वच्छता बनाए रखना-

- प्रशिक्षक बुनियादी पॉलर स्वच्छता के बारे में बताएंगे।

- प्रशिक्षक प्रतिभागियों को अपने ब्यूटी पॉलर में अच्छी स्वच्छता बनाए रखने के लिए एक चेक लिस्ट बनाने और प्रस्तुत करने के लिए कहेंगे।

सत्र 6:

प्रशिक्षण का समापन

- प्रशिक्षक प्रतिभागियों को प्रशिक्षण के दौरान उनका जो अनुभव रहा उसे साझा करने के लिए कहेंगे।
- प्रशिक्षक प्रशिक्षण पर अपनी समापन टिप्पणी देंगे और सभी प्रतिभागियों को उनकी व्यवसाय के सफलता के लिए शुभकामनाएं देंगे।

प्रशिक्षण के लिए आवश्यक सामग्री

- एक बोर्ड और चॉक
- पूरे प्रशिक्षण के दौरान प्रतिभागियों के इस्तेमाल के लिए सौन्दर्य उपकरण
- कॉपी और कलम
- पॉलर सेवाओं के प्रदर्शन और अभ्यास के लिए महिलाओं के लिए एक सुविधापूर्ण कमरा



ट्रिन.. ट्रिन, हैलो में आपकी उद्यम सरखी बोल रही हूँ.....

महिलायें आर्थिक रूप से सक्षम हो सकें वह अपना कोई उद्यम शुरू कर सकें जिसके लिए उनको किसी भी प्रकार की समस्या नहीं होनी चाहिए। बहुत बार यह देखा गया है कि महिलाओं को सही मार्गदर्शन और दिशानिर्देश की आवश्यकता होती है। इसके लिए यू.पी. इण्डस्ट्रियल कन्सल्टेंट्स लिमिटेड (यूपीकॉन) द्वारा महिलाओं को सही मार्गदर्शन, दिशानिर्देश और प्रोत्साहन देने के लिए एक हेल्पलाइन नम्बर जारी किया जा रहा है। यह हेल्पलाइन सुबह के 10:00 बजे से शाम के 6:00 बजे तक काम करेगी। यानि कि आप किसी भी समय अपनी उद्यम सरखी को कॉल करके अपनी शंकाओं का समाधान कर सकती हैं।

अगर आप खुद या महिला समूह के माध्यम से कोई काम या उद्यम शुरू करना चाहती है, आपके मन में बहुत सारे सवाल और शंकाएं होंगी, जैसे कितना खर्चा होगा? बिज़नेस प्लान कैसे बनायें? कहीं नुकसान तो नहीं हो जाएगा? निवेश करने के लिए धन कहाँ से आयेगा? सस्ता लोन कैसे प्राप्त करें? आदि... तो घबराएं नहीं, फोन उठायें और अपनी उद्यम सरखी से किसी भी समय बात करें।

होगा सभी शंकाओं का समाधान
मिलेगा जब उद्यम सरखी का साथ

**उद्यम सरखी हेल्पलाइन नं.
1800 212 6844**

Organised By:



U. P. Industrial Consultants Limited

Registered Office

5th Floor, Kabir Bhawan, G. T. Road, Kanpur– 208002, Uttar Pradesh, India

Corporate Office

7th Floor, Rohtas Summit Building, Vibhuti Khand, Gomti Nagar,
Lucknow, Uttar Pradesh– 226 010

URL: www.upicon.in | E-mail: info@upicon.in | Phone: 0522-4233727