



Participant Handbook

विक्रय हेतु नहीं - केवल आंतरिक प्रसार के लिए

क्षेत्र

मीडिया एंड एंटरटेनमेंट

उप-क्षेत्र

एनीमेशन, गेमिंग

व्यवसाय

कैरेक्टर डिज़ाइनर

संदर्भ आईडी: MES/ Q 0502, संस्करण 2.0

NSQF स्तर: 4



कैरेक्टर डिज़ाइनर

यह पुस्तक

मीडिया और मनोरंजन कौशल परिषद

पता: 522-524, डीएलएफ टॉवर ए, जसोला, नई दिल्ली 110025

द्वारा क्रिएटिव कॉमन्स लाइसेंस के तहत: CC-BY-SA

प्रायोजित है

Attribution-ShareAlike: CC BY-SA



यह लाइसेंस तभी तक किसी व्यक्ति को व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए भी आपके कार्य में मिश्रण, थोड़ा बदलने व निर्माण करने कि आज्ञा देता है, जब तक कि वे आपको श्रेय देते हैं और समान शर्तों के तहत अपनी नई रचनाओं का लाइसेंस देते हैं। इस लाइसेंस की तुलना अक्सर " कॉपीराइट" फ्री और ओपन-सोर्स सॉफ्टवेयर लाइसेंस से की जाती है। आपके कार्य के आधार पर निर्मित सभी नए कार्यों का एक ही लाइसेंस होगा, इसलिए यह किसी भी व्युत्पन्न कार्य के व्यावसायिक उपयोग की भी अनुमति देगा। यह विकिपीडिया द्वारा उपयोग किया जाने वाला लाइसेंस है और उन सामग्रियों के लिए अनुशंसित है जो विकिपीडिया और इसी तरह के लाइसेंस प्राप्त परियोजनाओं से ली गई हैं।





Shri Narendra Modi
Prime Minister of India

“ Skilling is building a better India.
If we have to move India towards
development then Skill Development
should be our mission. ”



Certificate

COMPLIANCE TO QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS

is hereby issued by the

MEDIA AND ENTERTAINMENT SKILLS COUNCIL

for the

SKILLING CONTENT: PARTICIPANT HANDBOOK

Complying to National Occupational Standards of
Job Role/ Qualification Pack: 'Character Designer' QP No. 'MES/Q0502 NSQF Level 4'

Date of Issuance:

Valid up to: **January 28th, 2027**

* Valid up to the next review date of the Qualification Pack

* Valid up to date mentioned above (whichever is earlier)

Authorised Signatory
(Media and entertainment skills council)

आभार

मीडिया एंड एंटरटेनमेंट स्किल्स काउंसिल (MESCC) इस “प्रतिभागी नियमावली” को तैयार करने में विभिन्न प्रकार से योगदान देने वाले सभी व्यक्तियों एवं संस्थाओं के प्रति अपना आभार व्यक्त करती है। उनके योगदान के बिना यह नियमावली पूर्ण नहीं हो पाती। इसके विभिन्न मॉड्यूल्स को तैयार करने में जिन लोगों ने सहयोग किया है उन्हें हम विशेष रूप से धन्यवाद देते हैं। इन मॉड्यूल्स की समीक्षा समीक्षा करने वाले व्यक्तियों की हम हृदय से सराहना करते हैं।

इस नियमावली को तैयार करना मीडिया एंड एंटरटेनमेंट उद्योग के सहयोग के बिना संभव नहीं हो सकता था। आरंभ से समापन तक उद्योग का फीडबैक बेहद प्रोत्साहक रहा है और उनके योगदान की बदौलत ही हम उद्योग में वर्तमान में मौजूद कौशल संबंधी फासलों को भरने की कोशिश कर पाए हैं।

यह प्रतिभागी नियमावली उन सभी अभिलाषी युवाओं को समर्पित है जो उनके भावी प्रयासों के लिए जीवनपर्यंत उपयोगी रहने वाले विशेष कौशल प्राप्त करने की इच्छा रखते हैं।

इस पुस्तक के बारे में

यह प्रतिभागी पुस्तिका विशिष्ट योग्यता पैक (QP) हेतु प्रशिक्षण को समर्थ बनाने की दृष्टि से डिज़ाइन की गई है। प्रत्येक राष्ट्रीय व्यावसायिक (NOS) को यूनिट/यूनिटों में कवर किया गया है।

विशिष्ट NOS के मुख्य सीख उद्देश्य उस NOS के लिए यूनिट/यूनिटों का आरंभ चिह्नित करते हैं।

- स्क्रिप्ट समझना
- सभी दृश्यों में एकरूपता सुनिश्चित करना
- कैरेक्टर डिज़ाइन करना
- संपत्तियों का प्रबंधन एवं भंडारण करना
- कार्यस्थलीय स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना

इस नियमावली में प्रयुक्त प्रतीक चिन्ह:

Symbols Used



Key Learning
Outcomes



Steps



Time



Tips



Notes



Unit
Objectives



Exercise

विषय सूची

क्र. सं.	मॉड्यूल एवं यूनिटें	पृष्ठ सं.
1.	परिचय एवं अभिमुखीकरण	1
	यूनिट 1.1 - मीडिया एंड इंटरटेनमेंट क्षेत्र से परिचय	3
	यूनिट 1.2 - मुख्य शब्द	8
2.	स्क्रिप्ट समझना (MES / N 0501)	11
	यूनिट 2.1 - कैरेक्टर डिज़ाइनर	13
	यूनिट 2.2 - स्टोरीबोर्ड और स्क्रिप्ट का अर्थ समझना	20
3.	संपत्तियों का प्रबंधन और भंडारण करना (MES / N 0513)	29
	यूनिट 3.1 - मेटा डेटा	31
	यूनिट 3.2 - नामकरण परिपाटी	38
	यूनिट 3.3 - भंडारण एवं पुनःप्राप्ति	40
4.	कैरेक्टर डिज़ाइन करना और एकरूपता सुनिश्चित करना (MES / N 0502, MES / N 0503)	45
	यूनिट 4.1 - कैरेक्टर डिज़ाइन करना - Photoshop पर कार्य करना	47
5.	कार्यस्थलीय स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना (MES/N0104)	59
	यूनिट 5.1 - कार्यस्थलीय स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना	61
6.	सॉफ्ट स्किल्स एवं संवाद कौशल	67
	यूनिट 6.1 - सॉफ्ट स्किल्स से परिचय	69
	यूनिट 6.2 - प्रभावी संवाद	72
	यूनिट 6.3 - ब्रूमिंग एवं स्वच्छता	76
	यूनिट 6.4 - व्यावहारिक कौशल विकास	86
	यूनिट 6.5 - सामाजिक संवाद	97
	यूनिट 6.6 - सामूहिक संवाद	102
	यूनिट 6.7 - समय प्रबंधन	106
	यूनिट 6.8 - रिज़्यूमे तैयार करना	110
	यूनिट 6.9 - साक्षात्कार की तैयारी	115
7.	रोज़गार और उद्यमिता कौशल	119
	यूनिट 7.1 - व्यक्तिगत शक्तियां एवं मूल्य प्रणाली	123
	यूनिट 7.2 - डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति	140
	यूनिट 7.3 - पैसे का महत्व	145
	यूनिट 7.4 - रोज़गार और स्व-रोज़गार के लिए तैयारी करना	154
	यूनिट 7.5 - उद्यमिता को समझना	163
	यूनिट 7.6 - उद्यमी बनने की तैयारी करना	182







1. परिचय एवं अभिमुखीकरण

यूनिट 1.1 - मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र से परिचय

यूनिट 1.2 - मुख्य शब्द



निष्कर्ष



इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्न में सक्षम होंगे:

1. हमारे जीवन में मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र के महत्व की व्याख्या करने में।
2. कैरेक्टर डिज़ाइनर की भूमिका और दायित्वों का वर्णन करने में।
3. कैरेक्टर डिज़ाइन और एनीमेशन से संबंधित तकनीकी पारिभाषिक शब्दों को समझने में।

यूनिट 1.1: मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र से परिचय

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

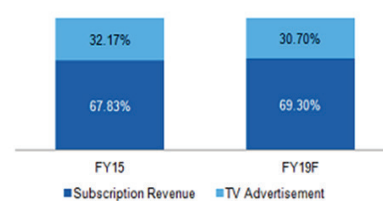
1. हमारे जीवन में मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र के महत्व की व्याख्या करने में।
2. कैरेक्टर डिज़ाइनर की भूमिका और दायित्वों का वर्णन करने में।

1.1.1 भारत में मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र

भारतीय मीडिया एंड एंटरटेनमेंट (M&E) क्षेत्र, विश्व का 14वां सबसे बड़ा मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र है और यह भारत की GDP में लगभग 1.7% का योगदान देता है। देश के कुल रोज़गार में इस क्षेत्र का योगदान लगभग ~9.3 प्रतिशत है और उम्मीद की जा रही है कि यह योगदान वर्ष 2017 तक लगभग ~14 प्रतिशत पर पहुँच जाएगा।

एक आकलन के अनुसार, भारतीय मीडिया एंड एंटरटेनमेंट बाज़ार में 13.9% के CAGR (चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर) से वृद्धि होने की उम्मीद है और यह वर्ष 2014 में रु. 1026 अरब के स्तर से उठ कर वर्ष 2019 में रु. 1964 अरब के स्तर पर पहुँच जाएगा। यह वृद्धि दर वैश्विक मीडिया एंड एंटरटेनमेंट उद्योग की वृद्धि दर से लगभग दोगुनी है।

Share of subscription and advertising revenues for television industry



Source: KPMG Report 2015 & 2014, TechSci Research
Note: F - Forecast

चित्र 1.1.1: TV उद्योग के लिए विज्ञापन से होने वाली आय

वर्ष 2014 के दौरान, डिजिटल एडवर्टाइज़िंग में वर्ष 2013 के मुकाबले 44.5 प्रतिशत की वृद्धि देखी गई। इस प्रकार डिजिटल मीडिया की लोकप्रियता में उछाल लगातार बना रहा। वर्ष 2014 में विज्ञापनों से होने वाली आय में वर्ष 2013 के स्तर से 14.2% की वृद्धि हुई है और यह रु. 414 अरब के स्तर पर पहुँच गई है। इसमें प्रिंट (43%) और टेलीविज़न (37%) का हिस्सा सबसे अधिक रहा है।

हमारे देश में दुनिया के सबसे बड़े प्रसारण उद्योगों में से एक है जिसमें लगभग 800 उपग्रह टेलीविज़न चैनल, 242 FM चैनल और 100 से भी अधिक सक्रिय सामुदायिक रेडियो नेटवर्क हैं। भारतीय फिल्म उद्योग, वैश्विक स्तर पर फिल्मों का सबसे बड़ा निर्माता है। यहां फिल्म निर्माण के कार्य में 400 निर्माण एवं कॉर्पोरेट घराने संलग्न हैं।

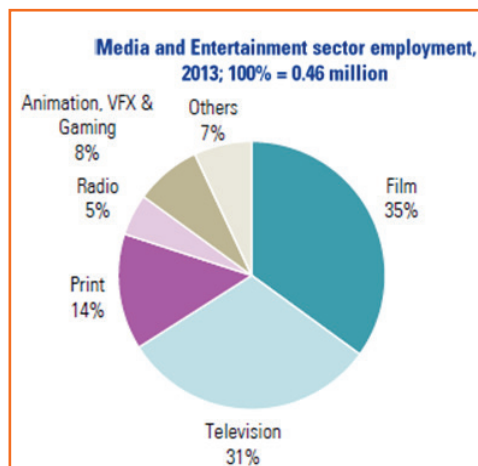
भारत सरकार ने विभिन्न पहल करके मीडिया और मनोरंजन उद्योग की वृद्धि में सहयोग दिया है, जैसे अधिक संस्थागत वित्तपोषण आकर्षित करने के लिए केबल वितरण क्षेत्र का डिजिटलीकरण करना, केबल और DTH सेटलाइट प्लेटफॉर्म में FDI की सीमा को 74 प्रतिशत से बढ़ाकर 100 प्रतिशत करना, और संस्थागत वित्त तक सरल पहुँच हेतु फिल्म उद्योग को उद्योग का दर्जा देना।

1.1.2 मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र में रोज़गार-योग्यता

उद्योग मुख्यतः विज्ञापन से होने वाली आय पर निर्भर करता है और इस उद्योग का प्रदर्शन मुख्यतः अर्थव्यवस्था के समग्र परिदृश्य पर निर्भर करता है। वर्तमान में, वर्ष 2013 के आंकड़ों के अनुसार, उद्योग में 4 लाख लोगों को रोज़गार मिला हुआ है जिसकी वर्ष 2022 तक 13 लाख तक पहुंच जाने की उम्मीद है, यानि 2013-22 की अवधि में इससे रोज़गार के 9 लाख अतिरिक्त अवसर पैदा होंगे।

- पूरे भारत में, M&E क्षेत्र में कार्य करने वाले कुल लोगों में से लगभग 25 प्रतिशत फिल्म क्षेत्र में कार्य करते हैं।

- एक आकलन के अनुसार मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र में कुल वर्तमान रोज़गार लगभग ~4.6 लाख हैं और इसमें 13 प्रतिशत की CAGR से वृद्धि होकर, वर्ष 2017 में यह आँकड़ा 7.5 लाख तक पहुँचने की उम्मीद की जा रही है।
- भारतीय मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र से 14.2 प्रतिशत की CAGR से वृद्धि करके वर्ष 2018 तक रु. 1,786 अरब तक पहुँच जाने की उम्मीद की जा रही है और इसके प्रत्येक उप-क्षेत्र में कुशल पेशेवरों की भारी मांग है।
- फिल्म और टेलीविज़न क्षेत्र में कार्यबल के बड़े अंश को रोज़गार मिलता है। फिल्म और टेलीविज़न, दोनों ही क्षेत्रों में डिजिटलीकरण गतिविधियों से और विभिन्न श्रैलियों के चैनल आरंभ होने से इस मांग को उछाल मिलता है।



चित्र 1.1.2: वर्ष 2013 में मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र में रोज़गार

उप-क्षेत्र	रोज़गार (लाख में)		
	2013	2017	2022
टेलीविज़न	0.14	0.28	0.64
प्रिंट	0.06	0.07	0.13
रेडियो	0.02	0.03	0.04
एनीमेशन, VFX और गेमिंग	0.02	0.03	0.04
फिल्में	0.16	0.24	0.44
संपूर्ण क्षेत्र	0.4	0.65	1.3

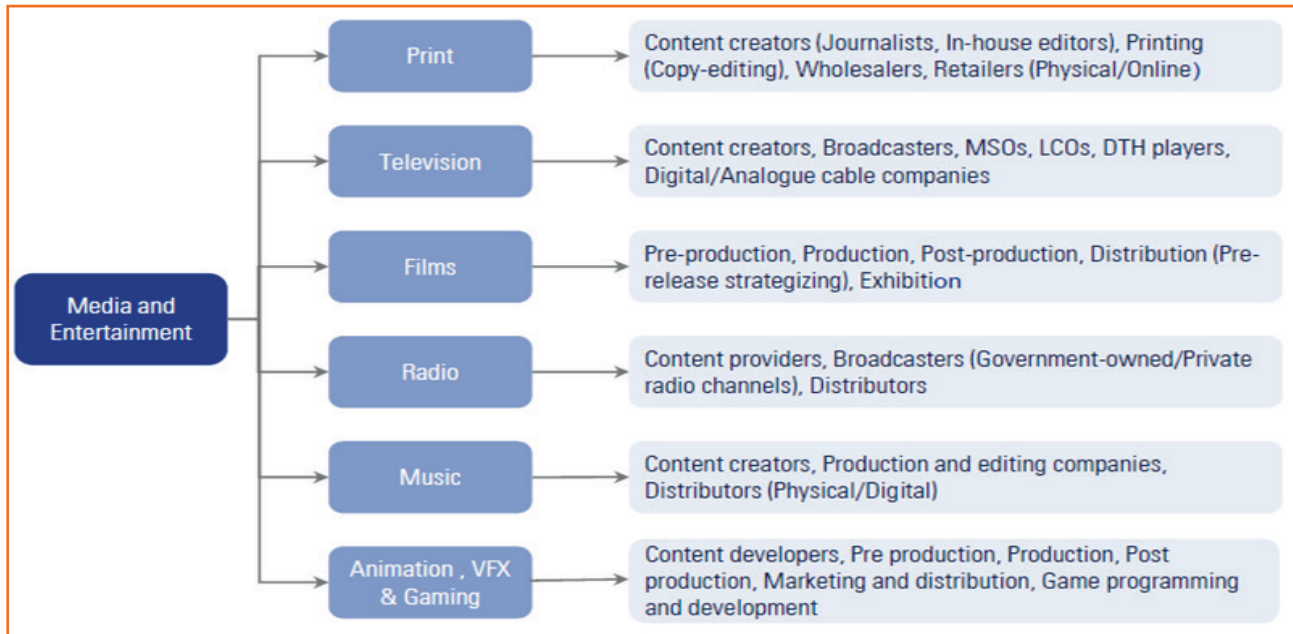
चित्र 1.1.3: मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र के विभिन्न उप-क्षेत्रों में रोज़गार

1.1.3 मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र का विकास

- भारत में रेडियो प्रसारण की शुरुआत ब्रिटिश भारत में वर्ष 1923 में रेडियो क्लब ऑफ बॉम्बे के साथ हुई थी
- ऑल इंडिया रेडियो (AIR) की स्थापना वर्ष 1936 में हुई थी जो विश्व के सबसे बड़े नेटवर्कों में से एक है
- भारत में टेलीविज़न का आगमन 15 सितंबर, 1959 को दूरदर्शन (DD) के रूप में हुआ था
- वर्ष 1990 तक भारतीय अर्थव्यवस्था एक बंद अर्थव्यवस्था थी, और इसमें किसी निजी खिलाड़ी को प्रवेश करने की अनुमति नहीं थी। 1990 के दशक में भारतीय फिल्म उद्योग पूरी तरह खंडित अवस्था में था
- BBC ने अपनी राष्ट्रीय सेवा वर्ष 1995 में आरंभ की
- वर्ष 1999 में सरकार ने पूर्णतः स्वामित्वाधीन भारतीय कंपनियों को लाइसेंस शुल्क आधार पर निजी FM स्टेशन स्थापित करने की अनुमति देने का निर्णय लिया
- मई 2000 में, रेडियो प्रसारण लाइसेंसिंग के प्रथम चरण के भाग के रूप में नीलामी की गई और 37 लाइसेंस जारी किए गए, जिनमें से 21 लाइसेंस 14 शहरों में प्रचालनरत हैं

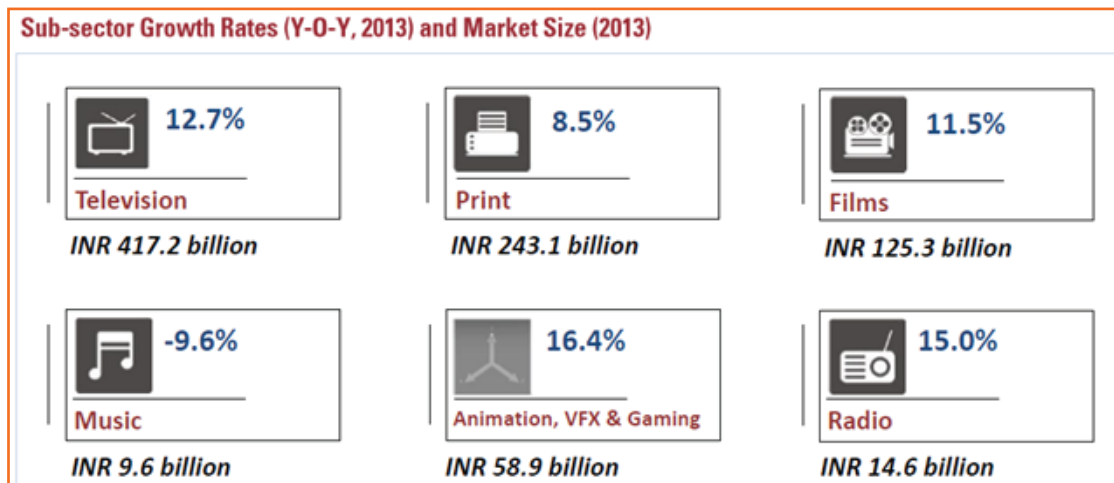
1.1.4 प्रमुख उपक्षेत्र एवं खंड

- भारतीय मीडिया एंड एंटरटेनमेंट (M&E) उद्योग कई उप-क्षेत्रों से मिलकर बना है, जैसे टेलीविज़न, रेडियो, प्रिंट मीडिया (जिसमें समाचार-पत्र एवं पत्रिकाएं शामिल हैं), फिल्मों, संगीत तथा एनीमेशन एवं विजुअल इफ़ैक्ट्स (VFX)।
- यह उद्योग मुख्यतः विज्ञापन से होने वाली आय पर निर्भर करता है और इस क्षेत्र की वृद्धि एवं प्रदर्शन संपूर्ण अर्थव्यवस्था के उत्थान में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।
- यह उद्योग निर्यात-अभिमुख नहीं है, और इसका अधिकांश उत्पादन घरेलू बाज़ार में उपभुक्त होता है। हालांकि, आयात इस उद्योग का उल्लेखनीय भाग है जिनमें अख्तबारी कागज़, सेट-टॉप बॉक्स एवं एंटीना शामिल हैं।



चित्र 1.1.4: मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र

- यह उद्योग सांस्कृतिक एवं पारम्परिक पृष्ठभूमियों में सीमित है और किसी जनखंड विशेष के लिए निर्माण करने वाले विशिष्ट केंद्रों के इर्द-गिर्द संगठित है। उदाहरण के लिए, मुंबई फिल्म उद्योग (बॉलीवुड), देश का एक मुख्य फिल्म केंद्र है। ऐसा ही एक केंद्र दक्षिण भारत में भी है।



चित्र 1.1.5: वर्ष 2013 में मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र की वृद्धि दरें

1.1.5 कैरेक्टर डिज़ाइनर की भूमिका

मीडिया एंड एंटरटेनमेंट उद्योग में कैरेक्टर डिज़ाइनर किसी प्रोडक्शन के लिए चरित्रों की रचना करता है और उनका व्यक्तित्व निर्माण करता है।

जॉब का संक्षिप्त वर्णन

इस जॉब में व्यक्तियों को किसी प्रोडक्शन के लिए कैरेक्टर पैक डिज़ाइन करना होता है, जिसमें चरित्रों के रंग-रूप, अभिव्यक्तियां, मुद्राएं, हाव-भाव, टर्नअराउंड, और व्यक्तित्व की विशेषताएं शामिल होती हैं।

व्यक्तिगत गुण

इस जॉब में यह आवश्यक है कि व्यक्ति के पास जीवन चित्रण का उत्कृष्ट कौशल हो, जिसमें मानव शरीर-रचना, व्यवहार, चेहरे की अभिव्यक्तियों, भावनाओं, क्रियाओं आदि की समझ शामिल है। व्यक्ति को Adobe Photoshop, Gimp आदि सॉफ्टवेयर का उपयोग करते हुए ऐसे चरित्रों की रचना करने में समर्थ होना चाहिए जो निर्माण की रचनात्मक शैली के अनुरूप हों। व्यक्ति में चरित्रों में भेद करने के लिए अभिनय कौशल भी होना चाहिए, जैसे गुरुत्व केंद्र।

पहली आवश्यकता

- उनके पास कम्प्यूटर और ऑपरेटिंग सिस्टम का कार्यकारी ज्ञान होना चाहिए।
- माउस, मानक मेन्यूज़ और कमांड्स का उपयोग कैसे करें, साथ ही फाइलें कैसे खोलें, बंद करें और सेव करें।

कैरेक्टर डिज़ाइनर के दायित्व

कैरेक्टर डिज़ाइनर की मुख्य भूमिकाएं और दायित्व इस प्रकार हैं:

- स्क्रिप्ट / ब्रीफ / स्टोरीबोर्ड / अवधारणा का स्पष्ट रूप से अर्थ समझना
- समझ बेहतर करने के लिए टीम के साथ संपर्क बनाना
- निरंतरता संबंधी आवश्यकताओं को समझना एवं नोट करना
- दृश्यों में निरंतरता और एकरूपता बनाए रखना
- ऐसे दृश्यात्मक संदर्भ एकत्र करना जो एनीमेशन प्रक्रिया के दौरान सहायकों का कार्य कर सकें
- कैरेक्टर पैक तैयार करना
- संदर्भ जाँचना, जिनमें शामिल हैं: फोटोग्राफ, फिल्मों, चित्र, पेंटिंग, प्रिंट, भित्ति चित्र (म्यूल्स), छोटे आकार की कलाकृति, मूर्तियां, पहले किए गए एनीमेशन कार्य के उत्पाद, सार्वजनिक क्षेत्र में उपलब्ध एनीमेशन उत्पाद, निर्माण से पहले का डिज़ाइन कार्य
- संपत्तियों के भंडारण की उपयुक्त विधियों को समझना
- संपत्तियों को संगठित एवं भंडारित करना
- कार्यस्थल पर मौजूद स्वास्थ्य, सुरक्षा और हिफाजत संबंधी जोखिमों को समझना
- स्वास्थ्य एवं सुरक्षा हेतु उतारदायी व्यक्तियों और उपलब्ध संसाधनों को जानना
- जोखिमों की पहचान करना और उनकी सूचना देना
- कोई आपातस्थिति होने पर कार्यविधियों का अनुपालन करना

1.1.6 कैरेक्टर डिज़ाइनर के कैरियर में प्रगति



चित्र 1.1.7: एडिटर का कैरियर प्रगति पथ

यूनिट 1.2: मुख्य शब्द

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. एनीमेशन से संबंधित तकनीकी पारिभाषिक शब्दों से वाकिफ होने में

1.2.2 पुस्तक में प्रयुक्त सामान्य मुख्य शब्द

- **एनीमैटिक:** एनीमैटिक, एनीमेशन का स्टोरी बोर्ड होता है जिसमें संवादों और ध्वनियों के साथ संपादित चित्रों की एक श्रृंखला होती है।
- **कम्पोज़िटिंग:** चित्रों/घटकों की विभिन्न पर्तों को एक अकेले फ्रेम में संयुक्त करने की प्रक्रिया को कम्पोज़िटिंग कहा जाता है।
- **कम्पोज़ीशन:** पृष्ठभूमि और कैमरा के सापेक्ष चरित्र की स्थिति निर्धारित करने को कम्पोज़ीशन कहते हैं।
- **क्रिएटिव ब्रीफ:** क्रिएटिव ब्रीफ एक दस्तावेज़ होता है जिसमें ऐसे मुख्य प्रश्न होते हैं जो निर्माण के लिए एक गाइड का कार्य करते हैं, इनमें विज़न, प्रोजेक्ट का उद्देश्य, लक्ष्य दर्शकगण, समय-सीमाएं, बजट, मुख्य पड़ाव, हितधारक आदि शामिल होते हैं।
- **की फ्रेम:** की फ्रेम मुख्य मुद्राएं होती हैं, आमतौर पर ये किसी एनीमेशन सीक्वेंस की आरंभिक और अंत मुद्राएं होती हैं।
- **मॉडलिंग:** एक विशेष सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन का उपयोग करके एनीमेशन के लिए त्रिआयामी मॉडल बनाने की प्रक्रिया को मॉडलिंग कहा जाता है।
- **रेन्डरिंग:** त्रिआयामी मॉडलों को 3D प्रभावों के साथ द्विआयामी चित्रों में बदलने की प्रक्रिया को रेन्डरिंग कहते हैं।
- **रिगिंग:** किसी मुद्रा विशेष में प्रस्तुत करने के दौरान गति करने में सहायता देने के लिए किसी स्थिर त्रिआयामी मॉडल में जोड़ डालने की प्रक्रिया को रिगिंग कहा जाता है।
- **2D एनीमेशन:** द्विआयामी परिवेश, जैसे कम्प्यूटरीकृत एनीमेशन सॉफ्टवेयर में गतिमान चित्रों का निर्माण।
- **3D एनीमेशन:** इस एनीमेशन में गहराई होने का एहसास होता है। यह देखने में अधिक यथार्थवादी या सजीव लगता है। हालो और मेडेन (Halo and Madden) फुटबॉल जैसे वीडियो गेम्स इसके उदाहरण हैं।
- **एनीमेशन:** स्थिर चित्रों की एक श्रृंखला को तेज़ी से प्रदर्शित करने के द्वारा गति को सिमुलेट करना या गति की अनुभूति कराना।
- **एंटीसिपेशन:** एडिटर, किसी क्रिया की तैयारी के जरिए एंटीसिपेशन बनाता है।
- **Aspect Ratio:** टीवी चित्र की चौड़ाई का ऊंचाई से अनुपात।
- **बैकग्राउंड पेंटिंग:** किसी एनीमेशन की पृष्ठभूमि के लिए प्रयुक्त पेंटिंग।
- **CGI (Computer Generated Imagery):** डिजिटल सॉफ्टवेयर सिस्टम का उपयोग करके फ्रेम में आकृति, सेटिंग या अन्य सामग्री बनाना।
- **वलीन-अप:** इसका अर्थ 2D एनीमेशन के रफ आर्टवर्क के परिशोधन की प्रक्रिया से है।
- **कम्प्यूटर एनीमेशन:** कम्प्यूटर पर एनीमेशन बनाना। 3D या 2D हो सकता है। एनीमेशन की प्रक्रिया में चरण जोड़ता है।
- **फ्रेम:** फिल्म में या एनीमेशन बनाने में प्रयोग होने वाली फिल्म की पट्टी पर स्थिर पारदर्शी फोटोग्राफ की एक श्रृंखला।
- **फ्रेम रेट:** किसी एनीमेशन में फ्रेम्स के आने बढ़ने की चाल। आमतौर पर इसे फ्रेम्स पर सेकंड (fps) में मापा जाता है।
- **ग्राफिक्स टैबलेट:** इस पर आप स्केच और ड्रॉइंग बना सकते हैं जिसे मॉनिटर पर दिखाया जाता है।

- **Pixel:** (कम्प्यूटर विज्ञान) CRT स्क्रीन पर किसी छवि या चित्र का सबसे छोटा, पृथक घटक (आमतौर पर एक रंगीन बिंदु)।
- **Raster:** pixels से बनी क्षैतिज रेखाओं के समूह से निर्मित रचना जिसका उपयोग CRT पर चित्र बनाने के लिए किया जाता है।
- **Rotoscoping:** जब मैन्युअली या कम्प्यूटर ऑटोमेशन द्वारा किसी दृश्य की पृष्ठभूमि में एक बार में एक फ्रेम के हिसाब से कोई वीडियो या फिल्म के चित्र रखे जाते हैं।
- **टाइटल कार्ड्स:** शुरुआती फिल्मों, जिनमें आवाज़ नहीं होती थी, में स्क्रीन पर दिखने वाले शब्द। इससे लोगों को कथानक समझने में आसानी होती थी।
- **Tween:** मुख्य फ्रेम के बीच होने वाली एनीमेशन की प्रक्रिया।
- **Vector:** इस शब्द का अर्थ एनीमेशन के उस प्रकार से है जिसमें कला या गति का नियंत्रण pixels की बजाए वेक्टरों द्वारा होता है। Vector एनीमेशन से अक्सर अधिक स्पष्ट और निर्बाध एनीमेशन बनता है, क्योंकि छवियों का प्रदर्शन और/या उनका आकार बदलने का कार्य भंडारित pixel मानों की बजाए गणितीय मानों का उपयोग करके किया जाता है।
- **CEL:** CEL एक प्लास्टिक शीट होती है जो cellulose acetate या cellulose nitrate की बनी होती है। इस पर एनीमेटेड कैरेक्टर प्रिंट किए जाते हैं। व्यवहार में, CEL का अर्थ प्लास्टिक शीट और कैरेक्टर, वस्तु और/या स्पेशल इफेक्ट्स के आउटलाइन और कलरिंग, इन सभी के संयोजन से लिया जाने लगा है। आउटलाइन या तो हाथ से बनाई गई हो सकती है या फिर ज़ेरोब्राफिक विधि से प्लास्टिक शीट पर ट्रांसफर की गई हो सकती है। इन आउटलाइनों को फिर या तो हाथ से पेंट करके या सेरीब्राफिक (सिल्क-स्क्रीन प्रक्रिया द्वारा तैयार किया जाने वाला प्रिंट) प्रक्रिया द्वारा रंगों से भरा जाता है जिससे CEL पूरी हो जाती है।

टिप्पणियां







2. स्क्रिप्ट समझना

यूनिट 2.1 - कैरेक्टर डिज़ाइनर

यूनिट 2.2 - स्टोरी बोर्ड और स्क्रिप्ट का अर्थ समझना



निष्कर्ष



इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्न में सक्षम होंगे:

1. कैरेक्टर डिज़ाइनर को जानने में
2. स्क्रिप्ट / ब्रीफ / स्टोरीबोर्ड / अवधारणा का स्पष्ट रूप से अर्थ समझना
3. समझ बेहतर करने के लिए टीम के साथ संपर्क बनाने में
4. व्यक्ति की भूमिका के संबंध में स्क्रिप्ट, ब्रीफ या स्टोरीबोर्ड के कलात्मक एवं संवाद लक्ष्यों की व्याख्या करने में
5. नियत माध्यम और लक्ष्य दर्शकगणों को समझने और यह जानने में कि वे किसी प्रकार एनीमेशन प्रक्रियाओं को प्रभावित कर सकते हैं

यूनिट 2.1: कैरेक्टर डिज़ाइनर

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. कैरेक्टर डिज़ाइनर को जानने में
2. कैरेक्टर डिज़ाइनर के 17 सुझावों की व्याख्या करने में

2.1.1 कैरेक्टर डिज़ाइन की परिभाषा

शब्द "कैरेक्टर डिज़ाइन" को मुख्य रूप से एनीमेटेड फिल्मों, कॉमिक्स और गेम्स के संदर्भ में प्रयोग किया जाता है जिनमें एक या अधिक काल्पनिक चरित्र होते हैं जिनसे दर्शक खुद को जोड़कर देखते हैं। चरित्र के भौतिक रंग-रूप का निर्धारण करने के अतिरिक्त, इस प्रक्रिया में उसके बोलने के पैटर्न, भाव-भंगिमा, क्रियाओं आदि को तराशना भी शामिल हो सकता है। पूरी तरह विकसित कैरेक्टर डिज़ाइन, इन संदर्भों में निर्माण प्रक्रिया का महत्वपूर्ण भाग होते हैं और अंततः यह निर्धारित कर सकते हैं कि अंतिम उत्पाद बाज़ार में सफल होगा या नहीं।

कैरेक्टर डिज़ाइनर विभिन्न तकनीकों का उपयोग करते हैं, जिनमें से अधिकांश तकनीकें प्रतीकात्मक निरूपण को समर्पित होती हैं। 3D (→) एनीमेशन में, चरित्रों को त्रिआयामी विधियों का उपयोग करके डिज़ाइन किया जाता है, जैसे मावर्टेक्स, कैरेक्टर मॉडल और मोशन ट्रैकिंग। हाल के कुछ वर्षों में, चूंकि इंटरनेट के उत्थान ने इस क्षेत्र में रुचि बढ़ाई है, अतः कैरेक्टर डिज़ाइन की परिभाषा में भी विस्तार हुआ है और इसमें फिल्म, कॉमिक और गेम से बाहर के कैरेक्टर-प्रेरित डिज़ाइन भी शामिल हो गये हैं।

2.1.2 एनीमेशन में कैरेक्टर डिज़ाइन के चरण

परम्परागत रूप से, चूंकि इसमें विभिन्न ज्ञानाधार और प्रतिभाएं शामिल होती हैं, इसलिए इसमें एक परिवेशी या लेआउट कन्सेप्ट कलाकार होता है, जो पृष्ठभूमियों (या "दुनिया") का रंग-रूप और शैली बनाता है, वहीं कैरेक्टर डिज़ाइनर केवल कैरेक्टर (चरित्र) के निर्माण पर ध्यान केंद्रित करता है। अच्छा कैरेक्टर डिज़ाइनर अंतिम लक्ष्य से अपनी नज़रें कभी नहीं हटाता, वह लक्ष्य है: सामने मौजूद कहानी में कैरेक्टर विशेष की भूमिका के लिए सबसे अच्छा कैरेक्टर डिज़ाइन बनाना/ उस कैरेक्टर के लिए ज़रूरी सबसे अच्छी विशेषताएं उसमें डालना।

खुद को स्क्रिप्ट या कहानी में तल्लीन कर लेने के बाद, कैरेक्टर डिज़ाइनर के लिए जो अगला चरण होता है वह है प्रोजेक्ट के लिए कैरेक्टर की रचना करने हेतु आवश्यक संरचनात्मक, पोशाक संबंधी, ऐतिहासिक, शैली संबंधी या नाटकीय उद्घरणों पर शोध करना। अगला चरण है ड्राइंग। ढेर सारी ड्राइंग निर्देशक/ कला निर्देशक की इच्छाओं और प्रोजेक्ट की समय-सीमा को ध्यान में रखते हुए, एक ही कैरेक्टर के 4 से लेकर सैकड़ों संस्करण बनाए जा सकते हैं। कहने का मतलब यह है, कि अपने पहले संस्करण से ही संतुष्ट न हो जायें। उसी एक कैरेक्टर के कई विभिन्न संस्करण बनाएं ताकि आप और आपकी टीम उस कैरेक्टर के लिए सबसे अच्छी विशेषताओं का विश्लेषण कर सकें। इन शुरुआती चरणों में भी मुद्राओं और भाव-भंगिमाओं के ज़रिए कैरेक्टर का व्यक्तित्व दिखाना महत्वपूर्ण होता है। कैरेक्टर डिज़ाइनर की जॉब का एक महत्वपूर्ण भाग यह है कि वह जो कैरेक्टर बना रहा है उसकी visual design से कुछ ज़्यादा सामने लेकर आए। उन्हें खुद को कैरेक्टर के व्यक्तित्व और जीवन के रंग में रंग जाने की प्रक्रिया शुरू कर देनी चाहिए।

अंतिम डिज़ाइन चुन लिए जाने पर, कैरेक्टर डिज़ाइनर (या बड़े स्टूडियो में सेकंडरी या असिस्टेंट कैरेक्टर डिज़ाइनर) को अक्सर कैरेक्टर की मॉडल शीट बनाने के लिए कहा जाता है। इसमें अक्सर एक ऑर्थोग्राफिक (जिसे कभी-कभी "ऑर्थो" या "टर्न शीट" कहते हैं) मॉडल शीट शामिल होती है, जो कई कोणों से कैरेक्टर को दिखाती है (आमतौर पर 4 दृश्य- साइड, फ्रंट, ¾ फ्रंट और बैक)। इस ऑर्थोग्राफिक मॉडल शीट का कई उद्देश्यों के लिए उपयोग किया जाता है जो इस बात पर निर्भर करता है कि वह कैरेक्टर परम्परागत ढंग से एनीमेटेड किया जाने वाला है या फिर CG एनीमेटेड द्वारा। यदि वह कैरेक्टर

परम्परागत ढंग से एनीमेटेड किया जाना है तो एनीमेटर्स की टीमों को हाथ से उसकी ड्रॉइंग बनाते समय यह समझने के लिए इस शीट की ज़रूरत पड़ेगी, कि वह कैरेक्टर (और उसकी पोशाक) विभिन्न कोणों से कैसे दिखेंगे। CG animation के लिए, CG Modeller द्वारा ऑर्थो शीट का उपयोग कम्प्यूटर में कैरेक्टर का विमीय (डाइमेंशनल) संस्करण बनाने के लिए किया जाएगा। अंत में, कुछ बड़े निर्माण घराने संदर्भ के लिए और आगे चलकर लाइसेंसिंग के उद्देश्य से “अभिव्यक्ति (एक्सप्रेसन)” और/या “मुद्रा (पोजिंग)” शीट भी मांग सकते हैं जिनमें कैरेक्टर को विभिन्न भाव-भंगिमाओं और/या मुद्राओं में दिखाया जाता है।

तो ये तो थीं बुनियादी बातें। हालांकि, जॉब में क्या-क्या शामिल है उसका यह एक सरलीकृत संस्करण है, पर मुझे आशा है कि कैरेक्टर डिज़ाइनर की जॉब के लिए प्रक्रिया और आवश्यकताएं क्या हैं इस बात की एक झलक आपको इससे मिल गई होगी। याद रखें, ऐसे कोई भी शॉर्टकट या “टिप्स एंड ट्रिक्स” नहीं हैं जो आपको कैरेक्टर डिज़ाइनर का काम दिलवा देंगे। यह जॉब पूरी तरह अच्छे विचारों, बढ़िया कारीगरी और डिज़ाइन के लिए पैनी व पारखी नज़र रखने वालों के लिए है और इन योग्यताओं को पाने का बस एक ही तरीका है कि आप रोज़ाना ड्रॉइंग करें। शुभकामनाएं!

कैरेक्टर डिज़ाइन क्या है?

जब किसी एनीमेशन या वीडियो गेम प्रोजेक्ट को कोई विशेष कैरेक्टर (एक या अधिक) बनाने की आवश्यकता पड़ती है तो यह कार्य करने के लिए कैरेक्टर डिज़ाइनर नामक पेशेवरों को बुलाया जाता है। कैरेक्टर डिज़ाइनर विभिन्न प्लेटफॉर्मों, जिनमें टेलीविज़न, गेम्स, नये मीडिया तथा कॉमिक्स शामिल हैं, के लिए कैरेक्टरों की अवधारणा सोचने और उन्हें बनाने के लिए जिम्मेदार होते हैं। वे प्रोजेक्ट की थीम के आधार पर सोचते हैं कि कैरेक्टर कैसे दिखेंगे और कैसे कार्य करेंगे। इस प्रक्रिया के लिए क्लाइंट और डिज़ाइनर टीम के अन्य सदस्यों के साथ सहयोगात्मक ढंग से कार्य बहुत ज़रूरी है, क्योंकि इसी से कैरेक्टर डिज़ाइनर को कैरेक्टर की उस किस्म की पृष्ठभूमि का ज्ञान मिलेगा जो उन्हें बनाना है।

कैरेक्टर डिज़ाइनर एक कलाकार होता है जो किसी उद्देश्य के लिए नए, मौलिक कैरेक्टर (कभी-कभी इन्हें “OC (ओरिजिनल कैरेक्टर)” कहते हैं) बनाता है। यह कैरेक्टर बच्चों की फीचर पुस्तकों, वेब एनीमेशन, कॉमिक बुक्स, कॉमिक स्ट्रिप्स, या लाइसेंसिंग या टॉय डिज़ाइन की किसी कहानी या स्क्रिप्ट से प्राप्त परिभाषा पर आधारित हो सकता है।

2.1.2 कैरेक्टर डिज़ाइन के सत्रह शीर्ष सुझाव

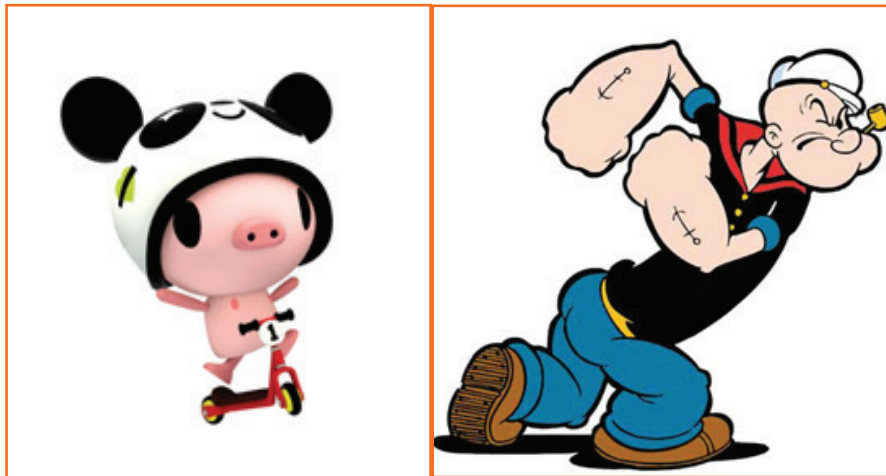


1. **तय करें कि वह किस पर लक्षित है:** अपने दर्शकगण के बारे में सोचें। उदाहरण के लिए, छोटे बच्चों के लिए बनाए जाने वाले कैरेक्टर डिज़ाइन आमतौर पर बुनियादी आकृतियों और चमकदार रंगों के साथ बनाए जाते हैं। यदि आप किसी क्लाइंट के लिए कार्य कर रहे हैं तो कैरेक्टर का लक्ष्य दर्शकगण आमतौर पर पहले ही निर्धारित हो गया होगा।
2. **दूसरी डिज़ाइनों पर शोध करें:** कुछ कैरेक्टर डिज़ाइनों को जोड़-तोड़ कर यह विश्लेषण करने से मदद मिल सकती है, कि कुछ डिज़ाइन क्यों सफल होते हैं, जबकि कुछ असफल। शोध सामग्री की कोई कमी नहीं है, सचित्र कैरेक्टर हर कहीं दिख जाते हैं: टीवी विज्ञापनों में, अनाजों (बेबी फूड) के डिब्बों, दुकानों के साइनबोर्ड पर, फलों पर लगे स्टिकरों में, मोबाइल फोन पर एनीमेशनों में, और भी जाने कहां-कहां। इन कैरेक्टर डिज़ाइनों का अध्ययन करें और सोचें कि ऐसा क्या है जो कुछ डिज़ाइनों को सफल बनाता है और आपको उनमें खासतौर से क्या अच्छा लगा।
3. **अपना कैरेक्टर कुछ हटकर दिखने वाला बनाएं:** चाहे आप कोई बंदर बनाएं, रोबोट बनाएं या कोई दैत्य, यह पक्का है कि उस जैसी सैकड़ों रचनाएं पहले से मौजूद होंगी। यह ज़रूरी है कि आपका कैरेक्टर डिज़ाइन मज़बूत हो और देखने में दिलचस्प हो ताकि लोगों का ध्यान खींच सके। द सिम्पसन्स का आविष्कार करते समय मैट ग्राएनिंग को पता था कि उन्हें दर्शकों को कुछ अलग दिखाना है। उन्होंने देखा, कि जब दर्शक TV चैनल बदल रहे होते थे और अचानक उनका शो उन्हें दिख जाता था तो कैरेक्टर की त्वचा का असामान्य चमकीला पीला रंग उनका ध्यान खींच लेता था।



चित्र 2.1.1: अलग दिखने वाला कैरेक्टर

4. **अपने कैरेक्टर का वर्णन करने के लिए रेखा गुणों और शैलियों का उपयोग करें:** आपका कैरेक्टर डिज़ाइन जिन खींची गई रेखाओं से मिलकर बना है वे कुछ हद तक डिज़ाइन का वर्णन कर सकती हैं। मोटी, एकसमान, नर्म और गोल रेखाएं संकेत देती हैं कि कैरेक्टर सरल-सुलभ और प्यारा है, वहीं पैंनी, खुरदरी और असमान रेखाएं किसी बेचैन और अस्थिर दिमाग वाले कैरेक्टर की ओर इशारा करती हैं।
5. **अतिशयोक्तिपूर्ण विशेषताओं का उपयोग करें:** कैरेक्टर डिज़ाइन की निर्धारक विशेषताओं को बढ़ा-चढ़ा कर दिखाने से उसे ज़्यादा दिलचस्प और रोमांचक दिखाने में मदद मिलेगी। अतिशयोक्तिपूर्ण विशेषताओं से दर्शकों को y कैरेक्टर के मुख्य गुणों की पहचान करने में भी मदद मिलती है। अतिशयोक्ति कार्टून व्यंग्य-चित्रों में मुख्य रूप से देखने को मिलती है और इससे व्यक्तित्व से जुड़ी कुछ विशेषताओं को उभारने में मदद मिलती है। यदि आपका कैरेक्टर शक्तिशाली है तो उसे सामान्य आकार वाली फुलावदार बांहें मत दीजिए, उन्हें इतना फुला दीजिए कि वे सामान्य आकार की पांच गुनी हो जाएं!
6. **रंग ध्यान से चुनें:** रंगों से कैरेक्टर का व्यक्तित्व बताने में मदद मिल सकती है। आमतौर पर, गहरे रंग जैसे काला, बैंगनी और ब्रे, दुष्ट इरादों वाले बुरे व्यक्तियों को चित्रित करते हैं। हल्के रंग जैसे सफेद, नीला, गुलाबी और पीला मासूमियत, अच्छाई और शुद्धता दर्शाते हैं। कॉमिक-बुक वाले लाल, पीले और नीले रंग किसी कैरेक्टर डिज़ाइन को हीरो वाले गुण देने में कुछ हद तक उपयोगी हो सकते हैं।
7. **एक्सेसरीज़ जोड़ें:** जब आप अपने कैरेक्टर को पहनने और उपयोग करने के लिए चीज़ें दे देते हैं तो वह जीवंत होना शुरू कर देता है। प्रॉप्स (सामग्रियों) और कपड़ों से कैरेक्टर की विशेषताओं और उसकी पृष्ठभूमि को उभारने में मदद मिल सकती है। उदाहरण के लिए, गरीब कैरेक्टर के लिए मैले-कुचैले कपड़ों और घटिया अमीरों के लिए ढेर सारे हीरों और चमक-दमक का उपयोग किया जा सकता है। एक्सेसरीज़ आपके कैरेक्टर के व्यक्तित्व का एक अधिक शाब्दिक विस्तार भी हो सकती हैं, जैसे किसी पाइरेट के कंधे पर एक तोता, या किसी पिशाच की खोपड़ी में कोई कीड़ा।



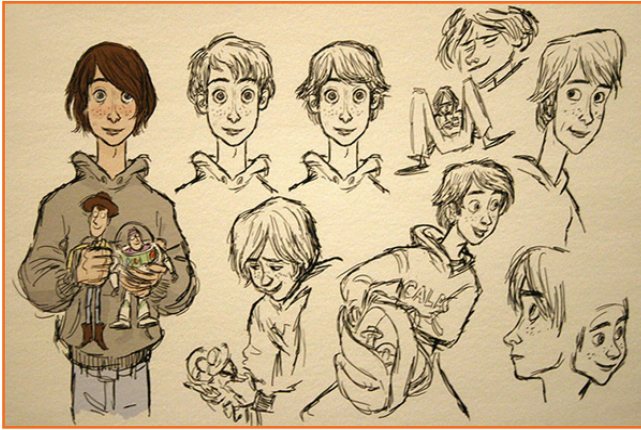
चित्र 2.1.2: अपने कैरेक्टर को पहनने और उपयोग के लिए चीज़ें दें

8. **2D या 3D का उपयोग करें:** अपने कैरेक्टर डिज़ाइन के लिए आपने क्या योजना बनाई है इसके आधार पर आपको यह तय करना पड़ सकता है कि सभी कोणों से वह कैसा दिखेगा। उदाहरण के लिए, सादा-सपाट सा दिखाने वाला कोई कैरेक्टर, साइड से देखे जाने पर एक बिल्कुल अलग व्यक्ति नज़र आ सकता है अगर उसकी बड़ी सी तोंद हो तो। अगर आपके कैरेक्टर को किसी 3D दुनिया में रहना है, किसी एनीमेशन के रूप में रहना है या किसी खिलौने के रूप में, तो उसकी लंबाई, वज़न और शारीरिक आकृति का हिसाब लाना ज़रूरी होता है।
9. **व्यक्तित्व:** कैरेक्टर का व्यक्तित्व कई पहलुओं से मिलकर बनता है, पर इसका एक बड़ा हिस्सा कैरेक्टर के शारीरिक गुणों और विशेषताओं का होता है क्योंकि कैरेक्टर के संपर्क में आते समय आपका ध्यान सबसे पहले इन्हीं चीज़ों पर जाता है। आप अपने कैरेक्टर को कैसा दिखाना चाहते हैं इसके आधार पर, आप कुछ चीज़ों को अतिशयोक्तिपूर्ण बना सकते हैं। उदाहरण के लिए, गोल-मटोल आकृतियां हमेशा बच्चों जैसी मनोहरता दिखाती हैं क्योंकि हमारी दृश्य कल्पनाओं में वे आमतौर पर छोटे बच्चों से जुड़ी हुई हैं। बड़ी-बड़ी आँखें जिन्हें चेहरे के केंद्र की ओर बहुत पास-पास रखा गया हो, वे भी इस प्रभाव को बढ़ाती हैं। पैने, सरल कोण, संकरे सिरों या चेहरों के साथ मिलकर और कठोर दिखाई देते हैं। आप चाहे जो भी कैरेक्टर डिज़ाइन करना चाहें, हमेशा उसके व्यक्तित्व और उसकी विशेषताओं का मिलान करके सोचें। एक निर्धारक चीज़ और है जिसे कुछ डिज़ाइनर कैरेक्टर बनाते समय भूल जाते हैं, वह है क्रियाएं। अपने कैरेक्टर के व्यक्तित्व को और उभारने के लिए उससे कुछ करवाएं, चलवाएं, नचाएं, चेहरे पर कोई भाव-भंगिमा दिखाएं या उसे किसी मुद्रा में रखें।

10. अपने कैरेक्टर को व्यक्तित्व दें: देखने में दिलचस्प होना एक अच्छे कैरेक्टर डिज़ाइन के लिए काफी हो, यह हमेशा ज़रूरी नहीं है; उसका व्यक्तित्व भी एक मुख्य घटक है। कैरेक्टर के व्यक्तित्व का खुलासा कॉमिक स्ट्रिप्स और एनीमेशन के जरिए किया जा सकता है, जिनमें हम देखते हैं कि वह विभिन्न परिस्थितियों में कैसे व्यवहार करता है। यह ज़रूरी नहीं कि आपके कैरेक्टर का व्यक्तित्व विशेष रूप से स्वीकार्य हो, पर यह ज़रूरी है कि वह दिलचस्प हो (अगर आपके कैरेक्टर को नीरस होने की ज़रूरत है तो उसका दिलचस्प होना भी ज़रूरी नहीं है)। कैरेक्टर को कैसे ढ़ीं किया गया है इससे भी व्यक्तित्व दिखाया जा सकता है।



चित्र 2.1.3(a): कैरेक्टर का व्यक्तित्व



चित्र 2.1.3(b): कैरेक्टर का व्यक्तित्व



चित्र 2.1.3(c): कैरेक्टर का व्यक्तित्व



चित्र 2.1.3(d): कैरेक्टर का व्यक्तित्व

11. **चेहरे की भाव-भंगिमाओं पर फोकस करें:** भाव-भंगिमाएं कैरेक्टर के व्यक्तित्व की कुंजी होती हैं। ये भंगिमाएं कैरेक्टर की विभिन्न भावनाएं दिखाती हैं और उनके उतार-चढ़ावों को चित्रित करने से आपका कैरेक्टर और भी उभर कर आएगा। उसका व्यक्तित्व कैसा है इस आधार पर उसकी भावनाएं मौन, खिन्न या निराश हो सकती हैं अथवा विस्फोटक और बेहद अतिशयोक्तिपूर्ण हो सकती हैं। इस चित्र में है भावशून्य कैरेक्टर डूपी, जिसके चेहरे पर शायद ही कोई भावना दिखाई पड़ती है।



चित्र 2.1.4: भाव-भंगिमाओं पर फोकस

12. **अपने कैरेक्टर को लक्ष्य और सपने दें:** कैरेक्टर जो हासिल करना चाहता है वह उसके व्यक्तित्व के पीछे का प्रेरक बल होता है। ये जो जीवन में 'एक कमी' होती है - चाहे वह धन-दौलत हो, कोई गर्लफ्रेंड हो या किसी रहस्य का हल खोजना हो - इससे आपके कैरेक्टर की कहानियों और रोमांचक अनुभवों के पीछे का नाटकीय बल बनाने में मदद मिल सकती है। अवसर कैरेक्टर डिज़ाइन की अपूर्णता या उसकी कमियां उसे दिलचस्प बना देती हैं।
13. **एक बैक अप कहानी बनाएं:** यदि आपके कैरेक्टर डिज़ाइन को कॉमिक्स और एनीमेशन में बने रहना है तो उसकी पिछली कहानी बनाना बहुत ज़रूरी है। वह कहां से आया है, वह वजूद में कैसे आया और वे घटनाएं जिन्होंने उसकी जिंदगी बदल दी, इन सभी से आपको अपने कैरेक्टर की दृढ़ता और आगे चलकर उसमें दर्शकों के विश्वास को सहारा देने (बैक अप देने) में मदद मिलेगी। कभी-कभी कैरेक्टर की बैक-अप कहानी सुनाना, कैरेक्टर के मौजूदा साहसिक कार्यों से अधिक दिलचस्प हो सकता है।
14. **प्रयोग करें:** प्रयोग करने से डरें नहीं, और अपने कैरेक्टर डिज़ाइन के रूप-रंग की योजना बनाने और उसे गढ़ने से संबंधित सभी नियमों और सुझावों को अनदेखा कर दें। किसी चीज़ को करने का जो तरीका सही माना जाता है उसके विरुद्ध जाना अप्रत्याशित और रोमांचकारी नतीजे दे सकता है।
15. **दूसरों से फीडबैक लें:** लोगों को अपनी रचनाएं दिखाएं और उनसे पूछें कि वे उनके बारे में क्या सोचते हैं। सिर्फ इतना न पूछें कि उन्हें वे पसंद आईं या नहीं। बल्कि यह देखें कि क्या वे आपके कैरेक्टरों के व्यक्तित्व और विशेषताओं को खोज निकाल सकते हैं। ऐसे लोग खोजें जो आपके विचार में आपके कार्य का उपयुक्त या आदर्श दर्शकगण हैं और कार्य के बारे में विशिष्ट रूप से उन्हीं से फीडबैक लें।
16. **अपने कैरेक्टर के लिए सही माहौल बनाएं:** जिस प्रकार आप अपने कैरेक्टर के लिए इतिहास की रचना करते हैं वैसे ही आपको उसके लिए एक माहौल बनाना होता है ताकि आपकी रचना की विश्वसनीयता और ज़्यादा मज़बूत हो सके। कैरेक्टर जिस दुनिया में रहता है और संवाद करता है, यह ज़रूरी है कि वह दुनिया, कैरेक्टर जो है और जिन चीज़ों में शामिल होता है, उनके हिसाब से उचित होनी चाहिये।
17. **अपनी आकृति में बारीक बदलाव करें:** अपनी रचना के हर घटक पर प्रश्न उठाएं, विशेष रूप से उसके चेहरे की विशेषता जैसी चीज़ों पर। हल्का सा परिवर्तन भी आपके कैरेक्टर की छवि पर बड़ा असर डाल सकता है।

2.1.3 कैरेक्टर डिज़ाइन का उद्देश्य और शैली

कैरेक्टर की ज़रूरत किस फॉर्मेट में है इसके आधार पर शैली उपयोगी या प्रभावी हो सकती है। कैरेक्टर डिज़ाइन के पदक्रम की रेंज बेहद ग्राफिक (जैसे "हैंटो किटी") से लेकर बिल्कुल फोटो जैसी वास्तविक (जैसे एवेंजर्स फिल्म श्रृंखला में "हल्क" जैसे CG एनीमेटेड कैरेक्टर) तक विस्तृत हो सकती है। कैरेक्टर डिज़ाइन बनाने का आधार आज भी सबसे पहले ड्राइंग करने की योग्यता है। चाहे पेंसिल और कागज हो या किसी टैबलेट या वैकॉम सिंटास (जिन्हें अक्सर "ट्रेडिजिटल" कला यानि परंपरा और डिजिटल का मेल वाली कला, कहा जाता है) पर ड्राइंग की जाए, कम्प्यूटर या प्रोग्राम प्रक्रिया के इस आरंभिक चरण के केंद्र में नहीं हैं। कैरेक्टर डिज़ाइनर के पास ड्राइंग और डिज़ाइन के सभी सिद्धांतों का गहरा ज्ञान होना चाहिए, ताकि वह ऐसा आकर्षक कैरेक्टर बना सके जो सामने मौजूद कहानी की आवश्यकताओं के लिए सर्वथा उपयुक्त हो।



चित्र 2.1.5: कैरेक्टर डिज़ाइन की शैली

2.1.4 कैरेक्टर डिज़ाइनर कैसे बनें

क्या आपको एनीमेशन से प्यार है? क्या आप किसी अन्य एनीमेटेड निर्माण के लिए कैरेक्टर्स की अवधारणाएं सोचने व बनाने की बात से मोहित हैं? यदि दोनों प्रश्नों का उत्तर हां में है तो आप कैरेक्टर डिज़ाइनर बनने के बारे में सोच सकते हैं। इस व्यवसाय में, आप मूल रूप से एक चित्रकार, ग्राफिक कलाकार और एनीमेटर, इन सभी की भूमिका अकेले निभाएंगे। इसका अर्थ है कि आप पर किसी एनीमेशन निर्माण या वीडियो गेम में किसी विशेष कैरेक्टर के व्यक्तित्व और रूप-रंग के बारे में सोचने की जिम्मेदारी होगी। हालांकि आमतौर पर एनीमेटर और गेम डिज़ाइनर किसी एनीमेशन या गेम का हिस्सा बनने वाले कैरेक्टरों की डिज़ाइनिंग का काम संभाल लेते हैं, पर ऐसे खास कैरेक्टर भी हैं जिन्हें विशेष रूप से दर्शाने/अधिक महत्व देने और उन पर फोकस किए जाने की ज़रूरत होती है। एक कैरेक्टर डिज़ाइन के तौर पर उस कैरेक्टर को ध्यान खींचने वाला बनाना आपका काम होता है।

जब कोई विशेष कैरेक्टर बनाने के लिए आपको बुलाया जाता है तो सबसे पहले आप जो काम करते हैं उनमें से एक यह होता है कि कैरेक्टर की भूमिका

के बारे में पूछें और यह पूछें कि उस शो में उससे क्या हासिल करना है। आपको एक कहानी पेश करने, रूप-रंग तय करने और अगर ज़रूरत हुई तो, उस कैरेक्टर की शक्तियां सामने रखने के लिए अपनी रचनात्मकता का उपयोग करने की ज़रूरत पड़ेगी। जब आपको अपनी ज़रूरत की सारी जानकारी मिल जाती है तो आप कैरेक्टर के शुरूआती स्केच बनाना शुरू कर देते हैं। इन दिनों कैरेक्टर डिज़ाइनर आमतौर पर कम्प्यूटर ग्राफिक्स सॉफ्टवेयर और 3D मॉडलिंग प्रोग्राम्स का उपयोग करते हैं ताकि वे ऐसे कैरेक्टर पेश कर पाएं जो दर्शकों और गेमर्स खेलने वालों के मन में छाप छोड़ जाएं। कागज और पेंसिल वाले पुराने तरीके पर निर्भर होने की बजाए इन दिनों सॉफ्टवेयर प्रोग्राम्स का उपयोग करना ज़्यादा आसान है क्योंकि रंग भरने और कैरेक्टर को गति देने का काम कम्प्यूटर प्रोग्राम द्वारा बहुत ही सरलता से हो जाता है। हालांकि, बहुत से कैरेक्टर अभी-भी अपनी आरंभिक अवधारणाओं के निर्माण के लिए परम्परागत कला पर निर्भर करते हैं।

कैरेक्टर मॉडल बनने के लिए आपको बेहद कलात्मक होना होगा। आपको इस हद तक कल्पनाशील भी होना होगा कि आप अपनी कला से कैरेक्टर को असल जिंदगी जैसा बना सकें। आपको हट कर सोचने में भी समर्थ होना होगा ताकि आपके बनाए हर कैरेक्टर के पास अपना अनूठा व्यक्तित्व हो। असाधारण कैरेक्टर बनाने के लिए यह ज़रूरी है कि आप बारीकियों पर ध्यान देने की योग्यता रखते हों। इस व्यवसाय में रचनात्मकता बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यही वह आधार है जिस पर लोकप्रिय और यादगार कैरेक्टर खड़े होते हैं।

यूनिट 2.1: स्टोरीबोर्ड और स्क्रिप्ट का अर्थ समझना

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. स्क्रिप्ट / ब्रीफ / स्टोरीबोर्ड / अवधारणा का स्पष्ट रूप से अर्थ समझना
2. समझ बेहतर करने के लिए टीम के साथ संपर्क बनाने में
3. व्यक्ति की भूमिका के संबंध में स्क्रिप्ट, ब्रीफ या स्टोरीबोर्ड के कलात्मक एवं संवाद लक्ष्यों की व्याख्या करने में
4. नियत माध्यम और लक्ष्य दर्शकगणों को समझने और यह जानने में कि वे किसी प्रकार एनीमेशन प्रक्रियाओं को प्रभावित कर सकते हैं

2.2.1 स्क्रिप्ट का सही ढंग से अर्थ समझना

स्क्रिप्ट का विश्लेषण

तकनीकी दृष्टिकोण:

- किसी स्क्रिप्ट का विश्लेषण करते समय डिज़ाइनर क्या तलाशता है? पहली रीडिंग में डिज़ाइनर का कहानी से परिचय हो जाना चाहिए।
- कहानी को मजे के लिए पढ़ें। दिए गए नाटकों और परिस्थितियों को उजागर करें। मंचन के निर्देशों को डिज़ाइन का उत्तर नहीं मानना चाहिए, बल्कि वह एक तरीका मानना चाहिए जिससे शो को डिज़ाइन किया जा सकता है।
- जानकारी का उपयोग करके अपनी खुद की अवधारणा बनाएं। दूसरी रीडिंग के दौरान, अवधारणात्मक छवियां और नाटकीय मूड तलाशें। उन खास पलों और घटनाओं को तलाशें जो आपकी कल्पना को उत्तेजित करती हों और आपको मज़बूत दृश्यात्मक और पाठ्यात्मक छवियां एवं अनुभूतियां प्रदान करती हों। भले ही वे छवियां बेतरतीब और अधूरी हों, उन्हें लिख लें/बना लें। आप जितना ज़्यादा पढ़ेंगे उतने ही विभिन्न विचार प्रकट होंगे।

तीसरी रीडिंग में डिज़ाइनर को डिज़ाइन की खास आवश्यकताओं की सूचियां तैयार करनी चाहिए।

स्क्रिप्ट के अलावा, इनमें से कई विचार, साथी सहयोगियों के साथ डिज़ाइन मीटिंग्स में से या निर्देशक के साथ चर्चाओं से इकट्ठे होंगे।

नीचे कुछ प्रश्न दिए जा रहे हैं जिनके उत्तर नाटक को पढ़ने के बाद दिए जाने की ज़रूरत है ...

1. दृश्य में क्या होता है?
2. कौन-कौन से कैरेक्टर शामिल हैं?
3. एक्शन में कौन-सा कैरेक्टर हावी है?
4. वलाइमेक्स (या संकट) क्या है?
5. दृश्य की स्थिति या स्थान क्या है?
6. एक्शन की अवधि क्या है?
7. स्क्रिप्ट कौन-सी छवियां (रूपक (मेटाफ़र)) सुझाती है? दृष्टि/दृश्य, टेक्सचर? या अनुभूतियां?
8. दृश्य का मंचन करने के लिए क्या चाहिए? और निकास (एक्जिट)? सेट की सामग्रियां (प्रॉप्स)? हाथ में इस्तेमाल होने वाली सामग्रियां (हैंड प्रॉप्स)?
9. दृश्य दिन के किस समय घटित हो रहा है?
10. प्रकाश के स्रोत क्या हैं?

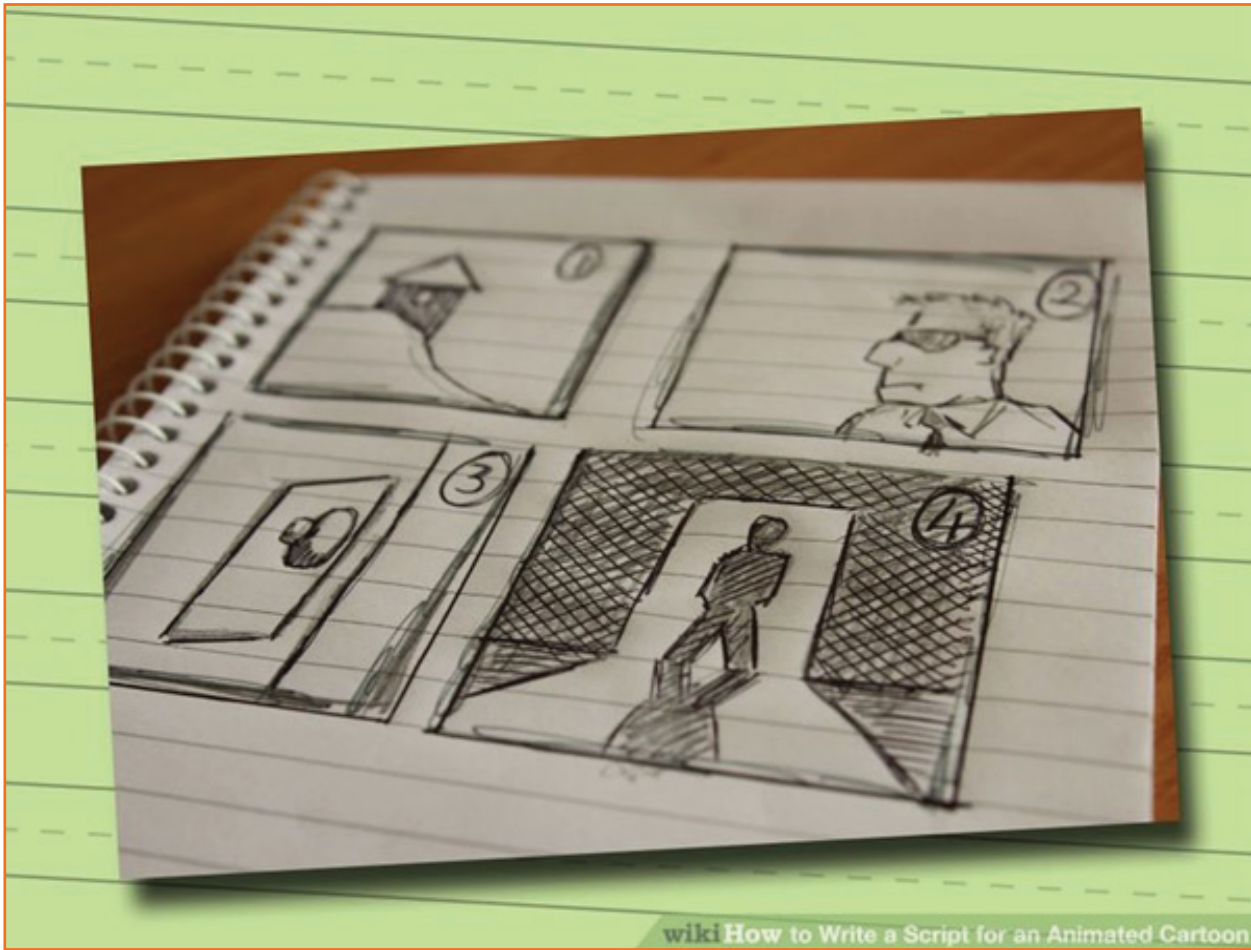
पाठ्य का विश्लेषण करते समय, डिज़ाइनर सबसे पहले एक दर्शक के रूप में स्क्रिप्ट को देखता है, फिर निर्देशक के रूप में और अंत में एक डिज़ाइनर के रूप में। वे वाक्य रेखांकित या हाइलाइट करें जो डिज़ाइनर को महत्वपूर्ण लगती हैं और हाशिये पर एनोटेशन (टिप्पणियां) लिखें।

डिज़ाइनर मीटिंग्स के लिए, डिज़ाइनर इन विचारों, छवियों और विचारों को साझा करेगा और साथ ही साथ विशिष्ट दृष्टिकोणों तक ले जाने वाले प्रश्न पूछेगा।

कभी सोचा है कि अच्छी गुणवत्ता वाली एनीमेटेड स्क्रिप्ट कैसे लिखी जाती है?

शुरुआत के लिए कुछ स्पष्ट और सरल विचार यहां दिए जा रहे हैं!

- स्क्रिप्ट बन सके उससे पहले यह ज़रूरी होता है कि लेखक के मन में कहानी का एक विचार हो। यदि अभी तक आपके पास कोई विचार नहीं है और आपको विचार ढूंढने हैं तो कॉमिक बुक्स, उपन्यास, अपने पसंदीदा कार्टून शो, परियों की कहानियों, फिल्मों, एनिमे आदि पर नज़र डालें। शायद आप सुपरहीरो या काउबॉय, या परब्रहियों (एलिएंस) या जासूसों के बारे में लिखना चाहते हैं। ये रहा एक और विचार। शायद आप अपने पसंदीदा चुटकुले को एनीमेट करना चाहें? चूंकि कार्टून सरल-साधारण होने चाहिए, इसलिए यह विचार बुरा नहीं है। कोई चुटकुलों की किताब ऑनलाइन खरीद लें या किसी लाइब्रेरी से ले लें ताकि आप अपनी स्क्रिप्ट में कुछ अच्छा सा हास-परिहास और चुटकुले जोड़ सकें। यहां तक कि एनिमे जैसे गंभीर कार्टूनों में भी हास्य का पुट आमतौर पर होता ही है। जब आपके पास विचार आ चुका हो तो उसके गायब होने से पहले ही उसे लिख लें। विचार को बाहर निकालने के लिए रफ नोट्स की एक श्रृंखला बना लें। ज़रूरी नहीं कि अभी ये नोट्स बहुत विस्तार से लिखे जाएं, बस एक कहानी बन जाए इतना काफी है।



चित्र 2.2.1: स्क्रिप्ट सैंपल - 1

- एक स्टोरीबोर्ड तैयार करें। यह मूलतः रफ चित्रों की एक श्रृंखला होती है जिसे मिलाकर कहानी बन जाती है। कुछ एनीमेटर स्क्रिप्ट लिखे जाने के बाद स्टोरीबोर्ड बनाना पसंद करते हैं, वहीं कुछ अन्य को यह लगता है कि इससे एनीमेटर को कहानी की गति और स्क्रीन पर वह कैसी दिखनी चाहिए इन बातों का पता लगाने में मदद मिलती है। स्टोरीबोर्ड, लोगों या वस्तुओं को दिखाने वाली स्टिक फिगर्स या साधारण आकृतियों से बनी श्रृंखला भी हो सकता है। कुछ भी चलेगा, बस वह आपको ठीक लगना चाहिए। भरपूर समय लेकर कहानी तैयार करें, क्योंकि यदि एनीमेशन थोड़ा अनगढ़ हुआ पर कहानी अच्छी तरह से लिखी गई तो फिल्म तब भी अच्छी मानी जाएगी। हालांकि यदि एनीमेशन जबर्दस्त हो पर कहानी बेकार हो तो फिल्म को खराब माना जाएगा। स्क्रिप्ट शुरू करें। एक अच्छे स्क्रिप्ट लेआउट का एक बढ़िया उदाहरण यहां दिया जा रहा है:
 - » टाइटल
 - » दृश्य (जब भी आपके कैरेक्टर किसी नए स्थान में आते हैं या स्क्रिप्ट में नए स्थान पर नए कैरेक्टर पेश किए जाते हैं तो एक नया दृश्य शुरू होता है।)
 - » वर्णन: (दृश्य में कैरेक्टर, उनके परस्पर व्यवहार एवं संवाद, और जो कुछ हो रहा है उस पर उनकी प्रतिक्रियाएं, ये सभी चीजें जोड़ें)
 - » संवाद: (जो भी बातचीत चल रही है और कौन बोल रहा है)
 - » SFX: (साउंड फिक्स जिसे आपने बाद में जोड़ने की योजना बनाई है)
- कॉर्पोरेट वीडियो एनीमेशन के दो बेहद लोकप्रिय प्रकार हैं। पहला है टायपोग्राफी, जिसमें एनीमेटर स्क्रिप्ट के अलग-अलग शब्दों को जीवंत कर देता है और आमतौर पर उसके साथ वॉइस ओवर चलता है। दूसरा प्रकार कैरेक्टर आधारित होता है, जिसमें आप वीडियो में दिखने वाले खास कैरेक्टर और परिवेश के इर्द-गिर्द एक कहानी बुनते हैं।
- दोनों ही प्रकारों में बेहद प्रभावी या बेहद बोरिंग हो सकने की क्षमता है। एनीमेटेड वीडियो सफल होगा या नहीं यह बात अक्सर स्क्रिप्ट तैयार करने में लगाए गए समय, प्रयास और कौशलों से निर्धारित होती है।
- किसी टायपोग्राफी एनीमेटेड वीडियो के लिए स्क्रिप्ट लिखते समय करने के लिए सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि ऐसे शब्दों का उपयोग किया जाए जिन्हें एनीमेटर आसानी से जीवंत कर सके। उदाहरण के लिए, "fantastic" की जगह "smashing" का उपयोग करने से, या "failure" की जगह "flop" का उपयोग करने से एनीमेटर को इतनी गुंजाइश मिल जाएगी कि वह कोई रचनात्मक, आकर्षक और यादगार चीज़ बना पाएगा।
- यह सही है कि शब्दों का उस उत्पाद या सेवा से संबंधित अर्थ और प्रासंगिकता कायम रहनी चाहिए जिसका आप प्रचार करने की कोशिश कर रहे हैं। इसलिए यूं ही किन्हीं भी शब्दों, जो एक दृश्य माध्यम में योगदान देते हैं, को न चुन लें जिनसे यह जोखिम पैदा होता हो कि आपके दर्शक आप जो छवि और संदेश दिखाना चाहते हैं, उससे भटक जाएंगे।
- किसी कैरेक्टर आधारित वीडियो के लिए स्क्रिप्ट तैयार करते समय, उसे सरल रखें और यह बात ध्यान में रखें कि आपको हर बारीकी स्क्रिप्ट में नहीं डालनी है। बुनियादी बातें तेज़ी से सामने रखते जाएं और एनीमेटर को वह करने दें जो वह सबसे अच्छे से करता है, यानि सचित्र व्याख्या करना और जीवंत बना देना। एनीमेशन की लेखन शैली भी अनौपचारिकता की ओर झुकी होती है, इसलिए बेहिकक अपना दिल खोल कर रख दें।

2.2.2 स्टोरीबोर्ड का सही ढंग से अर्थ समझना

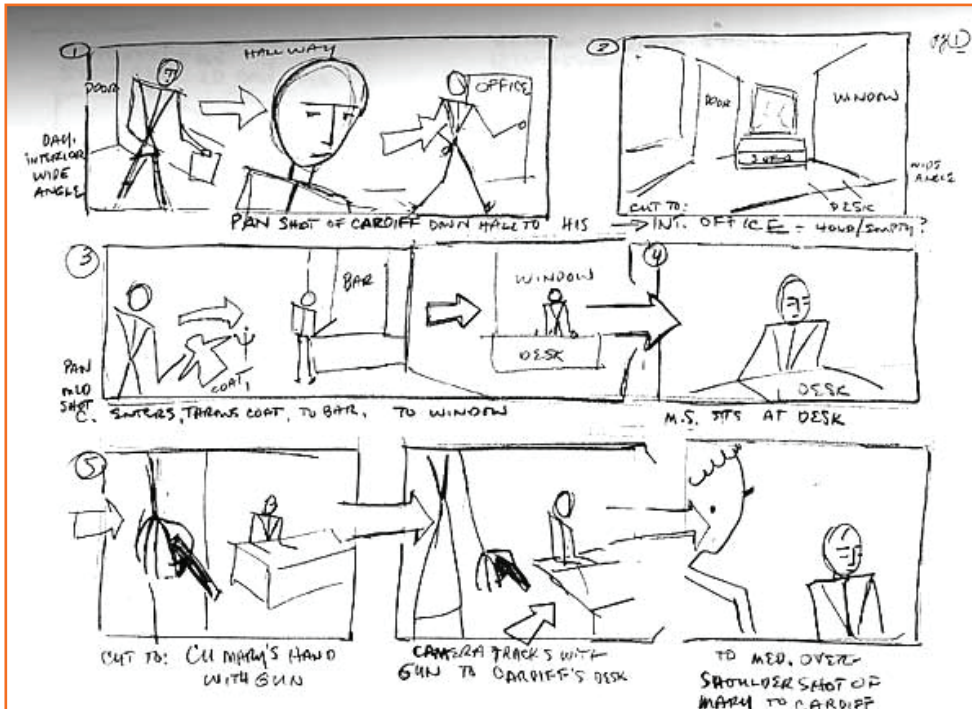
स्टोरीबोर्ड बनाना, कैरेक्टर डिज़ाइनर की जॉब का एक महत्वपूर्ण भाग है। स्टोरीबोर्ड, ग्राफिक ऑर्गेनाइज़र होते हैं जो एनीमेशन प्रोजेक्ट की घटनाओं का क्रम दिखाते हैं। यह एक जटिल और समय-खाऊ प्रक्रिया है जिसमें प्रोजेक्ट के संपादकों (एडिटर्स), लेखकों और डिज़ाइनरों के साथ मिलकर कार्य करना होता है। स्टोरीबोर्ड, फिल्म का हाथ से बना संस्करण होते हैं और वे क्रियाओं तथा संवादों के लिए रूपरेखा (ब्लूप्रिंट) का कार्य करते हैं। हर स्टोरीबोर्ड कलाकार को स्क्रिप्ट के पेज या एक "बीट आउटलाइन", और कैरेक्टरों के उन भावनात्मक बदलावों का मैप मिलता है जिन्हें एक्शन के ज़रिये दिखाने की ज़रूरत होती है। इन्हें दिशा-निर्देशों के रूप में प्रयोग करते हुए, ये कलाकार उन्हें सौंपे गए अनुक्रमों (सीक्वेंस) की कल्पना करते हैं, उन्हें ड्रॉ करते हैं और फिर अपने काम को निर्देशक के सामने "पिच" करते हैं (काम से निर्देशक को राजी करने की कोशिश करते हैं)। फीचर-लंबाई वाली एनीमेटेड फिल्म के एक्शन और संवादों की रूपरेखा (ब्लूप्रिंट) के तौर पर चार हजार से भी ज़्यादा स्टोरीबोर्ड ड्रॉइंग बनाई जाती हैं। रचनात्मक विकास प्रक्रिया के दौरान उन्हें कई बार संशोधित किया जाता है। कहानी बनाने के लिए स्टोरीबोर्ड का उपयोग किया जाता है। स्टोरीबोर्ड, लिखित शब्दों से निकलता है; जैसे किसी स्क्रिप्ट से। स्टोरीबोर्ड कलाकार लिखित शब्द लेता है और उसे चित्रों का रूप देता है। इसके बाद चित्रों को एक बोर्ड, जिसे स्टोरीबोर्ड कहा जाता है, पर लगा देता है। सभी चित्रों को स्टोरीबोर्ड पर लगा देने के बाद, वह उसे निर्देशक के सामने पिच करता है। कलाकार इस बात का एहसास देना चाहता है कि यह फिल्म किस बारे में हो सकती है और उसे जीवंत करने की कोशिश करता है। स्टोरीबोर्ड का लक्ष्य इस बात की अनुभूति हासिल करना है कि एक तैयार फिल्म के रूप में कहानी किस बारे में हो सकती है। स्टोरीबोर्ड कलाकार कहानियों को अपनी कल्पना में देखता है और कहानी के फ्रेम बनाता है। पेंसिल

से फटाफट ड्रॉइंग और मार्कर से बनाई गई रेन्डरिंग, ये दो सबसे आम परम्परागत तकनीकें हैं। अक्सर Adobe Flash, Adobe Photoshop और अन्य स्टोरीबोर्ड एप्लिकेशन्स का भी उपयोग किया जाता है। स्टोरीबोर्ड बनाने में डिजिटल कैमरा सबसे नयी तकनीकों में से एक है। आजकल बहुत से स्टोरीबोर्ड कलाकार सॉफ्टवेयर और डिजिटल पेंसिलों या ग्राफिक्स टैबलेट का उपयोग करके कम्प्यूटरों पर अपना कार्य शुरू व पूरा करते हैं। स्टोरीबोर्ड कलाकार, दृश्य बनाने के लिए फोटो का उपयोग कर सकते हैं। इसमें स्टॉक फोटो या खासतौर पर प्रोजेक्ट के लिए खींचे गए फोटो को डिजिटल विधि से साथ रखकर एक फोटोग्राफिक निरूपण तैयार किया जाता है जिसे फोटो विजुअल कहा जाता है। एनीमेशन में प्रोजेक्ट को आमतौर पर अकेले स्टोरीबोर्ड के बलबूते ही पिच कर दिया जाता है (यानि, संभव है कि पटकथा यानि स्क्रीनप्ले बाद में जाकर लिखी जाए), और विशिष्ट अनुक्रमों (सीक्वेंस) को विकसित करने के लिए स्टोरीबोर्ड कलाकार पूरे निर्माण के दौरान कार्य जारी रखते हैं। किसी अनुक्रम का संपादन (एडिटिंग) हो जाने के बाद, निर्देशक और/या स्टोरीबोर्ड कलाकार और टीम को अनुक्रम (सीक्वेंस) पर तब पुनः कार्य करने की आवश्यकता पड़ सकती है जब यह स्पष्ट हो जाए कि टाइमिंग और कहानी के लिए बदलाव करने की आवश्यकता है।


स्टोरीबोर्ड टैलर को क्या चाहिए?

इस भूमिका के लिए:

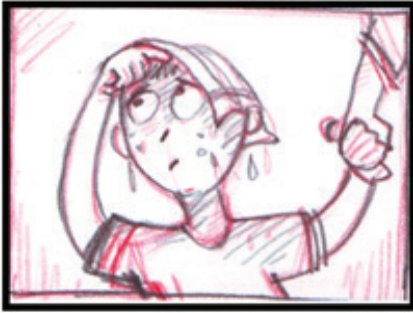
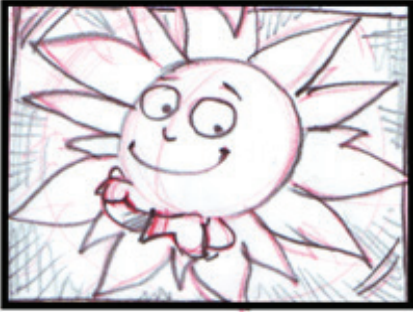


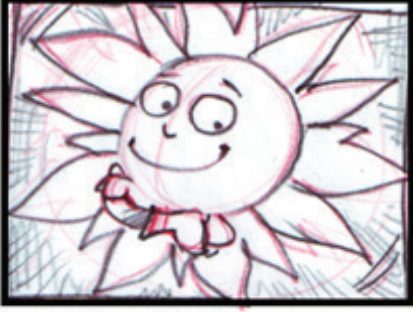
- आपको एक बढ़िया कहानी सुनाने में समर्थ होना होगा
- आपके पास ड्रॉइंग का उत्कृष्ट कौशल तथा विभिन्न प्रकार की शैलियों के अनुसार ढलने की योग्यता होनी चाहिए
- आपको स्वतंत्र रूप से या किसी टीम के भाग के रूप में कार्य करने में समर्थ होना चाहिए
- आपको निर्देश लेने में समर्थ होना तथा रचनात्मक फीडबैक की प्रतिक्रिया स्वरूप अपने कार्य में बदलाव करने के लिए तैयार रहना चाहिए
- आपको स्थापित डिजाइनों का पालन करने में तथा मॉडल पर ड्रॉ किया गया एकरूप कार्य निर्मित करने में समर्थ होना चाहिए
- आपके पास संवाद और प्रस्तुति का अच्छा कौशल होना चाहिए
- आपको एक अच्छा कम्प्यूटर साक्षर होना चाहिए
- आपको संबंधित स्टोरीबोर्ड, ग्राफिक्स और एडिटिंग सॉफ्टवेयर से परिचित होना चाहिए
- आपको संबंधित तकनीकी या बजट संबंधी सीमाओं के प्रति सजग होना चाहिए
- आपको सख्त समय-सीमा में शांत व कुशल ढंग से कार्य करने में समर्थ होना चाहिए



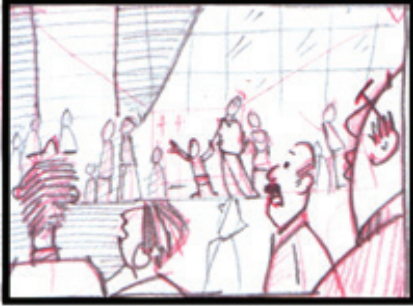
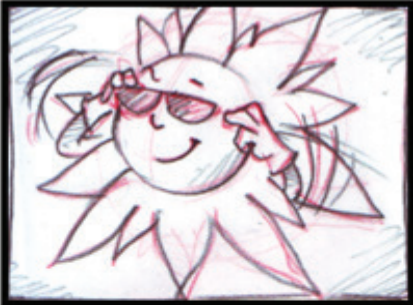
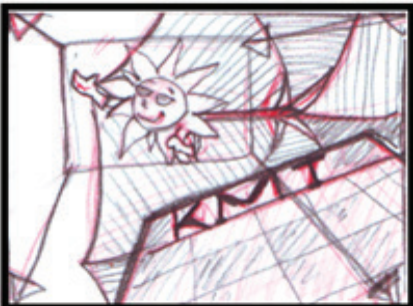


चित्र 2.2.2: स्क्रिप्ट सैपल - 2

Visuals	Description	pg/01
	<p>High angle shot of Dubai in summer heat. (Point of view of "surya")</p>	
	<p>High angle shot of People moving about in the heat (crowded street)</p>	
	<p>Cut to a family in the crowd. They are walking towards the camera; all of them are sweating hard. The kid walks with a kerchief covering his eyes as a child's play cum necessity</p>	
	<p>Quick cuts of father and mother sweating.</p>	
	<p>and the kid. His expression show his irritation due to heat ans sweat. He then pulls one end of his kerchief to look at the sun.</p>	


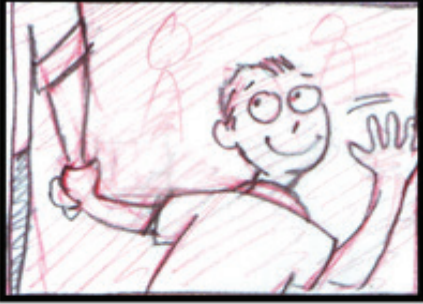



चित्र 2.2.3(a): दृश्य (विजुअल्स) एवं वर्णन

Visuals	Description	pg/02
	<p>..... his sad face changes to that of surprised.</p>	
	<p>Cut to close up of "surya" smiling at the kid</p>	
	<p>Shot of the excited kid showing every body what he saw pointing his figures towards surya</p>	
	<p>Cut to wider shot. His family reacting</p>	
	<p>Cut to what they see. Surya smiling.</p>	

चित्र 2.2.3(b): दृश्य (विजुअल्स) एवं वर्णन

Visuals	Description	pg/03
	<p>cut to wider shot. People reactin.</p>	
	<p>Mid shot of "surya" putting on his coolers in style, opening up his umbrella like a magician, and announcing the mega discount sale of KM Trading.</p>	
	<p>... with the 'click' opening of umbrella, zoom out - capturing the wider shot of same.</p>	
	<p>VO of surya: "Get ready for the best sale this summer at all KM Trading outlets in UAE AND OMAN"</p>	
	<p>Wide shot of the umbrella, shade spreading around the KMT department store and people rushing towards the KMT department store.</p>	

चित्र 2.2.3(c): दृश्य (विजुअल्स) एवं वर्णन

Visuals	Description	pg/04
	<p>Cut to the family moving towards the shade, toward the KMT</p>	
	<p>Cut to the kid turning back and waving at surya.</p>	
	<p>Surya in full glory winks at the kid and turns towards the camera</p>	
	<p>VO of Surya: "beat the heat this summer with KM Trading"</p>	
	<p>Supers: Fabulous discounts and offers on garments, textiles, footwear and much more...</p> <p>Offer opens from 15th of May 2008, in all UAE & Oman outlets of KM Trading.</p>	
	<p>Fin</p>	

चित्र 2.2.3(d): दृश्य (विजुअल्स) एवं वर्णन



3. संपत्तियों का प्रबंधन एवं भंडारण करना

यूनिट 3.1 - मेटा डेटा

यूनिट 3.2 - नामकरण परिपाटी

यूनिट 3.3 - भंडारण एवं पुनः प्राप्ति



निष्कर्ष



इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्न में सक्षम होंगे:

1. मेटा डेटा के ज्ञान का वर्णन करने में
2. नामकरण परिपाटी का वर्णन करने में
3. भंडारण एवं पुनः प्राप्ति तंत्र के ज्ञान में

यूनिट 3.1: मेटा डेटा

यूनिट के उद्देश्य

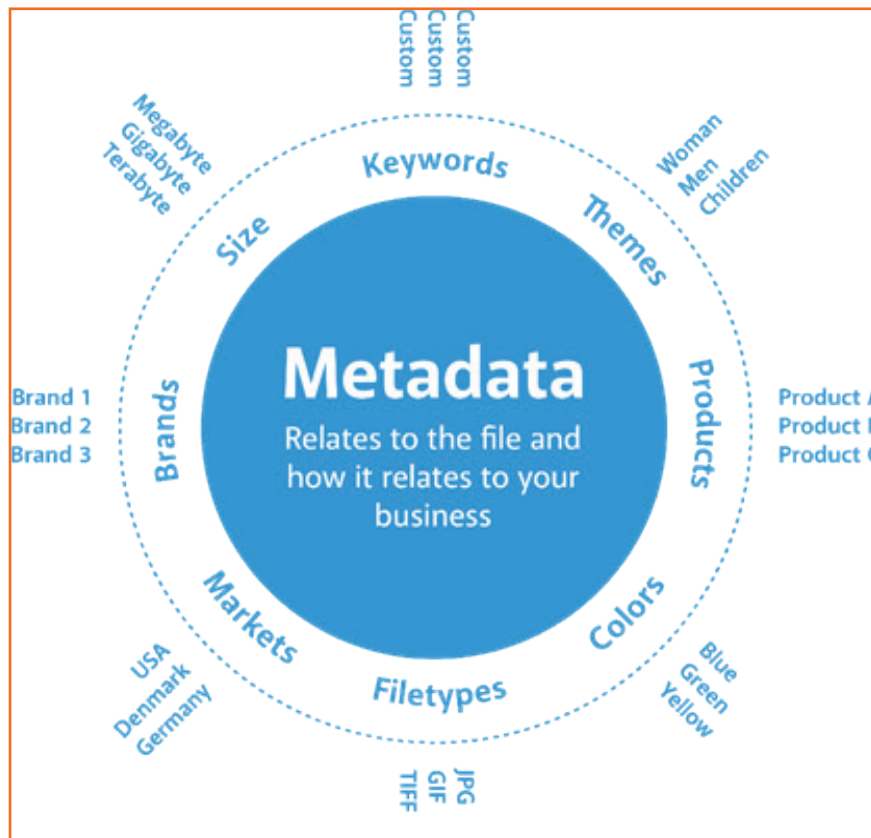


इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. मेटा डेटा एडिटर का वर्णन करने में
2. ऑडियो फॉर्मेट्स के प्रकारों का वर्णन करने में

3.1.1 मेटा डेटा एडिटर क्या है?

मेटा डेटा एडिटर एक कम्प्यूटर प्रोग्राम है जो उपयोक्ताओं को कम्प्यूटर की स्क्रीन पर मेटाडेटा टैग्स इंटरैक्टिव ढंग से देखने और एडिट करने और उन्हें ग्राफिक्स फाइल में सेव करने की सुविधा देता है। टैग्स देखने के लिए आमतौर पर मेटाडेटा व्यूअर को मेटाडेटा एडिटर पर प्राथमिकता दी जाती है।

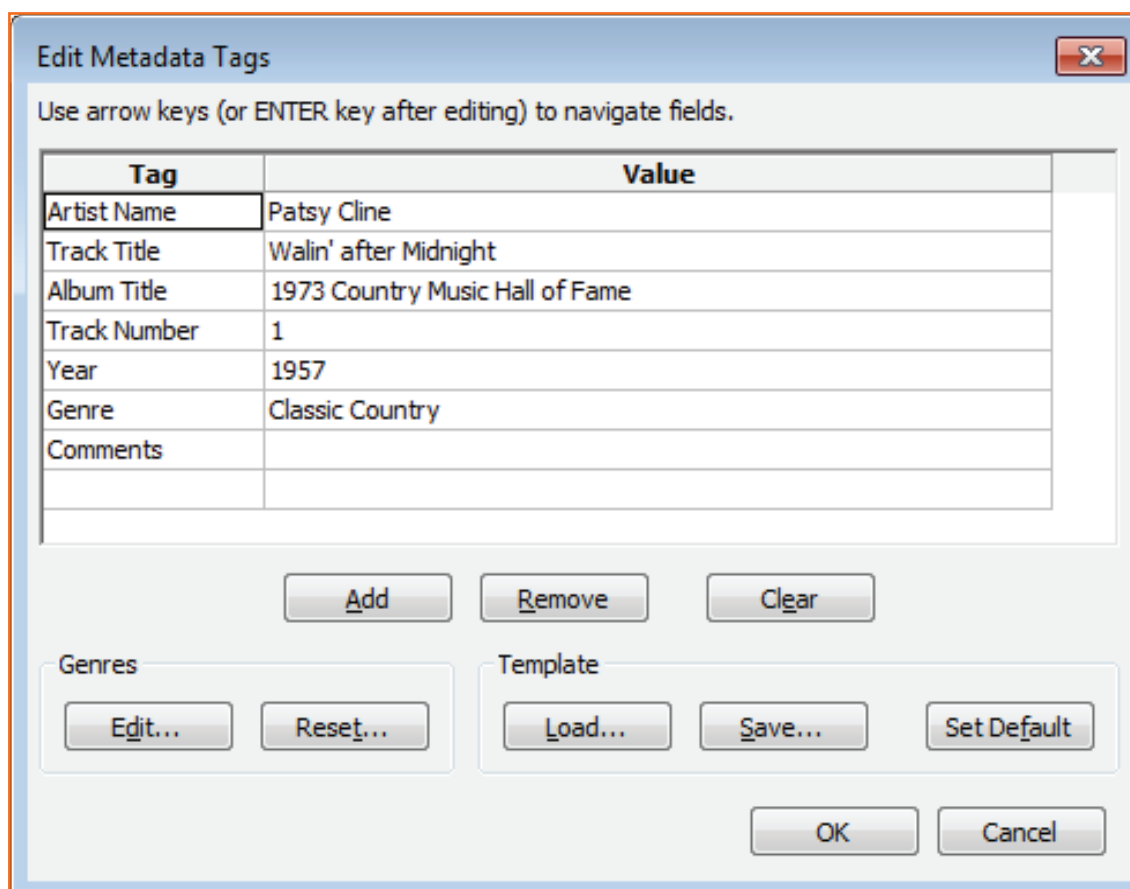


चित्र 3.1.1: मेटाडेटा

मेटाडेटा एडिटर का उपयोग वह जानकारी एंटर या कन्फर्म करने के लिए किया जाता है जो एक्सपोर्ट की गई ऑडियो फाइल में एम्बेड (अंदर स्थापित) की जाएगी (जैसे कलाकार का नाम, वर्ष या शैली)। एम्बेड किया हुआ मेटाडेटा iTunes® या Windows Media Player जैसी एप्लिकेशनों, अथवा iPod® जैसे पोर्टेबल प्लेयर्स में प्रदर्शित होता है।

अधिकतर एक्सपोर्ट फॉर्मेट मेटाडेटा एडिटर में कम-से-कम सात डीफॉल्ट टैग्स को सपोर्ट करते हैं, पर प्लेयर एप्लिकेशनों में यह समर्थन कम या अधिक हो सकता है। जैसे MP3 और MP2 द्वारा प्रयोग किए जाने वाले ID3 टैग्स लगभग सभी एप्लिकेशनों को सपोर्ट करते हैं, जबकि WAV के लिए यह समर्थन लगभग शून्य है। विवरण के लिए यह प्रायः पूछा जाने वाला प्रश्न देखें।

MP3 और MP2, दोनों के लिए केवल ID3v2 टैग्स एक्सपोर्ट होते हैं। ID3v1 को कमांड-लाइन एक्सपोर्ट का उपयोग करके एक्सपोर्ट किया जा सकता है।



चित्र 3.1.2: मेटाडेटा टैग्स एडिट करने की विंडो

- डिफॉल्ट रूप से, एक्सपोर्ट ऑडियो या एक्सपोर्ट मल्टिपल डायलॉग्स में फाइल फॉर्मेट चुन लिए जाने के बाद हर एक्सपोर्ट हुई फाइल के लिए मेटाडेटा एडिटर प्रकट होता है।
- एक्सपोर्ट मल्टिपल का उपयोग करते समय, अक्सर आसान तरीका यह रहेगा कि इम्पोर्ट / एक्सपोर्ट प्रेफरेंसेज़ में "शो मेटाडेटा एडिटर बिफोर एक्सपोर्ट स्टेप" को अनचेक कर दें (निशान हटा दें), और उसके बाद, एक्सपोर्ट करने से पहले सभी टैग्स में जो टैग कॉमन हों उन्हें File > Edit Metadata... में एंटर कर दें। इसके बाद ऑडियो एक्सपोर्ट हुई हर फाइल के लिए ऑटोमेटिक ढंग से बनाए गए ट्रैक टाइटल और ट्रैक नंबर जोड़ देगा और एडिटर प्रकट नहीं होगा।
- मेटाडेटा एडिटर, प्रोजेक्ट में सबसे हाल में इम्पोर्ट किए गए ट्रैक का डेटा दिखाता है, चुने गए ट्रैक का नहीं। यदि आपको एडिटर में हर ट्रैक का अलग-अलग डेटा दिखाने की ज़रूरत हो, तो फाइलों को अलग-अलग प्रोजेक्ट्स में इम्पोर्ट करें।
- एक्सपोर्ट पूरा करने के लिए मेटाडेटा एडिटर में OK बटन का उपयोग करें। Save... बटन टैग के नामों और वैल्यूज़ (मान) का एक वैकल्पिक टेम्पलेट ही सेव करता है।

टैग और वैल्यू फ़िल्ड

टैग नेम: पहले सात टैग नेम स्थायी होते हैं और उन्हें एडिट नहीं किया जा सकता है। आप " Add " बटन (नीचे देखें) का उपयोग करते हुए टैग की और कतारें जोड़ सकते हैं और उन्हें मनमाफिक नाम तथा वैल्यू दे सकते हैं।

ध्यान दें: "एल्बम टाइटल", "ट्रैक नंबर", "जॉनर" (शैली) कस्टमाइज़ किए हुए टैग हैं और वे WAV को सपोर्ट नहीं करते तथा वे एक्सपोर्ट या इम्पोर्ट नहीं होंगे।

- **टैग वैल्यू:** हर टैग के लिए आप जो डेटा चाहते हैं वह टाइप करें, या किसी इम्पोर्ट की हुई फाइल से प्राप्त पहले से मौजूद डेटा को स्वीकार कर लें। हर वैल्यू भरना ज़रूरी नहीं है। कई फाइलें एक्सपोर्ट करते समय, "ट्रैक टाइटल" और "ट्रैक नंबर" टैग्स को ट्रैक्स या लेबलों के नामों या क्रम का उपयोग करते हुए ऑटोमेटिक ढंग से पहले ही भर दिया जाता है।

किसी वैल्यू फ़िल्ड पर सिंगल क्लिक करने से (या कीबोर्ड की एरो कीज़ द्वारा उस तक जाने से) वह फ़िल्ड सलेक्ट हो जाता है - टाइप करने से पहले से मौजूद पाठ्य हट कर नया पाठ्य आ जाएगा। टैब की का भी उपयोग कर सकते हैं, और इससे टैग और वैल्यू फ़िल्ड के नीचे मौजूद बटनों पर भी पहुंचा जा सकता है।

किसी फ़िल्ड पर डबल-क्लिक करने (या उसे सलेक्ट करके कीबोर्ड पर F2 दबाने से), उस फ़िल्ड में मौजूद पाठ्य हाइलाइट हो जाता है। इससे आपके लिए पाठ्य को हटाकर उसके स्थान पर नया पाठ्य रखने की बजाए, उसे एडिट करना संभव हो जाता है, और यहां मानक सिस्टम शॉर्टकट्स या राइट क्लिक संदर्भ मेन्यू का उपयोग करके कट, कॉपी या पेस्ट भी किया जा सकता है। अलग-अलग अक्षरों तक पहुंचने के लिए कीबोर्ड की होम, एंड या एरो की का उपयोग करें। किसी वैल्यू फ़िल्ड को बदल चुकने, या एडिट कर चुकने के बाद, रिटर्न (एंटर) की दबाएं जिससे अगला वैल्यू फ़िल्ड सलेक्ट हो जाएगा, या किसी अन्य वैल्यू फ़िल्ड को सलेक्ट करने के लिए उस पर क्लिक करें।

ध्यान दें: जॉनर (शैली) फ़िल्ड थोड़ा अलग ढंग से व्यवहार करता है क्योंकि इसमें जॉनर नामों की एक ड्रॉपडाउन सूची होती है। इस फ़िल्ड का उपयोग करने के लिए, उस पर डबल क्लिक करें, या उसे सलेक्ट करके F2 दबाएं। इसके बाद आप कोई कस्टम जॉनर नेम भी टाइप कर सकते हैं। सूची में से चुनने के लिए, ड्रॉपडाउन के दाईं ओर मौजूद, नीचे की ओर संकेत कर रहे एरो (तीर) पर क्लिक करें, या कीबोर्ड की अप एरो अथवा डाउन एरो की का उपयोग करें। ड्रॉपडाउन में टाइप किया गया कस्टम जॉनर, उस सूची में स्थायी रूप से नहीं जोड़ा जाता है - सीधे सूची को एडिट करने के लिए एडिट बटन (नीचे देखें) का उपयोग करें।

- **एड:** इससे आपके खुद के कस्टम टैग के लिए सूची में एक नयी, खाली कतार जुड़ जाती है (डिफॉल्ट रूप से, सूची में सबसे नीचे एक खाली कतार पहले से होती है)। आप ठीक ऊपर बताए गए तरीके से नाम और वैल्यू, दोनों फ़िल्ड्स को सलेक्ट और एडिट कर सकते हैं।
- **रिमूव:** यह इस समय चुनी हुई कस्टम कतार को सूची में से हटा देता है, या इस समय चुनी हुई स्थायी कतार से केवल वैल्यू डेटा हटा देता है।
- **विलयर:** एडिटर को डिफॉल्ट स्थिति में लौटा देता है (सात स्थायी टैग नाम, खाली वैल्यूज़ के साथ, और साथ में एक खाली कतार)।

जॉनर

- **एडिट:** जॉनर टैग के वैल्यू फ़िल्ड में प्रदर्शित होने वाली ड्रॉपडाउन सूची को संपादित करता है। खोलने पर पूरी सूची सलेक्ट हो जाती है। एडिट करने के लिए इसमें ऊपर-नीचे जाने के लिए, वांछित आइटम पर क्लिक करें या कीबोर्ड पर एरो की का उपयोग करें। एक एंट्री जोड़ने के लिए, कीबोर्ड पर एंड की दबाएं और वह नाम टाइप करें जो आप चाहते हैं। सेव करने पर सूची ऑटोमेटिक ढंग से क्रमबद्ध (सॉर्ट) हो जाएगी।
- **रीसेट:** यह जॉनर सूची को डिफॉल्ट स्थिति में रीसेट कर देता है।

टैप्लेट

- **लोड:** टैग नेम्स और वैल्यूज़ की पहले सेव की हुई सूची, मेटाडेटा एडिटर में लोड कर देता है।
- **सेव:** टैग नेम्स और वैल्यूज़ की वर्तमान सूची को आपकी ड्राइव पर एक फाइल में सेव कर देता है।
- **सेट डिफॉल्ट:** टैग नेम्स और वैल्यूज़ जो खाली नहीं हैं, उनकी वर्तमान सूची को, नया, खाली प्रोजेक्ट खोलते समय इस्तेमाल होने वाली डिफॉल्ट अवस्था बना देता है। डिफॉल्ट को विलयर करने के लिए, विलयर दबाएं और फिर सेट डिफॉल्ट दबाएं।

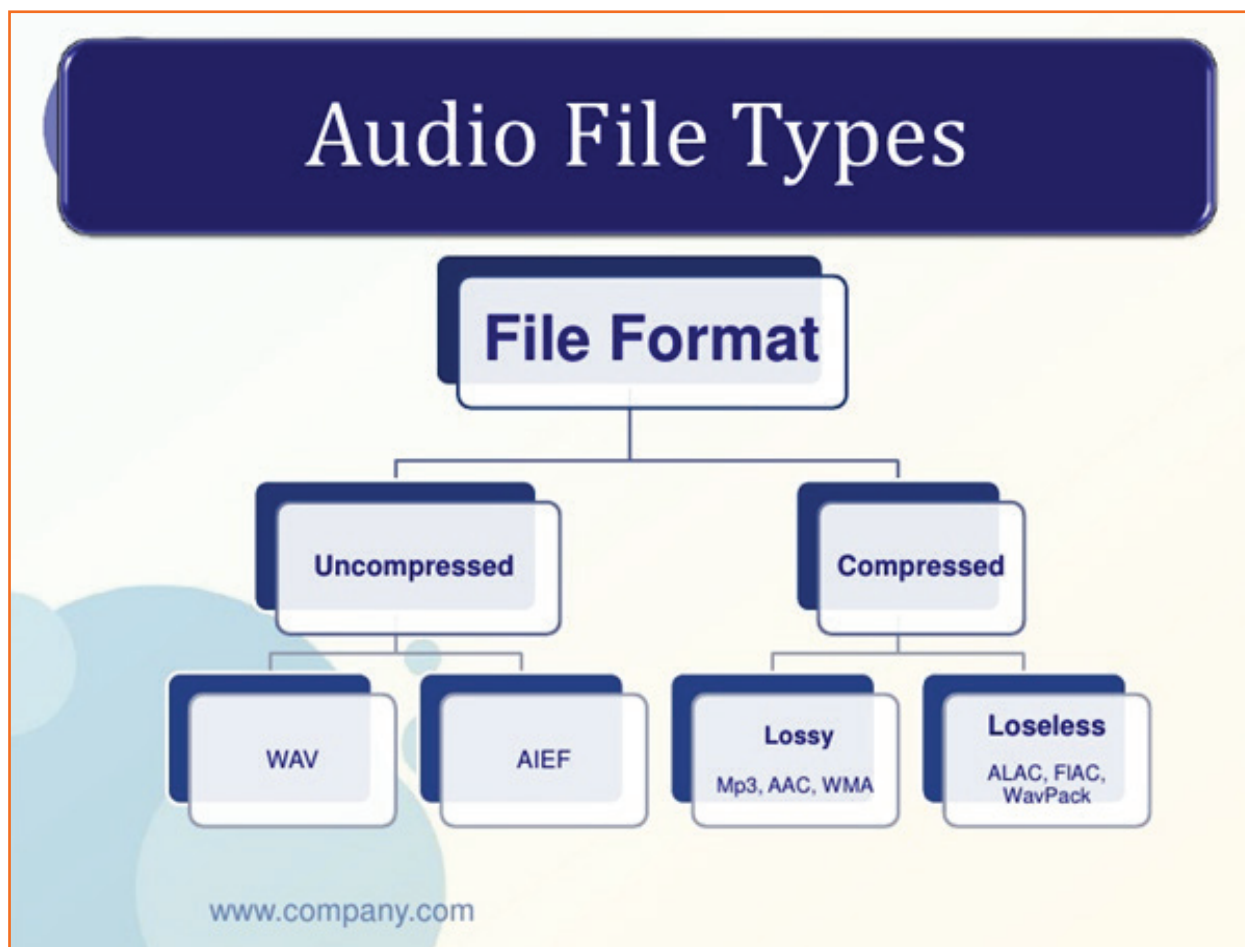
यदि आप कोई डिफॉल्ट सेट कर देते हैं तो भी, जब आप मेटाडेटा से युक्त कोई फाइल इम्पोर्ट करेंगे तो वह मेटाडेटा, मेटाडेटा एडिटर में दिखेगा। यदि आप चाहते हैं कि फाइल इम्पोर्ट करने के बाद मेटाडेटा का एक निश्चित सेट ही हमेशा दिखे, तो आपको उस सेट को एक टेम्प्लेट के रूप में सेव करना होगा और फिर फाइल को इम्पोर्ट करने के बाद उस टेम्प्लेट को लोड करना होगा।

3.1.1 मेटा डेटा एडिटर क्या है?

विभिन्न ऑडियो फॉर्मेट्स तथा ऑडियो compression techniques को जानना महत्वपूर्ण है, क्योंकि हर फाइल फॉर्मेट का अपना एक खास उपयोग होता है। उदाहरण के लिए, इस अध्याय के अंत में आप जानेंगे कि mp3 फाइल फॉर्मेट एक कम्प्रेसड फाइल है जो कम जगह घेरती है और प्रसारण एवं पॉडकास्टिंग के उद्देश्य से इसका उपयोग आसानी से किया जा सकता है। साथ ही, ओपन (मुक्त) फाइल फॉर्मेट्स तथा प्रोप्रायटरी (स्वामित्वाधीन) फाइल फॉर्मेट्स की समानताएं एवं असमानताएं समझ लेने से हमें यह तय करने में भी मदद मिलती है कि किसी स्थिति विशेष में किस फॉर्मेट का उपयोग करना है।

ऑडियो फॉर्मेट के प्रकार

ऑडियो की दुनिया में बहुत से फाइल फॉर्मेट मौजूद हैं। जब हम फाइल फॉर्मेट्स की बात करते हैं तो असल में हम डिजिटल फाइलों की चर्चा कर रहे होते हैं। याद रखें, डिजिटल जानकारी बस बहुत से '1' और '0' के रूप में होती है। इन बहुत से '1' और '0' को किस प्रकार व्यवस्थित किया गया है इस बात से फाइल फॉर्मेट का निर्धारण होता है। इस जानकारी की व्यवस्था में जो अंतर हैं, वही एक इमेज फाइल को किसी ऑडियो फाइल से अलग बनाता है।



चित्र 3.1.3: ऑडियो फाइलों के प्रकार

फाइल फॉर्मेट्स और कुछ नहीं बस जानकारी को इस प्रकार व्यवस्थित करने का तरीका हैं जिससे उपकरण या सॉफ्टवेयर उन्हें आसानी से समझ कर उनके साथ कार्य कर पायें। उदाहरण के लिए, जब आप कोई Microsoft Word file सेव करते हैं तो उसका फॉर्मेट “.doc” होता है। इसका अर्थ यह है कि उस फाइल में समस्त जानकारी को इस प्रकार व्यवस्थित किया गया है कि Microsoft Word जैसे सॉफ्टवेयर उसके साथ अंतर्क्रिया (उसे खोलना, एडिट करना और सेव करना आदि) कर सकते हैं। कुछ फाइल फॉर्मेट केवल किसी खास सॉफ्टवेयर/उपकरण के साथ अंतर्क्रिया कर सकते हैं, वहीं कुछ अन्य ऐसे हैं जो एक से अधिक सॉफ्टवेयर/उपकरणों के साथ अंतर्क्रिया कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, mp3 जैसी किसी ऑडियो फाइल को एक से अधिक सॉफ्टवेयर द्वारा खोला जा सकता है।

कार्यस्थल पर आपका जिन फाइल फॉर्मेट से सामना हो सकता है उनके कुछ उदाहरण नीचे दिए गए हैं:

- **इमेज (छवियाँ):** BMP, JPG, SVG, GIF, PNG
- **टेक्स्ट डॉक्यूमेंट (पाठ्य दस्तावेज़):** DOC, ODT,
- **साउंड:** MP3, WAV, OGG
- **वीडियो:** WMV, QuickTime, h264, mp4

समय के साथ फाइल फॉर्मेट्स की संख्या में सिर्फ वृद्धि ही हुई है और दुनियाभर के टेक्नीशियन, साउंड की मौलिकता को बनाए रखते हुए फाइलों का साइज़ घटाने की दिशा में लगातार कार्य कर रहे हैं।

हालांकि, ऑडियो फॉर्मेट या तो ओपन स्टैंडर्ड (मुक्त मानक) प्रकृति के होते हैं या फिर प्रोप्रायटरी (स्वामित्वाधीन) प्रकृति के, जो व्यक्ति द्वारा प्रयुक्त सॉफ्टवेयर या कम्प्यूटर ऑपरेटिंग सिस्टम (Windows, Mac, Linux आदि) पर निर्भर करते हैं। ओपन (मुक्त) मानक फॉर्मेट वे हैं जो लगभग सभी सॉफ्टवेयर और कम्प्यूटर ऑपरेटिंग सिस्टम पर चलते हैं। वहीं दूसरी ओर, प्रोप्रायटरी (स्वामित्वाधीन) फॉर्मेट केवल उनके खास सॉफ्टवेयर तथा खास ऑपरेटिंग सिस्टमों पर ही चलते हैं।

इससे पहले कि हम फाइल फॉर्मेट्स को समझने के लिए आगे बढ़ें, यह महत्वपूर्ण है कि हम फाइल फॉर्मेट और कोडेक के बीच का अंतर समझ लें।

कोडेक (codec) (कंप्रेशन-डीकंप्रेशन या कोडर-डीकोडर का संक्षिप्त रूप है) और इसका अर्थ ऑडियो को कंप्रेस करने और स्टोर किए जाने के तरीके से है। यह एक सॉफ्टवेयर है जो ऑडियो फाइल को कंप्रेस करता है और बाद में उसे डीकंप्रेस भी करता है ताकि वह ठीक से सुनी जा सके। कुछ फाइल प्रकार हमेशा किसी खास कोडेक का उपयोग करते हैं। उदाहरण के लिए, '.mp3' फाइलें हमेशा MPEG लेयर-3 कोडेक का उपयोग करती हैं। अन्य फाइलें, जैसे कि '.wav', विभिन्न कोडेक्स जैसे 'PCM', MPEG3 और कई अन्य कोडेक्स के उपयोग को समर्थित करती हैं।

संक्षेप में, फाइल फॉर्मेट में फाइल की विषय-वस्तु, यानि ऑडियो होता है, जबकि कोडेक मात्र एक कंटेनर है। आइए एक अनुरूपता (एनालॉगी) से इसे समझें। मान लें कि आपके पास एक किताब है जिसमें पाठ्य और रंग-बिरंगे चित्र हैं। आप उसे सादा कागज पर भी प्रिंट कर सकते हैं और चमकदार चिकने कागज पर भी। उसे चमकदार चिकने कागज पर प्रिंट करने से रंग-बिरंगे चित्र ज़्यादा स्पष्ट दिखेंगे। पाठ्य और रंग-बिरंगे चित्र, फाइल फॉर्मेट की विषय-वस्तु हैं। सादा कागज या चमकदार चिकना कागज कोडेक हैं। आइए एक ऑडियो फाइल का ही उदाहरण ले लें। मान लें कि आपके पास एक ऑडियो फाइल है जो लगभग एक घंटे की है। यदि आप उसे इंटरनेट पर स्ट्रीम करना चाहें तो आपको कोई कोडेक, जैसे कि MPEG लेयर-3, की आवश्यकता होगी। इससे, फाइल साइज़ इंटरनेट के लिए उपयुक्त बना दिया जाएगा और स्ट्रीमिंग आसान हो जाएगी।

ओपन (मुक्त) मानक और प्रोप्रायटरी, दोनों प्रकार के सबसे लोकप्रिय फाइल फॉर्मेट इस प्रकार हैं:

1. **वेव (wav):** यह मुख्यतः Windows PC में इस्तेमाल होने वाला मानक ऑडियो फाइल फॉर्मेट है। आमतौर पर इसका इस्तेमाल अनकंप्रिस्ड (PCM), CD-क्वालिटी साउंड फाइलें स्टोर करने के लिए होता है, यानि उनका साइज़ काफी बड़ा हो सकता है (एक मिनट के संगीत के लिए लगभग 10MB)। यह तथ्य थोड़ा कम लोगों को ज्ञात है कि वेव (wav) फाइलों को भी विभिन्न कोडेक्स द्वारा एनकोड करके फाइल साइज़ घटाया जा सकता है (जैसे GSM या mp3 कोडेक्स)।
2. **mp3:** MPEG लेयर-3 फॉर्मेट, संगीत डाउनलोड करने और स्टोर करने का सबसे लोकप्रिय फॉर्मेट है। ऑडियो फाइल के वे हिस्से, जो वास्तव में सुनाई नहीं देते, उन्हें हटा दिया जाता है जिससे mp3 फाइलों का साइज़ कंप्रेस होकर किसी समतुल्य PCM फाइल का दसवां हिस्सा रह जाता है और ऑडियो क्वालिटी भी अच्छी बनी रहती है। इससे फाइल साइज़ काफी घट जाता है। नतीजतन, Mp3 फाइलें इंटरनेट पर स्ट्रीमिंग और स्टोरेज के उद्देश्य से काफी लोकप्रिय हैं।
3. **ogg:** यह एक निःशुल्क, मुक्त स्रोत कंटेनर फॉर्मेट है जो विभिन्न प्रकार के कोडेक्स को समर्थित करता है। इनमें से सबसे लोकप्रिय ऑडियो कोडेक Vorbis है। क्वालिटी की दृष्टि से Vorbis फाइलों को प्रायः MP3 के बराबर माना जाता है।
4. **flac:** यह एक हासहीन (लॉसलैस) कंप्रेशन कोडेक है। लॉसलैस कंप्रेशन किसी फाइल को ज़िप करने जैसा है, बस यह ऑडियो के लिए किया जाता है। यदि आप किसी PCM फाइल को कंप्रेस करके flac में बदल दें और पुनः उसे बहाल करें तो वह मूल फाइल की एक सटीक कॉपी होगी। (यहां जिन अन्य कोडेक्स पर चर्चा की गई है वे सभी हासी (लॉसी) हैं जिसका अर्थ है कि क्वालिटी का एक छोटा सा भाग नष्ट हो जाता है)। यदि इस हास से बचने का विकल्प चुना जाए तो कंप्रेशन अनुपात अच्छा नहीं होगा।
5. **au:** यह Sun, Unix और Java द्वारा इस्तेमाल होने वाला मानक ऑडियो फॉर्मेट है। au फाइलों में ऑडियो या तो PCM के रूप में हो सकता है या फिर उपयुक्त कोडेक्स द्वारा कंप्रिस्ड रूप में।
6. **aiff:** यह Apple द्वारा इस्तेमाल होने वाला मानक ऑडियो फाइल फॉर्मेट है। यह मैक ऑपरेटिंग सिस्टम के लिए wav फाइल जैसा है।
7. **wma:** इस लोकप्रिय Windows Media Audio फॉर्मेट की स्वामी Microsoft है। इसे कॉपी सुरक्षा के लिए Digital Rights Management (DRM) योग्यताओं के साथ डिजाइन किया गया है।
8. **aac:** एडवॉन्स ऑडियो कोडिंग फॉर्मेट, MPEG4 ऑडियो मानक पर आधारित है। इस मानक की स्वामी Dolby है।
9. **ra:** Real Audio फॉर्मेट जिसे इंटरनेट पर ऑडियो स्ट्रीमिंग के लिए डिजाइन किया गया है। .ra फॉर्मेट में फाइलों को सेल्फ-कंटेन्ड रूप में कम्प्यूटर पर स्टोर करने की सुविधा मिलती है, इसमें समस्त ऑडियो डेटा खुद फाइल के अंदर ही निहित रहता है। .ram एक टेक्स्ट फाइल होती है जिसमें वह इंटरनेट पता होता है जहां Real Audio फाइल स्टोर की गई है। .ram फाइल में खुद कोई ऑडियो डेटा नहीं होता है।

कंप्रेशन की आवश्यकता

कंप्रेशन के बारे में बात करते समय हमें रिकॉर्डिंग के दौरान कंप्रेशन और ऑडियो फाइलों को कंप्रेस करने के बीच भ्रमित नहीं होना चाहिए।

आवाज़ या वॉइस की रेंज परिवर्तनशील होती है और कुछ वाद्य यंत्रों के मामले में भी ऐसा ही है। इस परिवर्तनशील रेंज के परिणामस्वरूप, रिकॉर्डिंग करते समय, ध्वनि कई उच्च व निम्न स्तरों से गुजरती है। रिकॉर्डिंग के दौरान कंप्रेशन, अधिकतम स्तरों को नियंत्रित करके और अपेक्षाकृत उच्च औसत लाउडनेस कायम रख कर इन चरम विस्थापनों को घटाता है, परिवर्तनशील रेंज को घटाता है और ध्वनि को पॉलिश करता है। एक ऑडियो ट्रैक को किसी भी प्रकार से विकृत किए बिना उसे सुनने में नैचुरल बनाने के उद्देश्य से उसमें बारीक हेरफेर करने के लिए हार्डवेयर या सॉफ्टवेयर द्वारा कंप्रेशन का उपयोग भी किया जा सकता है। वहीं दूसरी ओर, एक सीमा से ज्यादा कंप्रेस करना ऑडियो को बर्बाद कर सकता है।

यहां हम जिस कंप्रेशन की बात कर रहे हैं वह डेटा कंप्रेशन है। पर कंप्रेशन के दौरान असल में क्या होता है? डेटा कंप्रेशन से मूलतः बिट्स की संख्या घटती है। इसके लिए अनावश्यक दोहराव वाली जानकारी हटा दी जाती है जिससे फाइल का साइज़ घटता है। आपको इंटरनेट पर जितनी भी कमाल की तस्वीरें देखने को मिलती हैं वे सभी अपने मूलरूप में विशाल फाइलें थीं। वेब रिज़ोल्यूशन में कंप्रेस कर देने से फाइल का साइज़ घट जाता है, इसके लिए बड़ी मात्रा में अनावश्यक दोहराव वाली जानकारी (जिसकी आवश्यकता मुख्यतः प्रिंटिंग के लिए होती है) हटा दी जाती है और इससे चित्र कैसा दिखता है इस पर कोई असर नहीं पड़ता है। चित्रों को वेब के अनुकूल बना दिया जाता है जिससे जब आप किसी वेब पेज पर जाते हैं तो वे तेजी से लोड होती हैं।

इसी प्रकार, छोटी, कंप्रैस्ड फाइल अपने लिए स्टोरेज स्थान की आवश्यकता को भी घटाती है, जिससे किसी पोर्टेबल म्यूज़िक प्लेयर या हार्ड ड्राइव पर अधिक संगीत या वीडियो स्टोर करना संभव हो जाता है और इंटरनेट के ज़रिए या स्टोरेज डिवाइसों के बीच फाइलों को अधिक तेजी से ट्रांसफर किया जा सकता है। इसका अर्थ है कि कंप्रेस किए जाने पर फाइल का साइज़ घट जाता है।

कंप्रेशन तकनीकें

कंप्रेशन, फाइल में निहित डेटा को अधिक दक्ष ढंग से व्यवस्थित करके उसका साइज़ घटाने की प्रक्रिया है। ऐसा करके दरअसल हम जानकारी स्टोर करने के लिए इस्तेमाल हुए बिट्स की संख्या घटा रहे होते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आपने किसी Microsoft Word फाइल में अधिक स्पेस देते हुए टैब्स एंटर किया हो, या आपकी फाइल में अनावश्यक या दोहराव वाले शब्द और वाक्यांश हों, तो वह फाइल स्वाभाविक रूप से अधिक स्थान घेरेगी। पर जब आप अवांछित स्पेस और अनावश्यक शब्द और वाक्यांश हटा देते हैं तो फाइल का साइज़ घट जाता है।

इसी प्रकार, यदि उसी Word फाइल में आप हार्ड रिज़ोल्यूशन इमेज प्रयोग करेंगे तो फाइल का साइज़ बहुत अधिक होगा। वहीं दूसरी ओर, अगर आप अपेक्षाकृत छोटी इमेज (जिनके फाइल साइज़ अपेक्षाकृत कम हों) प्रयोग करें तो फाइल के कुल साइज़ में उल्लेखनीय कमी आ जाएगी।

एक और कदम आगे बढ़ते हुए, अगर आप किसी सॉफ्टवेयर का उपयोग करके उसे .zip फाइल में बदल दें, तो उसका साइज़ और घट जाएगा। यहां दरअसल आपने यह किया है कि सारी अनावश्यक जानकारी को हटा कर फाइल साइज़ घटा दिया है। डॉक्यूमेंट को ईमेल से भेजना अब आपके लिए आसान है।

कंप्रेशन दो तरीकों से हो सकता है: हासहीन (लॉसलैस) और हासी (लॉसी)। मान लें कि आपके पास एक अनकंप्रैस्ड .wav फाइल है। आप लॉसलैस और लॉसी विधियों द्वारा उसे अन्य फाइल फॉर्मेट्स में कंप्रेस कर सकते हैं।

लॉसलैस विधि में फाइल साइज़ घटता है पर ऑडियो की क्वालिटी से कोई समझौता नहीं होता है। लॉसलैस कंप्रेशन का उपयोग सामान्यतः तब किया जाता है जब ऑडियो की क्वालिटी बहुत महत्वपूर्ण हो, जैसे कोई म्यूज़िक CD पर।

कंप्रेशन की लॉसी विधि में डेटा कंप्रेशन विधियों का उपयोग किया जाता है जिससे फाइल साइज़ घटता है, पर इसमें बस इतनी जानकारी बनाए रखी जाती है जो उपयोगी हो। इंटरनेट से हम जो mp3 फाइलें डाउनलोड करते हैं वे जबर्दस्त क्वालिटी वाली नहीं होतीं, पर चलते फिरते सुनने के उद्देश्य से हमारे पोर्टेबल प्लेयर्स और मोबाइल फोन्स पर स्टोर करने के लिए वे लगभग उपयोगी होती हैं।

कोई ऑडियो फाइल फॉर्मेट डेटा की जितनी मात्रा अपने पास बनाए रखता है उसे किलोबाइट्स प्रति सेकंड (Kbps) में मापा जाता है (इसे बिटरेट कहते हैं)।

फॉर्मेट कन्वर्ट्स

किसी उद्देश्य विशेष के लिए सही ऑडियो कंप्रेशन चुनना महत्वपूर्ण है। इससे भी अधिक महत्वपूर्ण यह है कि ऑडियो फाइल को किस फॉर्मेट में कन्वर्ट करना चुना गया है। ऑडियो फाइल फॉर्मेट को कन्वर्ट करने के दो तरीके हैं। पहला है हार्डवेयर द्वारा और दूसरा है सॉफ्टवेयर द्वारा।

- **हार्डवेयर द्वारा:** ऑडियो को डिजिटल से एनालॉग में या एनालॉग से डिजिटल में बदलने के लिए इस विधि का उपयोग होता है। उदाहरण के लिए, एनालॉग टू डिजिटल ऑडियो कन्वर्टर (जो टेप/विनाइल टर्नटेबल को डिजिटल ऑडियो फाइलों में बदलते हैं)। कन्वर्टर, एनालॉग ऑडियो प्लेयर के आउटपुट का उपयोग करता है और उसे एक हार्डवेयर में भेजता है जो उसे कन्वर्ट करता है और एक USB इंटरफेस के ज़रिए डिजिटल फाइल प्रदान करता है जिसे सॉफ्टवेयर का उपयोग करके कंप्यूटर पर सेव किया जा सकता है। USB इंटरफेस (कन्वर्टर का आउटपुट) कंप्यूटर से जुड़ा होता है जो इनपुट का कार्य करता है। कंप्यूटर पर मौजूद सॉफ्टवेयर फाइल का डिजिटलीकरण कर देता है और उसे एक डिजिटल फाइल के रूप में प्रदान करता है।

हैं। कन्वर्ज़न की इस विधि का उपयोग तब किया जाता है जब आर्काइवल मैटीरियल एनालॉग फॉर्मेट में (टेप्स पर) हो और उसे साझा करने के उद्देश्य से डिजिटल फॉर्मेट में बदलने की आवश्यकता हो।

- **सॉफ्टवेयर द्वारा:** सॉफ्टवेयर द्वारा कन्वर्ट करने का अर्थ यह है कि आपके पास किसी एक फॉर्मेट में पहले से डिजिटल ऑडियो फाइल है और आप उसे किसी उद्देश्य के लिए किसी दूसरे फॉर्मेट में बदलना चाहते हैं। फाइल फॉर्मेट बदलने का अर्थ है कि हम किसी ऑडियो फाइल को किसी लॉसलैस या लॉसी फॉर्मेट में बदल रहे हैं। अनकंप्रैस्ड ऑडियो फाइल को लॉसलैस या लॉसी मोड का उपयोग करते हुए किसी अन्य फाइल फॉर्मेट में कंप्रेस किया जा सकता है। वहीं दूसरी ओर, जो फाइल पहले से किसी लॉसी फॉर्मेट में कंप्रैस्ड है, उसे अगर किसी अनकंप्रैस्ड फॉर्मेट में बदलेंगे तो भी इससे कोई लाभ नहीं होगा।

किसी अनकंप्रैस्ड फॉर्मेट से लॉसी फॉर्मेट में बदलने पर फाइल का साइज़ और क्वालिटी, दोनों घट जाते हैं, वहीं लॉसलैस फॉर्मेट में बदलने पर फाइल जरा सा ही कंप्रेस होती है पर मूल फाइल की ऑडियो क्वालिटी बची रहती है।

ऑडियो कन्वर्ज़न के लिए बहुत से सॉफ्टवेयर समाधान उपलब्ध हैं, मुफ्त भी और लाइसेंस भी। हमें बस इंटरनेट से उन्हें डाउनलोड करना और कंप्यूटर पर प्रयोग करना है। ऑडियो रिकॉर्डिंग/एडिटिंग सॉफ्टवेयर Audacity ऑडियो फाइल फॉर्मेट कन्वर्टर का भी काम करता है। इस सॉफ्टवेयर का उपयोग करके आप .wav फाइल को mp3 फाइल में तथा सॉफ्टवेयर द्वारा प्रदत्त कई अन्य फॉर्मेट में बदल सकते हैं।

यूनिट 3.2: नामकरण परिपाटी

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. नामकरण परिपाटी का वर्णन करने में
2. प्रोजेक्ट के मिक्स फ़ोल्डर पदक्रम का सविस्तार वर्णन करने में

3.2.1 मिक्स स्टेम और संस्करण नामकरण परिपाटी

हर ऑडियो प्रोजेक्ट में बड़ी संख्या में डिजिटल ऑडियो फाइलें शामिल होती हैं, अतः यह महत्वपूर्ण है कि मिक्स संस्करणों और स्टेम फाइल नामों में, नाम के अंदर ही सारी प्रासंगिक जानकारी हो, ताकि उन्हें एक ही नज़र में आसानी से समझा जा सके। उदाहरण के लिए:

`LH_BodyAndSoul_Master_96k_24b_R01.wav`

ऑडियो फाइल नाम के इस उदाहरण में निम्नांकित जानकारी है और हर जानकारी एक अंडरस्कोर द्वारा अलग की गई है:

- **कलाकार की पहचान (आर्टिस्ट आइडेंटिफायर):** एक 2 से 4 अक्षरों वाला नाम जिसे पूरे प्रोजेक्ट में एकरूपता से प्रयोग किया जाता है। अधिकांश मामलों में इसके लिए कलाकार के नाम के पहले अक्षर प्रयोग किए जाते हैं। इस उदाहरण में "LH" का उपयोग किया गया है।
- **गीत का टाइटल:** कलाकार के प्रथमाक्षरों के बाद गीत का टाइटल या उसका उपयुक्त संक्षिप्तीकरण लिखा गया है। हर शब्द या शब्द-खंड का पहला अक्षर कैपिटल लैटर में लिखें। टाइटल में कोई भी स्पेस, विराम चिन्ह या स्वर विशेषक चिन्ह (एक्सेंट्स) नहीं होते हैं, इसलिए ये नाम यूनिकवर्सल रूप से फाइल कम्पेटिबिल होते हैं। गीत के टाइटल नाम को यदि संभव हो तो 15 अक्षरों से छोटा होना चाहिए। तब टाइटल प्रायः अन्य प्रोग्राम्स द्वारा इम्पोर्ट किए जाने पर काट कर छोटे कर दिए जाते हैं।
- **मिक्स संस्करण या स्टेम का प्रकार:** गीत के टाइटल के बाद, मिक्स या स्टेम आइडेंटिफायर लिखें। ऊपर वाले उदाहरण में यह "Master" है। इसमें भी, हर शब्द या शब्द खंड के पहले अक्षर को कैपिटल लैटर में लिखें ताकि टाइटल में कोई स्पेस न हो।
- **सैंपल रेट:** ऑडियो फाइल जिस सैंपल रेट पर बनाई गई थी उसे मिक्स संस्करण या स्टेम प्रकार के बाद लिखा जाता है।
- **बिट डेप्थ (बिट गहराई):** वह बिट डेप्थ जिस पर ऑडियो फाइल बनाई गई थी।
- **संशोधन संख्या (रिवीज़न नंबर):** एक 2-अंकों वाले रिवीज़न आइडेंटिफायर, जिससे पहले "R" जुड़ा होता है, को सबसे अंत में लिखा जाता है। संख्या जितनी बड़ी होगी, बनाया गया संस्करण उतना ही नया होगा।
- ***फाइल एक्सटेंशन:** आमतौर पर फाइल बनाते समय बना दिया जाता है, यदि आपके पास फाइल एक्सटेंशन दिखाने या छिपाने का विकल्प हो तो उसे हमेशा दिखाने वाली स्थिति में रखना चाहिए। टाइटल में केवल एक पीरियड (फुल स्टॉप वाला बिंदु) प्रयोग करना चाहिए और उसे केवल फाइल एक्सटेंशन से पहले रखना चाहिए।

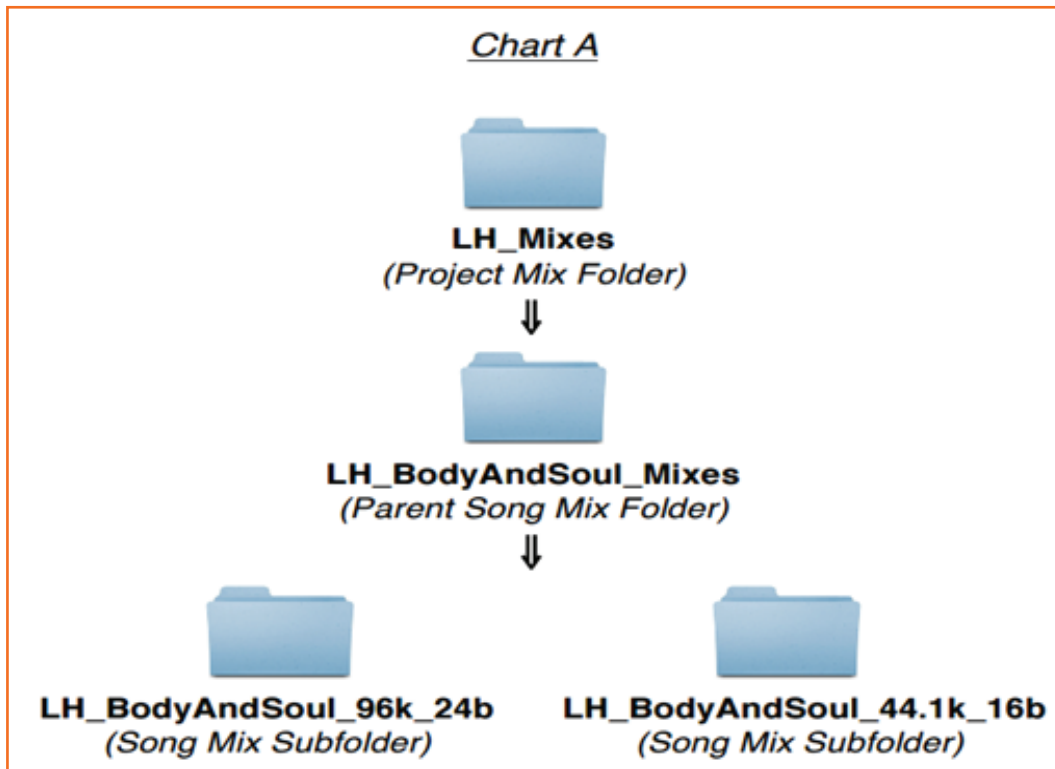
ध्यान दें: फाइल के नाम की कुल लंबाई 255 अक्षरों से अधिक नहीं होनी चाहिए। अमान्य अक्षरों में ये शामिल हैं पर इन्हीं तक सीमित नहीं हैं: / बैकस्लैश, प्रश्न चिन्ह, < लेफ्ट एंगल ब्रेकेट, > राइट एंगल ब्रेकेट, | फॉरवर्ड स्लैश, : कोलन, ; सेमी कोलन, | पाइप, ' सिंगल कोट, " डबल कोट, + प्लस चिन्ह, * एस्टेरिस्क, खाली स्पेस, # पाउंड चिन्ह, % पर्सेंट, & एम्परसैंड, { लेफ्ट ब्रेकेट, } राइट ब्रेकेट, \$ डॉलर चिन्ह, ! विस्मयादि बोधक चिन्ह, @ एट चिन्ह, = ईक्वल चिन्ह।

3.2.2 प्रोजेक्ट का मिक्स फोल्डर पदक्रम

नीचे दिखाया गया चार्ट A, प्रोजेक्ट मिक्स फोल्डर का एक सुझावित फोल्डर पदक्रम दर्शाता है। प्रोजेक्ट मिक्स फोल्डर में प्रोजेक्ट के सारे पेरेंट सॉन्ग मिक्स फोल्डर होते हैं। प्रोजेक्ट के हर गीत के लिए एक पेरेंट सॉन्ग मिक्स फोल्डर बनाया जाता है और प्रोजेक्ट मिक्स फोल्डर में रख दिया जाता है। हर गीत के लिए एक पेरेंट मिक्स फोल्डर होता है। हर गीत के लिए एक से अधिक ऑडियो फाइल सैंपल रेट्स को व्यवस्थित करके रखने के लिए हर पेरेंट सॉन्ग फोल्डर के अंदर अतिरिक्त सॉन्ग मिक्स सबफोल्डर बनाए और रखे जा सकते हैं।

सभी फोल्डरों को ऊपर दिखाई गई जैसी नामकरण परिपाटी का पालन करना चाहिए। इस फोल्डर नाम में आर्टिस्ट आइडेंटिफायर, गीत का टाइटल और विषय-वस्तु हैं। चूंकि हो सकता है कि फोल्डर की सभी फाइलों के सैंपल रेट और बिट डेपथ समान न हों, इसलिए पेरेंट फोल्डर के टाइटल में सैंपल रेट और बिट डेपथ नहीं जोड़े जाते हैं।

ध्यान दें: एक ही गीत के भिन्न संस्करणों (जैसे वलीन या एक्सप्लिसिट) को अलग-अलग टाइटल मानना चाहिए और उनके पेरेंट फोल्डर अलग-अलग होने चाहिए। गीत के इस संस्करण के लिए जो भी नए मिक्स या स्टेम हों उनके साथ, एकसमान मिक्स और/या स्टेम की जो भी कॉपियां हों उन्हें उस टाइटल के पेरेंट फोल्डर में कॉपी कर देना चाहिए और तदनुसार उनका नामकरण कर देना चाहिए।



चित्र 3.2.1: प्रोजेक्ट मिक्स फोल्डर पदक्रम

यूनिट 3.3: भंडारण एवं पुनः प्राप्ति

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. डेटा बैक-अप तकनीकों का वर्णन करने में।
2. विभिन्न स्टोरेज डिवाइस के ज्ञान में।

3.3.1 डेटा बैक-अप की तकनीकें

ऑडियो फाइलें किसी भी रेडियो स्टेशन का केंद्र होती हैं। इन महत्वपूर्ण फाइलों को खो देने से प्रसारण रुक सकता है। महत्वपूर्ण फाइलें अक्सर डिलीट हो जाती हैं, अधिकतर मामलों में ऐसा गलती से होता है। हालांकि, यदि कोई फाइल इस तरह खो जाए तो उसे दोबारा बनाने में बहुत लंबा समय, ऊर्जा और धन खर्च होगा। किस्मत से, हमारे पास इस्तेमाल हो रही सभी फाइलों का बैकअप बनाने का विकल्प मौजूद है। बैक-अप, मौजूदा फाइलों की कॉपी करके भावी उपयोग के लिए उन्हें स्टोर कर देने को कहते हैं।

फाइलों को बैकअप करना उनका बीमा कराने जैसा है। जब हमारा सिस्टम क्रैश हो जाता है या कोई गलती से किसी फाइल को डिलीट कर बैठता है तो बैकअप फाइलें हमेशा ही उपयोगी सिद्ध होती हैं।

चौबीसों घंटे ऑन एयर रहने वाले रेडियो स्टेशन के लिए, बैकअप योजना होना बहुत ही ज़रूरी है। हर अच्छे रेडियो स्टेशन के पास निश्चित रूप से बैकअप योजना होगी। बैकअप योजना निम्नांकित कारकों पर निर्भर होती है:

- **डेटा का महत्व:** यहां हम बार-बार यही कहेंगे कि ऑडियो फाइलें रेडियो स्टेशन के काम का केंद्र होती हैं। सभी ऑडियो फाइलें महत्वपूर्ण हैं। हालांकि, कुछ फाइलें प्राथमिकता की दृष्टि से दूसरों से अधिक महत्वपूर्ण होती हैं। म्यूज़िक लूप और साउंड इफेक्ट महत्वपूर्ण होते हैं (और उनका बैकअप भी ज़रूरी होता है), पर वे लम्बे समय तक प्रयोग हो सकने वाले कार्यक्रमों से तो कम ही महत्वपूर्ण होते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आपके पास किसी राष्ट्रीय नेता की जीवनी पर कोई कार्यक्रम हो, तो आप उसे भविष्य में उपयोग के लिए भी बैकअप करना चाहेंगे।
- **डेटा स्वयं:** आपके लिए किस प्रकार का डेटा महत्वपूर्ण है? क्या आपके एडिटिंग सॉफ्टवेयर से प्राप्त प्रोजेक्ट फाइलें, या फिर अनकम्प्रेस्ड फॉर्मेट में केवल आउटपुट फाइलें या फिर केवल वे mp3 फाइलें जो आप अंततः प्रसारण के लिए प्रयोग करते हैं? बैकअप योजना बनाते समय डेटा का भी ध्यान रखें।
- **बदलाव की बारंबारता:** डेटा कितनी बार बदलता है? उदाहरण के लिए, CR नीति आपके लिए यह आवश्यक करती है कि आप पिछले तीन महीने के प्रसारण की सारी ऑडियो फाइलों का बैकअप लें। इसका अर्थ है कि आपको उन सभी ऑडियो फाइलों का बैकअप लेना होगा जिनका प्रसारण आपने पिछले 90 दिनों में किया है।
- **बैकअप उपकरण:** आपकी बैकअप योजना आपके पास उपलब्ध उपकरण के प्रकार पर भी काफी हद तक निर्भर करती है। बैकअप योजना कार्यान्वित करने के लिए आपके रेडियो स्टेशन के पास किस प्रकार का मीडिया है?
- **बैकअप समय-सारणी:** आपको कितने अंतराल पर बैकअप करने की आवश्यकता होगी? रोज़ाना, हफ्ते में दो बार, हफ्ते में एक बार, दो हफ्ते में एक बार या महीने में एक बार? रेडियो स्टेशनों के लिए रोज़ाना बैकअप लेना अच्छा रहता है।

मोटे तौर पर, बैकअप को निम्नवत वर्गीकृत किया जा सकता है:

1. **दैनिक बैकअप:** जैसा कि नाम से स्पष्ट है, हम दैनिक आधार पर प्रोजेक्ट फाइल या उनके आउटपुट्स का बैकअप ले सकते हैं।
2. **इन्क्रिमेंटल बैकअप:** यदि समय के साथ-साथ एक ही फाइल/कार्यक्रम बदलता जाता है, तो सबसे नया संस्करण पिछले संस्करण का स्थान ले लेता है। उदाहरण के लिए, यदि आप आज सूचना का अधिकार (RTI) पर कोई कार्यक्रम बनाएं और उसका बैकअप लें, तो चार साल बाद कानून और कार्यक्रम में किए गए बदलाव, पिछली फाइल का स्थान ले लेंगे। इसका अर्थ यह होगा कि अब आप अपने कार्यक्रम के एक अधिक नये संस्करण का प्रसारण कर रहे होंगे।

3. **कॉपी बैकअप:** किसी प्रोजेक्ट/फाइल में बदलाव हुआ हो या न हुआ हो, भावी उपयोग के लिए उसका बैकअप कर लिया जाता है। RTI वाले कार्यक्रम का पिछला उदाहरण लें। हो सकता है आपने तीन साल पहले एक कार्यक्रम बनाया हो और उसकी फाइल का बैकअप ले लिया हो। जब आप नया कार्यक्रम बनाएंगे तो हो सकता है कि आप उसी प्रोजेक्ट फाइल का उपयोग करें पर उसे किसी अलग नाम से सेव करें। इस मामले में, आपके पास तीन साल पहले बनाए गए कार्यक्रम का भी बैकअप होगा और सबसे नये वाले का भी।

हम कंप्यूटर पर ही किसी अलग फोल्डर में बैकअप ले सकते हैं या किसी अलग मीडिया पर बैकअप ले सकते हैं। कंप्यूटर पर ही किसी अलग फोल्डर में बैकअप लेना वैसे तो सुविधाजनक है, पर अगर कंप्यूटर की हार्ड डिस्क क्रैश हो गई तो हमारा सारा डेटा नष्ट हो जाएगा। इसलिए बाह्य मीडिया स्टोरेज पर फाइलों का बैकअप लेना हमेशा समझदारी भरा विकल्प माना जाता है।

तो बैकअप समाधान का चयन कैसे किया जाता है? इन कारकों पर विचार करें:

- **क्षमता:** दैनिक आधार पर आपको कितनी मात्रा में डेटा का बैकअप लेने की आवश्यकता है? एक महीने या एक साल के लिए कितना स्थान चाहिए होगा?
- **बारंबारता:** आपको कितने अंतराल पर बैकअप करने की आवश्यकता होगी?
- **पुनः प्राप्ति की गति:** आप डेटा कितनी तेजी से पुनः प्राप्त (रिट्रीव) कर सकते हैं? इससे वह स्टोरेज डिवाइस तय होगी जिस पर आप बैकअप लेंगे।
- **लागत:** स्पष्ट रूप से यह एक निर्णायक कारक है, विशेष रूप से सामुदायिक रेडियो स्टेशनों के लिए।

3.3.2 स्टोरेज डिवाइस

स्टोरेज डिवाइस वे डिवाइस हैं जो जानकारी स्टोर कर सकते हैं और हार्डवेयर इंटरफेस का उपयोग करते हुए जानकारी तक पहुँचने और उसे पुनः प्राप्त करने के लिए किसी सिस्टम को सहयोग दे सकते हैं। स्टोरेज डिवाइस एक भौतिक उपकरण है जो डेटा/जानकारी रख सकता है। जानकारी में ऐसा कुछ भी हो सकता है जिसे इलेक्ट्रॉनिक रूप में स्टोर किया जा सकता है: सॉफ्टवेयर प्रोग्राम, सोर्स कोड, छवियाँ, ऑडियो या वीडियो फाइलें, ऑफिस डॉक्यूमेंट्स, स्प्रेडशीट नंबर्स और कई अन्य प्रकार की फाइलें। मास-स्टोरेज डिवाइस आमतौर पर फाइलों में जानकारी स्टोर करते हैं। फाइल सिस्टम यह परिभाषित करता है कि स्टोरेज मीडिया में फाइलों को किस प्रकार व्यवस्थित किया जाएगा।

जब बड़ी मात्रा में डेटा को स्टोर करने/एक जगह से ट्रांसफर करके दूसरी जगह पुनः प्राप्त करने की ज़रूरत होती है तब और हार्डवेयर इंटरफेस का उपयोग करते समय स्टोरेज डिवाइस का उपयोग किया जाता है।

बुनियादी रूप से तीन प्रकार के पदार्थ स्टोरेज डिवाइस का काम करते हैं:

1. **मैग्नेटिक (चुंबकीय):** सभी हार्ड डिस्क, स्टोरेज टेप आदि मैग्नेटिक प्रकार के पदार्थ हैं।
2. **ऑप्टिकल (प्रकाशिक):** CD, DVD, Blu-ray डिस्क आदि ऑप्टिकल इंटरफेस का उपयोग करके चलते हैं और डेटा पुनः प्राप्त करते हैं। इन्हें ऑप्टिकल स्टोरेज डिवाइस कहा जाता है।
3. **सॉलिड स्टेट (अचल/ठोस अवस्था):** सभी मेमोरी स्टिक (पेन ड्राइव), फ्लैश कार्ड, मेमोरी कार्ड आदि सॉलिड स्टेट स्टोरेज डिवाइस हैं।

मैग्नेटिक स्टोरेज डिवाइस

ये डिवाइस मैग्नेटाइज़्ड डॉट्स (चुंबकीय बिंदुओं) के रूप में सारी जानकारी/डेटा स्टोर करते हैं। ड्राइव में लगे छोटे-छोटे इलेक्ट्रोमैग्नेट (विद्युतचुंबक) इन बिंदुओं का निर्माण करते हैं, उन्हें पढ़ते हैं और उन्हें मिटाते भी हैं। मैग्नेटिक स्टोरेज डिवाइस या तो हार्ड डिस्क हो सकती हैं (फिक्स्ड या निकाली जा सकने वाली) या फिर मैग्नेटिक टेप भी हो सकते हैं।

फिक्स्ड मैग्नेटिक स्टोरेज डिस्क वे हैं जो कंप्यूटरों के अंदर लगी होती हैं। वे कंप्यूटर की मुख्य स्टोरेज डिवाइस का कार्य करती हैं। इन डिस्क पर डेटा स्टोर करने, उस तक पहुँचने और पुनः प्राप्त करने का कार्य आश्चर्यजनक गति से किया जा सकता है। इनकी क्षमता भी आश्चर्यजनक होती है। उदाहरण के लिए आजकल के कंप्यूटरों में 100 GB से 2 टेराबाइट (2000 GB) तक की क्षमता वाली हार्ड डिस्क लगी आती हैं।

ऐसी ड्राइव्स का एक लाभ यह है कि इनसे फाइलों को स्टोर करना और उनका बैकअप लेना बहुत आसान हो जाता है। हालांकि उनका एक नुकसान यह है कि अगर वे क्रैश हो गईं तो सारे का सारा डेटा हमेशा के लिए हाथ से निकल जाएगा।

पोर्टेबल हार्ड डिस्क रिमूवेबल (अलग की जा सकने वाली) प्रकार की होती हैं और उन्हें हम अपने साथ एक स्थान से दूसरे स्थान ले जा सकते हैं। अधिकांश

मामलों में वे USB केबल या फायरवायर केबल के जरिए कंप्यूटर से जुड़ जाती हैं। इनकी क्षमताएं भी काफी अधिक होती हैं और वे विभिन्न प्रकार का डेटा स्टोर करने के लिए प्रयोग की जा सकती हैं।

हार्ड डिस्क का एक बड़ा लाभ यह है कि हम उन पर जानकारी स्टोर कर सकते हैं और कंप्यूटर के रिवच ऑफ हो जाने के बाद भी उन में डेटा स्टोर रहता है। जब कंप्यूटर रिवच ऑन किया जाता है या पोर्टेबल प्रकार की हार्ड डिस्क को कंप्यूटर से जोड़ा जाता है तो कंप्यूटर उसे पहचान लेता है और फाइलें पुनः प्राप्त करने में हमारी मदद करता है।

मैग्नेटिक टेप

इस प्रकार की स्टोरेज, जिसे अक्सर टर्शियरी (तृतीयक) स्टोरेज कहा जाता है, का इस्तेमाल ऐसे विशाल सर्वरों में होता है जहां डेटा का आकार बहुत-बहुत विशाल होता है। रोटेशन पर मिनट (rpm) यानि एक मिनट में चक्करों की संख्या वह प्रमुख कारक है जिससे हार्ड डिस्क का प्रदर्शन निर्धारित होता है। हार्ड डिस्क के घूमने की गति 3600 rpm से 7200 rpm के बीच होती है। डिस्क की दृढ़ता और उच्च गति से घूर्णन के कारण उसकी सतह पर अधिक डेटा स्टोर हो पाता है। तेज घूमने वाली डिस्क में, रीड/राइट हेड तक विद्युतधारा प्रवाहित करने के लिए अपेक्षाकृत छोटे चुंबकीय आवेश (मैग्नेटिक चार्ज) का उपयोग किया जा सकता है। ड्राइव के हेड भी डिस्क पर डेटा रिकॉर्ड करने के लिए अपेक्षाकृत कम घनत्व वाली विद्युतधारा का उपयोग कर सकते हैं।

ऑप्टिकल स्टोरेज डिस्क

ऑप्टिकल स्टोरेज डिवाइस में डिस्क पर डेटा लिखने और उसे पढ़ने के लिए लेज़र टेक्नोलॉजी का उपयोग किया जाता है। लोकप्रियता के मामले में मैग्नेटिक डिस्क ड्राइव के बाद दूसरा नंबर ऑप्टिकल ड्राइव्स का है। इनमें CD, DVD और Blu-ray डिस्क शामिल हैं।

CD का पूरा नाम कॉम्पैक्ट डिस्क है और यह आज भी व्यापक ऑडियो वितरण का सबसे अधिक सार्वभौमिक रूप से संगत फॉर्मेट है। एक मानक CD-ROM में लगभग 700 मेगाबाइट डेटा आ सकता है और उसे कंप्यूटर की CD ड्राइव और अधिकांश DVD प्लेयर्स में चलाया जा सकता है।

DVD का पूरा नाम डिजिटल वर्सेटाइल डिस्क है। एक मानक VCD में MPEG-1 फॉर्मेट में वीडियो एवं ऑडियो डेटा स्टोर होता है। एक मानक DVD में MPEG-2 फॉर्मेट में डेटा स्टोर होता है। DVD चलाने के लिए DVD प्लेयर या DVD ड्राइव वाला कंप्यूटर चाहिए होता है। DVD एक बेहद उच्च-घनत्व ऑप्टिकल स्टोरेज माध्यम होती है। इसमें VCD की क्षमता से लगभग तीन गुना डेटा आ जाता है। 2½ घंटे लंबी किसी आम फिल्म के लिए दो VCD चाहिए होती हैं। जबकि वही फिल्म केवल एक DVD में आ जाती है। अब आप यह अनुमान लगा सकते हैं कि एक DVD में कितना ऑडियो समा जाएगा।

निम्नांकित तालिका से आपको बाजार में उपलब्ध CD और DVD के प्रकारों की जानकारी मिल जाएगी।

डिस्क	डिस्क प्रकार	डेटा क्षमता	Mp3 ऑडियो
CD	CD-ROM, CD-R, CD-RW	700 MB	80 मिनट
DVD	DVD-ROM, DVD+R, DVD-R, DVD RW	4.7 GB	72 घंटे
	सिंगल लेयर, डबल साइडेड	9.4 GB	140+ घंटे
	डुअल लेयर, सिंगल साइडेड	8.5 GB	120+ घंटे
	डुअल लेयर, डबल साइडेड	17 GB	240+ घंटे

चित्र 3.3.1: CD और DVD के प्रकार

हालांकि ऑप्टिकल डिस्क बाजार में व्यापक रूप से उपलब्ध हैं और लगभग सभी कंप्यूटरों में डेटा लिखने और पढ़ने के लिए ऑप्टिकल डिस्क ड्राइव एवं सॉफ्टवेयर होते हैं, पर धीरे-धीरे इनका स्थान हार्ड डिस्क ड्राइव ले रही है। ऑप्टिकल डिस्क की लोकप्रियता घटने का मुख्य कारण यह है कि वे बहुत नाजुक होती हैं और डिस्क पर आई एक खरोंच भी डेटा की पुनः प्राप्ति असंभव बना देती है। वहीं दूसरी ओर हार्ड डिस्क बहुत मजबूत होती हैं और कहीं अधिक लंबे समय तक डेटा को स्टोर करके रख सकती हैं।

सॉलिड स्टेट स्टोरेज

इन नए किस्म की स्टोरेज डिवाइसों में कोई भी सचल भाग नहीं होता है। Flash मेमोरी और पेन ड्राइव आजकल बहुत आम हैं। Flash मेमोरी का उपयोग डिजिटल कैमरा, डिजिटल कैमकॉर्डर, और मोबाइल फोनों में होता है। Flash मेमोरी पर लिखने/उससे पढ़ने के लिए एक उपयुक्त ड्राइव की आवश्यकता होती है। पेन ड्राइव भी इसी टेक्नोलॉजी का उपयोग करके डेटा लिखते और पढ़ते हैं। वर्तमान में पेन ड्राइव की जानकारी स्टोर करने की क्षमता 32 GB से भी अधिक है। कुछ नई पेन ड्राइव में mp3 प्लेयर भी आ रहा है। पेन ड्राइव को कंप्यूटर से जोड़ने के लिए USB पोर्ट की आवश्यकता होती है।

पेन ड्राइव के कुछ मुख्य लाभ इस प्रकार हैं - वे छोटे आकार की और पोर्टेबल हैं, निकाली/अलग की जा सकती हैं, तेजी से प्रयोग की जा सकती हैं, उच्च स्टोरेज क्षमता के साथ आती हैं और अधिक विश्वसनीय हैं, क्योंकि उनमें कोई भी सचल पुर्जा या भाग नहीं होता है।

अन्य प्रकार की सॉलिड स्टेट डिवाइसों में मेमोरी कार्ड शामिल हैं। मेमोरी कार्ड बहुत से प्रकारों में आते हैं पर हमारे अध्ययन के लिए हम निम्नांकित की जांच-पड़ताल करेंगे:

- **सिक्वियर डिजिटल कार्ड (SD):** SD कार्ड (सिक्वियर डिजिटल कार्ड) एक बेहद छोटा प्लैश मेमोरी कार्ड है जिसे छोटे आकार में उच्च-क्षमता वाली मेमोरी प्रदान करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। SD कार्ड का उपयोग बहुत से पोर्टेबल डिवाइसों में किया जाता है, जैसे डिजिटल वीडियो कैमकोर्डर, डिजिटल कैमरा, हैंडहेल्ड कंप्यूटर, ऑडियो प्लेयर और मोबाइल फोन।
- **SD कार्ड एडेप्टर के साथ miniSD कार्ड:** MiniSD कार्ड या microSD कार्ड निकाले/अलग किए जा सकने वाले प्लैश मेमोरी कार्ड का एक प्रकार है जिसका उपयोग जानकारी स्टोर करने के लिए किया जाता है। SD का पूरा नाम सिक्वियर डिजिटल है, और microSD कार्ड को कभी-कभी µSD या uSD लिखा जाता है। कार्डों का उपयोग मोबाइल फोन में होता है।
- **CompactFlash (CF-I):** CompactFlash (CF) एक प्लैश मेमोरी मास स्टोरेज डिवाइस है जिसका उपयोग मुख्यतः पोर्टेबल इलेक्ट्रॉनिक डिवाइसों में किया जाता है। इसके बाद आए फॉर्मेट्स, जैसे MMC/SD, विभिन्न मेमोरी स्टिक फॉर्मेट्स, और xD-पिक्चर कार्ड ने इसे खासी प्रतिस्पर्धा दी है।
- **मेमोरी स्टिक:** मेमोरी स्टिक एक डिजिटल डेटा स्टोरेज टेक्नोलॉजी है जिसकी स्टोरेज क्षमता 3.5 इंच डिस्क से 10 गुनी तक होती है। मेमोरी स्टिक विभिन्न कॉम्पैक्ट इलेक्ट्रॉनिक डिवाइसों, जैसे डिजिटल कैमरा और कैमकोर्डर के बीच चित्रों, साउंड और अन्य डेटा को साझा करने का एक नया तरीका है। एक AA बैटरी जितनी बड़ी मेमोरी स्टिक 4mb, 8mb, 16mb, 32mb और 64mb क्षमता में उपलब्ध हैं। वे लगभग समान क्षमता वाली अन्य स्टोरेज डिवाइसों, जिनमें स्मार्ट मीडिया और कॉम्पैक्ट प्लैश मेमोरी शामिल हैं, से आकार में छोटी हैं।
- **MultiMediaCard (MMC):** सिक्वियर डिजिटल (SD) MultiMediaCard (MMC) एक मेमोरी कार्ड मानक है जिसका उपयोग सॉलिड-स्टेट स्टोरेज के लिए किया जाता है। MMC का उपयोग ऐसे कई डिवाइसों में किया जा सकता है जो सिक्वियर डिजिटल (SD) कार्ड्स का उपयोग करते हैं। आमतौर पर MMC का उपयोग पोर्टेबल डिवाइस हेतु एक स्टोरेज माध्यम के तौर पर ऐसे रूप में किया जाता है जिसे PC पर प्रयोग हेतु आसानी से निकाला या अलग किया जा सकता है।
- **SmartMedia:** SmartMedia एक प्लैश मेमोरी कार्ड मानक है जिसकी स्वामी Toshiba है। इसकी क्षमता 2 MB से 128 MB की होती है। SmartMedia मेमोरी कार्ड का निर्माण अब नहीं किया जाता है।
- **xD-पिक्चर कार्ड:** xD-पिक्चर कार्ड एक प्लैश मेमोरी कार्ड फॉर्मेट है जिसे पूर्व में Olympus और Fujifilm द्वारा निर्मित डिजिटल कैमरों में प्रयोग किया जाता था। xD-पिक्चर कार्ड में xD का अर्थ एक्स्ट्रीम डिजिटल (eXtreme Digital) से है।



4. डिजाइन कैरेक्टर और एकरूपता सुनिश्चित करना

यूनिट 4.1 - डिजाइन कैरेक्टर - Photoshop पर कार्य करना



MES / N 0502

MES / N 0503

निष्कर्ष



इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्न में सक्षम होंगे:

1. समीक्षा के लिए एक प्रोटोटाइप 2D कार्य उत्पाद/प्री-विजुअलाइज़ेशन तैयार करने में
2. Photoshop सॉफ्टवेयर पर कार्य करने में

यूनिट 4.1: डिजाइन कैरेक्टर - Photoshop पर कार्य करना

यूनिट के उद्देश्य

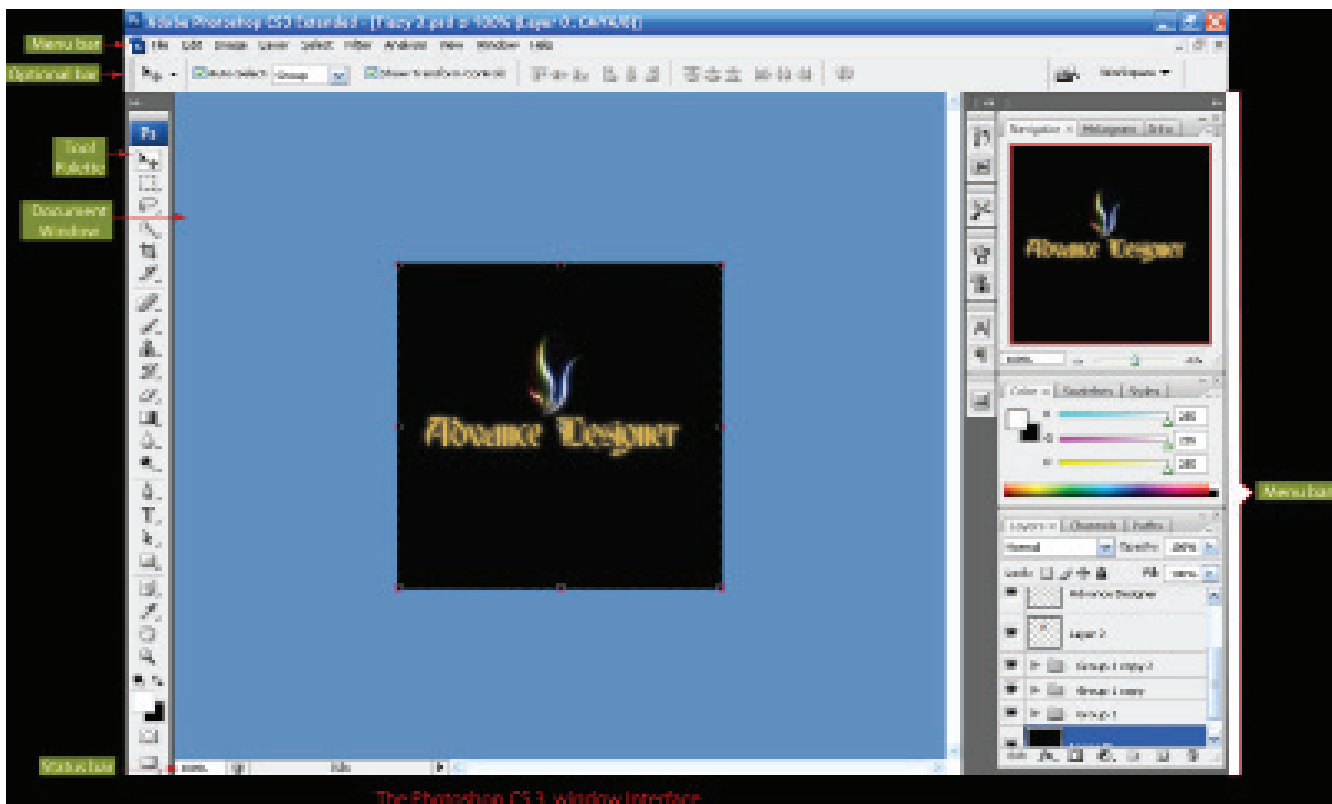


इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. समीक्षा के लिए एक प्रोटोटाइप 2D कार्य उत्पाद/प्री-विजुअलाइज़ेशन तैयार करने में
2. Photoshop सॉफ्टवेयर पर कार्य करने में

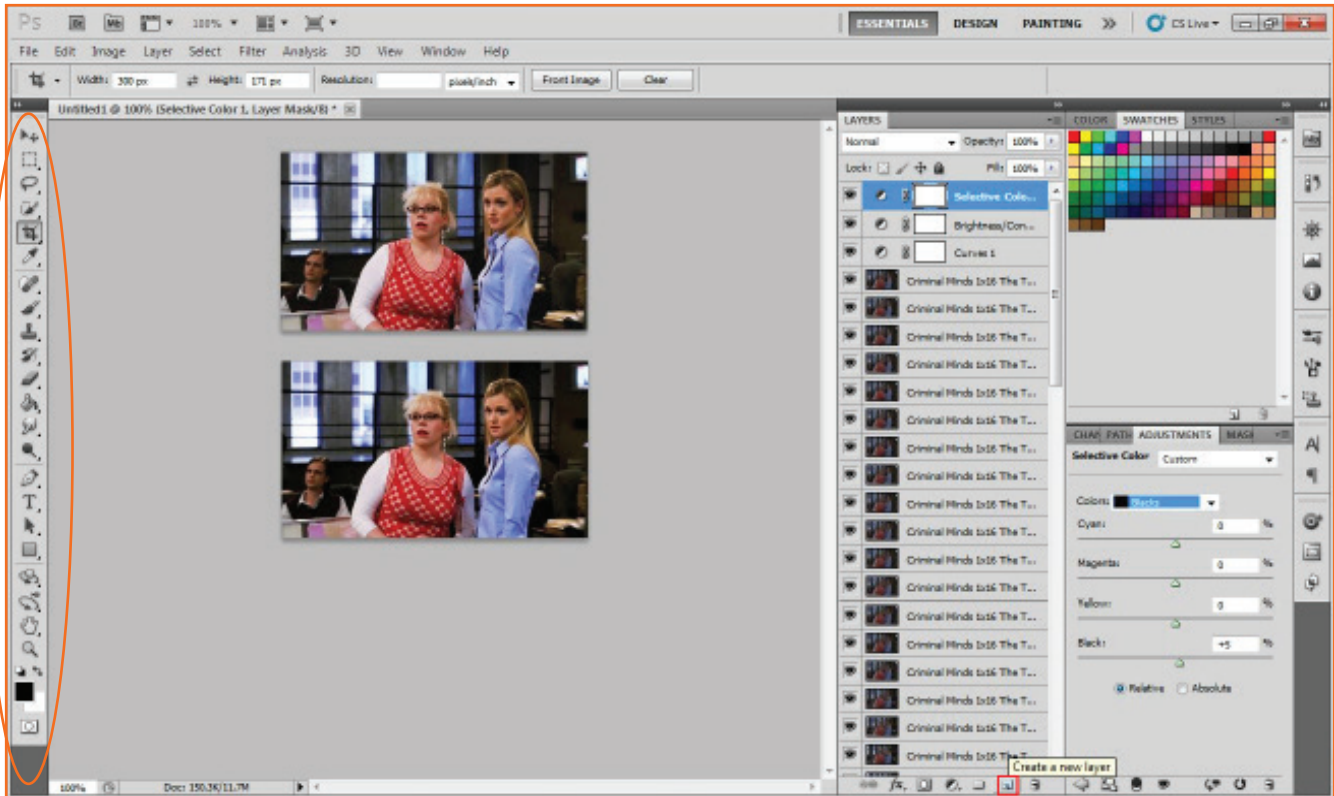
4.1.1 Photoshop टूल बार

स्क्रीन में सबसे ऊपर मेन्यू बार पर विंडो पर क्लिक करें, फिर टूल्स पर क्लिक करें। इससे टूल बार दिखने लगेगी। Photoshop CS3 में टूल बार दो प्रकार से दिखाई जा सकती है नीचे दिए गए चित्र उनके अंतर दर्शाएंगे:



चित्र 4.1.1: Photoshop के विंडो

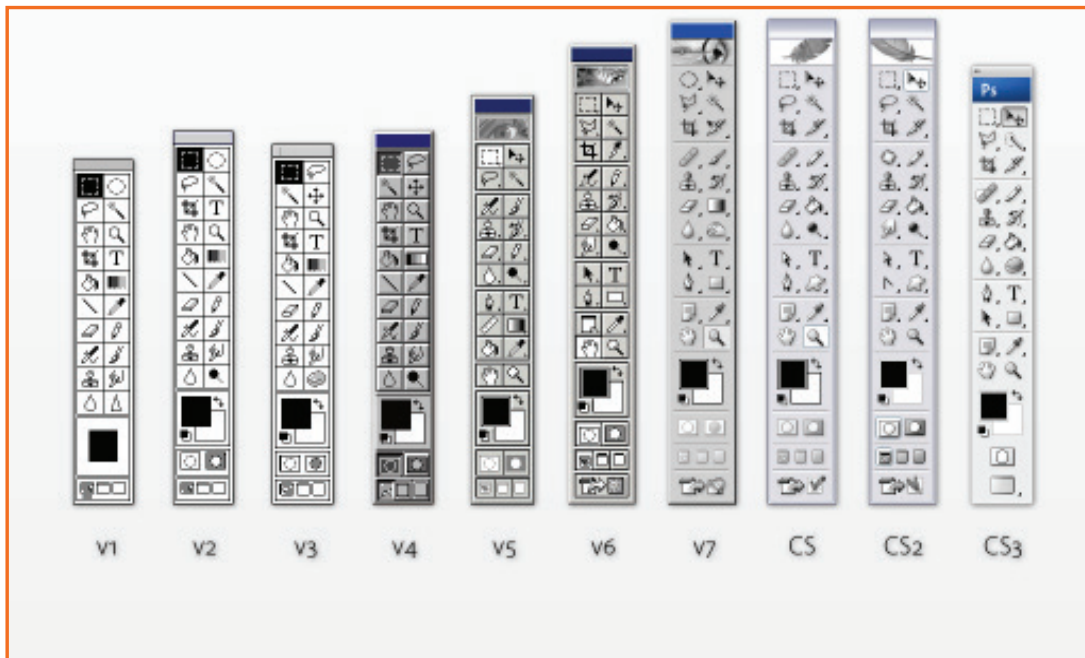
कॉम्पैक्ट टूल बार



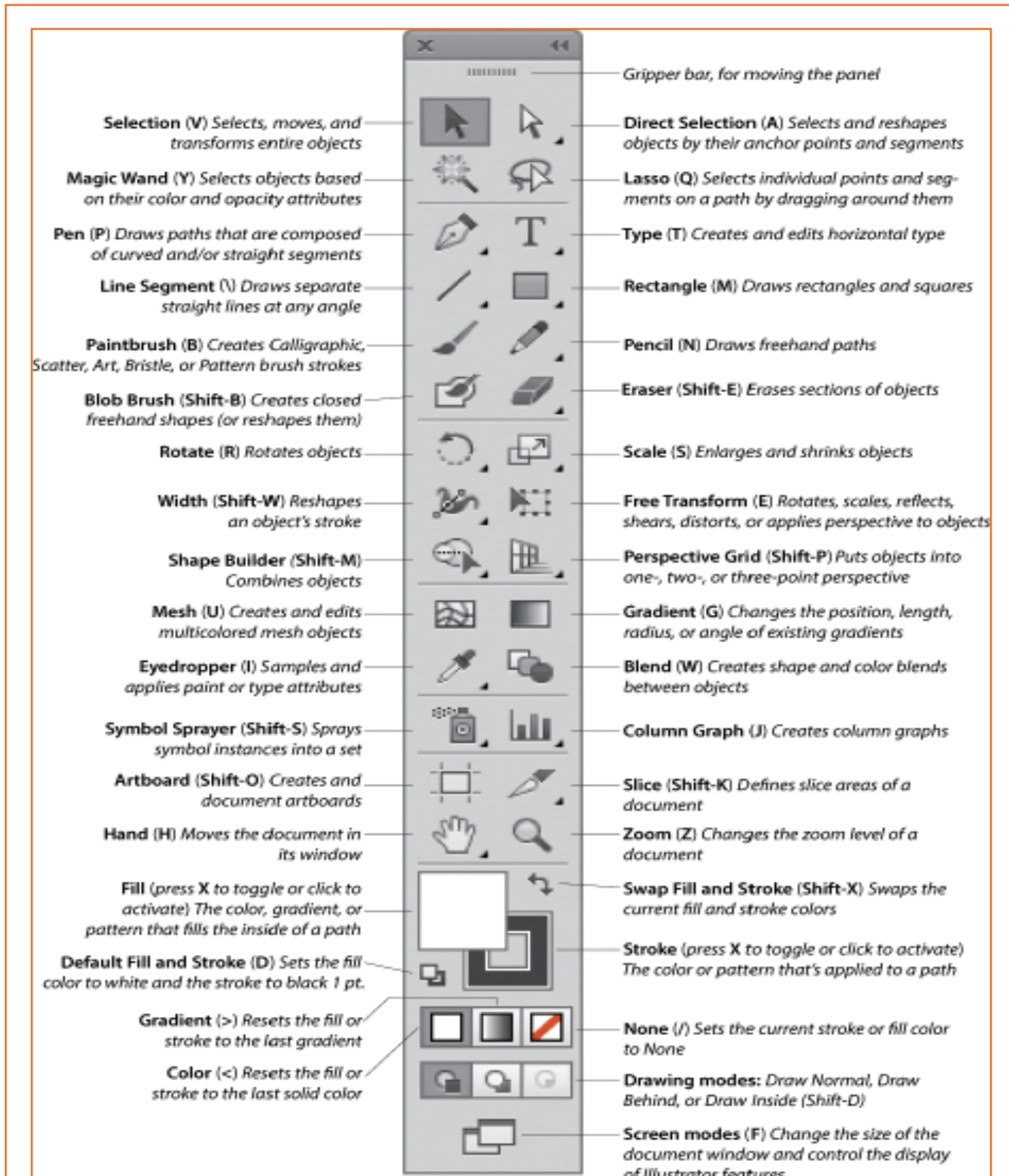
चित्र 4.1.2: कॉम्पैक्ट टूल बार

एक्सटेंडेड टूल बार

टूलबार के ऊपर, बाईं ओर तीरों का एक छोटा सा जोड़ा कॉम्पैक्ट और एक्सटेंडेड प्रदर्शन इंगित करता है:

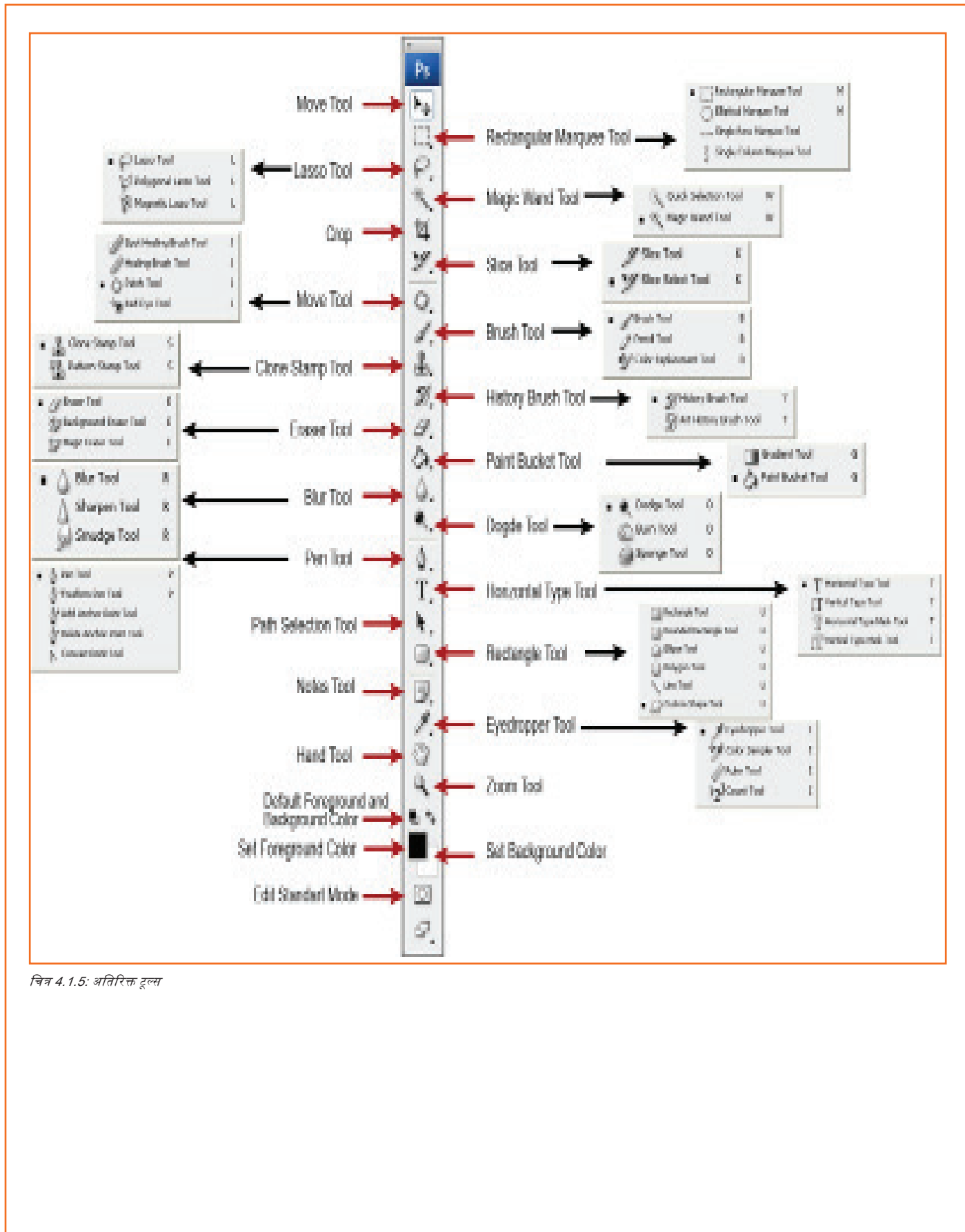


चित्र 4.1.3: एक्सटेंडेड और कॉम्पैक्ट प्रदर्शन



चित्र 4.1.4: टूल के नाम

टूल बार पर मौजूद कई बटनों में एक से अधिक टूल या एक ही टूल के अलग-अलग मोड शामिल होते हैं। उदाहरण के लिए, Lasso टूल में Polygonal टूल और Magnetic Lasso टूल के बटन छिपे होते हैं। नीचे दिए गए चित्र में अतिरिक्त टूल या मोड दर्शाए गए हैं:



चित्र 4.1.5: अतिरिक्त टूल्स

4.1.1.2 टूल पैलेट



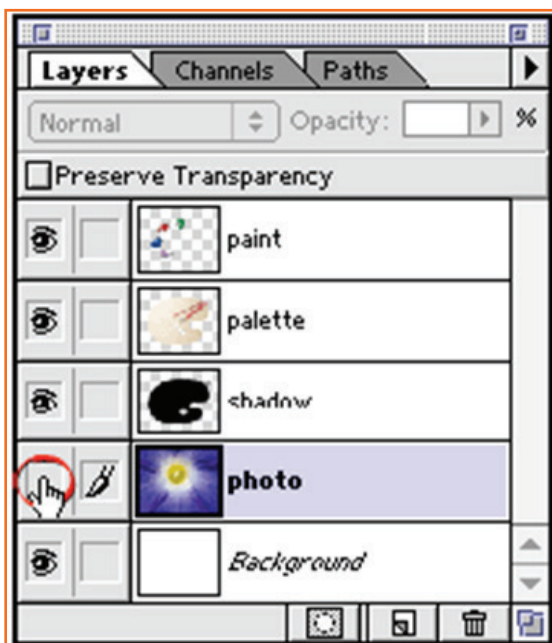
चित्र 4.1.8: टूल पैलेट

1. **टूल जानकारी मेन्यू:** टूल बार मेन्यू में से चुने गए टूल का साइज और उससे संबंधित अन्य विकल्प बदलता है।
2. **History पैलेट:** अपने चरणों को पूर्ववत (अनडू) करें। Photoshop आपकी क्रियाओं के लगभग 30 चरण (स्टेप्स) मेमोरी में रखता है। आप जब चाहें तब मेन ऑप्शन में से हिस्ट्री स्टेप्स की संख्या बदल सकते हैं।
3. **Tool presets:** वर्तमान टूल्स के लिए परिभाषित जानकारी।
4. **Brushes और Clone source:** ब्रश चुनें और विकल्प बदलें। Clone source विकल्पों का उपयोग करें।
5. **Character एवं Paragraph:** टेक्स्ट का साइज़, कलर, फ्रॉन्ट आदि चुनें। अपने टेक्स्ट को अलाइन (संरेखित) करें। स्पेस और अन्य विकल्प बदलें।
6. **Navigator एवं Info:** अपनी स्क्रीन पर इमेज के विभिन्न भागों में/पर जाएं। ज़ूम इन और ज़ूम आउट का नियंत्रण करें। इन्फो के साथ किसी कलर या किसी ऑब्जेक्ट (वस्तु) की सटीक स्थिति पता करें।
7. **Color सलेक्शन:** कोई कलर चुनें या ग्रेडिएंट बनाएं।
8. **Layer पैलेट:** Photoshop की कुछ सबसे शक्तिशाली विशेषताओं में से एक है लेयर्स का उपयोग। Photoshop डॉक्युमेंट में हर लेयर एक अलग इमेज होती है जिसे बाकी लेयर्स से अलग करके एडिट किया जा सकता है। आप लेयर की कल्पना किसी पारदर्शी मैटीरियल की शीट पर रखे किसी चित्र के रूप में कर सकते हैं।

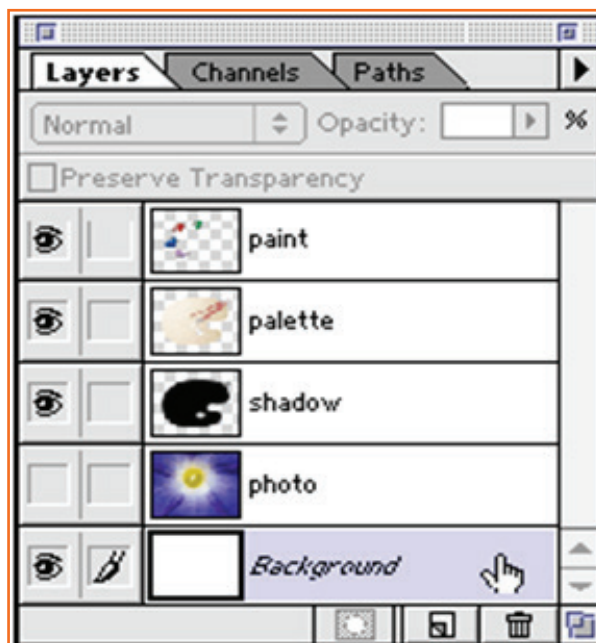
लेयर्स का प्रबंधन Layers पैलेट (ऊपर वाले चित्र में देखें) के साथ किया जाता है। Layers पैलेट हर लेयर का एक छोटा थंबनेल दृश्य दिखाता है जिससे उसे पहचानने में आसानी होती है।

आप लेयर की दृश्यता (विज़िबिलिटी) को ऑन व ऑफ कर सकते हैं और किसी एक भी pixel को स्थायी रूप से प्रभावित किए बिना इमेज की पूरी अपीयरेंस (दिखावट, रूप-रंग आदि) बदल सकते हैं। हर लेयर के बाईं ओर मौजूद ऑंख वाला आइकन उसकी दृश्यता को नियंत्रित करता है। लेयर के ऑंख वाले आइकन (नीचे देखें) पर क्लिक करके लेयर को दृश्य (विज़िबिल) या अदृश्य (हिडन) बना सकते हैं। नतीजे में हमें वही पहले वाला Photoshop डॉक्युमेंट मिलता है, बस एक अपवाद होता है कि उसकी एक लेयर को छिपा दिया गया है जिससे उसके नीचे की सफेद पृष्ठभूमि दिखने लगी है।

किसी लेयर को मिटाने के लिए, Layers पैलेट (नीचे देखें) में उस पर क्लिक करें और खींचते हुए Trash बटन तक ले जाएं। परिणाम नीचे दाईं ओर दिखाया गया है।



चित्र 4.1.3(a): Layers पैनल



चित्र 4.1.3(b): Layers पैनल

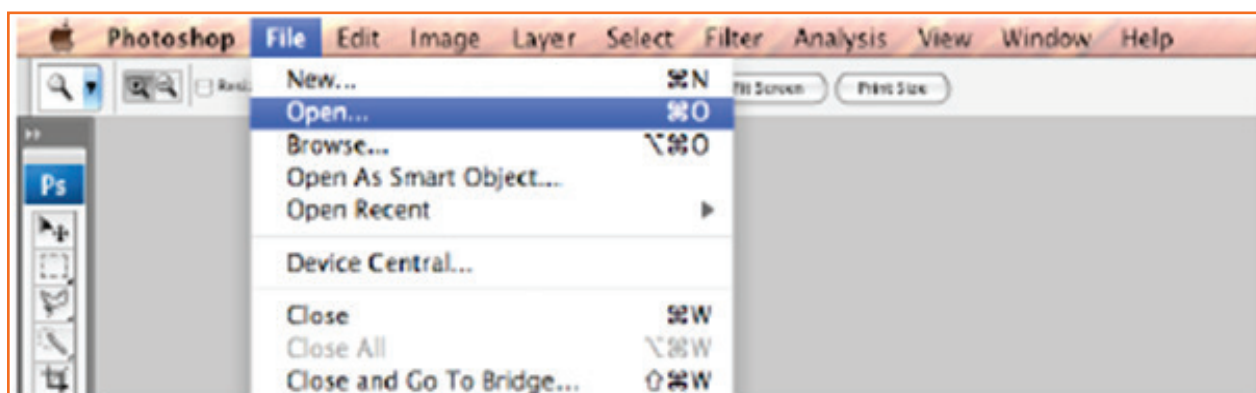
ध्यान दें: डॉक्युमेंट विंडो की दिखावट (अपीयरेंस) में कोई बदलाव नहीं हुआ है। कौन-सी लेयर एक्टिव है यह देखने के लिए हमेशा Layers पैनल को देखें, डॉक्युमेंट विंडो को नहीं।

4.1.1.3 इमेज कैप्चर करना

आप अपनी इमेज में फेरबदल करने के लिए Photoshop का उपयोग कर सकते हैं। आप डिजिटल कैमरा, मोबाइल फोन कैमरा, स्कैनर और/या इंटरनेट से अपनी इमेज इम्पोर्ट कर सकते हैं।

डिजिटल कैमरा: अपने USB डिजिटल कैमरा को कनेक्ट करें और अपनी सारी इमेज अपनी हार्ड ड्राइव में किसी ऐसे फोल्डर में कॉपी कर दें जहां आप बाद में उन्हें ढूंढ सकें। इसके बाद Photoshop में जाएं, File > Open > पर क्लिक करें और जो इमेज आप खोलना चाहते हैं उन तक जाएं।

ध्यान दें: सुनिश्चित करें कि आप संशोधित इमेज को नए नाम से सेव करें, ताकि यदि आप मूल इमेज को दोबारा उपयोग करना चाहें तो वह आपके पास उपलब्ध हो।



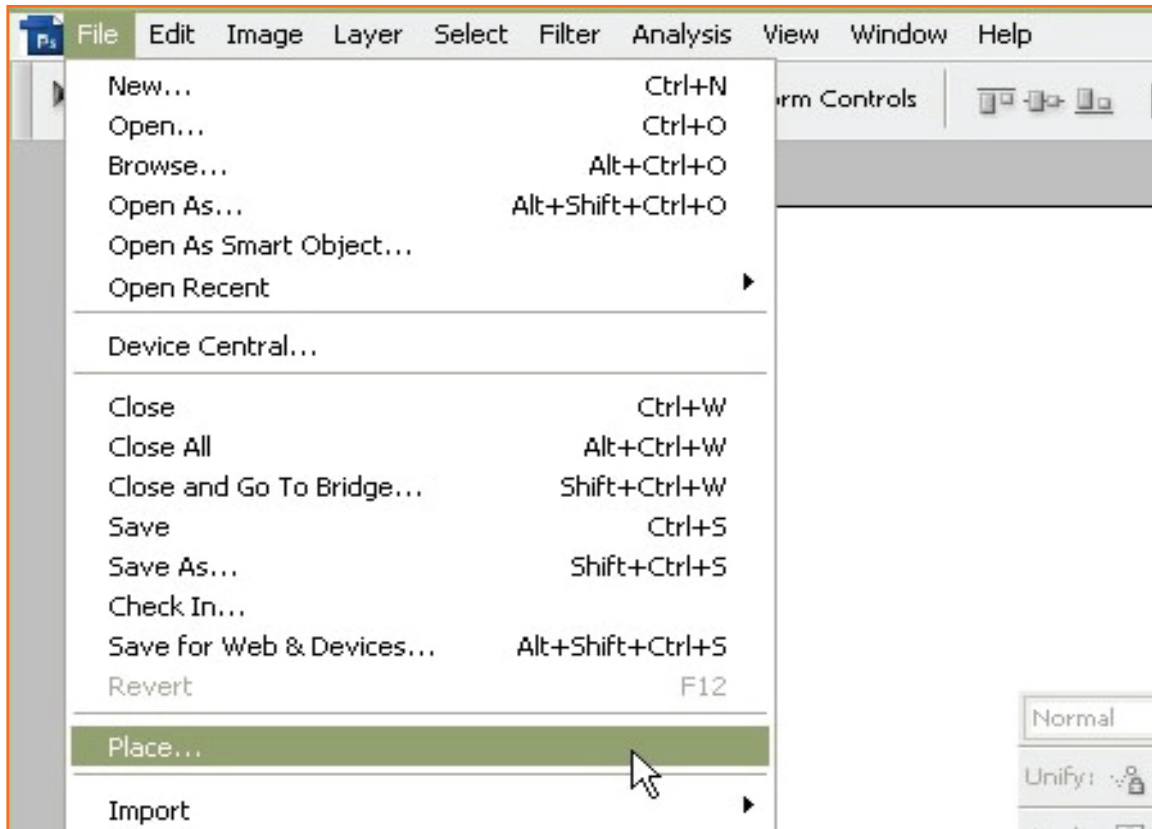
चित्र 4.1.4: इमेज खोलें

मोबाइल कैमरा: USB केबल से मोबाइल फोन के कैमरे को अपने PC / MAC से उसी प्रकार जोड़ें जैसे ऊपर (डिजिटल कैमरा के लिए) बताया गया है।

इंटरनेट से इमेज: इंटरनेट पर अपनी इमेज ढूँढें और उन्हें हार्ड ड्राइव पर किसी फोल्डर में सेव कर लें। सुनिश्चित करें कि आप फोल्डर को कोई ऐसा नाम दें जिससे आप बाद में फोल्डर ढूँढ सकें और अपनी इमेज खोल सकें। (प्रोजेक्ट दिशा-निर्देशों की मदद लें)

अपनी इमेज स्कैन करें: अपनी इमेज को स्कैनर के कॉच की ओर करके रखें और File > Import > में जाएं और स्कैनर स्रोत चुन लें। कुछ मामलों में एक नयी पॉप अप विंडो दिखेगी। यह इस पर निर्भर करता है कि आपके पास कौन-सा स्कैनर है। और आपको अपनी इमेज के पैरामीटरों में फेर-बदल करने की ज़रूरत पड़ेगी।

ध्यान दें: जो इमेज आप प्रिंट क्वालिटी की चाहते हैं उनके लिए: 150-300 dpi चुनो [dot (pixel) per inch] जो इमेज आप स्क्रीन के लिए प्रयोग करना चाहते हैं उनके लिए 72 dpi चुनो।



चित्र 4.1.4: इमेज इम्पोर्ट करना

ऊपर दिखाए गए चित्र में स्कैनर स्रोत से इमेज स्कैन करने के लिए की जाने वाली क्रियाएं दिखाई गई हैं।

4.1.1.4 Photoshop में इमेज को विभिन्न फाइल प्रकारों में सेव करना

Photoshop में आप अपनी फाइलों को विभिन्न प्रकारों में सेव कर सकते हैं। सबसे अधिक जाने-माने फाइल फॉर्मेट निम्नांकित हैं।

- **JPEG:** यह फोटोग्राफिक इमेज स्टोर करने और भेजने का सबसे आम फॉर्मेट है।
- **PSD:** .PSD (Photoshop Document) फॉर्मेट Photoshop में उपलब्ध अधिकांश इमेजिंग विकल्पों के समर्थन के साथ इमेज को स्टोर करता है। इसमें मार्क्स के साथ लेयर्स, कलर स्पेस, ICC प्रोफाइल्स, ट्रांसपेरेंसी, टेक्स्ट, अल्फा चैनल और र्पांट कलर्स, क्लिपिंग पाथ्स, तथा डुऑटोन सेटिंग्स

शामिल हैं। ऐसा कई अन्य फॉर्मेट्स (जैसे .EPS या .GIF) के विपरीत है जो धाराप्रवाह, निर्बाध कार्यशीलता प्रदान करने के लिए विषय-वस्तु को सीमित कर देते हैं। Photoshop की लोकप्रियता का अर्थ है कि .PSD फॉर्मेट का व्यापक उपयोग किया जाता है और अधिकांश प्रतिस्पर्धा सॉफ्टवेयर भी इसे कुछ हद तक समर्थित करते हैं।

- **GIF:** GIF सीमित संख्या में रंगों के साथ पैंने किनारों वाली रेखा कलाकृतियों (जैसे लोगो) के लिए उपयुक्त होता है। इसमें फॉर्मेट के लॉसलैस कंप्रेशन का लाभ उठाया जाता है। यह फॉर्मेट सुपरिभाषित किनारों के साथ एकसमान रंगों वाले क्षेत्रों के अनुकूल है, जबकि इसके उलट JPEG फॉर्मेट, स्मूद ग्रेडिएंट्स तथा अधिक नर्म इमेज के अनुकूल होता है। GIF फाइलों को छोटे-छोटे एनीमेशन और कम रिज़ोल्यूशन वाली फिल्म क्लिप्स के लिए प्रयोग किया जा सकता है।

ध्यान दें: आपको हमारा सुझाव है कि आप अपनी संशोधित इमेज (जिनमें लेयर्स शामिल हैं) को PSD फाइलों के रूप में सेव करें। ऐसा करने से आप जब भी चाहेंगे तब इमेज में या इमेज में मौजूद टेक्स्ट में बदलाव कर पाएंगे।

4.1.1.5 कलर फॉर्मेट

RGB

कलर मॉडल एक एडिटिव कलर मॉडल है जिसमें लाल, हरे और नीले प्रकाश को विभिन्न प्रकार से जोड़ कर ढेर सारे रंग उत्पन्न किए जाते हैं। इस मॉडल को अपना एडिटिव नाम तीन योगज प्राथमिक रंगों, रेड, ग्रीन और ब्लू के पहले अक्षरों से मिला है। आम RGB इनपुट डिवाइसों के उदाहरण हैं रंगीन TV और वीडियो कैमरा, इमेज स्कैनर और डिजिटल कैमरा।

CMYK

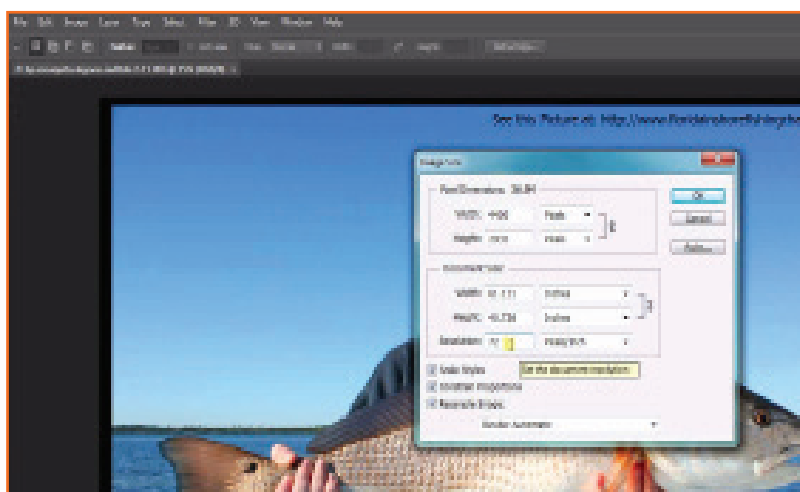
(यह Cyan (नील-हरित), Magenta (बैंगनी-लाल), Yellow (पीला) और Key (काला) का संक्षिप्त रूप है और इसे प्रायः प्रोसेस कलर या फ़ोर कलर भी कहते हैं) यह एक अवकलनी (सबट्रैक्टिव) कलर मॉडल है जिसका उपयोग रंगीन प्रिंटिंग में किया जाता है और खुद प्रिंटिंग प्रक्रिया का वर्णन करने में भी इसका उपयोग किया जाता है। आमतौर पर स्याहियों को संक्षिप्त नाम के क्रम में ही लगाया जाता है, हालांकि अलग-अलग प्रिंट घरानों, प्रिंट ऑपरेटर्स, प्रेस निर्माता और प्रेस रन इस क्रम में बदलाव कर सकते हैं।

4.1.1.6 साइज़ और रिज़ोल्यूशन

अपने प्रोजेक्ट की शुरुआत से ही अपनी फाइलों और फोल्डरों को व्यवस्थित करके रखना बहुत महत्वपूर्ण होता है।

इमेजों को स्क्रीन रिज़ोल्यूशन (72 dpi) में सेव किया जाना चाहिए ताकि आप अपने Flash प्रोजेक्ट के साथ आसानी से कार्य कर सकें। आपका Flash प्रोजेक्ट डिफॉल्ट साइज़ 400 x 550 पिक्सल पर आधारित होगा। इसलिए यदि आपकी इमेज का साइज़ अधिकतम 800x600 पिक्सल हो तो इससे मदद मिलेगी।

- अपनी इमेजों का साइज़ और रिज़ोल्यूशन बदलें
- Photoshop में सबसे ऊपर वाले मेन्यू में इमेज में जाएं और इमेज साइज़ चुनें



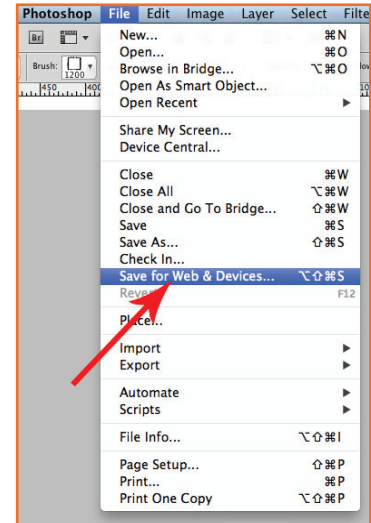
चित्र 4.1.5: साइज़ और रिज़ोल्यूशन बदलें

अब जो विंडो दिखेगी उसमें आप इमेज की विमाएं और रिज़ोल्यूशन बदल सकते हैं। सुनिश्चित करें कि Constrain Proportion बॉक्स में निशान लगा हुआ हो।

4.1.1.6 अपनी फाइलों को Adobe Flash के लिए उपयुक्त बनाना

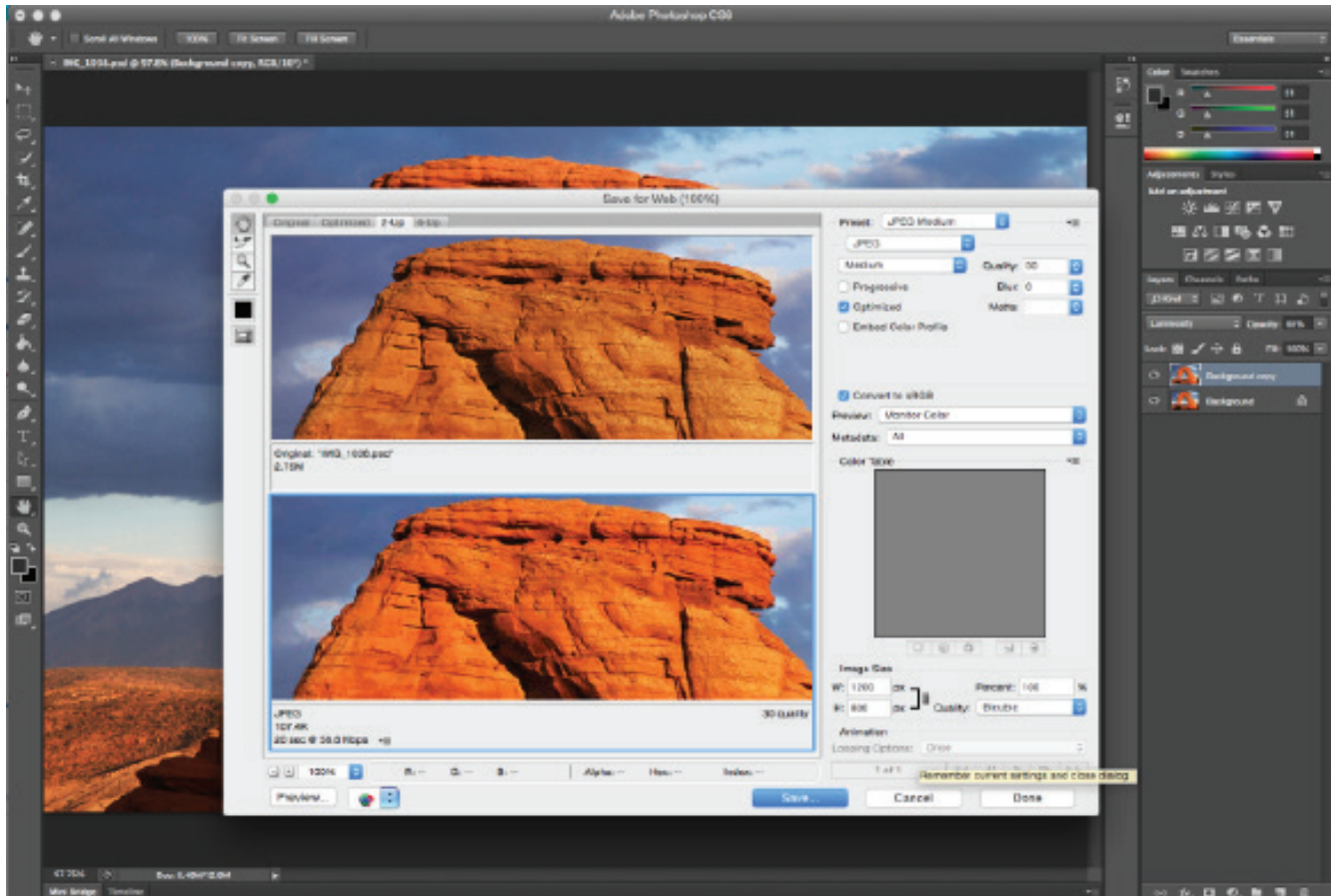
Adobe Flash के लिए अपनी फाइलों को उपयुक्त बनाने और सेव करने के कुछ तरीके मौजूद हैं। आपके लिए एक सरल तरीका यहां दिया जा रहा है।

- जैसा कि हमने ऊपर बताया था, जब आप किसी इमेज को पूरा करते हैं (टेक्स्ट, इफेक्ट आदि), तो आप लेयर्स आदि शामिल करने के लिए उसे .psd फाइल के रूप में सेव करते हैं।
- चूंकि Flash .psd फाइल नहीं खोल पाएगा इसलिए हमें आगे लिखे चरणों का पालन करना होगा।
- सबसे ऊपर वाले मेन्यू बार पर जाएं और File > Save for the web & devices चुनें।



चित्र 4.1.6: फाइल सेव करें

एक नयी विंडो खुलेगी जिसमें कुछ विकल्प होंगे।



चित्र 4.1.7: फाइल सेव करें

दाईं ओर आप चुन सकते हैं कि आप अपनी इमेज के लिए कौन-सा फॉर्मेट चाहते हैं। दो विंडोज में से बाईं वाली में मूल इमेज होगी और दाईं वाली में वह नई इमेज जिसे कलर रिज़ोल्यूशन के अनुसार सेव किया जाएगा।

जब आप कलर रिज़ोल्यूशन चुनें, तो save पर क्लिक करें तथा इमेज को एक नए फोल्डर में सेव करें (प्रोजेक्ट दिशा-निर्देशों को देखें)

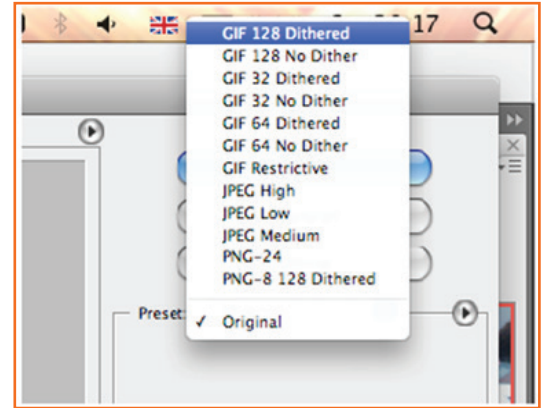
ध्यान दें: यदि आपकी इमेज बैकग्राउंड में ट्रांसपेरेंसी हो तो आपको क्लिक करके ट्रांसपेरेंसी बटन का चयन करना होगा। उसके बाद आपकी इमेज .gif फाइल के रूप में सहेजी जाएगी।

Bitmaps

कम्प्यूटर ग्राफिक्स में एक bitmap या pixmap एक प्रकार की मेमोरी ऑर्गेनाइज़ेशन अथवा इमेज फाइल फॉर्मेट है, जिसे डिजिटल इमेज को स्टोर करने के लिए प्रयोग किया जाता है। bitmap शब्द की उत्पत्ति कम्प्यूटर प्रोग्रामिंग की शब्दावली से हुई है, अर्थात् बिट्स का एक मानचित्र, बिट्स की एक स्थानिक मानचित्रित सारणी। अब, pixmap के साथ, इसका तात्पर्य आमतौर पर पिक्सल्स की एक स्थानिक मानचित्रित सारणी से होता है। Raster इमेज को आमतौर पर bitmaps या pixmaps के रूप में संदर्भित किया जा सकता है, चाहे सिन्थेटिक हो या फोटोग्राफिक, फाइल में हों या मेमोरी में। जैसे कि Photoshop केवल bitmaps का प्रयोग करती है, जो कि डिजिटल कैमरा या स्कैनर जैसे बाह्य स्रोतों की इमेज होती है।

Vector

कम्प्यूटर ग्राफिक्स में इमेज दर्शाने के लिए Vector ग्राफिक्स में जियोमेट्रिकल प्रिमिटिव्स - जैसे कि बिन्दु, रेखाएं, कर्व्स तथा आकृति अथवा पोलिगन(न्स) - का प्रयोग किया जाता है, जो कि गणितीय समीकरणों पर आधारित होते हैं। Vector ग्राफिक्स फॉर्मेट raster ग्राफिक्स के संपूरक होते हैं। raster ग्राफिक्स, जो कि पिक्सल की एक सारणी के रूप में इमेज का निरूपण करते हैं, जिन्हें आमतौर पर फोटोग्राफिक इमेज के निरूपण हेतु प्रयोग किया जाता है। कई ऐसे अवसर आते हैं जब Vector टूल तथा फॉर्मेट्स के साथ कार्य करना सबसे अच्छा होता है, वहीं कई ऐसे अवसर भी आते हैं जब raster टूल तथा फॉर्मेट्स के साथ कार्य करना सर्वोत्तम होता है। कई बार दोनों फॉर्मेट्स का एक साथ भी प्रयोग किया जाता है। दोनों प्रौद्योगिकियों के लाभों व सीमाओं, तथा दोनों के बीच के संबंध की समझ होने से संभावित तौर पर इन टूल्स का कुशलतापूर्वक एवं प्रभावी तरीके से उपयोग किया जा सकता है। जैसे कि Flash एवं Illustrator, दोनों में bitmaps एवं vector इमेज, का प्रयोग किया जा सकता है।



चित्र 4.1.8: फाइल सेव करें

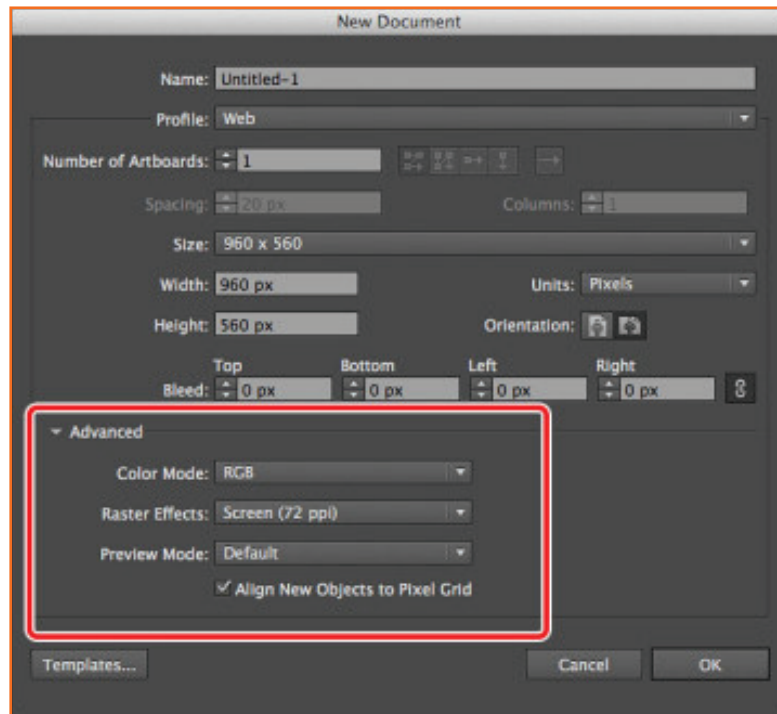


चित्र 4.1.9: Vector

4.1.7 Adobe Illustrator पर कार्य करना

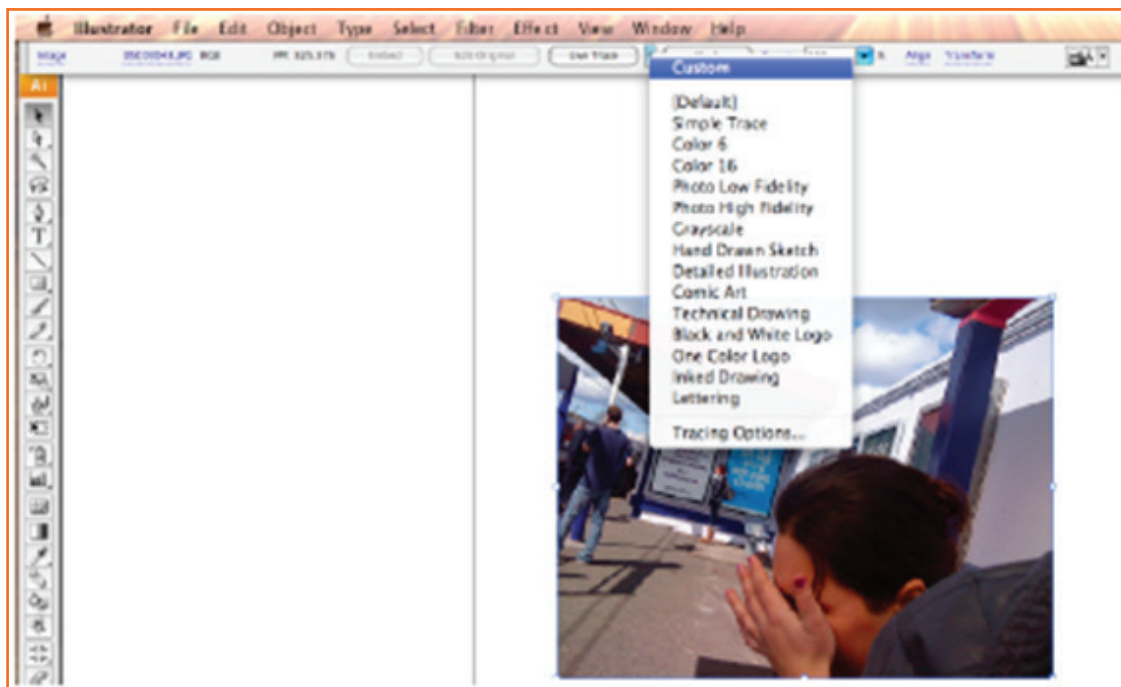
अपने bitmaps को Vector में परिवर्तित कीजिये

Adobe Illustrator खोलें तथा चुनें कि आप किस प्रकार का डॉक्यूमेंट खोलना चाहते हैं। आप हाल ही में खोला गया कोई आइटम को चुन सकते हैं अथवा कोई नई फाइल बना सकते हैं। उपरोक्त चित्र में "print document" सिलेक्ट किया गया है। हम डॉक्यूमेंट स्पैसिफिकेशंस खोलते हैं तथा ok पर क्लिक करते हैं।



चित्र 4.1.10(a): bitmap को Vector में

इसके टूल, पैलेट तथा लेआउट काफी हद तक Photoshop के जैसे ही हैं, लेकिन फिर भी आपके लिए नये होंगे।
टॉप मैन्यू बार पर live trace का विकल्प चुनकर आप अपनी पसंद का live trace विकल्प चुन सकते हैं।



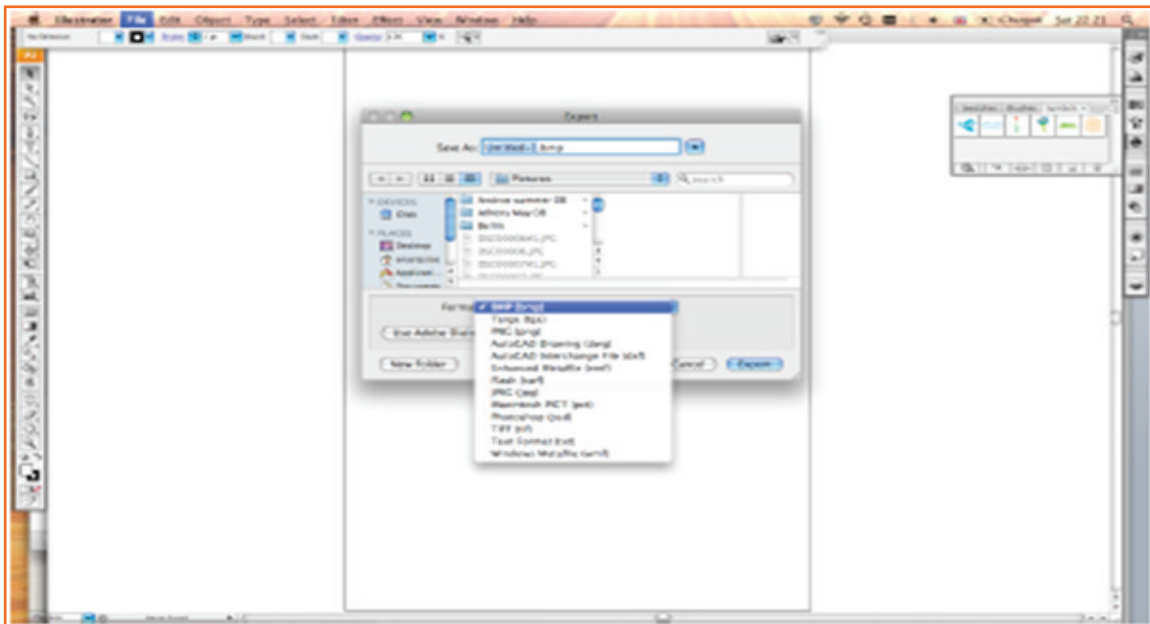
चित्र 4.1.10 (b): bitmap को Vector में

निम्नलिखित उदाहरण में हमने live trace: color 6 चुना है, आप अंतर देख सकते हैं।



चित्र 4.1.11: live trace

ऊपर स्थित इमेज एक bitmap है, तथा नीचे की इमेज एक Vector ग्राफिक है। अब आप निचली इमेज को चुन सकते हैं तथा इसे एक Vector के रूप में प्रयोग करने के लिए इसे Flash में प्रयोग कर सकते हैं, अथवा आप इसे एक *.swf फाइल (Flash मूवी) के रूप में एक्सपोर्ट कर सकते हैं, ताकि आप इसे बाद में Flash में एक Flash मूवी (केवल एक फ्रेम) के रूप में इम्पोर्ट कर सकें।



चित्र 4.1.12: इम्पोर्टिंग



5. कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाये रखना

यूनिट 5.1 कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाये रखना



MES/N 0104

निष्कर्ष



इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्न में सक्षम होंगे:

1. संगठन के वर्तमान स्वास्थ्य, सुरक्षा तथा रक्षा नीतियों एवं प्रक्रियाओं को समझने तथा इनका अनुपालन करने में।
2. अपने व्यवसाय से जुड़ी सुरक्षित कार्य पद्धतियों को समझने में।
3. स्वास्थ्य एवं सुरक्षा से संबंधित सरकारी नियमों एवं नीतियों को समझने में, जिनमें बीमारी, दुर्घटना, आगज़नी या परिसर खाली कराने के लिए आपातकालीन प्रक्रियाएँ भी शामिल हैं।
4. कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा के लिए जिम्मेदार व्यक्तियों का पता लगाने में, जिनमें आपातकालीन स्थिति में सम्पर्क किये जाने वाले लोग भी शामिल हैं।
5. सुरक्षा संकेतों, जैसे फायर अलार्म और सीढ़ी, फायर वार्डन स्टेशन, फर्स्ट एड तथा मेडीकल कक्ष जैसे स्थानों का पता लगाने में।
6. आपके कार्यस्थल के ऐसे पहलुओं की पहचान करने में, जो आपके या अन्य लोगों के स्वास्थ्य तथा सुरक्षा के लिए जोखिम बन सकते हैं।
7. एहतियाती उपायों के माध्यम से कार्यस्थल में स्वयं और अन्य लोगों के लिए स्वास्थ्य एवं सुरक्षा सुनिश्चित करने में।
8. स्वास्थ्य, सुरक्षा तथा रक्षा को सुधारने के अवसरों की पहचान तथा विनिर्दिष्ट व्यक्ति से उनकी सिफारिश करने में।
9. व्यक्ति के प्राधिकारों की सीमाओं में बीमारी, दुर्घटनाओं, आग या किसी अन्य प्राकृतिक आपदा जैसे जोखिमों की सुरक्षित तरीके से पहचान करें तथा उन्हें ठीक करने में।

यूनिट 5.1: कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाये रखना

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. एहतियाती उपायों के माध्यम से कार्यस्थल में स्वयं और अन्य लोगों के लिए स्वास्थ्य एवं सुरक्षा सुनिश्चित करने में।
2. व्यक्ति के प्राधिकारों की सीमाओं में बीमारी, दुर्घटनाओं, आग या किसी अन्य प्राकृतिक आपदा जैसे जोखिमों की सुरक्षित तरीके से पहचान करें तथा उन्हें ठीक करने में।
3. कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा के लिए जिम्मेदार व्यक्तियों का पता लगाने में, जिनमें आपातकालीन स्थिति में सम्पर्क किये जाने वाले लोग भी शामिल हैं।

5.1.1 प्रस्तावना

जब इमारत के अन्दर ठहरना सुरक्षित न रहे तो ऐसी स्थिति में आपातकालीन रिक्तीकरण की आवश्यकता होती है। प्रत्येक संगठन में एक खाली कराने की प्रक्रिया होती है। प्रत्येक संगठन में, संगठन परिसर के भीतर ही अथवा संगठन परिसर से बाहर एक सुरक्षित स्थान होता है, जहां पर किसी आपातकालीन रिक्तीकरण की स्थिति में सभी कर्मचारियों को एकत्रित होना होता है। टीम लीडर टीम का नेतृत्व करता है, और उन्हें सुरक्षित स्थान पर ले जाता है। ऐसे मामलों में तुरंत सुरक्षित स्थान पर एकत्र हो जाना बेहद महत्वपूर्ण होता है।

यदि आप उचित समय पर सुरक्षित स्थान पर नहीं पहुंचते हैं, तो आपकी सुरक्षा के लिए जिम्मेदार टीम लीडर आपको खोजने के लिए किसी को भेजेगा। इससे उस व्यक्ति का जीवन खतरे में आ जायेगा।

रिक्तीकरण की स्थितियां

रिक्तीकरण की आवश्यकता वाली आपात-स्थितियों में शामिल हैं:

- आगज़नी
- विस्फोटक
- बाढ़
- भूकंप
- समुद्री तूफान
- बवंडर
- विषाक्त सामग्री का उत्सर्जन
- दंगे/उपद्रव
- कार्यस्थल हिंसा

प्रत्येक कम्पनी के पास होती है:

- एक रिक्तीकरण नीति। सभी टीम लीडरों (TL) की यह जिम्मेदारी होती है कि वे अपने कर्मचारियों को इसके बारे में सूचित करें। आपके टीम लीडर (TL) जब आपको इनके बारे में आपको सूचित कर रहे हों तो आप उनकी बातों को ध्यान से सुनें। असावधानी के कारण जीवन संकट में पड़ सकता है।
- आपात स्थितियों के लिए एक निर्दिष्ट स्थान सुनिश्चित करें कि ये स्थान आपको पता हो।
- विकलांग व्यक्तियों के लिए एक “मित्र प्रणाली (बडीसिस्टम)।” यदि आप किसी व्यक्ति के मित्र (बडी) हैं, तो सुनिश्चित करें कि आपके साथ, आपका मित्र भी परिसर से सुरक्षित बाहर निकल आया हो।



चित्र 5.1.1: रिक्तीकरण की स्थितियां

- **कार्य क्षेत्रों में रिक्तीकरण मार्गों के साथ पलोर प्लाना** सुनिश्चित करें कि आप इसे समझते हों ताकि आवश्यकता पड़ने पर इसका उपयोग कर सकें।
- **एकत्रीकरण स्थाना** रिक्तीकरण के पश्चात आपको इन स्थानों पर एकत्रित होने की आवश्यकता होती है।
- **आवधिक रिक्तीकरण अभ्यास** सुनिश्चित करें कि उन अभ्यासों के दौरान आप सभी बातों पर ध्यान दें। आपको अपना जीवन बचाना है और आप दूसरों का जीवन बचाने में भी सहायक हो सकते हैं।

5.1.2 बनावटी अभ्यास/ रिक्तीकरण

अग्नि सुरक्षा तथा रिक्तीकरण योजनाओं में आपातकालीन स्थितियों में स्टाफ के कर्तव्यों तथा जिम्मेदारियों का वर्णन किया गया है। स्टाफ को इन कर्तव्यों एवं जिम्मेदारियों के बारे में मालूम हो, यह सुनिश्चित करने में सहायता हेतु सतत् प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है। बनावटी आगजनी की स्थिति पैदा करने से कर्मचारियों को इस बात के प्रदर्शन का अवसर मिलता है कि वे अपने उन कर्तव्यों एवं जिम्मेदारियों का सुरक्षित तथा कुशल ढंग से निष्पादन कर सकते हैं। यह उनके लिए यह दिखाने का समय भी होता है कि वे कार्यस्थल सुरक्षा रणनीतियों से परिचित हैं, तथा अपने संरक्षणाधीन व्यक्तियों की सुरक्षा करने हेतु आपके केन्द्र की अग्नि सुरक्षा तथा निर्गमन सुविधाओं का लाभ उठा सकते हैं।

अग्निशमन अभ्यास को एक कृत्रिम आपातस्थिति में कर्मचारियों की प्रतिक्रिया के मूल्यांकन हेतु तैयार किया गया है। वे आपके केन्द्र की अग्नि सुरक्षा/रिक्तीकरण योजनाओं तथा कर्मचारी प्रशिक्षण कार्यक्रमों का भी एक इम्तिहान होते हैं। सभी अग्निशमन अभ्यास सुचारू रूप से नहीं चलते हैं। यदि कर्मचारी तथा प्रबंधन उनसे सीखते हैं तथा अपनी त्रुटियों को सुधारते हैं तो ठीक है, कोई बात नहीं। इसलिए यह महत्वपूर्ण बात है कि हम प्रत्येक बनावटी अभ्यास की समीक्षा की जाए ताकि सामने आने वाली किसी भी समस्या का समाधान किया जा सके। संभवतः अपूर्ण या पुराने पड़ चुके अग्निशमन/रिक्तीकरण योजनाओं के कारण समस्याएं हैं। संभवतः कर्मचारियों को अतिरिक्त प्रशिक्षण प्रदान करने की आवश्यकता है।

अग्निशमन तैयारी योजना के दो प्रमुख अंग निम्नलिखित हैं:

1. एक आपातकालीन कार्रवाई योजना, जिसमें बताया गया हो कि आग लगने की स्थिति में क्या करना है।
2. एक आगजनी रोकथाम योजना, जिसमें बताया गया हो, कि आग लगने से रोकने के लिए क्या करना है।

आपको अपनी तथा अन्य लोगों की सुरक्षा हेतु संगठन द्वारा आयोजित किए जाने वाले अग्निशमन अभ्यास में सहभागिता करनी चाहिए। ये बनावटी अभ्यास आग लगने की स्थिति में संगठन की कार्रवाई योजना तथा सुरक्षा संकेत-चिन्हों को समझने में आपकी सहायता करते हैं।



चित्र 5.1.2: बनावटी अभ्यास

5.1.3 चिकित्सीय आपातकालीन स्थितियां

आपातकालीन स्थितियों के लिए सभी लोग योजना बनाते हैं। इसी वजह से हम अपने पास एक प्राथमिक चिकित्सा किट रखते हैं। जैसे कार्यस्थल पर लोगों को काफी तनाव तथा शारीरिक गतिविधियों से गुज़रना पड़ता है। इसके कारण कुछ चिकित्सीय आपातकालीन स्थितियां उत्पन्न हो सकती हैं। इसलिए बेहतर होगा, कि प्राथमिक चिकित्सा उपायों तथा उन्हें स्वयं व अन्य लोगों पर क्रियान्वित करने के ज्ञान के साथ तैयार रहें। इस मॉड्यूल में आपको यही सूचना प्रदान की जाएगी। ऐसे निर्णायक अवसरों पर की जाने वाली कार्रवाई को समझने के लिए इन चिकित्सीय आपातकालीन प्रक्रियाओं पर ध्यान दें। इन सत्रों के दौरान ध्यान दें। आप स्वयं अपना व अपने मित्रों का जीवन बचाने में सक्षम हो सकते हैं।

5.1.2.1 चिकित्सीय आपातकालीन स्थिति का सामना करना

एक चिकित्सीय आपातकालीन स्थिति एक दुर्घटनात्मक क्षति अथवा एक चिकित्सीय संकट होता है। इसके कुछ उदाहरण निम्नलिखित हैं:

- व्यक्ति सांस नहीं ले रहा है
- स्ट्रोक या हृदयाघात
- तेज़ रक्तस्राव
- आघात
- विषाक्तिकरण
- जलना

एक चिकित्सीय आपातकालीन स्थिति में आपको तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता होती है, कई बार तो आपातकालीन सेवा को बुलाने से पहले भी। इसलिए अपनी स्वयं तथा अन्य लोगों की सुरक्षा हेतु आपको आपातकालीन चिकित्सीय सेवा (EMS) नम्बर ज्ञात होना बेहद ज़रूरी है।

निम्नलिखित कार्य न करें

- पीड़ित व्यक्ति को कुछ खाने या पीने के लिए देना
- पीड़ित व्यक्ति को अवरुद्ध करना।
- पीड़ित व्यक्ति के चेहरे पर किसी प्रकार का द्रव छिड़कना या उड़ेलना।
- पीड़ित व्यक्ति को किसी दूसरे स्थान पर ले जाना (जब तक कि यह पीड़ित व्यक्ति को सुरक्षित रखने का एकमात्र तरीका न हो)।

रक्तस्राव

- एक डायरेक्ट प्रेशर बैंडेज से घाव पर सीधा दबाव डालें।
- रक्तस्राव को धीमा करने के लिए घाव को ऊपर उठाएं।
- रक्तस्राव को कम करने में सहायता करने हेतु आवश्यक होने पर प्रेशर प्वाइंट्स पर अतिरिक्त दबाव डालें।

बेहोशी

- बेहोशी, अर्थात् जब एक संक्षिप्त अवधि के लिए व्यक्ति चेतनाशून्य हो जाये। ऐसा तब होता है जब मस्तिष्क को रक्त प्रवाह अस्थायी तौर पर कम हो जाये।
- एक संक्षिप्त अवधि के लिए चेतनाशून्य होने से फर्श पर गिरने के कारण होने वाली दुर्घटना।
- धीमी नब्ज़।
- पीली, ठंडी त्वचा तथा पसीना आना।

बेहोशी के कारण:

- बहुत कम मात्रा में भोजन तथा द्रव्यों का सेवन करना (निर्जलीकरण)।
- निम्न रक्तचाप।
- निद्रा का अभाव।
- अत्यधिक थकान।

बेहोशी के लिए प्राथमिक चिकित्सा:

- पीड़ित व्यक्ति को पीठ के बल लिटाएं तथा उसकी टांगों को हृदय स्तर से ऊपर उठाएं।
- जांच कर सुनिश्चित करें कि पीड़ित व्यक्ति का वायुमार्ग अवरुद्ध न हो।
- देखें, कि सांस लेने, खांसी करने या हिलने-डुलने जैसी कोई हरकत हो।

- कपड़ों को ढीला करें (टाई, कॉलर, बेल्ट आदि)।
- यदि एक मिनट के अन्दर होश नहीं आता है, तो EMS को कॉल करें।

आघात

जब रक्तवह-तंत्र में कोई कमी आती है, तथा ऊतकों तक पर्याप्त ऑक्सीजन नहीं पहुंचती है, तो आघात लगता है। यदि इस स्थिति का तुरंत उपचार न किया जाए, तो महत्वपूर्ण अंग खराब हो सकते हैं, जिसके कारण अंततः मृत्यु भी हो सकती है। भय और पीड़ा आपके आघात की स्थिति को और भी बदतर बना देते हैं।

आघात के लिए प्राथमिक चिकित्सा:

- पीड़ित व्यक्ति को लिटाए रखें (यदि सम्भव हो)।
- पैरों को 10-12 इंच ऊपर उठाएं, यदि पीठ में क्षति हो या अस्थियां भंग हो तो फिर पैरों को ऊपर न उठाएं।
- शरीर का तापमान संतुलित रखने के लिए पीड़ित व्यक्ति को कवर करें।
- पीड़ित व्यक्ति को पर्याप्त मात्रा में ताजी वायु और खुला स्थान प्रदान करें।
- पीड़ित व्यक्ति यदि उल्टियां करना शुरु कर देता है, तो उसे उसके बाईं तरफ रखें।
- कसे हुए कपड़ों को ढीला करें।

मांसपेशियों में ऐंठन

- ऐंठन को प्रभावहीन करने के लिए प्रभावित मांसपेशी को खींचते हुए सीधा करें।
- ऐंठी हुई मांसपेशी पर दृढ़तापूर्वक मालिश करें।
- प्रभावित स्थान पर नम ऊष्मा का प्रयोग करें।
- ऐंठन यदि फिर भी बनी रहती है, तो चिकित्सीय सहायता लें।
- आराम करें- पीड़ा उत्पन्न करने वाली गतिविधियों एवं क्रियाकलापों से बचें।
- बर्फ का प्रयोग करें- यह पीड़ा और सूजन को कम करने में सहायक होती है।
- कमप्रेसन- इलास्टिक रैप या बैंडेज पहनने से पड़ने वाले हल्के दबाव से सूजन कम होने में सहायता मिल सकती है।
- ऊपर उठाना- प्रभावित अंग को ऊपर उठाकर हृदय के स्तर तक ले जाने से पीड़ा एवं सूजन में कमी आती है।

अस्थिभंग

अस्थि की निरन्तरता में किसी भंगन या दरार को अस्थिभंग कहते हैं।

विस्थापन

किसी जोड़ पर एक या अधिक अस्थियों के स्थान-परिवर्तन को विस्थापन कहते हैं। आमतौर पर यह कंधों, कोहनी, अंगूठे, अंगुलियों, तथा निचले जबड़े में होता है।

विस्थापन एवं अस्थिभंग के लिए प्राथमिक चिकित्सा:

- प्रभावित हिस्से को हिलने-डुलने न दें।
- प्रभावित हिस्से को स्थिर करें।
- कपड़े को एक लटकन (स्लिंग) के रूप में प्रयोग करें।
- बोर्ड को एक लटकन (स्लिंग) के रूप में प्रयोग करें।
- पीड़ित व्यक्ति को सावधानीपूर्वक स्ट्रेचर पर लिटाएं।
- एक चिकित्सक बुलाएं।

5.1.4 प्राथमिक चिकित्सा

प्राथमिक चिकित्सा बॉक्स को सुस्पष्ट रूप से चिह्नित करके ऐसे स्थान पर रखना चाहिए, जहां वह किसी आपातस्थिति में तुरंत मिल सके। ये कार्यस्थल पर किसी भी स्थान से 100 मीटर से अधिक दूर नहीं होना चाहिए। वास्तव में, ये किट किसी वॉश-बेसिन के निकट अथवा किसी पर्याप्त रोशनी वाले स्थान पर होने चाहिए। इनमें रखी जाने वाली चीजों की नियमित जांच की जानी चाहिए तथा उपयोग की जा चुकी वस्तुओं को फिर से भर दिया जाना चाहिये। आमतौर पर एक प्राथमिक चिकित्सा बॉक्स की सामग्रियों का विनियमन कानून द्वारा किया जाता है, जो कि कम्पनी के आकार तथा संभावित औद्योगिक जोखिमों पर निर्भर करता है।

एक सामान्य किट में एक धूलरोधी तथा जलरोधी डिब्बे में निम्नलिखित चीजें शामिल हो सकती हैं:



चित्र 5.1.3: प्राथमिक चिकित्सा बॉक्स

- रोगाणुहीन बैंडेज, प्रेशर बैंडेज, ड्रेसिंग (गेज पैड्स), तथा रिलग्सा इन्हें अलग-अलग लपेटा तथा एक धूलरोधी डिब्बे या बैग में रखा होना चाहिए छोटे-मोटे जलने एवं कटने का उपचार करने के लिए हमेशा ही अलग-अलग आकारों की पर्याप्त मात्रा अवश्य उपलब्ध होनी चाहिए। बैंडेज एवं ड्रेसिंग को बांधने के लिए मेडिकल एडहेसिव टेप (स्ट्रिप प्लास्टर) की भी आवश्यकता होती है।
- घाव को साफ करने के लिए रुई।
- कैंची, चिमटी (स्पिलिंटर के लिए), तथा सेपटी पिना।
- एक आई बाथ तथा आई वॉश बोतल।
- तुरंत उपयोग किए जा सकने वाले एन्टीसेप्टिक सोल्यूशन तथा क्रीम।
- साधारण बिना प्रिस्क्रिप्शन वाली दवाएं जैसे कि एस्पिरिन तथा एन्टैसिड।
- प्राथमिक चिकित्सा उपचार के बारे में जानकारी देने वाली एक बुकलेट या लीफलेट।

प्राथमिक चिकित्सा के लिए कुछ प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है, परंतु अधिकांश स्थानों पर इसकी व्यवस्था करना आसान है। प्राथमिक चिकित्सा के लिए जिम्मेदार व्यक्तियों के नाम तथा स्थान (टेलीफोन नंबर समेत) का विवरण एक नोटिस बोर्ड पर लगाया जाना चाहिए। कर्मचारियों की सहभागिता, विशेष तौर पर आपाकालीन स्थितियों में, की कड़ी सिफारिश की जाती है, तथा प्रत्येक व्यक्ति को चिकित्सीय सहायता प्राप्त करने की प्रक्रिया ज्ञात होनी चाहिए। छोटी स्थापनायें, जिनके पास स्वयं की सुविधाएं नहीं हैं, उन्हें किसी निकट के क्लीनिक या अस्पताल से संपर्क रखना चाहिए, ताकि कोई दुर्घटना घटित होने की स्थिति में चिकित्सीय सहायता प्राप्त करने में अधिक समय न लगे, बेहतर होगा कि यह दूरी 30 मिनट से काफी कम समय की रहे। क्लीनिक या अस्पताल तक जाने के परिवहन की भी पहले से व्यवस्था होनी चाहिए। आवश्यक होने पर एक बाह्य एम्बुलेंस भी बुलाई जा सकती है। स्ट्रेचर उपलब्ध होना भी वांछनीय है।

टिप्पणियां





6. सॉफ्ट स्किल्स एवं संवाद कौशल



- यूनिट 6.1 - सॉफ्ट स्किल्स से परिचय
- यूनिट 6.2 - प्रभावी संवाद
- यूनिट 6.3 - ब्रूमिंग एवं स्वच्छता
- यूनिट 6.4 - व्यावहारिक कौशल विकास
- यूनिट 6.5 - सामाजिक संवाद
- यूनिट 6.6 - सामूहिक संवाद
- यूनिट 6.7 - समय प्रबंधन
- यूनिट 6.8 - रिज्यूमे तैयार करना
- यूनिट 6.9 - साक्षात्कार की तैयारी



निष्कर्ष



मॉड्यूल के अंत में आप निम्नलिखित में सक्षम होंगे:

1. प्रभावी संवाद की कला से परिचित होना।
2. सहकर्मियों तथा उनके परिजनों के साथ प्रभावी तरीके से संवाद स्थापित करने में सक्षम होना।
3. संवाद में विकितीय शब्दावली का प्रयोग करते हुए साथियों/सहकर्मियों के साथ प्रभावी तरीके से संवाद करने में सक्षम होना।
4. स्वास्थ्य एवं स्वच्छता बनाए रखना।
5. अंतर्वैयक्तिक कौशल विकसित करना।
6. प्रभावी सामाजिक संवाद विकसित करना।
7. प्रभावी समय प्रबंधन
8. साक्षात्कार के लिए तैयारी

यूनिट 6.1: सॉफ्ट स्किल्स से परिचय

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. सॉफ्ट स्किल का आधारभूत अर्थ, इसके अवयव तथा इसके लाभों का वर्णन करने में।
2. कार्य मुरतौदी तथा इसके महत्व से अवगत होना।

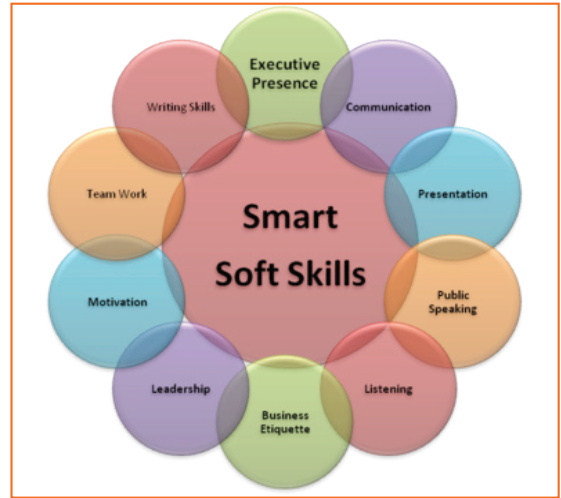
6.1.1 एक सॉफ्ट स्किल्स क्या है?

सॉफ्ट स्किल्स एक प्रकार के व्यक्तिगत गुण होते हैं, जो किसी व्यक्ति की दूसरे व्यक्तियों से संवाद करने की योग्यता को दर्शाते हैं। सॉफ्ट स्किल्स एक शब्द है, जिसका संबंध अक्सर किसी व्यक्ति के EQ, व्यक्तिगत गुणों के समूह, सामाजिक शिष्टता, संवाद भाषाओं, व्यक्तिगत आदतों, मैत्रीपूर्ण तथा आशावादिता से माना जाता है, जो कि दूसरे व्यक्तियों के साथ संबंध को अभिलक्षणित करते हैं। सॉफ्ट स्किल्स किसी व्यक्ति की हार्ड स्किल्स की संपूरक होती हैं, तथा हार्ड स्किल्स किसी नौकरी की व्यावसायिक आवश्यकताएं तथा अन्य कई गतिविधियां होती हैं। इनका संबंध अनुभूतियों, भावनाओं, अंतर्दृष्टि तथा एक आंतरिक ज्ञान से होता है।

सॉफ्ट स्किल्स का इस बात से कोई खास संबंध नहीं होता कि हम क्या जानते हैं, बल्कि इनका संबंध इस बात से होता है, कि हम कौन हैं। इसी प्रकार सॉफ्ट स्किल्स में चारित्रिक अभिलक्षण आते हैं, जो यह निर्धारित करते हैं कि कोई व्यक्ति दूसरों के साथ किस प्रकार से संवाद करता है, तथा ये किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व का एक निश्चित अंग होते हैं।

उदाहरण के लिए – एक चिकित्सक के लिए आवश्यक सॉफ्ट स्किल्स में सहानुभूति, समझ, सक्रिय रूप से सुनना, तथा अच्छी बेडसाइड मैनेर जैसी चीज़ें शामिल हैं।

एक सर्वेक्षण के अनुसार नौकरी की दीर्घकालिक सफलता में 75% योगदान सॉफ्ट स्किल्स तथा 25% योगदान तकनीकी ज्ञान का होता है। प्रोफेशनल तथा व्यक्तिगत जीवन में संतुष्टि तथा प्रसन्नता में भी सॉफ्ट स्किल्स एक बड़ी भूमिका निभाते हैं।



चित्र 6.1.1: सॉफ्ट स्किल्स

6.1.2 सॉफ्ट स्किल्स के अंग

- **अनुकूलन:** यह किसी व्यक्ति के स्वयं को बदलावों के अनुरूप ढालने की योग्यता होती है। इसका संबंध इस बात से है, कि कितनी जल्दी और कितनी सक्षमता से कोई व्यक्ति एक भिन्न परिवेश में घुलने-मिलने तथा प्रोडक्टिव बनने में सक्षम है।
- **भावनात्मक शक्ति:** इसमें भावों को प्रबंधित करना तथा उन पर नियंत्रण करना शामिल है। एक भावनात्मक रूप से सशक्त व्यक्ति अपने भावों एवं भावनाओं जैसे कि क्रोध, निराशा तथा उत्साह को निर्देशित करने में सफल रहता है।
- **नेतृत्व प्रतिभा:** कोई व्यक्ति अपने व्यक्तिगत एवं प्रोफेशनल जीवन में संघर्षों का कैसे सामना करता है, तथा लोगों को अपनी बात पर किस प्रकार से राज़ी करता है, यह उसकी नेतृत्व प्रतिभा को दर्शाता है।
- **टीम में कार्य करने की योग्यता:** यह किसी व्यक्ति की अलग-अलग प्रकार के लोगों को प्रबंधित करने तथा उनसे सामंजस्यपूर्ण कार्य कराने की क्षमता होती है।

- **निर्णय लेना:** यह इस बात को दर्शाता है कि कोई व्यक्ति अपने समय तथा अन्य संसाधनों को कितनी कुशलतापूर्वक तथा उत्पादक तरीके से प्रबंधित करता है।
- **अंतर्व्यक्ति संवाद:** यह किसी व्यक्ति की दूसरे के साथ प्रभावी तरीके से संवाद करने तथा इस प्रक्रिया में अपनी एक सकारात्मक छवि बनाने की प्रक्रिया होती है।
- **मोल-भाव/नैगोशिएशन योग्यता:** यह इस बात का कौशल है कि कोई व्यक्ति दूसरे व्यक्तियों के साथ किस प्रकार से मोलभाव करता है, तथा कार्य, पेशेवर तथा व्यक्तिगत परिवेश में तनाव के स्तर को किस प्रकार से कम करता है।

6.1.3 सॉफ्ट स्किल्स के लाभ

सॉफ्ट स्किल्स के कुछ लाभ निम्न हैं:

- ब्राह्मकों के साथ अधिक विश्वसनीयता।
- अधिक ब्राह्मक संतुष्टि।
- अधिक प्रोडक्टिव कर्मचारी।
- प्रतिस्पर्धा में दूसरों से बेहतर सेवा।
- उद्योगजगत, नियोक्ता तथा साथियों से सम्मान।
- रोजगार के नये अवसर।
- कार्य को निष्पादित करने की अधिक क्षमता।

6.1.4 वर्क रेडीनेस/कार्य मुस्तैदी

नियोक्ता की भाषा में वर्क रेडीनेस का अर्थ है "सही रवैया" होना। बिल्कुल सैद्धान्तिक स्तर पर इसका अर्थ है:

- कार्यस्थल में कुछ दिन व्यतीत करने के प्रति एक सकारात्मक रवैया होना
- दूसरे विद्यार्थियों की सहायता के बिना एक वयस्क कार्य परिवेश में कार्य करने की क्षमता होना
- नियोक्ता के प्रति एक उत्साहपूर्ण रवैया
- किए जाने वाले कार्य में सुरपष्ट रुचि
- वाणिज्यिक लक्ष्य हासिल करने का उद्देश्य रखने वाले एंट्री-लेवल के छात्र द्वारा कार्यस्थल में किए जा सकने वाले कार्य के बारे में उचित उम्मीदें
- पर्यवेक्षणाधीन होने, निर्देशों का पालन करने तथा निर्देशानुसार सुरक्षा उपकरणों को पहनने की इच्छा
- निर्देशों में सुरपष्टता प्राप्त करने के लिए प्रश्न पूछने का आत्मविश्वास
- उपयुक्त व्यक्तिगत प्रेजेंटेशन में गर्व देना
- एक वयस्क कार्य परिवेश में उपयुक्त रूप से संवाद करने की क्षमता
- ब्राह्मकों को अभिरुचीकृति करने तथा नियोक्ता द्वारा अनुशंसित सहायता प्रदान करने की क्षमता
- कार्यस्थल में व्यतीत किए जाने वाले समस्त समय अपनी विश्वसनीयता एवं समयबद्धता बनाए रखने की एक प्रतिबद्धता
- कार्यस्थल अधिगम कार्यक्रम (तर्निंग प्रोग्राम) के लिए एक प्रिपेरेशन तैयार करना, जिसमें OH&S अभ्यास, कार्यस्थल में स्वीकार्य व्यवहार, (बाल सुरक्षा मुद्दों समेत) तथा आपातकालीन सम्पर्क प्रक्रियायें शामिल हों।



चित्र 6.1.2: वर्क रेडीनेस/कार्य मुस्तैदी

अभ्यास 

1. निम्नलिखित में से कौन सी चीज़ें सॉफ्ट स्किल्स का अंग हैं?
 - a) टीम में कार्य करने की योग्यता
 - b) नेतृत्व प्रतिभा
 - c) भावनात्मक शक्ति
 - d) उपर्युक्त सभी
2. एक सर्वेक्षण के अनुसार नौकरी की दीर्घकालिक सफलता में _____ योगदान सॉफ्ट स्किल्स का होता है और _____ योगदान तकनीकी ज्ञान का।
 - a) 25%, 75%
 - b) 75%, 35%
 - c) 75%, 25%
 - d) 35%, 75%
3. सॉफ्ट स्किल्स के क्या लाभ हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

यूनिट 6.2: प्रभावी संवाद

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. सार्वजनिक संभाषण में।
2. कक्षा में पांच मिनट में अपनी पसंद और नापसंद का वर्णन करने में।
3. किसी दूसरे व्यक्ति के साथ एक वार्तालाप के दौरान आधारभूत शिष्टाचार दर्शाने, संकोच दूर करने आदि में।

6.2.1 प्रस्तावना

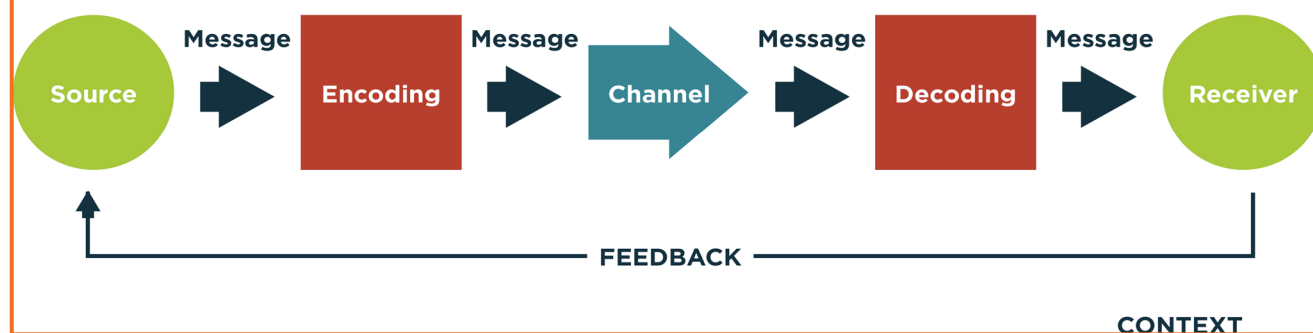
सूचना युग में प्रतिदिन अनगिनत संदेश भेजते हैं, प्राप्त करते हैं तथा उन्हें प्रोसेस करते हैं। परंतु प्रभावी संवाद का अर्थ — सूचनाओं का आदान प्रदान करने से कहीं अधिक है, इसमें सूचना के पीछे छिपी भावनाओं को भी समझा जाता है। प्रभावी संवाद दूसरे लोगों से हमारे संबंध मज़बूत करके और टीमवर्क, निर्णय लेने तथा समस्या सुलझाने की हमारी योग्यता में सुधार लाकर घर, कार्यस्थल तथा सामाजिक परिवेश में हमारे संबंधों में सुधार ला सकता है।

प्रभावी संवाद कौशल एक सीखा गया कौशल होता है तथा किसी सूत्र के बजाय यह तत्क्षणिक होने पर अधिक प्रभावी होता है।

6.2.2 संवाद प्रक्रिया

विचार, अनुभूति, मंशा, बोली के रवैये, ढाव-भाव, लेखन आदि के आदान-प्रदान के माध्यम से सूचना पहुंचाने की प्रक्रिया को संवाद कहते हैं। यह दो या अधिक सहभागियों के बीच में सूचनाओं का अर्थपूर्ण आदान-प्रदान होता है।

The Communication Process



चित्र 6.2.2: संवाद प्रक्रिया

संवाद में एक प्रेषक, एक संदेश, एक माध्यम तथा एक प्राप्तकर्ता की आवश्यकता होती है। संवाद प्रक्रिया तभी पूर्ण होती है, जब एक प्राप्तकर्ता किसी प्रेषक के संदेश को समझ जाता है।

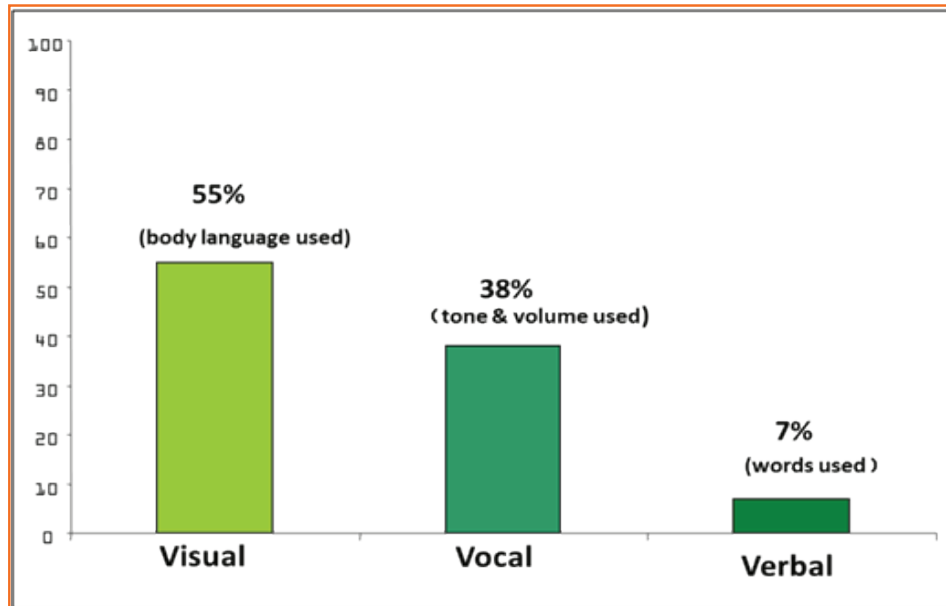
किसी व्यक्ति के साथ संवाद के तीन चरण होते हैं:

- **चरण 1 - संदेश:** सर्वप्रथम किसी प्रेषक के मस्तिष्क में सूचना मौजूद होती है। यह एक अवधारणा, विचार, रूप या अहसास हो सकता है।
- **चरण 2 - एनकोडिंग:** कोई संदेश किसी प्राप्तकर्ता को शब्दों या प्रतीक चिन्हों में भेजा जाता है।
- **चरण 3 - डीकोडिंग:** सबसे अंत में प्राप्तकर्ता शब्दों या प्रतीक चिन्हों को एक अवधारणा या सूचना में परिवर्तित करता है, जिसे कोई व्यक्ति समझ सके।

6.2.3 मौखिक एवं गैर-मौखिक संवाद

संवाद को तीन आधारभूत प्रकारों में वर्गीकृत किया जा सकता है: इनमें शामिल हैं:

1. **मौखिक संवाद:** इसका अर्थ है कि आप किसी व्यक्ति की बातों का अर्थ समझने के लिए उसे ध्यान से सुनते हैं। मौखिक संवाद में तुरंत फीडबैक मिलने का फायदा होता है, यह भावनाओं की अभिव्यक्ति के लिए सर्वश्रेष्ठ होता है तथा इसके तहत कहानी कहना और महत्वपूर्ण बातचीत करना भी सहज होता है।
2. **लिखित संवाद:** पत्र, पुस्तकें, समाचार पत्र ऐसे मुद्रित संदेश होते हैं, जिनमें आप उनके अर्थ पढ़ते हैं। ये अतुल्यकालिक होते हैं, ये बहुत से पाठकों तक पहुंच सकते हैं और ये सूचना पहुंचाने के लिए सर्वश्रेष्ठ होते हैं।
3. **गैर-मौखिक संवाद** इसका अर्थ है कि आप किसी व्यक्ति को देखकर समझ लेते हैं, कि वह क्या चाहता है या क्या कहना चाहता है। मौखिक तथा लिखित, दोनों ही तरह के संवादों के साथ गैर-मौखिक संदेश भी सम्प्रेषित होते हैं, जो भाव-भंगिमाओं आंखें मिलाने, हाव-भाव, मुद्रा, स्पर्श तथा अंतराल के ज़रिये दूसरे व्यक्ति (प्राप्तकर्ता) तक पहुँचते हैं।



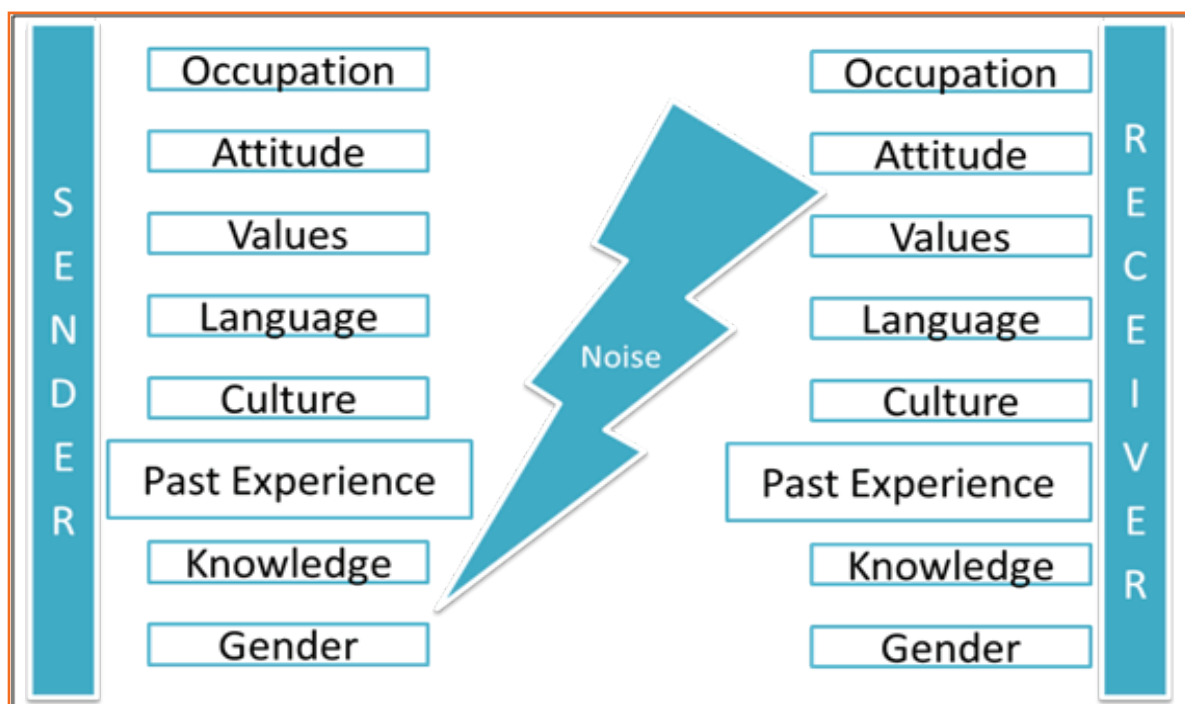
चित्र 6.2.3: मौखिक तथा गैर-मौखिक संवाद का अनुपात और वर्गीकरण

एक अध्ययन के अनुसार किसी प्राप्तकर्ता की संदेश की समझ का केवल 7% हिस्सा ही प्रेषक के मूल शब्दों पर आधारित होता है, वहीं 38% हिस्सा पैरालैंग्वेज (बोलने का लहज़ा, गति तथा स्वर) पर आधारित होता है तथा 55% हिस्सा गैर-मौखिक संकेतों पर आधारित होता है।

शोध दर्शाते हैं कि जब कोई व्यक्ति झूठ बोलता है तो उसके द्वारा पलक झपकाने की संभावना अधिक होती है तथा वे अपना भार एक पैर से दूसरे पैर पर शिफ्ट करते हैं और कंधे उचकाते हैं।

6.2.4 बाधाओं का पता लगाते हुए प्रभावी संवाद करना

संवाद के विफल होने के बहुत से कारण होते हैं। ये विफलताएं संवाद में बाधाओं के परिणामस्वरूप उत्पन्न होती हैं, जो कि संवाद प्रक्रिया के किसी भी चरण में आ सकती हैं। इन बाधाओं के कारण व्यक्ति का संदेश विरूपित हो सकता है, जिसके फलस्वरूप भ्रम एवं गलतफहमी उत्पन्न होने से समय एवं धन, दोनों ही बर्बाद होने का जोखिम हो सकता है। प्रभावी संवाद में इन बाधाओं को दूर करना तथा एक सुस्पष्ट तथा संक्षिप्त संदेश पहुंचाना शामिल है।



चित्र 6.2.4: संवाद में बाधाएं

एक कुशल सम्प्रेषक को इन बाधाओं से अवश्य ही अवगत होना चाहिए तथा समझ की निरंतर जांच करने अथवा उचित प्रतिपुष्टि प्रदान करके उन बाधाओं के प्रभाव को कम करना चाहिए।

बाधाओं का सामना करना

- सरल, आसानी से समझे जाने वाले शब्दों का प्रयोग करें। किसी चीज़ को अधिक जटिल बनाने से लोग भ्रमित होते हैं।
- दूसरी भाषा में बोलने से पूर्व हमेशा पहले से तैयारी करें।
- संवाद की प्रभावपूर्णता सुनिश्चित करने के लिए हमेशा फीडबैक दे या लें।
- संकेतों पर ध्यान दें।
- सुनें, सुनें, सुनें...
- अपनी समझ की जांच करें।
- विचार, धारणाएं साझा करें।

6.2.5 प्रभावी संवाद-अभ्यास

बात को सक्रिय रूप से सुनना

सुनना आपके सबसे महत्वपूर्ण कौशलों में से एक हो सकता है। एक बेहतर श्रोता बनने के लिए बात को सक्रिय रूप से सुनने का अभ्यास करना चाहिए।

सक्रिय श्रवण में एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति द्वारा कही जाने वाली बात को सुनने का एक सचेत प्रयास करता है और उससे भी अधिक महत्वपूर्ण यह है कि वह दिए जाने वाले समग्र संदेश को समझने का प्रयास करता है।

6.2.5.1 सक्रिय श्रवण (सुनने का कौशल) के लिए कुछ सुझाव

- **चरण 1:** सामने वाले व्यक्ति द्वारा कही जाने वाली बात पर ध्यान केन्द्रित करें, तथा शोरगुल व अन्य बाह्य विकर्षण पर ध्यान न दें।
- **चरण 2:** वक्ता की भावनाओं को समझें और आपको उसकी सभी बातें समझ आने लगेंगी। क्या वक्ता क्रुद्ध है, प्रसन्न है, अथवा जिज्ञासु मात्र है?
- **चरण 3:** वक्ता जिस समय कुछ कह या बता रहा हो, उस समय उसकी विचार शृंखला न तोड़ें।
- **चरण 4:** वक्ता के समापन वाक्यों को अनसुना न करें। वक्ता को पहले बोलने दें और वक्ता जब अपनी बात पूरी कर ले तभी आप बोलें।
- **चरण 5:** यदि आप किसी बात को एक बार में न भी समझ पाएं तो कोई बात नहीं है। आप वक्ता से अपनी बात दोहराने का अनुरोध कर सकते हैं।
- **चरण 6:** करत-करत अभ्यास के, जड़मति होत सुजान (कोशिश करने से मूर्ख भी बुद्धिमान हो जाता है)। सावधानीपूर्वक ध्यान लगाकर सुनें और शोर को अनसुना करें। बात को सुनने पर अधिक ध्यान दें तथा केवल आवश्यकता होने पर ही बोलें।

एक सक्रिय स्रोत बनने के लिए बहुत अधिक एकाग्रता तथा दृढ़ निश्चय की आवश्यकता होती है। पुरानी आदतों को छोड़ पाना कठिन होता है और यदि आपकी श्रवण (सुनने की) आदतें अच्छी नहीं हैं, तो आपको उन आदतों से छुटकारा पाना होगा। बात को ध्यानपूर्वक सुनना आरम्भ करें तथा नियमित रूप से स्वयं को स्मरण कराते रहें कि आपका एकमात्र लक्ष्य सामने वाले व्यक्ति की बातों को सुनना है।

अभ्यास

1. विचार, अनुभूति, मंशा, बोली के रवैये, हाव-भाव, लेखन आदि के आदान-प्रदान के माध्यम से सूचना पहुंचाने की प्रक्रिया को संवाद कहते हैं।
 - a) संवाद
 - b) कौशल
 - c) बात को सक्रिय रूप से सुनना
 - d) सीखना
2. निम्नलिखित में से कौन-सी चीज़ें, दूसरों के साथ संवाद करने के चरण हैं?
 - a) एनकोडिंग
 - b) डीकोडिंग
 - c) एनक्रिप्शन
 - d) a और b दोनों
3. सक्रिय श्रवण के लिए क्या सुझाव हैं?

.....

.....

.....

यूनिट 6.3: ब्रूमिंग (साज-संवार) एवं स्वच्छता

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. साफ-सफाई एवं स्वच्छता बनाए रखने में।
2. अपनी ड्रेस को साफ सुथरी रखने में।
3. बोलने के दौरान सकारात्मक भाव-भंगिमायें बनाए रखने में।
4. 'न करें' वाले कार्यों की तुलना में 'करें' वाले कार्यों को अधिक करने में।
5. अच्छी खानपान आदतों तथा स्वास्थ्य पर पड़ने वाले उनके प्रभाव के बारे में जानने में।
6. गुटखा तथा मदिरा जैसी खराब चीजों से बचने में।
7. एड्स तथा इसकी रोकथाम के बारे में सीखने में।

6.3.1 व्यक्तिगत साज-संवार (पर्सनल ब्रूमिंग)

लोग अपनी शक्ल-सूरत और वे कैसे दिखते हैं, इसका ध्यान वे किस प्रकार रखते हैं, इसे व्यक्तिगत साज-संवार (पर्सनल ब्रूमिंग) कहा जाता है। जब आप अपने स्टोर/डिपार्टमेंट में प्रवेश करते हैं, तो आपको कंपनी नियमों के अनुसार पूरी यूनीफॉर्म में होना चाहिये और साथ ही आपकी साज-संवार (ब्रूमिंग) सेवा मानकों के अनुरूप होनी चाहिये।

पर्सनल ब्रूमिंग हमें न केवल दूसरे व्यक्तियों के समक्ष आकर्षक बनाती है, बल्कि अच्छे स्वास्थ्य के लिए व्यक्तिगत स्वच्छता बेहद महत्वपूर्ण भी है। पर्सनल ब्रूमिंग मानी जाने वाली आदतों में शामिल हैं: नहाना, ड्रेसिंग, मेकअप करना, हेयर रिमूवल तथा दातों एवं त्वचा का ध्यान रखना।

भेष/रूप-रंग

- फ्रंटलाइन कर्मचारी/टीम ही किसी कंपनी की ब्रांड एंबेसेडर होते हैं। स्टोर में आने वाले ग्राहकों का अभिवादन यही टीम करती है और यही टीम उनकी सहायता भी करती है। इसलिए उनसे अपेक्षा की जाती है कि वे साफ-सुथरे दिखें। उनसे अपेक्षा की जाती है कि वे यूनीफॉर्म (शर्ट, ट्राउजर, जूते एवं मोजे समेत) में रहें, जो कि साफ एवं इस्त्री किये हुए होने चाहियें।
- इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि यूनीफॉर्म पर कोई दाग, टूटे बटन अथवा लटकते हुए धागे न हों।
- जूते हमेशा साफ तथा पॉलिश किए हुए होने चाहिये। ड्यूटी के दौरान सैंडल/रिलपर/स्पोर्ट्स शूज तथा सफेद मोजे नहीं पहनने चाहियें।
- नाखून अवश्य ही साफ तथा कटे हुए होने चाहिए, क्योंकि कर्मचारियों को ज्यादातर उत्पादों की ही साज-संभाल करनी होगी।
- बालों पर कंघी ड्यूटी शुरू होने से पहले ही कर लेनी चाहिये, ग्राहकों के सामने कभी नहीं।
- ड्यूटी के दौरान अपना आईडी कार्ड गले में लटकाएं/डिसप्ले करें, जिससे ग्राहक को स्टाफ को पहचानने में आसानी हो।
- जब भी आप स्टोर परिसर में हों, बिल्कुल अच्छी तरह से ड्रेस-अप नज़र आये, चाहिये आप ऑफ-ड्यूटी ही क्यो न हों।



चित्र 6.3.1: पर्सनल ब्रूमिंग

6.3.2 विशिष्ट यूनिफॉर्म दिशा-निर्देश

क्रम संख्या	विशेष रूप से पुरुषों के लिए	विशेष रूप से महिलाओं के लिए
1	निर्धारित यूनिफॉर्म साफ-सुथरी तथा इस्त्री की हुई होनी चाहिए।	लम्बे बालों वाली महिलाओं के बाल बँधें हो, उन्हें अपने बाल खुले नहीं रखने चाहिए। बहुत ज़्यादा तेल नहीं लगाना चाहिए।
2	जूते साफ, पॉलिश किये हुए होने चाहियें।	उन्हें लम्बे नाखून नहीं रखने चाहियें और चमकीले रंग वाली नेल पॉलिश नहीं लगानी चाहिये, क्योंकि इनसे ब्राह्मकों का ध्यान भटक सकता है या डिस्प्ले पर रखा माल क्षतिग्रस्त हो सकता है।
3	बाल छोटे तथा साफ सुथरे होने चाहिए।	न्यूनतम तथा बिना चमक-धमक वाले आभूषण पहना जाना चाहिए।
4	कर्मचारी से वलीन शेव लुक की अपेक्षा की जाती है।	फ्लोर पर लटकने वाली इयररिंग, आवाज़ करने वाली पायलें तथा चूड़ियां नहीं पहनने चाहियें।
5	अगर दाढ़ी/मूछ हों, तो ये ट्रिम की हुई और साफ सुथरी होनी चाहिए।	केवल बहुत हल्का मेकअप ही लगाया जा सकता है (केवल बहुत हल्के रंगों की लिपिस्टिक)
6	नाखूनों को नियमित रूप से काटा या ट्रिम किया जाना चाहिए।	कार्य अवधि के दौरान फ्लोर पर किसी भी प्रकार की इयररिंग स्टड तथा ब्रैसलेट नहीं पहने जाने चाहिए।

चित्र 6.3.2: विशिष्ट यूनिफॉर्म दिशा-निर्देश

6.3.3 शारीरिक मुद्रा

- कर्मचारियों को अपने हाथ हमेशा साफ रखने चाहियें, क्योंकि वे अधिकतर या तो सामान की साज-संभाल करेंगे या ब्राह्मकों के सम्पर्क में आयेंगे।
- फ्लोर पर दांतों से नाखून न कुतरें।
- शरीर की गंध तथा सांस की बदबू को नियंत्रित रखें, क्योंकि यह ब्राह्मकों के प्रति आपत्तिजनक होती हैं।
- शॉप फ्लोर पर शारीरिक मुद्रा बिल्कुल सीधी रहे।
- फ्लोर पर टेक लगाकर खड़े होना, जब में हाथ रखना, कमर पर हाथ रखना ब्राह्मक के प्रति अभद्रता दर्शाते हैं, इसलिए इनसे बचना चाहिये।

पहली मुलाकात में आपका मूल्यांकन करने के लिए व्यक्ति को कुछ ही क्षण चाहिए होते हैं। सामने वाला व्यक्ति आपके भेष, भाव-भंगिमाओं, पोशाक तथा आपके शिष्टाचार के आधार पर आपके बारे में एक दृष्टिकोण बना लेता है। पहली बार में एक अच्छी सकारात्मक छवि बनाने के लिए निम्नलिखित बातों का हमेशा पालन करें:

- समय पर पहुंचें
- दिखावा न करें, सहजतापूर्वक रहें
- स्वयं को उपयुक्त तरीके से प्रस्तुत करें
- हमेशा मुस्कुराएं
- शिष्ट और सतर्क रहें
- सकारात्मक रहें

6.3.4 सकारात्मक भाव-भंगिमायें

पहली बार किसी से मिलते समय हमेशा याद रखें, आपको न केवल सकारात्मक बातें करनी हैं, बल्कि आपकी भाव-भंगिमायें भी सकारात्मक होनी चाहियें। सकारात्मक भाव-भंगिमाओं के लिए कुछ सुझाव निम्नलिखित हैं:

- अपनी जेबों से दूर रहें/जेब में हाथ न डालें। अपने हाथों को जेब से बाहर रखें। जेब में हाथ डालना दर्शाता है कि हम असहज हैं और अपने बारे में सुनिश्चित नहीं हैं। हाथ खुले रखना हमारे आत्मविश्वासी होने का संकेत है और दर्शाता है, कि हमें कुछ छिपाने की ज़रूरत नहीं।
- अस्थिर न रहें। अस्थिर होना तनाव का एक स्पष्ट संकेत है। जो व्यक्ति शांति से नहीं बैठ सकता है, वह चिंतित, परेशान तथा आत्मविश्वासहीन होता है। अपनी भाव भंगिमाओं को शांत था नियंत्रित रखें।
- अपने नेत्रों को सामने रखें। यह इंगित करता है कि आप सामने वाले व्यक्ति के साथ संवाद में इच्छुक हैं।
- सीधे खड़े रहें तथा अपने कंधों को पीछे रखें। यह आत्मविश्वास दर्शाता है।
- लम्बे कदम लें। ऐसा करने से आप उद्देश्यपूर्ण दिखेंगे तथा यह एक व्यक्तिगत शांति तथा आत्मविश्वास का द्योतक होगा।
- दृढ़तापूर्वक हाथ मिलाएं। ढीले-ढाले तरीके से हाथ मिलाने के बजाय सामने वाले व्यक्ति का हाथ दृढ़तापूर्वक तथा आत्मविश्वास के साथ पकड़ें। दृढ़ता के कारण हैंडशेक में गर्मजोशी तथा उत्साह आता है। लेकिन सुनिश्चित करें कि आप सामने वाले व्यक्ति का हाथ ही न दबा दें तथा लम्बे समय के लिए हाथ न पकड़े रहें।
- अन्य व्यक्तियों से मिलते समय अपने हाथ बांधे न खड़े रहें। हाथों को बांधे रखना एक सुरक्षात्मक मुद्रा है। शांत रहें तथा अपने हाथों को खुला रहें।
- स्पर्श करके सराहना करें।

6.3.5 व्यक्तिगत स्वच्छता

व्यक्तिगत स्वच्छता क्या है?

अपना स्वास्थ्य बनाये रखने के लिए अनुसरण किए जाने वाले अभ्यासों को व्यक्तिगत स्वच्छता कहा जाता है। उच्च स्तर की व्यक्तिगत स्वच्छता बनाए रखने से आत्मसम्मान में वृद्धि होती है तथा संक्रमण होने का खतरा भी कम से कम हो जाता है। अपर्याप्त अस्वच्छता आपके नौकरी के आवेदन तथा पदोन्नति की संभावनाओं पर प्रतिकूल प्रभाव डाल सकती है।



चित्र 6.3.3: व्यक्तिगत स्वच्छता

दातों को ब्रश क्यों करना चाहिए?

.....

.....

.....

सुबह उठकर और रात को सोने से पहले अपने दांतों को पेस्ट, दातून या टूथ पाउडर से साफ करें।



चित्र 6.3.4: दांत में ब्रश करना



चित्र 6.3.5: नहाना

नहाना क्यों चाहिए?

.....

.....

.....

साफ कपड़े क्यों पहनने चाहिए?

.....

.....

.....



चित्र 6.3.6: साफ कपड़े



चित्र 6.3.7: नाखून काटना

नाखून क्यों काटने चाहिए?

.....

.....

.....

हाथ क्यों धोने चाहिए?

.....

.....

.....



चित्र 6.3.8: हाथ धोना

6.3.6 शारीरिक तंदुरुस्ती

इन स्वच्छता पद्धतियों का अनुसरण करने के अलावा व्यक्ति को शारीरिक रूप से भी तंदुरुस्त होना चाहिए। शारीरिक तंदुरुस्ती किसी व्यक्ति के नियमित व्यायाम का परिणाम होती है। व्यायाम के भिन्न रूप हो सकते हैं। जॉर्निंग, मॉर्निंग वॉक, वेट-लिफ्टिंग, जिम, तैराकी, साइकिल चलाना, योगा तथा और भी बहुत से रूप।

शारीरिक तंदुरुस्ती के लाभ

- यह शरीर का वज़न अनुकूलतम बनाए रखता है।
- यह बीमारियों के जोखिम को कम करता है।
- यह आत्मविश्वास तथा आत्म सम्मान बढ़ाता है।
- यह तनाव, दुःखिता तथा अवसाद कम करता है।



चित्र 6.3.9: शारीरिक तंदुरुस्ती

स्वास्थ्यप्रद भोजन

हम स्वच्छता पद्धतियों का अनुसरण करते हैं तथा नियमित रूप से व्यायाम कर सकते हैं, परंतु हमारे स्वास्थ्य पर हमारे भोजन का सबसे अधिक प्रभाव पड़ता है। स्वस्थ रहने के लिए व्यक्ति को स्वास्थ्यवर्द्धक भोजन करना चाहिए। लेकिन स्वास्थ्यवर्द्धक भोजन से हमारा क्या अभिप्राय है?

स्वास्थ्यवर्द्धक, संतुलित भोजन का सेवन करने से हमारे शरीर को पोषक तत्व मिलते हैं। ये पोषकतत्व हमें ऊर्जा प्रदान करते हैं; हमारे मस्तिष्क को सक्रिय रखते हैं, तथा हमारी मांसपेशियों को क्रियाशील रखते हैं।



चित्र 6.3.10: खाएँ



चित्र 6.3.11: न खाएँ

स्वास्थ्यवर्द्धक भोजन की आदत क्या हैं?

- हमेशा घर का बना हुआ भोजन करने का प्रयास करें
- तैलीय भोजन से बचें
- हमेशा ताज़ा भोजना बनाएं तथा खाएं
- बर्गर, कार्बोनेटेड ड्रिंक आदि जैसे जंकफूड से बचें
- नियमित रूप से फल खाएं
- पर्याप्त मात्रा में जल पियें

निम्न चीज़ों से दूर रहें

व्यक्ति के स्वास्थ्य पर कुछ आदतों के गम्भीर दुष्प्रभाव होते हैं। एक स्वस्थ जीवन के लिए ऐसी आदतों से बचना चाहिए।

अत्यधिक मदिरापान

यह एक ऐसी स्थिति होती है, जिसमें व्यक्ति अपनी कठिनाईयों का सामना करने अथवा खराब महसूस करने से बचने के लिए मद्यपान करता है।

मदिरा हमारे मस्तिष्क समेत हमारे शरीर के प्रत्येक अंग को क्षतिग्रस्त करने की क्षमता रखती है। अनियंत्रित मद्यपान से न केवल मद्यपानकर्ता का स्वास्थ्य प्रतिकूल रूप से प्रभावित होता है बल्कि इससे व्यक्ति के संबंध तथा सामाजिक प्रतिष्ठा भी तार-तार हो जाते हैं।

इसके प्रभाव:

- स्वास्थ्य पर हृदय रोगों, कैंसर, क्षतिग्रस्त प्रतिरक्षी तंत्र, लीवर संक्रमण (सिरोसिस) आदि का जोखिम बढ़ जाता है।
- व्यक्ति अपने कार्य पर पूर्ण रूप से ध्यान केंद्रित नहीं कर पाता है तथा प्रदर्शन में कमी आती है।
- सामाजिक एवं आर्थिक रुतबे में गिरावट।
- विज्ञात सिम्पटम्स जैसे कि दुर्बलता, कंपकंपाना, थकान, सिरदर्द, तथा अवसाद आदि।

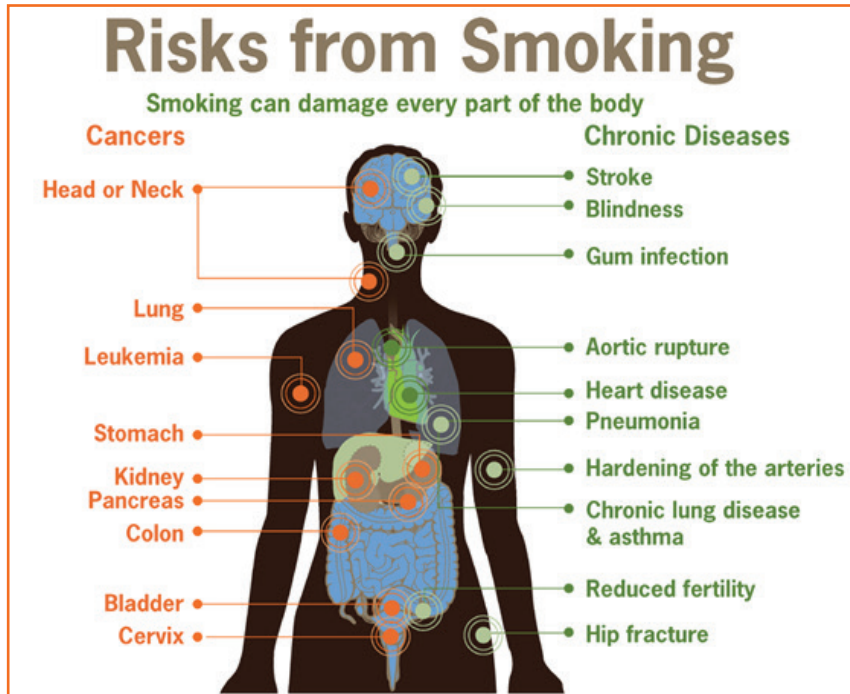


चित्र 6.3.12: अल्कोहल का प्रभाव

तम्बाकू

तम्बाकू विश्व में मृत्यु का दूसरा सबसे बड़ा कारण है। प्रत्येक छह सेकेंड में तम्बाकू के कारण एक मौत होती है।

धूम्रपान में एक पदार्थ को जलाया जाता है तथा उससे निकलने वाले धुएं का अंतःश्वसन किया जाता है। धूम्रपान के आम तरीकों में सिगरेट, बीड़ी, हुक्का तथा पाइप शामिल हैं। एक रिपोर्ट के अनुसार धूम्रपान के कारण विश्व में प्रत्येक वर्ष 49 लाख लोगों की मृत्यु होती है। धूम्रपान फेफड़े के कैंसर का एक प्रमुख कारण है। एक अध्ययन के अनुसार धूम्रपान करने वाला पुरुष अपने जीवन के औसतन 13.2 वर्ष गंवाता है, वहीं महिला धूम्रपानकर्ता अपने जीवन का 14.5 वर्ष गंवाती हैं। धूम्रपान न करने वाले व्यक्ति की तुलना में धूम्रपान करने वाले व्यक्ति को हृदय रोग होने का 50% जोखिम अधिक होता है।



चित्र 6.3.13: धूम्रपान के जोखिम

ट्यूबिंग टोबैको एक प्रकार का धूम्र-रहित तम्बाकू होता है, जिसका प्रयोग तम्बाकू के एक हिस्से को गाल तथा ऊपरी मसूड़े के बीच रख कर या ऊपरी होंठ तथा दांतों के बीच रखकर किया जाता है। मौखिक तथा थूके जाने वाले तम्बाकू कैंसर का जोखिम बढ़ा देते हैं। इससे मुँह तथा गले के कैंसर भी होते हैं।

इसके प्रभाव:

- यह मुँह के कैंसर का सबसे बड़ा कारण है, जो मुँह, जीभ, गाल, मसूड़ों तथा होठों को प्रभावित करता है
- तम्बाकू चबाने के कारण व्यक्ति के स्वाद का अहसास तथा सूंघने की क्षमता भी कम हो जाती है
- धूम्रपानकर्ताओं को फेफड़े के कैंसर होने का भी अधिक जोखिम होता है

गुटखा

गुटखा अत्यधिक व्यसनकारी होता है तथा यह एक ज्ञात कैंसरकारी भी है। गुटखा के अत्यधिक उपयोग के कारण भूख में कमी आ सकती है, नींद का पैटर्न असामान्य हो सकता है, एकाग्रता में कमी आ सकती है और साथ ही अन्य कई तम्बाकू संबंधी समस्याएँ हो सकती हैं। गुटखा खाने वाला आसानी से पहचाना जाता है, क्योंकि उसके दांत गंदे नारंगी पीले से लेकर लाल-काले रंग के धब्बे वाले होते हैं। इस दाग को सामान्य ब्रशिंग से हटाना कठिन होता है, इसके लिए आमतौर पर दंतचिकित्सक की सहायता की ज़रूरत पड़ती है। एक वैश्विक वयस्क तम्बाकू सर्वेक्षण के अनुसार 53.5% भारतीय तम्बाकू उत्पादों का प्रयोग करते हैं।

- प्रत्येक पैकेट में 4000 रसायन, जिनमें 50 कैंसरकारी रसायन भी शामिल हैं, सुपारी, तम्बाकू तथा पत्तेवरिंग होती हैं।

स्वास्थ्य पर गुटखे का प्रभाव:

- जीभ की संवेदनशीलता समाप्त होना
- विरूपित मुँह
- ठंडे गर्म तथा मसालों के प्रति अधिक संवेदनशीलता
- मुँह खोलने की अक्षमता
- मसूड़ों में तथा मुँह के अंदर अन्य स्थानों पर सूजन, मांस पिंड, तथा गांठें
- मुँह से अकारण रक्तस्राव
- निगलने में कठिनाई तथा अंततः मुख कैंसर



चित्र 6.3.14: मुँह कैंसर/मौखिक कैंसर

6.3.7 एड्स/HIV जागरूकता

AIDS का पूरा नाम - एक्वॉयर्ड इम्युनोडेफिसिएन्सी सिंड्रोम है। HIV (ह्यूमन इम्युनोडेफिसिएन्सी वायरस) के कारण एड्स होता है। यह HIV संक्रमण की अंतिम अवस्था होती है, जब कोई व्यक्ति HIV पॉजिटिव होता है, तो इसका अर्थ है कि वह एड्स से पीड़ित है।

एक सर्वेक्षण के अनुसार भारत में एड्स मरीजों की कुल संख्या 20 से 31 लाख है, जो कि एड्स के कुल मरीजों का 50% है। महिलाओं की तुलना में HIV पॉजिटिव पुरुषों की संख्या अधिक है। एड्स से पीड़ित महिलाओं की संख्या जहां 0.29% है, वहीं 0.43 % पुरुष एड्स से पीड़ित हैं।

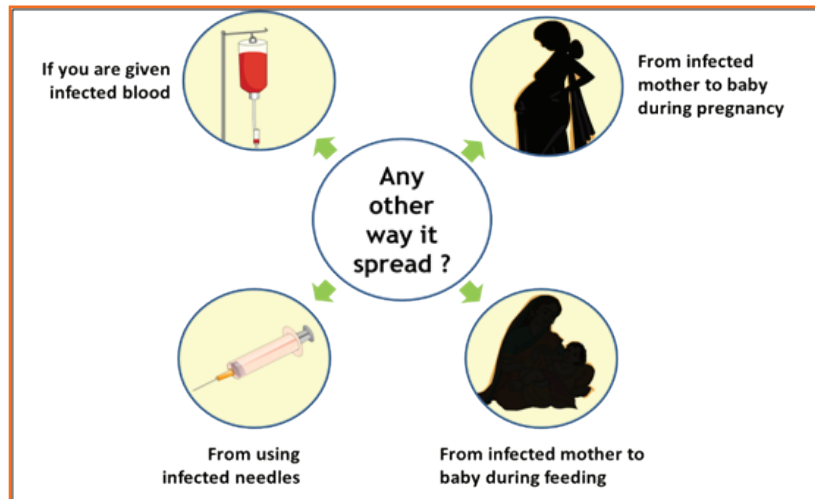
AIDS का संचारण निम्नलिखित के द्वारा होता है:

- असुरक्षित यौन संबंध
- संदूषित रक्त-आधान
- हाइपोडर्मिक सुइयां
- संक्रमित मां से शिशु को

अध्ययनों के अनुसार भारत में HIV/एड्स का प्रमुख कारण सेक्स वर्कर्स के साथ असुरक्षित यौन संबंध है। देश में 86% HIV केस असुरक्षित यौन संबंध के कारण हैं। प्रवासी कामगार, ट्रक चालक तथा पुरुषों के साथ यौन संबंध बनाने वाले पुरुषों द्वारा उनके जीवनसाथी एवं गर्भरथ शिशु को संक्रमित करने का बहुत अधिक जोखिम होता है। एड्स से पीड़ित व्यक्तियों में 31% लोग 18 से 29 वर्ष के आयु वर्ग के हैं।

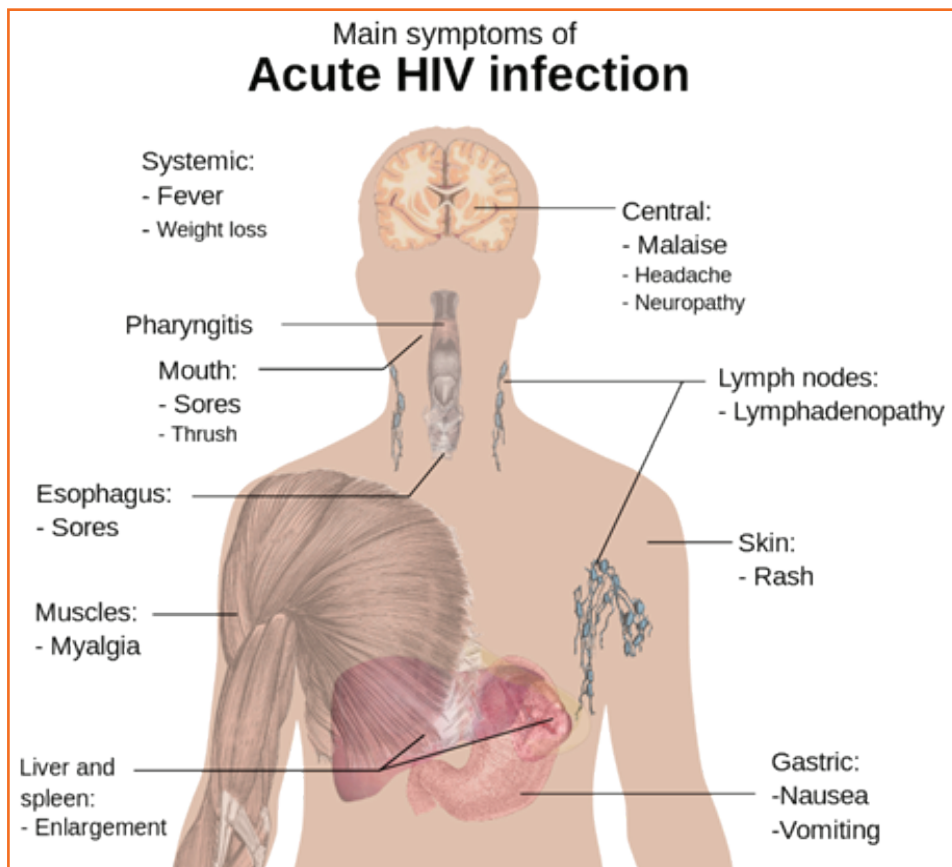


चित्र 6.3.15: NACO लोगो



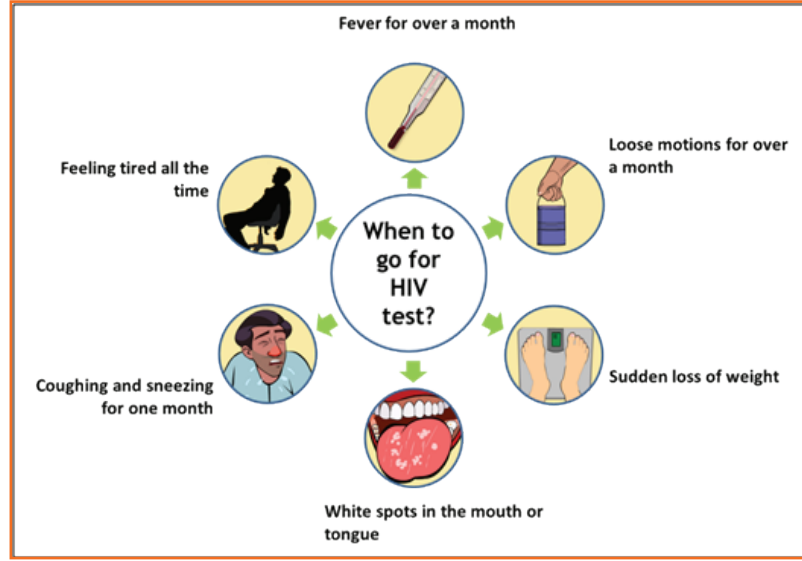
चित्र 6.3.16: एड्स संचार

अभी तक AIDS की कोई दवा या टीका नहीं है। बाजार में उपलब्ध उपचार तथा दवाएं बहुत महंगी हैं तथा उनके दुष्प्रभाव हैं।



चित्र 6.3.17: गंभीर HIV संक्रमण

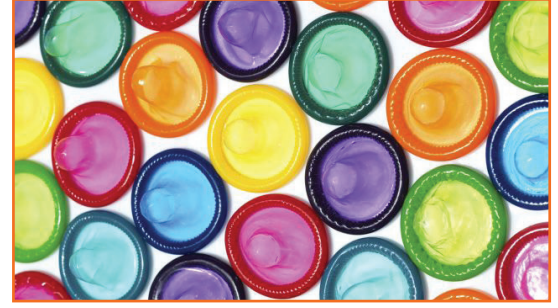
कैंसर या मलेरिया की भांति एड्स कोई रोग नहीं है, बल्कि यह एक ऐसी स्थिति है जिसके कारण व्यक्ति की रोगों से लड़ने की क्षमता (प्रतिरक्षा तंत्र) कम हो जाती है। एड्स केवल आपको ही प्रभावित नहीं करता है, बल्कि आपके परिवार एवं मित्रों पर भी इसका गंभीर प्रभाव पड़ता है। केवल एक भूल आपको HIV पॉजिटिव बना सकती है।



चित्र 6.3.18: एड्स छूने से फैलने वाला रोग नहीं है

निष्ठावान रहें

- भारत में कार्य के चलते बहुत अधिक लोगों, विशेष रूप से पुरुषों का, एक स्थान से दूसरे स्थान पर आना-जाना होता है।
- क्या आप उनमें से एक हैं?
- अपना ध्यान रखें सतर्क रहें कि आपको एड्स का संक्रमण न होने पाए।
- केवल एक बार भी किसी सेक्स वर्कर के पास जाने से आपको HIV संक्रमण हो सकता है।
- इसलिए एक से अधिक यौन साथियों से बचना तथा संभोग के दौरान हमेशा सुरक्षा (कंडोम/निरोध) का प्रयोग करें।



चित्र 6.3.19: कंडोम

निम्नलिखित के कारण एड्स नहीं फैलता है

- निकट बैठने से
- एक साथ कार्य करने से
- आलिंगन करने से
- हाथों को स्पर्श करने से
- मच्छर के काटने से
- लार या खांसी से
- किसी एचआईवी संक्रमित की देखभाल करने से
- कपड़े साझा करने से
- एक साथ खाने या बर्तन साझा करने से

6.3.7.1 केस स्टडी

गौतम एक प्लम्बर है। उसका परिवार एक गांव में रहता है। उसे एक स्थान से दूसरे स्थान पर जाना पड़ता है। एकबार वह एक सेक्स वर्कर के पास गया। एक महीने बाद वह बीमार पड़ गया। जब वह चिकित्सक के लिए गया तो ज्ञात हुआ कि उसे एड्स हो गया है। गौतम को नहीं पता था, परंतु उस सेक्स वर्कर को एड्स था। गौतम को बस एक बार उस सेक्स वर्कर के पास जाने से एड्स हो गया।

चार ऐसी बात बताएं, जो आपने एड्स के बारे में सीखी हैं या जानते हैं।

.....

.....

.....

.....

हमेशा याद रखें:

- एड्स का कोई उपचार नहीं है, परंतु इसकी रोकथाम की जा सकती है, इसलिए इससे सावधान रहें, भयभीत नहीं।
- अपने जीवनसाथी के प्रति निष्ठावान रहें तथा यौन संबंध बनाते समय हमेशा कंडोम का प्रयोग करें।
- उचित चिकित्सीय प्रमाणपत्र के बाद ही रक्त लें।
- HIV पॉजिटिव लोगों के प्रति भेदभाव न करें।

अभ्यास

1. लोग अपने भेष/रूप-रंग का किस प्रकार से ध्यान रखते हैं, उसके लिए _____ शब्द का प्रयोग किया जाता है।

- a) संवाद
- b) पर्सनल ब्रूमिंग
- c) रवैया
- d) भेष/रूप-रंग

2. निम्नलिखित में से कौन-से विकल्प खानपान की स्वस्थ आदतें हैं?

- a) पानी कम पिएं।
- b) नियमित रूप से फल खाएं।
- c) अस्वास्थ्यकर भोजन से बचें।
- d) b और c दोनों ही।

3. व्यक्तिगत स्वच्छता क्या है?

.....

.....

.....

.....

4. सकारात्मक भाव-भंगिमाओं के लिए सुझावों की सूची बनाइये।

.....

.....

.....

.....

.....

यूनिट 6.4: अन्तर्वैयक्तिक कौशल विकास

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. एक सकारात्मक रवैया तथा व्यवहार विकसित करने में
2. लक्ष्य निर्धारित करने में।
3. कार्यस्थल पर टीम सहभागिता के प्रेरित होने में।
4. सम्बन्धों को प्रबन्धित करने में।
5. तनाव एवं क्रोध नियंत्रण कौशल सीखने में
6. नेतृत्व गुण विकसित करने में।

6.4.1 प्रस्तावना

अन्तर्वैयक्तिक कौशल विकास दैनिक जीवन के भिन्न गुणों का मिश्रण होता है, जो दूसरे लोगों के मन में हमारी छवि बनाने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इसका आरम्भ हमारे भीतर से ही होता है। अन्तर्वैयक्तिक कौशल विकास हमें यह समझने में मदद करता है, कि हमें अपने रवैये तथा कार्रवाईयों के बारे में कैसे निर्णय लेने चाहियें। यह हमें निम्नलिखित बातें समझने में सहायता करता है:

- हम अभी कहां पर हैं?
- परिवर्तन और वृद्धि किस प्रकार सफलतापूर्वक होते हैं?
- हम अपना मनचाहा परिणाम पाने तथा कार्य एवं व्यक्तिगत जीवन में अधिक प्रभावी बनने के लिए अपने रवैये में किस प्रकार से परिवर्तन ला सकते हैं?

उपयुक्त निर्णय लेने और प्रतिक्रियाओं के द्वारा व्यक्ति अपने कार्य एवं परिवेश के बहुत से पहलुओं को नियंत्रित करना सीख सकता है।

इसमें विभिन्न गुण शामिल हैं, जैसे :

- सकारात्मक रवैया
- प्रेरणा
- लक्ष्य निर्धारण
- टीम वर्क
- संबंधों का प्रबंधन
- शिष्टाचार
- तनाव एवं क्रोध नियंत्रण
- मतभेद दूर करना

6.4.2 सकारात्मक रवैया

रवैया क्या है?

- हमारा दृष्टिकोण..
- स्थितियों तथा दूसरे व्यक्तियों के प्रति हमारा दृष्टिकोण...

- दूसरे के प्रति हम जो भावनाएं व्यक्त करते हैं
- हमारा रवैया अवश्य ही सकारात्मक एवं सहायक होना चाहिए।

याद रखें:

- भाग्य केवल उन्हीं लोगों की सहायता करता है, जो अपनी सहायता स्वयं करते हैं।
- किसी परिणाम की प्रतीक्षा न करें, बल्कि उसे सम्भव बनाने के प्रयास में जुट जाएं।
- नकारात्मक प्रभावों से दूर रहें।
- किसी सकारात्मक चीज़ से अपने दिन का आरम्भ करें।
- जिस कार्य को करने की आवश्यकता है, उसे पसंद करना सीखें।



चित्र 6.4.1: सकारात्मक रवैया

सकारात्मक रवैया निम्नलिखित चीज़ों में दिखाई पड़ता है:

- सकारात्मक सोच
- रचनात्मक चीज़ें
- रचनात्मक सोच
- आशावादिता
- लक्ष्य प्राप्त करने हेतु किए जाने वाले कार्यों के लिए प्रेरणा तथा ऊर्जा।
- प्रसन्नता का रवैया

सकारात्मक रवैये से प्रसन्नता तथा सफलता हासिल होती है, जिससे व्यक्ति का पूरा जीवन बदल सकता है। यदि आप जीवन के सकारात्मक पहलू को देखेंगे, तो आपका समग्र जीवन सकारात्मक हो जाएगा। सकारात्मकता न केवल आप और आपके दृष्टिकोण को प्रभावित करती है, बल्कि यह कार्य परिवेश तथा आपके आसपास के लोगों को भी प्रभावित करती है।

6.4.2.1 गाजर, अंडे तथा कॉफी बींस की कहानी

राजू एक फैक्टरी में सुपरवाइज़र है। वह अपनी नौकरी से खुश नहीं है। एक दिन उसने अपनी खिन्नता के बारे में अपने मित्र प्रशांत को बताया, जो उससे उम्र में बड़ा है और फैक्टरी कर्मचारियों के लिए एक छोटी सी कैंटीन चलाता है।

“प्रशांत मैं अपनी नौकरी से संतुष्ट नहीं हूँ। फैक्टरी में कई समस्याएं हैं। मैं एक समस्या हल करता हूँ, तो दूसरी समस्या खड़ी हो जाती है। समस्याओं का कोई अंत ही नहीं दिखाई देता है। मैं बहुत निराश हूँ और नौकरी छोड़ना चाहता हूँ।”

प्रशांत ने कुछ नहीं कहा। उसने चुपचाप स्टोव पर पानी से भरे हुए तीन बर्तन रख दिये। उसने एक बर्तन में कुछ गाजर, दूसरे में कुछ अंडे तथा तीसरे में कुछ कॉफी बींस डाले। बर्तन में पानी उबलने लगा।

राजू सोच रहा था कि ये क्या हो रहा है। “कहां मैं इसे अपनी परेशानियों के बारे में बता रहा हूँ, और यह मूर्ख अपना काम किये जा रहा है।”

कुछ समय बाद प्रशांत ने स्टोव बंद कर दिया और गाजर, अंडे और बीन्स को अलग-अलग कटोरे में रख दिया। फिर उसने पूछा, “ मित्र, तुम्हें यहां क्या दिखाई दे रहा है?” राजू ने चिढ़कर कहा “गाजर, अंडे और कॉफी”। “हां बिल्कुल! आओ अब उन्हें एक-एक करके महसूस करो”, प्रशांत ने कहा। “हे भगवान! तुम क्या साबित करना चाहते हो?” राजू ने अपने गुरसे को नियंत्रित करते हुए कहा। “गाजर मुलायम हो गई है। खिलके के नीचे अंडा उबल कर कठोर हो गया है और कॉफी की महक पहले से तेज़ हो गई है।” “बिल्कुल सही” प्रशांत ने कहा “इन सभी ने समान ऊष्मा का सामना किया परन्तु प्रत्येक ने भिन्न तरीके से प्रतिक्रिया की। गाजर पहले कठोर थी, अब यह कोमल तथा क्षीण हो गई है। अंडे अपने पतले कमजोर बाहरी खिलके के साथ कमजोर थे, परन्तु उबालने से ये कठोर हो गए तथा आंतरिक द्रवीय भाग उबलकर कठोर हो गया। परन्तु कॉफी बीन अद्वितीय है। पानी में उबालने से और भी मजबूत और बेहतर हो गया है। तो मेरे दोस्त, बताओ, तुम गाजर हो, अंडे हो या कॉफी बीन हो? किसी प्रतिकूल परिस्थिति में आप किस तरह से प्रतिक्रिया करते



चित्र 6.4.2: गाजर, अंडे तथा कॉफी बींस की कहानी

हैं? क्या आप गाजर के समान हैं, जो दिखने में तो कठोर हैं परन्तु थोड़ी सी ही कठिनाई में कमजोर और कोमल हो जाती हैं। क्या आप एक अंडे के सदृश हैं, जिसने एक कोमल हृदय के साथ जन्म लिया, परन्तु एक कठिनाई या कड़वे अनुभव के बाद टढ़ और कठोर हो गया है। या फिर आप कॉफी बीन की भांति हैं, जो अत्यधिक प्रतिकूल स्थिति या कठिनाई में और भी अधिक मजबूत तथा टढ़ हो जाती हैं तथा अपने श्रेष्ठतम रूप में आ जाती हैं।

प्रतिकूल परिस्थितियों में आप निखरते हैं।

“धन्यवाद प्रशांता तुमने मेरी आंखें खोल दी हैं। मैं अपना सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन करने की कोशिश करूंगा।”

इस कहानी से आपने क्या सीखा है?

.....

.....

.....

.....

.....

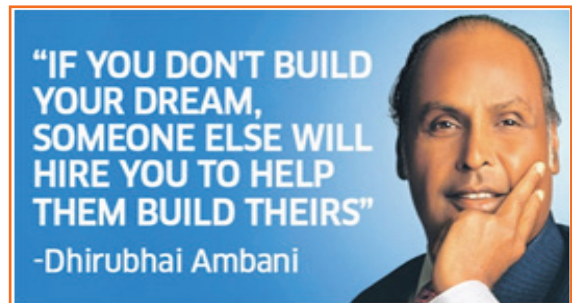
.....

.....

6.4.2.2 कुछ सफल व्यक्ति

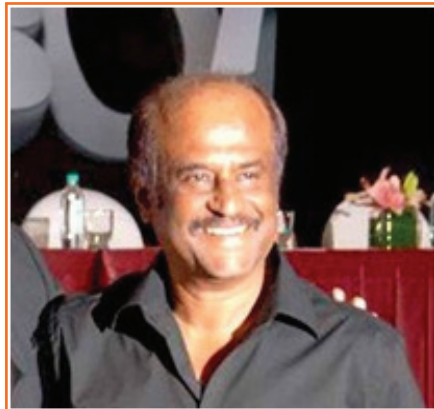
धीरूभाई अम्बानी – रिलायंस ब्रांड के संस्थापक

जूनागढ़ के एक मध्यमवर्गीय परिवार में जन्मे, एक अध्यापक के पुत्र। उनकी माँ को उनके पिता की आय से खर्च पूरे करने में मुश्किल होती थी, इसलिए उनकी माँ ने उन्हें कुछ कमाई शुरू करने को बोला। वे पलट कर बोले “फड़िया, फड़िया सू करो छो... पैसा नो तो धंगतो करीस...” अपनी माँ को यह दिखाने के लिए कि वे गम्भीर हैं, एक बार उन्होंने एक स्थानीय थोक विक्रेता से मूंगफली के तेल का एक कनस्तर उधार खरीदा और सड़क किनारे बैठ कर फुटकर में बेच दिया। इससे उन्हें कुछ रुपयों की कमाई हुई, जो उन्होंने अपनी माँ को दे दी।



चित्र 6.4.3: धीरूभाई अम्बानी - रिलायंस के संस्थापक

इसके बाद, उन्होंने सम्राटों की छुट्टियों के दौरान, जब उनका स्कूल बंद रहता था, गाँव के मेलों में प्याज और आलू के पकौड़ों के स्टाल लगाने शुरू कर दिए। बड़े होने पर वे बहुत थोड़े से पैसों के साथ मुम्बई आ गए और अपने परिवार के साथ दो कमरों वाली एक चॉल में रहने लगे। पर उन्होंने बड़े सपने देखे और अपने सपनों को पूरा करने की दिशा में काम किया।



चित्र 6.4.4: रजनीकान्त: तमिल सिनेमा के सुपर स्टार

रजनीकान्त: तमिल सिनेमा के सुपर स्टार

- हज़ारों लोगों के लिए हीरो और भगवान के समान
- मूल नाम शिवाजी राव गायकवाड
- बस कंडक्टर से सुपर स्टार तक

शुरूआती जीवन:

- गरीबी के कारण बहुत संघर्ष करना पड़ा
- कोई शिक्षा नहीं मिली; बस कंडक्टर का काम किया
- बस में यात्रियों का मनोरंजन किया करते थे
- तमिल सिनेमा में ब्रेक मिला
- सुपर हीरो बनने की धुन के साथ काम किया

इन दो लोगों से आपने क्या सीखा?

.....

.....

.....

.....

6.4.3 लक्ष्य तय करना

लक्ष्य तय करना अपने आदर्श भविष्य के बारे में सोचने की एक शक्तिशाली प्रक्रिया है। लक्ष्य तय करने से आपको यह चुनने में मदद मिलती है कि आप जीवन में क्या करना चाहते हैं।

लक्ष्य तय करने की प्रक्रिया में विशिष्ट, निर्धारणीय, साध्य, यथार्थवादी और समयबद्ध लक्ष्य तय करना शामिल है। लक्ष्य तय करने से लोगों को अपने उद्देश्यों की दिशा में कार्य करने में मदद मिलती है। लक्ष्य, प्रेरणा का ही एक रूप है, जो प्रदर्शन के साथ आत्म-सन्तुष्टि के मानक तय करते हैं। अपने लिए निर्धारित किये गये लक्ष्यों को प्राप्त करना, सफलता का एक पैमाना है और कार्य/नौकरी से जुड़ी चुनौतियों का सामना करने में सफल रहना, कार्यस्थल पर सफलता को मापने का एक तरीका है। स्मार्ट (SMART) लक्ष्य तय करें:

- S: स्पेसिफिक (विशिष्ट)
- M: मेज़रेबल (मापे जाने योग्य/निर्धारणीय)
- A: अटेनमेंट (प्राप्ति)
- R: रिलेवेंट (प्रासंगिक)
- T: टाइम बाउंड (समयबद्ध)

पता लगायें, कि

- आप क्या हासिल करना चाहते हैं
- आपको अपने प्रयास कहीं केंद्रित करने हैं
- साथ ही, उन चीज़ों का भी पता लगायें, जो ध्यान भंग करके आपको गुमराह कर सकती हैं

सबसे पहले एक “बड़ी तस्वीर” बनाएं (अगले 10 वर्ष)

- उन बड़े पैमाने वाले लक्ष्यों की पहचान करें, जो आप हासिल करना चाहते हैं।
- इसके बाद इन्हें ऐसे छोटे-छोटे लक्ष्यों में विभाजित कर लें जिन्हें आपको अपने जीवन के लक्ष्यों को हासिल करने हेतु पूरा करना ही है।
- जब आप अपनी योजना तैयार कर चुके हों, तो आप उन लक्ष्यों को हासिल करने के लिए कार्य करना शुरू कर दें

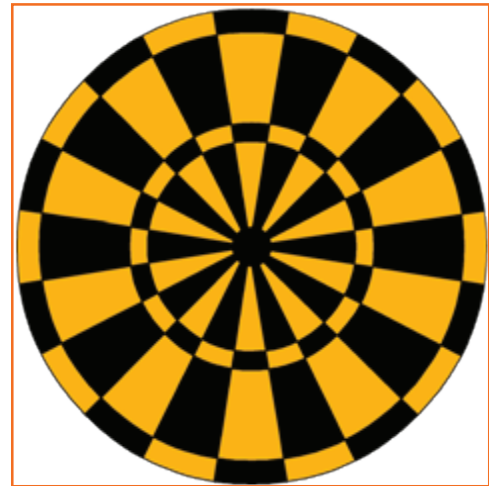
व्यक्ति के लिए लक्ष्य तय करना महत्वपूर्ण होता है क्योंकि:

- लक्ष्य आपको एकाग्र कर देते हैं और आपके प्रयासों को लक्ष्य से संबंधित गतिविधियों की ओर निर्देशित करते हैं।
- लक्ष्यों के कारण आप अधिक प्रयास करते हैं।
- यदि कोई लक्ष्य हासिल करने में जुटा हो, तो वह असफलताओं से जूझ कर भी आगे बढ़ता है।
- इससे व्यक्ति के व्यवहार में विकास तथा बदलाव होता है।

लक्ष्यों को श्रेणियों में रखना

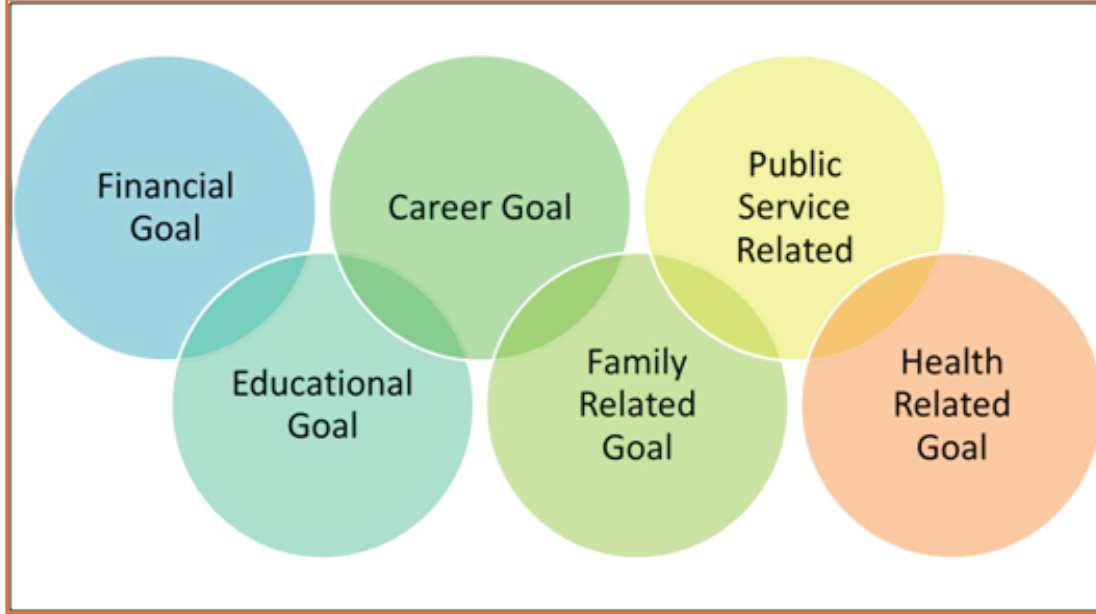
अपने जीवन के सभी महत्वपूर्ण क्षेत्रों को व्यापक और संतुलित ढंग से कवर करने के लिए, जीवन की सभी महत्वपूर्ण श्रेणियों में लक्ष्य तय करें। जैसे:

- **करियर:** आप अपने करियर में किस स्तर तक पहुँचना चाहते हैं या आप कहाँ पहुँचना चाहते हैं?



चित्र 6.4.5: लक्ष्य तय करना

- **वित्तीय:** आप किस अवस्था तक आते-आते कितनी आमदनी चाहते हैं? यह आपके करियर के लक्ष्य से किस प्रकार संबंधित है?
- **शिक्षा:** क्या आप जीवन में कोई विशिष्ट ज्ञान अर्जित करना चाहते हैं? अपने लक्ष्य हासिल करने के लिए आपको कौन-कौन सी जानकारी एवं कौशल अर्जित करने होंगे?
- **परिवार:** अपने जीवनसाथी और परिजनों की नज़र में आप अपनी कैसी छवि चाहते हैं?
- **स्वास्थ्य:** क्या आप वृद्धावस्था में अच्छा स्वास्थ्य चाहते हैं? इसे हासिल करने के लिए आप कौन-कौन से कदम उठाएंगे?
- **जन सेवा:** क्या आप दुनिया को एक बेहतर स्थान बनाना चाहते हैं? यदि हाँ, तो कैसे?



चित्र 6.4.6: लक्ष्यों को श्रेणियों में रखना

अपने दो वित्तीय लक्ष्य नीचे लिखें।

.....

.....

अपने दो करियर लक्ष्य नीचे लिखें।

.....

.....

अपने दो शैक्षिक लक्ष्य नीचे लिखें।

.....

.....

अपने दो परिवार संबंधी लक्ष्य नीचे लिखें।

.....

.....

अपने दो स्वास्थ्य संबंधी लक्ष्य नीचे लिखें।

.....

.....

अपने दो जनसेवा संबंधी लक्ष्य नीचे लिखें।

.....

.....

6.4.4 टीम का सामंजस्य

टीम कुछ ऐसे लोगों के समूह से बनती है, जो किसी साझा उद्देश्य के लिए साथ जुड़े होते हैं। जटिल कार्य करने के लिए टीमों विशेष रूप से उपयुक्त होती हैं। टीम, समूह का एक विशेष उदाहरण है, जिसमें साझा लक्ष्य ही सर्वनिष्ठ बात होती है। इससे टीम के सदस्यों के बीच एक सामंजस्य बन जाता है क्योंकि वे सफलता के लिए एक-दूसरे पर निर्भर होते हैं। उदाहरण के लिए, किसी खेल में कोई टीम एक इकाई के रूप में जीतती या हारती है।



चित्र 6.4.7: टीमकार्य

टीम के सदस्यों को निम्नांकित बातें सीखनी होती हैं:

- एक-दूसरे की मदद कैसे करें
- अपनी वास्तविक क्षमता को पहचानें
- एक ऐसा माहौल तैयार करें, जिससे हर कोई अपनी सीमाओं से परे जा सके।

टीम सामंजस्य के पहलू

- सहनशीलता और आपसी सहयोग
- जाति, संप्रदाय और पेशे की भावनाएँ मन से निकाल दें
- एक-दूसरे के साथ मिल-जुल कर रहें
- हरेक की शक्तियाँ पहचानें
- कौन क्या कर सकता है

टीम में, व्यक्तिगत लाभ का कोई स्थान नहीं होता है और विश्वासघात का तो बिल्कुल नहीं। टीम में:

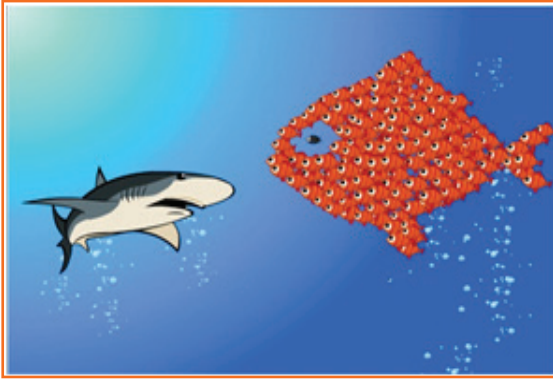
- एक अकेला व्यक्ति कोई बड़ा कार्य अकेले पूरा नहीं कर सकता है।
- बड़े और कठिन कार्य केवल टीमों के सामूहिक प्रयास के जरिए ही पूरे किए जा सकते हैं।
- टीम में, समय अच्छा हो या बुरा, टीम के सदस्य एक-दूसरे के साथ खड़े रहते हैं।
- एक साझा लक्ष्य की दिशा में साथ मिलकर कार्य करते हैं।
- कार्य को बाँटते हैं और बोझ साझा करते हैं।
- दूसरों की मदद करते हैं और उनसे मदद स्वीकारते हैं।

6.4.4.1 कहानी: छोटी मछलियां और बड़ी मछली

एक समुद्र में नन्हीं लाल मछलियों का झुंड रहता था। उस झुंड में से एक मछली, बाकियों से थोड़ा अलग थी। उसका नाम स्विमी था और उसका रंग काला था। स्विमी पूरे झुंड में सबसे तेज़ तैराक थी। वह भोजन की तलाश में समुद्र में यहाँ-वहाँ तैरती फिरती थी। एक बार जब मछलियां भोजन की तलाश में व्यस्त थीं, स्विमी झुंड से काफी आगे निकल गई। तभी उसे एक बड़ी मछली अपनी ओर आती दिखाई दी। बड़ी मछली भी अपना भोजन तलाश रही थी - यानि छोटी मछलियां। स्विमी डर गई थी! अगर बड़ी मछली उसके झुंड को देख लेती तो उन सभी को खा जाती। स्विमी ने तेजी से दिमाग चलाते हुए बचने का एक उपाय खोजा। वह तेजी से तैरते हुए वापस अपने झुंड के पास पहुँची और सभी मछलियों को बड़ी मछली के बारे में बताया और उससे बच निकलने की अपनी योजना भी समझाई।



चित्र 6.4.8(a): छोटी मछलियां और बड़ी मछली



चित्र 6.4.8(b): छोटी मछलियां और बड़ी मछली

जब बड़ी मछली पास आई तो उसे यह देख कर झटका लगा कि उससे भी बड़ी एक मछली अपना विशाल जबड़ा खोले उसी की ओर आ रही थी। खा लिए जाने के डर से बड़ी मछली तैरते हुए दूर भाग गई। अगर उसने ध्यान से देखा होता तो उसे पता चलता कि वह विशालकाय मछली असल में सारी नन्हीं लाल मछलियां ही थीं जो एक-दूसरे से सटकर इस प्रकार तैर रही थीं, जैसे कोई बड़ी मछली हो। और छोटी काली स्विमी, अपने अलग रंग के कारण, उस 'विशालकाय' मछली की आँख बन गई थी!

इस कहानी से आपने क्या सीखा?

.....

.....

.....

.....

6.4.5 संबंधों का प्रबंधन

हम सभी अलग-अलग व्यक्तित्वों के स्वामी हैं, हमारी इच्छायें और आवश्यकताएं अलग-अलग हैं, और हम अलग-अलग ढंग से अपनी भावनाएं दर्शाते हैं जो हमारे आस-पास के लोगों को प्रभावित करती हैं।

कार्यस्थल पर जो कुछ भी सीखा जाता है, उसका 70% अनौपचारिक ढंग से होता है। जब लोग काम पर एक-दूसरे से बात करते हैं, तो वास्तव में वे अपने कार्य को बेहतर ढंग से करना सीख रहे होते हैं। मित्रवत् सहकर्मी प्रभावी ढंग से अपनी बात रखते हैं, अधिक उपयोगी होते हैं और उन पर सहकर्मी अधिक विश्वास करते हैं।



अपने आस-पास के लोगों से संबंध बेहतर बनाने के सुझाव:

- ध्यान से देखें कि आप लोगों को कैसी प्रतिक्रिया देते हैं, जैसे कि, क्या आप सारे तथ्य जानने से पहले ही किसी निष्कर्ष पर पहुंच जाते हैं।



चित्र 6.4.9: संबंधों का प्रबंधन

- ईमानदारी से देखें कि आप कैसे सोचते हैं और दूसरे लोगों के साथ कैसा व्यवहार करते हैं।
- कार्य-स्थल के माहौल को देखें। क्या आप अपनी उपलब्धियों की ओर दूसरों का ध्यान खींचना चाहते हैं, या आप दूसरों को भी मौका देते हैं।
- साहस के साथ अपनी कमज़ोरियों को स्वीकारें और उनको दूर करने का प्रयास करें।
- अपने कार्यों की जिम्मेदारी लें।
- यदि आपसे किसी की भावनाओं को ठेस पहुँची है तो सीधे बात करके माफी मांग लें।

6.4.6 तहज़ीब

तहज़ीब वे प्रथाएं या नियम हैं, जो बताते हैं कि कौन-सा व्यवहार सामाजिक और कार्यालयी जीवन में सही या स्वीकार्य है। इसमें शामिल हैं:

सकारात्मक छवि बनाना

- सीधे खड़े हों, जब लोग बोल रहे हों तो उनकी ओर घूम जाएं और नज़रें मिलाकर बात करें और दिल से मुस्कुराएं।
- संगठन द्वारा निर्धारित ड्रेस कोड का पालन करें।
- किसी से पहली बार मिलते समय हाथ हमेशा सौम्यता, किन्तु दृढ़ता (गर्मजोशी) के साथ मिलाएं।
- कार्य पर हमेशा समय से थोड़ा पहले पहुँचें।

आप लोगों से कैसा व्यवहार करते हैं

- सोचें कि आप अपने सुपरवाइज़रों और सहकर्मियों से कैसा व्यवहार करते हैं।
- कार्यस्थल पर लोगों की प्रतिष्ठा के आधार पर उनका महत्व न ओंके। हर व्यक्ति को समान रूप से सम्मान दें।
- कार्यस्थल पर लोगों की निजता का सम्मान करें।

कार्यस्थल पर संवाद

- कार्यस्थल को पेशेवर और साफ-सुथरा रखें।
- कार्यस्थल पर दूसरों को टोकें नहीं।
- व्यक्तिगत कॉल सीमित रखें, विशेष रूप से तब जब आप किसी निर्माण यूनिट में कार्य करते हों।
- केवल निर्धारित स्थानों में ही खाना-पीना और धूम्रपान करें, अन्यथा दूसरों को इससे परेशानी हो सकती है।

कार्यस्थल की तहज़ीब व्यक्ति को बताती है कि कामकाज़ी माहौल में विभिन्न परिस्थितियों में कैसे व्यवहार करना है, चाहे वह परिस्थिति कितनी भी मामूली क्यों न हो। यह सहकर्मियों से किये जाने वाले व्यवहार और संवाद पर भी लागू होती है।

कार्य नैतिकता

कार्य नैतिकता, कड़े परिश्रम और कर्मठता पर आधारित एक मान्यता है। कार्य नैतिकता में शामिल हैं:

- **अनुशासन:** प्रतिदिन अपने कार्य पूरे करने के लिए कुछ हद तक प्रतिबद्धता की ज़रूरत होती है। केवल अनुशासन से ही हम अपने लक्ष्यों पर अटल और सौंपे गए कार्य पूरे करने के लिए दृढ़-निश्चयी रह सकते हैं।
- **कार्य के प्रति वचनबद्धता:** कार्य के प्रति वचनबद्धता का एक ठोस अहसास व्यक्ति के कार्य करने के तरीके और कार्य की मात्रा को प्रभावित करता है। जब कोई कर्मि अपने कार्य के प्रति वचनबद्ध होता है तो वह समय पर आता है, अपने सर्वश्रेष्ठ प्रयास करता है और प्रोजेक्ट को अपनी सर्वोत्तम योग्यता की सीमा तक पूर्ण करता है।
- **समयबद्धता:** समयबद्धता दिखाती है कि आप अपनी जॉब के प्रति समर्पित हैं, कार्य में रुचि रखते हैं और अपने दायित्वों को पूर्ण करने में सक्षम हैं। समयबद्ध होने से पेशेवराना रवैये और प्रतिबद्धता का एहसास होता है।

- **स्वत्व की भावना और जिम्मेदारी का अहसास:** स्वत्व की भावना और जिम्मेदारी का अहसास कर्मचारी के काम के सभी पहलुओं में व्याप्त होते हैं। सहकर्मी, कर्मचारियों की उचित फीडबैक देने की योग्यता को सम्मान देते हैं। सुपरवाइज़र, कर्मचारी के उच्च नैतिक मानकों के आधार पर ही उस पर विश्वास करते हैं, कि वह समस्याएं खड़ी नहीं करेगा और जिम्मेदार रहेगा।
- **उत्कृष्टता के लिए प्रयास करना:** स्वयं को अपने क्षेत्र के नवीनतम घटनाक्रम और ज्ञान से अपडेट रखें। अपने करियर में उन्नति करने हेतु आवश्यक नए कौशल, तकनीकें तथा विधियां सीखें।

सैद्धांतिक स्तर पर अच्छी कार्य नैतिकता प्रदर्शित करने वाले कर्मियों को बेहतर पदों, अधिक जिम्मेदारियों एवं अंततः पदोन्नतियों के लिए चुना जाना चाहिए। अच्छी कार्य नैतिकता दर्शाने में विफल रहने वाले कर्मियों को ऐसे कर्म माना जा सकता है जो नियुक्ति द्वारा उन्हें दिए जा रहे वेतन का उचित मूल्य प्रदान नहीं कर रहे हैं, उन्हें पदोन्नति नहीं दी जानी चाहिए एवं अधिक जिम्मेदारी वाले पद नहीं दिए जाने चाहिए।

6.4.7 तनाव तथा क्रोध का प्रबंधन

क्रोध एक सामान्य और स्वस्थ भावना है। कुछ लोगों को अपने क्रोध पर नियंत्रण रखने में मुश्किल होती है और ऐसे लोगों के लिए क्रोध का प्रबंधन एक समस्या हो सकती है। अनसुलझे क्रोध से कई स्वास्थ्य संबंधी समस्याएँ जुड़ी हुई हैं, जैसे उच्च रक्तचाप, हृदयाघात, अवसाद, बेचैनी/घबराहट, सर्दी-जुकाम और पाचन संबंधी समस्याएँ।

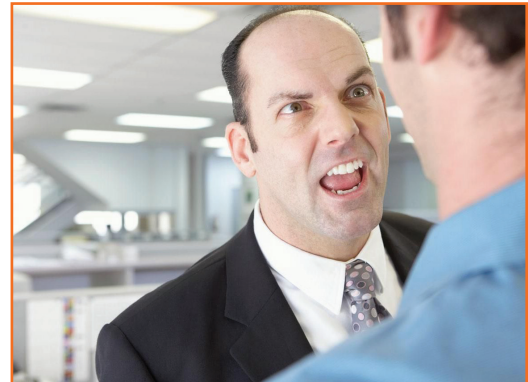
यदि आपका हृदय सामान्य से अधिक तेजी से धड़कता है और आपकी साँसें तेज़ हो जाती हैं, आपके कंधों में तनाव महसूस हो रहा है या आप मुड़ियां भींच रहे हैं, तो सावधान हो जाएं। हो सकता है कि आपका शरीर क्रोध के संकेत दे रहा हो। खुद को शांत करने का प्रयास करें। जब आप क्रोध के संकेतों को पहचानना सीख जायेंगे, आप खुद को शांत कर पाएंगे।

हमेशा याद रखें:

- अनावश्यक तनाव से बचें, न कहना सीखें और माहौल का नियंत्रण अपने हाथ में लें।
- अपनी भावनाओं को अंदर ही अंदर उबलने देने की बजाए उन्हें जाहिर करें।
- जिन चीज़ों को आप बदल नहीं सकते उन्हें स्वीकार कर लें।
- माफ करना सीखें।
- क्रोध आपको खतरे के द्वार पर पहुँचा देता है।
- क्रोध जीवन नष्ट कर सकता है, संबंधों को नष्ट कर सकता है।
- खुद को दूसरे के स्थान पर रख कर देखें।
- तुरंत प्रतिक्रिया न दें।
- आप जो भी कहना या करना चाहते हैं उसे कुछ सेकंडों के लिए टाल दें।
- गहरी साँस लें।
- जब मन शांत हो जाए, तभी बोलें।



चित्र 6.4.10: तनाव प्रबंधन



चित्र 6.4.11: क्रोध प्रबंधन

6.4.8 मतभेद दूर करना

मतभेद क्या होता है?

एक ऐसी समस्या या परिस्थिति जिसे समझना या जिससे निपटना कठिन हो।

हमें मतभेद दूर करने की ज़रूरत क्यों है?

- यदि किसी समस्या को सही समय पर हल न किया जाए या उस पर ध्यान न दिया जाए तो वह राई से पहाड़ बन सकती है।
- अनुसुलझी समस्या केंसर जैसी हो सकती है, जो चारों ओर फैलते हुए जीवन के अन्य क्षेत्रों को भी अपनी चपेट में ले लेती है।
- अनुसुलझी समस्याएं कड़वाहट बढ़ाती हैं और हताशा उत्पन्न कर सकती हैं।
- वे बुरी आदतों, जैसे पीठ पीछे बुराई करना, गप्पबाजी आदि को बढ़ावा दे सकती हैं।
- मतभेद में शामिल व्यक्ति अपनी एकाग्रता खो सकते हैं और जिस व्यवहार विशेष को बदलने की ज़रूरत है, उस पर ध्यान देने की बजाए एक-दूसरे के चरित्र पर अँगुली उठाना शुरू कर सकते हैं।

मतभेद कैसे सुलझाएं?

1. रुकें / ठहरें . . .
इससे पहले कि आप आपा खो बैठें और मतभेद को और भी बदतर बना दें।
2. बोलें . . .
आपके विचार में समस्या क्या है। मतभेद किस कारण से हो रहा है? आप क्या चाहते हैं?
3. सुनें . . .
दूसरे व्यक्ति के विचारों और एहसासों को।
4. सोचें . . .
ऐसे समाधान जो आप दोनों को संतुष्ट करेंगे।

यदि आप अब भी परस्पर सहमति पर न पहुँच पाएं तो इसे सुलझाने में किसी और की मदद लें।

6.4.9 नेतृत्व कौशल

प्रभावी ढंग से नेतृत्व करने की योग्यता कई मुख्य कौशलों पर आधारित होती है। नियोजित इन कौशलों की तलाश में रहते हैं क्योंकि इन कौशलों में प्रेरित करने, उत्साहित करने और सम्मान बढ़ाने के लिए बहुत से लोगों से व्यवहार करना शामिल होता है। कुछ गुण जो प्रत्येक अच्छे नेतृत्वकर्ता में होने चाहिए, इस प्रकार हैं:

- **ईमानदारी:** यदि आप ईमानदार और नैतिक व्यवहार को एक प्रमुख मान्यता बना लेंगे तो आपकी टीम भी उसका अनुसरण करेगी।
- **कार्यभार सौंपने की योग्यता:** किसी उपयुक्त व्यक्ति को कार्यभार सौंपने की योग्यता एक महत्वपूर्ण कौशल है, जिसे विकसित किया जाना चाहिये। टीम की मुख्य शक्तियों की पहचान करना और उनका लाभ उठाना ही कार्यभार सौंपने की कुंजी है।
- **अच्छा संवाद कौशल:** स्पष्ट रूप से संवाद करने में समर्थ होना बहुत महत्वपूर्ण है।
- **आत्मविश्वास:** कठिन समय में भी टीम का मनोबल गिरने नहीं देता है।
- **प्रतिबद्धता:** यदि आप चाहते हैं कि आपकी टीम कड़ी मेहनत करे और उच्च-स्तरीय सामग्री का निर्माण करे, तो आपको स्वयं उदाहरण बनना होगा।
- **सकारात्मक रवैया:** कंपनी की सतत सफलता की ओर टीम को प्रेरित किये रहना।
- **स्वनात्मकता:** संकटपूर्ण परिस्थितियों में तय मार्ग पर चलते रहने की बजाए लीक से हटकर समाधान सोचना महत्वपूर्ण होता है।
- **निश्चयात्मक बनें:** अप्रत्याशित चीजों के लिए योजना बनाएं तो कोई भी चीज़ आपको चौंका नहीं पाएगी। यदि आपने किसी कार्य विशेष में हो सकने वाली गड़बड़ियों के बारे में सोच लिया है, तो आप आवश्यकता पड़ने पर सुधारात्मक कदम उठाने के लिए आत्मविश्वास के साथ निर्णय ले सकेंगे।
- **पूरे/समग्र परिप्रेक्ष्य पर ध्यान केंद्रित करें:** अपने विभाग के लिए दीर्घावधि रणनीतियां बनाएं और सुपरवाइज़रों तथा स्टाफ सदस्यों को उनके बारे में बताएं। व्यक्तियों और टीम के लिए वास्तविकतावादी और साध्य लक्ष्य तय करें और पूरे परिप्रेक्ष्य के संदर्भ में आपकी जो अपेक्षाएं हैं, वे उन्हें बताएं।

नेतृत्वकर्ता कैसे बनें:

- अवसरों पर कदम उठाने के लिए पहल करें। पहले नेतृत्वकर्ता बनें, उसके बाद ही दूसरे लोग आपको नेतृत्वकर्ता के रूप में देखेंगे।
- अपने उद्देश्यों की जिम्मेदारी लें, प्राथमिकताएं तय करें।
- कठिन परिस्थितियों में भी 'मैं कर सकता हूँ' वाला रवैया दिखाएं। समस्या को दूसरों के सिर थोपने की बजाए उसे हल करने की कोशिश करें।
- कोई कार्य करने को कहे जाने पर अपेक्षा से अधिक करके दिखाएं। आपकी जाँब की जो जिम्मेदारियां हैं, उनसे परे करके दिखाएं।
- उत्साह दिखाएं।
- समस्याओं को अपनी मानते हुए जिम्मेदारी लें। संभावित समस्याओं का पूर्वानुमान करें, समस्या होने से पहले उसका उपाय करें, और समस्या हल करने के लिए तुरंत कदम उठाएं।
- चीजों के किए जाने के तरीकों में सुधार करें।
- नवीन पद्धतियां विकसित करें। प्रगतिशील सोच को मान दें।
- क्षमता वर्धन करने वाले नए कौशल सीखें।

अभ्यास 

1. सकारात्मक रवैया निम्नलिखित चीजों में दिखाई पड़ता है:

- a) रचनात्मक चीजें
- b) रचनात्मक सोच
- c) प्रसन्नता का रवैया
- d) उपर्युक्त सभी

2. स्मार्ट (SMART) का पूरा नाम क्या है?

- a) स्पेशल, मेज़रेबल, अटेनमेंट, रिलेवेंट, टाइम बाउंड
- b) स्पेशल, मोडिफाइ, अटेनमेंट, रिलेवेंट, टाइम बाउंड
- c) स्पेसिफिक, मेज़रेबल, अटेनमेंट, रिलेवेंट, टाइम बाउंड
- d) स्पेसिफिक, मोडिफाइ, अटेनमेंट, रिलेवेंट, टाइम बाउंड

3. व्यवहारात्मक कौशलों को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

4. मतभेद क्या होता है?

.....

.....

.....

यूनिट 6.5: सामाजिक अंतर्क्रिया

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. सामाजिक अंतर्क्रिया एवं उसके व्यवहारों का वर्णन करना।
2. सार्वजनिक रूप से स्वयं का संक्षिप्त विवरण देना।
3. दैनिक कर्तव्यों का पालन करना।
4. संगी-साथियों, परिजनों और समाज के अन्य लोगों के साथ सहयोग करना।

6.5.1 सामाजिक अंतर्क्रिया

सामाजिक अंतर्क्रिया वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा हम अपने आस-पास के लोगों के साथ व्यवहार करते हैं और उन्हें प्रतिक्रिया देते हैं। इसमें लोगों द्वारा एक-दूसरे के लिए किए जाने वाले कार्य एवं बदले में उनके द्वारा दी जाने वाली प्रतिक्रियाएं शामिल हैं। सामाजिक अंतर्क्रिया में बड़ी संख्या में व्यवहार शामिल हैं। वे हैं:

- **आदान-प्रदान:** आदान-प्रदान सामाजिक अंतर्क्रिया का सबसे बुनियादी प्रकार है। यह एक सामाजिक प्रक्रिया है जिसके द्वारा समान या अधिक मूल्य वाले किसी प्रकार के पुरस्कार के बदले सामाजिक व्यवहार का आदान-प्रदान किया जाता है।
- **प्रतिस्पर्धा:** यह ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा दो या अधिक लोग ऐसा लक्ष्य पाने की कोशिश करते हैं, जो उनमें से किसी एक को ही मिल सकता है। इससे मानसिक तनाव उत्पन्न हो सकता है, सामाजिक संबंधों में सहयोग का अभाव पैदा हो सकता है, असमानता और मतभेद भी उत्पन्न हो सकते हैं।
- **सहकारिता:** यह एक प्रक्रिया है जिसमें लोग साझा लक्ष्य पाने के लिए साथ मिलकर कार्य करते हैं। सहकारिता के बिना कोई भी समूह अपना कार्य पूरा नहीं कर सकता है।
- **मतभेद:** सामाजिक मतभेद, समाज के भीतर साधन या शक्ति पाने हेतु, दुर्लभ संसाधनों पर नियंत्रण हासिल करने के लिए एक संघर्ष है। यह तब होता है, जब दो या अधिक लोग असंगत लक्ष्य हासिल करने के लिए किसी सामाजिक अंतर्क्रिया में एक-दूसरे का विरोध करते हैं।
- **अवपीड़न/दबाव:** व्यक्तियों या समूहों को दूसरे व्यक्तियों या समूहों की इच्छा के समक्ष हार मानने के लिए विवश कर दिया जाता है।



चित्र 6.5.1: सामाजिक अंतर्क्रिया

6.5.2 आत्म-परिचय

हर किसी को अपने जीवनकाल में श्रोताओं या किसी वर्ग के सामने स्वयं का परिचय देना पड़ता है। यह एक भाषण होता है, जिसमें 3 से 5 मिनट लगते हैं। यह बहुत महत्वपूर्ण होता है, क्योंकि इससे दूसरों के मन में हमारी पहचान छवि बनती है। इससे आपके आत्म-सम्मान तथा आत्मविश्वास पर काफी प्रभाव पड़ता है। यह निम्नांकित चीजों में सहायक होता है:

- स्वयं के बारे में बेहतर महसूस करना
- अपने आत्मविश्वास को बढ़ाना
- अपना आत्मसम्मान बढ़ाना
- दोस्त बनाना
- महसूस करना कि चीजें आपके नियंत्रण में हैं



चित्र 6.5.2: आत्म-परिचय

आत्म-परिचय के बिंदु

आत्म-परिचय के कुछ बिंदु इस प्रकार हैं:

- **शुभकामनाएं/अभिवादन:** किसी जनसमूह को संबोधित करने से पहले सर्वप्रथम हमें अभिवादन करना होता है। इस समय हम श्रोताओं का ध्यान अपनी ओर आकर्षित करने का प्रयास करते हैं। आपको समय के आधार पर गुड मॉर्निंग, गुड आफ्टरनून या गुड ईवनिंग कह कर उनका अभिवादन करना होता है।
 - » गुड मॉर्निंग! मेरे प्यारे दोस्तों!
 - » आदरणीय श्रीमान! गुड मॉर्निंग!
 - » आप सभी को इस खास या प्यारी या ठंडी-ठंडी सुबह की शुभकामनाएं।
- **उद्देश्य:** हमें श्रोताओं के सामने आने का उद्देश्य बताना होता है। हम कह सकते हैं कि मैं यहां आपको अपने बारे में बताने आया/आयी हूँ।
- **नाम:** यहाँ आप अपने नाम के बारे में बताते हैं..... श्रोताओं का ध्यान आकर्षित करने के लिए आपको अपना नाम कुछ अलग ढंग से प्रस्तुत करना होता है। यदि आपको पता हो तो आप अपने नाम का अर्थ बता सकते हैं या अपनी नाम-शक्ति वाले किसी प्रसिद्ध व्यक्ति का नाम ले सकते हैं।
- **पिता का नाम:** यहाँ आपको अपने पिता के नाम के बारे में बताना होता है। अपने पिता का नाम बोलने की शुरुआत मिस्टर/श्री या प्रोफेसर या डॉक्टर से करें।
- **परिवार:** यह अपने परिवार के बारे में बताने का अच्छा अवसर होता है, अतः आप अपने परिवार के बारे में जो भी बताना चाहें, बताएं।
- **व्यवसाय:** वर्तमान में आप जो काम कर रहे हैं उसके बारे में उन्हें बताएं।
- **स्थान:** अपने वर्तमान निवास स्थान के बारे में उन्हें बताएं, और यदि चाहें तो यह भी बताएं कि आप किनके साथ रह रहे हैं।

आप अपने मूल स्थान के बारे में भी बता सकते हैं। आपका स्थान किन चीजों के लिए प्रसिद्ध है यह बताना बेहतर रहेगा।

- **शौक/आदतें:** शौक का अर्थ है कि फुरसत के समय में आपको क्या करना अच्छा लगता है और आदतों से तात्पर्य है कि आपकी नियमित गतिविधियां क्या हैं। यह भाग आपकी प्रकृति और आपकी जीवनशैली के बारे में बताता है, इसके बारे में बोलते समय सचेत रहें।
- **जीवन लक्ष्य:** उन्हें बताएं कि जीवन में आपका क्या लक्ष्य है, यदि आपका लक्ष्य ऊंचा हो तो अच्छा होगा। आपको ऊंचा सोचना होगा और ऊंचाई तक पहुंचना होगा।
- **उपलब्धियां:** अब तक आपकी जो उपलब्धियां हैं उनके बारे में बताएं, यहाँ कम-से-कम तीन और अधिक से अधिक पाँच उपलब्धियों के बारे में बताना अच्छा रहेगा। हाँलांकि उपलब्धियां छोटी हो सकती हैं, पर उन्हें बताएं, क्योंकि वे आपका आत्मविश्वास दिखाती हैं। पर यह न कहें कि आपकी कोई उपलब्धि नहीं है।
- **पसंदीदा व्यक्ति या आदर्श:** अपने आदर्श व्यक्तियों के बारे में बोलना अच्छा है।
- **पसंदीदा फिल्में, वस्तुएं, रंग, स्थान आदि:** यदि आप चाहें तो अपनी पसंदीदा चीजों के बारे में बताएं, उनसे अन्य लोगों को आपकी रुचियों और प्राथमिकताओं के बारे में पता चलेगा।
- **आपकी शक्तियां एवं कमजोरियां:** आप अपनी शक्तियों और कमजोरियों के बारे में बता सकते हैं। ध्यान रहे, आपकी कमजोरियां बेहूदा या सुधार से परे न हों।
- **आपको जो लोग पसंद और नापसंद हैं :** यहाँ आपको यह बताना होता है कि आपको किस किस्म के लोग पसंद हैं या किस किस्म के लोग नापसंद हैं।
- आपके जीवन में आया कोई नया मोड़
- आप दूसरों से अलग कैसे हैं
- **समापन:** आपके सार्वजनिक संभाषण को सुन चुकने के बाद शायद श्रोताओं के मन में कुछ प्रश्न होंगे। तो समापन में उनके प्रश्नों के यादगार उत्तर दें। बताएं कि किस प्रकार आपके जीवन का यह पहलू आपको वह बनाता है, जो आप हैं। यह आपके आत्म-परिचय का आदर्श समापन होगा।
- अंत में धन्यवाद कहें।

आपको समय के अनुसार, आमतौर पर 3 मिनट के हिसाब से, अपने भाषण को समायोजित करना होगा और आपको भाषण इस आधार पर बनाना होगा कि आप लोगों के किस समुदाय या वर्ग को संबोधित करने जा रहे हैं और आप अपने बारे में किन-किन बातों का खुलासा करना चाहते हैं।

आत्म-परिचय को बेहतर बनाना

अपने आत्म-परिचय को बेहतर बनाने में मदद के लिए आप कुछ चीज़ें कर सकते हैं, जैसे:

- **सुनें कि आप खुद से क्या कह रहे हैं:** अपनी अंतरात्मा की आवाज पर ध्यान दें। थोड़ा समय लेकर सुनें, चाहें तो जो सोच रहे हैं उसे लिख भी लें।
- **स्वयं से की जाने वाली बातचीत पर गौर करें:** विश्लेषण करके देखें कि आपकी खुद से बातचीत नकारात्मक कम हो और सकारात्मक अधिक हो।
- **अपना परिचय बदलें:** अपने सकारात्मक विचारों से नकारात्मक विचारों का खंडन करें। नकारात्मक बातें बोलने से बचें और ऐसी बातें तलाशें जो किसी कठिन परिस्थिति को आपके पक्ष में बेहतर ढंग से मोड़ सकती हों।

6.5.3 हमारे कर्तव्य एवं दायित्व

भारत के संविधान द्वारा कुछ कर्तव्य निर्धारित किए गए हैं। इन कर्तव्यों का निर्वहन भारत के हर नागरिक द्वारा किया जाना बहुत महत्वपूर्ण है। वे इस प्रकार हैं:

- संविधान का पालन करना, उसके आदर्शों, संस्थाओं, राष्ट्र ध्वज एवं राष्ट्र गान का सम्मान करना।
- स्वतंत्रता के लिए हमारे राष्ट्रीय संघर्ष को प्रेरित करने वाले महान आदर्शों को मन में संजोये रखना और उनका अनुसरण करना।
- भारत की संप्रभुता, एकता एवं सत्यनिष्ठा को कायम रखना और उसकी सुरक्षा करना।
- देश की रक्षा करना और आह्वान किए जाने पर राष्ट्रसेवा करना।
- धार्मिक, भाषाई एवं क्षेत्रीय या सामुदायिक विविधताओं से ऊपर उठकर, भारत के सभी लोगों के बीच समरसता और भाईचारे की भावना को बढ़ावा देना; महिलाओं की गरिमा के लिए अपमानजनक प्रथाओं को त्यागना।
- हमारी मिश्रित संस्कृति की समृद्ध धरोहर को मान देना एवं उसका संरक्षण करना।
- वनों, झीलों, नदियों एवं वन्य जीवों समेत प्राकृतिक पर्यावरण की सुरक्षा करना एवं उसे बेहतर बनाना, और जीवों के प्रति दया रखना।
- वैज्ञानिक स्वभाव, मानवीयता तथा जांच-पड़ताल एवं सुधार की भावना विकसित करना।
- सार्वजनिक संपत्ति की सुरक्षा करना और हिंसा त्यागना।
- व्यक्तिगत एवं सामूहिक गतिविधि के सभी क्षेत्रों में उत्कृष्टता पाने की दिशा में प्रयास करना ताकि हमारा राष्ट्र प्रयासों एवं उपलब्धियों के ऊंचे से ऊंचे स्तर प्राप्त करता जाए।

देश के विकास के लिए यह आवश्यक है कि भारत का हर नागरिक इनका पालन करे।

6.5.4 सहकारिता

अपने परस्पर लाभ के लिए प्राणियों के समूह द्वारा साथ मिलकर कार्य करने या कदम उठाने की प्रक्रिया को सहकारिता कहते हैं। परिजनों, दोस्तों एवं संगी-साथियों के बीच की सहकारिता बहुत आम है और यह दुरुस्त भी है। यह किसी भी समाज की मेरुदंड होती है।

पारिवारिक सहकारिता से परिवार को पास आने का मौका मिलता है। इससे चीज़ों का मुकाबला करने के कौशल एवं निर्णय लेने की क्षमता में वृद्धि होती है। पारिवारिक सहकारिता को बढ़ावा देने के कुछ चरण इस प्रकार हैं:



चित्र 6.5.3: सहकारिता

- **चरण 1** - चीज़ों की योजना साथ मिलकर बनाएं: इसके लिए व्यक्ति को थोड़ा नैगोशिएशन और समझौता करना होता है, जिससे हर कोई दूसरे के दृष्टिकोण के प्रति अधिक सहनशील और विचारशील होना सीखता है।

- **चरण 2** - दायित्व साझा करें: आवश्यक घरेलू दायित्वों को आपस में बाँट लेना पारिवारिक सहकारिता में एक अच्छा अभ्यास सिद्ध हो सकता है। संगी-साथियों से सहयोग मिलता है, जब लोग एक-दूसरे को ज्ञान, अनुभव, एवं भावनात्मक, सामाजिक या व्यावहारिक सहायता प्रदान करते हैं। यह सामाजिक सहयोग से इस मायने में अलग है कि यहां सहयोग का स्रोत आपका कोई संगी-साथी है, जो ऐसा व्यक्ति है जो कई मायनों में सहयोग पाने वाले के समान ही है।

संगी-साथी से प्रभावी सहयोग इन रूपों में प्राप्त हो सकता है:

- **सामाजिक सहयोग:** ऐसे अन्य लोगों के साथ सकारात्मक मनोवैज्ञानिक संवाद के रूप में, जिनके साथ परस्पर विश्वास एवं सरोकार मौजूद हैं।
- **अनुभवमूलक ज्ञान:** समस्याएं हल करने एवं जीवन की गुणवत्ता सुधारने में योगदान देता है।
- **भावनात्मक सहयोग:** आदर, लगाव और भरोसा दिलाना
- **साधन संबंधी सहयोग:** भौतिक वस्तुएं एवं सेवाएं।

सहकारी व्यक्ति कैसे बनें? सहकारी व्यक्ति बनने के लिए आपको ये चीज़ें करनी होंगी:

- दूसरों की बात ध्यानपूर्वक सुनें और सुनिश्चित करें, कि वे जो कह रहे हैं, वह आपको समझ आ रहा हो।
- जब आपके पास कुछ ऐसा हो जिसे दूसरे भी पसंद करते हैं, तो उनके साथ उसे साझा करें।
- जब कोई ऐसा काम हो जिसे कोई न करना चाहे, या कोई ऐसा काम हो जिसे एक से अधिक व्यक्ति करना चाहते हों, तो बारी-बारी से वह काम करें।
- जब कोई गंभीर मतभेद हो जाए तो समझौता करें।
- अपने हिस्से के काम को सर्वोत्तम संभव ढंग से करें। इससे दूसरे भी ऐसा करने को प्रेरित होंगे।
- लोगों के योगदान के लिए उनकी सराहना करें।
- लोगों को उनका सर्वोत्तम प्रयास करने के लिए प्रोत्साहित करें।
- लोगों को उनकी आवश्यकता महसूस कराएं। साथ मिलकर कार्य करना कहीं अधिक मजेदार होता है।
- किसी को अकेला या अलग-थलग न करें। हर कोई कुछ-न-कुछ मूल्यवान चीज़ कर या दे सकता है, और अलग या पीछे छूट जाना किसी को पसंद नहीं होता।

यूनिट 6.6: सामूहिक संवाद

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. कक्षा में सामूहिक चर्चाओं में भाग लेने में।
2. सार्वजनिक रूप से भाषण देने में।
3. टीम निर्माण और टीम वर्क के महत्व को समझने में।

6.6.1 सामूहिक संवाद

हर दिन हम सामाजिक और पेशेवर स्तर पर लोगों के समूहों से मिलते हैं। उनके साथ हम कैसे संवाद करते हैं, यह बात हमारे द्वारा उनके मन में बनाई गई छवि में एक बड़ी भूमिका निभाती है। किसी समूह द्वारा कोई सहकारी कार्य पूरा किए जाने के दौरान जो संवाद होता है वह दर्शाता है कि समूह कैसे कार्य करता है। सफल और सकारात्मक सामूहिक संवाद के लिए इन चरणों का पालन करना आवश्यक है:

- अपना मोबाइल फोन कहीं दूर या फिर साइलेंट मोड में रख दें।
- सभी का अभिवादन करें।
- समूह में हर व्यक्ति के साथ दोस्ताना व्यवहार रखें।
- किसी की कोई तारीफ करके और जिस बात पर चर्चा की जा रही है उसे ध्यानपूर्वक सुनकर, दूसरों में दिलचस्पी दिखाएं।
- अग्रसक्रिय रहें और समूह में दूसरों को अपना परिचय दें।
- सीधे बैठें। शरीर की खराब मुद्रा, आत्मसम्मान कम होने का संकेत होती है।
- जो व्यक्ति बोल रहा हो अपना ध्यान उसी पर केंद्रित करें।
- किसी की टिप्पणी को मूल्यहीन न दर्शाएं। याद रखें, हर कोई अलग है और हम सभी की सोचने की योग्यताएं भी भिन्न हैं।
- पहले सोचें फिर बोलें। वार्तालाप में कूदने के लिए जल्दबाजी न करें।
- सम्मानपूर्वक सुनने व ध्यान से देखने वाला व्यक्ति बनें।
- बात करते समय हर किसी को शामिल करें। समूह के हर व्यक्ति के साथ नज़र मिलाकर बात करना सुनिश्चित करें।
- जब तक स्पष्ट संकेत न हो, विषय न बदलें। अन्यथा लोगों को ऐसा लगेगा कि आप विषय में दिलचस्पी नहीं रखते हैं।
- मुख्य चर्चा के बीच में कोई अन्य चर्चा न तो शुरू करें और न ही ऐसी किसी चर्चा में भाग लें। दूसरों की गलतियों के कारण खुद को अच्छा श्रोता बनने से न रोकें।
- सुनिश्चित करें कि जब चर्चा शुरू हो और जब समाप्त हो तब आप मुस्कुराएं, हर व्यक्ति से हाथ मिलाएं और व्यक्ति के नाम का उपयोग करें।

समूह में आप जो भी कुछ करते हैं वह समूह में हर किसी पर एक छाप छोड़ता है। कभी भी यह न सोचें कि अमुक चीज़ का कोई महत्व नहीं है। हर चीज़ महत्व रखती है। अनौपचारिक और औपचारिक सामूहिक संवादों में भाग लेने का कोई मौका न छोड़ें। सबसे पहले चर्चा में छोटे-छोटे योगदान दें, पूछने के लिए कोई प्रश्न तैयार करें या दूसरे व्यक्ति की टिप्पणी से सहमति जताएं। अन्य व्यक्तियों का दृष्टिकोण पूछें।



चित्र 6.6.1: सामूहिक संवाद

6.6.2 सामूहिक संवादों का महत्व

प्रतिभागी के रूप में सामूहिक संवाद आपके लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि:

- इससे आपको विषय को अधिक गहराई से समझने में मदद मिलती है।
- इससे आपकी समालोचनात्मक ढंग से सोचने की योग्यता में सुधार होता है।
- इससे समस्या विशेष को हल करने में मदद मिलती है।
- इससे समूह को कोई निर्णय विशेष लेने में मदद मिलती है।
- इससे आपको अन्य विद्यार्थियों के विचार सुनने का मौका मिलता है।
- इससे आपका सुनने का कौशल बेहतर होता है।
- इससे बोलने के मामले में आपके आत्मविश्वास में वृद्धि होती है।
- इससे आपका रवैया बदल सकता है।

मॉडरेटर के रूप में सामूहिक संवाद से आपको इन चीज़ों में मदद मिलती है:

- किसी अभ्यर्थी के व्यवहारात्मक कौशलों को समझना।
- यह पहचान करना कि किसी अभ्यर्थी में टीम में कार्य करने की योग्यता है या नहीं।
- व्यक्ति के रवैये को समझना।
- किसी भावी कार्यपद्धति में कोई भावी अभ्यर्थी चुनना।

सामूहिक संवाद में क्या करें और क्या न करें

ऐसा करें	ऐसा न करें
<ul style="list-style-type: none"> • समूह से सुखद ढंग से और विनम्रतापूर्वक बोलें। • हर वक्ता के योगदान का सम्मान करें। • याद रखें कि चर्चा कोई बहस नहीं है। विनम्रतापूर्वक असहमत होना सीखें। • बोलने से पहले अपने योगदान के बारे में सोचें। आप सर्वश्रेष्ठ ढंग से प्रश्न का उत्तर/विषय में योगदान कैसे दे सकते हैं? • चर्चा के विषय पर टिके रहने की कोशिश करें। असंगत जानकारी पेश न करें। • बोलते समय अपने शरीर की भाषा के प्रति सजग रहें। • जो कुछ आपको दिलचस्प लगे उससे सहमत हों और अभिस्वीकृति दें। 	<ul style="list-style-type: none"> • अपना आपा खो देना। चर्चा कोई बहस नहीं है। • वित्लाना। संयमित लहजे और मध्यम आवाज का उपयोग करें। • बोलते समय अत्यधिक हाव-भावों का उपयोग करना। अंगुलियों से इशारे करना और मेज पर हाथ मारना जैसे हाव-भाव आक्रामक दिख सकते हैं। • चर्चा में हावी होना। आत्मविश्वासी वक्ताओं को अपेक्षाकृत शांत विद्यार्थियों को योगदान देने का मौका देना चाहिए। • व्यक्तिगत अनुभवों या किस्से पर बहुत अधिक बोलना। हालांकि कुछ शिक्षक, विद्यार्थियों को उनके खुद के अनुभव पर सोच-विचार करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं, पर याद रखें कि बहुत अधिक सामान्यीकरण ठीक नहीं है। • टोकना। वक्ता आपसे जो कह रहा है वह बात पूरी होने की प्रतीक्षा करें, उसके बाद ही बोलें।

चित्र 6.6.2: सामूहिक संवाद में क्या करें और क्या न करें

6.6.3 टीम वर्क

टीम वर्क कामकाजी जीवन का एक बहुत महत्वपूर्ण भाग है। इसका निम्नांकित चीज़ों पर बड़ा प्रभाव हो सकता है:

- संगठन की लाभदेयता।

- लोग अपने कार्य में आनंद लेते हैं या नहीं।
- स्टाफ प्रतिधारण (बने रहने की) दर।
- टीम का और वैयक्तिक प्रदर्शन।
- कंपनी की प्रतिष्ठा।

टीम निर्माण का महत्व

टीम निर्माण की गतिविधियां न केवल टीम के सदस्यों के मनोबल को बढ़ाती हैं, बल्कि टीमों की सफलता की दर में भी वृद्धि करती हैं। टीम निर्माण एक महत्वपूर्ण गतिविधि है क्योंकि यह:



चित्र 6.6.3: टीम वर्क

- **बेहतर संवाद को सुगम बनाती है:** जिन गतिविधियों पर चर्चाएं होती हैं वे कर्मचारियों के बीच तथा कर्मचारियों एवं प्रबंधन के बीच खुला संवाद सक्षम करती हैं। इससे कार्यालयी संबंध बेहतर होते हैं, जिससे किए गए कार्य की गुणवत्ता में भी सुधार आता है।
- **कर्मचारियों को प्रेरित करती है:** टीम सदस्य अपने विचार एवं दृष्टिकोण व्यक्त करने में जितने सहज होंगे, उनका आत्मविश्वास उतना ही बढ़ जाएगा। इससे वे नयी चुनौतियों का सामना करने के लिए प्रेरित होंगे।
- **स्वनात्मकता को बढ़ावा देती है:** टीम के अन्य सदस्यों के साथ मिलकर कार्य करने से स्वनात्मकता और नए विचार जागृत हो सकते हैं।
- **समस्या हल करने के कौशल विकसित करती है:** जिन टीम निर्माण गतिविधियों में टीम के सदस्यों की समस्याएं हल करने के लिए साथ मिलकर कार्य करना आवश्यक होता है वे तर्कसंगत और रणनीतिक ढंग से सोचने की योग्यता में सुधार कर सकती हैं। जो टीमों यह निर्धारित करने में सक्षम होती हैं कि कोई समस्या कब उत्पन्न होती है एवं वे उसके संबंध में क्या कर सकती हैं, वे वास्तव में कोई संकट उत्पन्न होने पर प्रभावी ढंग से चीजों को अपने नियंत्रण में ले सकती हैं।
- **बाधाएं हटाती है:** टीम निर्माण से आपके कर्मचारियों के साथ विश्वास का घटक और मजबूत होता है।

टीम में कार्य करते समय क्या करें और क्या न करें

- **सार्वजनिक रूप से बहस न करें:** यदि टीम में किसी के साथ आप असहमत हैं तो उस पर चर्चा करने के लिए कोई तटस्थ स्थान खोजें।
- **एक-दूसरे को अवश्य प्रोत्साहित करें:** जब हालात कठिन हो जाते हैं तो मजबूत लोग ही आगे बढ़ना जारी रख पाते हैं। कठिन हालात में टीम में योगदान दें।
- **पीठ पीछे बातें न करें:** यदि टीम के किसी सदस्य के साथ आपको कोई परेशानी है तो दूसरों के साथ उसे साझा न करें। सीधे उसी व्यक्ति से सज्जनता एवं सहानुभूतिपूर्ण ढंग से बात करें और उसे बताएं कि आपके मन में क्या है।
- **मदद अवश्य करें:** यदि टीम का कोई सदस्य मदद मांग रहा है तो उसे मदद देने में हिचकें नहीं।
- **सबसे कमजोर कड़ी न बनें:** अपने दायित्वों पर खरे उतरें, टीम की अपेक्षाएं पूरी करें और टीम में प्रभावी ढंग से संवाद करें।
- **फीडबैक दें और लें:** टीम विकास में एक हिस्से के रूप में सम्मानपूर्ण एवं विनीत ढंग से फीडबैक दें और लें।

अभ्यास 

1. इनमें से कौन, टीम निर्माण का महत्व है?
 - a) समस्या हल करने के कौशल विकसित करती है
 - b) कर्मचारियों को प्रेरित करती है
 - c) बेहतर संवाद सुगम बनाती है
 - d) उपर्युक्त सभी
2. टीम वर्क कामकाजी जीवन का एक बहुत महत्वपूर्ण भाग है।
 - a) प्रेरणा
 - b) बात करना
 - c) टीम वर्क
 - d) टीम निर्माण

3. टीम में कार्य करते समय क्या करना चाहिए और क्या नहीं करना चाहिए?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. सामूहिक संवाद का क्या महत्व है? साथ ही, सामूहिक संवाद में क्या करना चाहिए और क्या नहीं करना चाहिए इसकी व्याख्या करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

यूनिट 6.7: समय प्रबंधन

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. समय प्रबंधन के महत्व को समझना।
2. समय प्रबंधन का कौशल विकसित करना।
3. प्रभावी समय नियोजन के बारे में सीखना।

6.7.1 समय प्रबंधन

समय प्रबंधन, विशिष्ट गतिविधियों पर बिताए जाने वाले समयावधि की योजना बनाने और उस पर सजग ढंग से नियंत्रण रखने की प्रक्रिया है, जो विशेषकर प्रभावशीलता, सक्षमता या उत्पादकता बढ़ाने के लिए की जाती है। इस गतिविधि का लक्ष्य समय की सीमित अवधि के भीतर गतिविधियों के एक समूह के समग्र लाभ को अधिकतम करना होता है।

समय प्रबंधन के कुछ प्रभावी सुझाव:

- कार्यभार सौंपें।
- समय बर्बाद करने वाली चीजों का पता लगायें।
- गतिविधियों को संयुक्त करें - उनके लिए योजना बनाएं।
- बड़े-बड़े कार्यों को अधिक से अधिक संभव छोटे कार्यों में तोड़ लें।
- उन्हें एक-एक करके पूरा करें।
- दिन की समाप्ति पर एक सरल सा विश्लेषण करके देखें कि किस गतिविधि में अधिक समय लगा।



चित्र 6.7.1: समय प्रबंधन

6.7.2 टाइम रॉबर्स (समय बर्बाद करने वाली गतिविधियां)

टाइम रॉबर्स वे गतिविधियां हैं, जो कार्यस्थल पर व्यवधान पैदा करती हैं। ये गतिविधियां हमें हमारे उद्देश्यों से भटकाती हैं। कुछ टाइम रॉबर्स इस प्रकार हैं:

- खराब व्यक्तिगत नियोजन और समय-निर्धारण।
- अपॉइंटमेंट के बिना मिलने आए लोगों द्वारा व्यवधान उत्पन्न किया जाना।
- ठीक ढंग से कार्यभार न सौंपना।
- मीडिया - टेलीफोन, मोबाइल, ई-मेल और फ़ैक्स आदि - का खराब उपयोग।
- फालतू के मेल पढ़ना।
- अच्छे समय प्रबंधन के लिए चिंता न होना।
- स्पष्ट प्राथमिकताओं का अभाव।

टाइम रेंबर्स से इस प्रकार बचा जा सकता है:

- सारे समय सक्रिय रहें।
- एक व्यवस्थित, व्यक्तिगत गतिविधि समय-सारणी विकसित करें और उसे बनाए रखें।
- अपनी प्राथमिकताएं तय करें।
- उचित ढंग से कार्यभार सौंपें।
- आधुनिक तकनीकी मीडिया का उपयोग करें।

6.7.3 परेडो विश्लेषण

- इस विश्लेषण के अनुसार, 80% कार्य 20% समय में पूर्ण किए जा सकते हैं। शेष 20% कार्य आपका 80% समय लेते हैं। और जो कार्य पहली श्रेणी में आते हैं उन्हें अधिक प्राथमिकता दी जानी चाहिए।
- समय, कार्य पूरा करने के लिए अपनाई गई विधि पर भी निर्भर करता है। कार्य पूरा करने के अपेक्षाकृत साधारण एवं सरल तरीके हमेशा मौजूद होते हैं। यदि कोई व्यक्ति जटिल तरीकों का उपयोग करेगा तो उनमें अधिक समय लगेगा। व्यक्ति को हमेशा कार्य पूरा करने के वैकल्पिक तरीके तलाशने की कोशिश करनी चाहिए।

आवश्यक - महत्वपूर्ण मैट्रिक्स

1. वे कार्य जो आवश्यक और महत्वपूर्ण हैं	2. वे कार्य जो आवश्यक नहीं हैं पर महत्वपूर्ण हैं
<p>अभी करें</p> <ul style="list-style-type: none"> • आपात स्थितियां, शिकायतें एवं संकट संबंधी मुद्दे • वरिष्ठ अधिकारियों की मांगें • नियोजित कार्य या प्रोजेक्ट कार्य जिसका समय आ चुका है • वरिष्ठ अधिकारियों/सहकर्मियों के साथ मीटिंग 	<p>इन्हें करने की योजना बनाएं</p> <ul style="list-style-type: none"> • नियोजन, तैयारी • समय-निर्धारण • डिजाइनिंग, परीक्षण • सोचना, बनाना, डेटा की मॉडलिंग करना
3. वे कार्य जो महत्वपूर्ण नहीं हैं पर आवश्यक हैं	4. वे कार्य जो महत्वपूर्ण नहीं हैं और आवश्यक भी नहीं हैं
<p>अस्वीकार करें और कारण समझाएं</p> <ul style="list-style-type: none"> • दूसरों के मामूली अनुरोध • आभासी आपात स्थितियां • कार्य में प्रकट होने वाली गलत फहमियां • व्यर्थ की दिनचर्या या गतिविधियां 	<p>प्रतिरोध करें और छोड़ें</p> <ul style="list-style-type: none"> • आरामदायक गतिविधियां, कंप्यूटर • गेम, अत्यधिक नेटसर्फिंग • सिगरेट पीने के ब्रेक • फालतू बातचीत, गपशप, सामाजिक • संवाद • व्यर्थ की एवं अनुपयोगी सामग्रियां पढ़ना

चित्र 6.7.2: आवश्यक - महत्वपूर्ण मैट्रिक्स

इस मैट्रिक्स से आपको इन्हें समझने में मदद मिलती है:

- क्या किया जाना चाहिए
- किसकी योजना बनाई जानी चाहिए
- किसका प्रतिरोध करना चाहिए
- क्या अस्वीकार कर देना चाहिए

समय का प्रबंधन करने की सबसे सरल विधि है एक सामान्य कार्य-सूची बनाना। कार्य-सूची को प्राथमिकता के क्रम में बनाएं:

- कार्यों की एक दैनिक सूची, जिन्हें उनकी प्राथमिकता के क्रम में लिखा गया हो
- सबसे पहले सबसे अप्रिय एवं कठिन कार्य से आरंभ करें, बाद के कार्य आसानी से और तेजी से पूरे हो जाएंगे।
- कार्य-सूची बनाते समय हर चीज़ की योजना बना लें
- जो चीज़ें महत्वपूर्ण नहीं हैं उन्हें "नहीं" कहना सीखें
- अब तक पूर्ण कर ली गई चीज़ों को काट दें, ताकि आपको पता रहे कि क्या पूरा हो चुका है और क्या पूरा किया जाना है।

दिन भर में आप जो नियमित गतिविधियां करते हैं उन्हें नीचे लिखें।

.....

.....

.....

.....

ऊपर उल्लिखित गतिविधियों को निम्नांकित श्रेणियों में प्राथमिकता के क्रम में रखें।

महत्वपूर्ण कार्य	गैर-महत्वपूर्ण कार्य	आवश्यक कार्य	गैर-आवश्यक कार्य

अभ्यास 

1. हम टाइम रॉबर्स से कैसे बच सकते हैं?

- अपनी प्राथमिकताएं तय करें
- एक व्यवस्थित, व्यक्तिगत गतिविधि समय-सारणी विकसित करें और उसे बनाए रखें
- आधुनिक तकनीकी मीडिया का उपयोग करें
- उपर्युक्त सभी

2. परेटी विश्लेषण के अनुसार _____ कार्य _____ समय में पूर्ण किए जा सकते हैं।

- 70%, 30%
- 80%, 20%
- 60%, 40%
- a और c दोनों

3. समय प्रबंधन क्या है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

यूनिट 6.8: रिज़्यूमे तैयार करना

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. रिज़्यूमे के विभिन्न खंडों का वर्णन करना।
2. रिज़्यूमे तैयार कैसे करते हैं यह सीखना।

6.8.1 परिचय

रिज़्यूमे एक आत्म-प्रचार होता है जो, यदि उचित ढंग से किया जाए तो, दर्शाता है कि आपके कौशल, अनुभव और उपलब्धियां किस प्रकार उस जॉब के अनुरूप हैं जो आप चाहते हैं। रिज़्यूमे एक टूल है जिसका एक विशिष्ट उद्देश्य होता है, और वह है साक्षात्कार में सफल होना। यह नियोक्ता को यह विश्वास दिलाता है कि नये कैरियर में या पद पर सफल होने के लिए जो चीज़ें चाहिए वे आपमें हैं।

आपका रिज़्यूमे अच्छी तरह लिखा गया है, इस तथ्य के आधार पर यह आपको उच्च मानक एवं उत्कृष्ट लेखन-कौशल वाले एक पेशेवर व्यक्ति के रूप में भी स्थापित करता है। इससे आपको अपनी दिशा, योग्यताएं एवं शक्तियां स्पष्ट करने में, अपने आत्मविश्वास को बढ़ाने में या किसी जॉब अथवा कैरियर के बदलाव के लिए प्रतिबद्ध होने की प्रक्रिया आरंभ करने में मदद मिलती है।



चित्र 6.8.1: एक रिज़्यूमे

व्यक्ति को रिज़्यूमे के बारे में यह जानकारी होनी चाहिए कि:

- आपका रिज़्यूमे आपको साक्षात्कार में सफल करने के लिए है, न कि जॉब दिलवाने के लिए
- नियोक्ता मात्र 15-20 सेकंड तक आपके रिज़्यूमे को पढ़ेंगे। आपके रिज़्यूमे को बस इतने से समय में प्रभाव छोड़ना होता है।

रिज़्यूमे में विभिन्न खंड होते हैं जो नीचे बताए गए क्रम में होते हैं:

खंड	नियोक्ता किसकी तलाश में है
शीर्षक	आपकी पहचान और आपसे संपर्क करना
उद्देश्य	यह जाँचना कि उनकी आवश्यकता और आपका उद्देश्य मेल खाते हैं या नहीं
शिक्षा	यह जाँचना कि आप जिस जॉब/इंटरशिप के लिए आवेदन कर रहे हैं उसकी बुनियादी योग्यता आपके पास है या नहीं
व्यावहारिक अनुभव/प्रोजेक्ट	यह देखना कि क्या आपने कुछ ऐसा किया है जो आपकी संभावित क्षमता दर्शाता हो। साथ ही यह देखना कि आप अपने समकक्षों से किस प्रकार अलग हैं।
कौशल	व्यक्तित्व संबंधी विशेषताओं और व्यवसायगत कौशलों की दृष्टि से आप कितने सुसज्जित हैं
रुचियां	पेशेवर पहलुओं के अलावा, आपका जीवन कितना अर्थपूर्ण है?
अन्य	क्या अन्य कोई महत्वपूर्ण एवं प्रासंगिक चीज़ है जो आप दर्शाना चाहेंगे और जो आपके रिज़्यूमे का मूल्य वर्धन करती हो।

चित्र 6.8.2: रिज़्यूमे के विभिन्न खंड

तैयारी एवं महत्वपूर्ण सुझाव

अपना रिज़्यूमे तैयार करना शुरू करने से पहले इस जांचसूची का पालन अवश्य करें:

- स्कोर की गणना करने के लिए कक्षा 10 से अब तक के शैक्षिक दस्तावेज़
- अपने रिज़्यूमे में आप जो चीज़ें जोड़ना चाहते हैं उन सभी की एक सूची बना लें। जैसे इंटरशिप, प्रोजेक्ट, पार्ट टाइम जॉब्स, पाठ्येतर गतिविधियां, खेलकूद, प्रशिक्षण, कौशल, रुचियां आदि। आवश्यक नहीं कि सूची संपूर्ण हो, आप बाद में भी चीज़ें जोड़ सकते हैं।

रिज़्यूमे तैयार करने से पहले हमेशा याद रखें कि:

- आपके रिज़्यूमे में हर बिंदु विशिष्ट हो और तथ्यात्मक जानकारी द्वारा समर्थित हो।
- अपने सभी बिंदुओं में कार्यवाचक क्रियाओं का उपयोग करें। वे तुरंत ध्यानाकर्षित करती हैं और आपके वाक्यों को स्पष्ट बनाती हैं।
- बुलेट्स का उपयोग करें, पैराग्राफ का नहीं।
- अपने दायित्वों का उल्लेख न करके अपनी उपलब्धियों का उल्लेख करें।
- रिज़्यूमे बनाते समय हमसे होने वाली एक आम गलती यह है कि हम अपने दोस्तों के रिज़्यूमे से फॉर्मेट को कॉपी कर लेते हैं और उसके आधार पर अपना रिज़्यूमे मे बना लेते हैं।



चित्र 6.8.2: रिज़्यूमे तैयार करना

6.8.1.1 रिज़्यूमे शीर्षक

उद्देश्य: आपको अपने बारे में कुछ बुनियादी जानकारी देनी होगी, ताकि वे आपसे संपर्क कर सकें।

शामिल किए जाने वाले फ़िल्ड: नाम, वर्तमान पता, ईमेल आईडी, फोन नंबर, जन्मतिथि। अपना नाम, बाकी के पाठ्य से बड़े फ़ॉन्ट में लिखें।

ऐसा न करें:

- अपना फोटो शामिल न करें।
- अपने रिज़्यूमे को फाइल के हेडिंग के रूप में न लिखें।
- अनावश्यक जानकारी जैसे पारिवारिक जानकारी, वैवाहिक स्थिति आदि न दें।
- इन विवरणों को अपने रिज़्यूमे में सबसे नीचे न जोड़ें।
- इन विवरणों को भरने के लिए बहुत अधिक स्थान न दें।

6.8.1.2 उद्देश्य को ढांचाबद्ध करना

उद्देश्य: अपने नियोक्ता को यह बताना कि आपका लक्ष्य क्या है। इसे किसी उद्योग विशेष में कोई पद विशेष पाने की ओर लक्षित होना चाहिए।

हमेशा याद रखें:

आपके उद्देश्य में निम्नांकित शामिल होने चाहिए:

- वांछित पद
- कार्यात्मक क्षेत्र

- वांछित उद्योग
- विशिष्ट रहें और न्यूनतम शब्दों में वर्णन करें।
- आप जिन भूमिकाओं के लिए आवेदन करते हैं उनमें से हरेक के लिए आपका उद्देश्य अलग होना चाहिए
- उद्देश्य लिखते समय नियोक्ताओं की आवश्यकता को ध्यान में रखें। उद्देश्य यह नहीं होता कि आपको कंपनी से क्या पाने की इच्छा है, बल्कि यह तो कंपनी की आवश्यकता होता है।

6.8.1.3 शिक्षा

आपके रिज़्यूमे के इस खंड में आपकी शैक्षिक योग्यताओं को हाइलाइट किया जाता है।

उद्देश्य: नियोक्ता को यह जानकारी देना कि आप जिस जॉब/इंटरशिप के लिए आवेदन कर रहे हैं उसकी बुनियादी योग्यता आपके पास है या नहीं।

हमेशा याद रखें:

- कक्षा 10 से अब तक की सभी शैक्षिक योग्यताएं लिखें।
- कक्षा 10 एवं 12 के लिए - विद्यालय/महाविद्यालय का नाम, बोर्ड, वर्ग/विशेषज्ञता (यदि कोई हो), अध्ययन वर्ष एवं अंक शामिल करें।
- स्नातक के लिए - महाविद्यालय का नाम, विश्वविद्यालय का नाम, उपाधि एवं विशेषज्ञता, अध्ययन वर्ष शामिल करें।
- अपनी सभी योग्यताएं समय के उल्टे क्रम में लिखें, यानि सबसे नयी योग्यता सबसे ऊपर।
- आप शैक्षिक योग्यताएं तालिका के रूप में या एक के बाद एक के क्रम में लिख सकते हैं।

6.8.1.4 प्रोजेक्ट, इंटरशिप आदि

आपके रिज़्यूमे के अगले भाग में वह वास्तविक व्यावहारिक कार्य शामिल किया जाता है जो आपने किया है। इसमें प्रोजेक्ट, इंटरशिप, इन-प्लान्ट प्रशिक्षण, पार्ट टाइम जॉब्स, स्वयंसेवी कार्य, कोई कंपनी आरंभ करना एवं आपके द्वारा की गई अन्य पहल शामिल होती हैं। आपने जो पहल की हैं उनकी संख्या एवं प्रकृति के आधार पर, आप यह निर्णय कर सकते हैं कि इसके लिए केवल एक शीर्षक रखना है या उन्हें एक से अधिक शीर्षकों के तहत सूचीबद्ध करना है।

उद्देश्य: यह आपके रिज़्यूमे का एक महत्वपूर्ण अवयव है, क्योंकि आपका व्यावहारिक कार्य एवं अपनी पाठ्यचर्या के अलावा आपके द्वारा की गई पहलें ही वे चीज़ें हैं जो आपकी वास्तविक क्षमता को प्रदर्शित करेंगी, एवं साथ ही वे आपको आपके समकक्षों से अलग भी करेंगी।

याद रखें:

- हेडिंग इस प्रकार हो - टाइटल/प्रोजेक्ट का नाम, भूमिका, कंपनी/संगठन का नाम, विशिष्ट समयावधि के बारे में 2 वाक्यों का वर्णन।
- समयावधि का उल्लेख आवश्यक है।
- हर हेडिंग के तहत दी गई प्रविष्टियां समय के उल्टे क्रम में होनी चाहिए।
- अपनी उपलब्धियों के बारे में बेहद विशिष्ट रहें। जहां कहीं संभव हो आँकड़े और तथ्य जोड़ें।

ऐसा न करें:

- आम/सामान्य वाक्य न लिखें। इससे नियोक्ता को आपके किए कार्यों की स्पष्ट तस्वीर नहीं मिलती है। अतः नियोक्ता यह मान लेगा कि आपने प्रमाणपत्र पाने के लिए इंटरशिप की है।

6.8.1.5 कौशल

हेडिंग: कौशलों के तहत आप कई हेडिंग दे सकते हैं। आम हेडिंग इस प्रकार हैं:

- **सॉफ्ट स्किल्स:** इन्हें शामिल करना आवश्यक है, वे आपके व्यक्तित्व की विशेषताएं दर्शाते हैं।
- **प्रमुख व्यावसायिक कौशल:** वैकल्पिक, यदि आपके पास कोई प्रमुख कौशल है तो उसे शामिल करें। ये आपके ऐसे कौशल हैं जो उस भूमिका के लिए प्रासंगिक हैं जिसके लिए आप आवेदन कर रहे हैं।
- **आईटी कौशल:** वैकल्पिक, यदि आप आईटी/सॉफ्टवेयर संबंधी भूमिकाओं के लिए आवेदन कर रहे हैं तो इन्हें शामिल करना बेहतर है।

याद रखें:

- अपना कौशल सूचीबद्ध करें और एक बिंदु जोड़ें जो आपके कौशल का सर्वोत्तम ढंग से समर्थन करता हो।
- विशिष्ट बिंदु शामिल करें। जहां कहीं संभव हो आँकड़े और तथ्य जोड़ें।
- केवल तीन से चार सॉफ्ट स्किल्स चुनें जो आपका सर्वोत्तम वर्णन करते हों।
- आपके पास जो कौशल हैं उनमें से सर्वोत्तम की खोज करें और उसके समर्थन में सर्वोत्तम उदाहरण उद्धृत करने के लिए अपने अतीत में जाएं।

6.8.1.6 रुचियां

अपने रिज़्यूमे के इस खंड में ध्यानपूर्वक चुनें कि आप अपनी रुचियों में से किन्हें अपने रिज़्यूमे में प्रदर्शित करना चाहते हैं ताकि वे आपके जीवन को अर्थपूर्ण दर्शा सकें।

आप जो रुचियां दर्शाते हैं वे आपके चरित्र के बारे में बताती हैं। ये रुचियां प्रायः साक्षात्कारों के दौरान चर्चा का विषय बनती हैं, अतः सोच-समझ कर चुनें कि आपको कौन-सी रुचियां दर्शानी हैं।

याद रखें:

- ऐसी रुचियां सूचीबद्ध करें जो सार्थक हों एवं कुछ सीख दर्शाती हों।
- आपने जो रुचियां सूचीबद्ध की हैं उन्हें समर्थित करें।
- विशिष्ट बिंदु दें और उनके साथ समर्थनकारी तथ्य जोड़ें।
- एक साथ कई रुचियों के बारे में बात न करें जैसे: रोमांच, गिटार, पढ़ना, पर्यावरण।
- पार्टी करना, फिल्में देखना जैसी रुचियां कभी शामिल न करें, वे नकारात्मक छवि बनाती हैं।

6.8.1.7 संदर्भ

संदर्भ दें

आपके रिज़्यूमे पर जो अंतिम वीज़ होनी चाहिए वह है 2-4 पेशेवर संदर्भों की एक सूची। ये सभी ऐसे लोग हैं जिनसे आपका संबंध नहीं है पर जिनसे आपने पेशेवर ढंग से व्यवहार किया है। आप अपने पिछले नियोजक, प्रोफेसर या स्वयंसेवी संयोजक को अपने संदर्भ पृष्ठ में शामिल करने की सोच सकते हैं।

- संदर्भ का नाम, आपसे उनका संबंध, डाक पता, ईमेल और फोन नंबर शामिल करें।
- आप जहाँ आवेदन कर रहे हैं वह कंपनी/संगठन उन लोगों से संपर्क कर सकता है, इसलिए हमेशा पहले ही कॉल करके उन्हें बता दें कि आप वर्तमान में एक जॉब के लिए आवेदन कर रहे हैं और आपने आवेदन में उनका नाम संदर्भ के रूप में दिया है।

6.8.1.8 याद रखने योग्य बिंदु

- सुनिश्चित करें कि आपका रिज़्यूमे 2 पृष्ठों से अधिक का न हो।
- रिज़्यूमे बनाने के बाद उसे विस्तार से जाँचें और सुनिश्चित करें कि उसमें कोई भी गलती न हो। न तो व्याकरण की, न वर्तनी की और न ही विराम चिह्नों की कोई गलती हो।
- अपने रिज़्यूमे को बार-बार पढ़ें और उसमें सुधार करें, वाक्यों को और बेहतर बनाएं।
- साइज़ 11 या 12 में कोई पेशेवर फ़ॉन्ट चुनें। आप रिज़्यूमे के अलग-अलग भागों के लिए कई फ़ॉन्ट्स का उपयोग कर सकते हैं, पर कोशिश करें कि दो से अधिक फ़ॉन्ट उपयोग न हों। बार-बार फ़ॉन्ट बदलने की बजाए, विशिष्ट खंडों को बोल्ड या इटैलिक करके देखें।
- आपके हेडर और खंड के परिचय का फ़ॉन्ट आकार 14 या 16 हो सकता है।
- आपका पाठ्य हमेशा ठोस काली इंक में छपा होना चाहिए। सुनिश्चित करें कि जो भी हायपरलिंक मौजूद हों उन्हें अक्षम (डिसेबल) कर दिया गया हो ताकि वे नीले या किसी अन्य विषम रंग में न छपें।
- आपके पृष्ठ में चारों ओर एक इंच का हाशिया छूटा होना चाहिए और वाक्यों के बीच की स्पेसिंग 1.5 या 2 पॉइंट की होनी चाहिए। आपके रिज़्यूमे की बॉडी (मुख्य पाठ्य) बाई ओर अलाइन किया हुआ होना चाहिए और आपका हेडर, पृष्ठ पर सबसे ऊपर केंद्र में होना चाहिए।

अभ्यास



1. रिज़्यूमे में क्या-क्या होता है?
 - a) शीर्षक
 - b) कौशल
 - c) उद्देश्य
 - d) उपर्युक्त सभी
2. उद्देश्य में क्या शामिल होना चाहिए?
 - a) वांछित उद्योग
 - b) विशिष्ट न हों
 - c) उद्देश्य समान होना चाहिए
 - d) केवल b और c
3. अपनी रुचियों के बारे में लिखना महत्वपूर्ण क्यों है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

यूनिट 6.9: साक्षात्कार की तैयारी

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. साक्षात्कार की कार्यविधि का वर्णन करना।
2. दिखावटी (मॉक) साक्षात्कारों से गुजरना।
3. साक्षात्कार के दौरान स्वयं को प्रस्तुत करना।
4. प्रशिक्षण अवधि पूरी हो जाने के बाद कार्य करने के लिए प्रेरित होना।

6.9.1 इंटरव्यू

इंटरव्यू दो या अधिक लोगों (इंटरव्यू लेने वालों और इंटरव्यू देने वाले) के बीच का एक वार्तालाप होता है जिसमें इंटरव्यू देने वाले व्यक्ति से जानकारी प्राप्त करने के लिए इंटरव्यू लेने वाले व्यक्ति द्वारा प्रश्न पूछे जाते हैं। इंटरव्यू वह पहली और अंतिम बाधा है जो जॉब पाने के लिए आपको पार करनी होती है।



चित्र 6.9.1: इंटरव्यू

इंटरव्यू के आम प्रकार

1. **पारम्परिक HR इंटरव्यू:** अधिकांश इंटरव्यू आमने-सामने होते हैं। सबसे पारम्परिक इंटरव्यू HR एक्जीक्यूटिव के साथ आमने-सामने का वार्तालाप है जिसमें अभ्यर्थी का ध्यान प्रश्न पूछने वाले व्यक्ति पर होना चाहिए। आपको सलाह दी जाती है कि नज़रें मिलाकर बात करें, गौर से सुनें और तुरंत उत्तर दें।
2. **पैनल इंटरव्यू:** इसमें इंटरव्यू लेने वाले व्यक्तियों की संख्या एक से अधिक होती है। चयन प्रक्रिया के इस भाग का संचालन दो से दस सदस्यों वाले पैनल द्वारा किया जा सकता है। अपना समूह प्रबंधन और समूह प्रस्तुतिकरण कौशल दर्शाने के लिए यह एक आदर्श मौका होता है।
3. **टेक्निकल इंटरव्यू:** इस इंटरव्यू का उद्देश्य मूलतः तकनीकी ज्ञान का मूल्यांकन करना होता है। अधिकांश प्रश्न अभ्यर्थी के रिज़्यूमे में उल्लिखित कौशलों पर आधारित होते हैं।
4. **टेलीफोन इंटरव्यू:** टेलीफोन इंटरव्यू को जॉब स्थल से बहुत दूर रहने वाले अभ्यर्थियों के लिए आरंभिक इंटरव्यू के रूप में भी प्रयोग किया जा सकता है।

इंटरव्यू के लिए जाने से पहले, यह महत्वपूर्ण है कि आप उस भूमिका के बारे में स्पष्ट हों जिसके लिए आप आवेदन कर रहे हैं। आपके लिए यह जानना भी महत्वपूर्ण है कि आप कहां आवेदन कर रहे हैं और आप किससे बात करेंगे। आपके उत्तरों से नियोजक को यह पता चलना चाहिए कि वे जिसकी तलाश में हैं वह आप ही हैं।

इसके लिए आपको इन फ़िल्ड्स पर थोड़ा शोध करना होगा:

- कंपनी एवं फ़िल्ड
- जॉब वितरण
- स्वयं के बारे में (कौशल, मान्यताएं एवं रुचियां)
- रिज़्यूमे (अनुभव)

यदि आप नियुक्ता होते तो ऐसे व्यक्ति को चुनते जो अपने बारे में सुनिश्चित, शांत और आत्मविश्वासी होता। इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि आप हों:

- आत्मविश्वासी
- तनाव-मुक्त
- अपने बारे में सुनिश्चित
- तैयार
- इंटरव्यू से पहले, उसके दौरान और उसके बाद, आपके लिए यह महत्वपूर्ण है कि आप तैयार हों।
- पेशेवर ड्रेस पहनें

यह महत्वपूर्ण है कि आप पेशेवर ड्रेस पहनें। यह एक प्रमाणित तथ्य है कि हमारा परिधान का चुनाव, लोगों के मन में हमारी छवि पर बड़ा असर डालता है। अन्य लोगों से आप जो संवाद करते हैं उसका 90% भाग शरीर की भाषा (भाव-भंगिमा, अभिव्यक्तियां आदि) और हमारी पहली छवि के ज़रिए होता है। अच्छी पहली छवि बनाना बहुत आसान है।

पहली छवि अच्छी हो इसके लिए यह महत्वपूर्ण है कि:

- हमसे सुगंध आए
- हमारी छवि पेशेवर हो
- हम अपने साज-संवार पर ध्यान दें
- हम नज़रें मिलाकर बात करें
- हमें यह पता हो कि क्या और कैसे बोलना है
- हमारा संपूर्ण व्यक्तित्व, हमारे बारे में लोगों के मन में जो धारणा है उसमें योगदान देता है।

इंटरव्यू के लिए कैसा परिधान पहनें

पुरुष	महिलाएं
पूरी आरंभ वाली, बटनदार शर्ट (साफ और इस्तरी की हुई)	पारम्परिक जूतियां, ऊंची-पैनी हील वाली जूतियां नहीं
गहरे रंग के जूते (साफ और पॉलिश किए हुए) और गहरे रंग की जुवाबें	आभूषण - एक जोड़ी कुंडल (नॉक्स हों तो बेहतर)
बाल कटवाएं (छोटे बाल हमेशा सर्वोत्तम होते हैं)	कोई चूड़ियां नहीं
कोई आभूषण नहीं (जंजीर, कुंडल, बाली/छिदवा कर पहने हुए आभूषण)	मेकअप का न्यूनतम उपयोग
दाढ़ी या टैटू नहीं	

चित्र 6.9.2: इंटरव्यू के लिए परिधान

6.9.2 इंटरव्यू में क्या करें और क्या न करें

आपमें से कुछ ने इंटरव्यू दिए होने और कुछ ने नहीं। पर हाँ, अब तक आपको इस बात की बेहतर समझ निश्चित रूप से मिल चुकी होगी कि पेशेवर व्यवहार के स्वीकार्य मानक क्या हैं। दिए गए वाक्य पढ़ें और इंटरव्यू के संबंध में उन्हें क्या करें या क्या न करें की श्रेणी में रखें:

वाक्य	ऐसा करें	ऐसा न करें
नकली व्यवहार से बचें		
बोलते समय डकार लें!!!		
अभी-अभी एक 'पाउडर फ़ैक्टरी' से निकले हैं (बहुत अधिक मेकअप किया है)		
इंटरव्यू के लिए लगभग ठीक समय पर पहुंचें		
केबिन/ऑफिस में सीधे घुस जाएं		
रिसेप्शनिस्ट का अभिवादन करना भूल जाना/उत्तर न देना		
पहले सोचें फिर बोलें		
अपनी तैयारी करें - कंपनी की वेबसाइट पर जाएं		
टेक टाइम टु थिंक (TTTT)		
इंटरव्यू वाले दिन चमकीले रंग के कपड़े पहनें		
अपनी शक्तियों पर बल दें		
इंटरव्यू लेने वाले के साथ बहस/वाद-विवाद करें		
इंटरव्यू में गम चबाएं		
अपने शैक्षिक और कार्य अनुभवों की समीक्षा करें		
अपने दस्तावेज़ों को फाइल से उड़कर बाहर निकलता देखें (अनाड़ी/बेढंगा होना)		
इंटरव्यू लेने वाले को धन्यवाद कहें		
'उन्हें मेरी आवश्यकता है' वाला रवैया रखें		
नज़रें मिलाकर बात करें और अपने हाव - भाव ठीक रखें		
केवल एक शब्द वाले उत्तर दें (पूछे गए प्रश्नों के प्रकार पर निर्भर करता है...बीच में)		
अपने रिज़्यूमे की एक कॉपी अपने पास रखें		

चित्र 6.9.3: इंटरव्यू में क्या करें और क्या न करें

6.9.3 इंटरव्यू के दौरान

- आत्मविश्वासी रहें, अभिमानी नहीं
- खुद का विज्ञापन करें - अपनी ऊर्जा का स्तर ऊंचा बनाए रखें
- अपनी बैठने की मुद्रा सही बनाए रखें
- सकारात्मक रहें, शिकायतें न करें
- अपने रिज़्यूमे और उपलब्धियों को जानें।

आपके पास केवल विचार होना पर्याप्त नहीं है। उन्हें इंटरव्यू में प्रभावी ढंग से व्यक्त भी किया जाना होता है। इंटरव्यू के दौरान अभ्यर्थियों का आकलन जिन मानदंडों पर किया जाता है वे बहुत सरल हैं। इस प्रशिक्षण कार्यक्रम ने आपके लिए ये मानदंड तैयार किए हैं।

6.9.4 सक्रिय ढंग से सुनना

- विचार और अभिव्यक्ति की स्पष्टता
- उपयुक्त भाषा
- उचित भाव-भंगिमा
- धारा प्रवाह होना
- विचारों को धारा प्रवाह ढंग से, सही आवाज, सही लहजे और सही उच्चारण के साथ व्यक्त किया जाना चाहिए।

अभ्यास



1. पुरुषों को इंटरव्यू के लिए कैसा परिधान पहनना चाहिए?
 - a) छोटे बाल
 - b) भारी-भरकम आभूषण
 - c) कोई दाढ़ी नहीं
 - d) a और c दोनों
2. इंटरव्यू के संबंध में इनमें से क्या, किए जाने योग्य है?
 - a) इंटरव्यू के लिए लगभग ठीक समय पर पहुंचें
 - b) पहले सोचें फिर बोलें
 - c) इंटरव्यू लेने वाले को धन्यवाद कहें
 - d) उपर्युक्त सभी
3. इंटरव्यू के प्रकारों का वर्णन करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. रोज़गार और उद्यमिता कौशल



- यूनिट 7.1 – व्यक्तिगत शक्तियां एवं मूल्य प्रणाली
- यूनिट 7.2 – डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति
- यूनिट 7.3 – पैसे का महत्व
- यूनिट 7.4 – रोज़गार और स्व-रोज़गार के लिए तैयारी करना
- यूनिट 7.5 – उद्यमिता को समझना
- यूनिट 7.6 – उद्यमी बनने की तैयारी करना



निष्कर्ष

इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. स्वास्थ्य के अर्थ की व्याख्या करने में
2. सामान्य स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं की सूची बनाने में
3. आम स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं की रोकथाम के उपायों पर चर्चा करने में
4. स्वच्छता के अर्थ की व्याख्या करने में
5. स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्य को समझने में
6. आदत के अर्थ की व्याख्या करने में
7. एक सुरक्षित कार्य वातावरण स्थापित करने के तरीकों पर चर्चा करने में
8. कर्मचारियों द्वारा अपनाई जाने वाली महत्वपूर्ण सुरक्षा आदतों पर चर्चा करने में
9. आत्म-विश्लेषण के महत्व की व्याख्या करने में
10. मास्लो'स हियरकी ऑफ नीड्स से प्रेरणा को समझने में
11. उपलब्धि प्रेरणा के अर्थ पर चर्चा करने में
12. उपलब्धि प्रेरणा वाले उद्यमियों की विशेषताओं की सूची बनाने में
13. आप को प्रेरित करने वाले विभिन्न कारकों की सूची बनाने में
14. चर्चा करने में कि सकारात्मक रवैया कैसे बनाए रखा जाए
15. आत्म-विश्लेषण में रवैये/नज़रिये की भूमिका पर चर्चा करने में
16. अपनी शक्ति और कमजोरियों की सूची बनाने में
17. ईमानदार लोगों के गुणों पर चर्चा करने में
18. उद्यमियों में ईमानदारी के महत्व का वर्णन करने में
19. एक मजबूत कार्य नैतिकता के तत्वों पर चर्चा करने में
20. चर्चा करने में कि अच्छी कार्य नैतिकता को कैसे बढ़ावा दिया जाए
21. बेहद रचनात्मक लोगों की विशेषताओं की सूची बनाने में
22. बेहद उन्नतिशील लोगों की विशेषताओं की सूची बनाने में
23. समय प्रबंधन के लाभों पर चर्चा करने में
24. प्रभावी समय प्रबंधकों के गुणों की सूची बनाने में
25. प्रभावी समय प्रबंधन तकनीक का वर्णन करने में
26. क्रोध प्रबंधन के महत्व पर चर्चा करने में
27. क्रोध प्रबंधन रणनीति का वर्णन करने में
28. क्रोध प्रबंधन के सुझावों पर चर्चा करने में
29. तनाव के कारणों पर चर्चा करने में
30. तनाव के लक्षणों पर चर्चा करने में
31. तनाव प्रबंधन के सुझावों पर चर्चा करने में
32. कंप्यूटर के बुनियादी भागों को पहचानने में
33. कीबोर्ड के बुनियादी भागों को पहचानने में

34. कंप्यूटर की बुनियादी शब्दावली को याद रखने में
35. कंप्यूटर की बुनियादी शब्दावली को याद रखने में
36. कंप्यूटर की बुनियादी कुंजियों के कार्यों को याद रखने में
37. MS Office की प्रमुख एप्लीकेशंस पर चर्चा करने में
38. Microsoft Outlook के लाभों पर चर्चा करने में
39. ई-कॉमर्स के विभिन्न प्रकारों पर चर्चा करने में
40. खुदरा विक्रेताओं और ग्राहकों के लिए ई-कॉमर्स के लाभों की सूची बनाने में
41. चर्चा करने में, कि डिजिटल इंडिया अभियान से भारत में ई-कॉमर्स को कैसे बढ़ावा मिलेगा
42. व्याख्या कर सकेंगे कि आप एक ई-कॉमर्स मंच पर एक उत्पाद या सेवा कैसे बेचेंगे
43. पैसे बचाने के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
44. पैसे बचाने के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
45. बैंक खातों के प्रमुख प्रकारों पर चर्चा कर सकेंगे
46. बैंक में खाता खोलने की प्रक्रिया का वर्णन करने में
47. स्थाई और परिवर्ती लागत के बीच अंतर स्पष्ट कर सकेंगे
48. निवेश विकल्पों के प्रमुख प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
49. बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
50. करों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
51. ऑनलाइन बैंकिंग के उपयोगों पर चर्चा कर सकेंगे
52. इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण के प्रमुख प्रकारों पर चर्चा कर सकेंगे
53. साक्षात्कार के लिए तैयारी करने के विभिन्न चरणों पर चर्चा कर सकेंगे
54. प्रभावी रिज्यूमे बनाने के विभिन्न चरणों पर चर्चा कर सकेंगे
55. साक्षात्कार में अक्सर पूछे जाने वाले सवालों पर चर्चा कर सकेंगे
56. चर्चा कर सकेंगे कि साक्षात्कार में अक्सर पूछे जाने वाले सवालों का जवाब कैसे दिया जाए
57. बुनियादी कार्यस्थल शब्दावली पर चर्चा कर सकेंगे
58. उद्यमशीलता की अवधारणा पर चर्चा कर सकेंगे
59. उद्यमशीलता के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
60. उद्यमशीलता की विशेषताओं की चर्चा कर सकेंगे
61. उद्यमों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
62. एक प्रभावी नेता के गुणों की सूची बना सकेंगे
63. प्रभावी नेतृत्व के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
64. एक प्रभावी टीम के गुणों की सूची बना सकेंगे
65. प्रभावशाली ढंग से सुनने के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
66. प्रभावी तरीके से सुनने की प्रक्रिया पर चर्चा कर सकेंगे
67. प्रभावशाली ढंग से बात करने के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
68. चर्चा कर सकेंगे कि प्रभावशाली ढंग से कैसे बात की जाए
69. चर्चा कर सकेंगे कि समस्याओं को किस प्रकार हल किया जाए

70. समस्या सुलझाने के महत्वपूर्ण गुणों की सूची बना सकेंगे
71. समस्या सुलझाने के कौशल आंकलन के तरीकों पर चर्चा कर सकेंगे
72. नैगोशिएशन के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
73. चर्चा कर सकेंगे कि नैगोशिएट कैसे किया जाए
74. चर्चा कर सकेंगे कि नए व्यापार अवसरों की पहचान कैसे की जाए
75. चर्चा कर सकेंगे कि नए व्यापार अवसरों की पहचान अपने व्यवसाय के भीतर कैसे की जाए
76. उद्यमी के अर्थ को समझ सकेंगे
77. विभिन्न प्रकार के उद्यमियों का वर्णन कर सकेंगे
78. उद्यमियों की विशेषताओं की सूची बना सकेंगे
79. उद्यमियों की सफलता की कहानियां याद कर पाएं
80. उद्यमशीलता की प्रक्रिया पर चर्चा कर सकेंगे
81. उद्यमशीलता ईकोसिस्टम का वर्णन कर सकेंगे
82. उद्यमशीलता ईकोसिस्टम में सरकार की भूमिका पर चर्चा कर सकेंगे
83. भारत में वर्तमान उद्यमशीलता ईकोसिस्टम पर चर्चा कर सकेंगे
84. मेक इन इंडिया अभियान के उद्देश्य को समझ सकेंगे
85. उद्यमिता और जोखिम लेने की क्षमता के बीच संबंध पर चर्चा कर सकेंगे
86. उद्यमशीलता और लचीलेपन के बीच संबंध पर चर्चा कर सकेंगे
87. एक लचीले उद्यमी की विशेषताओं का वर्णन कर सकेंगे
88. चर्चा कर सकेंगे कि असफलता से कैसे निपटा जाए
89. चर्चा कर सकेंगे कि विपणन (मार्केट) शोध कैसे किया जाए
90. मार्केटिंग के 4 P का वर्णन कर सकेंगे
91. विचार उत्पत्ति के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
92. बुनियादी व्यापार शब्दावली को याद कर सकेंगे
93. CRM की आवश्यकता पर चर्चा कर सकेंगे
94. CRM के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
95. नेटवर्किंग की आवश्यकता पर चर्चा कर सकेंगे
96. नेटवर्किंग के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
97. लक्ष्यनिर्धारण के महत्व को समझ सकेंगे
98. अल्पकालिक, मध्यम अवधि और लंबी अवधि के लक्ष्यों के बीच अंतर कर सकेंगे
99. चर्चा कर सकेंगे कि एक व्यवसाय योजना कैसे लिखी जाए
100. वित्तीय योजना प्रक्रिया की व्याख्या कर सकेंगे
101. अपने जोखिम को प्रबंधित करने के तरीकों पर चर्चा कर सकेंगे
102. बैंक से वित्त के लिए आवेदन करने की प्रक्रिया और औपचारिकताओं का वर्णन कर सकेंगे
103. चर्चा कर सकेंगे कि अपने उपक्रम का प्रबंधन कैसे किया जाए
104. ऐसे महत्वपूर्ण प्रश्नों की सूची बना सकेंगे जो प्रत्येक उद्यमी को उपक्रम शुरू करने से पहले पूछने चाहिए

यूनिट 7.1: व्यक्तिगत शक्ति और मूल्य प्रणाली

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. स्वास्थ्य के अर्थ की व्याख्या करने में
2. सामान्य स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं की सूची बनाने में
3. आम स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं की रोकथाम के उपायों पर चर्चा करने में
4. स्वच्छता के अर्थ की व्याख्या करने में
5. स्वच्छ भारत अभियान के उद्देश्य को समझने में
6. आदत के अर्थ की व्याख्या करने में
7. एक सुरक्षित कार्य वातावरण स्थापित करने के तरीकों पर चर्चा करने में
8. कर्मचारियों द्वारा अपनाई जाने वाली महत्वपूर्ण सुरक्षा आदतों पर चर्चा करने में
9. आत्म-विश्लेषण के महत्व की व्याख्या करने में
10. मास्लो'स हिरारकी ऑफ नीड्स से प्रेरणा को समझने में
11. उपलब्धि प्रेरणा के अर्थ पर चर्चा करने में
12. उपलब्धि प्रेरणा वाले उद्यमियों की विशेषताओं की सूची बनाने में
13. आप को प्रेरित करने वाले विभिन्न कारकों की सूची बनाने में
14. चर्चा करने में कि सकारात्मक रवैया कैसे बनाए रखा जाए
15. आत्म-विश्लेषण में रवैये/नज़रिये की भूमिका पर चर्चा करने में
16. अपनी शक्ति और कमजोरियों की सूची बनाने में
17. ईमानदार लोगों के गुणों पर चर्चा करने में
18. उद्यमियों में ईमानदारी के महत्व का वर्णन करने में
19. एक मजबूत कार्य नैतिकता के तत्वों पर चर्चा करने में
20. चर्चा करने में कि अच्छी कार्य नैतिकता को कैसे बढ़ावा दिया जाए
21. बेहद रचनात्मक लोगों की विशेषताओं की सूची बनाने में
22. बेहद उन्नतिशील लोगों की विशेषताओं की सूची बनाने में
23. समय प्रबंधन के लाभों पर चर्चा करने में
24. प्रभावी समय प्रबंधकों के गुणों की सूची बनाने में
25. प्रभावी समय प्रबंधन तकनीक का वर्णन करने में
26. क्रोध प्रबंधन के महत्व पर चर्चा करने में
27. क्रोध प्रबंधन रणनीति का वर्णन करने में
28. क्रोध प्रबंधन के सुझावों पर चर्चा करने में
29. तनाव के कारणों पर चर्चा करने में
30. तनाव के लक्षणों पर चर्चा करने में
31. तनाव प्रबंधन के सुझावों पर चर्चा करने में

7.1.1 स्वास्थ्य, आदतें, स्वच्छता: स्वास्थ्य क्या है

विश्व स्वास्थ्य संगठन (WHO) के अनुसार, स्वास्थ्य "पूर्ण शारीरिक, मानसिक और सामाजिक आरोग्यता की स्थिति है, न कि केवल रोग या दुर्बलता का अभाव।" इसका अर्थ है कि स्वस्थ होने का अर्थ यह नहीं होता है कि आप अस्वस्थ नहीं हैं - इसका अर्थ यह भी है कि आपको भावनात्मक रूप से शांत होना चाहिए और शारीरिक रूप से फिट महसूस करना चाहिए उदाहरण के लिए, आप यह नहीं कह सकते कि आप स्वस्थ हैं क्योंकि आपको को सर्दी या खांसी जैसी शारीरिक बीमारियां नहीं हैं। आपको यह भी सोचना होगा कि, क्या आप शांत, तनाव-मुक्त और प्रसन्नचित्त महसूस कर रहे हैं।

आम स्वास्थ्य संबंधी समस्याएँ

कुछ आम स्वास्थ्य संबंधी समस्याएँ हैं:

- एलर्जी
- दमा
- त्वचा संबंधी रोग
- अवसाद और चिंता
- मधुमेह
- खांसी, जुकाम, गला खराब
- नींद कम आना
- मोटापा

7.1.1.1 स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं की रोकथाम के लिए सुझाव



खराब स्वास्थ्य की रोकथाम करना किसी रोग या बीमारी के लिए उपाय करने से हमेशा बेहतर होता है। आप इसके द्वारा स्वस्थ रह सकते हैं:

- फल, सब्जियों और गिरियों जैसे स्वस्थ खाद्य पदार्थ खाकर
- अस्वस्थ और शर्करायुक्त खाद्य पदार्थों का सेवन कम करके
- हर रोज़ पर्याप्त पानी पी कर
- धूम्रपान या शराब का सेवन न करके
- एक दिन में कम से कम 30 मिनट व्यायाम करके, एक सप्ताह में 4-5 बार
- आवश्यकता अनुसार टीकाकरण कराके
- योग व्यायाम और ध्यान का अभ्यास करके

इनमें से आप कितने स्वास्थ्य मानकों का पालन करते हैं? आप पर लागू होने वालों पर निशान लगाएँ।

1. हर रात कम से कम 7-8 घंटे सोते हैं।
2. सुबह उठ कर सबसे पहले और सोने से ठीक पहले ईमेल चेक करने से बचते हैं।
3. कभी भोजन नहीं छोड़ते हैं - सही समय पर नियमित रूप से भोजन करते हैं।
4. प्रत्येक दिन थोड़ा-बहुत पढ़ते हैं।
5. जंक फूड से अधिक घर पर पकाया गया खाना खाते हैं।
6. बैठे रहने की तुलना में खड़े अधिक रहते हैं।
7. सुबह उठ कर सबसे पहले एक गिलास पानी पीते हैं और सारा दिन कम से कम 8 गिलास पानी पीते हैं।

8. नियमित जॉब के लिए डॉक्टर और दंत चिकित्सक के पास जाते हैं
9. एक सप्ताह में कम से कम 5 बार 30 मिनट के लिए व्यायाम करते हैं
10. अधिक वातित पेय पदार्थों के सेवन से बचते हैं

7.1.1.2 स्वच्छता क्या है?

विश्व स्वास्थ्य संगठन (WHO) के अनुसार, "स्वच्छता ऐसी स्थिति और अभ्यास हैं, जो स्वास्थ्य को बनाए रखने और रोगों के प्रसार को रोकने में मदद करती हैं।" सरल शब्दों में, स्वच्छता का अर्थ यह सुनिश्चित करना है कि आप वह सब करते हैं जो आपके आसपास के वातावरण को साफ रखने के लिए आवश्यक है, जिससे आप कीटाणुओं और बीमारियों के प्रसार की संभावना को कम कर सकें।

उदाहरण के लिए, अपने घर में रसोई के बारे में सोचें। अच्छी स्वच्छता सुनिश्चित करने का अर्थ है कि रसोई हमेशा साफ और दाग रहित है, भोजन ढक कर रखा जाता है, बर्तन धो दिए जाते हैं और कचरे का डिब्बा कचरे से लबालब भरा हुआ नहीं रहता। ऐसा करने से हम चूहों या तिलचट्टे जैसे कीटों को आकर्षित करने की संभावना को कम कर देते हैं, और कवक तथा अन्य रोग फैलाने वाले जीवाणुओं के विकास को रोक देते हैं।

इनमें से आप कितने स्वास्थ्य मानकों का पालन करते हैं? आप पर लागू होने वालों पर निशान लगाएँ।

1. रोज़ साबुन से नहाते हैं - और सप्ताह में 2-3 बार शैम्पू से अपने बाल धोते हैं।
2. हर रोज़ साफ, धुले हुए अंतर्वस्त्र पहनते हैं।
3. सुबह और सोने से पहले अपने दाँत ब्रश करते हैं।
4. नियमित रूप से अपने हाथ और पैरों के नाखून काटते हैं।
5. शौचालय जाने के बाद साबुन से हाथ धोते हैं।
6. यदि आप को बहुत पसीना आता है, तो अपने अंडरआर्म पर दुर्गंध रोधी डिओडोरेंट का प्रयोग करते हैं।
7. खाना पकाने या खाने से पहले साबुन से अपने हाथ धोते हैं।
8. जब आप बीमार होते हैं तो घर पर रहते हैं, ताकि आपकी बीमारी की चपेट में अन्य लोगों भी ना आ जाएं।
9. गंदे कपड़ों को फिर से पहनने से पहले उन्हें कपड़े धोने के साबुन से धोते हैं।
10. जब आपको खांसी या छींकें आती हैं तो अपने नाक को एक टिश्यू/अपने हाथ से ढक लेते हैं।

हर लगाए गए निशान के लिए स्वयं को 1 अंक देकर देखें कि आप कितने स्वस्थ और स्वच्छ हैं! फिर अपने अंकों पर ध्यान दें कि उनका क्या अर्थ है।

आपके अंक

- 0-7/20: आप को फिट और ठीक रहने के लिए बहुत कठिन काम करने की आवश्यकता है! इसे दैनिक अच्छी आदतों का अभ्यास करने के लिए एक शुरुआत बनाएं और देखें कि आप कितना बेहतर महसूस करते हैं!
- 7-14/20: बुरा नहीं है, लेकिन सुधार की गुंजाइश है! कोशिश करें और अपनी दिनचर्या में कुछ और अच्छी आदतें जोड़ें।
- 14-20/20: बहुत अच्छा! अच्छा काम करते रहें! आपका शरीर और मन आपको धन्यवाद करता है!

7.1.1.3 स्वच्छ भारत अभियान

स्वयं के लिए अच्छी स्वच्छता और स्वास्थ्य पद्धतियों का पालन करने के महत्व पर हम पहले ही चर्चा कर चुके हैं। लेकिन, स्वस्थ और स्वच्छ रहने के लिए हमारे लिए इतना ही पर्याप्त नहीं है। हमें इन मानकों का अपने घरों, अपने आस-पास और समग्र रूप से पूरे देश में भी प्रसार करना होगा।

2 अक्टूबर 2014 को प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी द्वारा शुरू किया गया 'स्वच्छ भारत अभियान' वास्तव में ऐसा करने में विश्वास रखता है। इस मिशन का उद्देश्य गलियों और भारत की सड़कों को साफ करना और साफ-सफाई के समग्र स्तर को बढ़ाना है। वर्तमान में इस मिशन में देश भर के 4,041 शहर और नगर शामिल हैं। हमारे लाखों लोगों ने एक स्वच्छ भारत के लिए संकल्प लिया है। आप को भी प्रतिज्ञा लेनी चाहिए, और अपने देश को साफ रखने के लिए हर संभव प्रयास करना चाहिए!

7.1.1.4 आदतें क्या हैं?

आदत एक तरह का व्यवहार होती है जिसे अक्सर दोहराया जाता है। हम सभी में कुछ अच्छी आदतें और कुछ बुरी आदतें होती हैं। जॉन ड्राइडन द्वारा कही गई बात को मन में रखें: "हम पहले अपनी आदतें बनाते हैं, और फिर हमारी आदतें हमें बनाती हैं।" यही कारण है कि यह बहुत महत्वपूर्ण है कि आप अच्छी आदतों को जीवन का हिस्सा बनाएँ, और ध्यानपूर्वक बुरी आदतों से बचें।

कुछ आदतें जिन्हें आपको अपनी दिनचर्या का हिस्सा बनाना चाहिए:

- हमेशा सकारात्मक रहें।
- व्यायाम को अपनी दिनचर्या का हिस्सा बनाना
- प्रेरक और प्रेरणादायक कहानियाँ पढ़ना
- मुस्कुराना! जितनी बार संभव हो उतनी बार मुस्कुराने की आदत डाल लें
- परिवार और दोस्तों के लिए समय निकालें
- सुबह जल्दी उठें और रात को जल्दी सोएँ

कुछ बुरी आदतें जो आपको तुरंत छोड़ देनी चाहिए:

- नाश्ता ना करना
- अक्सर स्नैक्स खाना, भले आप को भूख ना ही लगी हो
- बहुत ज़्यादा वसा वाला और मीठा भोजन खाना
- धूम्रपान करना, शराब पीना और नशा करना
- अपनी आय से अधिक पैसा खर्च करना
- महत्वहीन बातों के बारे में चिंता करना
- देर रात तक जागना और सुबह देरी से उठना

7.1.1.5 सुझाव

- निम्न स्वस्थ और स्वच्छ पद्धतियों का पालन करने से आप स्वयं को हर योज्य मानसिक और शारीरिक रूप से अच्छा महसूस करेंगे।
- स्वच्छता स्वास्थ्य का दो-तिहाई है - इसलिए अच्छी स्वच्छता से आप को मज़बूत और स्वस्थ रहने में मदद मिलेगी!

7.1.2 सुरक्षा: एक सुरक्षित कार्यस्थल तैयार करने के लिए सुझाव

यह सुनिश्चित करना प्रत्येक नियोक्ता का दायित्व है कि उसके कार्यस्थल पर उच्चतम संभव सुरक्षा प्रोटोकॉल का पालन होता हो। जब एक व्यवसाय स्थापित करना हो, तो मालिकों को इसे ध्यान में रखना चाहिए:

- गिरने और घूमने जाने से बचने के लिए श्रम-दक्षता की दृष्टि से तैयार फर्नीचर और उपकरणों का उपयोग करें
- भारी वस्तुओं को उठाने या ढोने से बचने के लिए यांत्रिक सहायता प्रदान करें
- खतरनाक कार्यों के लिए सुरक्षा उपकरण पास रखें
- आपातकालीन निकास निर्धारित करें और सुनिश्चित करें कि वे आसानी से सुलभ हो
- स्वास्थ्य कोड निर्धारित करें और सुनिश्चित करें कि उन्हें लागू किया जाए
- कार्यस्थल में और उसके आस-पास नियमित रूप से सुरक्षा निरीक्षण की प्रथा का पालन करें
- सुनिश्चित करें कि नियमित रूप से इमारत का निरीक्षण किया जाए
- कार्यस्थल सुरक्षा पर विशेषज्ञ सलाह प्राप्त करें और उसका पालन करें

7.1.2.1 परक्राम्य/विनिमेय कर्मचारी सुरक्षा आदतें

यह सुनिश्चित करना प्रत्येक नियोक्ता का दायित्व है कि उसके कार्यस्थल पर उच्चतम संभव सुरक्षा प्रोटोकॉल का पालन होता हो। जब एक व्यवसाय स्थापित करना हो, तो मालिकों को इसे ध्यान में रखना चाहिए:

- असुरक्षित स्थितियों की सूचना तुरंत पर्यवेक्षक को दें
- सुरक्षा संबंधी खतरों को पहचानें और उनकी सूचना दें जो फिसलने, लड़खड़ाने, और गिरने का कारण बन सकते हैं
- सभी चोटों और दुर्घटनाओं की सूचना पर्यवेक्षक को दें
- आवश्यकता अनुसार सही सुरक्षा उपकरण पहनें
- जानें कि सुरक्षा उद्देश्यों के लिए प्रदान किए गए उपकरण का उपयोग सही ढंग से कैसे किया जाए
- ऐसी क्रियाओं पर ध्यान दें और उनसे बचें जिनसे अन्य लोगों को खतरा हो सकता है
- दिन के दौरान कुछ समय के लिए आराम करें और सप्ताह में कुछ समय के लिए काम से दूर रहें

7.1.2.2 सुझाव

- जानकारी प्राप्त करें कि कार्यस्थल पर आपात स्थिति के समय में किस आपातकालीन नंबर पर कॉल की जाए
- अफरा तफरी में निकासी से बचने के लिए नियमित रूप से निकासी अभ्यासों का अभ्यास करें

7.1.3 आत्म-विश्लेषण - स्वैया, उपलब्धि प्रेरणा

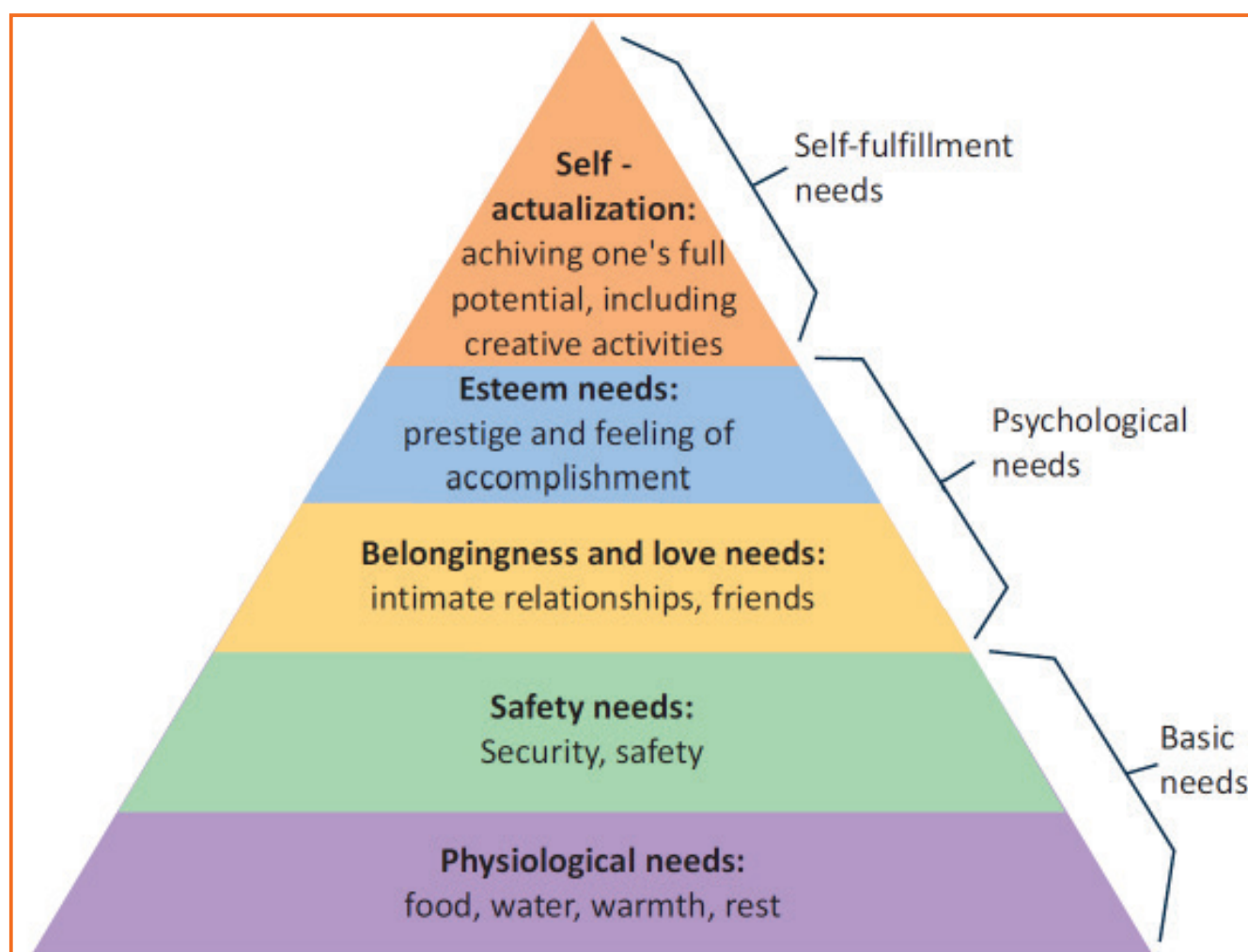
सही मायने में अपनी पूरी क्षमता हासिल करने के लिए, आप को अपने अंदर झाँकने और पता लगाने की आवश्यकता है कि वास्तव में आप किस तरह के व्यक्ति हैं। अपने व्यक्तित्व को समझने के इस प्रयास को आत्म-विश्लेषण के रूप में जाना जाता है। इस तरह से खुद का आंकलन करने से आपको अपने विकास में मदद मिलेगी, और इससे आप को अपने भीतर ऐसे क्षेत्रों की पहचान करने में भी मदद मिलेगी जिनमें आपको उन्हें और विकसित करने, बदलने, या छोड़ने की आवश्यकता है। आप अपने अंदर झाँककर स्वयं को बेहतर समझ सकते हैं कि आपको क्या प्रेरित करता है, आपका स्वैया कैसा है, और आपकी शक्तियाँ और कमज़ोरियाँ क्या हैं।

7.1.3.1 प्रेरणा क्या है?

सरल शब्दों में कहें, प्रेरणा आपके क्रिया करने का कारण है या आप का किसी विशिष्ट तरीके से व्यवहार करना है। यह समझना बहुत महत्वपूर्ण है कि सभी लोग एक समान चीज़ों से प्रेरित नहीं होते हैं - लोग कई तरह की अलग-अलग चीज़ों से प्रेरित होते हैं। हम इसे मास्लो'स हिरार्की ऑफ नीड्स (Maslow's Hierarchy of Needs) को देखकर बेहतर समझ सकते हैं।

7.1.3.2 मास्लो'स हिरार्की ऑफ नीड्स (Maslow's Hierarchy of Needs)

प्रसिद्ध अमेरिकी मनोवैज्ञानिक अब्राहम मास्लो (Abraham Maslow) समझना चाहता था कि लोगों को क्या प्रेरित करता है। उनका मानना था कि लोगों की पाँच प्रकार की ज़रूरतें होती हैं, इसमें बहुत बुनियादी आवश्यकताओं (जिन्हें दैहिक आवश्यकताएं कहा जाता है) से लेकर सबसे महत्वपूर्ण ज़रूरतें शामिल हैं जो आत्म-विकास (जिन्हें आत्म वास्तविकीकरण ज़रूरतें कहा जाता है) के लिए आवश्यक हैं। दैहिक और आत्म-विकास की आवश्यकताओं के बीच तीन अन्य ज़रूरतें होती हैं - सुरक्षा आवश्यकता, अपनेपन और प्यार की आवश्यकता, और सम्मान की आवश्यकता। इन आवश्यकताओं को सामान्यता पांच स्तरों वाले एक पिरामिड के रूप में दर्शाया जाता है और इसे मास्लो'स हाइरार्की ऑफ नीड्स (Maslow's Hierarchy of Needs) के रूप में जाना जाता है।



चित्र. 7.1.1: मास्लो'स हिरार्की ऑफ नीड्स (Maslow's Hierarchy of Needs)

जैसे कि आप पिरामिड में देख सकते हैं, सबसे निचला स्तर सबसे बुनियादी आवश्यकताओं को दर्शाता है। मास्लो का मानना था कि हमारा व्यवहार, हमारी बुनियादी आवश्यकताओं से प्रेरित होता है, जब तक वे ज़रूरतें पूरी नहीं हो जाती। ये ज़रूरतें पूरी होने के बाद, हम अगले स्तर पर चलते हैं और अगले स्तर की आवश्यकताओं से प्रेरित होते हैं। चलिए इसे एक उदाहरण के साथ बेहतर समझते हैं।

रूपा एक बहुत ही गरीब परिवार से संबंध रखती हैं। उसके पास कभी पर्याप्त भोजन, पानी, अपनापन या आराम नहीं रहा। मारुतो के अनुसार, जब तक रूपा सुनिश्चित नहीं हो जाती कि उसकी यह आवश्यकताएं पूरी हो जाएंगी, तब तक वह अगले स्तर की आवश्यकताओं के बारे में सोचेगी भी नहीं - उसकी सुरक्षा संबंधी आवश्यकताएं। लेकिन, जब उसे भरोसा हो जाता है कि उसकी बुनियादी आवश्यकताएं पूरी हो जाएंगी, तो वह अगले स्तर पर जाएगी और फिर उसका व्यवहार सुरक्षा और रक्षा की उसकी आवश्यकता अनुसार प्रेरित होगा। जब उसकी यह आवश्यकताएं पूरी हो जाती हैं, तो रूपा अगले स्तर पर जाएगी, और रिश्तों और मित्रों की अपनी आवश्यकताओं से प्रेरित होती है। इस आवश्यकता के पूरा होने के बाद, रूपा चौथे स्तर की आवश्यकताओं पर ध्यान केन्द्रित करेगी - उसकी सम्मान संबंधी आवश्यकताएं जिसके बाद वह पांचवें और अंतिम स्तर की ओर जाएगी - अपनी पूरी क्षमता अनुसार हासिल करने की इच्छा।

7.1.3.3 उपलब्धि प्रेरणा को समझना

अब हम जानते हैं कि लोग, बुनियादी, मनोवैज्ञानिक और आत्म-पूर्ति आवश्यकताओं से प्रेरित होते हैं। हालांकि, कुछ लोग बेहद चुनौतीपूर्ण प्राप्ति के उपलब्धि से भी प्रेरित होते हैं। यह उपलब्धि प्रेरणा या 'उपलब्धि की आवश्यकता' के रूप में जाना जाता है।

उपलब्धि प्रेरणा का स्तर प्रत्येक व्यक्ति के लिए अलग-अलग होता है। यह महत्वपूर्ण है कि उद्यमियों में उपलब्धि प्रेरणा का स्तर ऊँचा होना चाहिए - कुछ महत्वपूर्ण और अद्वितीय प्राप्त करने की गहरी इच्छा। यह भी उतना ही महत्वपूर्ण है कि वे ऐसे लोग भर्ती करें जो स्वयं भी चुनौतियों और सफलता से अत्यधिक प्रेरित होते हैं।

आपको क्या प्रेरित करता है?

ऐसी कौन-सी चीज़ें हैं जो वास्तव में आपको प्रेरित करती हैं? ऐसी पांच चीज़ों की सूची बनाएँ जो आपको प्रेरित करती हैं। याद रखें, कि जवाब ईमानदारी से दें!

मैं इनसे प्रेरित हूँ:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

उपलब्धि प्रेरणा वाले उद्यमियों की विशेषताएँ

- उपलब्धि प्रेरणा वाले उद्यमियों को निम्न अनुसार वर्णित किया जा सकता है:
- व्यक्तिगत उपलब्धि के लिए जोशिम लेने से नहीं डरते हैं
- भविष्य उन्मुख लचीलेपन और अनुकूलता चुनौतियां अच्छी लगती हैं
- सकारात्मक प्रतिक्रम/फीडबैक के मुकाबले नकारात्मक प्रतिक्रम/फीडबैक को अधिक महत्व देते हैं
- जब लक्ष्यों को प्राप्त करने की बात आती है तो बहुत ज़िद्दी होते हैं
- अत्यंत साहसी
- बेहद रचनात्मक और अभिनव/उन्नतिशील
- बेचैन - लगातार अधिक प्राप्त करने के बारे में सोचते हैं
- समस्याओं को सुलझाने के लिए व्यक्तिगत रूप से जिम्मेदारी लेते हैं

इनके बारे में सोचें:

- आप में इनमें से कितने गुण हैं?
- क्या आपके ज़हन में ऐसा कोई उद्यमी आता है जिसमें यह गुण हों?

7.1.3.4 सकारात्मक रवैया कैसे विकसित किया जाए

अच्छी खबर यह है कि रवैया एक पसंद/विकल्प है। इसलिए अपने रवैया को सुधारना, नियंत्रित करना और बदलना संभव है, अगर हम ऐसा करने का निर्णय कर लें! निम्नलिखित सुझाव सकारात्मक मानसिकता को प्रोत्साहित करने में मदद करते हैं:

- याद रखें कि आप अपने रवैया को नियंत्रित करते हैं, ना कि आपके आस-पास के लोग
- दिन में कम से कम 15 मिनट कुछ सकारात्मक पढ़ने, देखने और सुनने के लिए समर्पित करें
- नकारात्मक लोगों से बचे, जो केवल शिकायत करते हैं और अपने आप को कोसने से बचें
- अपनी शब्दावली का सकारात्मक शब्दों के साथ विस्तार करें और अपने मन से नकारात्मक बातों को निकाल दें
- सराहना करें और आप में, आपके जीवन में, और अन्यो में क्या अच्छा है, उस पर केंद्रित रहें
- अपने आप को पीड़ित समझना बंद करें और सक्रिय होना शुरू करें
- कल्पना करें कि आप सफल हो रहे हैं और अपने लक्ष्य प्राप्त कर रहे हैं

7.1.3.5 रवैया क्या है?

अब हमने समझ लिया है कि प्रेरणा आत्म-विश्लेषण के लिए इतनी महत्वपूर्ण क्यों है, चलिए देखते हैं कि हमारा रवैया खुद को समझने में क्या भूमिका निभाता है। रवैये को आपकी किसी के बारे में या किसी चीज़ के बारे में सोचने और महसूस करने की प्रवृत्ति (सकारात्मक या नकारात्मक) के रूप में वर्णित किया जा सकता है। रवैया जीवन के हर पहलू में सफलता का आधार है। हमारा रवैया हमारा सबसे अच्छा दोस्त या हमारा सबसे बड़ा दुश्मन हो सकता है। सरल शब्दों में:

"जीवन में एक मात्र अक्षमता गलत रवैया ही होती है।"

जब आप एक व्यवसाय शुरू करते हैं, तो आप सुनिश्चित होते हैं कि आपको बुरे समय और असफलताओं से लेकर अच्छे समय और सफलताओं जैसी विभिन्न प्रकार की भावनाओं का सामना करना होगा। आपका रवैया वह होता है जो कठिन समय में आपके साथ होगा और सफलता की दिशा में मार्गदर्शन करेगा। रवैया भी संक्रामक है। यह आपके निवेशकों से लेकर आपके कर्मचारियों और आपके ब्राह्मकों तक, आपके आस-पास सभी को प्रभावित करता है। एक सकारात्मक रवैया कार्यस्थल में विश्वास का निर्माण करने में मदद करता है जबकि एक नकारात्मक रवैया आपके लोगों को संभावित रूप से प्रेरणाहीन कर सकता है।

7.1.3.6 आपकी शक्तियां और कमज़ोरियां क्या हैं

आत्म विश्लेषण करने एक अन्य तरीका है ईमानदारी से अपनी शक्तियों और कमज़ोरियों को पहचानना। इससे आपको अपने सर्वोत्तम लाभ के लिए अपनी शक्तियों का उपयोग करने और अपनी कमज़ोरियों को कम करने में मदद मिलेगी।

नीचे दिए गए दो कॉलम में अपनी सभी शक्तियों और कमज़ोरियों को लिखें। खुद के साथ ईमानदार रहना याद रखें!

शक्तियां	कमज़ोरियां

7.1.3.7 सुझाव

- उपलब्धि प्रेरणा सीखी जा सकती है।
- गलतियां करने से मत डरें।
- आपने जो शुरू किया उसे खत्म करने के लिए खुद को प्रशिक्षित करें।
- बड़ा सोचें।

7.1.4 ईमानदारी और कार्य नैतिकता: ईमानदारी क्या है?

ईमानदारी निष्पक्ष और सच्चा होने की गुणवत्ता है। इसका अर्थ इस प्रकार से बोलना और कार्य करना है जिससे विश्वास बढ़ता हो। एक व्यक्ति जिसे ईमानदार कहा जाता है उसे सच्चा और निष्कपट माना जाता है और ऐसा व्यक्ति जो धोखेबाज या कुटिल नहीं है और चोरी या धोखा नहीं करता है। ईमानदारी के दो आयाम हैं - एक है संवाद में ईमानदारी और अन्य है आचरण में ईमानदारी।

ईमानदारी एक अत्यंत महत्वपूर्ण गुण है, क्योंकि इससे मन की शांति मिलती है और विश्वास पर आधारित रिश्ते बनते हैं। दूसरी तरह, बेईमान होने से चिंता होती है और अविश्वास और संघर्ष से भरे रिश्ते बनते हैं।

7.1.4.1 ईमानदार लोगों के गुण

ईमानदार व्यक्तियों में कुछ अलग विशेषताएं होती हैं। ईमानदार लोगों के बीच कुछ आम गुण हैं:

- वे नहीं सोचते कि अन्य लोग उनके बारे में क्या सोचते हैं। वे खुद में विश्वास करते हैं - वे ध्यान नहीं देते कि उन्हें उनके व्यक्तित्व के लिए पसंद किया जा रहा है या नापसंद किया जा रहा है।
- वे अपने विश्वास पर अडिग रहते हैं। वे अपना ईमानदार दृष्टिकोण देने के लिए दो बार नहीं सोचेंगे, भले ही वे जानते हैं कि उनका नज़रिया अल्पसंख्यक के साथ निहित है।
- वे अति संवेदनशील होते हैं। इसका अर्थ यह है कि वे अपनी ईमानदार राय के लिए कठोर समझे जाने के कारण दूसरों से प्रभावित नहीं होते हैं।
- वे भरोसेमंद, सार्थक और स्वस्थ मित्रता करते हैं। ईमानदार लोग सामान्यता अपने आस-पास ईमानदार मित्र ही रखते हैं। उन्हें विश्वास होता है कि उनके मित्र हर समय सच्चे और उनके साथ खड़े रहेंगे।

उनके साथियों को उन पर भरोसा होता है। उन्हें ऐसे लोगों के रूप में देखा जाता है, जिन पर सच्चाई के लिए और निष्पक्ष फीडबैक और सलाह के लिए भरोसा किया जा सकता है।

- **ईमानदारी और कर्मचारी:** जब उद्यमी अपने कर्मचारियों के साथ ईमानदार संबंध बनाते हैं, इससे कार्यस्थल में और अधिक पारदर्शिता आती है, जिससे काम का प्रदर्शन स्तर बढ़ता है और बेहतर परिणाम मिलते हैं।
- **ईमानदारी और निवेशक:** उद्यमियों के लिए, निवेशकों के साथ ईमानदार होने का अर्थ केवल शक्तियाँ साझा करना नहीं है, बल्कि खुलकर वर्तमान और संभावित कमज़ोरियों, समस्या क्षेत्रों और समाधान रणनीतियों का खुलासा करना है। ध्यान रखें कि निवेशकों को स्टार्ट-अप का बहुत अच्छा अनुभव है और उन्हें पता है कि सभी नई कंपनियों को समस्याएं आती हैं। उन्होंने दावा किया कि सब कुछ पूरी तरह से ठीक और सुचारू रूप से चलना अधिकतर निवेशकों के लिए एक खतरे का निशान है।
- **अपने आप के साथ ईमानदारी:** अपने आप के साथ बेईमान होने के सख्त परिणाम हो सकते हैं विशेष रूप से उद्यमियों के मामले में। उद्यमियों को सफल बनने के लिए, यह महत्वपूर्ण है कि वे हर समय उनकी स्थिति के बारे में यथार्थवादी रहें और अपने उद्यम के हर पहलू का सटीकता से आंकलन करें कि वास्तव में यह किसलिए है।

7.1.4.2 उद्यमियों में ईमानदारी का महत्व

उद्यमियों में सबसे महत्वपूर्ण विशेषताओं में से एक ईमानदारी है। जब उद्यमी अपने ग्राहकों, कर्मचारियों और निवेशकों के साथ ईमानदार रहते हैं, यह दर्शाता है कि वे उन का सम्मान करते हैं जिनके साथ वे काम करते हैं। यह भी महत्वपूर्ण है कि उद्यमी अपने आप के साथ भी ईमानदार रहें। चलिए नज़र डालते हैं कि कैसे ईमानदार होने से उद्यमियों को बहुत लाभ होंगे।

- **ईमानदारी और ग्राहक:** जब उद्यमी अपने ग्राहकों के साथ ईमानदार होते हैं, इससे मज़बूत संबंधों को बल मिलता है, जिससे व्यापार बढ़ता है और एक मज़बूत ग्राहक नेटवर्क बनता है।

7.1.4.3 काम नैतिकता क्या है?

कार्यस्थल पर नैतिक होने का अर्थ अपने सभी निर्णयों और संवाद में ईमानदारी, निष्ठा और सम्मान जैसे मूल्यों को प्रदर्शित करना है। इसका अर्थ है कि झूठ बोलना, धोखा देना और चोरी करना जैसे नकारात्मक गुणों का प्रदर्शन नहीं करना है।

कार्यस्थल में नैतिकता कंपनी के मुनाफे में एक बड़ी भूमिका निभाती है। यह उच्च मनोबल और टीम वर्क के रूप में एक उद्यम के लिए बहुत महत्वपूर्ण है। यही कारण है कि ज्यादातर कंपनियां विशिष्ट कार्यस्थल नैतिक दिशा-निर्देश की रूप रेखा तैयार करती हैं जिनका उनके कर्मचारियों को अनिवार्य रूप से पालन करना होता है। यह दिशा-निर्देश सामान्यता एक कंपनी की कर्मचारी पुस्तिका में रेखांकित होते हैं।

7.1.4.4 एक मज़बूत कार्य नैतिकता के तत्व

एक उद्यमी को मज़बूत कार्य नैतिकता का प्रदर्शित करना होगा, साथ ही केवल उन व्यक्तियों को भर्ती करना चाहिए, जो कार्यस्थल में समान स्तर के नैतिक व्यवहार में विश्वास रखते हैं और प्रदर्शित करते हैं। मज़बूत कार्य नैतिकता के कुछ तत्व हैं:

- **व्यावसायिकता:** इसमें वह सब कुछ शामिल है जिसमें आप अपने आप को कॉर्पोरेट सेटिंग में उसी प्रकार प्रदर्शित करते हैं, जिस प्रकार आप कार्यस्थल में अन्य लोगों से व्यवहार करते हैं।
- **मान्यता:** इसका अर्थ है संतुलित और कूटनीतिक रहना भले ही स्थिति कितनी ही तनावपूर्ण या अस्थिर हो।
- **निर्भरता:** इसका अर्थ हमेशा अपने शब्दों पर कायम रहें, भले ही वह किसी बैठक के लिए समय पर पहुंचना हो या समय पर कार्य पूरा करना हो।
- **समर्पण:** इसका अर्थ है कि जब तक निर्धारित कार्य पूरा ना हो जाए तब तक कार्य ना छोड़ना और उत्कृष्टता के उच्चतम संभव स्तर पर कार्य पूरा करना।
- **दृढ़ता:** इसका अर्थ है कि व्यवधानों को, रुकावट की बजाय चुनौती के रूप में लेना और वांछित परिणाम प्राप्त करने के उद्देश्य और लचीलेपन के साथ आगे बढ़ना।
- **जवाबदेही:** इसका अर्थ है अपने कार्यों और उनके परिणामों के लिए जिम्मेदारी लेना, ना कि अपनी गलतियों के लिए बहाने बनाना।
- **विनम्रता:** इसका अर्थ है कि सबके प्रयासों और मेहनत को स्वीकार करना, और प्राप्ति का श्रेय उनसे साझा करना।

7.1.4.5 अच्छी कार्य नैतिकता को बढ़ावा कैसे दिया जाए

एक उद्यमी के रूप में, यह महत्वपूर्ण है कि आप स्पष्ट रूप से परिभाषित करें कि आप कार्यस्थल पर प्रत्येक टीम सदस्य और व्यक्ति से किस प्रकार के व्यवहार की अपेक्षा करते हैं। आप को यह स्पष्ट करना चाहिए कि आप कर्मचारियों से निम्न अनुसार सकारात्मक कार्य नैतिकता का प्रदर्शन करने की अपेक्षा करते हैं:

- **ईमानदारी:** एक व्यक्ति को सौंपा गया सारा कार्य बिना किसी भी छल या झूठ के, पूरी ईमानदारी के साथ किया जाना चाहिए।
- **अच्छा स्वैया:** टीम के सभी सदस्यों को आशावादी, ऊर्जावान और सकारात्मक होना चाहिए।
- **विश्वसनीयता:** कर्मचारियों को दिखाना चाहिए कि वह वहीं हैं जहां उन्हें होना चाहिए।
- **अच्छी कार्य संबंधी आदतें:** कर्मचारियों को हमेशा अच्छी तरह से तैयार होना चाहिए, कभी भी अनुचित भाषा का उपयोग नहीं करना चाहिए, हर समय पेशेवर के रूप में कार्य तथा व्यवहार करना चाहिए।
- **पहल:** केवल कार्य करना ही पर्याप्त नहीं है। हर टीम के सदस्य को सक्रिय होना होगा और पहल करनी होगी।
- **विश्वसनीयता:** विश्वास गैर परक्राम्य है। यदि एक कर्मचारी पर भरोसा नहीं किया जा सकता है, तो यह कर्मचारी को बाहर करने का समय है।
- **सम्मान करना:** कर्मचारियों को कंपनी, कानून, अपने काम, अपने सहयोगियों और खुद का सम्मान करने की ज़रूरत है।
- **सत्यनिष्ठा:** प्रत्येक और हर टीम का सदस्य पूरी तरह से नैतिक होना चाहिए और उसे हर समय उपरोक्त बोर्ड व्यवहार का प्रदर्शन करना चाहिए।
- **दक्षता:** दक्ष कर्मचारी एक कंपनी को आगे बढ़ाने में मदद करते हैं, जबकि अकुशल कर्मचारी समय और संसाधनों की बर्बादी करते हैं।

7.1.4.6 सुझाव

- जब भी कोई आपको सच्चाई बताए और जो आपने सुना वो आपको अच्छा ना लगे, तो गुस्सा मत करें।
- हमेशा अपनी गलतियों की जिम्मेदारी स्वीकार करने के लिए तैयार रहें।

7.1.5 रचनात्मकता और नवाचार

रचनात्मकता क्या है

रचनात्मकता का अर्थ कुछ अलग सोचना है। इसका अर्थ है चीज़ों को नए तरीके से या अलग-अलग दृष्टिकोण से देखना और फिर इन विचारों को वास्तविकता में परिवर्तित करना। रचनात्मकता के दो भाग होते हैं: सोच और उत्पादन। केवल एक विचार होना आपको कल्पनाशील बनाता है, रचनात्मक नहीं। हालांकि, एक विचार होना और उस पर कार्यवाई करना आपको रचनात्मक बनाता है।

बेहद रचनात्मक लोगों की विशेषताएं

रचनात्मक लोगों की कुछ विशेषताएं हैं:

- वे कल्पनाशील और चंचल होते हैं
- वे समस्याओं को अलग-अलग कोणों से देखते हैं
- वे छोटे-छोटे विवरण पर भी ध्यान देते हैं
- वे किसी भी काम से बहुत कम ऊबते हैं
- वे नियम और दिनचर्या से नफरत करते हैं
- उन्हें खयाली पुलाव पकाना अच्छा लगता है
- वे बहुत उत्सुक होते हैं

नवाचार क्या है?

नवाचार की कई अलग-अलग परिभाषाएं हैं। सरल शब्दों में, नवाचार का अर्थ है एक विचार को समाधान में परिवर्तित करना जिससे उपयोगिता बढ़ती है। इस का अर्थ यह भी हो सकता है कि एक नए उत्पाद, सेवा या प्रक्रिया को कार्यान्वयन करके या एक मौजूदा उत्पाद, सेवा या प्रक्रिया में महत्वपूर्ण सुधार करके इसकी उपयोगिता बढ़ाना।

बेहद नवाचार/उन्नतिशील लोगों की विशेषतायें

बेहद नवाचार लोगों की कुछ विशेषताएं हैं:

- उन्हें चीज़ों को अलग तरीके से करने में मज़ा आता है
- उन्हें शॉर्टकट लेने में विश्वास नहीं है
- उन्हें अपरंपरागत होने का डर नहीं है
- वे अत्यधिक सक्रिय और दृढ़ हैं
- वे संगठित, सतर्क और जोखिम से बचने वाले हैं

7.1.5.1 सुझाव

- खुद को पुनःऊर्जित करने और ताज़ा परिप्रेक्ष्य हासिल करने के लिए अपने रचनात्मक काम से नियमित रूप से अंतराल लें।
- अक्सर प्रोटोटाइप का निर्माण करें, उनका परीक्षण करें, प्रतिक्रिया प्राप्त करें और आवश्यक परिवर्तन करें।

7.1.6 समय प्रबंधन

समय प्रबंधन की प्रक्रिया अपने समय को व्यवस्थित करना है, और तय करना है कि विभिन्न गतिविधियों के बीच अपना समय कैसे बाँटा जाए। अच्छा समय प्रबंधन स्मार्ट तरीके से काम करना (कम समय में अधिक काम करना) और कड़ी मेहनत करने (अधिक काम के लिए अधिक समय तक काम करना) के बीच अंतर है।

प्रभावी समय प्रबंधन से कुशल कार्य उत्पादन मिलता है, भले ही आपको कम समय सीमा और उच्च दबाव स्थितियों का सामना करना हो। दूसरी ओर, अपने समय को प्रभावी रूप से प्रबंधित ना करने से अकुशल उत्पादन होता है और तनाव और चिंता बढ़ जाती है।

समय प्रबंधन के लाभ

समय प्रबंधन से निम्न जैसे बड़े लाभ हो सकते हैं:

- बेहतर उत्पादकता
- उच्च दक्षता
- बेहतर पेशेवर प्रतिष्ठा
- कम तनाव
- कैरियर में उन्नति की अधिक संभावनाएं
- लक्ष्य प्राप्त करने के लिए अधिक से अधिक अवसर

समय को प्रभावी ढंग से प्रबंधित ना करने के निम्न अवांछनीय परिणाम हो सकते हैं:

- समय सीमा में काम पूरा ना होना
- अकुशल कार्य आउटपुट
- काम की गुणवत्ता कम होना
- खराब पेशेवर प्रतिष्ठा
- कैरियर रुक जाता है
- तनाव और चिंता में वृद्धि होती है

7.1.6.1 प्रभावी समय प्रबंधकों के गुण

प्रभावी समय प्रबंधकों में से कुछ लक्षण हैं:

- वे परियोजनाओं को जल्दी शुरू करते हैं वे दैनिक लक्ष्य निर्धारित करते हैं
- वे आवश्यकता अनुसार, बेहतर परिणाम हासिल करने के लिए योजनाओं को संशोधित करते हैं
- वे लचीले और खुले विचारों वाले होते हैं
- वे पहले ही लोगों को सूचित कर देते हैं, यदि उनकी मदद की आवश्यकता होगी
- वे जानते हैं कि मना कैसे किया जाता है
- वे विशिष्ट समय सीमा के साथ कार्य को चरणों में बांट लेते हैं
- वे लगातार लंबी अवधि के लक्ष्यों की समीक्षा करते रहते हैं
- वे आवश्यकता पड़ने पर वैकल्पिक समाधान के बारे में सोचते हैं
- वे आवश्यकता पड़ने पर मदद मांगते हैं। वे बैकअप योजना बनाते हैं

7.1.6.2 प्रभावी समय प्रबंधन तकनीकें

आप निश्चित समय प्रबंधन तकनीकों का अभ्यास कर अपने समय का प्रबंधन बेहतर तरीके से कर सकते हैं कुछ उपयोगी सुझाव हैं:

- **दिन की योजना के साथ व्यवधानों की भी योजना बनाएँ।** अपनी समय योजना को समझने के लिए अपने आप को कम से कम 30 मिनट दें। अपनी योजना में, व्यवधानों के लिए कुछ समय निर्धारित करें।
- जब आपको एक निश्चित समय में काम पूरा करना हो तो एक "तंग न करें (Do Not Disturb)" संकेत लगाएं।
- **किसी भी चीज़ से ध्यान भंग न होने दें।** बजते फोनों, चैट संदेशों का जवाब ना देने, सामाजिक मीडिया साइटों की अनदेखी करने के लिए अपने आप को प्रशिक्षित करें।
- **अपने काम को किसी को सौंप दें।** इससे ना केवल अपना काम तेज़ी से करने में मदद मिलेगी, बल्कि इससे आप को अपने आस-पास के अद्वितीय कौशल और क्षमताएं भी दिखाई देंगी।
- **टालना बन्द करें।** अपने आप को याद दिलाएं कि विलंब सामान्यता डर या असफलता या इस विश्वास के कारण होता है कि आप काम उस तरीके से पूरा नहीं कर सकते जैसे आप करना चाहते थे।
- **प्राथमिकता निर्धारित करें।** प्रत्येक कार्य की तात्कालिकता या महत्व स्तर के क्रम में पूरा करने के अनुसार सूची बनाएं। फिर एक-एक करके प्रत्येक कार्य को पूरा करने पर ध्यान केंद्रित करें।
- **अपने काम की गतिविधियों का एक लॉग बना कर रखें।** अपनी दक्षता और हर रोज़ कितना समय बर्बाद होता है निर्धारित करने में मदद के लिए लॉग का विश्लेषण करें।
- समय की बर्बादी को कम करने के लिए **समय प्रबंधन के लक्ष्य निर्धारित करें।**

7.1.6.3 सुझाव

- हमेशा पहले सबसे महत्वपूर्ण कार्यों को पूरा करें।
- हर रोज़ कम से कम 7-8 घंटे की नींद लें।
- अपने दिन की शुरुआत जल्दी करें।
- छोटे, महत्वहीन विवरण पर बहुत अधिक समय बर्बाद मत करें।
- अपने लिए गए हर काम के लिए एक समय सीमा निर्धारित करें।
- कार्यों के बीच तनाव को कम करने के लिए अपने आप को कुछ समय दें।

7.1.7 क्रोध प्रबंधन

क्रोध प्रबंधन एक प्रक्रिया है जिसमें:

1. ऐसे संकेत पहचानने सीखे जाते हैं जो दर्शाते हैं कि आप या किसी और को क्रोध आ रहा है
2. एक सकारात्मक तरीके से स्थिति को शांत करने के लिए सबसे उचित कार्रवाई करें। क्रोध प्रबंधन का अर्थ क्रोध को दबाना नहीं है।

क्रोध प्रबंधन का महत्व

क्रोध एक पूरी तरह से सामान्य मानव भावना है। वास्तव में, जब इसे सही तरीके से प्रबंधित किया जाता है, तो क्रोध एक स्वस्थ भावना भी बन सकती है। लेकिन, अगर इस पर ध्यान नहीं दिया जाए, तो क्रोध हमसे अनुपयुक्त कार्य करा सकता है और इसके परिणाम स्वरूप हम ऐसी बातें कर या बोल जाते हैं जिनका हमें बाद में पछतावा होगा।

चरम सीमा पर क्रोध:

- आपको शारीरिक रूप से नुकसान पहुंचा सकता है: इससे हृदय रोग, मधुमेह, प्रतिरक्षा प्रणाली कमज़ोर, अनिद्रा, और उच्च रक्तचाप हो सकता है।
- आप को मानसिक रूप से नुकसान पहुंचा सकता है: यह आपको उलझन में डाल सकता है और आपके तनाव, अवसाद और मानसिक स्वास्थ्य समस्याओं का कारण बन सकता है।
- आपके कैरियर को नुकसान पहुंचा सकता है: इससे आपके सहयोगियों, मालिकों, ग्राहकों में अलगाव की भावना पैदा हो सकती है जिससे सम्मान में कमी आ सकती है।
- आपके संबंधों को नुकसान पहुंचा सकता है: इससे आपके परिवार और मित्रों का आप पर भरोसा करना कठिन हो जाता है, अपने साथ ईमानदार रहें और अपने आस-पास सहज महसूस करें।

यही कारण है कि क्रोध प्रबंधन, या क्रोध को उचित रूप से प्रबंधित करना इतना महत्वपूर्ण है।

7.1.7.1 क्रोध प्रबंधन रणनीतियां

यहां कुछ रणनीतियां हैं जो आप को अपने क्रोध को नियंत्रित करने में मदद कर सकती हैं:

रणनीति 1: विश्राम

गहरी सांस लेना और सुकून देने वाली तस्वीरें देखना क्रोध जैसी भावनाओं को शांत करने में अद्भुत रूप से काम करता है। इन साधारण श्वास व्यायामों का अभ्यास करें:

- अपने डायफ्राम से एक गहरी सांस लें (अपने सीने से सांस ना लें)
- कल्पना करें कि आपकी सांस आपके पेट से ऊपर आ रही है
- 'शांत रहो' या 'सब ठीक है' जैसे शांत करने वाले शब्द दोहराते रहें (शब्द दोहराते समय गहरी सांस लेना याद रखें)
- एक सुकून वाले पल की कल्पना करें (यह आपकी स्मृति से या आपकी अपनी कल्पना हो सकती है)

दैनिक रूप से इस शांत रहें तकनीक का पालन करें, विशेष रूप से जब आपको लगे कि आप को क्रोध आ रहा है।

रणनीति 2: संज्ञानात्मक पुनर्गठन

संज्ञानात्मक पुनर्गठन का अर्थ अपने सोचने के तरीके को बदलना है। क्रोध आपसे श्राप दिला सकता है, कसम खिला सकता है, अतिरंजन करा सकता है और बहुत नाटक करवा सकता है। जब ऐसा होता है, तो अपने आप को अपने क्रोधी विचारों को तार्किक विचारों के साथ बदलने के लिए मजबूर करें। उदाहरण के लिए, 'सब कुछ बर्बाद हो गया है' सोचने के बजाय अपनी मानसिकता बदलें और अपने आप से कहें 'यह दुनिया का अंत नहीं है और क्रोध से कोई समाधान नहीं होगा'।

रणनीति 3: समस्या को सुलझाना

किसी समस्या के लिए क्रोधित होना जिसे आप नियंत्रित नहीं कर सकते हैं, पूरी तरह से स्वाभाविक प्रतिक्रिया है। कभी-कभी, कोशिश करने के बाद भी, पेश आई समस्या का कोई समाधान नहीं हो सकता है। ऐसे मामलों में, समस्या को सुलझाने पर ध्यान केंद्रित करना बंद कर दें और इसके बजाय समस्या से निपटने और उसका सामना करने पर ध्यान केंद्रित करें। अपने आप को याद दिलाएं कि आप स्थिति से निपटने के लिए पूरी कोशिश करेंगे, लेकिन अगर आपको वांछित समाधान नहीं मिलता है, तो आप अपने आप को दोष नहीं देंगे।

रणनीति 4: बेहतर संवाद

जब आप क्रोध में होते हैं, तो गलत निष्कर्ष पर पहुंचना बहुत आसान होता है। इस तरह के मामले में, आपको किसी तरह स्वयं पर काबू रखना होगा, कि आप कोई प्रतिक्रिया न दें। कुछ भी कहने से पहले, ध्यान से सोचें कि आप क्या कहना चाहते हैं। अपने जहन में आने वाली पहली बात कहने से बचें। स्वयं को दूसरे की बात ध्यान से सुनने के लिए मजबूर करें। फिर जवाब देने से पहले बातचीत के बारे में सोचें।

रणनीति 5: अपना माहौल बदलना

यदि आपको लगे कि आपका माहौल आपके क्रोध का कारण है तो कुछ समय के लिए अपने आप को इस माहौल से दूर कर लें। अपने लिए भी थोड़ा समय निकालने का सक्रिय प्रयास करें, खासतौर से बेहद व्यस्त तथा तनावपूर्ण दिनों में। थोड़ा समय शांति से अकेले में बिताने से निश्चित ही आपको मन शांत करने में मदद मिलेगी।

7.1.7.2 क्रोध प्रबंधन के लिए सुझाव

- निम्नलिखित सुझाव आपको अपने क्रोध पर नियंत्रण रखने में मदद करेंगे:
- क्रोध में कुछ भी कहने से पहले अच्छी तरह से सोच लें।
- शांत होने के बाद अपने क्रोध का कारण एक मुखर, लेकिन गैर झगड़ालू तरीके से व्यक्त करें।
- जब आपको लगे कि आप क्रोधित हो रहे हैं तो दौड़ या तेज़ चलने जैसे शारीरिक व्यायाम करें।
- छोटे छोटे अंतरालों को अपनी दैनिक दिनचर्या का हिस्सा बनाएँ विशेष रूप से तनावपूर्ण दिनों के दौरान। अपना ध्यान क्रोध पैदा करने वाली समस्या के समाधान पर केंद्रित करें, न कि इस बात पर कि समस्या आपको क्रोधित कर रही है।

7.1.8 तनाव प्रबंधन

हम कहते हैं, कि हम 'तनावग्रस्त' हैं, जब हमारे ऊपर बहुत ज़्यादा काम होते हैं और इनके बोझ से जूझने की अपनी क्षमता के बारे में हम निश्चित नहीं होते। ऐसी कोई भी चीज़ जो हमारे सुख को चुनौती देती है या उसके लिए खतरा है उसे तनाव के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि तनाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों हो सकता है। सकारात्मक तनाव हमें आगे बढ़ने की प्रेरणा देता है, जबकि नकारात्मक तनाव हमारे मानसिक और शारीरिक स्वास्थ्य को प्रभावित करता है। यही कारण है कि इस नकारात्मक तनाव को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करना बहुत महत्वपूर्ण है।

तनाव के कारण

तनाव आंतरिक और बाह्य कारणों के कारण हो सकता है।

तनाव के आंतरिक कारण:

- लगातार चिंता
- कठोर सोच
- अवास्तविक अपेक्षाएं
- निराशावाद
- अपने बारे में नकारात्मक बातें करना
- आर या पार का रवैया

तनाव के बाहरी कारण:

- जीवन के प्रमुख परिवर्तन
- रिश्तों में कठिनाइयाँ
- बहुत काम होना
- काम पर या स्कूल में कठिनाइयाँ
- वित्तीय कठिनाइयाँ
- बच्चों और/या परिवार के बारे में चिंता

7.1.8.1 तनाव के लक्षण

तनाव कई तरीकों से ज़ाहिर हो सकता है। तनाव के संज्ञानात्मक, भावनात्मक, शारीरिक और व्यावहारिक लक्षणों पर एक नज़र डालें।

संज्ञानात्मक लक्षण	भावनात्मक लक्षण
<ul style="list-style-type: none"> • स्मृति समस्याएँ • एकाग्रता मुद्दे • निर्णय का अभाव • निराशावाद • चिंता • लगातार चिंता 	<ul style="list-style-type: none"> • अवसाद • व्याकुलता • विड़विड़ापन • अकेलापन • चिंता • क्रोध

शारीरिक लक्षण	व्यवहारिक लक्षण
<ul style="list-style-type: none"> • पीड़ा और दर्द • दस्त या कब्ज़ • जी मिचलाना • चक्कर आना • सीने में दर्द और/या तेजी से दिल धड़कना • लगातार ठंड या पलू होने जैसा महसूस करना 	<ul style="list-style-type: none"> • भूख अधिक या कम लगना • अधिक सोना या कम सोना • सामाजिक रूप से अलग थलग होना • जिम्मेदारियों की उपेक्षा करना • शराब या सिगरेट पीना • नाखून चबाने, तेज़ चलने जैसी बेचैन आदतें

7.1.8.2 तनाव प्रबंधन के लिए सुझाव

निम्नलिखित सुझाव आपको अपने तनाव का प्रबंधन बेहतर तरीके से करने में मदद कर सकते हैं:

- ऐसे अलग-अलग तरीकों को लिख लें जिनसे आप अपने तनाव के विभिन्न स्रोतों से निपट सकते हैं।
- याद रखें कि आप सब कुछ नियंत्रित नहीं कर सकते हैं, लेकिन आप अपनी प्रतिक्रिया को नियंत्रित कर सकते हैं।
- गुरसे से, रक्षात्मक या निष्क्रिय तरीके से प्रतिक्रिया देने की बजाय भावनाओं, दृष्टिकोणों तथा धारणाओं पर चर्चा करें।
- जब भी आपको को तनाव महसूस हो, तब ध्यान, योग या ताई ची जैसी सुकून देने वाली तकनीकों का अभ्यास करें।
- अपने दिन का कुछ समय व्यायाम को दें।
- फलों और सब्जियों जैसे स्वस्थ आहारों का सेवन करें। अस्वास्थ्यकर भोजन विशेष रूप से चीनी की बड़ी मात्रा युक्त आहारों से बचें।
- अपने दिन को नियोजित करें, ताकि आप कम तनाव के साथ अपने समय का बेहतर प्रबंधन कर सकें।
- आवश्यकता पड़ने पर लोगों और चीज़ों को न कहना सीखें।
- अपने शौक और रुचियों को कुछ समय देने के लिए समय तय करें।
- सुनिश्चित करें कि आप कम से कम 7-8 घंटे की नींद लें।
- कैफीन का सेवन कम करें।
- अपने परिवार और दोस्तों के साथ अधिक समय बिताएँ।

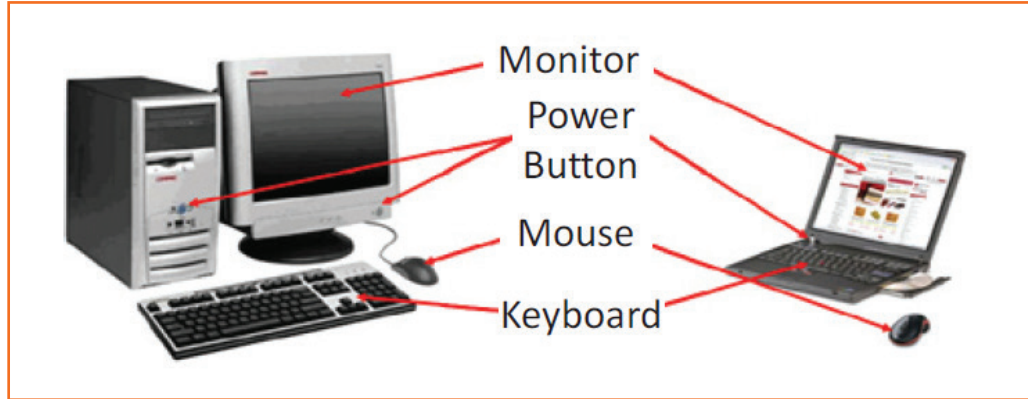
यूनिट 7.2: डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति

यूनिट के उद्देश्य

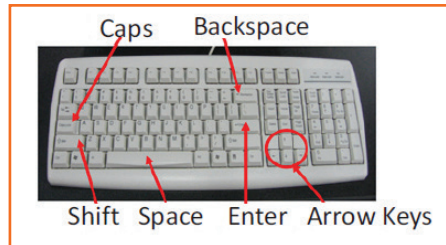
इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. कंप्यूटर के बुनियादी भागों को पहचानने में
2. कीबोर्ड के बुनियादी भागों को पहचानने में
3. कंप्यूटर की बुनियादी शब्दावली को याद रखने में
4. कंप्यूटर की बुनियादी शब्दावली को याद रखने में
5. कंप्यूटर की बुनियादी कुंजियों के कार्यों को याद रखने में
6. MS Office की प्रमुख एप्लीकेशंस पर चर्चा करने में
7. Microsoft Outlook के लाभों पर चर्चा करने में
8. ई-कॉमर्स के विभिन्न प्रकारों पर चर्चा करने में
9. खुदरा विक्रेताओं और ग्राहकों के लिए ई-कॉमर्स के लाभों की सूची बनाने में
10. चर्चा करने में, कि डिजिटल इंडिया अभियान से भारत में ई-कॉमर्स को कैसे बढ़ावा मिलेगा
11. वर्णन करने में, कि आप ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म पर एक उत्पाद या सेवा कैसे बेचेंगे

7.2.1 कंप्यूटर और इंटरनेट के बारे में बुनियादी बातें



चित्र 7.2.1: कंप्यूटर के भाग



चित्र 7.2.2: कीबोर्ड के भाग

7.2.1.1 कंप्यूटर के बुनियादी भाग

1. **Central Processing Unit (CPU):** कंप्यूटर का मस्तिष्क। यह प्रोग्राम के निर्देशों को समझता है और उन्हें अंजाम देता है।
2. **हार्ड ड्राइव:** एक डिवाइस जो बड़ी मात्रा में डेटा संग्रहित करती है।
3. **मॉनिटर:** एक डिवाइस जिसमें कंप्यूटर स्क्रीन शामिल होती है जहां सूचना दृष्टिगत रूप से प्रदर्शित होती है।
4. **डेस्कटॉप:** ऑपरेटिंग सिस्टम लोड होने के बाद प्रदर्शित होने वाली पहली स्क्रीन।
5. **बैकग्राउंड:** एक छवि जो डेस्कटॉप के बैकग्राउंड में होती है।
6. **माउस:** एक हैंड-हेल्ड डिवाइस जो मॉनिटर पर आइटम की ओर संकेत करने के लिए इस्तेमाल होती है।
7. **स्पीकर:** एक डिवाइस जो आपको कंप्यूटर से आवाज सुनने में सक्षम बनाती है।
8. **प्रिंटर:** एक डिवाइस जो एक कंप्यूटर के आउटपुट को कागज़ों पर प्रिंट करके निकालता है।
9. **आइकॉन:** एक छोटी सी तस्वीर या छवि जो आपके कंप्यूटर पर किसी प्रोग्राम, सॉफ्टवेयर अथवा फंक्शन इत्यादि का चिन्ह होती है।
10. **कर्सर:** एक तीर जो इंगित करता है कि आप स्क्रीन पर कहाँ हैं।
11. **प्रोग्राम मैनुअल:** आपके कंप्यूटर पर प्रोग्रामों की सूची जिसे स्टार्ट मैनुअल से उपयोग किया जा सकता है।
12. **टास्कबार:** कंप्यूटर स्क्रीन के तल पर एक हॉरिज़ॉन्टल बार जो वर्तमान में प्रयोग की जा रही एप्लीकेशंस को सूचीबद्ध करता है।
13. **रिसाइकल बिन:** डिलीट की गई फाइलों के लिए एक अस्थायी भंडारण।

7.2.1.2 बुनियादी इंटरनेट शब्द

- **इंटरनेट:** कंप्यूटर नेटवर्क का एक व्यापक, अंतर्राष्ट्रीय संग्रह जो जानकारी हस्तांतरित करता है।
- **वर्ल्ड वाइड वेब:** एक प्रणाली जो आपको इंटरनेट पर जानकारी एक्सेस करने देती है।
- **वेबसाइट:** वर्ल्ड वाइड वेब (और इंटरनेट) पर एक स्थान जिसमें किसी विशिष्ट विषय के बारे में जानकारी होती है।
- **होम पेज:** एक वेबसाइट के बारे में जानकारी प्रदान करता है और आपको वेबसाइट के अन्य पृष्ठों के लिए निर्देश देता है।
- **लिंक/हाइपरलिंक:** एक हाइलाइटेड या रेखांकित आइकॉन, ग्राफिक, या टैक्स्ट जो आप को किसी अन्य फाइल या वस्तु पर ले जाता है।
- **वेब एड्रेस/ URL:** एक वेबसाइट के लिए पता।
- **एड्रेस बॉक्स:** ब्राउज़र विंडो में एक बॉक्स जहाँ आप एक वेब एड्रेस लिख कर सकते हैं।

7.2.1.3 बुनियादी कंप्यूटर कुंजियाँ

- **ऐरो कीज़:** इन कुंजियों को अपने कर्सर को स्थानांतरित करने के लिए दबाएँ।
- **स्पेस बार:** एक खाली जगह सम्मिलित हो जाती है।
- **एंटर/रिटर्न:** आपके कर्सर को नई लाइन पर ले जाता है।
- **शिफ्ट:** यदि आप कोई बड़ा (कैपिटल) अक्षर या एक कुंजी का ऊपर वाला चिन्ह टाइप करना चाहते हैं तो इस कुंजी को दबाएँ।
- **कैप्स लॉक:** यदि आप चाहते हैं कि सभी अक्षर जो आप टाइप करते हैं वे कैपिटल अक्षरों में हो तो इस कुंजी को दबाएँ। वापिस छोटे अक्षरों को टाइप करने के लिए इसे फिर से दबाएँ।
- **बैकस्पेस:** आपके कर्सर के बाईं ओर सब कुछ मिटा देता है।

7.2.1.4 सुझाव

- जब .com पते पर जाएं, तो http:// या www भी टाइप करने की कोई ज़रूरत नहीं है। केवल वेबसाइट का नाम टाइप करें और उसके बाद Ctrl + Enter दबाएँ। (उदाहरण: www.apple.com पर जाने के लिए टाइप करें 'appleapple' और फिर Ctrl + Enter दबाएँ)
- शब्दों / टैग्स का आकार बढ़ाने या घटाने के लिए Ctrl कुंजी + या - को दबाएँ।
- एक वेब पृष्ठ को फिर से लोड या रिफ्रेश करने के लिए F5 या Ctrl + R दबाएँ।

7.2.2 MS Office और ईमेल

MS Office के बारे में

MS Office या Microsoft Office Microsoft द्वारा विकसित कंप्यूटर प्रोग्राम का एक सुइट है। हालांकि सभी उपयोगकर्ताओं के लिए उपलब्ध है, यह छात्रों, घरेलू उपयोगकर्ताओं और व्यापारिक उपयोगकर्ताओं के लिए विशेष रूप से विभिन्न संस्करण उपलब्ध कराता है। सभी प्रोग्राम Windows और Macintosh के साथ संगत (कम्पैटिबल) में हैं।

सबसे लोकप्रिय ऑफिस उत्पाद

सबसे लोकप्रिय और सार्वभौमिक रूप से इस्तेमाल किए जाने वाले MS Office एप्लीकेशंस में से कुछ हैं:

1. **Microsoft Word:** इससे किसी डॉक्यूमेंट में टाइप किया जा सकता है और इमेज भी डाली जा सकती हैं।
2. **Microsoft Excel:** उपयोगकर्ता एक स्प्रेडशीट में डेटा दर्ज कर सकते हैं, गणना कर सकते हैं और ग्राफ बना सकते हैं।
3. **Microsoft PowerPoint:** इसमें लिखा जा सकता है, तस्वीरें तथा मीडिया डाला जा सकता है और स्लाइड शो और प्रेजेंटेशन बनाई जा सकती है।
4. **Microsoft Outlook:** इसके ज़रिये ईमेल भेजी तथा रिखीव की जा सकती हैं।
5. **Microsoft OneNote:** इससे आप बिल्कुल कागज़ और पेन के अहसास के साथ नोट्स और ड्रॉइंग्स बना सकते हैं।
6. **Microsoft Access:** इसके ज़रिये आप कई सारणियों (टेबल) में डेटा संग्रहित कर सकते हैं।

Microsoft Outlook क्यों चुनें

एक लोकप्रिय ईमेल प्रबंधन विकल्प विशेष रूप से कार्यालयों में, Microsoft Outlook में एड्रेस बुक, नोटबुक, वेब ब्राउज़र और कैलेंडर भी शामिल हैं। इस प्रोग्राम के कुछ प्रमुख लाभ इस प्रकार हैं:

- **एकीकृत खोज प्रोग्राम:** आप सभी Outlook प्रोग्रामों में डेटा की खोज करने के लिए कीवर्ड्स का उपयोग कर सकते हैं।
- **अधिक सुरक्षा:** आपका ईमेल हैकर्स, जंक मेल और फिशिंग वेबसाइट ईमेल से सुरक्षित है।
- **ईमेल सिंकिंग:** आपके मेल को आपके कैलेंडर, कॉन्टैक्ट लिस्ट, One Note के नोट और आपके फोन के साथ सिंक करता है।
- **ईमेल का ऑफलाइन उपयोग:** इंटरनेट नहीं है? कोई बात नहीं! ईमेल ऑफलाइन लिखें और कनेक्ट होने पर उन्हें भेजें।

7.2.2.1 सुझाव

- ईमेल का जवाब देने के लिए एक शॉर्टकट विधि के रूप में Ctrl + R दबाएँ।
- केवल बहुत महत्वपूर्ण ईमेल के लिए अपनी डेस्कटॉप नोटिफिकेशन सेट करें।
- संदेशों का चयन करें और Insert key दबाकर, जल्दी से मैसेज प्लेन करें।
- बार-बार भेजी जाने वाली ईमेल्स पुनः उपयोग करने के लिए एक टेम्पलेट के रूप में सेव करें।
- सुविधाजनक रूप से महत्वपूर्ण ईमेल्स को फाइलों के रूप में सेव करें।

7.2.3 ई-कॉमर्स

ई-कॉमर्स क्या है

ई-कॉमर्स इलेक्ट्रॉनिक रूप में इंटरनेट पर सामान और सेवाएँ बेचना या खरीदना है या पैसे या डेटा का हस्तांतरण है। ई-कॉमर्स "इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स" का संक्षिप्त रूप है।

ई-कॉमर्स के उदाहरण:

- ऑनलाइन शॉपिंग ऑनलाइन नीलामी
- ऑनलाइन टिकटिंग
- इलेक्ट्रॉनिक भुगतान
- इंटरनेट बैंकिंग

ई-कॉमर्स के प्रकार

ई-कॉमर्स को लेनदेन में प्रतिभागियों के प्रकार के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। ई-कॉमर्स के मुख्य प्रकार हैं:

- **व्यापार से व्यापार (B2B):** लेनदेन करने वाले दोनों पक्ष व्यापार हैं।
- **उपभोक्ता से व्यापार (B2C):** व्यवसाय इलेक्ट्रॉनिक रूप से उपभोक्ताओं को वस्तु या सेवाएँ बेचते हैं।
- **उपभोक्ता से उपभोक्ता (C2C):** उपभोक्ता वस्तुएँ खरीद अथवा बेचकर दूसरे उपभोक्ताओं के साथ कारोबार करते हैं।
- **उपभोक्ता से व्यापार (C2B):** उपभोक्ता उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करते हैं जो ऐसी कंपनियों के लिए उपलब्ध होते हैं जिन्हें बिल्कुल वैसे ही उत्पाद और सेवाएँ चाहिए।
- **व्यापार से प्रशासन (B2A):** कंपनियों और लोक प्रशासन के बीच होने वाले ऑनलाइन लेनदेन।
- **उपभोक्ता से प्रशासन (C2A):** व्यक्तियों और लोक प्रशासन के बीच होने वाले ऑनलाइन लेनदेन।

7.2.3.1 ई-कॉमर्स के लाभ

ई-कॉमर्स व्यापार खुदरा विक्रेताओं और ग्राहकों को कुछ लाभ प्रदान करता है।

खुदरा विक्रेताओं के लिए लाभ:

- ऑनलाइन उपस्थिति स्थापित करता है
- ऊपरी लागत को हटाकर परिचालन लागत कम कर देता है
- अच्छे कीवर्ड्स के उपयोग के माध्यम से ब्रांड जागरूकता बढ़ जाती है
- भौगोलिक दूरियों तथा समय की कमी जैसी बाधाओं को दूर करके बिट्टी में बढ़ोतरी होती है।

ग्राहकों के लिए लाभ:

- किसी भी वास्तविक दुकान से कहीं अधिक व्यापक रेंज प्रदान करता है
- दूरस्थ स्थानों से वस्तुओं और सेवाओं की खरीद सक्षम बनाता है
- उपभोक्ताओं को मूल्य की तुलना करने में सक्षम बनाता है

7.2.3.2 डिजिटल इंडिया अभियान

प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने हर नागरिक को डिजिटल सेवाओं, ज्ञान और जानकारी तक पैठ/पहुँच प्रदान करने के उद्देश्य से 2015 में डिजिटल इंडिया अभियान का शुभारंभ किया। अभियान का उद्देश्य देश के ऑनलाइन बुनियादी ढांचे में सुधार करना और इंटरनेट कनेक्टिविटी बढ़ाना है, इस प्रकार ई-कॉमर्स उद्योग को बढ़ावा मिलेगा।

वर्तमान में, अधिकतर ऑनलाइन लेनदेन टियर 2 और टियर 3 शहरों से होते हैं। एक बार डिजिटल इंडिया अभियान स्थापित होने के बाद, सरकार मोबाइल कनेक्टिविटी के माध्यम से सेवाएं प्रदान करेगी, जिससे देश के सुदूर कोनों तक इंटरनेट पहुँचाने में मदद मिलेगी। इससे ई-कॉमर्स बाजार को भारत के टियर 4 शहरों और ग्रामीण क्षेत्रों में प्रवेश करने में मदद मिलेगी।

ई-कॉमर्स गतिविधि

एक उत्पाद या सेवा चुनें जिसे आप ऑनलाइन बेचना चाहते हैं। आप मौजूदा ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म का उपयोग कैसे करेंगे इसकी व्याख्या करते हुए एक संक्षिप्त नोट लिखें, या अपने उत्पाद या सेवाएं बेचने के लिए नया ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म बनाएँ।

7.2.3.3 सुझाव

- अपना ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म शुरू करने से पहले, सब कुछ जांच लें।
- अपने सोशियल मीडिया पर व्यक्तिगत रूप से करीब से ध्यान दें।

यूनिट 7.3: पैसे का महत्व

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. पैसे बचाने के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
2. पैसे बचाने के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
3. बैंक खातों के प्रमुख प्रकारों पर चर्चा कर सकेंगे
4. बैंक में खाता खोलने की प्रक्रिया का वर्णन करने में
5. स्थाई और परिवर्ती लागत के बीच अंतर स्पष्ट कर सकेंगे
6. निवेश विकल्पों के प्रमुख प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
7. बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
8. करों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
9. ऑनलाइन बैंकिंग के उपयोगों पर चर्चा कर सकेंगे
10. इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण के प्रमुख प्रकारों पर चर्चा कर सकेंगे

7.3.1 व्यक्तिगत वित्त – बचत क्यों करें

बचत के महत्व

हम सभी जानते हैं कि भविष्य अप्रत्याशित है। आप नहीं जानते कि कल, अगले सप्ताह या अगले साल क्या होगा। यही कारण है कि साल दर साल पैसे की बचत महत्वपूर्ण होती है। पैसे बचाने से, आपको समय के साथ अपनी वित्तीय स्थिति में सुधार लाने में मदद मिलेगी। लेकिन अधिक महत्वपूर्ण बात है, कि आपात स्थिति के लिए पैसे संभाल कर रखने से आपको मन की शांति मिलेगी। पैसे बचाने से कई और अधिक विकल्पों और संभावनाओं के दरवाजे खुलते हैं।

बचत करने के लाभ

बचत की आदत डालने से कई लाभ हो सकते हैं। बचत करने से आप को निम्न में मदद मिलती है:

- **आर्थिक रूप से स्वतंत्र बनने में:** जब आपके स्वयं को वित्तीय दृष्टि से सुरक्षित महसूस कराने के लिए पर्याप्त पैसा हो, तो आप छुट्टियों पर जाने से लेकर, करियर बदलने तथा अपना कारोबार शुरू करने तक कोई भी मनचाहा फैसला ले सकते हैं।
- **शिक्षा के माध्यम से स्वयं पर निवेश करें:** बचत के माध्यम से, आप पाठ्यक्रमों का भुगतान करने के लिए पर्याप्त कमा सकते हैं जो आपके पेशेवर अनुभव में जुड़ जाएगा और अंत में बेहतर वेतन देने वाली नौकरियां मिल जाएंगी।
- **कर्ज मुक्त हो जाएं:** एक बार आरक्षित फंड के रूप में पर्याप्त बचाने के बाद, आप अपनी बचत का उपयोग ऋण या बिलों जैसे कर्ज का भुगतान करने के लिए कर सकते हैं, जो समय के साथ संचित हो जाते हैं।
- **अप्रत्याशित खर्चों के लिए तैयार रहें:** बचत होने से आप आर्थिक रूप से बिना तनाव महसूस किए अचानक आने वाले कार या घर की मरम्मत जैसे अप्रत्याशित खर्चों के लिए भुगतान करने में सक्षम होते हैं।
- **आपात स्थिति के लिए भुगतान करें:** बचत आपको आर्थिक रूप से बोझिल महसूस किए बिना अचानक आई स्वास्थ्य समस्याओं या तत्काल यात्राओं जैसी आपातस्थितियों से निपटने में मदद करती है।
- **बड़ी खरीद करने का सामर्थ्य और प्रमुख लक्ष्य प्राप्त करना:** लगन से बचत करना घर या एक कार खरीदने जैसी बड़ी खरीद और लक्ष्यों के लिए भुगतान करना संभव बनाता है।

- **सेवामुक्त होना:** जब आपके पास अपनी नौकरी से प्राप्त होने वाली आय नहीं होगी, तब आपके द्वारा समय के साथ बचाए गए पैसे आपको आराम देंगे।

7.3.1.1 सुझाव

- अपनी खर्च करने की आदत को कम करें। प्रति सप्ताह एक महंगी आइटम पर खर्च नहीं करने की कोशिश करें और उस पैसे को अपनी बचत में डालें जिसे अन्यथा आपने खर्च कर दिया होता।
- तय करें कि आप निश्चित दिनों या हफ्तों पर कुछ भी नहीं खरीदेंगे और अपने निश्चय पर अडिग रहेंगे।

7.3.2 बैंक खातों के प्रकार

भारत में बैंक चार मुख्य प्रकार के बैंक खातों की पेशकश करते हैं। ये हैं:

1. चालू खाते
2. बचत खाते
3. आवर्ती जमा खाते
4. सावधि जमा खाते

चालू खाते

चालू खाते सबसे अधिक द्रव्य/तरल जमा की पेशकश करते हैं और इस प्रकार, व्यापारियों और कंपनियों के लिए सबसे अनुकूल हैं। क्योंकि यह खाते निवेश और बचत के लिए नहीं बने हैं, इसलिए एक दिन में किए जाने वाले लेनदेन की संख्या या राशि पर कोई सीमा नहीं लगाई गई है। चालू खाता धारकों को अपने खातों में रखी राशि पर कोई ब्याज नहीं देता है। उनसे इस तरह के खातों पर ऑफर की जाने वाली कुछ सेवाओं के लिए शुल्क लिया जाता है।

बचत खाते

बचत खाते बचत को बढ़ावा देने के लिए होते हैं और इसलिए वेतनभोगी व्यक्तियों, पेंशनरों और छात्रों के लिए नंबर एक पसंद हैं। हालांकि जमा की राशि और संख्या पर कोई प्रतिबंध नहीं है, फिर भी सामान्यता निकासी की राशि और संख्या पर प्रतिबंध होते हैं। बचत खाता धारकों को अपनी बचत पर ब्याज दिया जाता है।

आवर्ती जमा खाते

आवर्ती जमा खातों को RD खाते भी कहा जाता है, जो उन लोगों के लिए होते हैं जो हर महीने एक राशि बचाना चाहते हैं, लेकिन एक बार में एक बड़ी राशि निवेश करने में असमर्थ हैं। इस तरह के खाता धारक पूर्व निर्धारित अवधि (कम से कम 6 महीने) के लिए एक छोटी, निश्चित राशि हर महीने जमा करते हैं। मासिक भुगतान में देरी होने पर खाता धारक से एक दंड राशि ली जाती है। कुल राशि निर्धारित अवधि के अंत में ब्याज के साथ लौटा दी जाती है।

सावधि जमा खाते

सावधि जमा खातों को FD खाते भी कहा जाता है, ये उन लोगों के लिए आदर्श हैं जो ब्याज की एक उच्च दर के बदले में लंबे समय के लिए अपनी बचत जमा करना चाहते हैं। ब्याज दर की पेशकश जमा राशि और समय अवधि पर निर्भर करती है और यह हर बैंक में अलग-अलग होती है। FD के मामले में, खाता धारक द्वारा एक निश्चित राशि निश्चित समय अवधि के लिए जमा की जाती है। जब अवधि समाप्त हो जाती है तो पैसा वापस लिया जा सकता है। यदि आवश्यक हो, तो जमाकर्ता समय से पहले सावधि जमा तोड़ सकते हैं। बहरहाल, इससे सामान्यता एक दंड राशि लगती है जो हर बैंक में अलग-अलग होती है।

7.3.2.1 बैंक में खाता खोलना

बैंक में खाता खोलना काफी सरल प्रक्रिया है। अपना खुद का एक खाता खोलने के लिए निम्न चरणों पर एक नज़र डालें:

चरण 1: खाता खोलने वाला फॉर्म भरें

इस फॉर्म में आप को निम्नलिखित जानकारी प्रदान करनी होगी:

- व्यक्तिगत विवरण (नाम, पता, फोन नंबर, जन्म तिथि, लिंग, व्यवसाय, पता)
- अपने खाते का विवरण प्राप्त करने की विधि (हार्ड कॉपी/ईमेल)
- अपने आरंभिक जमा का विवरण (नकद/चैक)
- खाते के संचालन का तरीका (ऑनलाइन/मोबाइल बैंकिंग/पारंपरिक चैक के माध्यम से, रिलप बुक्स) सुनिश्चित करें कि आप ने हर आवश्यक जगह पर हस्ताक्षर किए हैं।

चरण 2: अपनी तस्वीर लगाएँ

फॉर्म पर दी गई जगह में अपनी हाल ही की फोटोग्राफ चिपकाएं।

चरण 3: अपना, अपने ग्राहक को जानिए (KYC) विवरण प्रदान करें

KYC एक प्रक्रिया है जो बैंकों को अपने ग्राहकों के पते और उनकी पहचान की पुष्टि करने में मदद करती है। एक खाता खोलने के लिए, हर व्यक्ति को फोटो पहचान (ID) और पते के प्रमाण के संबंध में कुछ अनुमोदित दस्तावेज़ प्रस्तुत करने होते हैं। कुछ आधिकारिक वैध दस्तावेज़ (OVDs) हैं:

- पासपोर्ट
- ड्राइविंग लाइसेंस
- मतदाता पहचान पत्र
- पैन कार्ड
- UIDAI (आधार) कार्ड

चरण 4: अपने सभी दस्तावेज़ जमा करें

खाता खोलने का भरा हुआ फॉर्म और KYC दस्तावेज़ जमा करें। फिर फॉर्म पर कार्रवाई होने और आपका खाता खुलने तक प्रतीक्षा करें!

7.3.2.2 सुझाव

- उपयुक्त खाता चुनें।
- नामांकन की पूरी जानकारी भरें।
- शुल्कों के बारे में पूछें।
- नियमों को समझें।
- ऑनलाइन बैंकिंग के बारे में पूछें - यह सुविधाजनक है!
- अपने बैंक बैलेंस पर नज़र रखें।

7.3.3 लागतें: स्थाई बनाम परिवर्ती

स्थायी व परिवर्ती लागतें क्या हैं

- स्थाई व परिवर्ती लागत मिलाकर किसी कंपनी की कुल लागत बनती है। वस्तुओं व सेवाओं का उत्पादन करते हुए कम्पनी को ये दो प्रकार के मूल्य वहन करने पड़ते हैं।
- स्थाई लागत किसी कंपनी द्वारा उत्पादित वस्तुओं व सेवाओं की मात्रा के साथ बदलती नहीं है। यह हमेशा समान रहती है।
- दूसरी ओर, परिवर्ती लागत, उत्पादित वस्तुओं व सेवाओं की मात्रा के अनुसार घटती व बढ़ती रहती है। दूसरे शब्दों में, यह उत्पादित मात्रा के अनुसार बदलती रहती है।

स्थायी व परिवर्ती लागतों के बीच अंतर

आइये स्थाई व परिवर्ती लागतों के बीच प्रमुख अंतरों पर नज़र डालें।

कसौटी	स्थायी लागत	परिवर्ती लागत
अर्थ	लागत समान रहती है, चाहे उत्पादन की मात्रा कितनी भी क्यों न हो।	ऐसी लागत जो निम्नानुसार बदलती रहती है
प्रकृति	समय सम्बंधित	मात्रा सम्बंधित
व्यय / खर्च	व्यय पर उत्पादित यूनिट्स की मात्रा से कोई फर्क नहीं पड़ता।	यूनिट्स का उत्पादन किये जाने पर ही व्यय होता है।
यूनिट लागत	उत्पादित यूनिट्स की संख्या के व्युत्क्रमानुपाती होती है	प्रति यूनिट, समान रहती है।
उदाहरण	मूल्य ह्रास, किराया, वेतन, बीमा, कर आदि	उपयोग किया गया मैटीरियल, वेतन, बिक्री पर कमीशन, पैकिंग खर्च आदि।

7.3.3.1 सुझाव

- कोई लागत स्थाई है या परिवर्ती, यह निर्धारित करने के लिए निम्न प्रश्न पूछें: यदि कंपनी अपनी उत्पादन गतिविधियाँ रोक देती है, तो किसी विशिष्ट लागत में कोई परिवर्तन होगा? यदि उत्तर 'नहीं' है, तो यह स्थाई लागत है। यदि उत्तर 'हां' है, तो संभवतः यह परिवर्ती लागत है।

7.3.4 निवेश, बीमा व कर

निवेश

निवेश का अर्थ है भविष्य में वित्तीय लाभ कमाने के उद्देश्य से आज व्यय किया गया धन। निवेश विकल्पों के प्रमुख प्रकार निम्नलिखित हैं:

- **बॉन्ड्स:** बॉन्ड्स सार्वजनिक व निजी कंपनियों द्वारा धन की एक बड़ी राशि जुटाने का साधन है - यह राशि इतनी बड़ी होती है, कि इसे बैंक से ऋण के रूप में नहीं लिया जा सकता। ये बॉन्ड्स (प्रतिज्ञापत्र) फिर सार्वजनिक बाज़ार में जारी किये जाते हैं और ऋणदाताओं द्वारा खरीदे जाते हैं।
- **स्टॉक:** स्टॉक या इक्विटी कंपनियों द्वारा जारी किये गए शेयर होते हैं जो आम जनता द्वारा खरीदे जाते हैं।
- **लघु बचत योजनाएं:** लघु बचत योजनाएं कम-कम मात्रा में धन की बचत करने के साधन हैं। कुछ लोकप्रिय योजनाओं में कर्मचारी भविष्य निधि, सुकन्या समृद्धि योजना व राष्ट्रीय पेंशन योजना शामिल हैं।
- **म्यूचुअल फंड:** म्यूचुअल फंड पेशेवर तरीके से प्रबंधित वित्तीय साधन हैं, जिनमें निवेशकों की ओर से विभिन्न प्रतिभूतियों में धन का निवेश किया जाता है।

- **सावधि जमाएँ:** किसी वित्तीय संस्थान के पास निर्धारित समय के लिए निश्चित धनराशि जमा कराई जाती है जिससे धन पर ब्याज मिलता है
- **रियल एस्टेट:** संपत्ति खरीदने के लिए बैंकों से ऋण लिया जाता है, जो इसके बाद किराये पर दी जाती है या बेच दी जाती है जिसका उद्देश्य संपत्ति की बढ़ी हुई कीमतों पर लाभ कमाना होता है।
- **हेज फंड्स:** हेज फंड्स वित्तीय यौगिकों और / या सार्वजनिक रूप से खरीदी-बेची जाने वाली प्रतिभूतियों, दोनों में ही निवेश किये जाते हैं।
- **प्राइवेट इक्विटी:** प्राइवेट इक्विटी किसी ऐसी ऑपरेटिंग कंपनी के शेयरों में निवेश करना है, जो सार्वजनिक रूप से सूचीबद्ध/लिस्टेड नहीं होती और जिसके शेयर स्टॉक मार्केट में उपलब्ध नहीं होते।
- **उद्यम पूंजी (वेंचर कैपिटल)** उद्यम पूंजी (वेंचर कैपिटल) का अर्थ है, किसी उभरती हुई कंपनी में, स्टॉक्स के बदले, भारी मात्रा में पैसा लगाना।

बीमा

बीमा दो तरह का होता है:

1. जीवन बीमा
2. गैर-जीवन या सामान्य बीमा

जीवन बीमा उत्पाद

मुख्य जीवन बीमा उत्पाद हैं:

1. **निर्धारित अवधि बीमा (टर्म इंश्योरेंस):** यह बीमा का सबसे सरल व सरता प्रारूप है। यह निर्धारित अवधि, जैसे 15 से 20 वर्ष के लिए वित्तीय सुरक्षा उपलब्ध कराता है। मृत्यु होने की स्थिति में, आपके परिवार को बीमित राशि का भुगतान किया जाता है। यदि बीमाकर्ता निर्धारित अवधि तक जीवित रहता है, तो उसे किसी तरह का भुगतान नहीं करना पड़ता।
2. **एंजोमेंट पॉलिसी:** यह बीमा व निवेश के दोहरे फायदे देती है। प्रीमियम का कुछ हिस्सा बीमित राशि में आबंटित किया जाता है जबकि शेष प्रीमियम का निवेश इक्विटी व डेब्ट में किया जाता है। इसमें निर्धारित अवधि के बाद या बीमा धारक की मृत्यु जो भी पहले हो, होने पर एकमुश्त राशि का भुगतान किया जाता है।
3. **यूनिट-लिंक्ड इंश्योरेंस प्लान (ULIP):** इसमें प्रीमियम का कुछ हिस्सा जीवन बीमा पर खर्च किया जाता है, जबकि शेष हिस्से का निवेश इक्विटी व डेब्ट में कर दिया जाता है। इससे नियमित बचत की आदत विकसित होती है।
4. **मनी बैक जीवन बीमा:** पॉलिसी अवधि के दौरान, पॉलिसीधारक के जीवित रहने पर आंशिक उत्तरजीविता लाभों का आवधिक भुगतान किया जाता है। बीमाधारक की मृत्यु होने पर, कंपनी उत्तरजीविता लाभों के साथ पूरी बीमित राशि का भुगतान करती है।
5. **पूर्ण जीवन बीमा:** यह बीमा तथा निवेश के दोहरे लाभ देता है यह व्यक्ति के पूरे जीवन या 100 वर्ष की उम्र, जो भी पहले हो तक बीमा कवर उपलब्ध करता है।

सामान्य बीमा (जनरल इंश्योरेंस)

सामान्य बीमा (जनरल इंश्योरेंस) के अन्तर्गत सभी इंश्योरेंस कवर वाली सम्पत्तियों, जैसे पशु, खेती की फसलों, वस्तुओं, कारखानों, कारों आदि का बीमा किया जाता है।

सामान्य बीमा उत्पाद:

1. **मोटर बीमा:** इसे चौपहिया वाहन बीमा व दुपहिया वाहन बीमा में बांटा जा सकता है।
2. **स्वास्थ्य बीमा:** स्वास्थ्य बीमा के प्रमुख प्रकारों में व्यक्तिगत स्वास्थ्य बीमा, फैमिली फ्लोटर स्वास्थ्य बीमा, समग्र स्वास्थ्य बीमा व गंभीर बीमारी बीमा शामिल होते हैं।
3. **यात्रा बीमा:** इसे व्यक्तिगत ट्रेवल पॉलिसी, फैमिली ट्रेवल पॉलिसी, स्टूडेंट ट्रेवल इंश्योरेंस व सीनियर सिटिज़न हेल्थ इंश्योरेंस में वर्गीकृत किया जा सकता है।
4. **गृह बीमा:** यह मकान व सामान को जोखिम से सुरक्षा प्रदान करता है।
5. **समुद्री बीमा (मैरीन इंश्योरेंस):** यह बीमा रेल, सड़क, समुद्र या वायु मार्ग से आवागमन के दौरान वस्तुओं, माल, कार्गो आदि के गुम हो जाने अथवा क्षतिग्रस्त हो जाने की स्थिति में वित्तीय सुरक्षा प्रदान करता है।

कर (टैक्स)

कर (टैक्स) दो प्रकार के होते हैं-

1. प्रत्यक्ष कर
2. अप्रत्यक्ष कर

प्रत्यक्ष कर

प्रत्यक्ष कर किसी यूनिट या व्यक्ति पर प्रत्यक्ष रूप से लगाये जाते हैं और ये अहस्तांतरणीय होते हैं। प्रत्यक्ष करों के कुछ उदाहरण हैं:

- **आय कर:** यह कर एक वित्तीय वर्ष के दौरान आपकी आय पर लगाया जाता है। यह व्यक्तियों व कंपनियों, दोनों पर लागू होता है।
- **पूंजी लाभ कर:** जब भी आपको एक बड़ी मात्रा में धन मिलता है, तो यह कर लागू होता है। आमतौर पर यह दो प्रकार का होता है - 36 महीनों से कम के लिए किये गए निवेश पर होने वाला अल्पावधि पूंजी लाभ व 36 महीनों से अधिक की अवधि के लिए किये गए निवेश पर होने वाला दीर्घकालिक पूंजी लाभ।
- **प्रतिभूति लेन-देन कर:** यह कर शेयर के मूल्य में जोड़ दिया जाता है। हर बार शेयर बेचते या खरीदते समय यह कर लगता है।
- **अनुलाभ कर:** यह कर कंपनी द्वारा उपार्जित भत्तों या कर्मचारियों द्वारा उपयोग किये गए भत्तों पर लगता है।
- **कॉर्पोरेट कर:** कंपनियों द्वारा अर्जित राजस्व पर कॉर्पोरेट कर दिया जाता है।

अप्रत्यक्ष कर

अप्रत्यक्ष कर वस्तुओं या सेवाओं पर लगाये जाते हैं। अप्रत्यक्ष करों के कुछ उदाहरण हैं:

- **बिक्री कर:** बिक्री कर किसी उत्पाद की बिक्री पर लगाया जाता है।
- **सेवा कर:** सेवा कर भारत में उपलब्ध कराई जाने वाली सेवाओं पर लगाया जाता है।
- **मूल्य-वर्द्धित कर:** मूल्य- वर्द्धित कर का निर्णय राज्य सरकार द्वारा लिया जाता है यह कर राज्य में बेची जाने वाली वस्तुओं पर लगाया जाता है। कर की राशि का निर्धारण राज्य द्वारा किया जाता है।
- **कस्टम शुल्क व चुंगी:** कस्टम शुल्क ऐसा शुल्क है जो किसी अन्य देश से आयात कर खरीदी गई वस्तुओं पर लगाया जाता है। चुंगी उन वस्तुओं पर लगती है जो भारत में ही एक राज्य से दूसरे राज्य में ले जाई जाती हैं।
- **उत्पाद शुल्क:** भारत में विनिर्मित या उत्पादित सभी वस्तुओं पर उत्पाद शुल्क लगाया जाता है।

7.3.4.1 सुझाव

- इस बात पर विचार करें कि आप अपना धन कितनी जल्दी वापस पाना चाहते हैं और इसी के अनुसार अपनी निवेश योजना चुनें।
- सुनिश्चित करें कि आप अपने लिए उपयुक्त बीमा पॉलिसी चुन रहे हों।
- याद रखें, करों का भुगतान न करने पर जुर्माने से लेकर जेल तक की सज़ा हो सकती है।

7.3.5 ऑनलाइन बैंकिंग, NEFT, RTGS आदि

ऑनलाइन बैंकिंग क्या है?

इंटरनेट या ऑनलाइन बैंकिंग खाताधारकों को लैपटॉप के ज़रिये कहीं से भी अपना खाता एक्सेस करने की सुविधा प्रदान करती है। इस तरह से, निर्देश जारी किये जा सकते हैं। अपना खाता एक्सेस / प्रयोग करने के लिए, खाताधारकों को अपना विशेष ब्राहक आईडी नंबर और पासवर्ड प्रयोग करना होता है।

इंटरनेट बैंकिंग का प्रयोग निम्न के लिए किया जा सकता है:

- खाते में बकाया राशि का पता लगाने के लिए
- एक खाते से दूसरे खाते में पैसा हस्तांतरित करने के लिए
- चेक जारी करने हेतु
- भुगतान हेतु निर्देश देने के लिए
- चेक बुक हेतु निवेदन करने के लिए
- खाते के विवरण हेतु निवेदन के लिए
- सावधि जमा के लिए

इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर के लिए

इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर इंटरनेट व मोबाइल बैंकिंग जैसे एकीकृत बैंकिंग साधनों का इस्तेमाल करके, आराम से घर बैठे धन हस्तांतरित करने का एक सुविधाजनक तरीका है।

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से धन का हस्तांतरण अत्यधिक सुविधाजनक है। ऑनलाइन बैंकिंग की मदद से आप इनका चयन कर सकते हैं।

- समान बैंक में अपने ही एक खाते से दूसरे खाते में धन का हस्तांतरण।
- समान बैंक के अलग-अलग खातों में धन का हस्तांतरण।
- NEFT का प्रयोग करते हुए विभिन्न बैंकों के खातों में धन हस्तांतरण।
- RTGS का प्रयोग करते हुए अन्य बैंक खातों में धन हस्तांतरण।
- IMPS का प्रयोग करते हुए विभिन्न बैंक खातों में धन का हस्तांतरण।

NEFT

NEFT का अर्थ है नेशनल इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर। यह धन हस्तांतरण प्रणाली आपको अपने बैंक खाते से उसी बैंक के किसी अन्य खाते में या किसी अन्य बैंक के खाते में इलेक्ट्रॉनिक रूप से धन हस्तांतरित करने की सुविधा प्रदान करती है। NEFT का प्रयोग व्यक्तियों, फर्मों व कॉर्पोरेट संगठनों द्वारा एक खाते से अन्य खातों में धन के हस्तांतरण के लिए किया जाता है।

NEFT के माध्यम से धन हस्तांतरित करने के लिए, दो चीज़ों की आवश्यकता होती है:

- हस्तांतरण करने वाला बैंक
- लक्ष्यित बैंक

NEFT के माध्यम से धन हस्तांतरित करने से पहले आपको उस लाभार्थी का पंजीकरण करना पड़ेगा जिसे धन भेजा जाना है। इस पंजीकरण को पूरा करने के लिए, आपको निम्नलिखित की आवश्यकता पड़ेगी।

- प्राप्तकर्ता का नाम
- प्राप्तकर्ता की खाता संख्या
- प्राप्तकर्ता के बैंक का नाम
- प्राप्तकर्ता के बैंक का IFSC कोड

RTGS

RTGS का अर्थ है रियल टाइम ग्रॉस सेटलमेंट यह एक रियल टाइम धन हस्तांतरण प्रणाली है, जो आपको सकल आधार पर या तुरंत एक बैंक से दूसरे बैंक में धन हस्तांतरित करने में सक्षम बनाती है। हस्तांतरित धन एक बैंक के खाते से तुरंत निकाल लिया जाता है और उसी समय दूसरे बैंक के खाते में जमा हो जाता है। RTGS भुगतान गेटवे का रख-रखाव भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा किया जाता है। बैंकों के बीच लेन-देन इलेक्ट्रॉनिक रूप से किया जाता है।

RTGS का प्रयोग व्यक्तियों, कंपनियों व फर्मों द्वारा बड़ी मात्रा में धन हस्तांतरित करने के लिए किया जा सकता है। RTGS के द्वारा धन भेजने से पहले, आपको अपने ऑनलाइन बैंकिंग खाते के जरिये लाभार्थी व उसके बैंक खाते का विवरण डालना होगा। यह पंजीकरण पूरा करने के लिए, आपको निम्नलिखित जानकारी की आवश्यकता होगी:

- लाभार्थी का नाम
- लाभार्थी की खाता संख्या
- लाभार्थी के बैंक का पता
- बैंक का IFSC कोड

IMPS

IMPS का अर्थ है इमीडियेट पेमेंट सर्विस (त्वरित भुगतान सेवा)। यह एक रियल-टाइम, अंतर-बैंकीय, इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण प्रणाली है, जिसका प्रयोग भारत भर के बैंकों में धन के हस्तांतरण के लिए किया जाता है। IMPS उपयोक्ताओं को मोबाइल फोन का प्रयोग करते हुए, मोबाइल बैंकिंग व SMS के माध्यम से त्वरित इलेक्ट्रॉनिक हस्तांतरण भुगतान में सक्षम बनाता है। इसका प्रयोग ATMs व ऑनलाइन बैंकिंग के माध्यम से भी किया जा सकता है। IMPS हफ्ते के सातों दिन चौबिसों घंटे उपलब्ध है। यह प्रणाली एक सुरक्षित हस्तांतरण गेटवे है और तुरंत ऑर्डर्स के पूरे होने की पुष्टि करता है।

IMPS के माध्यम से धन हस्तांतरण के लिए आपको यह करने की आवश्यकता है:

- अपने बैंक में IMPS के लिए पंजीकरण
- बैंक से एक मोबाइल मनी आइडेंटिफायर (MMID) प्राप्त करें
- बैंक से MPIN प्राप्त करें

ये दोनों प्राप्त करने के बाद आप लाभार्थी को कोई भी राशि हस्तांतरित करने के लिए लॉग-इन कर सकते हैं या SMS के माध्यम से निवेदन भेज सकते हैं। लाभार्थी को हस्तांतरित धन प्राप्त करने के लिए निम्न चीज़ें करनी होंगी:

- अपने मोबाइल नंबर को सम्बंधित खाते से जोड़ना
- बैंक से MMID प्राप्त करना

IMPS के माध्यम से धन का हस्तांतरण करने के लिए, आपको निम्नलिखित जानकारी डालनी होगी:

- लाभार्थी का मोबाइल नंबर
- लाभार्थी का MMID
- हस्तांतरित राशि
- आपका MPIN

जैसे ही आपके खाते से धन निकल जाता है और लाभार्थी के खाते में पहुँच जाता है, तो भविष्य में सन्दर्भ के लिए आपको ट्रांज़ेक्शन रिफरेंस नंबर के साथ एक पुष्टि (कन्फर्मेशन) SMS भेजा जायेगा।

7.3.5.1 NEFT, RTGS व IMPS के बीच अंतर

Criteria	NEFT	RTGS	IMPS
Settlement	Done in batches	Real-time	Real-time
Full form	National Electronic Fund Transfer	Real Time Gross Settlement	Immediate Payment Service
Timings on Monday – Friday	8:00 am – 6:30 pm	9:00 am – 4:30 pm	24x7
Timings on Saturday	8:00 am – 1:00 pm	9:00 am – 1:30 pm	24x7
Minimum amount of money transfer limit	₹1	₹2 lacs	₹1
Maximum amount of money transfer limit	₹10 lacs	₹10 lacs per day	₹2 lacs
Maximum charges as per RBI	Upto 10,000 – ₹2.5 above 10,000 – 1 lac – ₹5 above 1 – 2 lacs – ₹15 above 2 – 5 lacs – ₹25 above 5 – 10 lacs – ₹25	above 2 – 5 lacs – ₹25 above 5 – 10 lacs – ₹50	Upto 10,000 – ₹5 above 10,000 – 1 lac – ₹5 above 1 – 2 lacs – ₹15

चित्र 7.3.1: NEFT, RTGS व IMPS के बीच अंतर

7.3.5.2 सुझाव

- अपनी ऑनलाइन बैंकिंग वेबसाइट देखने के लिए, कभी भी किसी ई-मेल सन्देश में दिए गए किसी लिंक पर क्लिक न करें।
- ऑनलाइन बैंकिंग का प्रयोग करने के दौरान आपसे कभी भी आपके क्रेडिट या डेबिट कार्ड की जानकारी नहीं मांगी जाती।
- अपना ऑनलाइन बैंकिंग पासवर्ड नियमित रूप से बदलते रहें।

यूनिट 7.4: रोज़गार व स्व-रोज़गार के लिए तैयारी

यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. साक्षात्कार के लिए तैयारी करने के विभिन्न चरणों पर चर्चा कर सकेंगे
2. प्रभावी रिज़्यूमे बनाने के विभिन्न चरणों पर चर्चा कर सकेंगे
3. साक्षात्कार में अक्सर पूछे जाने वाले सवालों पर चर्चा कर सकेंगे
4. चर्चा कर सकेंगे कि साक्षात्कार में अक्सर पूछे जाने वाले सवालों का जवाब कैसे दिया जाए
5. बुनियादी कार्यस्थल शब्दावली पर चर्चा कर सकेंगे

7.4.1 साक्षात्कार (इंटरव्यू) की तैयारी: इंटरव्यू के लिए तैयारी कैसे करें

आप जो नौकरी चाहते हैं, उसे पाने के लिए आपकी सफलता मुख्य रूप से इस बात पर निर्भर करती है, कि उस नौकरी के लिए आपका इंटरव्यू कैसा होता है। इसलिए, अपना इंटरव्यू देने से पहले यह महत्वपूर्ण है, कि आप थोड़े सी रिजर्व व योजना के साथ इसकी तैयारी कैसे करते हैं। किसी भी इंटरव्यू के लिए पूरी तरह तैयारी करने से पहले इन चरणों का ध्यान रखें:

1. जिस संगठन के लिए इंटरव्यू दे रहे हैं उसके बारे में जानकारी प्राप्त करें।
 - पहले से ही कंपनी के बारे में जानकारी प्राप्त कर लेने से आपको इंटरव्यू के समय अधिक तैयार रहने में मदद मिलेगी। संगठन के बारे में आपकी जानकारी से आपको इंटरव्यू में प्रश्नों का उत्तर देने में आसानी होगी और आप अधिक विश्वस्त दिखाई देंगे और महसूस करेंगे। इससे आप निश्चित रूप से, उन उम्मीदवारों से अलग दिखाई देंगे जिन्हें इसके बारे में इतनी जानकारी नहीं है।
 - कंपनी की पृष्ठभूमि की जानकारी लें। कंपनी व इसके उद्योग विवरण की पूरी जानकारी प्राप्त करने का प्रयास करें।
 - कंपनी के क्रियाकलापों की जानकारी प्राप्त करने के लिए कंपनी की वेबसाइट देखना भी एक अच्छा तरीका है। कंपनी की वेबसाइट महत्वपूर्ण जानकारी का साधन होती है। कंपनी की मिशन स्टेटमेंट (ध्येय वक्तव्य) को पढ़ें व समझें। कंपनी के उत्पादों/सेवाओं व ब्राह्मकों की सूची पर विशेष ध्यान दें। कंपनी के संभावित विकास व स्थिरता की जानकारी के लिए इसकी प्रेस विज्ञप्तियां पढ़ें।
 - अपनी खोजबीन पूरी करने के बाद यदि कोई प्रश्न मन में हों, तो उन्हें लिखें।
2. इस बारे में विचार करें कि क्या आपकी कुशलताएं व योग्यताएं नौकरी की आवश्यकताओं से मेल खाती हैं।
 - सावधानीपूर्वक नौकरी के विवरण को पढ़ें व उसका विश्लेषण करें।
 - नौकरी की आवश्यकताओं को पूरा करने वाली जानकारी, कुशलताओं व योग्यताओं का संक्षिप्त विवरण बनाएं।
 - संगठन के पदानुक्रम पर नज़र डालें। यह देखें कि जिस पद के लिए आपने आवेदन किया है वह इस क्रम में कहाँ पर है।
3. आमतौर पर सबसे अधिक पूछे जाने वाले इंटरव्यू प्रश्न देखें और अपने उत्तर तैयार करें।
 - याद रखें, अधिकांश इंटरव्यू (साक्षात्कारों) में आपको रिज़्यूमे से जुड़े व केस स्टडी (विशिष्ट मामलों से जुड़े) प्रश्न पूछे जाते हैं।
 - इन क्षेत्रों से जुड़े सामान्य प्रश्नों के उत्तर के बारे में विचार करें।
 - इन उत्तरों का तब तक अभ्यास करें जब तक आप विश्वस्त व स्पष्ट तरीके से इनका जवाब देने में सक्षम न हो जायें।
4. इंटरव्यू के लिए अपनी वेशभूषा की योजना बनाएं।
 - औपचारिक व्यावसायिक वेशभूषा चुनना ही सबसे सुरक्षित विकल्प होता है, बशर्ते बिज़नेस कैजुअल परिधान की मांग न की जाये (इस मामले में अपना सर्वोत्तम निर्णय प्रयोग करना चाहिए)।

- सुनिश्चित कर लें की आपके वस्त्र साफ़-सुथरे व अच्छी तरह प्रेस/ इस्त्री किये गए हों। सामान्य रंग के कपड़ें पहने - न तो अत्यधिक चमकदार और न ही बहुत हल्के रंग के।
 - आपके द्वारा पहने गए जूते आपके कपड़ों के अनुरूप होने चाहिए और इंटरव्यू में पहनने योग्य होने चाहिए।
 - याद रखें, आपका लक्ष्य हर व्यक्ति पर यह प्रभाव छोड़ना है कि आप एक प्रोफेशनल व अत्यधिक सक्षम व्यक्ति हैं।
5. सुनिश्चित कर लें की आपने वह सब कुछ अपने पास रख लिया है जिसकी इंटरव्यू के दौरान ज़रूरत पड़ सकती है।
- अपने रिज़्यूमे (जीवनवृत्त) की कुछ प्रतियाँ अपने पास रखें। अपने रिज़्यूमे के लिए एक अच्छी गुणवत्ता वाले पेपर का उपयोग करें।
 - हमेशा अपने पास एक नोटपैड व पेन रखें।
 - आवेदन पत्र भरने के लिए, अपने साथ पर्याप्त जानकारी ले जायें।
 - यदि प्रासंगिक हो तो, अपने साथ अपने कार्य के कुछ सैंपल (नमूने) ले जायें।
6. अमौखिक संवाद के महत्व को याद रखें।
- विश्वास बढ़ाने का अभ्यास करें। स्वयं को मुस्कुराने की याद दिलाते रहें और, सामने वाले की आँखों की तरफ देखकर बात करें। मजबूती से हाथ मिलाएं।
 - दिमाग में बैठने/खड़े होने की मुद्रा का ध्यान रखें। सीधे खड़े होने का अभ्यास करें। नर्वस होने के लक्षणों, जैसे चंचल होने व पैर को लगातार हिलाने से स्वयं को रोकने का अभ्यास करें।
 - अपनी प्रतिक्रियाओं को नियंत्रण में रखें। याद रखें, आपके चेहरे के भाव आपकी वास्तविक भावनाओं को अभिव्यक्त करते हैं। अपनी एक सकारात्मक छवि बनाने का प्रयास करें।
7. इंटरव्यू समाप्त करने वाले प्रश्नों की सूची बनाएं।
- अधिकांश साक्षात्कारों में, साक्षात्कर्ता आपसे पूछें कि क्या आपके भी कुछ प्रश्न हैं? अब आपके पास यह दिखाने का मौका है कि आपने क्या रिसर्च की हुई है और आप कंपनी के बारे में और अधिक जानने के इच्छुक हैं।
 - यदि साक्षात्कारकर्ता आपसे यह प्रश्न नहीं पूछता है तो आप उन्हें यह बता सकते हैं कि आपके पास कुछ ऐसे प्रश्न हैं जिन पर आप चर्चा करना चाहते हैं। आपके पास अब उन नोट्स का सन्दर्भ देने का अवसर है जिसके बारे में आपने अध्ययन किया है।
 - इस समय पूछे जाने वाले कुछ अच्छे प्रश्न हैं:
 - » इस नौकरी में सफलता के लिए आपके अनुसार सबसे महत्वपूर्ण मापदंड यह है?
 - » मेरे कार्यप्रदर्शन का मूल्यांकन कैसे किया जायेगा?
 - » उन्नति के लिए क्या अवसर हैं?
 - » नौकरी पर रखने की (हायरिंग) प्रक्रिया के अगले चरण क्या हैं?
 - याद रखें, कभी भी वह जानकारी न पूछें जो कंपनी की वेबसाइट पर आसानी से उपलब्ध है।

7.4.1.1 सुझाव



- व्यावहारिक व संभावित प्रश्न पूछें।
- बातचीत करते समय, भाव-भंगिमाओं के प्रभावी रूपों जैसे मुस्कुराहट, नेत्र संपर्क व सक्रियता से सुनने व सिर हिलाने का प्रयोग करें। झुकें नहीं, आसपास की वस्तुओं से खिलवाड़ न करें, बेचैन न हों, व्यूङ्गम न चबायें, या बड़बड़ाएं नहीं।

7.4.2 प्रभावी रिज़्यूमे तैयार करना

रिज़्यूमे एक ऐसा औपचारिक दस्तावेज़ होता है, जो किसी उम्मीदवार के कार्यानुभव, शिक्षा व कुशलताओं को प्रदर्शित करता है। एक अच्छा रिज़्यूमे संभावित नियोजक को पर्याप्त जानकारी देकर यह विश्वास दिलाता है कि आवेदक साक्षात्कार के लिए योग्य है। इसलिए रिज़्यूमे प्रभावी तरीके से बनाना बहुत महत्वपूर्ण है। प्रभावी रिज़्यूमे बनाने के लिए निम्नलिखित चरणों पर नज़र डालें:

चरण 1: अपने पते वाला हिस्सा लिखें

पते का हिस्सा आपके रिज़्यूमे में सबसे ऊपर होना चाहिए। इसमें आपका नाम, पता, फ़ोन नंबर व ई-मेल एड्रेस शामिल होता है। इस हिस्से को अपने शेष रिज़्यूमे से अलग करने के लिए इसके बाद एक मोटी लाइन डालें।

उदाहरण:

Jasmine Watts
Breach Candy, Mumbai – India
Contact No: +91 2223678270
Email: jasmine.watts@gmail.com

चरण 2: प्रोफाइल समरी सेक्शन, जोड़ें

आपके रिज़्यूमे के इस हिस्से में आपका अनुभव, उपलब्धियां, पुरस्कार, प्रमाणीकरण व शक्तियों की जानकारी होनी चाहिए। आप अपने सारांश को 2-3 मुख्य बिन्दुओं तक सीमित, या 8-10 मुख्य बिन्दुओं तक विस्तृत कर सकते हैं।

उदाहरण:

Profile Summary

- A Content Writer graduated from University of Strathclyde having 6 years of experience in writing website copy.
- Core expertise lies in content creation for e-learning courses, specifically for the K-12 segment.

चरण 3: अपनी शैक्षिक योग्यताएं शामिल करें

अपना शैक्षिक रिकॉर्ड सूचीबद्ध करते समय, सबसे पहले अपनी सबसे बड़ी डिग्री सूचीबद्ध करें। उसके बाद उच्चतम योग्यता के नीचे उससे कम उच्चतम योग्यता जोड़ें और इसी क्रम में आगे जोड़ते जायें। अपनी शैक्षिक पृष्ठभूमि की स्पष्ट व सटीक तस्वीर उपलब्ध कराने के लिए, यह महत्वपूर्ण है कि प्रत्येक सूचीबद्ध डिग्री या प्रमाणपत्र के लिए, आपने अपने स्थान, दर्जे, प्रतिशत या CPI की जानकारी भी दी हो।

यदि आपने कुछ प्रमाणीकरण या प्रशिक्षण लिए हैं, तो आप अपने शैक्षिक योग्यता खंड में प्रशिक्षण व प्रमाणीकरण खंड शामिल कर सकते हैं।

उदाहरण:

Educational Qualifications

- Masters in International Management (2007) from Columbia University with 8.8 CPI.
- Bachelor of Management Studies (2004) from Mumbai University with 87% marks.
- 10+2 with Math, Stats (2001) from Maharashtra Board with 91% marks.
- High School (1999) from Maharashtra Board with 93% marks.

चरण 4: अपनी तकनीकी कुशलताओं को सूचीबद्ध करें।

अपनी तकनीकी कुशलताओं की सूची बनाते समय, सबसे पहले वे कुशलताएं लिखें जिनके बारे में आप सबसे अधिक विश्वस्त हैं। इसके बाद ऐसी कुशलताएं लिखें जिनमें आप पूरी तरह पारंगत नहीं हैं। केवल एक ही कौशल शामिल करना भी सर्वथा उपयुक्त है, यदि आपको ऐसा लगता है कि यह विशिष्ट कौशल आपके रिज़्यूमे को उल्लेखनीय रूप से महत्वपूर्ण बना देता है। यदि आपके पास कोई तकनीकी कौशल नहीं है तो आप यह चरण छोड़ सकते हैं।

उदाहरण:

Technical Skills

- Flash
- Photoshop

चरण 5: अपना शैक्षिक प्रोजेक्ट अनुभव शामिल करें।

वे सभी महत्वपूर्ण प्रोजेक्ट सूचीबद्ध करें जिन पर आपने काम किया है। इस खंड में निम्नलिखित जानकारी डालें:

उदाहरण:

- Project title
- Organization
- Platform used
- Contribution
- Description

Academic Projects

Project Title: Different Communication Skills

Organization: True Blue Solutions

Platform used: Articulate

Contribution: Content writing and graphic visualization

Description: Development of storyboards for corporate induction & training programs

चरण 6: अपनी शक्तियां सूचीबद्ध करें।

यह वह हिस्सा है जिसमें आप अपनी प्रमुख शक्तियों की जानकारी दे सकते हैं। यह खंड बुलेट प्वाइंट्स में होना चाहिए।

उदाहरण:

Strengths

- Excellent oral, written and presentation skills
- Action-oriented and result-focused
- Great time management skills

चरण 7: अपनी पाठ्य गतिविधियों की सूची बनाएं।

यह प्रदर्शित करना बहुत महत्वपूर्ण है कि आपकी विविध रुचियाँ हैं और आपका जीवन शिक्षा से परे भी है। पाठ्य गतिविधियों को शामिल करने से आपको ऐसे अन्य उम्मीदवारों की तुलना में अधिक प्राथमिकता मिल सकती है जिनके आपके समान शैक्षिक अंक व प्रोजेक्ट अनुभव होते हैं। यह खंड बुलेट प्वाइंट्स में होना चाहिए।

उदाहरण:

Extracurricular Activities

- Member of the Debate Club
- Played tennis at a national level
- Won first prize in the All India Camel Contest, 2010

चरण 8: अपनी व्यक्तिगत जानकारी लिखें

आपके रिज्यूमे के अंतिम हिस्से में निम्नलिखित व्यक्तिगत जानकारी होनी चाहिए।

- जन्म तिथि
- लिंग व वैवाहिक स्थिति
- राष्ट्रियता
- ज्ञात भाषाएँ

उदाहरण:

Personal Details

- Date of birth: 25th May, 1981
- Gender & marital status: Female, Single
- Nationality: Indian
- Languages known: English, Hindi, Tamil, French

7.4.1.2 सुझाव



- अपनी रिज्यूमे फाइल का नाम छोटा, सरल व सूचनात्मक रखें।
- सुनिश्चित कर लें कि रिज्यूमे साफ़ सुथरा व टाइपिंग की गलतियों से मुक्त हो।
- हमेशा अपना रिज्यूमे सादे सफ़ेद कागज़ पर तैयार करें।

7.4.3 साक्षात्कार में आमतौर पर पूछे जाने वाले प्रश्न

आमतौर पर इंटरव्यू (साक्षात्कार) में पूछे जाने वाले प्रश्नों पर नज़र डालें और उनका उत्तर देने के सहायक कुछ सुझावों पर विचार करें।

1. क्या आप अपने बारे में मुझे कुछ बता सकते हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- अपने पिछले काम की पूरी जानकारी या व्यक्तिगत इतिहास न बताएं।
- अपने 2-3 विशिष्ट अनुभव बताएं जो आपको सर्वाधिक महत्वपूर्ण व प्रासंगिक लगते हों।
- इस बात से समापन करें कि उन अनुभवों ने आपको इस विशिष्ट भूमिका के लिए किस तरह बेहतर बनाया है।

2. आपको इस पद के बारे में कैसे पता लगा?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- साक्षात्कारकर्ता को बताएं कि आपको इस नौकरी के बारे में कैसे पता लगा - चाहे वह किसी मित्र (मित्र का नाम), आयोजन या लेख (उनका नाम बताएं) या किसी जॉब पोर्टल (बताएं किस पोर्टल से) से लगा हो।
- यह बताएं कि इस भूमिका के बारे में आप कितने उत्साहित हैं और इसके बारे में आपको क्या आकर्षक लगा है।

3. आप कंपनी के बारे में क्या जानते हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- कंपनी के About Us पृष्ठ को न दोहराएं।
- यह प्रदर्शित करें कि आप कंपनी के लक्ष्यों को समझते हैं व उनका ध्यान रखते हैं।
- यह बताएं कि आप कंपनी के मिशन व मूल्यों में क्यों विश्वास रखते हैं।

4. आप यह नौकरी क्यों चाहते हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- दर्शाएं कि आप नौकरी के बारे में उत्साहित हैं।
- यह बताएं कि यह भूमिका आपके अनुरूप है।
- बताएं कि आप कंपनी को क्यों पसंद करते हैं?

5. हमें आपको नौकरी क्यों देनी चाहिए?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- अपने शब्दों से सिद्ध करें कि आप केवल काम ही नहीं कर सकते, बल्कि निश्चित रूप से उत्कृष्ट परिणाम भी दे सकते हैं।
- बताएं, कि टीम व कार्य संस्कृति के लिए कैसे आप बिल्कुल दुरुस्त साबित होंगे।
- यह बताएं कि आपको अन्य उम्मीदवारों की तुलना में क्यों चुना जाना चाहिए।

6. आपकी सबसे शानदार पेशेवर शक्तियां क्या हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- ईमानदार होना - अच्छे लगने वाले उत्तर देने की बजाय अपनी कुछ वास्तविक शक्तियों के बारे में बताएं।
- उन विशिष्ट शक्तियों के उदाहरण दें जो आपेक्षित पद से संबंधित हों।
- उदाहरण देकर बताएं कि आपने इन शक्तियों को किस तरह प्रदर्शित किया है।

7. अपनी कमजोरियों के बारे में बताएं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- इस प्रश्न का उद्देश्य आपकी स्व-जागरूकता व ईमानदारी का आंकलन करना है।
- अपनी किसी ऐसी कमी का उदाहरण दें जिसके साथ आप संघर्ष कर रहे हैं, लेकिन यह भी बताएं कि आप इस पर सुधार के लिए काम कर रहे हैं।

8. आपकी वेतन अपेक्षाएं क्या हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- किसी पद के लिए आवेदन करते समय उस पद के लिए सामान्यतः दिये जाने वाले वेतन के बारे में खोजबीन कर लें।
- अपने अनुभव, शिक्षा व कुशलताओं के आधार पर पता लगायें कि आपके वेतन की सीमा क्या होनी चाहिए।
- लचीले बनें। साक्षात्कारकर्ता को बताएं कि आप जानते हैं कि आपकी कुशलताएं कितनी मूल्यवान हैं, लेकिन आपको नौकरी की ज़रूरत है और आप इस पर बात करने के इच्छुक हैं।

9. काम के अलावा आप क्या करना पसंद करते हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- इस प्रश्न का उद्देश्य यह देखना है कि आप कंपनी की संस्कृति में सामंजस्य बिठा सकेंगे कि नहीं।
- ईमानदार बनें - उन गतिविधियों व रुचियों के बारे में खुल कर बताएं जो आपको पसंद हैं और जिनसे आप उत्साहित होते हैं।

10. यदि आप जानवर होते तो क्या बनना चाहते?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- यह प्रश्न पूछने का उद्देश्य यह देखना है कि आप अपने बल पर सोचने में सक्षम हैं।
- आपका कोई भी उत्तर गलत नहीं होगा - लेकिन अच्छा प्रभाव डालने के लिए, अपने उत्तर के माध्यम से अपनी शक्तियों या व्यक्तित्व की छाप छोड़ने का प्रयास कीजिये।

11. अपने विचार से आप बेहतर या अलग तरीके से क्या कर सकते हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

- यह प्रश्न पूछने का उद्देश्य यह पता लगाना है कि क्या आपने कंपनी के बारे में कुछ खोजबीन की है और इससे यह भी पता चलता है कि क्या आप समालोचना के आधार पर सोच सकते हैं और नए विचार दे सकते हैं।
- नए विचार सुझाइये। यह दर्शाएँ कि आपकी रुचियों व विशेषज्ञता से इन विचारों को कैसे क्रियान्वित किया जा सकता है।

12. क्या आप हमसे कुछ पूछना चाहते हैं?

उत्तर देने हेतु सुझाव:

ऐसे प्रश्न न पूछें जिसका उत्तर आसानी से कंपनी की वेबसाइट पर या ऑनलाइन सर्वे के माध्यम से मिल सकता है।

ऐसे बुद्धिमत्तापूर्ण प्रश्न पूछें जो गंभीरता से सोचने की आपकी योग्यता दर्शाते हों।

7.4.3.1 सुझाव



- उत्तर देने समय ईमानदार और विश्वस्त रहें।
- अपने उत्तरों को और अधिक प्रभावशाली बनाने के लिए अपने पुराने अनुभवों के उदाहरणों का प्रयोग करें।

7.4.5 काम के लिए तैयारी - शर्तें व शब्दावलियाँ

प्रत्येक कर्मचारी को निम्नलिखित शब्दों के बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिए।

- **वार्षिक अवकाश:** नियोक्ताओं द्वारा कर्मचारियों को दिया जाने वाला सभुगतान अवकाश।
- **पृष्ठभूमि की जाँच :** संभावित उम्मीदवारों द्वारा उपलब्ध करायी गई जानकारी की सटीकता को सत्यापित करने के लिए नियोक्ताओं द्वारा प्रयोग की जाने वाली विधि।
- **लाभ:** कर्मचारी के प्रतिपूर्ति पैकेज का एक हिस्सा।
- **अन्तराल (ब्रेक्स):** कार्यघंटों के दौरान कर्मचारियों द्वारा लिया गया अल्प अवधि का विश्राम।
- **प्रतिपूर्ति पैकेज:** वेतन एवं लाभों का सम्मिश्रण जो कोई नियोक्ता अपने कर्मचारियों को देता है।
- **प्रतिपूर्ति समय (कॉम्प टाइम):** वेतन के बदले छुट्टी।

- **ठेका कर्मचारी:** ऐसा कर्मचारी जो किसी ऐसे संगठन के लिए काम करता है, जो उक्त कर्मचारी की सेवाएं, किसी प्रोजेक्ट या समय आधार पर किसी अन्य कंपनी को बेचता है।
- **नियुक्ति का कांट्रेक्ट:** जब किसी कर्मचारी को भुगतान या वेतन के बदले काम की पेशकश की जाती है, और वह नियोक्ता द्वारा की गई पेशकश को स्वीकार कर लेता है, तो रोज़गार (नियुक्ति) का कांट्रेक्ट हो जाता है।
- **कॉंपोरेट संस्कृति:** कंपनी के सभी सदस्यों द्वारा आपस में आदान-प्रदान की गई तथा कर्मचारियों की एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी को प्रदान की गई मान्यताएं व मूल्य।
- **काउंटर पेशकश/काउंटर प्रस्ताव:** कंपनी द्वारा प्रस्तावित वेतन की राशि बढ़ाने के लिए संभावित कर्मचारी द्वारा प्रयोग की गई नैगोशिएशन तकनीक।
- **कवर लेटर:** ऐसा पत्र जिसके साथ उम्मीदवार का रिज़्यूमे संलग्न होता है। इसमें उम्मीदवार के रिज़्यूमे के महत्वपूर्ण बिंदु होते हैं और यह वे वास्तविक उदाहरण उपलब्ध कराता है जो अपेक्षित कार्य करने के लिए उम्मीदवार की योग्यता को प्रमाणित करता है।
- **करिकुलम वायटे (CV)/रिज़्यूमे:** उम्मीदवार की उपलब्धियों, शैक्षिक पृष्ठभूमि, कार्यानुभव, कुशलताओं व शक्तियों का सारांश।
- **अस्वीकार पत्र:** नियोक्ता द्वारा कर्मचारी को दी गई नौकरी की पेशकश को अस्वीकार करते हुए, कर्मचारी द्वारा नियोक्ता को भेजा गया पत्र।
- **कटौतियां:** कर्मचारी के वेतन में से घटाई गई धन राशि, जिसका उल्लेख कर्मचारी की वेतन पर्ची (पे स्लिप) में हो।
- **भेदभाव:** किसी व्यक्ति के साथ, किसी अन्य व्यक्ति की तुलना में खराब या असमान व्यवहार करना।
- **कर्मचारी:** ऐसा व्यक्ति जो भुगतान के बदले किसी अन्य व्यक्ति के लिए काम करता है।
- **कर्मचारी प्रशिक्षण:** किसी कर्मचारी को उसके वरिष्ठ अधिकारी के आदेश के अंतर्गत कराई जाने वाली कार्यशाला या इन-हाउस प्रशिक्षण, जिससे नियोक्ता को फायदा पहुंचे।
- **रोज़गार अन्तराल:** नौकरियों के बीच बेरोज़गारी के समय की अवधियाँ।
- **निर्धारित-अवधि के कांट्रेक्ट:** नौकरी का कांट्रेक्ट, जो एक सहमति से तय की गई निर्धारित-तिथि पर समाप्त हो जाता है।
- **फॉलो-अप:** किसी उम्मीदवार द्वारा संभावित नियोक्ता के पास अपना रिज़्यूमे भेजे जाने के बाद, नियोक्ता से संपर्क करने की गतिविधि।
- **फ़्रीलांसर/कंसलटेंट/स्वतंत्र ठेकेदार:** ऐसा व्यक्ति जो स्वयं के लिए काम करता है और विभिन्न नियोक्ताओं के साथ अस्थायी नौकरियां व प्रोजेक्ट पूरे करता है।
- **छुट्टी:** काम से सभुगतान अवकाश।
- **घंटेवार दर:** 60 मिनट के काम के लिए दिया जाने वाला वेतन या भुगतान।
- **इंटरशिप:** किसी संभावित कर्मचारी जिसे इंटरन कहा जाता है को किसी नियोक्ता द्वारा एक निर्धारित, सीमित समय अवधि के लिए नियोक्ता की कंपनी में दिया गया नौकरी का अवसर।
- **इंटरव्यू (साक्षात्कार):** संभावित कर्मचारी को नौकरी पर रखे जाने का निर्धारण करने के लिए, संभावित कर्मचारी व नियोक्ता के प्रतिनिधि के बीच होने वाला संवाद।
- **नौकरी के लिए आवेदन:** एक फॉर्म जिसमें उम्मीदवार के बारे में जानकारी, जैसे उम्मीदवार का नाम, पता, संपर्क विवरण व कार्य अनुभव शामिल होता है। नौकरी का आवेदन पत्र जमा कराने का उद्देश्य यह दर्शाना होता है, कि उम्मीदवार की दिलचस्पी किसी विशिष्ट कंपनी में काम करने में है।
- **नौकरी की पेशकश:** किसी नियोक्ता द्वारा संभावित कर्मचारी को रोज़गार की पेशकश करना।
- **जॉब सर्व एजेंट:** एक ऐसा प्रोग्राम जो उम्मीदवारों को नौकरियों के लिए प्रोग्राम में सूचीबद्ध मापदंडों का चयन करके रोज़गार अवसरों की खोज में सक्षम बनाता है।
- **ले ऑफ (कामबंदी):** ले ऑफ तब होता है जब कर्मचारी को अस्थायी रूप से अपना काम बंद करना पड़ता है, क्योंकि नियोक्ता के पास उस कर्मचारी के लिए कोई काम नहीं होता।
- **अवकाश:** किसी नियोक्ता द्वारा अपने कर्मचारी को काम से अनुपस्थित रहने व छुट्टी लेने की औपचारिक अनुमति।
- **स्वीकार्यता पत्र:** नियोक्ता द्वारा कर्मचारी को नौकरी की पेशकश करने व पेशकश की शर्तों का विवरण देने की पुष्टि करने वाला पत्र।

- **सहमति पत्र:** ऐसा पत्र जो रोजगार (नौकरी) की शर्तों की रूपरेखा प्रदर्शित करता है।
- **संस्तुति पत्र:** किसी व्यक्ति की कार्य कुशलताओं की पुष्टि करने के उद्देश्य से लिखा गया पत्र।
- **मातृत्व अवकाश:** ऐसी महिलाओं द्वारा लिया गया अवकाश जो गर्भवती हैं या जिन्होंने हाल ही में संतान को जन्म दिया है।
- **मार्गदर्शक (मेंटर):** ऐसा व्यक्ति जो आपसे उच्च पद पर काम कर रहा है और आपको कैरियर के लिए सलाह व मार्गदर्शन देता है।
- **न्यूनतम मजदूरी:** प्रति घंटा आधार पर भुगतान की जाने वाली न्यूनतम राशि।
- **नोटिस:** नियोक्ता या कर्मचारी द्वारा की गई वह घोषणा जिसमें यह कहा जाता है कि कर्मचारी का कांट्रेक्ट किसी निर्दिष्ट तिथि को समाप्त हो जायेगा।
- **रोजगार (नौकरी) की पेशकश:** नियोक्ता द्वारा संभावित कर्मचारी को की गई पेशकश जिसमें दी जाने वाली नौकरी से जुड़ी महत्वपूर्ण जानकारी जैसे शुरु करने की विधि, वेतन, कार्यस्थलियां आदि का विवरण होता है।
- **मुक्त-निर्णय (ओपन एनडीड) कांट्रेक्ट:** रोजगार या नौकरी का ऐसा कांट्रेक्ट जो तब तक चलता है जब तक नियोक्ता या कर्मचारी दोनों में से कोई इसे समाप्त नहीं कर देता।
- **अत्यधिक योग्य (ओवर क्वालिफाइड):** ऐसा व्यक्ति जो किसी विशिष्ट नौकरी/पद के लिए इसलिए उपयुक्त नहीं होता क्योंकि उसके पास बहुत अधिक कार्य अनुभव या शिक्षा का ऐसा स्तर होता है, जो उस कार्य या नौकरी के लिए वांछित योग्यता से बहुत अधिक है या वह वर्तमान में अथवा पूर्व में बहुत अधिक वेतन पा रहा हो।
- **अंश-कालिक कामगार:** ऐसा कर्मचारी जो कार्य के सामान्यतः निर्धारित मानक घंटों से कम घंटों के लिए काम करता है।
- **पितृत्व अवकाश:** हाल ही में पिता बने व्यक्ति को दिया जाने वाला अवकाश।
- **रिक्रूटर/हेडहन्टर्स/एग्जीक्यूटिव सर्च फर्मर्स:** नियोक्ता द्वारा भुगतान आधार पर रखे गए पेशेवर जो विशिष्ट पदों के लिए लोगों की खोज करते हैं।
- **इस्तीफा देना/त्यागपत्र:** जब कोई कर्मचारी औपचारिक रूप से अपने नियोक्ता को सूचित करता है कि वह अपनी नौकरी छोड़ रहा है।
- **स्व-रोजगारी:** ऐसा व्यक्ति जिसका अपना व्यवसाय है और वह कर्मचारी के रूप में काम नहीं करता।
- **टाइम शीट:** ऐसा फॉर्म जो किसी कर्मचारी द्वारा नियोक्ता को दिया जाता है जिसमें कर्मचारी द्वारा प्रतिदिन किये जाने वाले कार्य घंटों का विवरण होता है।

यूनिट 7.5: उद्यमशीलता को समझना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. उद्यमशीलता की अवधारणा पर चर्चा कर सकेंगे
2. उद्यमशीलता के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
3. उद्यमशीलता की विशेषताओं की चर्चा कर सकेंगे
4. उद्यमों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कर सकेंगे
5. एक प्रभावी नेता के गुणों की सूची बना सकेंगे
6. प्रभावी नेतृत्व के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
7. एक प्रभावी टीम के गुणों की सूची बना सकेंगे
8. प्रभावशाली ढंग से सुनने के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
9. प्रभावी तरीके से सुनने की प्रक्रिया पर चर्चा कर सकेंगे
10. प्रभावशाली ढंग से बात करने के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
11. चर्चा कर सकेंगे कि प्रभावशाली ढंग से कैसे बात की जाए
12. चर्चा कर सकेंगे कि समस्याओं को किस प्रकार हल किया जाए
13. समस्या सुलझाने के महत्वपूर्ण गुणों की सूची बना सकेंगे
14. समस्या सुलझाने के कौशल आंकलन के तरीकों पर चर्चा कर सकेंगे
15. नैगोशिएशन के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
16. चर्चा कर सकेंगे कि नैगोशिएट कैसे किया जाए
17. चर्चा कर सकेंगे कि नए व्यापार अवसरों की पहचान कैसे की जाए
18. चर्चा कर सकेंगे कि नए व्यापार अवसरों की पहचान अपने व्यवसाय के भीतर कैसे की जाए
19. उद्यमी के अर्थ को समझ सकेंगे
20. विभिन्न प्रकार के उद्यमियों का वर्णन कर सकेंगे
21. उद्यमियों की विशेषताओं की सूची बना सकेंगे
22. उद्यमियों की सफलता की कहानियां याद कर पाएंगे
23. उद्यमशीलता की प्रक्रिया पर चर्चा कर सकेंगे
24. उद्यमशीलता ईकोसिस्टम का वर्णन कर सकेंगे
25. उद्यमशीलता ईकोसिस्टम में सरकार की भूमिका पर चर्चा कर सकेंगे
26. भारत में वर्तमान उद्यमशीलता ईकोसिस्टम पर चर्चा कर सकेंगे
27. मेक इन इंडिया अभियान के उद्देश्य को समझ सकेंगे
28. उद्यमिता और जोखिम लेने की क्षमता के बीच संबंध पर चर्चा कर सकेंगे
29. उद्यमशीलता और लचीलेपन के बीच संबंध पर चर्चा कर सकेंगे
30. एक लचीले उद्यमी की विशेषताओं का वर्णन कर सकेंगे
31. चर्चा कर सकेंगे कि असफलता से कैसे निपटा जाए

7.5.1 अवधारणा परिचय

ऐसा व्यक्ति, जो किसी भी तरह का जोखिम उठाकर, कारोबार शुरू करने के लिए दृढ़-संकल्प हो, उद्यमी कहलाता है। उद्यमी अपने स्वयं के स्टार्ट अप चलाते हैं, वित्तीय जोखिमों के लिए जिम्मेदारी उठाते हैं और सफलता हासिल करने के लिए रचनात्मकता, अभिनवता और स्व-प्रेरणा के विशाल क्षेत्र से जुड़ते हैं। वे बड़े सपने देखते हैं और अपनी सोच को व्यावहारिक पेशकश तक ले जाने के लिए निश्चित होते हैं। उद्यमी का लक्ष्य एक उद्यम का निर्माण करना होता है। इस उद्यम का निर्माण करने की प्रक्रिया को उद्यमशीलता कहा जाता है।

7.5.1.1 उद्यमशीलता का महत्व

निम्नलिखित कारणों से उद्यमशीलता बहुत महत्वपूर्ण है:

1. इससे नए संगठनों का निर्माण होता है
2. यह बाज़ार में रचनात्मकता लाती है
3. यह जीवन के मानकों में सुधार लाती है
4. यह देश की अर्थव्यवस्था विकसित करने में मदद करती है

7.5.1.2 उद्यमशीलता की विशेषताएं

सभी सफल उद्यमियों में कुछ सांझी विशेषताएं होती हैं।

जो ये हैं:

- अपने काम के बारे में अत्यधिक जुनूनी होना
- अपने आप में विश्वास रखना
- अनुशासित और समर्पित होना
- प्रेरित और जोशीला होना
- अत्यधिक रचनात्मक
- दूरदृष्टा होना
- खुले दिमाग का होना
- निर्णायक होना

उद्यमियों में ऐसी सोच भी होती है:

- उच्च जोखिम की सहनशीलता
- हर काम की संपूर्ण योजना
- अपने धन का बुद्धिमत्तापूर्ण उपयोग
- ब्राह्मकों को अपनी प्राथमिकता मानना
- अपनी पेशकशों और अपने बाज़ार को विस्तार से समझते हैं
- आवश्यकता पड़ने पर विशेषज्ञों की सलाह लें
- जानते हैं, कि कब हानियों को कम करना है

7.5.1.3 प्रसिद्ध उद्यमियों के उदाहरण

कुछ मशहूर उद्यमी हैं:

- बिल गेट्स (Microsoft के संस्थापक)
- स्टीव जॉब्स (Apple के सह-संस्थापक)
- मार्क ज़क़रबर्ग (Facebook के संस्थापक)
- पिपेरे ओमिडायर (eBay के संस्थापक)

7.5.1.4 उद्यमियों के प्रकार

भारत में एक उद्यमी के रूप में, आप निम्नलिखित में से किसी भी प्रकार के उद्यम के मालिक बन सकते हैं और उसे चला सकते हैं:

सोल प्रोप्राइटरशिप (एकल स्वामित्व)

एक सोल प्रोप्राइटरशिप (एकल स्वामित्व) में, एक व्यक्ति उद्यम का स्वामी होता है, इसका प्रबंधन करता है और इस पर नियंत्रण रखता है। कानूनी औपचारिकताओं के संदर्भ में इस तरह का बिज़नेस बनाना सबसे आसान होता है। व्यवसाय और मालिक का कानूनी अस्तित्व भिन्न नहीं होता है। सारा लाभ स्वामी का होता है, इसी तरह सारा घाटा भी उसी का होता है।

पार्टनरशिप (हिस्सेदारी)

पार्टनरशिप फर्म की स्थापना दो या अधिक लोगों द्वारा की जाती है। उद्यम के मालिकों को पार्टनर (हिस्सेदार) कहा जाता है। सभी पार्टनर्स (हिस्सेदारों) द्वारा पार्टनरशिप समझौतों पर हस्ताक्षर किये जाने चाहिये। फर्म और पार्टनर्स (हिस्सेदारों) का अलग कोई कानूनी अस्तित्व नहीं होता है। लाभ का बंटवारा पार्टनर्स (हिस्सेदारों) में होता है। हानियों के संदर्भ में, पार्टनर्स (हिस्सेदारों) का उत्तरदायित्व असीमित होता है। फर्म की उम्र अवधि सीमित होती है और किसी एक हिस्सेदार की मृत्यु हो जाने, सेवानिवृत्त हो जाने, दीवालिया घोषित हो जाने या विक्षिप्त (पागल) हो जाने पर यह समाप्त हो जाती है।

सीमित उत्तरदायित्व पार्टनरशिप (LLP)

सीमित उत्तरदायित्व पार्टनरशिप या LLP में, फर्म के हिस्सेदार दीर्घकालिक अस्तित्व के साथ-साथ सीमित उत्तरदायित्व का लाभ उठाते हैं। प्रत्येक पार्टनर का उत्तरदायित्व LLP को उसके स्वीकृत योगदान तक सीमित होता है। पार्टनरशिप व इसके हिस्सेदारों का अलग कानूनी अस्तित्व होता है।

7.5.1.5 सुझाव



- अन्य लोगों की असफलताओं से सीखें।
- सुनिश्चित करें कि आप यही चाहते हैं।
- अपने विचार से किसी समस्या को जोड़ कर देखने की बजाए हल करने के लिए समस्या खोजते हैं।

7.5.2 लीडरशिप व टीमवर्क: लीडरशिप व लीडर्स

लीडरशिप का अर्थ अन्य लोगों के अनुसरण के लिए एक उदाहरण स्थापित करना। एक अच्छा उदाहरण स्थापित करने का अर्थ है किसी को ऐसा कार्य करने के लिए कहना जो आप स्वेच्छा से स्वयं नहीं करना चाहेंगे। लीडरशिप से यह पता चलता है कि एक टीम व एक कंपनी के रूप में जीत हासिल करने के लिए क्या करना है।

लीडर सही काम करने में विश्वास रखते हैं। वे दूसरों को सही कार्य करने हेतु सहायता देने में भी विश्वास रखते हैं। प्रभावी लीडर वह होता है जो:

- भविष्य के लिए एक प्रेरक सोच (विज़न) का निर्माण करता है।
- अपनी टीम को उस विज़न (दूरदृष्टि) को आगे बढ़ाने के लिए उत्साहित व प्रेरित करता है।

7.5.2.1 नेतृत्व गुण जो सभी उद्यमियों के लिए आवश्यक हैं

सफल उद्यमी बनना केवल तभी संभव है, जब उद्यमी में उत्कृष्ट नेतृत्व गुण हैं। कुछ महत्वपूर्ण नेतृत्व योग्यताएँ जो प्रत्येक उद्यमी में होनी चाहिए:

1. **व्यवहारिकता:** इसका अर्थ है सभी अवरोधों व चुनौतियों को सामने लाने की योग्यता होना, ताकि समस्याओं का समाधान किया जा सके और जोखिमों को कम किया जा सके।
2. **विनम्रता:** इसका अर्थ है गलतियों को आमतौर पर व शीघ्र स्वीकार करना और अपनी गतिविधियों की जिम्मेदारी लेना। गलतियों को ऐसी चुनौतियों के रूप में देखा जाना चाहिए जिनका सामना किया जा सके, न कि इन्हें किसी पर दोष लगाने का अवसर बनाना चाहिए।
3. **लचीलापन:** अच्छे लीडर के लिए बहुत लचीला होना और बदलाव को जल्दी से स्वीकार करना महत्वपूर्ण होता है। यह जानना भी उतना ही महत्वपूर्ण है कि कब स्थिति के अनुसार स्वयं को ढाला जाये और कब नहीं।
4. **प्रमाणिकता:** इसका अर्थ है अपनी शक्तियों व कमज़ोरियों, दोनों का प्रदर्शन करना। इसका अर्थ है इंसान बनना और अन्य लोगों को दिखाना कि आप भी इंसान हैं।
5. **पुनराविष्कार:** इसका अर्थ है आवश्यकता पड़ने पर अपनी नेतृत्व शैली को तरोताज़ा करना या उसमें बदलाव करना। ऐसा करने के लिए यह सीखना महत्वपूर्ण है कि आपके नेतृत्व में कहां कमियाँ हैं और उन्हें समाप्त करने के लिए कौन-कौन से संसाधन हैं।
6. **जागरूकता:** इसका अर्थ है यह पता लगाना कि अन्य लोग आपको कैसे देखते हैं। इसका अर्थ है यह समझना कि आपकी उपस्थिति आपके आस-पास के लोगों को कैसे प्रभावित करती है।

7.5.2.2 प्रभावी नेतृत्व के फायदे

प्रभावी नेतृत्व के अनेक फायदे हैं। महान नेतृत्व लीडर को सफलतापूर्वक आगे बढ़ता है।

- टीम सदस्यों की वफादारी और प्रतिबद्धता प्राप्त होती है।
- टीम को कंपनी के लक्ष्य और उद्देश्य प्राप्त करने के लिए उत्साहित होती है।
- टीम सदस्यों में मनोबल का निर्माण होता है और विश्वास उत्पन्न होता है।
- टीम सदस्यों में आपसी समझ और टीम भावना बढ़ती है।
- टीम सदस्यों को किसी भी परिस्थिति के अनुसार बदलाव लाने की आवश्यकता के लिए सहमत किया जा सकता है।

7.5.2.3 टीमवर्क (सामूहिक कार्य) और टीम

टीमवर्क तब होता है जब कार्यस्थल पर लोग अपनी व्यक्तिगत कुशलताओं को एक साथ मिलाकर साझे लक्ष्य को प्राप्त करते हैं। प्रभावशाली टीम में वे लोग शामिल होते हैं जो इस साझे लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए मिलकर काम करते हैं। अच्छी टीम वह होती है जो अंतिम परिणाम के लिए स्वयं को जिम्मेदार मानती है।

7.5.2.4 उद्यमशीलता की सफलता में टीम वर्क का महत्व

उद्यमशील लीडर के लिए किसी उपक्रम की सफलता हेतु प्रभावी टीम महत्वपूर्ण होती है। एक उद्यमी को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वह जो टीम बनाता है उसमें महत्वपूर्ण विशेषताएं, लक्षण और गुण होने चाहिये। एक प्रभावशाली टीम वह होती है जिसमें निम्नलिखित विशेषताएं होती हैं।

1. **उद्देश्य की एकता:** सभी टीम सदस्यों को टीम के उद्देश्य, विज़न और लक्ष्यों को स्पष्ट रूप से समझना चाहिए और इसके लिए समान रूप से प्रतिबद्ध होना चाहिए।
2. **उत्कृष्ट संवाद कौशल:** टीम सदस्यों के पास अपनी आशंकाओं को व्यक्त करने, प्रश्न पूछने तथा जटिल जानकारी का वर्णन करने के लिए रेखाचित्र व चार्ट्स का प्रयोग करने की योग्यता होनी चाहिए।

3. **मिलकर काम करने की योग्यता:** प्रत्येक सदस्य को समझना चाहिये कि उसे नए विचारों पर नियमित फीडबैक उपलब्ध कराने का हक है।
4. **पहल:** टीम में अतिसक्रिय व्यक्ति शामिल होने चाहिये। सदस्यों में नए विचारों के साथ आगे आने, मौजूदा विचारों में सुधार करने और अपना स्वयं का अनुसंधान करने का जोश होना चाहिए।
5. **दूरदृष्टा सदस्य:** टीम में समस्याओं का पूर्वानुमान करने और उनके वास्तविक समस्या में बदलने से पहले इनका समाधान निकाल लेने की योग्यता होनी चाहिए।
6. **उत्कृष्ट अनुकूलन योग्यता:** टीम को यह विश्वास होना चाहिए कि परिवर्तन एक सकारात्मक शक्ति है। परिवर्तन को सुधार करने और नयी बातों का प्रयास करने के अवसर के रूप में देखा जाना चाहिए।
7. **उत्कृष्ट संगठनात्मक योग्यता** टीम के पास मानक कार्य प्रक्रियाओं, उत्तरदायित्वों को संतुलित करने, परियोजनाओं की उचित योजना बनाने और प्रगति तथा निवेशों पर मिलने वाले लाभों का आंकलन करने की विधि तैयार करने की योग्यता होनी चाहिये।

7.5.2.4.1 सुझाव



- अपने मूल आइडिया के साथ बहुत ज़्यादा न जुड़े रहें। इसमें परिवर्तन और बदलाव की अनुमति दें।
- अपनी कमज़ोरियों के प्रति जागरूक रहें और एक ऐसी टीम बनाएं जो आपकी कमियों को पूरा कर सके।
- केवल सही लोगों का चयन करना ही काफी नहीं है। अपने सर्वाधिक प्रतिभावान लोगों को प्रोत्साहित या पुरस्कृत करने की भी आवश्यकता होती है ताकि उन्हें प्रेरणा मिलती रहे।
- अपनी टीम से सम्मान हासिल करें।

7.5.3 संवाद कौशल

संवाद की प्रक्रिया के दौरान संदेश को सही तरीके से प्राप्त करने और समझने की योग्यता को श्रवण (सुनने की योग्यता) कहा जाता है। प्रभावी संवाद के लिए सुनने की योग्यता महत्वपूर्ण है। प्रभावी श्रवण (सुनने की योग्यता) कौशल के बिना, संदेशों को गलत समझा जा सकता है। इससे संवाद में रूकावट आ जाती है और संदेश भेजने व प्राप्त करने वाला निराश और परेशान हो सकता है।

इस बात पर ध्यान देना बहुत महत्वपूर्ण है कि सुनने का अर्थ वही नहीं है, जो सुनाई देने का है। सुनने का अर्थ केवल उन आवाज़ों से है जो आपको सुनाई देती हैं। श्रवण (सुनने की योग्यता) का अर्थ उससे कहीं अधिक व्यापक है। श्रवण (सुनने की योग्यता) के लिए, ध्यान केंद्रित करने की आवश्यकता होती है। इसका अर्थ केवल कहानी सुनना नहीं है, बल्कि इस बात पर ध्यान देना भी है कि कहानी किस तरह सुनाई जाती है, किस तरह की भाषा और आवाज़ का प्रयोग किया जाता है और वक्ता अपनी भाव-भंगिमाओं का प्रयोग किस तरह करता है। सुनने की योग्यता इस बात पर निर्भर करती है कोई व्यक्ति मौखिक और अमौखिक, दोनों तरह के संकेतों का सही अर्थ निकालकर या महसूस करके, कितना समझ सकता है।

7.5.3.1 प्रभावी रूप से कैसे सुनें

प्रभावी रूप से सुनने के लिए आपको:

- बातें करना छोड़ना होगा
- टोकना छोड़ना होगा
- जो कहा जाए उस पर पूरी तरह से ध्यान लगाना होगा
- हामी भरनी होगी और प्रोत्साहक शब्दों व हाव-भावों का इस्तेमाल करना होगा
- खुले-विचारों वाला रहना होगा
- वक्ता के नज़रिए से सोचना होगा

- बहुत ज़्यादा धीरज रखना होगा
- इस्तेमाल किए जाने वाले लहजे पर ध्यान देना होगा
- वक्ता के हाव-भाव, भाव-भंगिमाओं व आंखों की गति/हलकत पर ध्यान देना होगा
- हड़बड़ाहट व जल्दबाजी न मचाएं
- वक्ता की बनावट या आदत से न चिढ़ें या अपना ध्यान बटने न दें

7.5.3.2 प्रभावी रूप से कैसे सुनें

कोई संदेश कितनी सफलता से सम्प्रेषित हुआ है, यह पूरी तरह से इस बात पर निर्भर करता है कि आपने इसे कितने प्रभावपूर्ण ढंग से ग्रहण किया। एक प्रभावी वक्ता वह है, जो स्पष्ट तरीके से बोले, शब्दों का सही उच्चारण करे, सही शब्दों का चयन करे और उस गति से बोले जो आसानी से समझ आती हो। इसके अलावा, जोर से बोले जाने वाले शब्दों का हाव-भाव, लहजे व भाव-भंगिमा से पूरी तरह से मिलान होना चाहिए।

आप क्या कहते हैं, और किस लहजे में कहते हैं, इसके परिणामस्वरूप कई धारणाएं बनती हैं। जो व्यक्ति झिझक कर बोलता है, उसके बारे में यह धारणा कायम की जा सकती है, कि उसमें आत्म-विश्वास की कमी है या उसे उस विषय में ज़्यादा ज्ञान नहीं है, जिस पर चर्चा की जा रही है। धीमी आवाज़ वालों को आसानी से शर्मिले होने का दर्जा दिया जा सकता है। और जो बेहद स्पष्टता के साथ प्रभावशाली लहजे में बोलते हैं, उन्हें आमतौर पर बेहद आत्मविश्वासी माना जाता है। यह बात संभाषण को संवाद का एक निर्णायक कौशल बना देती है।

7.5.3.3 प्रभावी रूप से कैसे बोलें

प्रभावी रूप से बोलने के लिए आपको:

- अपने भाषण में आंखें मिलाना, मुस्कुराना, हामी भरना, हाव-भाव व्यक्त करना आदि जैसी भाव-भंगिमाओं को शामिल करना होगा।
- असल में भाषण देने से पहले अपने भाषण का मसौदा बनाना होगा।
- सुनिश्चित करना होगा, कि आपकी सभी भावनायें व अनुभूतियां नियंत्रण में हों।
- अपने शब्दों को स्पष्ट और उचित स्वर व प्रबलता के साथ बोलना होगा। आपका पूरा भाषण बिल्कुल स्पष्ट होना चाहिये।
- भाषण के वक्त लहज़ा खुशनुमा व स्वाभाविक रखो। आपके श्रोताओं को ऐसा नहीं लगना चाहिए कि आप कोई अस्वाभाविक लहज़ा अपना रहे हैं या असहज तरीके से बोल रहे हैं।
- अपना संदेश पहुंचाने के लिए सटीक व विशिष्ट शब्दों का प्रयोग करें। हर हाल में दोहरे मतलब वाले शब्दों से बचना चाहिए।
- सुनिश्चित करें कि आपके भाषण में एक तार्किक प्रवाह हो।
- संक्षिप्त रहें। कोई सूचना न जोड़ें।
- व्यग्रता और फड़कने आदि जैसी खिझाने वाली आदतों से बचने का सजग प्रयास करें।
- अपने शब्द ध्यानपूर्वक चुनें और सरल शब्दों का इस्तेमाल करें, जिससे ज़्यादातर श्रोताओं को उन्हें समझने में कोई परेशानी न हो।
- स्लाइड्स या व्हाइटबोर्ड जैसे विज़ुअल साधनों का उपयोग करें।
- सहजता से बोलें ताकि आपके श्रोता आसानी से समझ सकें कि आप क्या कह रहे हैं। हालांकि, ध्यान रहे, कि इतना धीरे भी न बोलें, कि इससे रूखापन झलके या ऐसा लगे कि आप तैयारी के साथ नहीं आये हैं या फिर आप दूसरों को नीचा दिखाने की कोशिश कर रहे हैं।
- सही जगहों पर थोड़ा रुकें।

7.5.3.4 सुझाव

- अगर आपको इस बात पर ध्यान देना मुश्किल लगे कि कोई क्या कह रहा है, तो उनके शब्द अपने दिमाग में दोहराने की कोशिश करें।
- जिस व्यक्ति से आप बात कर रहे हैं, उसको बोलते व सुनते वक्त हमेशा उसकी आंखों से संपर्क बनाएं रखें। इससे बातचीत में आपकी दिलचस्पी नज़र आती है और रूचि बढ़ती है।

7.5.4 समस्या समाधान व मोलभाव/नैगोशिएशन कौशल

Concise Oxford Dictionary (1995) के मुताबिक, समस्या का मतलब है, “एक संदेहात्मक या मुश्किल मसला जिसे समाधान की ज़रूरत हो” सभी समस्याओं में दो तत्व होते हैं:

1. लक्ष्य
2. बाधाएं

समस्या समाधान का उद्देश्य बाधाओं को पहचानना और लक्ष्य प्राप्ति हेतु उन्हें दूर करना होता है।

7.5.4.1 समस्याएं कैसे सुलझाएं

किसी समस्या को सुलझाने के लिए तार्किक सोच की ज़रूरत पड़ती है। जब कोई मसला सुलझाना हो तो इन तार्किक चरण अपनायें:

- **चरण 1:** समस्या पहचानें
- **चरण 2:** समस्या का विस्तार से अध्ययन करें
- **चरण 3:** सभी संभावित समाधानों की सूची बनाएं
- **चरण 4:** बेहतरीन समाधान चुनें
- **चरण 5:** चुने हुए समाधान को लागू करें
- **चरण 6:** जांचें कि समस्या वाकई सुलझ गई है

7.5.4.2 समस्या सुलझाने के महत्वपूर्ण गुण

समस्या सुलझाने की अत्यंत विकसित योग्यता, व्यवसायियों तथा उनके कर्मचारियों, दोनों के लिए बेहद ज़रूरी हैं। समस्याओं को प्रभावशाली ढंग से सुलझाने में निम्न व्यक्तिगत गुण एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं:

- खुले विचारों वाला बनें
- सही सवाल पूछें
- सक्रिय रहें
- घबराएं नहीं
- सकारात्मक दृष्टिकोण रखें
- सही समस्या पर ध्यान दें

7.5.4.2 समस्या सुलझाने के महत्वपूर्ण गुण

एक उद्यमी के तौर पर, यह अच्छी बात है कि संभावित उम्मीदवारों को नियुक्त करने से पहले उनके समस्या सुलझाने के हुनर को परखा जाए। इस हुनर को परखने के कुछ तरीके इस तरह हैं:

- **आवेदन पत्र:** आवेदन पत्र में उम्मीदवार के समस्या सुलझाने के कौशल का कोई प्रमाण माँगे।
- **मनोमिति/साइकोमैट्रिक परीक्षण:** संभावित उम्मीदवारों से तार्किक सवाल पूछें और उन्हें गंभीर चिंतन वाले प्रश्न दें और देखें कि वे कितने कारगर हैं।
- **साक्षात्कार:** बनावटी समस्याग्रस्त हालात पैदा करें या नैतिक सवाल उठाएं और देखें कि उम्मीदवार कैसे जवाब देते हैं।
- **तकनीकी सवाल:** उम्मीदवारों को असल ज़िंदगी की समस्याओं के उदाहरण दें और उनकी चिंतन प्रक्रिया का मूल्यांकन करें।

7.5.4.3 नैगोशिएशन क्या है?

नैगोशिएशन मतभेदों को दूर करने का एक तरीका है। नैगोशिएशन का उद्देश्य, विवादों को टालते हुए, समझौते या राजीनामे के जरिए मतभेदों को हल करना है। नैगोशिएशन के बिना, मतभेद लोगों के बीच अंसतोष को जन्म देते हैं। नैगोशिएशन का अच्छा हुनर दोनों पक्षों को संतुष्ट करने में मदद करता है और मजबूत रिश्ते बनाने की ओर ले जाता है।

नैगोशिएशन क्यों

व्यवसाय शुरू करने में कई नैगोशिएशन करने पड़ते हैं। कुछ नैगोशिएशन छोटे होते हैं जबकि अन्य इतने गंभीर होते हैं कि स्टार्टअप बना या बिगाड़ सकते हैं। नैगोशिएशन कार्यस्थल पर भी अहम भूमिका निभाते हैं। एक उद्यमी के तौर पर, आपको न महज यह जानने की ज़रूरत होती है कि खुद नैगोशिएट कैसे करें, बल्कि यह भी कि नैगोशिएशन की कला में कर्मचारियों को भी कैसे प्रशिक्षित करें।

नैगोशिएशन कैसे करें

नैगोशिएशन समझने के लिए कुछ चरणों पर ध्यान दें:

चरण 1: नैगोशिएशन से पहले की तैयारी: समस्या पर बातचीत करने के लिए मिलने के स्थान पर सहमति, यह तय करना कि कौन-कौन मौजूद होंगे और बातचीत के लिए समयसीमा तय करना।

चरण 2: समस्या पर चर्चा करना: इसमें सवाल पूछना, दूसरा पक्ष सुनना, अपने विचार सामने रखना और संदेहों को दूर करना शामिल है।

चरण 3: उद्देश्य स्पष्ट करें: सुनिश्चित करें कि दोनों ही पक्ष समान समस्या हल करना चाहते हैं और समान लक्ष्य तक पहुँचना चाहते हैं।

चरण 4: दोनों पक्षों के लाभ का लक्ष्य रखें नैगोशिएशन के वक्त खुले विचारों वाला रहने की पूरी कोशिश करें। दोनों पक्षों के लाभ की स्थिति पाने के लिए समझौता करें और वैकल्पिक समाधान पेश करें।

चरण 5: समझौते को स्पष्ट तौर पर परिभाषित करें: जब कोई समझौता तय हो जाए, तो समझौते का विवरण दोनों पक्षों को एकदम स्पष्ट होना चाहिए, गलतफहमी की कोई गुंजाइश नहीं होनी चाहिए।

चरण 6: सर्वसम्मत समाधान को लागू करें: समाधान को अमल में लाने के लिए कार्यवाही करने पर सहमत हों।

7.5.4.4 सुझाव



- इस पर अमल करने से पहले यह जान लें कि आप चाहते क्या हैं।
- बोलने की बजाए सुनने व सोचने को ज़्यादा अहमियत दें।
- जीतने की बजाए रिश्ता कायम करने पर ध्यान दें।

- याद रखें कि आपका व्यवहार कौशल नतीजे पर असर डालेगा
- जानें कि कब पीछे हटना है - क्योंकि कभी-कभार समझौते पर पहुंचना मुमकिन नहीं होता

7.5.5 व्यवसायिक अवसरों की पहचान

“उद्यमी हमेशा बदलाव की खोज में रहता है, इस पर प्रतिक्रिया देता है और एक अवसर के तौर पर इसका इस्तेमाल करता है।”

पीटर ड्रकर

व्यवसायिक अवसरों को पहचानने की योग्यता एक उद्यमी का एक अहम गुण है।

अवसर क्या है?

अवसर शब्द का अर्थ हालातों की वजह से मिलने वाला एक अच्छा मौका या कुछ करने के लिए एक अनुकूल माहौल होता है।

एक व्यवसायिक अवसर का मतलब है कि मौजूदा माहौल में, मौजूदा समय में, किसी खास व्यवसाय को चलाने के लिए उपलब्ध एक अच्छा या अनुकूल बदलाव।

उद्यमियों के सामने आने वाले आम सवाल

एक गंभीर सवाल जिसका सभी उद्यमी सामना करते हैं, कि उस व्यवसायिक अवसर को कैसे खोजें जो उनके लिए सही हो।

कुछ आम सवाल जिनके बारे में उद्यमी लगातार सोचते रहते हैं:

- क्या नए उपक्रम को किसी अपूर्ण आवश्यकता के आधार पर कोई नया उत्पाद या सेवा लानी चाहिए?
- क्या नए उपक्रम को एक बाजार से कोई मौजूदा उत्पाद या सेवा चुनकर इसे दूसरे बाज़ार में पेश करना चाहिए, जहां यह उपलब्ध न हो?
- क्या उपक्रम को एक आजमाए व परीक्षित फॉर्मूले पर आधारित रहना चाहिए, जो हर जगह काम करे?

इसलिए यह बेहद ज़रूरी है कि उद्यमी जानें कि नए व मौजूदा व्यवसायिक अवसरों को कैसे पहचानें और उनकी सफलता की संभावनाओं को परखें।

कोई सोच एक अवसर कब होती है?

एक सोच एक अवसर तब होती है जब:

- यह ग्राहक के लिए मूल्यवर्द्धन करे
- यह किसी अहम समस्या को हल करे, दुखती नब्ज ठीक करे या कोई मांग पूरी करे
- एक तगड़ा बाजार और मुनाफे की गुंजाइश हो
- सही समय व स्थान पर संस्थापक व मैनेजमेंट टीम के साथ अच्छा तालमेल हो

अवसरों को देखते वक्त ध्यान देने वाले कारक

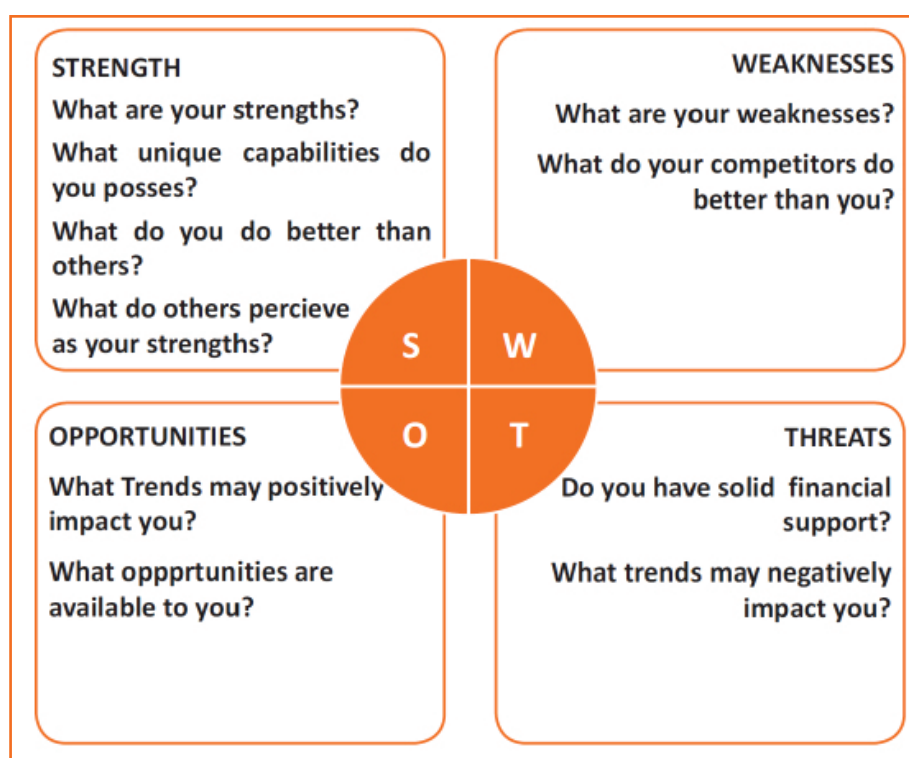
- व्यवसायिक अवसरों को देखते वक्त निम्न पर ध्यान दें:
- फंडिंग में बदलते आर्थिक रूझान
- वैडर्स, पार्टनर्स व सप्लायर्स के बीच बदलते रिश्ते
- बाजार के रूझान
- राजनीतिक समर्थन में बदलाव
- लक्षित लोगों में बदलाव

नए व्यवसायिक अवसरों को पहचानने के तरीके

- **बाजार की अक्षमताएं पहचानें:** जब कोई बाजार देखें, तो इस बात पर ध्यान दें कि कौन सी अक्षमताएं बाजार में मौजूद हैं। इन अक्षमताओं को ठीक करने के तरीकों के बारे में सोचें।
- **मुख्य बाधाओं को दूर करें:** नया उत्पाद या सेवा बनाने के बजाए, आप नए ढंग से कोई उत्पाद, सेवा या प्रक्रिया सुधार सकते हैं।
- **कुछ नया रचें:** मौजूदा व्यवसायिक मॉडलों के आधार पर सोचें कि आप ग्राहकों के लिए नया अनुभव कैसे रच सकते हैं।
- **कोई उभरता क्षेत्र/उद्योग चुनें:** शोध करें और पता लगाएं कि कौन सा क्षेत्र या उद्योग उभर रहा है और सोचें कि कौन से अवसर आप इसमें जोड़ सकते हैं।
- **उत्पाद भिन्नता के बारे में सोचें:** अगर आपके दिमाग में पहले से ही कोई उत्पाद है, तो इसे मौजूदा उत्पादों से अलग स्थापित करने के तरीकों के बारे में सोचें।

अपने व्यवसाय के भीतर व्यवसायिक अवसर पहचानने के तरीके

SWOT पड़ताल: अपने व्यवसाय के भीतर अवसर पहचानने का एक बेहतरीन तरीका SWOT विश्लेषण का निर्माण करना है। SWOT का मतलब स्ट्रेंथ(मजबूती), वीकनेस(कमजोरी), अपरच्युनिटी(अवसर), व थ्रेट(डर) है। SWOT विश्लेषण फ्रेमवर्क:



चित्र 7.5.1: SWOT विश्लेषण

व्यवसायिक अवसरों को देखते वक्त निम्न पर ध्यान दें:

SWOT फ्रेमवर्क के इस्तेमाल से खुद को व अपने प्रतियोगियों को देखते हुए, आप उन अवसरों को ढूंढ सकते हैं जिन्हें आप संभालने के साथ-साथ इस्तेमाल कर सकें और उन डरों को दूर कर सकें जो आपकी सफलता को पटरी से उतार सकते हैं।

अपनी USP स्थापित करें

अपनी USP स्थापित करें और खुद को अपने प्रतियोगियों से हटकर दर्शाएँ। पता लगाएँ, कि ग्राहक आपसे क्यों खरीदेंगे और उस वजह को बढ़ावा दें।

अवसर का विश्लेषण

जब आप एक बार अवसर की पहचान कर लें, तो आपको इसके विश्लेषण करने की ज़रूरत होगी। किसी अवसर का विश्लेषण करने के लिए, आपको:

- सोच पर ध्यान केंद्रित करना है
- सोच के बाजार पर ध्यान केंद्रित करना है
- सोच में समान स्थिति वाले इंडस्ट्री लीडर्स से बात करनी है
- सोच में समान स्थिति वाले बड़े व्यवसायियों से बात करनी है

7.5.5.1 सुझाव

- याद रखें, कि अवसर हालात के मुताबिक होते हैं।
- सफल साबित हो चुका ट्रैक रिकॉर्ड अपनाएं।
- लेटेस्ट क्रेज़ से बचें।
- अपनी सोच से प्यार करें।

7.5.6 उद्यमिता इको-सिस्टम को सपोर्ट करती है

एक उद्यमी वो व्यक्ति है जो:

- किसी कर्मचारी के लिए काम नहीं करता
- एक छोटा उपक्रम चलाता है
- उपक्रम के सभी जोखिमों व फायदों, सोच, माल या सेवा को मानकर चलाता है

उद्यमियों के प्रकार

उद्यमी मुख्य तौर पर चार प्रकार के हैं:

1. **परंपरागत उद्यमी:** इस तरह के उद्यमी में आमतौर पर किसी तरह का हुनर होता है – वे बढ़ई, मिरची, बावर्ची आदि हो सकते हैं। उनके ऐसे व्यवसाय होते हैं जो कई सालों से चले आ रहे हैं जैसे रेस्टोरेंट, दुकान व बढ़ई। खासतौर से, समान क्षेत्र में अपना खुद का व्यवसाय शुरू करने से पहले वे किसी खास इंडस्ट्री में भरपूर अनुभव हासिल करते हैं।
2. **विकास क्षमता वाले उद्यमी:** इस तरह के उद्यमी की इच्छा एक ऐसा उपक्रम शुरू करने की होती है जो विकास करे, बहुत से ग्राहक बनाये और ढेर सारा पैसा कमाए। उनका अंतिम लक्ष्य आखिरकार अपने उपक्रम को अच्छे मुनाफे पर बेचना होता है। ऐसे उद्यमियों की आमतौर पर विज्ञान या तकनीकी पृष्ठभूमि होती है।
3. **प्रोजेक्ट-लक्षित उद्यमी:** इस तरह के उद्यमी आमतौर पर कला या मनोविज्ञान की पृष्ठभूमि वाले होते हैं। उनके उपक्रम ऐसी चीजों पर ध्यान केंद्रित करने की कोशिश करते हैं जिनको लेकर वे बेहद जुनूनी होते हैं।
4. **जीवनशैलीगत उद्यमी:** इस तरह के उद्यमी आमतौर पर एक टीचर या एक सचिव के तौर पर काम करते हैं। वे बहुत ज़्यादा पैसा कमाने की बजाए, ऐसी चीज़ बेचने में रूचि रखते हैं जिसे लोग पसंद करें।

एक उद्यमी के गुण

सफल उद्यमियों में निम्नलिखित गुण होते हैं:

- वे बेहद अभिप्रेरित होते हैं

- वे रचनात्मक व सीखने की ललक रखने वाले होते हैं
- वे हरेक काम को संभालने के लिए मानसिक तौर पर तैयार होते हैं
- उनमें व्यवसाय का बेहतरीन हुनर होता है – वे जानते हैं कि अपना नकदी प्रवाह, बिक्री व मुनाफा कैसे जांचें
- वे बड़े जोखिम उठाने के लिए तैयार होते हैं
- वे बेहद सक्रिय होते हैं – इसका मतलब है कि वे किसी दूसरे का इंतजार करने की बजाय, अपना काम स्वयं करना चाहते हैं
- उनके पास एक नजरिया होता है – वे पूर्ण परिप्रेक्ष्य देखने की योग्यता रखते हैं
- वे लचीले और खुले विचारों वाले होते हैं
- वे फैसला लेने में अच्छे होते हैं

7.5.6.1 उद्यमी की सफल कहानियां

धीरू भाई अंबानी

धीरू भाई अंबानी ने अपना उद्यमी करियर सप्ताहांत पर माउंट गिरनार में तीर्थयात्रियों को “पकौड़े” बेचने से शुरू किया था। 16 की उम्र में, वे यमन गए जहां उन्होंने एक गैस-स्टेशन अटेंडेंट, और एक तेल कंपनी में वलर्क के तौर पर काम किया। वे 50,000 रूपयों के साथ भारत लौटे और एक टेक्सटाइल ट्रेडिंग कंपनी शुरू की। रिटायर्स ग्लोबल मार्केट में पैसा उगाहने वाली पहली भारतीय कंपनी बनी और फॉर्ब्स 500 की सूची में जगह पाने वाली पहली भारतीय कंपनी बनी।

डॉ. करसनभाई पटेल

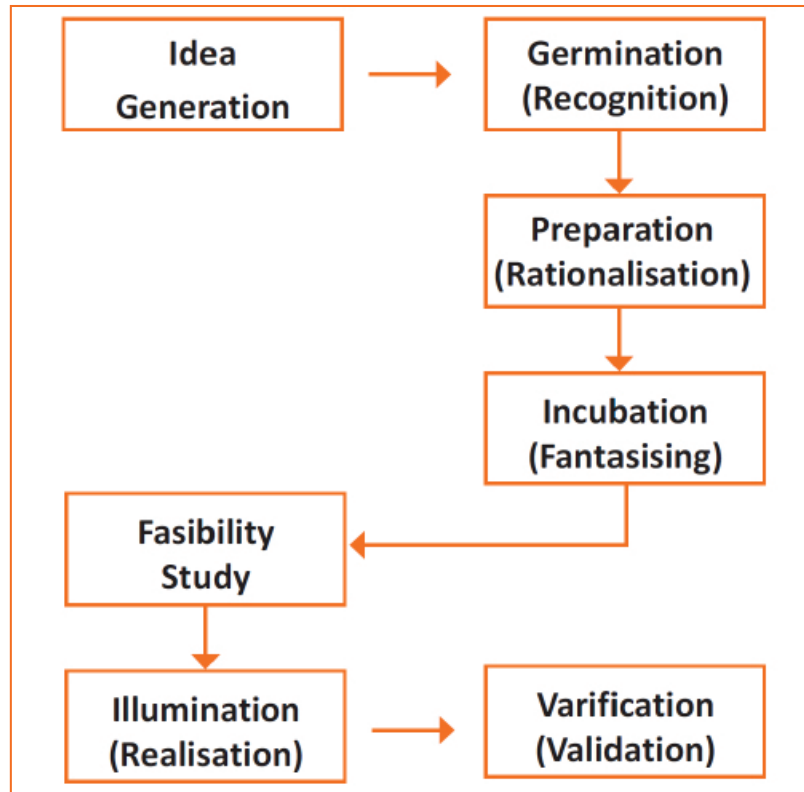
करसनभाई पटेल ने अपने घर के पीछे अहाते में डिटर्जेंट पाउडर बनाया। वे अपना उत्पाद घर-घर जाकर बेचते थे और बेचे गए हरेक पैक पर पैसा वापसी की गारंटी भी देते थे। वे 3 रुपये प्रति किलोग्राम लेते थे जबकि उस वक्त सबसे सस्ता डिटर्जेंट 13 रुपये प्रति किलोग्राम था। डॉ. पटेल ने आखिरकार निरमा शुरू किया जो भारतीय घरेलू डिटर्जेंट बाजार का पूरी तरह से एक नया हिस्सा बन गया।

7.5.6.2 उद्यमिता की प्रक्रिया

चलिए उद्यमिता प्रक्रिया के चरणों पर एक नजर डालते हैं।

- **चरण 1:** सोच निर्धारण। उद्यमिता प्रक्रिया एक ऐसे विचार से शुरू होती है जो उद्यमी के मन में आया हो। यह विचार एक समस्या होती है, जो हल की जा सकती है।
- **चरण 2:** पनपना या मान्यता प्राप्त करना। इस चरण में सोची गई समस्या का संभावित समाधान निकाला जाता है।
- **चरण 3:** तैयारी करना या व्याख्या करना। समस्या का आगे अध्ययन किया जाता है और यह पता लगाने के लिए शोध किया जाता है दूसरों ने समान समस्या का हल निकालने के लिए कैसे कोशिश की।
- **चरण 4:** सपने बुनना या कल्पना करना इस चरण में रचनात्मक विचार मंथन शामिल है, ताकि और अधिक विचार (आइडियाज़) मन में आएं। समस्या वाले क्षेत्रों पर ज्यादा सोच-विचार नहीं किया जाता।
- **चरण 5:** संभाव्यता अध्ययन: अगला कदम है, एक संभाव्यता अध्ययन करना, जिससे यह पता लगाया जा सके, कि यह आइडिया लाभदेय होगा या नहीं और इसे आज़माया जाये या नहीं।
- **चरण 6:** प्रकाशित करना या हकीकत में बदलना यह तब होता है जब सभी अनिश्चित क्षेत्र अचानक स्पष्ट हो जाते हैं। उद्यमी को पूरा विश्वास हो जाता है, कि उसकी सोच में दम है।
- **चरण 7:** पुष्टीकरण या प्रमाणीकरण। इस आखिरी चरण में, इस बात की पुष्टि की जाती है, कि यह आइडिया काम करेगा कि नहीं और यह उपयोगी है, या नहीं।

इस प्रक्रिया की बेहतर समझ पाने के लिए नीचे दिए चित्र पर नजर डालें।



चित्र 7.5.2: उद्यमिता प्रक्रिया के चरण

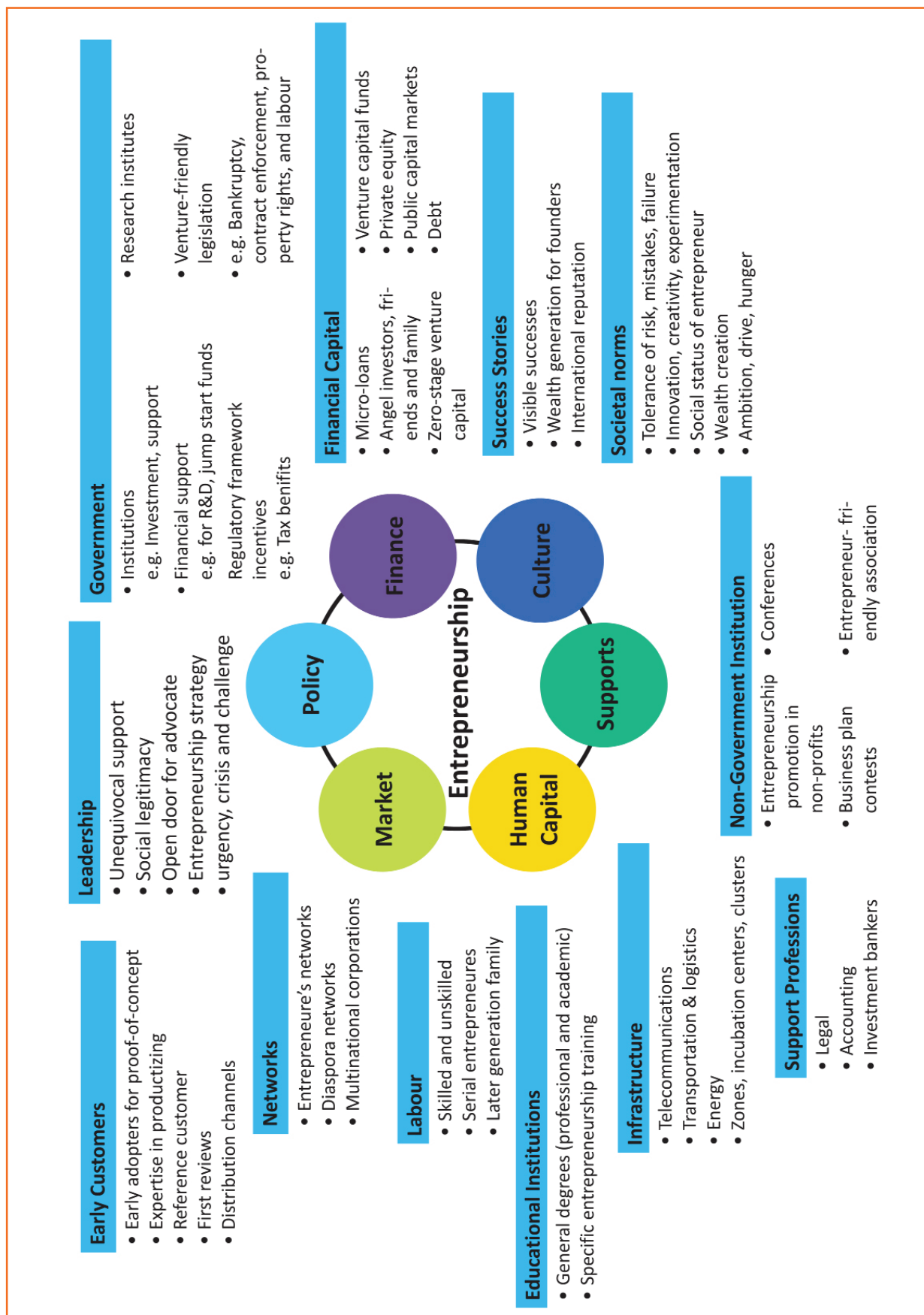
7.5.6.3 उद्यमी क्या होता है?

उद्यमिता ईकोसिस्टम को समर्थित करती है, यह उद्यमिता के संग्रहित तथा समग्र स्वरूप का द्योतक है। नई कंपनियां केवल उन्हें लाँच करने वाले साहसी, दूर दृष्टा उद्यमियों की बदौलत नहीं उभरती तथा फलती-फूलती, बल्कि इसलिए कामयाब होती हैं, क्योंकि ये निजी तथा सार्वजनिक प्रतिभागियों से भरे परिवेश या ‘ईकोसिस्टम’ में लगाई जाता है। ये प्रतिभागी इन नये उपक्रमों को पोषित करके तथा बनाये रखकर इन उद्यमियों के प्रयासों को सफल बनाते हैं।

उद्यमिता ईकोसिस्टम निम्नलिखित छह क्षेत्रों से बना है:

1. **अनुकूल संस्कृति:** इसमें उद्यमी की जोखिम व गलतियों को सहने की शक्ति, बढ़िया नेटवर्किंग और सकारात्मक सामाजिक रुतबा जैसे तत्व शामिल हैं।
2. **सुविधाजनक नीतियां व नेतृत्व:** इसमें नियामक फ्रेमवर्क के लाभ और सार्वजनिक अनुसंधान संस्थानों का अस्तित्व शामिल है।
3. **वित्तीय विकल्प:** एंजेल फाइनेंसिंग, उपक्रम पूंजीपति और माइक्रो लोन्स इसके अच्छे उदाहरण होंगे।
4. **मानव पूंजी:** इसका संदर्भ प्रशिक्षित व अप्रशिक्षित श्रम, उद्यमी और उद्यमिता प्रशिक्षण प्रोग्राम आदि से हैं।
5. **उत्पाद व सेवाओं के लिए हितकर बाजार:** इसका तात्पर्य उत्पाद/सेवा के लिए बाजार की मौजूदगी या मौजूदगी की संभावना से है।
6. **संस्थागत व आधारभूत संरचनात्मक सपोर्ट:** इसमें कानूनी व वित्तीय सलाहकार, दूरसंचार, डिजिटल व ट्रांसपोर्टेशन इंफ्रास्ट्रक्चर और उद्यमिता नेटवर्किंग कार्यक्रम शामिल हैं।

ये भाग दर्शाते हैं कि क्या उद्यमिता को सपोर्ट करने वाला एक मजबूत ईकोसिस्टम है और इसे और अधिक प्रोत्साहित करने हेतु सरकार को क्या कदम उठाने चाहिये। छह भाग और उनके विभिन्न तत्व ग्राफ के रूप में दर्शाए गए हैं।



चित्र 7.5.4: उद्यमिता को समर्थन देने वाला ईकोसिस्टम

हर उद्यमिता को समर्थित करने वाला ईकोसिस्टम अनूठा है और इस तंत्र के सभी तत्व परस्पर निर्भर हैं। यद्यपि, हर उद्यमिता ईकोसिस्टम का उपरोक्त छः विशेषताओं द्वारा व्यापक रूप से वर्णन किया जा सकता है, हर ईकोसिस्टम सैकड़ों तत्वों की एक-दूसरे से होने वाली जटिल तथा विशिष्ट अन्तः क्रियाओं का नतीजा है।

उद्यमिता ईकोसिस्टम आखिरकार (व्यापक तौर पर) खुद से चलने वाला बन जाता है। जब ये छह भाग पर्याप्त लचीले होते हैं, तो ये परस्पर लाभदायक होते हैं। इस बिंदु पर, सरकार की भागीदारी बड़े स्तर पर कम हो सकती है और होनी चाहिए। ईकोसिस्टम को सुचारू रूप से चलाने के लिए सार्वजनिक नेताओं को ज़्यादा निवेश करने की ज़रूरत नहीं पड़ती। यह लाजिमी है कि उद्यमिता ईकोसिस्टम प्रोत्साहन स्व-भुगतान के हिसाब से बने होते हैं, इसलिए परिवेश की वहनीयता पर केंद्रित होते हैं।

7.5.6.4 उद्यमिता ईकोसिस्टम में सरकार की भूमिका

नए उपक्रमों को प्रोत्साहन देने पर नीतिनिर्माताओं का विशेष ज़ोर रहता है। दुनिया भर में सरकारें इस बात को मान रही हैं, कि विशिष्ट प्रकार के समर्थनकारी माहौल में व्यापार फलते-फूलते हैं। नीतिनिर्माताओं को हालात का अध्ययन करना चाहिए और नीतियां व नियामक बनाते वक्त निम्नलिखित बिंदुओं को ध्यान में रखना चाहिए जिससे उद्यमिता को समर्थन देने वाला एक सफल ईकोसिस्टम बन सके।

- नीतिनिर्माताओं को उन नियामकों से बचना चाहिए जो नए प्रतियोगियों को हतोत्साहित करते हैं और व्यवसाय स्टार्टअप के लिए सक्षम तरीके बनाने की ओर काम करना चाहिए। नीतियां व नियामक जो उद्यमिता उपक्रमों के मुकाबले मौजूदा प्रबल कम्पनियों की पक्षधर हैं, स्पर्धा को सीमित करती हैं और नई कम्पनियों के प्रवेश में रोड़ा बनती हैं।
- बाज़ार की नाकामियों में संशोधन करने हेतु नीतियाँ विकसित करने के बजाय, नीतिनिर्माताओं को उद्यमियों से बातचीत करनी चाहिये और उन चुनौतियों को समझना चाहिये जिनका वे सामना कर रहे हैं। नये आइडिया की खोज, उत्पाद विकास तथा सौदे का प्रवाह बढ़ाने हेतु प्रेरित करने वाली नीतियों के विकास के लिए फीडबैक का प्रयोग किया जाना चाहिये।
- उद्यमिता समर्थकों को एक डाटाबेस बनाना चाहिए जो यह पहचान करने में सक्षम हो कि ईकोसिस्टम में भागीदारी करने वाले कौन हैं और वे कैसे जुड़े हैं। वे ईकोसिस्टम मैप अनुबंध रणनीतियां बनाने में कारगर औज़ार हैं।
- आर्थिक व सामाजिक जीवन में दुर्घटनायें अपरिहार्य हैं। हालांकि, यहाँ यह उल्लेखनीय है, कि आर्थिक दुर्घटनायें उद्यमिता के अवसर पैदा करती हैं। उद्यमिता ईकोसिस्टम के निर्माताओं (उद्यमी, मेंटर, नीतिनिर्माता व उपभोक्ता,) को इन गिरावटों को भांपना चाहिए, ताकि उनके चलते पैदा हुए अवसरों से लाभ कमाया जा सके।

स्थानीय उद्यमिता ईकोसिस्टम को समर्थन दे, इसके लिए प्रभावी रणनीतियों की आवश्यकता व्यवहारिक है। असल ईकोसिस्टम की बेहतर समझ एक फ्रेमवर्क प्रदान करती है, जिसके तहत नीतिनिर्माता प्रासंगिक सवाल पूछ सकते हैं, अधिक कार्यकुशल दृष्टिकोण अपना सकते हैं और आने वाले नतीजों का मूल्यांकन कर सकते हैं।

7.5.6.5 भारत में उद्यमिता ईकोसिस्टम की तरवीर

उद्यमिता को भारत में नया सम्मान मिला है। बहुत से भारतीय, जो कारोबार की दुनिया से वाकिफ हैं, जिन्होंने परंपरागत रूप से नौकरी करने का विकल्प चुना था, अब अपने उपक्रम स्थापित कर रहे हैं। उद्यमिता ईकोसिस्टम के बहुत से तत्व अब इकट्ठे होने शुरू हो गये हैं। उदाहरण के लिए, उपक्रम पूंजीपतियों, सरकारी योजनाओं व इन्व्यूबेर्स, शिक्षा उद्योग संपर्क तथा उभरते समूहों में इज़ाफा और ग्रामीण अर्थव्यवस्था को समर्थन। ये सभी पहलें प्रभावी हैं, लेकिन ईकोसिस्टम को निम्नलिखित तरीकों द्वारा फिर से बढ़ाने व समृद्ध करने की ज़रूरत है:

1. हमें असफलताओं के प्रति अपने व्यवहार की समीक्षा करने की ज़रूरत है और उन्हें अनुभव के तौर पर स्वीकार करने की ज़रूरत है।
2. हमें शिक्षितों को उद्यमी बनने के लिए प्रोत्साहित करने की ज़रूरत है और स्कूल व कॉलेजों में उद्यमी हुनर मुहैया करवाने की ज़रूरत है।
3. विश्वविद्यालय, अनुसंधान प्रयोगशालाओं तथा सरकार को उद्यमिता को समर्थन देने वाला ईकोसिस्टम तैयार करने में अपनी भूमिका निभाने की आवश्यकता है।

4. नीतिनिर्माताओं को श्रष्टाचार, रेड टेप व अफसरशाही जैसी बाधाओं को कम करने पर ध्यान देने की ज़रूरत है।
5. हमें अपने कानूनों में संशोधन करना चाहिये, अंतर्राष्ट्रीय उपक्रम पूंजी फर्मों को आकर्षित करना चाहिये और उन्हें भारत ले आना चाहिये।
6. हमें भारत के उन द्वितीयक व तृतीयक शहरों तक पहुंचने के लिए नीतियां व विधियां बनानी चाहिए, जहां लोगों की पैठ उन संसाधनों तक नहीं है, जो शहरों में उपलब्ध हैं।

आज, इस देश में नवीन समाधान शामिल करने का एक बड़ा अवसर है जो आगे बढ़ने में सक्षम हो और ईकोसिस्टम में सहयोग करे और साथ ही इसे समृद्ध करे।

7.5.6.6 मेक इन इंडिया अभियान

हरेक उद्यमी की कुछ ज़रूरतें होती हैं। उनकी कुछ महत्वपूर्ण ज़रूरतें इस प्रकार हैं:

- आसानी से कर्ज पाना
- आसानी से निवेशक पाना
- करों से छूट पाना
- संसाधनों व बेहतर आधारभूत संरचना की आसान पैठ
- ऐसी प्रक्रिया का लाभ उठाना, जिसमें कोई परेशानी न हो और त्वरित हो
- अन्य फर्मों से आसानी से भागीदारी कर सकें

प्रधानमंत्री मोदी द्वारा लॉन्च मेक इन इंडिया अभियान, का मकसद युवाओं, महत्वाकांक्षी उद्यमियों की इन सभी ज़रूरतों को पूरा करना है। इसका मकसद ये है:

- निवेश को आसान बनाना
- नई सोच को समर्थन देना
- कौशल विकास बढ़ाना
- उद्यमियों के आइडिया की सुरक्षा
- उत्पादों के निर्माण के लिए अत्याधुनिक सुविधायें बनाना

7.5.6.6 सुझाव



- अन्य उद्यमियों, उपक्रम पूंजीपतियों, एंजेल निवेशकों के साथ मौजूदा बाजार, नेटवर्क का शोध करना और आपकी उद्यमिता को सक्षम करने के लिए लागू नीतियों की विस्तार से समीक्षा करना।
- असफलता आगे बढ़ने के लिए एक सीढ़ी है, न कि रास्ते का अंत। अपनी व अपने साथियों की गलतियों की समीक्षा करें और अपने भावी उपक्रम में इन्हें सुधार लें।
- अपने ईकोसिस्टम में सक्रिय रहें। अपने ईकोसिस्टम की अहम विशेषतायें पहचानें और अपने उद्यम को समर्थन देने वाले ईकोसिस्टम के लिए स्व-वहनीयता सुनिश्चित करने हेतु उसे समृद्ध करते रहें।

7.5.7 जोखिमों उठाने की इच्छा व लचीलापन

उद्यमिता और जोखिम

उद्यमी स्वाभाविक रूप से जोखिम उठाने वाले होते हैं। वे पथ का निर्माण करने वाले होते हैं, न कि पहले से तय पथ पर चलने वाले। एक आम, एहतियाती व्यक्ति के उल्टे, एक उद्यमी अपनी नौकरी (उसकी एकमात्र आमदनी) छोड़ने और अपने आइडिया के लिए स्वयं को जोखिम में डालने के बारे में दो बार नहीं सोचेगा।

एक उद्यमी जानता है कि अपने सपनों को पूरा करते वक्त उसके अनुमान गलत साबित हो सकते हैं और अप्रत्याशित घटनाएँ घट सकती हैं। वह जानता है कि कई समस्याओं से निपटने के बाद भी, सफलता की कोई गारंटी नहीं है। उद्यमिता जोखिम उठाने की योग्यता का पर्यायवाची है। यह योग्यता, जो कि जोखिम लेने की क्षमता कहलाती है, एक उद्यमी का गुण है जो कि कुछ हद तक आनुवंशिक होता है और कुछ हद तक हासिल किया गया।

जोखिम लेने की क्षमता क्या है?

जोखिम लेने की क्षमता की परिभाषा यह है, कि कम्पनी अपने उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए किस हद तक जोखिम उठाने के लिए तैयार है। इसका तात्पर्य संभावित मुनाफे व माहौल में आए बदलाव (आर्थिक ईकोसिस्टम, नीतियाँ आदि) से होने वाले नुकसान के बीच कम्पनी द्वारा बिठाये गये सन्तुलन से होता है। ज़्यादा जोखिम उठाना से ज़्यादा मुनाफा हो सकता है, लेकिन इससे उतने ही अधिक नुकसान की भी संभावना बन जाती है। हालांकि, बहुत ज़्यादा सतर्क रहना कम्पनी के खिलाफ जा सकता है, क्योंकि इससे वह विकास और अपने उद्देश्यों को पूरा करने के कई अच्छे अवसर खो देती है।

जोखिम लेने की क्षमता के स्तर को “निम्न”, “मध्यम” व “उच्च” में वर्गीकृत किया जा सकता है। कम्पनी के उद्यमियों को सभी संभावित विकल्पों का मूल्यांकन करना होता है और उस विकल्प को चुनना होता है, जिसके सफल होने की संभावना सबसे अधिक है। कम्पनियों के विभिन्न मकसदों के लिए जोखिम लेने की क्षमता के स्तर भी अलग-अलग होते हैं। स्तर इन बातों पर निर्भर करते हैं:

- उद्योग का प्रकार
- बाजार दबाव
- कम्पनी के उद्देश्य

उदाहरण के लिए, क्रांतिकारी धारणा वाले एक स्टार्टअप की जोखिम लेने की क्षमता का स्तर बहुत ऊँचा होगा। स्टार्टअप अपनी दीर्घकालिक सफलता हासिल करने से पहले तद्युक्तिक असफलताएं झेल सकता है। इस तरह की भूख एक-सी नहीं रहेगी और कम्पनी के मौजूदा हालातों के मुताबिक तय होती रहेगी।

जोखिम लेने की क्षमता का वक्तव्य

कम्पनियों को अपनी जोखिम लेने की क्षमता को अपने उद्देश्यों तथा अवसरों के बारे में लिए जाने वाले निर्णयों के साथ जोड़ना तथा परिभाषित करना होता है। जोखिम लेने की क्षमता का वक्तव्य होने का अर्थ है, एक ऐसी संरचना मौजूद होना, जो स्पष्ट रूप से व्यापार में जोखिम की स्वीकार्यता तथा प्रबंधन को व्यक्त करती है। यह जोखिम उठाने की सीमा को कम्पनी की हद में रखता है। जोखिम लेने की क्षमता के वक्तव्य से निम्न जाहिर होने चाहिए:

- व्यवसाय द्वारा झेले जाने वाले जोखिमों की प्रकृति
- कौन से जोखिम कम्पनी आसानी से ले सकती है और कौन से जोखिम अस्वीकार्य हैं।
- सभी जोखिम श्रेणियों में कितना जोखिम स्वीकार्य है।
- जोखिम व फायदे के बीच इच्छित अदला-बदली।
- जोखिम तथा इसके परीक्षण के उपाय और पड़ताल के तरीके और जोखिम के स्तर का नियमन।

उद्यमिता और लचीलापन

उद्यमी के चरित्र में लचीलापन नामक विशेषताएँ निहित होती हैं। ये योग्यताएं एक उपक्रम को विकसित करने के शुरुआती चरणों में खासतौर से बहुत बड़ी भूमिका अदा करती हैं। जोखिम लचीलापन एक बेहद मूल्यवान गुण है, क्योंकि ऐसा विश्वास है कि यह व्यवसाय के माहौल में बदलाव और चुनौतियों के डर के खिलाफ उद्यमियों की रक्षा करता है।

उद्यमिता लचीलापन क्या है?

लचीलापन शब्द उन व्यक्तियों की व्याख्या करने हेतु प्रयोग किया जाता है, जो अपनी ज़िंदगी व करियर महत्वाकांक्षाओं से संबंधित असफलताओं से उभरने की क्षमता रखते हैं। एक लचीला व्यक्ति वह होता है जो असफलताओं से आसानी से व जल्दी से उभरने में सक्षम हो। उद्यमियों के लिए, लचीलापन

एक निर्णायक गुण है। उद्यमिता लोच को निम्नलिखित तरीकों से निखारा जा सकता है:

- कोच व मेंटर के पेशेवर नेटवर्क को विकसित करके
- यह स्वीकार करके कि बदलाव ज़िंदगी का हिस्सा है
- बाधाओं को ऐसा मान कर, कि इन्हें पार किया जा सकता है

लचीले उद्यमी के गुण

उद्यमी को इतना लचीला बनाने, कि वह अपने व्यवसायिक उपक्रम में पूरी तरह आगे बढ़ें, हेतु निम्न विशेषताओं की आवश्यकता होती है:

- नियंत्रण की मजबूत भीतरी भावना
- मजबूत सामाजिक सम्पर्क
- असफलताओं से सीखने का हुनर
- समग्र परिप्रेक्ष्य देखने की क्षमता
- विविधता अपनाने व विस्तारित होने की क्षमता
- बने रहने की प्रवृत्ति
- नकदी-प्रवाह के प्रति सचेत रहने की आदत
- बारीकी से ध्यान देना

7.5.7.1 सुझाव



- ग्राहकों, सप्लायरों, साथियों, दोस्तों व परिवार का एक बड़ा नेटवर्क बनाएं। यह न सिर्फ आपके व्यवसाय को बढ़ाने में मदद करेगा, बल्कि आपको नए अवसर सीखने, पहचानने में भी मदद करेगा और बाजार के बदलावों से अवगत रखेगा।
- असफलताओं से मायूस न हों। इस बात पर ध्यान दें कि फिर से आगे बढ़ने के लिए क्या किया जाए।
- हालांकि आपको अपने खर्चों पर नियंत्रण रखने का प्रयास करना चाहिये, ऐसा आपकी कम्पनी के विकास की कीमत पर हरगिज़ नहीं होना चाहिये।

7.5.8 सफलता और असफलता

उद्यमिता में सफलताओं और असफलताओं को समझें

श्याम एक मशहूर उद्यमी है, वह अपनी सफलता की कहानी के लिए जाना जाता है। मगर एक बात ज़्यादातर लोग नहीं जानते, कि श्याम अपना उपक्रम सफल करने से पहले कई बार असफल हुआ था। यह जानने के लिए कि उद्यमिता असल में क्या है, उनका साक्षात्कार पढ़ें, उस उद्यमी की सीधी बात जिसे दोनों मिलते, असफलता और सफलता।

साक्षात्कारकर्ता: श्याम, मैंने सुना है कि उद्यमी ज़बरदस्त जोखिम उठाने की क्षमता रखते हैं, जो असफल होने से कभी नहीं डरते। क्या यह सच है?

श्याम: हां हां (हँसकर), नहीं बेशक यह सही नहीं है! ज़्यादातर लोग मानते हैं कि उद्यमियों को बिना किसी डर के जुनूनी होना चाहिये। मगर सच्चाई यह है, कि डर एक बहुत आम व जायज़ मानवीय प्रतिक्रिया है, खासतौर से जब आप अपना व्यवसाय शुरू करने की योजना बना रहे होते हैं! असल में, मेरा सबसे बड़ा डर असफल होने का डर था। सच्चाई यह है, कि उद्यमी जितने असफल होते हैं, उतने ही वे सफल होते हैं। नुस्खा यह है कि असफलता के डर को खुद पर इतना हावी न होने दें कि आप आगे बढ़ने की अपनी योजनाओं को रोक दें। याद रखें, असफलताएं भविष्य की सफलता का पाठ हैं!

साक्षात्कारकर्ता: आपके मुताबिक उद्यमी के असफल होने की वजह क्या होती है?

श्याम: खैर, उद्यमी के असफल होने की कोई एक अकेली वजह नहीं होती। उद्यमी कई वजहों की वजह से असफल हो सकता है। आप इसलिए असफल हो सकते हैं कि आपने अपने असफलता के डर के आगे हार मान ली। आप इसलिए असफल हो सकते हैं कि आप काम बांटने के प्रति अनिच्छुक थे। जैसा कि कहा जाता है, “आप कुछ भी कर सकते हैं, मगर सब कुछ नहीं!” आप इसलिए असफल हो सकते हैं कि आपने आसानी से हार मान ली - हो सकता है कि आप पर्याप्त रूप से डटे न हो। आप इसलिए असफल हो सकते हैं कि आपने अपनी ऊर्जा छोटे, ग़ैर-ज़रूरी कामों पर लगा दी और वो काम नजरअंदाज कर दिए जो बेहद महत्वपूर्ण थे। असफलता की एक और वजह गलत लोगों के साथ भागीदारी भी हो सकती है, अपने उत्पाद सही जगह पर, सही समय पर सही ग्राहक को न बेच पाना.....और भी बहुत से कारण!

साक्षात्कारकर्ता: एक उद्यमी के तौर पर, आपको क्या लगता है कि असफलता को कैसे लेना चाहिए?

श्याम: मेरा मानना है कि हम सबको असफलता को एक पूंजी मानना चाहिए, बजाए इसके कि यह कुछ नकारात्मक चीज़ है। मैं इसे इस तरीके से देखता हूँ कि, अगर आपके पास कोई आइडिया है, तो आपको इसे अमल में लाने की कोशिश करनी चाहिए, चाहे आपके असफल होने की संभावना ही क्यों न हो। ऐसा इसलिए, क्योंकि प्रयास ही न करना तो असफलता है ही! और असफलता आपके साथ घट सकने वाली सबसे बुरी घटना नहीं है। मेरा मानना है कि प्रयास न करना और फिर पछताना, कि काश! प्रयास किया होता.....असल में प्रयास करने और असफल रहने से कहीं अधिक बदतर है।

साक्षात्कारकर्ता: जब आप पहली बार असफल हुए तो आपको कैसा लगा?

श्याम: मेरा दिल पूरी तरह टूट गया था! यह बहुत दर्दनाक अनुभव था। मगर अच्छी बात यह है, कि आप असफलता से उबर जाते हैं। और हर आने वाली असफलता के साथ, उबरने की प्रक्रिया और आसान हो जाती है। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि आप असफलता को एक पाठ मानना शुरू कर देते हैं, जो आखिरकार सफल होने में आपकी मदद करती है, बजाए इसे एक ऐसी बाधा मानना के, जिसे आप पार न कर सकें। आप यह महसूस करना शुरू कर देंगे कि असफलता के कई फायदे हैं।

साक्षात्कारकर्ता: क्या आप हमें असफलता के कुछ फायदे बता सकते हैं?

श्याम: एक फायदा यह है जो मैंने असफलता से निजी तौर पर सीखा है कि असफलता ने मुझे चीज़ों को एक नई रोशनी में देखना सिखाया। इसने मुझे वो जवाब दिए जो मेरे पास पहले नहीं थे। असफलता आपको बेहद मजबूत बनाती है। यह आपके अभिमान को नियंत्रण में रखने में भी मदद करती है।

साक्षात्कारकर्ता: आप उन उद्यमियों को क्या सलाह देंगे जो अपना खुद का उपक्रम शुरू करना चाहते हैं?

श्याम: मैं उनको कहना चाहूंगा कि अपनी रिसर्च करें और यह सुनिश्चित करें कि उनके उत्पाद की ग्राहकों को वाकई ज़रूरत है। मैं उनको अपने भागीदार व कर्मचारी बेहद समझदारी और सावधानी से चुनने की राय दूंगा। मैं उनको कहूंगा कि आक्रामक होना बहुत महत्वपूर्ण है - अपने उत्पाद को जितना हो सके, आक्रामक ढंग से बढ़ावा दें और उसकी मार्केटिंग करें। मैं उन्हें चेताना चाहूंगा, कि किसी उपक्रम को शुरू करना बेहद खर्चीला होता है और उन्हें उस हालात के लिए तैयार रहना चाहिए जहां उनके पैसे खत्म हो जायेंगे।

मैं उन्हें दीर्घकालिक उद्देश्य बनाने के लिए कहूंगा और उन उद्देश्यों को पाने के लिए कोई योजना अमल में लाने के लिए कहूंगा। मैं उन्हें एक ऐसा उत्पाद बनाने की राय दूंगा, जो वाकई अनूठा हो। इस बात का बेहद ध्यान रखें व सुनिश्चित करें कि आप किसी दूसरे स्टार्टअप की नकल न करें। आखिर में, मैं उनको कहना चाहूंगा कि यह बहुत महत्वपूर्ण है कि वे सही निवेशक तलाशें।

साक्षात्कारकर्ता: श्याम, यह वाकई काफी मददगार सलाह है! मुझे पूरा विश्वास है, कि ये सुझाव उद्यमियों को अपना सफर शुरू करने के लिए और अधिक तैयार कर देंगे। अपने बेशकीमती अनुभव साझा करने के लिए धन्यवाद!

7.5.8.1 सुझाव

- याद रखें कि कुछ भी नामुमकिन नहीं है।
- शुरू करने से पहले अपना मिशन व अपना उद्देश्य पहचान लें।
- अपने अगले कदम की योजना बनाएं - जल्दबाजी में फैसले न लें।

यूनिट 7.6: एक उद्यमी बनने की तैयारी करना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्न करने में सक्षम होंगे:

1. चर्चा कर सकेंगे कि विपणन (मार्केट) शोध कैसे किया जाए
2. मार्केटिंग के 4 P का वर्णन कर सकेंगे
3. विचार उत्पत्ति के महत्व पर चर्चा कर सकेंगे
4. बुनियादी व्यापार शब्दावली को याद कर सकेंगे
5. CRM की आवश्यकता पर चर्चा कर सकेंगे
6. CRM के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
7. नेटवर्किंग की आवश्यकता पर चर्चा कर सकेंगे
8. नेटवर्किंग के लाभों पर चर्चा कर सकेंगे
9. लक्ष्यनिर्धारण के महत्व को समझ सकेंगे
10. अल्पकालिक, मध्यम अवधि और लंबी अवधि के लक्ष्यों के बीच अंतर कर सकेंगे
11. चर्चा कर सकेंगे कि एक व्यवसाय योजना कैसे लिखी जाए
12. वित्तीय योजना प्रक्रिया की व्याख्या कर सकेंगे
13. अपने जोखिम को प्रबंधित करने के तरीकों पर चर्चा कर सकेंगे
14. बैंक से वित्त के लिए आवेदन करने की प्रक्रिया और औपचारिकताओं का वर्णन कर सकेंगे
15. चर्चा कर सकेंगे कि अपने उपक्रम का प्रबंधन कैसे किया जाए
16. ऐसे महत्वपूर्ण प्रश्नों की सूची बना सकेंगे जो प्रत्येक उद्यमी को उपक्रम शुरू करने से पहले पूछने चाहिए

7.6.1 बाजार अध्ययन / मार्केटिंग के 4 P / एक आइडिया का महत्व

मार्केट रिसर्च समझना

मार्केट रिसर्च किसी उत्पाद या सेवा जो बाजार में बेची जा रही हो पर बाजार सूचना जुटाने, इसका विश्लेषण करने व इसकी व्याख्या करने की प्रक्रिया है। इसमें निम्न की सूचना भी शामिल है:

- पिछले, मौजूदा व भावी ग्राहक
- ग्राहक विशेषताएं व खर्च करने की आदतें
- लक्ष्यित बाजार की स्थिति व आवश्यकताएं
- संपूर्ण उद्योग
- संबंधित प्रतिस्पर्धी

मार्केट रिसर्च में दो तरह का डाटा शामिल है:

- प्राथमिक सूचना। यह रिसर्च आपके द्वारा स्वयं आपके द्वारा नियुक्त किए गए किसी व्यक्ति की द्वारा की जाती है।
- द्वितीयक सूचना। यह रिसर्च पहले से ही मौजूद होती है और आपको इसे तलाशना व इस्तेमाल करना होता है।

प्राथमिक रिसर्च

प्राथमिक रिसर्च दो प्रकार की हो सकती है:

- **खोजपरक:** यह एकदम खुली होती है और इसमें आमतौर पर विस्तारित, गैरसंरचनात्मक साक्षात्कार शामिल होते हैं।
- **विशिष्ट:** यह सटीक होती है और इसमें संरचनात्मक, औपचारिक साक्षात्कार शामिल होते हैं। खोजपरक रिसर्च चलाने की अपेक्षा विशिष्ट रिसर्च चलाना ज़्यादा खर्चीला है।

द्वितीयक रिसर्च

द्वितीयक रिसर्च बाहरी जानकारी का इस्तेमाल करती है। कुछ आम द्वितीयक स्रोत इस तरह हैं:

- **सार्वजनिक स्रोत:** ये आमतौर पर मुफ्त होते हैं और इनमें काफी अच्छी जानकारी होती है। उदाहरण हैं सरकारी विभाग, पब्लिक लाइब्रेरियों के व्यवसायिक विभाग आदि।
- **वाणिज्यिक स्रोत:** ये मूल्यवान जानकारी देते हैं मगर आमतौर पर इसका शुल्क लेते हैं। उदाहरण हैं रिसर्च व ट्रेड संघ, बैंक व अन्य वित्तीय संस्थान आदि।
- **शिक्षण संस्थान:** ये जानकारी सूचना की एक संपदा पेश करते हैं। उदाहरण हैं कॉलेज, यूनिवर्सिटी, तकनीकी संस्थान आदि।

7.6.1.1 विपणन के 4 Ps

विपणन के 4 Ps निम्नलिखित हैं:

1. उत्पाद (Product),
2. कीमत (Price),
3. संवर्धन (Promotion), और
4. स्थान (Place)।

आइये इन 4 Ps में से प्रत्येक पर विस्तार से विचार करते हैं।

उत्पाद

कोई उत्पाद:

- एक मूर्त माल
- या अमूर्त सेवा हो सकती है

आपका उत्पाद कुछ भी क्यों न हो, इससे पहले कि आप विपणन प्रक्रिया शुरू करें, आपके लिए स्पष्ट रूप से यह समझ लेना महत्वपूर्ण है, कि आप क्या ऑफर कर रहे हैं, उसकी अनूठी विशेषताएं क्या हैं।

अपने आप से पूछे जाने वाले कुछ प्रश्न:

- ग्राहक की उत्पाद/सेवा से क्या अपेक्षा है?
- इससे कौन सी ज़रूरतों की पूर्ति होती है?
- क्या कोई अन्य विशेषताएं भी हैं, जिन्हें जोड़ा जा सकता है?
- क्या इसमें कोई खर्चीली और अनावश्यक विशेषताएं हैं?
- ग्राहक इसका इस्तेमाल किस तरह से करेंगे?
- इसे क्या नाम दिया जाना चाहिए?
- यह समान उत्पादों से किस प्रकार भिन्न है?

- इसके उत्पादन की लागत कितनी होगी?
- क्या इसे मुनाफे में बेचा जा सकता है?

कीमत

जब उत्पाद के सभी तत्वों को निर्धारित कर लिया गया हो, तो कीमत संबंधी घटक पर विचार किया जाना चाहिए। किसी उत्पाद की कीमत अनेक कारकों पर निर्भर करेगी, जैसे लाभ की मात्रा, आपूर्ति, मांग और विपणन कार्यनीति।

अपने आप से पूछे जाने वाले कुछ प्रश्न:

- ग्राहकों के लिए इस उत्पाद/सेवा का मूल्य क्या है?
- क्या स्थानीय उत्पादों/सेवाओं द्वारा मूल्य बिन्दुओं को तय किया गया है?
- क्या ग्राहक कीमत के प्रति संवेदनशील है?
- क्या छूट दी जानी चाहिए?
- आपके प्रतिस्पर्धियों की तुलना में आपके द्वारा तय की गई कीमत कैसी है?

संवर्धन

जब आप अपने उत्पाद और उसकी कीमत के प्रति सुनिश्चित हो जाते हैं, तो अगला चरण होगा इसके संवर्धन पर विचार करना। संवर्धन के कुछ महत्वपूर्ण तत्वों में विज्ञापन, जन-संपर्क, सोशियल मीडिया, मार्केटिंग, ईमेल मार्केटिंग, सर्व इंजन मार्केटिंग, वीडियो मार्केटिंग आदि शामिल हैं।

अपने आप से पूछे जाने वाले कुछ प्रश्न:

- आपको अपने उत्पाद या सेवा का संवर्धन कहां करना चाहिए?
- अपने लक्ष्य दर्शकगणों तक पहुंचने के लिए प्रयोग किए जाने वाला सर्वश्रेष्ठ माध्यम कौन सा है?
- अपने उत्पाद के संवर्धन का सबसे अच्छा समय क्या होगा?
- आपके प्रतिस्पर्धी अपने उत्पादों का संवर्धन किस तरह से कर रहे हैं?

स्थान

अधिकांश विपणनकर्ताओं के अनुसार, विपणन का आधार सही समयपर, सही जगह पर, सही कीमत पर सही उत्पाद ऑफर करना है। इस कारण से, संभावित क्लाइंट्स को वास्तविक क्लाइंट्स में बदलने के लिए सर्वोत्तम संभव स्थान चुनना अत्यंत महत्वपूर्ण होता है।

अपने आप से पूछे जाने वाले कुछ प्रश्न:

- आपके उत्पाद या सेवा की खोज वास्तविक स्टोर में की जायेगी, ऑनलाइन स्टोर में या फिर दोनों में?
- आपको सर्वाधिक उपयुक्त वितरण चैनलों को एक्सेस करने के लिए क्या करना चाहिए?
- क्या आपको विक्रय दल (सेल्स फोर्स) की आवश्यकता होगी?
- आपके प्रतिस्पर्धी अपने उत्पाद या सेवाएँ कहीं से ऑफर कर रहे हैं?
- क्या आपको अपने प्रतिस्पर्धियों के पद चिन्हों पर चलना चाहिए?
- क्या आपको अपने प्रतिस्पर्धियों से कुछ हट कर करना चाहिए?

IDEA (आइडिया या विचार) का महत्व

विचार प्रगति का आधार होते हैं। कोई विचार छोटा या अद्वितीय हो सकता है, आसानी से पूरा किया जाने वाला हो सकता है या उसे लागू करना बहुत ही कठिन हो सकता है। किसी भी स्थिति क्यों न हो, सच्चाई यह है कि किसी विचार से उसके महत्व का पता लगता है। बिना विचारों के कुछ भी संभव नहीं है। अधिकांश लोग अपने विचारों को प्रस्तुत करने से डरते हैं, उन्हें डर होता है कि उनकी हंसी उड़ाई जाएगी। लेकिन, यदि आप एक उद्यमी हैं और प्रतिस्पर्धी तथा नवोन्मेषी/उन्नतिशील बने रहना चाहते हैं, तो आपको अपने विचारों को सामने लाना होगा।

ऐसा करने के कुछ तरीके हैं:

- विचार मंथन की संस्कृति की स्थापना करना जहां पर आप रूचि रखने वाली सभी पक्षों को योगदान के लिए आमंत्रित करते हैं
- विचारों पर खुले रूप से चर्चा करना ताकि लोग उन विचारों के संबंध में अपने विचार, दृष्टिकोण, या राय दे सकें।
- खुले मन-मस्तिष्क वाला बनना और अपने विचारों को सीमित न करना, चाहे कोई विचार बहुत हास्यास्पद ही क्यों न दिखाई दे।
- किसी भी ऐसे विचार को न त्यागना जिस पर आप तत्काल काम नहीं करते हैं, अपितु उनका नोट बना कर रखना और उन्हें संजो कर रखना ताकि उन पर बाद में कभी विचार किया जा सके।

7.6.1.2 सुझाव

- ध्यान रखें कि अच्छे विचार हमेशा ही अनूठे नहीं होते।
- याद रखें कि आपके विचार की सफलता में समय बहुत बड़ी भूमिका निभाता है।
- स्थितियां और परिस्थितियां हमेशा बदलेंगी, इसलिए लोचपूर्ण रहें और तदनुसार अपने विचार को अनुकूलित करें।

7.6.2. व्यवसाय इकाई अवधारणाएं: मूलभूत व्यवसाय शब्दावली

यदि आपका उद्देश्य कोई व्यवसाय शुरू करना और उसे चलाना है, तो यह महत्वपूर्ण है कि आपको मूलभूत व्यवसाय शब्दों की अच्छी समझ होनी हो। हर उद्यमी को निम्नलिखित शब्दों की भली भांति जानकारी होनी चाहिए:

- **लेखांकन:** वित्तीय लेनदेनों को रिकार्ड और रिपोर्ट करने की व्यवस्थित विधि
- **लेखा देय:** कंपनी द्वारा अपने लेनदारों को देय राशि।
- **लेखा प्राप्य:** क्लाइंट्स द्वारा कंपनी को देय राशि।
- **सम्पत्तियां:** कंपनी द्वारा धारित और अपने व्यवसाय को प्रचालित करने के लिए प्रयोग की जाने वाली सभी चीजों का मूल्य।
- **तुलन पत्र:** कंपनी की संपत्तियों, देयताओं, और किसी विशिष्ट समय पर स्वामी की ईविवटी का सारांश।
- **बॉटम लाइन:** किसी महीने के अंत में व्यवसाय द्वारा अर्जित या गंवाई गई कुल राशि।
- **व्यवसाय:** कोई संगठन, जो लाभ अर्जित करने के उद्देश्य से काम करता है।
- **व्यापार से व्यापार (B2B):** कोई व्यवसाय जिसके द्वारा किसी दूसरे व्यवसाय को माल या सेवाओं की बिक्री की जाती है।
- **उपभोक्ता से व्यापार (B2C):** कोई व्यवसाय जिसके द्वारा अंतिम उपयोगकर्ताओं को माल या सेवाओं की बिक्री का जाती है।
- **पूंजी:** किसी व्यवसाय का उसके खातों, संपत्तियों तथा निवेशों में लगा धन। दो मुख्य प्रकार की पूंजी में ऋण और ईविवटी शामिल होते हैं।
- **नकदी प्रवाह:** व्यवसाय में एक महीने के दौरान निधियों की समग्र आवाजाही, जिसमें आय और व्यय शामिल हैं।
- **नकदी प्रवाह विवरण:** समय की किसी विशिष्ट अवधि के दौरान व्यवसाय में आने और जाने वाली पूंजी को दर्शाने वाला विवरण।
- **ठेका (संविदा):** वेतन के लिए काम करने हेतु एक औपचारिक समझौता।
- **मूल्य हास:** समय के साथ किसी संपत्ति की कीमत में कमी।
- **स्वर्च:** किसी व्यवसाय द्वारा अपने प्रचालनों के दौरान वहन की जाने वाली लागतें।
- **वित्त:** धन और अन्य संपत्तियों का प्रबंधन और आवंटन।

- **वित्तीय रिपोर्ट:** व्यवसायिक लेन देनों और व्ययों का व्यापक लेखा-जोखा
- **नियत लागत:** एक बार किया जाने वाला खर्च।
- **आय विवरण (लाभ और हानि विवरण):** किसी समयवधि में व्यवसाय की लाभप्रदता को दर्शाता है।
- **देयताएं:** वह मूल्य जो व्यवसाय द्वारा किसी दूसरे को देय होता है।
- **विपणन:** उत्पाद या सेवा के संवर्धन, विक्रय और वितरण की प्रक्रिया।
- **निवल आय/लाभ:** राजस्व घटा व्यय।
- **निवल संपत्ति:** व्यवसाय की कुल कीमत
- **पेबैक (चुकोती) अवधि:** व्यवसाय में किए गए निवेश की वसूली में लगने वाला समय।
- **लाभ मार्जिन:** लाभ का अनुपात, जिसे राजस्व द्वारा विभाजित किया जाता है और प्रतिशत के रूप में दर्शाया जाता है।
- **निवेश प्रतिफल (ROI):** व्यवसाय द्वारा निवेश पर प्रतिफल के रूप में प्राप्त की जाने वाली राशि।
- **राजस्व:** व्ययों को घटाने से पूर्व आय की कुल राशि।
- **विक्रय संभावना:** एक संभावित ग्राहक।
- **आपूर्तिकर्ता:** व्यवसाय को आपूर्तियों का प्रदाता।
- **लक्षित बाजार:** ग्राहकों का एक विशिष्ट समूह जिनके लिए कंपनी के उत्पाद और सेवाएं लक्षित होती हैं।
- **मूल्यन:** व्यवसाय की कुल संपत्ति का समग्र अनुमान।
- **विचलनशील लागत:** व्यवसाय की गतिविधि के अनुपात में परिवर्तित होने वाले व्यय।
- **कार्यशील पूंजी:** मौजूदा संपत्तियां घटा चालू देयताओं के आधार पर परिकल्पित।

7.6.3. CRM और नेटवर्किंग

CRM क्या है?

CRM का अर्थ है ग्राहक संबंध प्रबंधन मूल रूप से ग्राहक संबंध प्रबंधन का आशय ग्राहकों के साथ अपने संबंधों का प्रबंधन करना था। लेकिन, वर्तमान में, इसका आशय IT प्रणालियां और सॉफ्टवेयर से है जिनका डिज़ाइन कंपनियों द्वारा अपने संबंधों के प्रबंधन के लिए किया जाता है।

CRM की आवश्यकता

कंपनी द्वारा अपने ग्राहकों के साथ जितने अच्छे तरीके से अपने संबंधों का प्रबंधन किया जाएगा, कंपनी की सफलता की संभावनाएं उतनी ही अधिक होंगी। किसी उद्यमी के लिए, मौजूदा ग्राहकों को सफलतापूर्वक अपने साथ बनाए रखना और उद्यम का विस्तार बहुत अधिक महत्वपूर्ण होता है। इसी कारण से ऐसी IT प्रणालियों, जिनमें ग्राहकों के साथ व्यवहार करने से जुड़ी समस्याओं का समाधान दैनिक आधार पर किया जाता है, की मांग बढ़ती जा रही है।

ग्राहक समय के साथ साथ परिवर्तन अपेक्षित होता है, और प्रौद्योगिकी से वास्तव में यह समझना आसान बनाया जा सकता है कि ग्राहक वास्तव में चाहते क्या हैं। इस अंतर्ज्ञान से कंपनियों को अपने ग्राहकों की ज़रूरतों के प्रति अधिक प्रतिक्रियाशील होने में सहायता मिलती है। इससे वे ज़रूरत होने पर अपने व्यवसाय को बदल पाने में समर्थ होते हैं, ताकि उनके ग्राहकों को संभवतः सर्वश्रेष्ठ रूप से सेवाएं प्रदान की जा सकें। सरल शब्दों में कहा जाए तो CRM से कंपनियों को अपने ग्राहकों के मूल्य को स्वीकार करने में सहायता मिलती है और वे उन्नत ग्राहक संबंधों का दोहन कर सकने में सक्षम हो पाती हैं।

CRM के लाभ

CRM के अनेक महत्वपूर्ण लाभ होते हैं:

- इससे मौजूदा ग्राहकों के साथ संबंधों में सुधार करने में सहायता मिलती है जिसके परिणाम स्वरूप:
 - » बिक्री में बढ़ोतरी होती है
 - » ग्राहक की आवश्यकताओं की पहचान हो पाती है

» उत्पादों का क्रॉस विक्रय संभव हो पाता है

- इससे आप अपने उत्पादों या सेवाओं का बेहतर विपणन कर सकते हैं।
- इससे ग्राहक की संतुष्टि और उसे अपने साथ बनाए रखने में सुधार होता है।
- इससे सर्वाधिक लाभदायक ग्राहकों की पहचान करके और उन पर ध्यान केन्द्रित करके लाभप्रदता में सुधार होता है।

6.3.3.1 नेटवर्किंग क्या है?

व्यवसाय में, नेटवर्किंग का अर्थ है अपने व्यवसाय और व्यक्तिगत कनेक्शनों का दोहन करना ताकि नए कारोबार की नियमित आपूर्ति प्राप्त की जा सके। मार्केटिंग की यह विधि प्रभावी और साथ ही निम्न लागत वाली होती है। यह विक्रय के अवसरों और संपर्कों का विकास करने का शानदार तरीका है। नेटवर्किंग, रेफरल्स और परिचयों पर निर्भर हो सकती है या ऐसा फोन, ईमेल, सामाजिक और व्यवसायिक नेटवर्किंग वेबसाइट्स के माध्यम से किया जा सकता है।

नेटवर्किंग की आवश्यकता

कारोबार से जुड़े लोगों के लिए नेटवर्किंग एक अनिवार्य व्यक्तिगत कौशल है, लेकिन यह उद्यमियों के लिए उससे भी कहीं अधिक महत्वपूर्ण है। नेटवर्किंग की प्रक्रिया की जड़ें, रिश्तों के सृजन से जुड़ी हैं। नेटवर्किंग के परिणामस्वरूप विस्तारित संचार संभव होता है और उद्यमिता पारिस्थिति प्रणाली में एक सशक्त उपस्थिति को दर्ज किया जाता है। इससे दूसरे उद्यमियों के साथ मजबूत रिश्ते बनाने में मदद मिलती है।

पूरी दुनिया में होने वाले बिजनेस नेटवर्किंग आयोजन, समान सोच रखने वाले उद्यमियों, जो संचार, विचार विनिमय और सोच को वास्तविकता में बदलने के लिए समान मूलभूत मान्यताओं को साझा करते हैं, को आपस में एक-दूसरे से जोड़ने में बहुत बड़ी भूमिका निभाते हैं। इस प्रकार के नेटवर्किंग कार्यक्रमों द्वारा संभावित निवेशकों के साथ उद्यमियों को जोड़ने में भी अति महत्वपूर्ण भूमिका निभाई जाती है। उद्यमी व्यापक रूप से भिन्न अनुभव और पृष्ठभूमियों वाले हो सकते हैं, लेकिन उन सभी के मन में एक समान लक्ष्य होता है - वे सभी सम्पर्क, प्रेरणा, सलाह, अवसर और विश्वसनीय सलाहकार चाहते हैं। नेटवर्किंग से उन्हें ऐसा करने का एक मंच प्राप्त हो जाता है। नेटवर्किंग के लाभ

उद्यमियों को नेटवर्किंग से असंख्य लाभ प्राप्त होते हैं कुछ बड़े लाभ निम्नलिखित हैं:

- उच्च-स्तरीय लीड्स प्राप्त होती हैं
- कारोबार के अधिक अवसर मिलते हैं
- उपयुक्त कनेक्शनों के लिए बेहतर स्रोत
- एक समान सोच वाले उद्यमियों से सलाह की प्राप्ति
- भावी परिदृश्य का अनुमान और आपके प्रोफाइल का संवर्धन
- सकारात्मक और उत्साही लोगों से मुलाकात
- आत्मविश्वास में बढोतरी
- दूसरे की सहायता से मिलने वाली संतुष्टि
- सशक्त और स्थाई मित्रता की स्थापना

7.6.3.2 सुझाव

- आवश्यकताओं की पहचान करने और फीडबैक प्राप्त करने के लिए सोशियल मीडिया इंटरैक्शन्स का प्रयोग करें
- नेटवर्किंग करते समय, हां/नहीं जैसे प्रश्नों की बजाए, खुले प्रश्न पूछें

7.6.4 व्यवसाय योजना: लक्ष्य क्यों निर्धारित किए जाएं

लक्ष्यों को तय करना महत्वपूर्ण होता है क्योंकि इससे आपको दीर्घकालिक विज़न और अल्पकालिक प्रेरणा प्राप्त होती है। लक्ष्य अल्पकालिक, मध्यावधि और दीर्घकालिक हो सकते हैं।

अल्पकालिक लक्ष्य

- यह तात्कालिक भविष्य के लिए विशिष्ट लक्ष्य होते हैं। उदाहरण: खराब हो चुकी मशीन की मरम्मत कराना। मध्यम अवधि लक्ष्य
- ये लक्ष्य आपके अल्पकालिक लक्ष्यों पर निर्मित होते हैं।
- इनका आपके अल्पकालिक लक्ष्यों की तरह इतना अधिक विशिष्ट होना ज़रूरी नहीं है।

उदाहरण: सेवा समझौते की व्यवस्था करना ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि आपकी मशीन फिर से खराब नहीं होती है।

दीर्घकालिक लक्ष्य

इन लक्ष्यों के लिए समय और नियोजन की आवश्यकता होती है। आमतौर पर इन्हें प्राप्त करने में एक वर्ष या अधिक समय लगता है।

उदाहरण: अपने खर्चों की योजना बनाना ताकि आप नई मशीनों को खरीद सकें।

व्यवसाय योजना क्यों तैयार की जाए

व्यवसाय योजना, यह समझने का एक साधन है कि अपने कारोबार को संजो कर कैसे रखा जाए। इसका प्रयोग प्रगति पर नज़र रखने, की निगरानी करने, जवाबदेही को बढ़ावा देने और कारोबार के भविष्य को नियंत्रित करने के लिए किया जा सकता है। आमतौर पर इसके द्वारा 3-5 वर्ष का पूर्वानुमान प्राप्त होता है और इसमें उस योजना को रेखांकित किया जाता है, जिसे कंपनी अपना राजस्व बढ़ाने के लिए अमल में लाना चाहती है। महत्वपूर्ण कर्मचारियों या भावी निवेशकों की अभिरूचि को प्राप्त करने के लिए भी व्यवसाय योजना एक महत्वपूर्ण साधन है।

विशिष्ट रूप से व्यवसाय योजना में आठ तत्व शामिल होते हैं।

7.6.4.1 व्यवसाय योजना के तत्व

कार्यकारी सारांश

कार्यकारी सारांश टाइल पृष्ठ के अनुसार है। सारांश में, कारोबार स्वामी के रूप में और कारोबार जैसे स्वरूप में आपकी इच्छाओं का संक्षिप्त में स्पष्ट वर्णन किया जाना चाहिए। यह आपके व्यवसाय और आपकी योजनाओं की समीक्षा है। आदर्श रूप से यह 1-2 पृष्ठों से ज़्यादा नहीं होना चाहिए।

आपके कार्यकारी सारांश में निम्नलिखित शामिल होना चाहिए:

- **मिशन वक्तव्य:** समग्र रूप से अपने व्यवसाय के स्वरूप को समझाना।
उदाहरण: Nike का मिशन वक्तव्य
Nike का मिशन वक्तव्य, “दुनिया के प्रत्येक खिलाड़ी में प्रेरणा और इनोवेशन का विकास करना।”
- **कंपनी जानकारी:** इसमें यह जानकारी निहित होती है कि आपके व्यवसाय की स्थापना कब की गई थी, संस्थापकों के नाम और भूमिकाएं, कर्मचारियों की संख्या, आपके कारोबार का स्थान आदि।
- **विकास संबंधी विशिष्ट तथ्य:** कंपनी के विकास के उदाहरणों का उल्लेख करें। जहां भी संभव हो वहां ब्राप्स और चार्ट्स का इस्तेमाल करें।
- **आपके उत्पाद/सेवाएं:** प्रदान किए जाने वाले उत्पादों तथा सेवाओं का वर्णन करें।
- **वित्तीय जानकारी:** मौजूदा बैंक और निवेशकों की जानकारी प्रदान करना।
- **भावी योजनाओं को सारांश रूप से प्रस्तुत करें:** वर्णन करें कि आप भविष्य में अपने कारोबार के बारे में क्या अभिकल्पना करते हैं।

व्यवसाय विवरण

आपकी व्यवसाय योजना के दूसरे खण्ड में आपके कारोबार के विभिन्न तत्वों की विस्तृत समीक्षा उपलब्ध कराई जानी चाहिए। इससे संभावित ब्राहकों को आपकी व्यावसायिक योजना और आपकी पेशकशों की विशिष्टता को सही-सही समझने में मदद मिलेगी।

आपके व्यावसायिक विवरण में निम्नलिखित तथ्य शामिल होने चाहिए:

- आपके व्यावसाय की प्रकृति का वर्णन
- वे बाज़ार आवश्यकताएं जिन्हें आप संतुष्ट करने का लक्ष्य रखते हैं
- आपके उत्पादों और सेवाओं द्वारा इन आवश्यकताओं को किस तरह से पूरा किया जाता है।
- वे विशिष्ट उपभोक्ता और संगठन जिन्हें आप सेवाएं प्रदान कराने का इरादा रखते हैं।
- आपके विशिष्ट प्रतिस्पर्धात्मक लाभ

बाज़ार विश्लेषण

बाज़ार विश्लेषण खण्ड आमतौर पर व्यावसायिक विवरण के बाद आता है इस खण्ड का उद्देश्य आपके उद्योग और बाज़ार जानकारी या ज्ञान को दिखाना होता है। यह वह खण्ड है जहां पर आपको अपने शोध परिणामों और निष्कर्षों को दर्शाना चाहिए।

आपके बाज़ार विश्लेषण में निम्नलिखित शामिल होने चाहिए:

- आपका उद्योग विवरण और परिप्रेक्ष्य (आउटलुक)
- आपके लक्षित बाज़ार से संबंधित जानकारी
- आपके लक्ष्य दर्शकगण की आवश्यकताएं और जनसांख्यिकी
- आपके लक्षित बाज़ार का आकार
- आप कितने मार्केट शेयर पर कब्जा करना चाहते हैं।
- आपकी कीमत संबंधी संरचना
- आपका प्रतिस्पर्धात्मक विश्लेषण
- कोई विनियामक अपेक्षाएं

संगठन और प्रबंधन

यह खण्ड बाज़ार विश्लेषण के तत्काल बाद आना चाहिए। आपके संगठन और प्रबंधन खण्ड में निम्नलिखित शामिल होना चाहिए:

- आपकी कंपनी का संगठनात्मक ढांचा
- आपकी कंपनी के स्वामित्व का ब्यौरा
- आपके प्रबंधन दल का ब्यौरा
- आपके निदेशकों की योग्यता
- प्रत्येक डिविज़न /विभाग का विस्तृत विवरण और इसके कार्य
- आपके द्वारा अपने कर्मचारियों को दिया जाने वाला वेतन और लाभ
- आपके द्वारा प्रदान किए जाने वाले प्रोत्साहन (इंसेन्टिव्स)

सेवा या उत्पाद लाइन

अगला खण्ड सेवा या उत्पाद लाइन खण्ड है। यहां पर आप अपनी सेवा या उत्पाद का वर्णन करते हैं, संभावित और मौजूदा ग्राहकों को मिलने वाले लाभों पर बल देते हैं। विस्तार से समझाएं कि आपके उत्पाद की पसंद से क्या आपके लक्षित ग्राहकों की आवश्यकताओं की पूर्ति होगी।

आपके सेवा और उत्पाद लाइन खण्ड में निम्नलिखित शामिल होना चाहिए:

- आपके उत्पाद/सेवा का वर्णन
- आपके उत्पाद या सेवा के जीवन चक्र का वर्णन
- किसी कॉपीराइट या पेटेंट आवेदन की सूची

- किसी R & D गतिविधि का विवरण जिसमें आप शामिल हैं अथवा शामिल होने की योजना रखते हैं।

विपणन और विक्रय

एक बार जब आपकी योजना का सेवा या उत्पाद लाइन खण्ड पूरा हो जाता है, तो आपको अपने व्यवसाय के लिए विपणन और विक्रय प्रबंधन कार्यनीति के वर्णन पर कार्य आरम्भ करना चाहिए।

आपके विपणन खण्ड में निम्नलिखित कार्यनीतियां शामिल होनी चाहिए:

- **बाज़ार पैठ कार्यनीति:** इस कार्यनीति में मौजूदा बाजारों में आपके मौजूदा उत्पादों या सेवाओं को बेचने पर ध्यान केन्द्रित किया जाता है, ताकि आपके मार्केट शेयर हिस्से को बढ़ाया जा सके।
- **विकास कार्यनीति:** इस कार्यनीति में मार्केट शेयर को बढ़ाने पर ध्यान केन्द्रित किया जाता है, चाहे इससे उत्पादों में आय में कमी ही क्यों न हो।
- **वितरण के चैनल कार्यनीति:** ये थोक विक्रेता, खुदरा विक्रेता, वितरक और इंटरनेट भी हो सकते हैं।
- **संचार कार्यनीति:** ये लिखित कार्यनीतियां (ई-मेल, पाठ, चैट), मौखिक कार्यनीतियां (फोन कॉल्स, वीडियो कॉल्स, आमने सामने बैठ कर बातचीत करना), गैर मौखिक कार्यनीतियां (भाव भंगिमाएं, चेहरे के भाव, स्वर का लहज़ा) और दृश्यक कार्यनीतियां (संकेत, वेबपृष्ठ, उदाहरण) हो सकती हैं।

आपके विक्रय खण्ड में निम्नलिखित जानकारी होनी चाहिए:

- **कार्यबल कार्यनीति:** इस कार्यनीति में उद्यम के राजस्व को बढ़ावा देने पर ध्यान केन्द्रित किया जाता है।
- आपकी विक्रय संबंधित गतिविधियों का विवरण (ब्रेकडाउन): **इसका अर्थ विस्तार से यह तय करना है, कि आप अपने उत्पादों और सेवाओं को किस प्रकार से बेचने का इरादा रखते हैं** - क्या आप इसे ऑफलाइन या ऑनलाइन बेचेंगे, आप कितने यूनिट्स को बेचने का इरादा रखते हैं, आपकी प्रत्येक यूनिट को किस कीमत पर बेचने की योजना है, आदि।

वित्तपोषण अनुरोध

यह खण्ड विशिष्ट रूप से उन लोगों के लिए है जिन्हें अपने उद्यम के लिए वित्त पोषण की आवश्यकता होती है। वित्त पोषण खण्ड में निम्नलिखित जानकारी शामिल होनी चाहिए:

- वर्तमान में आपको कितना वित्त पोषण चाहिए।
- अगले पांच वर्षों के दौरान आपको कितना वित्त पोषण चाहिये होगा। यह आपके दीर्घकालिक लक्ष्यों पर निर्भर करेगा।
- आप किस प्रकार का वित्त पोषण चाहते हैं और आप इसका कैसे प्रयोग करने की योजना रखते हैं। क्या आपको ऐसा वित्त पोषण चाहिए जिसका प्रयोग केवल विशिष्ट उद्देश्य के लिए किया जा सके, या वह वित्त-पोषण जिसका प्रयोग किसी भी आवश्यकता के लिए किया जा सके?
- भविष्य के लिए कार्यनीतिक योजनाएं इसमें आपकी दीर्घकालिक योजनाओं का विस्तृत विवरण शामिल होगा - ये योजनाएं क्या हैं, और इन योजनाओं को लागू करने के लिए आपको कितने पैसे की ज़रूरत होगी।
- ऐतिहासिक और भावी वित्तीय जानकारी ऐसा आपके समस्त वित्तीय रिकार्ड्स को तैयार करके और उन्हें बनाए रख कर किया जा सकता है, जिसकी शुरुआत आपके द्वारा उद्यम को शुरू करने से लेकर आज तक के वित्तीय रिकार्ड्स को तैयार करने से होती है। इसके लिए अपेक्षित दस्तावेजों में आपका तुलन पत्र जिसमें आपकी कंपनी की सम्पत्तियों और देयताओं का ब्यौरा शामिल होता है, आपका आय विवरण जिसमें आपकी कंपनी के राजस्व, व्यय और वर्ष के लिए निवल आय को सूचीबद्ध किया जाता है, आपकी कर विवरणियां (आम तौर पर पिछले तीन वर्ष की) और आपका नकदी प्रवाह बजट शामिल होता है जिसमें आने वाली नकदी, और बाहर जाने वाली नकदी का वर्णन किया जाता है और यह उल्लेख किया जाता है कि क्या आपके पास महीने के अंत में नकदी की कमी है (नकारात्मक शेष) है अथवा अधिशेष (सकारात्मक शेष) है।

वित्तीय नियोजन

इससे पहले की आप अपने उद्यम का निर्माण करने की शुरुआत करें, आपको अपने वित्त आदि की योजना बनानी होती है। वित्तीय नियोजन के चरणों पर ध्यान दें:

- **चरण 1:** वित्तीय योजना तैयार करें इसमें आपके लक्ष्य, कार्यनीतियां और इन लक्ष्यों को पूरा करने के लिए समयावधियां शामिल होनी चाहिए।
- **चरण 2:** अपने सभी महत्वपूर्ण वित्तीय दस्तावेजों की व्यवस्था करें अपने निवेश ब्यौरे, बैंक विवरण, कर संबंधी कागज़ात, क्रेडिट कार्ड बिल्स, बीमा संबंधी कागज़ात और किसी भी अन्य वित्तीय रिकॉर्ड को फाइल में संजो कर रखें।

- **चरण 3:** अपनी निवल संपत्तियों का परिकलन करें इसमें अपनी स्वयं की संपत्तियों (सम्पत्तियां जैसे घर, बैंक खाते, निवेश आदि) का परिकलन करना और उसमें से आपके द्वारा देय राशियां (देयताएं जैसे ऋण, लंबित क्रेडिट कार्ड विवरण आदि) को घटाया जाना होता है, और इसे बाद जो शेष रह जाता है वह आपकी निवल संपत्तियां होती हैं।
- **चरण 4:** व्यय करने की योजना तैयार करें इसका अर्थ है कि विस्तार से यह लिखें कि आपका पैसा कहां से आएगा और कहां जाएगा।
- **चरण 5:** आपातकालीन निधि बनाएं एक अच्छी आपातकालीन निधि में इतना धन शामिल होता है जिससे कम से कम 6 महीनों के खर्चों को कवर किया जा सके।
- **चरण 6:** अपना बीमा निर्धारित करें। बीमा से दीर्घकालिक वित्तीय सुरक्षा मिलती है और आपको जोखिमों के विरुद्ध सुरक्षा प्राप्त होती है।

जोखिम प्रबंधन

उद्यमी के रूप में, आपके लिए यह महत्वपूर्ण है कि आप जिस प्रकार के उद्यम की शुरुआत करना चाहते हैं, उससे जुड़े जोखिमों का मूल्यांकन करें, इससे पहले की आप कंपनी की स्थापना करें। आपके द्वारा जब संभावित जोखिमों की पहचान कर ली जाती है, आप उन्हें कम करने के लिए कदम उठा सकते हैं। जोखिमों का प्रबंधन करने के कुछ तरीके निम्नलिखित हैं:

- समान कारोबारों पर शोध करें और उनके जोखिमों का पता लगाएं और यह जानकारी प्राप्त करें कि उन्हें कैसे न्यूनतम किया गया है।
- मौजूदा बाज़ार रुझानों का मूल्यांकन करें और यह पता लगाएं कि क्या इसी प्रकार के उत्पाद और सेवाएं, जिन्हें कुछ समय पहले पेश किया गया था, उन्हें आज भी लोगों द्वारा पूर्ण रूप से स्वीकार किया जा रहा है या नहीं।
- इस बात पर विचार करें कि क्या आप अपने उत्पाद या सेवा को पेश करने के लिए वास्तव में अपेक्षित विशेषज्ञता रखते हैं।
- अपने वित्त की जांच करें और देखें कि क्या आपके पास उद्यम को शुरू करने के लिए पर्याप्त आमदनी है।
- अर्थव्यवस्था की मौजूदा स्थिति के प्रति जागरूक रहें, विचार करें कि समय के साथ अर्थव्यवस्था में कैसे परिवर्तन हो सकता है, और इस बात पर विचार करें कि इनमें से किसी भी परिवर्तन से आपका उद्यम किस प्रकार से प्रभावित हो सकता है।
- विस्तृत व्यवसाय योजना तैयार करें

7.6.4.2 सुझाव

- सुनिश्चित करें कि आपकी योजना में समस्त महत्वपूर्ण तत्वों को कवर किया जाये।
- ऑफ़इस की डेटा की गहन जाँच कर लें।
- संक्षिप्तता बरतें और सार्थकवादी रहें।
- अपनी कार्यप्रणाली और पूर्वानुमान के संबंध में सतर्कता बरते (अनुदारवादी रहें)
- जहां कहीं संभव हो विज़ुअल्स जैसे चार्ट्स, ग्राफ़्स और छवियों का प्रयोग करें

7.6.5 बैंक वित्त पोषण के लिए प्रक्रिया और औपचारिकताएं

बैंक वित्त पोषण की आवश्यकता

उद्यमियों के सामने सबसे कठिन चुनौती स्टार्टअप्स के लिए फंड जुटाने की होती है। उपलब्ध विभिन्न वित्त पोषण विकल्पों के साथ, उद्यमियों को इस बात पर गहन विचार करना होता है कि उनके लिए कौन-सी वित्त पोषण विधि सर्वश्रेष्ठ रहेगी। भारत में, बैंक स्टार्टअप्स के लिए सबसे बड़े वित्त पोषक हैं, और वे ही प्रतिवर्ष हजारों स्टार्टअप्स का वित्त पोषण करते हैं।

7.6.5.1 उद्यमियों को वित्त पोषण के लिए बैंक को कौन सी जानकारी देनी चाहिए

बैंक से संपर्क करते समय, उद्यमियों को उन विभिन्न मानदण्डों की स्पष्ट जानकारी होनी चाहिए जिनका प्रयोग बैंक द्वारा ऋण आवेदनों की स्क्रीनिंग, रेटिंग और प्रसंस्करण करने के लिए किया जाना है। उद्यमियों को बैंक को सटीक और सही जानकारी प्रदान करने के महत्व के प्रति भी जागरूक होना चाहिए। वित्तीय संस्थानों के लिए पहले की अपेक्षा अब ऋण आवेदकों के चूक संबंधी व्यवहार का पता लगाना बहुत ही आसान हो चुका है। बैंक से वित्त पोषण की अपेक्षा करने वाले उद्यमियों को अपनी सामान्य जानकारी, वित्तीय स्थिति और गारंटी या समपार्थिक (कोलैटरल्स) आदि, जिसे वे उपलब्ध करा सकते हैं, के बारे में जानकारी प्रदान करनी चाहिए।

सामान्य जानकारी

यहां पर आप, एक उद्यमी के रूप में, बैंक को अपने बैंकब्रांड की जानकारी दे सकते। इस प्रकार की जानकारी में निम्नलिखित शामिल होता है:

- **परिचय पत्र:** इस पत्र को एक सम्माननीय कारोबारी व्यक्ति द्वारा लिखा जाना चाहिए जो आपको भली भांति जानता है ताकि वह आपका परिचय दे सके। इस पत्र का लक्ष्य आपकी उपलब्धियों को गिनाना है और आपके चरित्र और सत्यनिष्ठा का सत्यापन करना है।
- **आपका प्रोफाइल:** मूल रूप से यह आपका जीवन-वृत्त है। आपको बैंक को अपनी शैक्षणिक उपलब्धियों, पेशेवर प्रशिक्षण, योग्यताओं, रोजगार रिकार्ड्स और उपलब्धियों का उपयुक्त ब्यौरा प्रदान करना होता है।
- **बिजनेस ब्रोशर (विवरणिका):** विशिष्ट रूप से किसी व्यवसाय विवरणिका में कंपनी के उत्पादों, क्लाइंट्स, कारोबार कितने समय से किया जा रहा है, आदि की जानकारी प्रदान की जाती है।
- **बैंक और अन्य संदर्भ:** यदि आपका किसी अन्य बैंक में खाता है, तो इन बैंक विवरणों को प्रदान करना एक अच्छी बात होगी।
- **कंपनी के स्वामित्व या पंजीकरण की जानकारी:** कुछ मामलों में, आपको कंपनी के स्वामित्व और पंजीकरण का साक्ष्य देना पड़ सकता है। सम्पत्तियों और देयताओं की सूची की भी ज़रूरत हो सकती है।

वित्तीय स्थिति

बैंक आपके उद्यम की मौजूदा वित्तीय स्थिति की जानकारी की अपेक्षा कर सकते हैं। आपके द्वारा तैयार की जाने वाली मानक वित्तीय रिपोर्ट्स में निम्नलिखित जानकारी शामिल होनी चाहिए:

- तुलन पत्र
- लाभ और हानि खाता
- नकदी प्रवाह विवरण
- अनुमानित बिक्री और राजस्व
- व्यापार योजना
- संभाव्यता अध्ययन

गारंटी या समपार्थिक

आमतौर पर बैंक आपको बिना सिक्योरिटी के ऋण देने से इंकार कर देंगे। आप सिक्योरिटी के तौर पर सम्पत्तियां दे सकते हैं और यदि आप ऋण की चुकौती करने में विफल रहते हैं तो बैंक उन्हें जब्त कर सकते हैं और बेच सकते हैं। नियत सम्पत्तियां जैसे मशीनरी, उपकरण, वाहन आदि पर ऋण की सिक्योरिटी के लिए विचार किया जा सकता है।

7.6.5.2 बैंक द्वारा ऋण प्रदान करने के मानदण्ड

यदि आप निम्नलिखित उधार देने के मानदण्डों को पूरा कर सकते हैं, तो वित्त पोषण के आपके अनुरोध को मंजूर किये जाने की उच्चतर संभावनाएं होती हैं।

- बेहतर नकदी प्रवाह
- पर्याप्त शेयरधारक निधियां
- पर्याप्त सिक्योरिटी

- कारोबार में अनुभव
- अच्छी प्रतिष्ठा

प्रक्रिया

वित्त पोषण हेतु आवेदन करने के लिए निम्नलिखित प्रक्रिया का पालन किया जाना चाहिए।

- अपने आवेदन प्रपत्र और अन्य सभी अपेक्षित दस्तावेजों को बैंक में प्रस्तुत करें।
- बैंक द्वारा आपकी उधार पात्रता का सावधानीपूर्वक आकलन किया जाएगा और प्रबंधन, वित्त, प्रचालन, और औद्योगिक जानकारी और विगत ऋण निष्पादन जैसे पैरामीटर्स का विश्लेषण करके आपको रेटिंग प्रदान की जाएगी।
- बैंक द्वारा निर्णय किया जाएगा कि क्या आपको वित्त पोषण दिया जाए अथवा नहीं।

7.6.5.3 सुझाव



- अनुभवी बैंकर्स से वित्त पोषण विकल्पों के बारे में सलाह प्राप्त करें।
- सजग रहें और जितनी आपको आवश्यकता है, उससे अधिक उधार न लें, न ही अपनी आवश्यकता से अधिक लंबी अवधि के लिए उधार लें और इसके लिए अपनी सुविधा से परे उच्च ब्याज दर भी उधार लेने से बचें।

7.6.6 उद्यम प्रबंधन- एक समीक्षा

अपने उद्यम का प्रभावशाली रूप से प्रबंधन करने के लिए, आपको विभिन्न पहलुओं पर विचार करना होगा जिसमें दिन प्रतिदिन की गतिविधियों के प्रबंधन से लेकर, किसी बड़ी घटना का प्रबंधन शामिल है। अपनी कंपनी के प्रभावी प्रबंधन के लिए आइये कुछ सरल चरणों पर विचार करते हैं।

चरण 1: अपने लीडरशिप कौशल का प्रयोग करें और जब भी अपेक्षित हो, सलाह प्राप्त करें।

आइये रामू के उदाहरण पर विचार करते हैं, एक उद्यमी जिसने अभी हाल ही में अपना व्यवसाय शुरू किया है। रामू के पास अच्छा लीडरशिप कौशल है - वह ईमानदार है, अच्छे से बातचीत करता है, यह भी जानता है कि काम को किस प्रकार से विभाजित किया जाए आदि। इन लीडरशिप कौशल से सुनिश्चित रूप से रामू को अपने उद्यम के प्रबंधन में सहायता मिलेगी। लेकिन, कभी कभी रामू को ऐसी स्थितियों का सामना करना पड़ता है जिनकी हैंडलिंग के बारे में वह निश्चित रूप से नहीं जानता। रामू को ऐसी स्थिति में क्या करना चाहिए? उसके लिए एक समाधान यह है कि उसे अपने से अधिक अनुभवी मैनेजर का पता लगाना चाहिए जो उसका मार्गदर्शन कर सके। रामू के लिए दूसरा समाधान यह है कि वह अपने ही नेटवर्किंग कौशल का इस्तेमाल करे ताकि वह दूसरे संगठनों के मैनेजर्स से संपर्क कर सके, जो उसे इस प्रकार की स्थितियों के बारे में कार्रवाई करने के बारे में सलाह दे सकते हैं।

चरण 2: अपने कार्यों को दूसरों में बांट दें- इस तथ्य को समझ लें कि आप हर काम स्वयं नहीं कर सकते हैं।

यहां तक कि इस दुनिया में सर्वाधिक कुशल मैनेजर वह हर काम स्वयं नहीं कर पाएगा जिसकी उससे उद्यम द्वारा मांग या आशा की जाती है। किसी समझदार मैनेजर को यह समझना होता है कि उसके उद्यम के प्रबंधन के पीछे सर्वाधिक महत्वपूर्ण बात यह है कि उसे अपने आसपास के लोगों के बीच में अपने कार्य का विभाजन करना चाहिए। इसे डेलीगेशन कहा जाता है: लेकिन डेलीगेशन पर्याप्त नहीं है। यदि कोई मैनेजर बेहतर परिणाम चाहता है, तो उसे प्रभावी रूप से कार्य विभाजन करना चाहिए। यह महत्वपूर्ण है क्योंकि जब विभाजन गलत तरीके से किया जाता है, तो परिणाम स्वरूप आपके लिए और अधिक काम भी पैदा हो सकता है। प्रभावी रूप से कार्य विभाजन के लिए, आपको दो सूचियां तैयार करते हुए काम शुरू करना चाहिए। एक सूची में वह काम होने चाहिए जिनके बारे में आप जानते हैं कि आप स्वयं उनकी देखभाल कर सकते हैं। दूसरी सूची में वे बातें शामिल होनी चाहिए जिनके बारे में आपको विश्वास है कि उनका प्रबंधन और रख रखाव करने के लिए उन्हें दूसरों को दिया जा सकता है। गलत कार्य विभाजन के अलावा, एक अन्य मुद्दा पैदा हो सकता है जिसे आवश्यकता से अधिक डेलीगेशन कहा जाता है। इसका अर्थ है कि अपने बहुत से कार्यों को दूसरों को दे देना। इसके साथ समस्या यह है कि जितने अधिक कार्य आप डेलीगेट करते हैं, उतना ही अधिक समय आपको, उन लोगों के कार्य की प्रगति को ट्रैक करने और उसकी निगरानी करने में लग जाता है, जिनको आपने यह कार्य सौंपे थे। इससे आपके पास अपने काम को पूरा करने के लिए बहुत ही कम समय बचेगा।

चरण 3: काम पर सही व्यक्तियों की नियुक्ति करें

सही व्यक्तियों की नियुक्ति करना आपके उद्यम के प्रभावी प्रबंधन में बहुत ही निर्णायक साबित होता है। कार्य के लिए सर्वाधिक उपयुक्त व्यक्तियों की नियुक्ति करने के लिए, आपको साक्षात्कार की प्रक्रिया के बारे में बहुत ही सजग रहना होगा। आपको संभावित उम्मीदवारों से सही प्रश्न पूछने होंगे और सावधानी से उनके उत्तरों का मूल्यांकन करना होगा। पृष्ठभूमि जांच करना हमेशा ही अच्छा साबित होता है। क्रेडिट जांच करना भी उपयुक्त रहता है, विशेष रूप से जिन व्यक्तियों की आप नियुक्ति करने जा रहे हैं, वे आपके पैसे का रख रखाव करेंगे। प्रत्येक भूमिका, जिसके लिए आप नियुक्ति करने जा रहे हैं, के लिए एक विस्तृत जॉब विवरण तैयार करें और सुनिश्चित करें कि समस्त उम्मीदवारों को जॉब विवरण की स्पष्ट और सही जानकारी है। आपके पास कर्मचारी नियम पुस्तिका होनी चाहिए, जिसमें आपको उन सभी उम्मीदों को शामिल करना चाहिए जो आप अपने कर्मचारियों से रखते हैं। इन सभी कार्यों से यह सुनिश्चित करने में सहायता मिलेगी कि आपके उद्यम को चलाने के लिए आपने सही लोगों से ही संपर्क किया है।

चरण 4: अपने कर्मचारियों को अभिप्रेरित करें और उन्हें भली भांति प्रशिक्षण दें

आपके उद्यम का केवल तभी प्रभावी रूप से प्रबंधन किया जा सकता है जब कर्मचारी आपके उद्यम के लिए कड़ी मेहनत करने के लिए अभिप्रेरित हों। अभिप्रेरित होने के एक भाग के तौर पर, आपके कर्मचारियों को आपके उद्यम के विज़न और मिशन में विश्वास होना चाहिए और वे वास्तव में उनको प्राप्त करने की दिशा में प्रयास करने के इच्छुक होने चाहें। आप अपने कर्मचारियों को सम्मान, बोनस आदि और उपलब्धियों के लिए पुरस्कार आदि प्रदान करके अभिप्रेरित कर सकते हैं। आप उन्हें यह बता कर भी अभिप्रेरित कर सकते हैं कि उनके ही प्रयासों की वजह से कंपनी ने किस प्रकार से सफलता हासिल की है। इससे वे गर्व महसूस करेंगे और उनके मन में उत्तरदायित्व की भावना विकसित होगी जिससे वे और अधिक अभिप्रेरित होंगे।

अपने कर्मचारियों को अभिप्रेरित करने के अलावा, उन्हें निरन्तर नए अभ्यासों और तकनीकों का प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए। याद रखें, कि प्रशिक्षण एक बार किया जाने वाला प्रयास नहीं है। यह सतत प्रयास है जिसे निरन्तर किया जाना चाहिए।

चरण 5: अपने ग्राहकों को भली भांति हैंडल करने के लिए अपने कर्मचारियों को प्रशिक्षण दें

आपके कर्मचारियों को ग्राहक प्रबंधन की कला में पारंगत होना चाहिए। इसका अर्थ है कि वे यह समझने में समर्थ होने चाहिए कि उनके ग्राहक क्या चाहते हैं और साथ ही उन्हें यह भी मालूम होना चाहिए कि उनकी ज़रूरतों को किस तरह से पूरा किया जाए। वे इन बातों को वास्तविक रूप से समझ सकें, उन्हें यह देखना होगा कि आप ग्राहकों के साथ किस प्रकार से प्रभावी रूप से कार्रवाई करते हैं। इसे उदाहरण द्वारा अनुवायं करना कहते हैं। उन्हें यह दिखाएं कि आप अपने क्लाइंट्स की बातों को किस प्रकार गंभीरता से सुनते हैं, और उनकी ज़रूरतों को समझने में आप कितने प्रयास करते हैं। आप अपने क्लाइंट्स से जो प्रश्न पूछते हैं, उन्हें इन प्रश्नों को समझने दें ताकि वे समझ सकें कि कौन से प्रश्न उपयुक्त होते हैं।

चरण 6: अपने उद्यम का प्रभावी विपणन (प्रस्तुतीकरण) करें

अपने उद्यम के प्रभावी विपणन (प्रस्तुतीकरण) के लिए अपने समस्त कौशल और अपने कर्मचारियों के कौशल का उपयोग करें। यदि आपको लगता है कि इस विषय में आपको सहायता की ज़रूरत है, तो आप एक मार्केटिंग एजेंसी की नियुक्ति कर सकते हैं।

अब आपको यह समझ में आ चुका है कि आपके उद्यम को प्रभावी रूप से चलाने के लिए क्या अपेक्षित है, इन बातों को लागू करें और देखें कि आपके उद्यम का प्रबंधन कितना आसान हो जाता है!

7.6.6.1 सुझाव

- अनुभवी बैंकर्स से वित्त पोषण विकल्पों के बारे में सलाह प्राप्त करें।
- सजग रहें और जितनी आपको आवश्यकता है, उससे अधिक उधार न लें, न ही अपनी आवश्यकता से अधिक लंबी अवधि के लिए उधार लें और इसके लिए अपनी सुविधा से परे उच्च ब्याज दर भी उधार लेने से बचें।

7.6.7.20 उद्यमशीलता पर विचार करना

उद्यमशीलता पर विचार करने से पहले स्वयं से पूछे जाने वाले प्रश्न

- मैं कारोबार क्यों शुरू कर रहा हूँ?
- मैं कौन सी समस्या का समाधान करने जा रहा हूँ?

- क्या दूसरों ने इस समस्या का समाधान करने का इससे पहले प्रयास किया था? क्या वे सफल रहे थे अथवा विफल?
- क्या मेरा कोई मार्गदर्शक¹ है, या कोई उद्योग विशेषज्ञ है जिससे मैं सहायता प्राप्त कर सकता हूँ?
- मेरे आदर्श ग्राहक² कौन कौन हैं?
- मेरे प्रतिस्पर्धी³ कौन कौन हैं?
- मेरा कारोबार दूसरे के कारोबार से किस प्रकार से भिन्न है?
- मेरे उत्पाद या सेवा की महत्वपूर्ण विशेषताएं क्या हैं?
- क्या मैंने SWOT⁴ विश्लेषण किया है?
- उस बाज़ार का आकार क्या है जिसमें मेरे उत्पाद या सेवा को खरीदा जाएगा?
- बाज़ार की जांच करने के लिए न्यूनतम व्यवहार्य उत्पाद⁵ को तैयार करने के लिए क्या प्रयास करने होंगे?
- मुझे कारोबार की शुरुआत करने के लिए कितने पैसे की ज़रूरत है?
- क्या मुझे ऋण की आवश्यकता होगी?
- मेरे उत्पाद और सेवाएं कितनी जल्दी उपलब्ध हो सकेंगी?
- मैं न लाभ - न हानि⁶ की स्थिति या लाभ की स्थिति में कब पहुंच जाऊंगा?
- मेरे उद्यम में निवेश करने वाले किस प्रकार से लाभान्वित होंगे?
- मुझे अपने व्यवसाय के लिए किस प्रकार के कानूनी अवसरचना⁷ तैयार करनी होगी?
- मुझे कौन-कौन से कर⁸ देने होते हैं?
- मुझे किस प्रकार के बीमा⁹ की आवश्यकता है?
- क्या फ़ीडबैक के लिए मैंने अपने संभावित ग्राहकों से संपर्क किया है?

7.6.6.1 सुझाव

- इससे पहले कि आप अपना महत्वपूर्ण समय, पैसा और संसाधन अपने कारोबार में लगाएं, यह बहुत महत्वपूर्ण है कि आप अपनी कारोबार संबंधी सोच का सत्यापन या पुष्टि कर लें।
- जितने अधिक प्रश्न आप अपने आप से पूछेंगे, आप उतने ही अपने उद्यम की सफलताओं और विफलताओं की हैंडलिंग करने के लिए तैयार हो पाएंगे।

फुटनोट:

1. एक मार्गदर्शक एक विश्वसनीय और अनुभवी व्यक्ति होता है जो आपको प्रशिक्षित करने और आपका मार्गदर्शन करने के लिए तैयार होता है।
2. ग्राहक कोई ऐसा व्यक्ति होता है जो माल और/या सेवाओं को खरीदता है।
3. प्रतिस्पर्धी ऐसे व्यक्ति या कंपनी होती हैं जो ऐसे उत्पाद और/या सेवाओं की बिक्री करते हैं जो आपके उत्पादों और/या सेवाओं के समान हैं।
4. SWOT का अर्थ है शक्तियां, कमियां, अवसर और जोखिम। अपनी कंपनी के SWOT विश्लेषण के लिए, आपको अपनी कंपनी की सभी शक्तियों और कमियों की सूची तैयार करनी होगी, अपनी कंपनी के लिए उपलब्ध अवसर, और अपनी कंपनी के समक्ष आने वाले जोखिमों की सूची बनानी होगी।
5. एक न्यूनतम व्यवहार्य उत्पाद वह उत्पाद है जिसमें न्यूनतम संभव विशेषताएं होती हैं, जिसे ग्राहकों को बेचा जा सकता है, ताकि उस उत्पाद के संबंध में ग्राहकों से फ़ीडबैक प्राप्त किया जा सके।
6. कोई कंपनी उस समय न लाभ न हानि (ब्रेक इवन) की स्थिति में होती है, जब कंपनी के लाभ उसकी लागत के बराबर होते हैं।
7. कानूनी अवसरचना में, एकल स्वामित्व, साझेदारी या सीमित देयता साझेदारी हो सकती है।

8. दो प्रकार के कर होते हैं- प्रत्यक्ष कर जिनका भुगतान व्यक्ति या कंपनी द्वारा किया जाता है, या अप्रत्यक्ष कर, जिन्हें माल और/या सेवाओं पर लगाया जाता है।
9. दो प्रकार के बीमा होते हैं - जीवन बीमा और सामान्य बीमा जीवन बीमा में मानव जीवन को कवर किया जाता है जबकि सामान्य में पशु, माल, कार आदि जैसी सम्पत्तियों को कवर किया जाता है।



Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत



सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP



N.S.D.C.
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape



**विक्रय हेतु नहीं -
केवल आंतरिक प्रसार के लिए**



मीडिया और मनोरंजन कौशल परिषद्

पता: फेडरेशन हाउस, तानसेन मार्ग, नई दिल्ली- 110001

ईमेल: mesc@ficci.com

फोन: 91-11-23738760-70

Price: ₹