



Participant Handbook

विक्रय हेतु नहीं - केवल आंतरिक प्रसार के लिए

क्षेत्र
मीडिया एंड एंटरटेनमेंट

उप-क्षेत्र
एनीमेशन, गेडमिंग

व्यवसाय
साउंड एडिटर

संदर्भ आईडी: MES/ Q 3404, संस्करण 2.0
NSQF स्तर: 4



साउंड एडिटर

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: 'Sound Editor' QP No. 'MES/Q 3404 NSQF Level 4'

Date of Issuance:

Valid up to: **January 25th, 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 चिन्हित करते हैं।

- साउंड एडिट करना
- डॉक्यूमेंट तथा मीडिया स्टोर करना
- साउंड मिक्स करना
- कार्यस्थल में 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

क्रमांक	मॉड्यूल एवं यूनिटें	पृष्ठ सं.
1.	परिचय एवं अभिमुखीकरण	1
	यूनिट 1.1 मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र से परिचय	3
	यूनिट 1.2 मुख्य शब्द	8
2.	साउंड एडिटिंग (MES / N 3408)	11
	यूनिट 2.1 साउंड एडिटिंग में प्रयोग होने वाली बुनियादी शब्दावली	13
	यूनिट 2.2 साउंड एडिटिंग में प्रयोग होने वाले सॉफ्टवेयर	20
	यूनिट 2.3 Audacity से एडिट करना	28
3.	डॉक्यूमेंट तथा मीडिया स्टोर करना (MES / N 3411)	47
	यूनिट 3.1 मेटा डेटा	49
	यूनिट 3.2 नामकरण परिपाटी	56
	यूनिट 3.3 भंडारण एवं पुनः प्राप्ति	58
4.	साउंड मिक्सिंग (MES/ N 3412)	63
	यूनिट 4.1 मिक्सिंग	65
	यूनिट 4.2 ऑडियो मिक्स तथा एक्सपोर्ट करना	69
	यूनिट 4.3 सहकर्मियों के साथ प्रभावी ढंग से व्यवहार एवं संवाद करना	72
5.	कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना (MES/N0104)	81
	यूनिट 5.1 कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना	83
6.	सॉफ्ट स्किल्स एवं संवाद कौशल	89
	यूनिट 6.1 - सॉफ्ट स्किल्स की प्रस्तावना	91
	यूनिट 6.2 - प्रभावी संवाद	94
	यूनिट 6.3 - ब्रूनिंग एवं स्वच्छता	98
	यूनिट 6.4 - व्यावहारिक कौशल विकास	108
	यूनिट 6.5 - सामाजिक संवाद	119
	यूनिट 6.6 - सामूहिक संवाद	124
	यूनिट 6.7 - समय प्रबंधन	128
	यूनिट 6.8 - रिज्यूमे तैयार करना	132
	यूनिट 6.9 - साक्षरता तैयारी	137
7.	रोज़गार और उद्यमिता कौशल	141
	यूनिट 7.1 - व्यक्तिगत शक्तियां एवं मूल्य प्रणाली	145
	यूनिट 7.2 - डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति	162
	यूनिट 7.3 - धन के मायने	167
	यूनिट 7.4 - रोज़गार एवं स्व रोज़गार के लिए तैयारी करना	176
	यूनिट 7.5 - उद्यमिता को समझना	185
	यूनिट 7.6 - उद्यमी बनने की तैयारी करना	204





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 का महत्व।
2. एडिटर की भूमिका एवं दायित्व।
3. एनीमेशन से संबंधित तकनीकी शब्द।

यूनिट 1.1: मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र से परिचय

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

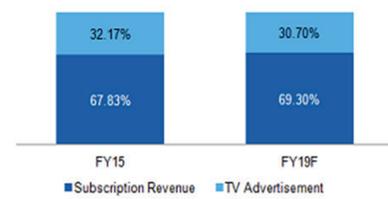
1. हमारे जीवन में मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र का महत्वा
2. एडिटर की भूमिका एवं दायित्वा

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 रोजगार 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 बाजार में 13.9% के CAGR (चक्रवृद्धि वार्षिक वृद्धि दर) से वृद्धि होने की उम्मीद है और यह वर्ष 2014 के रु 1026 अरब के स्तर से उठ कर वर्ष 2019 में 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 एडवर्टाइजिंग 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। यहाँ फिल्म निर्माण के कार्य में 400 निर्माण एवं कॉर्पोरेट घराने संलग्न हैं।

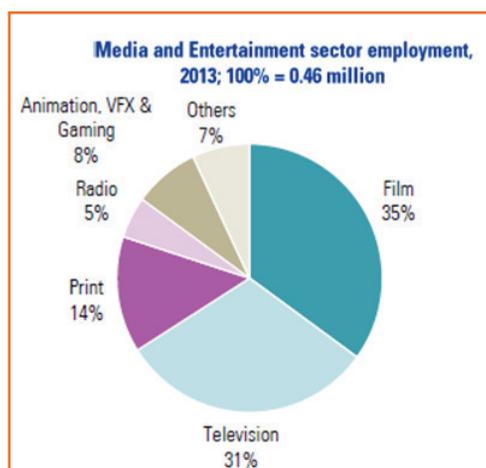
भारत सरकार ने विभिन्न पहल करके मीडिया और मनोरंजन उद्योग की वृद्धि में सहयोग दिया है, जैसे अधिक संस्थागत वित्तपोषण आकर्षित करने के लिए केबल वितरण क्षेत्र का डिजिटलीकरण करना, केबल और DTH सेटलाइट प्लेटफॉर्म में FDI की सीमा को 74 प्रतिशत से बढ़ाकर 100 प्रतिशत करना, और संस्थागत वित्त तक सरल पहुँच हेतु फिल्म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

1.1.2 मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र में रोजगार-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 रोजगार मिला हुआ है जिसकी वर्ष 2022 तक 13 लाख तक पहुँच जाने की उम्मीद है, यानि 2013-22 की अवधि में इससे रोजगार 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

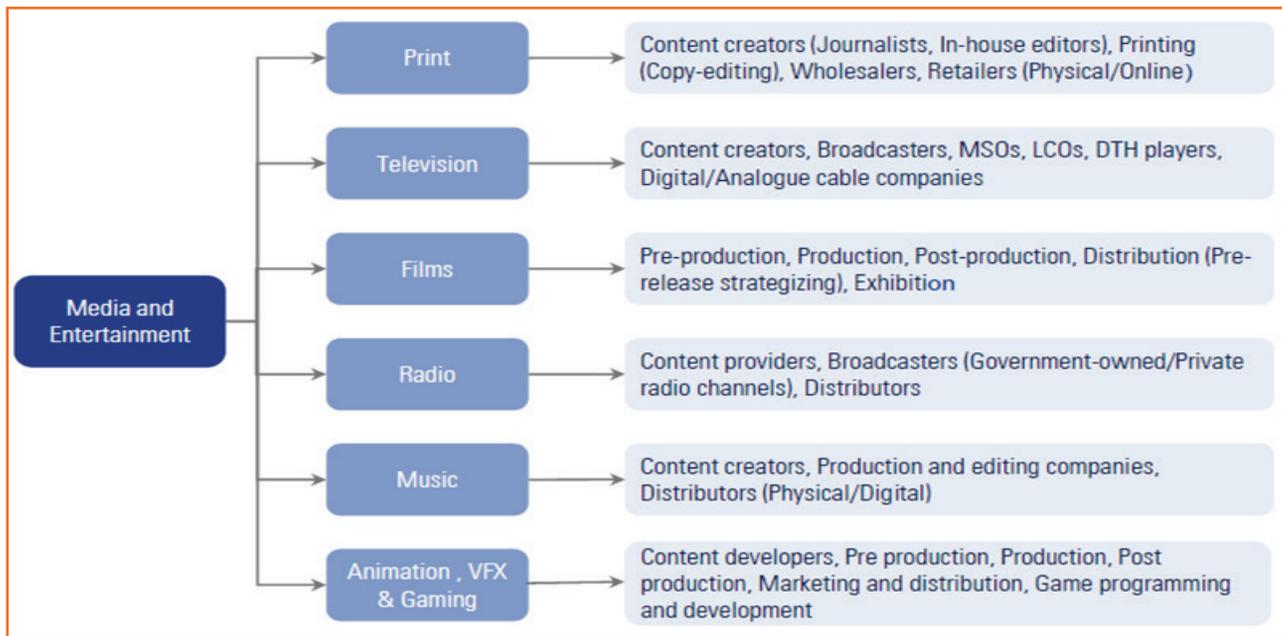
चित्र 1.1.3: मीडिया एंड एंटरटेनमेंट क्षेत्र के विभिन्न उप-क्षेत्रों में रोज़गार

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

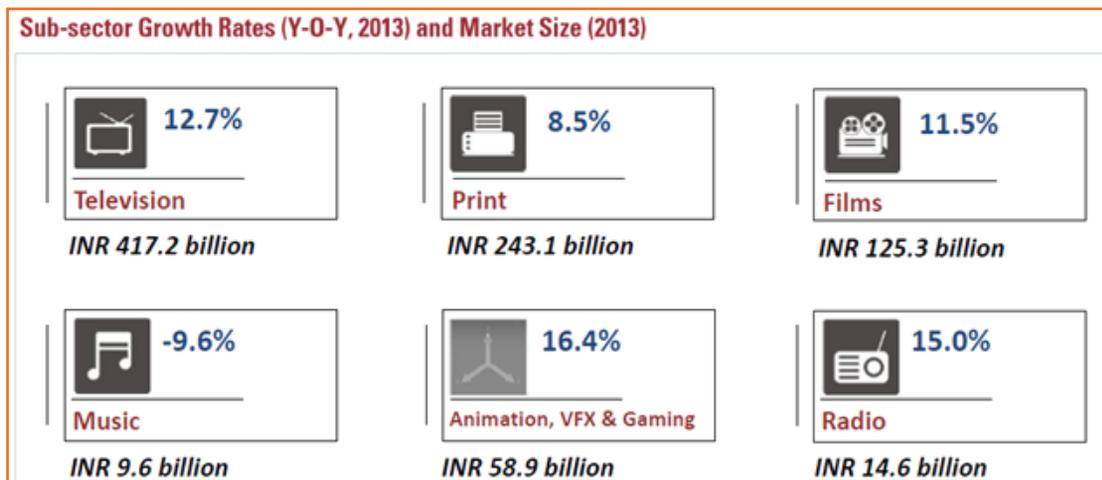
1.1.4 प्रमुख उपक्षेत्र एवं खंड

- 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 visual effects (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 कागज, 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 साउंड एडिटर की भूमिका

मीडिया एंड एंटरटेनमेंट उद्योग में साउंड एडिटर को डायलॉग / साउंड / फ़ोले इफ़ेक्ट्स एडिटर या सुपरवाइजिंग साउंड एडिटर भी कहा जाता है। (फ़िल्म के लिए, डायलॉग, इफ़ेक्ट और फ़ोले, इन सभी के लिए कम-से-कम एक-एक एडिटर होगा और साथ में उनके प्रबंधन के लिए तथा तैयार उत्पाद पेश करने के लिए एक सुपरवाइजिंग साउंड एडिटर / डिज़ाइनर होगा।)

जॉब का संक्षिप्त वर्णन

इस जॉब में व्यक्ति पर निर्माण के गुणवत्ता मानकों और आवश्यकताओं की पूर्ति करते साउंड सीक्वेंस तैयार करने, व्यवस्थित करने और उनकी एडिटिंग करने का दायित्व होता है।

व्यक्तिगत गुण

इस जॉब में व्यक्ति को यह ज्ञान होना आवश्यक है कि विभिन्न प्रकार के साउंड उपकरणों और सॉफ्टवेयरों पर किस तरह काम किया जाता है। निर्माण/प्रोडक्शन के आकार के आधार पर, व्यक्ति को कई साउंड एडिटिंग असिस्टेंट्स या साउंड स्पेशलिस्ट्स को कार्यभार सौंपना पड़ सकता है। व्यक्ति को अकाउस्टिक्स (ध्वनिविज्ञान), सायकोअकाउस्टिक्स (मनोध्वनिविज्ञान) और ऑरल डिस्ट्रिब्यूशन (ध्वनिक विभेदन) के सिद्धांतों में निपुण होना चाहिए। व्यक्ति में निर्माण की आवश्यकताओं की पूर्ति करने वाले गुणवत्तायुक्त उत्पाद बनाने के लिए ध्वनि स्रोतों का चयन करने और विभिन्न एडिटिंग तकनीकों एवं उपकरणों का प्रयोग करने की योग्यता होनी चाहिए।

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।

साउंड एडिटर के दायित्व

साउंड एडिटर की मुख्य भूमिकाएं और दायित्व इस प्रकार हैं:

- विभिन्न ध्वनि उपकरणों/सॉफ्टवेयर (Avid, Adobe Audition, Magix Music Maker, Goldwave) का उपयोग करते हुए विभिन्न ऑडियो सीक्वेंस/सेगमेंट्स को एडिट करना।
- विभिन्न ध्वनि स्रोतों जिनमें लाइव या पहले से रिकॉर्डेड म्यूज़िक, एटमॉस्फियर ट्रैक्स, संवाद, फ़ोले इफ़ेक्ट्स, लाइव/पहले से रिकॉर्डेड/इलेक्ट्रॉनिक साउंड इफ़ेक्ट ट्रैक्स शामिल हैं, को एडिट करना।
- एडिट नहीं हुए साउंड मैटीरियल्स की पहचान करना/उन्हें अलाइन करना (पंक्तिबद्ध करना)/व्यवस्थित करना और एडिटिंग की तैयारी में साउंड उपकरणों/एडिटिंग सुविधाओं की जाँच करना।
- साउंड के स्रोतों को कट और सिंक्रोनाइज़ करना, फ़ाइनल साउंड मिक्सिंग की तैयारी में, जो भी अतिरिक्त बैकग्राउंड आवाज़ें हों उन्हें हटाना।
- साउंड के स्रोतों के डिजिटलीकरण और उपयुक्त उपकरणों को उनके ट्रांसफर को व्यवस्थित करना, यह सुनिश्चित करना कि डिजिटल स्टोरेज और फॉर्मेटिंग की आवश्यकताएं पूरी हों।
- साउंड मैटीरियल्स की पहचान करना/ उन्हें प्राप्त करना, लॉग में नोट करना, लेबल करना, सुरक्षित ढंग से स्टोर और बैक-अप लेना।
- मीडिया पर शुद्ध व स्पष्ट ढंग से लेबल लगाना, यह सुनिश्चित करना कि मैटीरियल और उसके कैरियर पर समान लेबल हों, और यह सुनिश्चित करना कि निर्माण कार्य में शामिल अन्य लोगों द्वारा उपयोग के लिए पर्याप्त विवरण हो।
- मीडिया को ऐसी उपयुक्त स्थितियों में स्टोर करना, जिससे मैटीरियल्स का जीवन-काल अधिकतम हो, और रिकॉर्डिंग्स को सुरक्षित एवं महफूज ढंग से स्टोर करना।
- आवश्यक स्तर, टोन की गुणवत्ता, ऑडियो इमेज़ और स्पष्टता प्राप्त करने के लिए पोस्ट-प्रोडक्शन या लाइव रिकॉर्डिंग्स के दौरान साउंड मिक्स करना।
- उपकरणों की स्थिति तथा आवश्यकताओं के संबंध में साउंड ट्र्यू तथा अन्य ट्र्यू के साथ सक्षमता से बातचीत करना।
- “स्टोरीटेलिंग” (कहानी सुनाने) के सिद्धांतों तथा फिल्म एवं कार्यक्रम निर्माण की विभिन्न विधाओं एवं शैलियों की परिपाटियों का पालन करना।

1.1.6 साउंड एडिटर के कैरियर में प्रगति



चित्र 1.1.7: एडिटर का कैरियर प्रगति पथ

यूनिट 1.2: मुख्य शब्द

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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।
- **कम्पोजिटिंग:** चित्रों/घटकों की विभिन्न पर्तों को एक अकेले फ्रेम में संयुक्त करने की प्रक्रिया को कम्पोजिटिंग कहा जाता है।
- **कम्पोजीशन:** पृष्ठभूमि और कैमरा के सापेक्ष चरित्र की स्थिति निर्धारित करने को कम्पोजीशन 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:** फिल्मों या एनीमेशन बनाने में प्रयोग होने वाली फिल्म की पट्टी पर स्थिर पारदर्शी फोटोग्राफ की एक श्रृंखला।
- **फ्रेम रेट:** किसी एनीमेशन में फ्रेम के आने बढ़ने की चाल। आमतौर पर इसे फ्रेम 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।





2. साउंड एडिटिंग

- यूनिट 2.1 साउंड एडिटिंग में प्रयोग होने वाली बुनियादी शब्दावली
- यूनिट 2.2 साउंड एडिटिंग में प्रयोग होने वाले सॉफ्टवेयर
- यूनिट 2.3 Audacity से एडिट करना



निष्कर्ष



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

1. साउंड एडिटिंग के लिए प्रयुक्त बुनियादी शब्दावली को पहचानना
2. साउंड एडिटिंग में प्रयुक्त सॉफ्टवेयर का ज्ञान प्राप्त करना
3. Audacity का ज्ञान प्राप्त करना

यूनिट 2.1: साउंड एडिटिंग के लिए प्रयुक्त बुनियादी शब्दावली

यूनिट के उद्देश्य

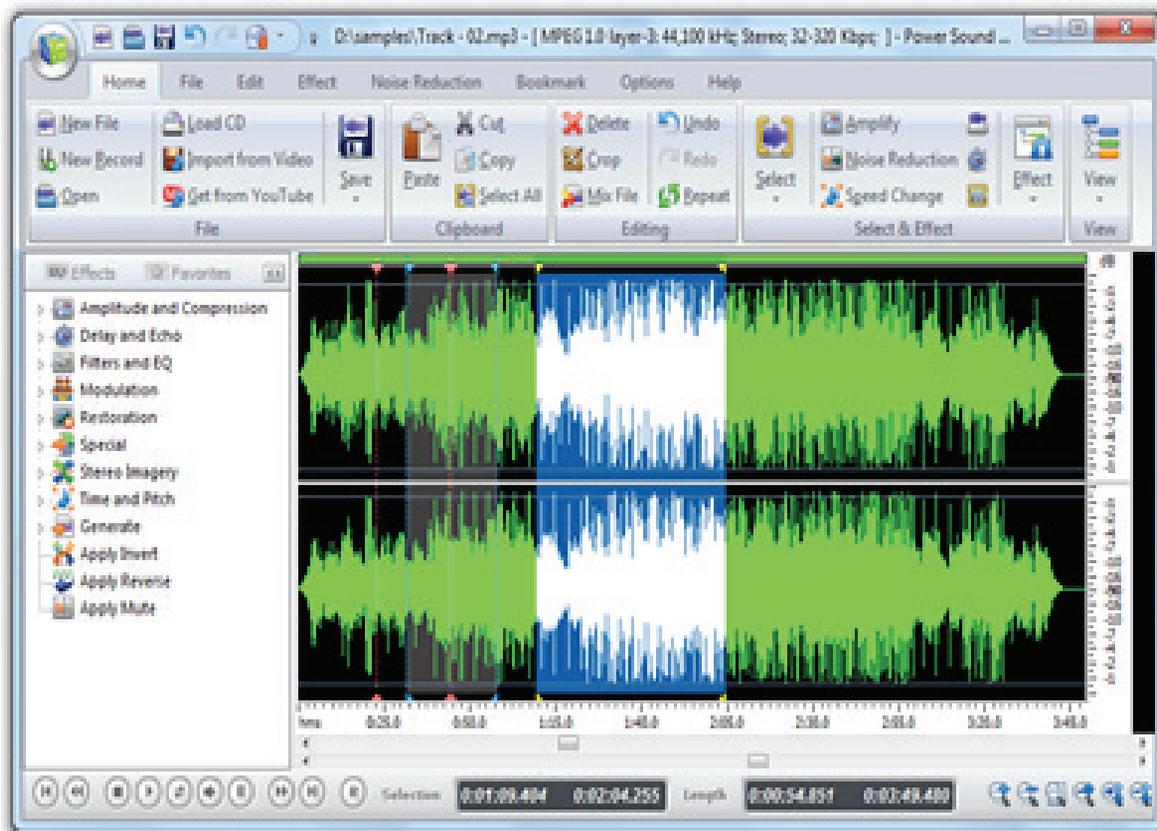


यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. साउंड एडिटर के बारे में जानना
2. उद्योग में साउंड एडिटर की भूमिका का वर्णन करना
3. कंप्यूटरों के साथ साउंड एडिटिंग की सविस्तर व्याख्या करना
4. साउंड फ़ाइलों का डिजिटलीकरण करना

2.1.1 साउंड एडिटर क्या करते हैं?

साउंड एडिटर ध्वनि के घटकों, जैसे प्रॉडक्शन वाइल्ड ट्रैक्स, डायलॉग ट्रैक्स, लाइब्रेरी मैटीरियल और फ़ोले को एनालॉग या डिजिटल रूप में कट करके और पिक्चर के साथ सिंक्रोनाइज़ (समय का मेल) करके साउंडट्रैक बनाता है और फ़ाइल साउंड बैलेंस के लिए इन्हें री-रिकॉर्डिंग मिक्सर को पेश करता है। जटिलता और समय की उपलब्धता के आधार पर, एक डायलॉग एडिटर और/या फ़ोले एडिटर को काम पर रखना आवश्यक हो सकता है। वे साउंड डिजाइनर, री-रिकॉर्डिंग मिक्सर और डायरेक्टर के साथ नजदीक से कार्य करते हुए यह पुख्ता करते हैं, कि पूरे निर्माण में कौन-से साउंड इफ़ेक्ट्स आवश्यक हैं और यह सुनिश्चित करते हैं कि वे इफ़ेक्ट्स साउंड इफ़ेक्ट्स लाइब्रेरीज़ में उपलब्ध हों या उन्हें छोटी समय सीमाओं के भीतर ही निर्माण की आवश्यकताओं के अनुरूप बनाया जा सकता हो।



चित्र 2.1.1: साउंड एडिटर विंडो

साउंड एडिटर को कंप्यूटर साक्षर होना चाहिए और उसे साउंड रिकॉर्डिंग, प्लेबैक, एडिटिंग और मिक्सिंग उपकरण का अच्छा व्यावहारिक ज्ञान होना चाहिए। साथ ही, विभिन्न साउंडट्रैक डिलीवरी सिस्टम्स का अनुभव भी होना चाहिए। उत्कृष्ट श्रवण-शक्ति और टाइमिंग की अच्छी समझ के साथ-साथ बारीकियों को पहचानने की समझ और अच्छा संवाद कौशल भी आवश्यक हैं।

सुपरवाइजिंग साउंड एडिटर पर पूरे साउंड पोस्ट प्रोडक्शन का दायित्व होता है। वे निर्माण के साउंडट्रैक्स से संबंधित हर चीज के मामले में डायरेक्टर का मुख्य संपर्क बिंदु होते हैं। उन्हें डायलॉग रिकॉर्डिंग, ऑटोमेटेड डायलॉग रिप्लेसमेंट, फ़ोले और साउंड इफ़ेक्ट्स या म्यूज़िक एडिटिंग में अच्छा बुनियादी ज्ञान होना चाहिए। बड़ी बजट वाली फिल्मों और टीवी कार्यक्रमों में वे आमतौर पर शूटिंग शुरू होने से पहले ही कार्य आरंभ कर देते हैं और कार्य के हर क्षेत्र के लिए अलग-अलग टीमों का सुपरविज़न करने हेतु विशेषज्ञ साउंड एडिटर को नियुक्त कर देते हैं। छोटे कार्यक्रमों के लिए वे थोड़ा अधिक क्रियाशील/व्यावहारिक होते हैं। उन पर साउंड के बजट का और शेड्यूल के प्रबंधन का दायित्व होता है, कि ये योजना के अनुसार चलें।

साउंड एडिटर को अकाउस्टिक्स (ध्वनिविज्ञान), साउंड रिकॉर्डिंग की प्रक्रियाओं एवं इलेक्ट्रॉनिक्स का उत्कृष्ट व्यावहारिक ज्ञान होना चाहिए तथा उन्हें एनालॉग और डिजिटल, दोनों प्रकार के सारे पोस्ट प्रोडक्शन साउंड उपकरणों, प्रक्रियाओं और कार्यविधियों में सुविज्ञता/विशेषज्ञता हासिल होनी चाहिये।

2.1.2 उद्योग में साउंड एडिटर की भूमिका

जिन भी उद्योगों में साउंड एडिटर की आवश्यकता होती है, उनके लिए इसकी भूमिका बेहद महत्वपूर्ण होती है। आइए फिल्म उद्योग में साउंड एडिटर की भूमिका पर चर्चा करते हैं। फिल्मों के दीवानों की इतनी बड़ी संख्या के बीच भी ऐसे लोग बहुत कम ही हैं, जो फिल्म में साउंड एडिटर की भूमिका का महत्व जानते हैं। साउंड एडिटर, कंपोज़र जैसे होते हैं, वे ध्वनियां (साउंड) बनाते हैं।

फिल्म की शूटिंग पूरी हो जाने और सभी संवाद रिकॉर्ड हो जाने पर साउंड एडिटर का काम शुरू हो जाता है। इसे फिल्म-निर्माण का ऑडियो पोस्ट प्रोडक्शन चरण कहा जाता है। पोस्ट-प्रोडक्शन के दौरान डायरेक्टर विभिन्न एडिटर के साथ कार्य करके वे सर्वोत्तम शॉट्स चुनते हैं जिन्हें फिल्म के फ़ाइनल कट में शामिल करना है। सारे स्पेशल इफ़ेक्ट्स भी इसी चरण में जोड़े जाते हैं। साउंड एडिटर के दायित्व हैं सारे संवाद, बैकग्राउंड साउंड्स, साउंड इफ़ेक्ट्स और फ़ाइनल मिक्स के लिए म्यूज़िक तैयार करना।

पहला चरण है संवादों की एडिटिंग और वलीलिंग करना। फिल्म की शूटिंग करते समय आमतौर पर साउंड को एक डिजिटल ऑडियो रिकॉर्डर का इस्तेमाल करते हुए अलग से रिकॉर्ड किया जाता है। जब डायरेक्टर किसी टेक या शॉट को फिल्म में शामिल करने का निर्णय कर लेता है तो साउंड एडिटर को उस टेक के सही ऑडियो का पता लगाना होता है। वह पिक्चर के साथ मेल खाता है या सिंक होता है यह सुनिश्चित कर लेने के बाद, साउंड एडिटर ध्यानपूर्वक उस संवाद से अतिरिक्त बैकग्राउंड शोर, जैसे ऊपर से उड़कर जाते हवाई जहाज या कुत्तों के भौंकने की आवाज आदि, को हटा देता है।

2.1.3 साउंड इफ़ेक्ट्स का उपयोग करना

वह फिल्म के एक दृश्य की कल्पना करते हैं जिसमें एक पुरुष और एक महिला दिल्ली, भारत के किसी खुले बगीचे वाले कैफ़े में बैठे हैं। जब वे बात कर रहे हैं, तभी पास से कोई बाइक गुजरती है। आप बैकग्राउंड में चिड़ियों के चहचहाने की आवाज़ और हवा चलने पर पेड़ों की पतियों की सरसराहट सुन सकते हैं। साथ ही आपको शहरी जीवन की दूर से आती, दबी हुई सी आवाज़ें सुनाई देती हैं, जैसे - कारों के हॉर्न, बसों की गड़गड़ाहट और कुत्तों का भौंकना।

आप चाहें मारें या न मारें, इनमें से कोई भी आवाज़ वहीं रिकॉर्ड नहीं हुई थी। किसी भी दृश्य में जो एकमात्र साउंड लाइव रिकॉर्ड होता है वह है अभिनेता का संवाद, जिसे उनके कपड़ों में लगे छोटे-छोटे माइक्रोफ़ोन से कैप्चर किया जाता है। बाकी सारी आवाज़ें - चिड़िया, कुत्ते, पतियां, कार के हॉर्न, और बाइक के इंजन की आवाज़ - ये सभी असल में साउंड इफ़ेक्ट्स हैं जिन्हें साउंड एडिटर ने बाद में जोड़ा है ताकि आपको लगे कि दृश्य वाकई किसी खुले बगीचे वाले कैफ़े का है।

2.1.4 मैकेनिकल साउंड एडिटिंग

1990 के दशक में साउंड एडिटिंग के लिए कंप्यूटरों का व्यापक उपयोग शुरू होने से पहले, सब कुछ मैग्नेटिक टेप्स के साथ किया जाता था। मैग्नेटिक टेप्स का उपयोग करते हुए एडिट करने के लिए, आपको वास्तव में टेप को काटना पड़ता था, ऑडियो का वह हिस्सा जो आपको नहीं चाहिए, उसे हटाना होता था, और बाकी के टेप को फिर से जोड़ना होता था।

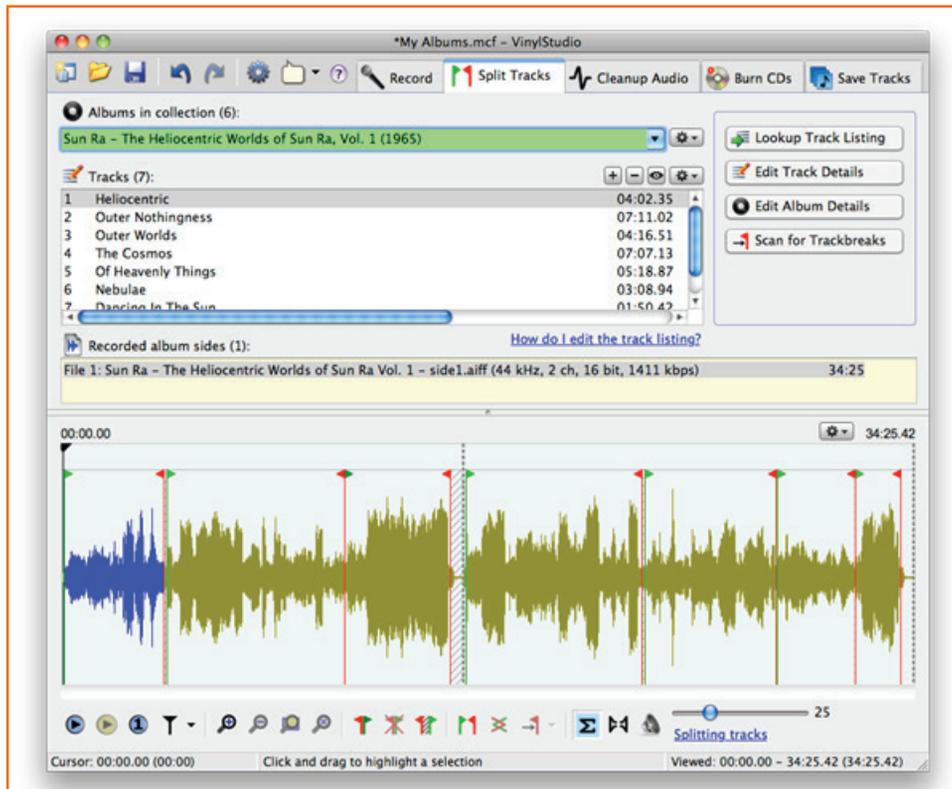
मैकेनिकल ऑडियो एडिटिंग के लिए पसंदीदा मशीन थी रील-टू-रील टेप रिकॉर्डर। इस उपकरण से, आप मैग्नेटिक ऑडियोटेप की गोल रील्स पर ऑडियो रिकॉर्ड कर सकते थे और प्लेबैक कर सकते थे। आपको कई विशेष एडिटिंग उपकरण भी चाहिए होते थे: एक रेज़र ब्लेड, एक एडिटिंग ब्लॉक और एडिटिंग टेप।

2.1.5 कंप्यूटर द्वारा साउंड एडिटिंग

अब लगभग सभी साउंड एडिटर कंप्यूटरीकृत एडिटिंग सिस्टम का उपयोग करते हैं जिन्हें डिजिटल ऑडियो वर्कस्टेशन (DAW) कहा जाता है। डिजिटल ऑडियो वर्कस्टेशन असल में मल्टी-ट्रैक सिस्टम होते हैं जो सभी प्रकार के पेशेवर ऑडियो प्रोडक्शन (फिल्म ऑडियो, स्टूडियो रिकॉर्डिंग, डीजे, इत्यादि) के लिए साउंड एडिटिंग की प्रक्रिया बहुत आसान एवं बेहतर बना देते हैं।

डिजिटल ऑडियो वर्कस्टेशन आकार, कीमत और जटिलता के मामले में बहुत भिन्नताएं लिए होते हैं। सबसे बुनियादी सिस्टम असल में मात्र सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन्स हैं जिन्हें किसी भी मानक पर्सनल कंप्यूटर पर लोड किया जा सकता है। अधिक पेशेवर सिस्टम, जैसे DigiDesign के प्रो टूलस, को विशेष साउंड कार्ड की आवश्यकता होती है और आमतौर पर उन्हें विशाल डिजिटल मिक्सिंग बोर्ड्स के साथ इस्तेमाल किया जाता है और वे सैंकड़ों इफेक्ट्स और वर्चुअल इंस्ट्रुमेंट प्लग-इन्स के साथ काम कर सकते हैं। इन सभी सिस्टम का फायदा यह है कि एडिटर सभी प्रकार की ऑडियो फाइल्स – आवाज़, फ़ोले, वित्पस, एनालॉग और MIDI म्यूज़िक - के साथ एक ही इंटरफ़ेस पर काम कर सकता है।

2.1.6 साउंड फाइलों का डिजिटलीकरण



चित्र 2.1.2: साई एल्बमस विंडो

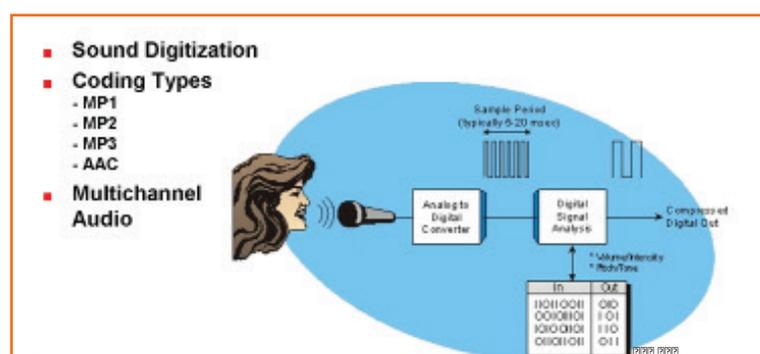
ध्वनि यानि साउंड, मल्टीमीडिया का एक प्रमुख घटक है। उपयुक्त साउंड जोड़ने से मल्टीमीडिया या वेब पेज शक्तिशाली बन सकता है। उदाहरण के लिए, टेक्स्ट या इमेज़ को किसी अर्थपूर्ण ढंग से साउंड से लिंक कर देने से मल्टीमीडिया के साथ सीखने की क्रिया आसान हो जाती है। मल्टीमीडिया डिजाइनर इंटरनेट पर उपलब्ध साउंड फाइलों का उपयोग कर सकता है। हालांकि, जब इंटरनेट पर साउंड फाइलें नहीं मिलतीं, तो डिजाइनर को अपनी खुद की साउंड फाइलें बनानी चाहिए। साउंड/ऑडियो का डिजिटलीकरण करना साउंड फाइल बनाने की प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण भाग है। इस दरतावेज़ में, मैं साउंड फाइलों के डिजिटलीकरण से आपका परिचय कराऊंगा। यहां हम इस प्रक्रिया से संबंधित चीजों पर चर्चा करेंगे जिनमें साउंड का डिजिटलीकरण क्या है, इसे कैसे करते हैं और इसे करने के लिए क्या चीजें चाहिए आदि शामिल हैं। डिजिटलीकरण की कार्यविधि को विस्तार से दर्शाने के लिए एक उदाहरण भी दिया जाएगा।

साउंड फाइल बनाने का पहला चरण, निःसंदेह, वह साउंड या म्यूज़िक रिकॉर्ड करना है जिसे मल्टीमीडिया डिजाइनर द्वारा प्रयोग किया जाएगा। साउंड को ऑडियो कैसेट, मिनीडिस्क, DAT (डिजिटल ऑडियो टेप) या CD में रिकॉर्ड किया जा सकता है। जैसा कि पहले बताया जा चुका है, इन ध्वनि संसाधनों को उपयुक्त फॉर्मेट में डिजिटल रूप में बदल दिया जाना चाहिए। जब तक इन ध्वनि संसाधनों का डिजिटलीकरण नहीं होता, उन्हें किसी भी कंप्यूटर एप्लिकेशन, जैसे कि मल्टीमीडिया, में प्रयोग नहीं किया जा सकता है। इसलिए, यह जानना विशेषरूप से एक नौसिखिए के लिए तो और भी अधिक महत्वपूर्ण है कि यह क्या है और इसे कैसे किया जाता है।

2.1.6.1 डिजिटल ऑडियो

डिजिटल ऑडियो एक टेक्नोलॉजी है जिसका उपयोग डिजिटल रूप में एनकोड किए गए ध्वनि संकेतों का उपयोग करते हुए साउंड को रिकॉर्ड करने, स्टोर करने, उसमें फेरबदल करने, साउंड बनाने तथा फिर से निर्मित करने के लिए किया जाता है।

इसका अर्थ किसी एनालॉग ऑडियो वेवफॉर्म (तरंगरूप) से लिए गए अलग-अलग सैंपलों के क्रम से भी है। एक सतत साइनासॉइडल वेव (ज्यावक्रीय तरंग) की बजाय, डिजिटल ऑडियो अलग-अलग बिंदुओं से मिलकर बनता है जो वेवफॉर्म (तरंगरूप) के आयाम का लगभग निरूपण करते हैं।



चित्र 2.1.3: ऑडियो रिकॉर्डिंग की प्रक्रिया

जितने अधिक सैंपल लिए जाएंगे, निरूपण उतना ही अच्छा होगा इसलिए सैंपलों की संख्या डिजिटल ऑडियो की गुणवत्ता पर असर डालती है। अधिकांश आधुनिक मल्टीमीडिया डिवाइस केवल डिजिटल ऑडियो को ही प्रोसेस कर सकते हैं, और सेल फोन के मामले में, जिन्हें एनालॉग ऑडियो इनपुट चाहिए होता है, वहां भी ट्रांसमिशन से पहले उसे डिजिटल रूप में बदला जाता है।

2.1.6.2 एनालॉग रिकॉर्डिंग

एनालॉग रिकॉर्डिंग (ग्रीक भाषा में एना का मतलब है "के अनुसार" और लोगोस का मतलब है "संबंध") एक तकनीक है जिसका उपयोग एनालॉग संकेतों की रिकॉर्डिंग के लिए किया जाता है। यह तकनीक, अन्य कई चीजों के अलावा, एनालॉग ऑडियो और एनालॉग वीडियो को बाद में चलाना संभव बनाती है।

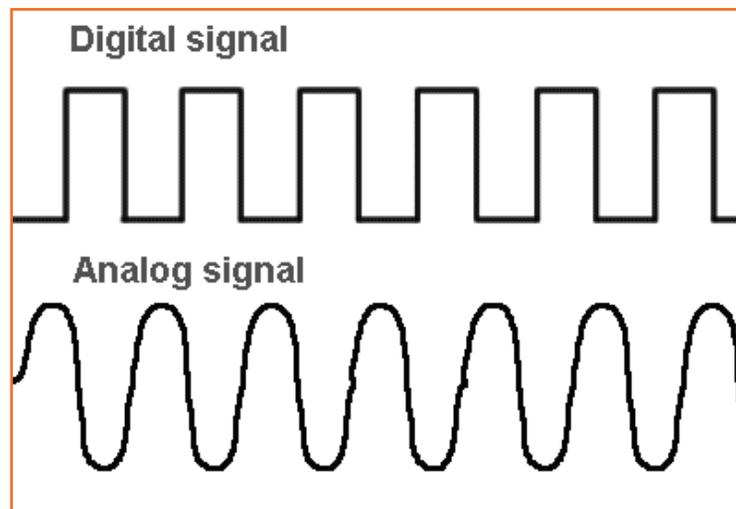
एनालॉग रिकॉर्डिंग विधियां संकेतों को मीडिया में या पर, सतत संकेतों के रूप में रिकॉर्ड करते हैं। संकेतों को किसी फोनोग्राफ रिकॉर्ड पर भौतिक बनावट (टेक्सचर) के रूप में रिकॉर्ड किया जा सकता है, या फिर मैग्नेटिक रिकॉर्डिंग में क्षेत्र प्रबलता के उतार-चढ़ाव के रूप में। यह डिजिटल रिकॉर्डिंग से अलग है जिसमें डिजिटल संकेतों को अलग-अलग संख्याओं के रूप में दर्शाया जाता है।



चित्र 2.1.4: ऑडियो रिकॉर्डर

2.1.6.3 डिजिटल बनाम एनालॉग

जब वस्तुएं कंपन करके ऐसी दाब तरंगें उत्पन्न करती हैं जिन्हें इंसानी कान भांप सकते हैं, तो ध्वनि उत्पन्न होती है। कंपन करने वाली दाब तरंगें एक पैटर्न के रूप में आगे बढ़ती हैं जिसे वेवफॉर्म (तरंगरूप) कहा जाता है। यदि हम समय के साथ तरंग की तीव्रता या गति का ग्राफ खींचें तो हमें वेवफॉर्म की श्रृंखला से बना एक वक्र (कर्व) मिलेगा। हम कह सकते हैं कि तरंगें ध्वनि या साउंड को स्टोर करती हैं। ये एनालॉग संकेत हैं। दूसरे शब्दों में, एनालॉग संकेत सतत परिवर्तनशील संकेत हैं जो तरंगों से मिलकर बनते हैं। जब किसी कंप्यूटर एप्लिकेशन में साउंड के उपयोग की आवश्यकता होती है तो हमें साउंड के वायु कंपनों को एक वैद्युत संकेत में बदलना होता है जिसे डिजिटल संकेत - जो 0 और 1 की धारा होता है - कहा जाता है। एनालॉग संकेतों को डिजिटल संकेतों में बदलने की प्रक्रिया को डिजिटलीकरण या डिजिटाइज़िंग कहते हैं।



चित्र 2.1.5: डिजिटल और एनालॉग पल्स की दिशा

2.1.6.4 साउंड का डिजिटलीकरण करते समय आपको किन बातों पर विचार करना होता है?

जब हम साउंड का डिजिटलीकरण करते हैं तो हमें कुछ ऐसे मापदंडों पर विचार करना होता है, जो फाइल में स्टोर की गई जानकारी की मात्रा और डिजिटल साउंड की गुणवत्ता को निर्धारित करते हैं।

- **सैम्पलिंग रेट:** सैम्पलिंग रेट का अर्थ है कि प्रत्येक आवर्तकाल (एक पूरा तरंगरूप) में एनालॉग साउंड को कितनी बार सैंपल करके डिजिटल जानकारी में बदला जाता है। सबसे आम सैम्पलिंग रेट हैं 44.1, 22.05, और 11.025 kHz (किलो-हर्ट्ज़)। 44.1 kHz के सैम्पलिंग रेट का अर्थ है कि एनालॉग ऑडियो के 44,100 सैम्पल लिए जाएंगे। इसलिए, लिए गए सैम्पलों की संख्या जितनी अधिक होगी, डिजिटल संस्करण मूल एनालॉग संस्करण के उतना ही करीब होगा।
- **बिट्स पर सैम्पल:** बिट्स पर सैम्पल यह बताता है कि हर सैम्पल में कंप्यूटर कितनी जानकारी (आयामों की संख्या) इकट्ठी कर रहा है। इसमें सैम्पल किए गए साउंड को उसके समतुल्य डिजिटल मान में बदलने की प्रक्रिया की जाती है। कितने अलग-अलग साउंड निरूपित किए जा सकते हैं वह संख्या, डिजिटल मानों (वैल्यूज़) को स्टोर करने के लिए प्रयुक्त बाइट्स की संख्या पर निर्भर करती है। जाहिर है, जितने अधिक बाइट्स होंगे, उतने अधिक साउंड होंगे और डिजिटलीकृत साउंड की गुणवत्ता उतनी ही अच्छी होगी।
- **मोनो बनाम स्टीरियो:** मोनो का अर्थ एक ऐसे सिस्टम से है जिसमें सारे ऑडियो संकेत एक-साथ मिला दिए जाते हैं और केवल एक ऑडियो चैनल के रास्ते भेजे जाते हैं। स्टीरियो साउंड सिस्टमों में दो स्वतंत्र ऑडियो चैनल होते हैं, और कुछ दूरी पर स्थित दो चैनलों द्वारा संकेत पुनः निर्मित किए जाते हैं। कौन सर्वोत्तम है यह तय करना कठिन है। दो साउंड चैनल इस बात का भ्रम उत्पन्न करते हैं कि आवाज़ किसी स्थान विशेष से आ रही है। वहीं मोनो का चयन करने पर फाइल का साइज़ आधा हो जाता है। कभी-कभी, एक अच्छी तरह डिजाइन किया गया मोनो सिस्टम, एक खराब गुणवत्ता वाले स्टीरियो सिस्टम से बेहतर होता है।

ध्यान दें: यह महत्वपूर्ण है कि सैम्पलिंग रेट और बिट्स पर सैम्पल में संतुलन साधा जाए जिससे साउंड की स्वीकार्य गुणवत्ता और न्यूनतम फाइल साइज़, दोनों उद्देश्य हासिल किए जा सकें।

साउंड की गुणवत्ता की तुलना

साउंड की गुणवत्ता	सैम्पल रेट (kHz)	बिट डेप्थ (बिट गहराई)	फाइल का आकार (MB)	स्टीरियो/मोनो
कॉम्पैक्ट डिस्क गुणवत्ता	44.100	16	7.2	स्टीरियो
अच्छी गुणवत्ता	44.100	16	15.1	मोनो
	44.100	8	15.1	स्टीरियो
	22.150	16	15.1	स्टीरियो
	22.050	16	7.5	मोनो
	22.050	8	7.5	स्टीरियो
निम्न गुणवत्ता	11.025	8	3.7	स्टीरियो
	8.000	8	1.3	मोनो

चित्र 2.1.6: साउंड की गुणवत्ता की तुलना

2.1.6.5 साउंड का डिजिटलीकरण करने के लिए आपको क्या चाहिए?

साउंड का डिजिटलीकरण करने के लिए निम्नांकित उपकरण आवश्यक हैं।

- ऑडियो स्रोत, जैसे डिजिटल ऑडियो टेप (DAT), ऑडियो कैसेट, और कॉम्पैक्ट डिस्क (CD) आदि।
- Mac या PC कंप्यूटर।
- सॉफ्टवेयर, जैसे कूल एडिट या साउंड एडिट 16. सॉफ्टवेयर से उपयोक्ताओं को साउंड का डिजिटलीकरण और उसे एडिट करने में मदद मिल सकती है।
- मिनी-मिनी या RCA-मिनी ऑडियो केबल। इसका उपयोग ऑडियो स्रोत को कंप्यूटर से जोड़ने के लिए किया जाता है।
- हेडफोन या स्पीकर। इससे आपको डिजिटलीकरण और एडिटिंग की प्रक्रिया में साउंड को सुनने में मदद मिलती है, जिससे आप आवश्यकता होने पर वॉल्यूम या अन्य विशेषताएं एडजस्ट कर सकते हैं।

2.1.6.6 साउंड का डिजिटलीकरण कैसे करें?

पहला चरण: आउटपुट स्रोत को कंप्यूटर से जोड़ें: इसके लिए आप टेप रिकॉर्डर के हेडफोन आउटपुट से एक मिनी ऑडियो केबल को कंप्यूटर के साउंड इनपुट से जोड़ सकते हैं। (DAT और CD पूर्णतः एक ही तरीके से कार्य करते हैं।)

- **चरण 1:** निगरानी के लिए हेडफोन या स्पीकरों को कंप्यूटर के हेडफोन जैक से जोड़ें।
- **चरण 2:** सॉफ्टवेयर, जैसे साउंड एडिट 16 या कूल एडिट खोलें।
- **चरण 3:** टेप को प्ले करें और साउंड को सुनें। साउंड का लेवल (स्तर) देखें और सुनिश्चित करें कि वह लाल ज़ोन में न जाए।
- **चरण 4:** साउंड लेवल को टेप रिकॉर्डर के वॉल्यूम कंट्रोल्स द्वारा नियंत्रित करें।
- **चरण 5:** साउंड का डिजिटलीकरण हो जाने के बाद, उसे किसी उपयुक्त फॉर्मेट में सेव कर लें।

यूनिट 2.2: साउंड एडिटिंग में प्रयोग होने वाले सॉफ्टवेयर

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. ऑडियो कैसे एडिट करते हैं, इसका पता लगाने में।
2. साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयरों के प्रकारों का वर्णन करने में।

2.2.1 ऑडियो कैसे एडिट करें

ऑडियो एडिट करने के लिए, आपको ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर की आवश्यकता होगी। ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर एक टूल है जो ऑडियो डेटा को एडिट करने और उत्पन्न करने की सुविधा देता है। ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर ऐसा एडिटिंग सॉफ्टवेयर है जो डिजिटल साउंड फाइलों के परिशोधन और/या उन्हें बनाने पर फोकस करता है, और एक ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर प्रोग्राम को ऑडियो एडिटर कहा जा सकता है। विभिन्न प्रकार के ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर को कई तरह से श्रेणीबद्ध किया जा सकता है।

ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर फ्रीवेयर (निःशुल्क) या पेड (सशुल्क) सॉफ्टवेयर हो सकते हैं। खरीद हेतु उपलब्ध कुछ ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयरों का निःशुल्क डेमो या ट्रायल संस्करण भी होता है। ट्रायल संस्करणों के कार्य करने के दिन सीमित हो सकते हैं या फिर उनके द्वारा बनाई / सेव की जा सकने वाली रिकॉर्डिंग की लंबाई सीमित हो सकती है या फिर उन्हें कितनी बार प्रयोग कर सकते हैं वह संख्या सीमित हो सकती है। वैकल्पिक रूप से, पेड (सशुल्क) सॉफ्टवेयरों में 'सेव' फंक्शन डिसेबल (अक्षम) किया हुआ हो सकता है।

ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयरों में एक और प्रकार से भेद किया जा सकता है और वह है उसके द्वारा हैंडल होने वाली फाइलों के प्रकार। कुछ ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर प्रोग्राम केवल एक विशेष प्रकार की साउंड फाइल को हैंडल करते हैं, जैसे सिर्फ MP3. कुछ अन्य बहुत प्रकार की फाइलों के साथ काम कर सकते हैं। इन प्रकारों में AIFF (ऑडियो इंटरवेंज फाइल फॉर्मेट), AVI (ऑडियो वीडियो इंटरलीव्ड), MP2 और MP3 (मोशन पिक्चर एक्सपर्ट्स ग्रुप — MPEG — फॉर्मेट्स), OGG, VOX, WAV (वेवफॉर्म ऑडियो फाइल फॉर्मेट, और WMA (विंडोज़ मीडिया ऑडियो) शामिल हैं। कुछ ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर वीडियो फाइल से ऑडियो अलग कर सकते हैं, जिससे उपयुक्त उस पर कुछ काम कर सकें।

ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर विभिन्न ऑपरेटिंग सिस्टम्स के लिए बनाए जाते हैं, जिनमें Windows® 2000, Windows® XP, Windows® 7, Vista®, Mac® OS X, और Linux शामिल हैं। इसमें केवल एडिटिंग के फंक्शंस हो सकते हैं, या फिर वह अन्य कार्यों, जैसे रिकॉर्डिंग, कनवर्टिंग और बर्निंग में भी सक्षम हो सकता है। ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर प्रायः एक स्वतंत्र प्रोग्राम होता है, पर कभी-कभी ऐसे सॉफ्टवेयर में भी ऑडियो एडिटिंग की विशेषताएं शामिल कर दी जाती हैं जिनमें वीडियो और इमेज एडिटिंग की क्षमताएं होती हैं।

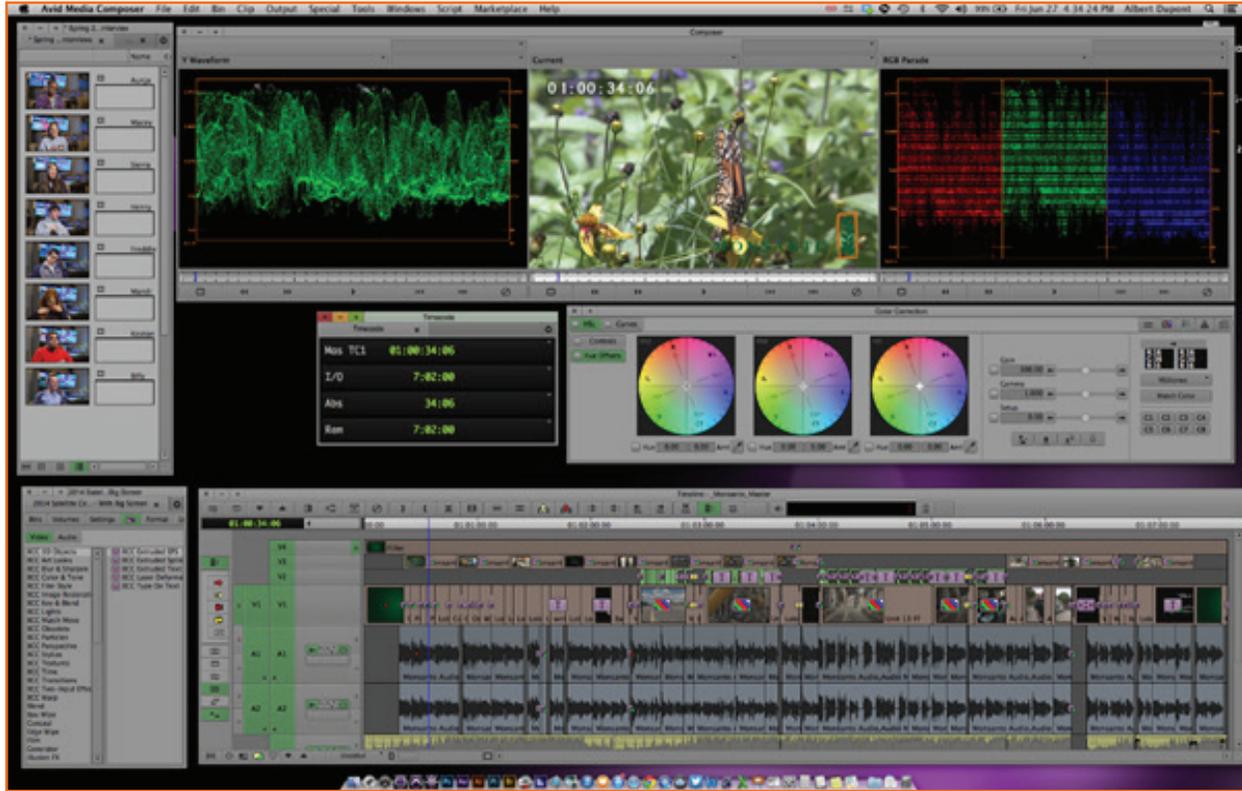
2.2.2 बाजार में उपलब्ध विभिन्न साउंड एडिटिंग और मिक्सिंग टूल्स

चाहे आपको अपनी फिल्म के लिए साउंडट्रैक चाहिए हो या आप कोई DJ हों और आपको अपने सेट्स को साझा करने से पहले उन्हें निखारना हो, या फिर आप एक संगीतज्ञ हैं जो अगली बड़ी क्लब हिट बनाने की तलाश में हैं, आपको एक बढ़िया ऑडियो एडिटर चाहिए ही होगा, जो आस-पास की आवाज़ें हटा सके, आपकी फाइलों को कन्वर्ट कर सके, ट्रैक्स को एडिट कर सके और पूरे कार्य को आउटपुट कर सके। आज के सत्र में हम विभिन्न प्रकार के साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयर के बारे में अध्ययन करने जा रहे हैं। कुछ साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयर इस प्रकार हैं:

- Avid
- Magix Music
- Goldwave
- Audicity
- Adobe Audition
- Nero Wave Edition

2.2.2.1 Avid

Avid Audio (पूर्व में Digidesign) एक उत्तरी अमेरिकी डिजिटल ऑडियो टेक्नोलॉजी कंपनी है। इसकी स्थापना वर्ष 1984 में पीटर गोवर और इवेन ब्रुक्स द्वारा की गई थी। कंपनी की शुरुआत, ड्रम मशीनों के लिए EPROM चिप की बिक्री करके संस्थापकों के बैंड के लिए पैसे जुटाने के एक प्रोजेक्ट के रूप में हुई थी। यह Avid Technology की सहायक कंपनी है और वर्ष 2010 के दौरान Digidesign ब्रांड को चरणबद्ध ढंग से बाहर कर दिया गया था। Avid Audio उत्पादों का निर्माण जारी रहेगा और अब वे Avid ब्रांड नाम के साथ आएंगे।



चित्र 2.2.1: Avid विंडो

Digidesign का मुख्य सॉफ्टवेयर उत्पाद था प्रो टूल्स, जो तीन रूपों में आता था: प्रो टूल्स|HD, प्रो टूल्स LE और प्रो टूल्स M-पॉवर्ड।

प्रो टूल्स|HD के लिए एक Digidesign TDM सिस्टम और इंटरफेस आवश्यक था और इसे पेशेवर रिकॉर्डिंग स्टूडियो के लिए बनाया गया था। प्रो टूल्स LE घरेलू उपयोक्ताओं और कुछ पोस्ट-प्रोडक्शन इकाइयों को ध्यान में रखते हुए बनाया गया एक पूरा पैकेज था। इस पैकेज में प्रो टूल्स LE सॉफ्टवेयर और M-बॉक्स 2 या डिजि 003 जैसे हार्डवेयर शामिल थे। प्रो टूल्स M-पॉवर्ड असल में प्रो टूल्स एप्लिकेशन ही थी जिसे M-ऑडियो हार्डवेयर पर चलाने के लिए अनुकूलित किया गया था और जो शक्ति की दृष्टि से किसी LE सिस्टम के लगभग बराबर ही था।

वर्ष 2010 में, प्रो टूल्स के इन विभिन्न संस्करणों को अधिकांशतः त्याग दिया गया और अब इन्हें Avid द्वारा एक अकेले सॉफ्टवेयर उत्पाद के रूप में बेचा जाता है जिसकी कार्यक्षमता का स्तर उपयोक्ता द्वारा चुने गए हार्डवेयर पर निर्भर करता है।

Digidesign ने प्रो टूल्स प्लेटफॉर्म के लिए भी कई उत्पाद बनाए थे, जिनमें कई सॉफ्टवेयर प्लग-इन शामिल हैं। वे प्रो टूल्स के लिए विभिन्न प्रकार के हार्डवेयर एड-ऑन भी बनाते हैं, जैसे ऑडियो इंटरफेस, MIDI इंटरफेस, सिंक्रोनाइज़र, और कंट्रोल सरफेस। वर्ष 2005 के वसंत में उन्होंने लाइव साउंड मिक्सिंग के लिए वेन्यू (VENUE) नामक एक सिस्टम पेश किया।

एविस साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयर की विशेषताएं इस प्रकार हैं:

ऑडियो की लेयर्स (पट्टों) को अधिक आसानी से एडिट करता है - अभी-अभी जोड़ी गई एक विशेषता

यदि आप पोस्ट में कार्य करते हैं, अनगिनत ऑडियो क्लिप्स को पिक्चर के अनुसार सही स्थिति में लाते हैं तो संभवतः आपके पास किसी एक ट्रैक पर ओवरलैप करने वाली बहुत सी क्लिप्स होंगी। प्रो टूल्स ऐसी क्लिप्स को जिस ढंग से हैंडल करता है उनमें नए सुधारों के साथ, ऑडियो को एडिट करना और भी आसान हो गया है।

- केवल ओवरलैप वाले भागों को विलय करे।
- दो विलय पर ओवरलैप करने वाली विलय हटाते समय विलय को ठीक भी करे।
- ओवरलैप करने वाली दो विलय के आरंभ और अंत की छंटाई करे।
- व्यवहारों में संशोधन करे।

इसके अलावा, प्रो टूल्स नए विलय FX प्लेबैक को भी समर्थित करता है (एडिटिंग के लिए प्रो टूल्स | HD आवश्यक है)।

फेड (धीरे-धीरे लुप्त होना) को अधिक आसानी से एडजस्ट करें-अभी-अभी जोड़ी गई विशेषता

अब आप स्मार्ट टूल का उपयोग करते हुए फेड इन, फेड आउट या क्रॉस फेड की आकृति को सीधे एडिट विंडो में तेज़ी से एडजस्ट कर सकते हैं। बस अपने कर्सर को किसी विलय के फेड एरिया पर ऐसे रखें कि वह बदल कर संबंधित फेड या क्रॉसफेड कर्सर का रूप ले लें। इसके बाद विलय करें और फेड की आकृति और ढलान बदलने के लिए बाएं या दाएं खींचें।

ट्रैकफ्रीज़, कमिट और बाउंस प्राप्त करें

प्रोसेसर-हंब्री वर्चुअल (आभासी) इंस्ट्रुमेंट, सिस्टम के प्रदर्शन पर असर डाल सकते हैं। और सत्रों को साझा करने के लिए यह आवश्यक था कि हर किसी के पास समान प्लग-इन हों। पर अब नहीं। ट्रैक फ्रीज़ के साथ, आप किसी ट्रैक के - या बस किसी इन्सर्ट तक के - सभी प्लग-इन्स को तेज़ी से फ्रीज़ या अनफ्रीज़ कर सकते हैं और प्रोसेसिंग शक्ति को मुक्त कर सकते हैं। ट्रैक कमिट भी लगभग समान है, बस अंतर इतना है कि यह ट्रैक (या एडिट सलेक्शन) को स्थायी रूप से रेन्डर करता है। और ट्रैक बाउंस के साथ, आप स्टेम्स को रेन्डर आउट कर सकते हैं जिससे फाइल की डिलीवरी तेज़ और आसान हो जाती है।

बैंच फेड्स के साथ समय बचाएं

ट्रैक्स को फेड करना ऑडियो एडिटिंग के बुनियादी कार्यों में से एक है। पर हजारों ऑडियो विलय एडिट करते समय यह कार्य बोझिल और समय-लेने वाला हो सकता है। नए फेड सुधारों के साथ, आप बारंबार किए जाने वाले कार्यों में अपनी गति बढ़ा सकते हैं और अपने मिक्स के रचनात्मक पहलुओं पर ध्यान देने के लिए अधिक समय निकाल सकते हैं। फेड इन्स, फेड आउट्स, क्रॉसफेड्स और बैंच फेड्स के लिए प्री-सेट बनाएं और उनमें बारीक फेरबदल करें। सीधे अपने कीबोर्ड या कंट्रोल सरफेस से प्री-सेट्स को रीकॉल (याद) करें। और बैंच फेड्स के साथ कार्य करते समय स्वतंत्र रूप से फेड सेटिंग्स नियंत्रित करें।

पाएं शानदार मिक्सिंग अनुभव

प्रो टूल्स में जोड़े गए और भी उन्नत टूल्स के साथ अपने मिक्स को बनाएं सर्वोत्तम। VCA मास्टर्स के साथ ट्रैक्स के समूहों को अधिक तेज़ी व अधिक आसानी से मिक्स और नियंत्रित करें। 17 उन्नत मीटरिंग विकल्पों, जिनमें K-सिस्टम, VU और अन्य पेशेवर मानक शामिल हैं, के साथ पूरे आत्मविश्वास से कार्य करें। डायनामिक्स (क्रियाशीलता) को मापने के लिए हर चैनल पर गेन रिडक्शन मीटरिंग पाएं। और विस्तारित डिस्क कैंस विशेषता, जो पूरे-के-पूरे सत्रों को RAM में लोड कर देती है वाहे वे कितने भी विशाल हों, के साथ निर्बाध परफॉर्मेंस और बेहद प्रतिक्रियाशील रिकॉर्डिंग तथा प्लेबैक सुविधा प्राप्त करें।

स्वयं को कुछ स्थान और कुछ आश्चर्यजनक इफेक्ट्स दें।

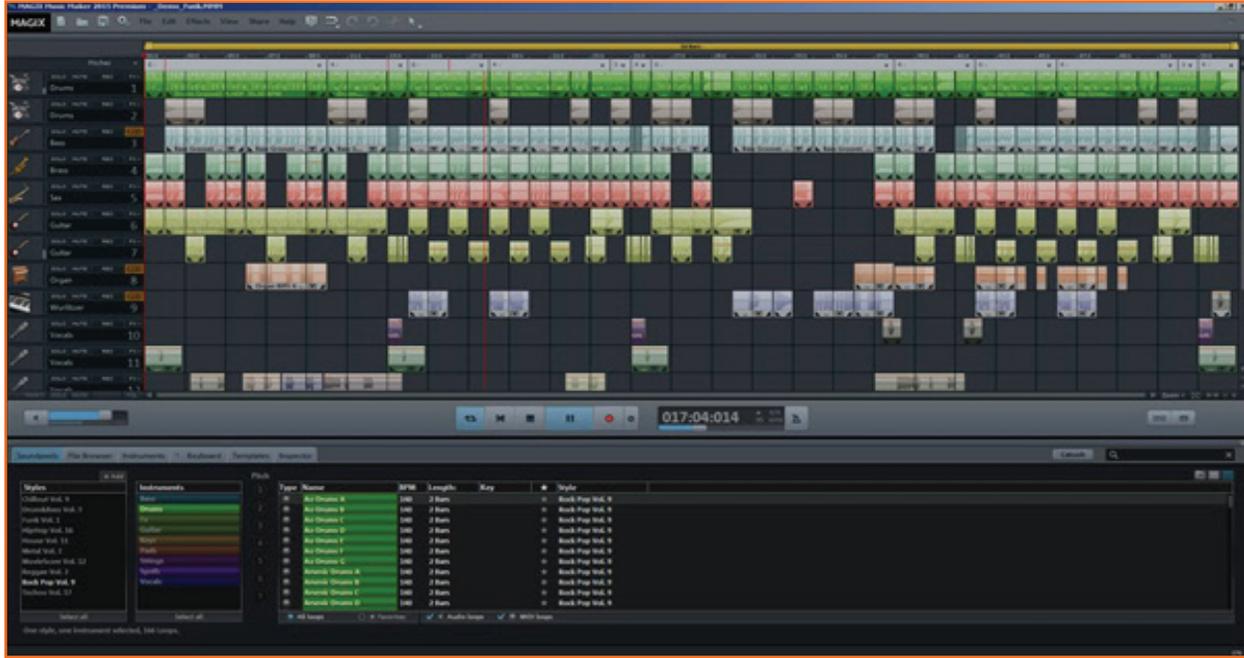
अपने प्रो टूल्स के सब्सक्रिप्शन, नए सतत लाइसेंस की खरीद, या Avid प्लग-इन एंड सपोर्ट प्लान के साथ पाएं 17 अविश्वसनीय बोनस प्लग-इन्स की एक्सेस। स्पेस कॉन्वोल्यूशन रिवर्ब के साथ ट्रैक्स को और ज़्यादा जीवंत बनाने के लिए बिल्कुल असली सुनाई देने वाले परिवेश तैयार करें। और सबसे अधिक प्रतिष्ठित 16 स्टॉम्प बॉक्स इफेक्ट्स, जिसमें स्ट्रिमिंग डिस्टॉर्शन और वाह से लेकर क्लासिक डिले, रिवर्ब और अन्य विंटेज साउंड शामिल हैं, के एमुलेशन के साथ गिटार, वोकल और अन्य इंस्ट्रुमेंट ट्रैक्स को और बेहतर बनाएं।

आसानी से रिकॉर्ड करें

वोकल (वाणी संबंधी) और इंस्ट्रुमेंट परफॉर्मेंस की ट्रैकिंग अब पहले से भी अधिक तेज़ और आसान है। ट्रैक इनपुट मॉनिटरिंग के साथ अधिक आसानी से अभ्यास (रिहिअर्स) और रिकॉर्ड करें। फेडर सेटिंग्स को सेंड्स में कॉपी करके चुटकियों में वयू मिक्सेज़ को डायल इन करें। और सर्वोत्तम रिकॉर्डिंग के लिए PFL (प्री-फेडर लिमिटर) या AFL (आपटर-फेडर लिमिटर) में सोलो ट्रैक्स।

2.2.2.2 Magix Music

यह प्रोग्राम आपको विभिन्न स्रोतों से ऑडियो संकेत रिकॉर्ड करने का विकल्प देता है। उदाहरण के लिए, आप पुराने रिकॉर्डिंग मीडिया से संगीत का डिजिटलीकरण कर सकते हैं और फिर रिकॉर्डिंग्स को कट कर सकते हैं और सटीकता से एडिट कर सकते हैं। ऑडियो ट्रैक्स इम्पोर्ट करना इस म्यूज़िक सॉफ्टवेयर की एक मुख्य विशेषता है। ऑडियो फाइल को खींचकर प्रोग्राम में छोड़ने या फाइल मैनेजर के साथ खोलने के द्वारा उन्हें आसानी से इम्पोर्ट किया जा सकता है। यहां तक कि कुछ ही विलक्स में रिकॉर्डिंग्स भी बनाई जा सकती हैं। इसके बाद आप ऑडियो को एडिट करके, साउंड्स को कट करके, वॉल्यूम को एडजस्ट करके, आवाज़ें हटाकर और विभिन्न इफेक्ट्स के साथ साउंड्स को बेहतर बना कर ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर का वास्तव में उपयोग आरंभ कर सकते हैं।



चित्र 2.2.2: Magix Music

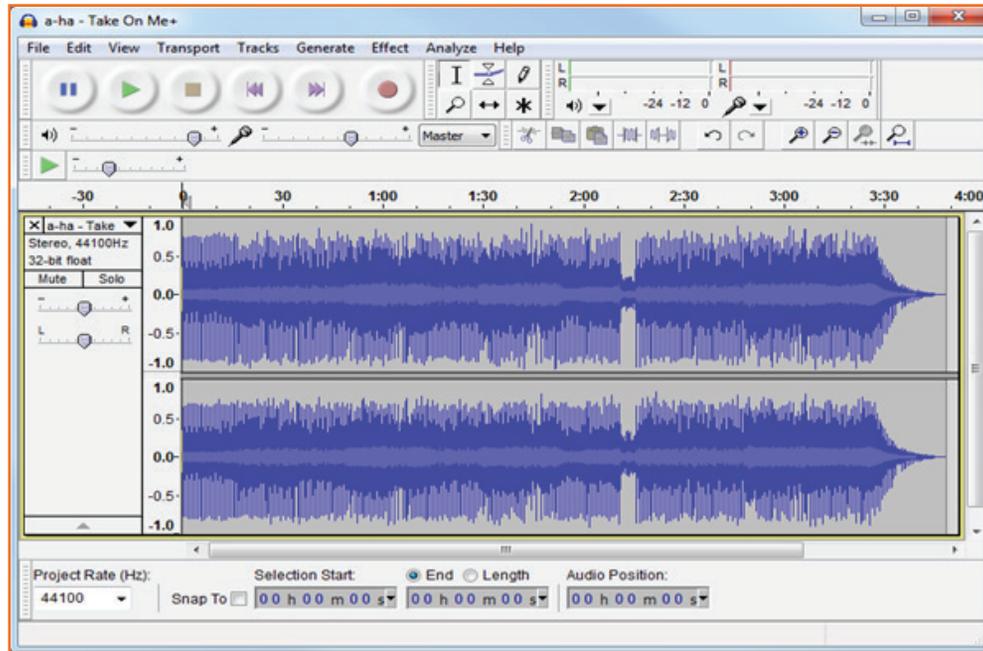
Magix Sound Editing सॉफ्टवेयर की विशेषताएं इस प्रकार हैं:

- **पुराने मीडिया का डिजिटलीकरण करें:** विनाइल्स, कैसेट्स, टेप्स और अन्य मीडिया को तेज़ी और आसानी से अपने कम्प्यूटर में रिकॉर्ड करें।
- **स्पीच रिकॉर्डिंग:** पॉडकास्ट, ऑडियो बुक्स, मेमो या प्रस्तुतियों के लिए स्टूडियो स्तर की गुणवत्ता में अपनी खुद की ऑडियो कमेंटरी रिकॉर्ड करें।
- **प्रीव्यू विशेषता के साथ स्पेक्ट्रल डिस्प्ले:** स्पेक्ट्रल डिस्प्ले की मदद से अपनी रिकॉर्डिंग्स में आवृत्तियों को अलग-अलग रंगों में देखें। इस विशेषता की मदद से आप समस्या को दृश्यात्मक (विज़ुअल) स्तर पर पहचान सकते हैं, माउस से उसे सलेक्ट कर सकते हैं और उसे मिटाने से पहले मूल (ओरिजिनल) के साथ उसकी तुलना कर सकते हैं।
- **ऑडियो फाइलें एडिट करें:** माउस के साथ अपनी ऑडियो रिकॉर्डिंग्स को आसानी से एडिट करें। अधिकतर ट्रैक्स को मात्र एक विलक से फाइनलाइज़ किया जा सकता है।
- **फेड इन और आउट:** प्रोग्राम के उपयोग-अनुकूल संचालन की बदौलत ये ट्रांज़िशन बहुत आसान हैं। विभिन्न गीतों या अन्य ऑडियो फाइलों के बीच आसानी से ट्रांज़िशन बनाएं।
- **CD और ट्रैक जानकारी इम्पोर्ट करें:** आप बस कुछ विलक्स से अपनी CD को अपने PC में ट्रांसफर कर सकते हैं। पूरी म्यूज़िक एल्बम के लिए आर्टिस्ट और ट्रैक की जानकारी और यहां तक कि CD कवर भी इंटरनेट से स्वतः ही प्राप्त कर लिए जाते हैं और फाइल में समेकित कर दिए जाते हैं।
- **एडवांस (उन्नत) इफेक्ट्स एडिटिंग:** ऑडियो वलीनिंग लैब आपको कस्टम ऑडियो एडिटिंग की सुविधा देती है और सभी इफेक्ट विलक्षणों तक आपको सीधी पहुँच प्रदान करती है। इसका अर्थ है कि आप सिर्फ प्रीसेट्स के साथ ही काम नहीं करते, बल्कि आप अपनी आवश्यकता के अनुसार साउंड में सटीक फेरबदल कर सकते हैं।

- **बर्न सुविधा के साथ ऑडियो कन्वर्टर:** ऑडियो क्लीनिंग लैब सभी मानक ऑडियो फॉर्मेट्स को समर्थित करता है और आपको ऑडियो फाइलों को MP3 और WAV जैसे फॉर्मेट्स में बदलने में सक्षम बनाता है। आप अपनी फाइलें CD या DVD में बर्न भी कर सकते हैं।
- **LP से तीखी आवाज़ें (क्रैकलिंग) हटाना:** अपने PC में आपने जो विनाइल रिकॉर्डिंग ट्रांसफर की हैं उन्हें क्रैकलिंग के विभिन्न स्तरों के प्रीसेट्स के साथ अनुकूलतम बनाएं।
- **स्पीच के साउंड को अनुकूलतम करें:** स्पीच की स्पष्टता बढ़ाएं, फूक या सीटियां धीमी करें या वॉल्यूम को एडजस्ट करके अपनी स्पीच रिकॉर्डिंग का उच्च गुणवत्ता में अनुभव करें।
- **ऑटोमेटिक री-मास्टरिंग:** ऑटो मास्टरिंग के साथ, आप अपने म्यूज़िक ट्रैक्स के साउंड को पूरी तरह दोषमुक्त बना सकते हैं। बस एक संगीत शैली जैसे जैज़, रॉक या नाइनटीज़ चुनें और आपकी रिकॉर्डिंग स्वचालित ढंग से अनुकूलित कर दी जाएगी। आप विभिन्न संगीत शैलियों की नई साउंड सेटिंग्स की तुलना और प्रीव्यू भी कर सकते हैं।
- **मास्टरिंग इफेक्ट्स:** ऑडियो क्लीनिंग लैब के मास्टरिंग इफेक्ट्स पेशेवर और सरल संचालन प्रदान करते हैं। बस कुछ विलक्स से अपने म्यूज़िक ट्रैक्स को डिजिटल दौर में ले आएं।
- **सीधा समर्थन:** इन्फो बॉक्स, जो कि एक समेकित, सीधी मदद देने वाली विशेषता है, उपयोगी जानकारी देता है और अपनी रिकॉर्डिंग्स को एडिट करने में आपकी मदद करता है। सभी इफेक्ट्स और उनकी संबंधित विशेषताओं को स्पष्ट रूप से समझाया गया है, ताकि आप प्रोग्राम से स्वयं को अवगत कराने में घंटों ज़ाया किये बिना ही आप सर्वोत्तम परिणाम हासिल कर सकें। इस प्रकार से, यह प्रोग्राम उपयोक्ता-अनुकूल होने की अपनी प्रतिष्ठा पर खरा उतरता है।
- **मल्टीमीडिया समुदाय:** magix.info पर आपको फॉर्मेट्स और स्पेशल इफेक्ट्स के बारे में अन्य उपयोक्ताओं और विशेषज्ञों द्वारा बनाई गई जानकारी एवं वर्कशॉप भी मिल जाएंगी। साथ ही, आप अन्य उपयोक्ताओं के साथ अपना ज्ञान साझा कर सकते हैं और अपने अनुभवों की चर्चा कर सकते हैं।

2.2.2.4 Audacity

Audacity एक निःशुल्क सॉफ्टवेयर है जिसे स्वयंसेवियों के एक समूह द्वारा विकसित किया गया है और इसे GNU जनरल पब्लिक लाइसेंस (GPL) के तहत वितरित किया जाता है। Audacity जैसे प्रोग्रामों को मुक्त स्रोत (ओपन सोर्स) सॉफ्टवेयर भी कहा जाता है, क्योंकि उनका स्रोत कोड अध्ययन या उपयोग हेतु सभी के लिए उपलब्ध होता है। हजारों की संख्या में अन्य निःशुल्क एवं मुक्त स्रोत प्रोग्राम उपलब्ध हैं, जैसे Firefox वेब ब्राउज़र, LibreOffice या Apache OpenOffice सुइट्स तथा पूरे-के-पूरे Linux आधारित ऑपरेटिंग सिस्टम्स जैसे Ubuntu.



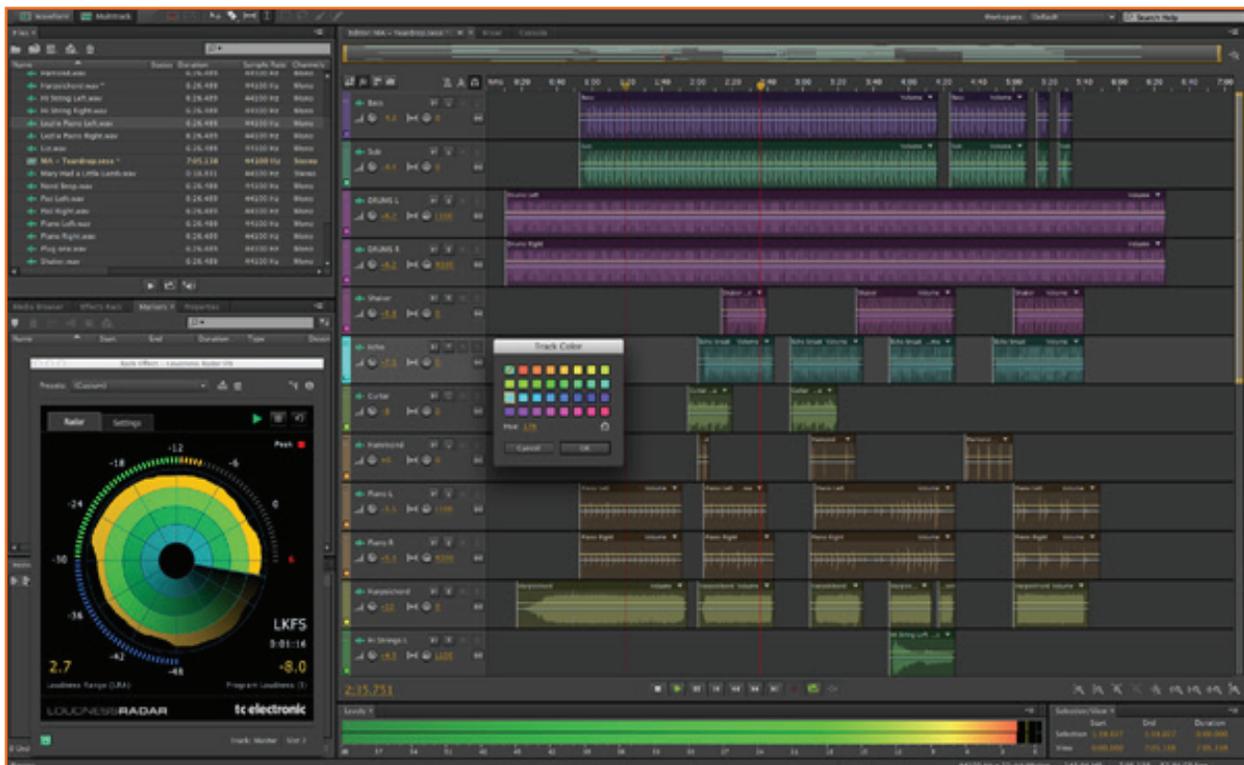
चित्र 2.2.3: Audacity

Audacity साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयर की विशेषताएं इस प्रकार हैं:

- लाइव ऑडियो रिकॉर्ड करें
- किसी भी Windows Vista या इससे बाद की विंडोज वाली मशीन पर कम्प्यूटर प्लेबैक रिकॉर्ड करें
- टेप्स और रिकॉर्ड्स को डिजिटल रिकॉर्डिंग्स या CD में बदलें
- WAV, AIFF, FLAC, MP2, MP3 या ऑग वॉर्बिस (Ogg Vorbis) साउंड फाइलें एडिट करें
- वैकल्पिक लाइब्रेरीज़ के उपयोग द्वारा AC3, M4A/M4R (AAC), WMA एवं अन्य फॉर्मेट समर्थित हैं
- साउंड्स को कट करें, कॉपी करें, जोड़ें या साथ में मिक्स करें
- अनगिनत इफेक्ट्स, जिनमें रिकॉर्डिंग की स्पीड या पिच बदलना भी शामिल है
- और भी बहुत कुछ! विशेषताओं की पूरी सूची यहां देखें: <http://audacity.sourceforge.net/about/features>

2.2.2.5 Adobe Audition

Adobe Audition को Cool Edit Pro नामक एक साधारण साउंड एडिटर के रूप में आरंभ किया गया था। अब यह विकसित होकर एक मल्टी-ट्रैक रिकॉर्डिंग टूल का रूप ले चुका है जो Adobe के उत्पादों से अपेक्षित सभी आवश्यक टूल्स प्रदान करता है।



चित्र 2.2.4: Adobe Audition

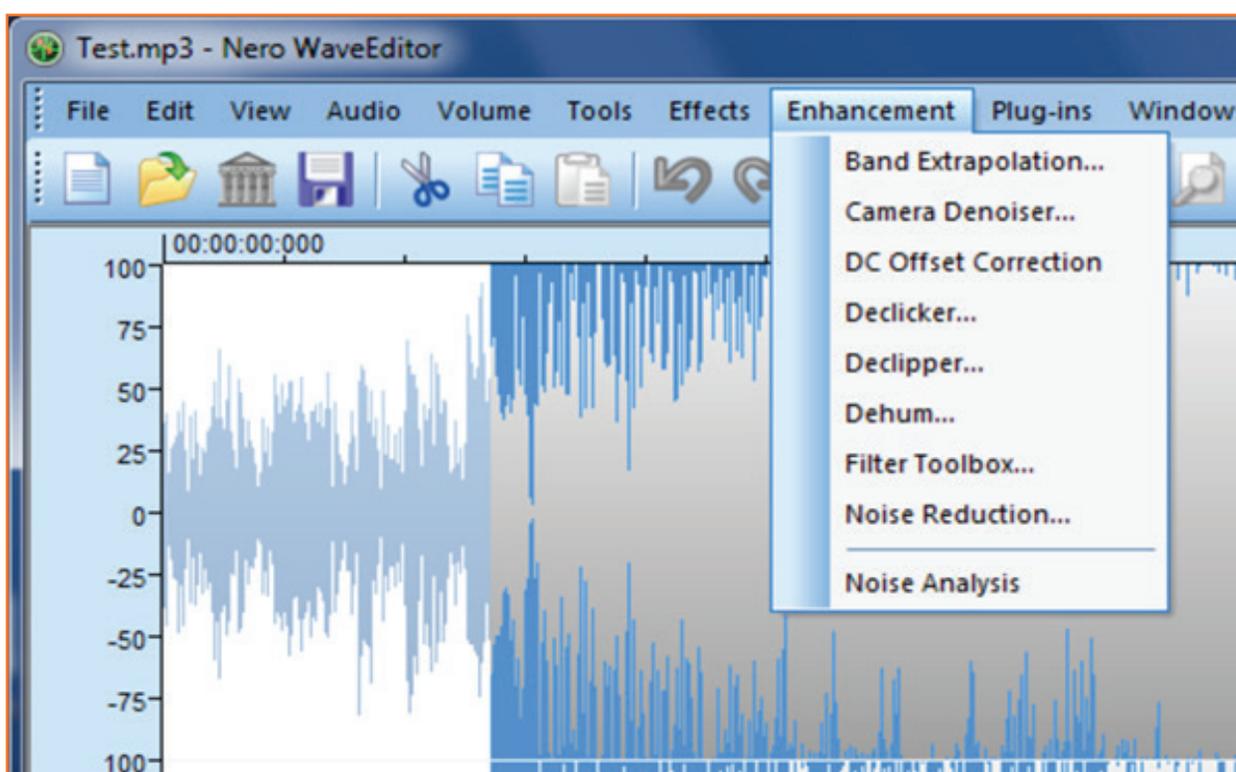
Adobe Audition साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयर की मुख्य विशेषताएं इस प्रकार हैं:

- ऑडियो फाइलों की एडिटिंग करने की मानक विशेषताएं एकीकृत की गई हैं जैसे कटिंग, पेस्टिंग, क्रॉपिंग और ऑडियो फाइल्स को कम्बाइन (संयोजित) करना जिससे आप अपना गीत बना सकते हैं।

- Adobe Audition विभिन्न स्पेशल इफेक्ट्स जैसे रिबर्ब, मल्टीटैप डिले, 3D ईको, इक्वालाइज़र, कोरस, फ्लैंजर और डिस्टॉर्शन आदि के साथ पेशेवर स्टूडियो मिक्सिंग के स्तर का परिणाम उत्पन्न कर सकता है। ऑडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर होने के नाते Adobe Audition को 128 ट्रैक्स तक मिक्स करने के योग्य बनाया गया है, वह भी सारे के सारे ट्रैक्स पेशेवर स्तर के परिणामों के साथ।
- और हां, इसमें अलग-अलग एडिटिंग की सुविधा भी है। इसके नवीनतम संस्करण में, मल्टी-ट्रैक रिकॉर्डिंग का विकल्प सक्षम है। इसकी बर्निंग विशेषता इस मायने में बेहद दिलचस्प है कि इसके जरिए सॉफ्टवेयर 2GB साइज़ तक की म्यूज़िक फाइलों को एडिट कर सकता है। यहां यह ध्यान देने लायक बात है कि प्रोग्राम में ब्लू-रे बर्निंग की सुविधा भी है, जिससे ऑडियो एडिटिंग और भी बेहतर हो जाती है।
- उपयोक्ताओं को मात्र कुछ क्लिक से ही म्यूज़िक ट्रैक में से साउंड हटाने की पूरी स्वतंत्रता दी गई है। उपयोक्ताओं के लिए बहुत से इफेक्ट्स उपलब्ध हैं जैसे साउंड रिमूवर इफेक्ट, स्टीरियो एक्सपैंडर और पिच बेंडर।

2.2.2.6 Nero Wave Editor

Nero Wave Editor, ऑडियो फाइलों की एडिटिंग और रिकॉर्डिंग के लिए प्रयोग होने वाला प्रोग्राम है। इसकी विभिन्न फिल्टरिंग और साउंड ऑप्टिमाइज़ेशन विधियों से आपको तेज़ी से और आसानी से अलग-अलग ऑडियो फाइलें बनाने की सुविधा मिलती है। यह टेप या विनाइल रिकॉर्ड्स से रिकॉर्डिंग के लिए बहुत सी सुधार विशेषताएं भी प्रदान करता है।



चित्र 2.2.5: Nero Wave Editor

Nero Wave Editor के उपयोग

Nero Wave Editor को ऐसे लोगों के लिए डिज़ाइन किया गया है जिन्हें पहले से रिकॉर्ड किए गए ऑडियो को और अधिक कर्णप्रिय बनाने के लिए उसे प्रोसेस करने की आवश्यकता पड़ती है। इसका एक आम उदाहरण है विनाइल रिकॉर्ड की डिजिटल रिकॉर्डिंग; ऐसा शायद ही कभी हो कि डिजिटल फेरबदल किए बिना ये रिकॉर्डिंग अच्छी सुनाई पड़े। फिल्टरिंग की मदद से आप शोर और विकृति को हटा सकते हैं, वहीं नॉर्मलाइज़ेशन से आपको पूरे ट्रैक में वॉल्यूम को एकसमान स्तर पर लाने में मदद मिलती है।

Nero Wave Editor में दिए गए इफेक्ट्स आपको थोड़ी रचनात्मकता दिखाने की सुविधा भी देते हैं, और उपयोगी उपलब्ध विधियों की संख्या बढ़ाने के लिए उद्योग-मानक स्तर के VST प्लगिन डाउनलोड कर सकते हैं। देखने और महसूस होने की दृष्टि से यह काफी हद तक Audacity जैसा है।

Nero Wave Editor साउंड एडिटिंग सॉफ्टवेयर की विशेषताएं इस प्रकार हैं:

- Nero Wave Editor अच्छी खासी संख्या में ऐसे इफेक्ट्स प्रदान करता है जो ऑडियो रिकॉर्डिंग्स में सुधार करते हैं, उनकी गुणवत्ता बेहतर बनाते हैं और उन्हें एक अधिक पेशेवर निखार प्रदान करते हैं। इन इफेक्ट्स को कम्बाइन (संयोजित) करके प्रीसेट बनाए जा सकते हैं - यदि आपके पास एक ही बार में ढेर सारा रिकॉर्डेड ऑडियो हो जिसे एक जैसी प्रोसेसिंग चाहिए हो तो ये प्रीसेट बड़े उपयोगी सिद्ध होते हैं।
- रियल-टाइम प्रीव्यू से आप सुन सकते हैं कि इफेक्ट कैसा सुनाई देगा और इसके लिए आपको पूरे इफेक्ट के लागू किए जाने तक इंतजार करने की ज़रूरत नहीं है। जब आपकी एडिटिंग हो चुकी हो तो अपनी फाइल को आप उसके मूल फॉर्मेट में सेव कर सकते हैं, या उसे किसी अन्य फॉर्मेट में बदल सकते हैं।
- यदि आपके हार्डवेयर के साथ कोई सॉफ्टवेयर नहीं आया था तो आप एनालॉग लाइन-इन या डिजिटल इनपुट से ऑडियो प्राप्त करने के लिए Nero Wave Editor का उपयोग कर सकते हैं, बशर्ते आपका कम्प्यूटर इसे समर्थित/सपोर्ट करता हो।

यूनिट 2.2: Audacity के साथ एडिट करना

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. Audacity क्या है यह पहचान करने में
2. Audacity को इंस्टॉल करने की तकनीकी आवश्यकताओं का सविस्तार वर्णन करने में
3. Audacity की सेटअप प्रक्रिया का वर्णन करने में

2.3.1 परिचय

ऑनलाइन पोस्ट करने हेतु ऑडियो रिकॉर्ड करने के लिए आपके पास बहुत से विकल्प हैं। इसे करने के लिए आपको ऐसा सॉफ्टवेयर चाहिए होगा जो ऑडियो रिकॉर्ड कर सके। इस सत्र में हम Audacity नामक एक प्रोग्राम का उपयोग करके ऑडियो को रिकॉर्ड करना सीखेंगे। यह प्रोग्राम ऑडियो को रिकॉर्ड और एडिट करने के लिए उपलब्ध एक सरल, निःशुल्क प्रोग्राम है।

मान लें कि आपको एक ऑडियो प्रस्तुति रिकॉर्ड करनी है और उसे किसी ऑनलाइन कोर्स में अपलोड करना है। आपको क्या करना होगा उसका सारांश इस प्रकार है:

- माइक्रोफोन सेटअप करें और ऑडियो सेटिंग्स को कन्फिगर करें।
- Audacity और लेम (Lame) डाउनलोड करके इंस्टॉल करें।
- ऑडियो रिकॉर्ड करें और एडिट करें।
- ऑडियो को mp3 फाइल फॉर्मेट में बदलें।
- mp3 फाइल को ऑनलाइन कोर्स में अपलोड कर दें।

2.3.2 तकनीकी आवश्यकताएं

हार्डवेयर

हेडसेट माइक्रोफोन प्रयोग करने से सर्वोत्तम परिणाम मिलेंगे। सेंटर फॉर टीचिंग एवं लर्निंग विद टेक्नोलॉजी (CTLT) केवल USB हेडसेट माइक्रोफोन के लिए तकनीकी सहायता प्रदान करता है। एनालॉग माइक्रोफोन और लैपटॉप में अंदर लगे (बिल्ट-इन) माइक्रोफोन समर्थित नहीं हैं।

सॉफ्टवेयर

चूंकि Audacity एक निःशुल्क एप्लिकेशन है, अतः आपकी ज़रूरत की हर चीज़ आपको एक ही डाउनलोड में नहीं मिल पाएगी। सबसे पहले आपको Audacity डाउनलोड करके इंस्टॉल करना होगा, और उसके बाद आपको लेम (LAME) नामक सॉफ्टवेयर इंस्टॉल करना होगा जिससे Audacity, MP3 फाइलें बनाने में सक्षम हो जाएगा। दोनों प्रोग्रामों को डाउनलोड और इंस्टॉल करने के निर्देश इस मार्गदर्शिका में दिए गए हैं।

आपको यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि आपका कम्प्यूटर भी eLearning साइट पर सूचीबद्ध न्यूनतम आवश्यकताओं को पूरा करता हो।

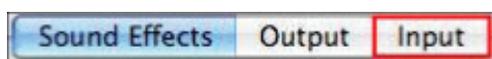
2.3.3 सेटअप

Mac के लिए रिकॉर्डिंग सेटिंग्स कन्फिगर करें

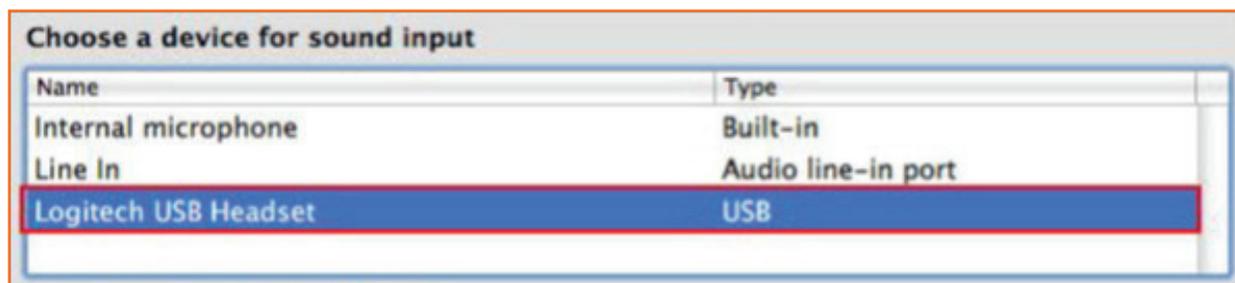
नीचे दिए गए चरणों का पालन करने से पहले सुनिश्चित करें कि आपका USB हेडसेट आपके कम्प्यूटर से जुड़ा हो और हेडसेट को म्यूट न किया गया हो (यदि विकल्प उपलब्ध है तो)।



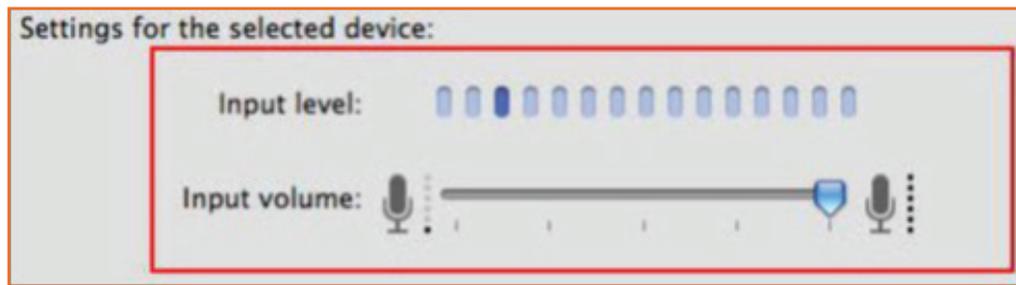
चरण 1: सिस्टम प्रेफरेंसेज़ खोलें और साउंड आइकन पर क्लिक करके अपने साउंड विकल्प खोलें।



चरण 2: इनपुट टैब पर क्लिक करें।



चरण 3: सुनिश्चित करें कि आप अपना USB माइक्रोफोन चुनें।

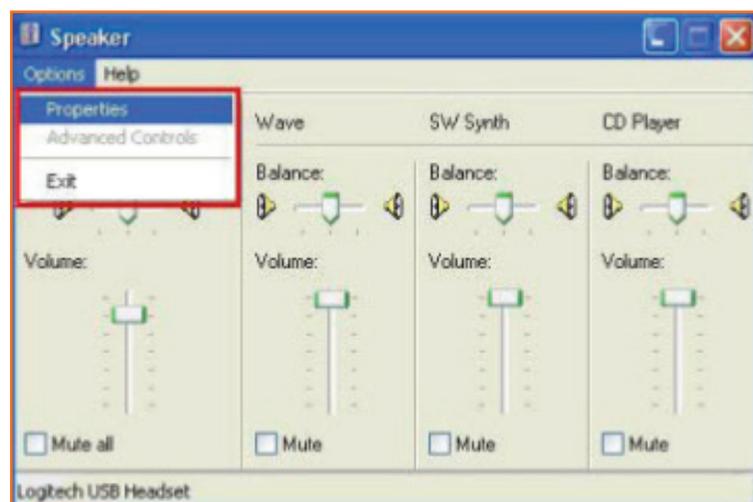


चरण 4: आप आवश्यकतानुसार वॉल्यूम स्लाइडर को एडजस्ट कर सकते हैं। जब आप इस विंडो के खुले होने के दौरान माइक्रोफोन में बोलें, तो इनपुट लेवल मीटर को मध्य बिंदु से आगे निकल जाना चाहिए।

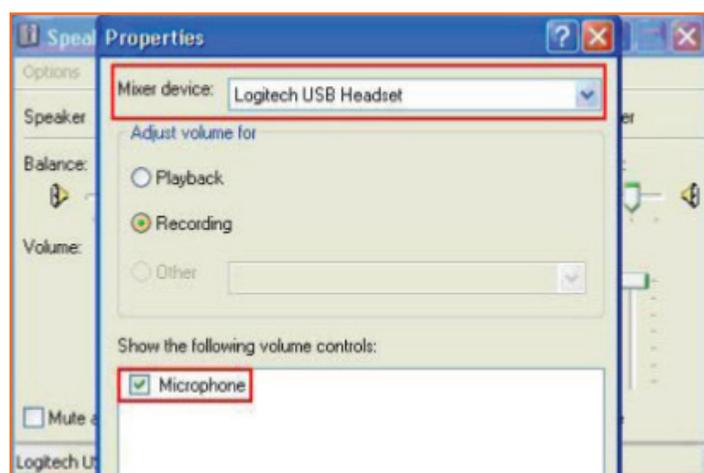
Windows XP के लिए रिकॉर्डिंग सेटिंग्स कन्फिगर करें

नीचे दिए गए चरणों का पालन करने से पहले सुनिश्चित करें कि आपका USB हेडसेट आपके कंप्यूटर से जुड़ा हो और हेडसेट को म्यूट न किया गया हो (यदि विकल्प उपलब्ध है तो)।

- स्टार्ट मेन्यू खोलें और ऑल प्रोग्राम्स में जाएं।
- एक्सेसरीज़ में जाएं, फिर एंटरटेनमेंट में जाएं।
- वॉल्यूम कंट्रोल चुनें।
- अब जो डायलॉग बॉक्स खुले उसके ऊपरी बाएं कोने में ऑप्शन्स पर और फिर प्रॉपर्टीज़ पर क्लिक करें।



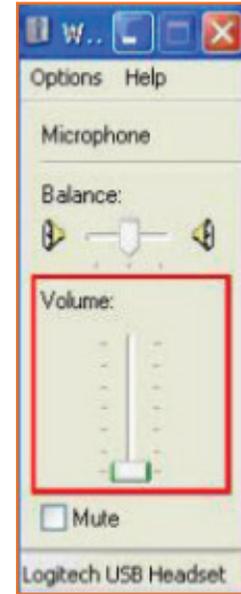
चित्र 2.2.6: वॉल्यूम कंट्रोल



चित्र 2.2.7: रिकॉर्डिंग विंडो

- प्रॉपर्टीज़ विंडो में, सुनिश्चित करें कि आपकी मिक्सर डिवाइस के रूप में आपका USB हेडसेट माइक (mic) चुना गया हो। इसके बाद शो द फॉलोइंग वॉल्यूम कंट्रोल के तहत माइक्रोफोन चुनें।

- सुनिश्चित करें कि आप डायलॉग बॉक्स में नीचे दिए गए OK बटन पर क्लिक करें।
- अब जो बॉक्स खुले, उस पर आप रिकॉर्डिंग करते समय वॉल्यूम एडजस्ट करने के लिए वॉल्यूम स्लिवर पर दिए गए स्लाइडर कंट्रोल का उपयोग कर सकते हैं।

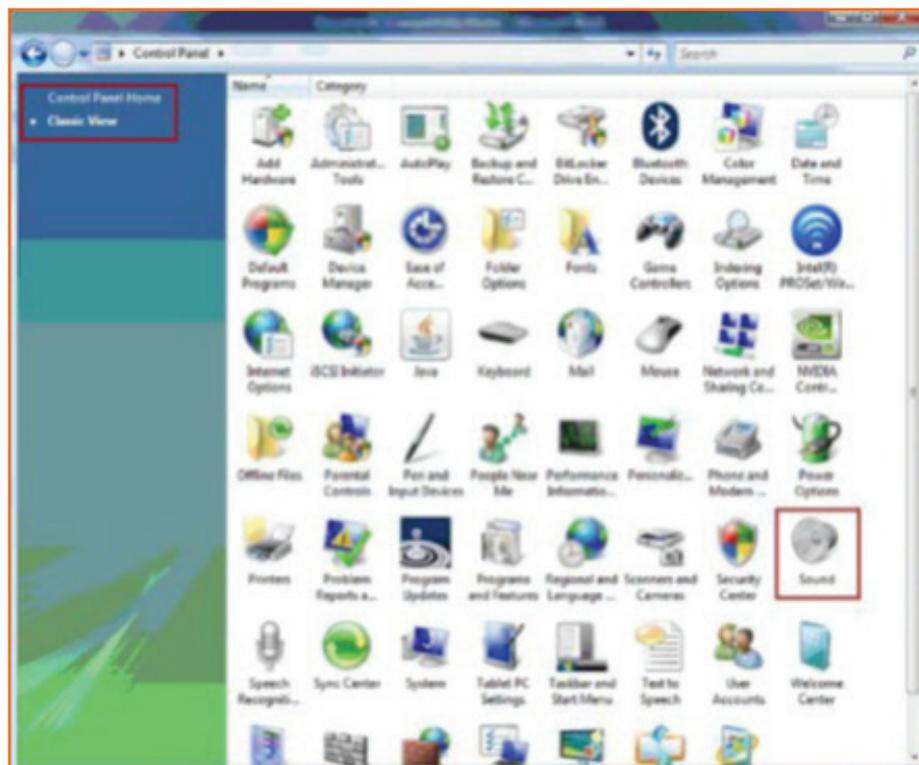


चित्र 2.2.8: मास्टर वॉल्यूम कंट्रोल

Windows Vista/7 के लिए रिकॉर्डिंग सेटिंग्स कन्फिगर करें

नीचे दिए गए चरणों का पालन करने से पहले सुनिश्चित करें कि आपका USB हेडसेट आपके कम्प्यूटर से जुड़ा हो और हेडसेट को म्यूट न किया गया हो (यदि विकल्प उपलब्ध है तो)।

- **चरण 1:** स्टार्ट मेन्यू खोलें और कंट्रोल पैनल चुनें।
- **चरण 2:** विंडो में बाईं ओर दी गई क्लासिक व्यू लिंक पर क्लिक करें और फिर साउंड पर डबल क्लिक करें।

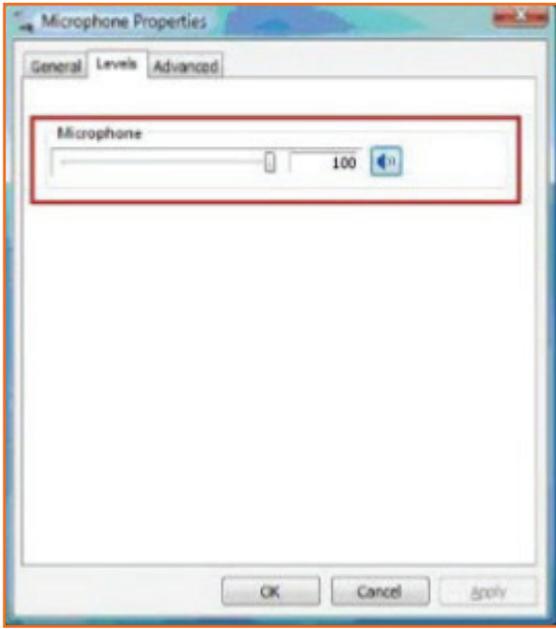


चित्र 2.2.9: Windows Vista/7 के लिए रिकॉर्डिंग सेटिंग्स

- **चरण 3:** रिकॉर्डिंग टैब पर क्लिक करें।
- **चरण 4:** सुनिश्चित करें कि आपका हेडसेट माइक चुना हुआ हो और उस पर लिखा आ रहा हो कि वह कार्य कर रहा है।



चित्र 2.2.9: Windows Vista/7 के लिए रिकॉर्डिंग सेटिंग्स



चित्र 2.2.10: माइक्रोफोन प्रॉपर्टीज़

- **चरण 5:** अपने हेडसेट माइक पर डबल-क्लिक करें।
- **चरण 6:** लेवल्स टैब पर क्लिक करें।
- **चरण 7:** माइक्रोफोन स्लाइडर का उपयोग करके वॉल्यूम सेट करें।
- **चरण 8:** OK पर क्लिक करें।

2.3.4 माइक्रोफोन एडजस्ट करें और जांचें

ऑनलाइन माइक्रोफोन टेस्टर एक सुविधाजनक तरीका है जिससे आप रिकॉर्डिंग करने से पहले यह जाँच सकते हैं कि आपके कंप्यूटर को आपके माइक्रोफोन से इनपुट मिल रहा है या नहीं। USB कनेक्शन चित्र में दिखाए गए जैसा दिखता है।

ध्यान दें: सेंटर फॉर टीविंग एवं लर्निंग विद टेक्नोलॉजी केवल USB माइक्रोफोन के लिए तकनीकी सहयोग प्रदान करता है।

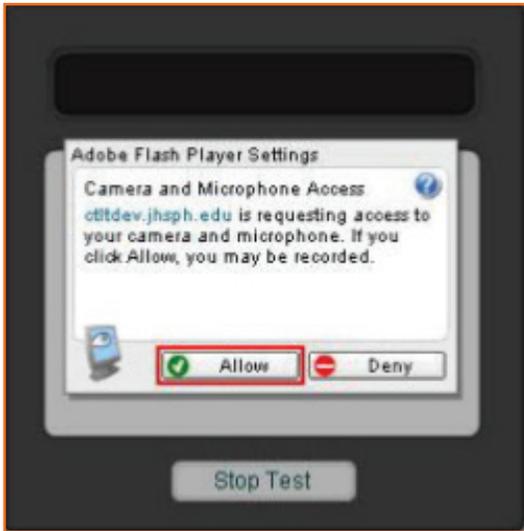


चित्र 2.2.10: माइक्रोफोन USB कॉर्ड

1. नीचे दिए गए चरणों का पालन करने से पहले सुनिश्चित करें कि आपका USB हेडसेट आपके कम्प्यूटर से जुड़ा हो और हेडसेट को म्यूट न किया गया हो (यदि विकल्प उपलब्ध है तो)।
2. माइक टेस्टर आपको नीचे दिखाए गए डायलॉग द्वारा बताता है कि आपका USB माइक्रोफोन पहचान/स्वीकृत कर लिया गया है। टेस्ट शुरू करने के लिए स्टार्ट टेस्ट पर क्लिक करें। यदि आपको यह संदेश मिल रहा है कि "इट अपीयरस दैट यू डॉट हैव अ USB हेडसेट माइक्रोफोन कनेक्टेड" (ऐसा लगता है कि आपने USB हेडसेट माइक्रोफोन कनेक्ट नहीं किया है), पर आप निश्चित हैं कि आपने ऐसा किया है, तो अपने ऑपरेटिंग सिस्टम के रिकॉर्डिंग सेटिंग्स को कन्फिगर करने के निर्देश देखें। यदि आप तब भी अपना माइक्रोफोन जाँचना चाहते हों तो टेस्ट एनिवेट बटन पर क्लिक कर दें।



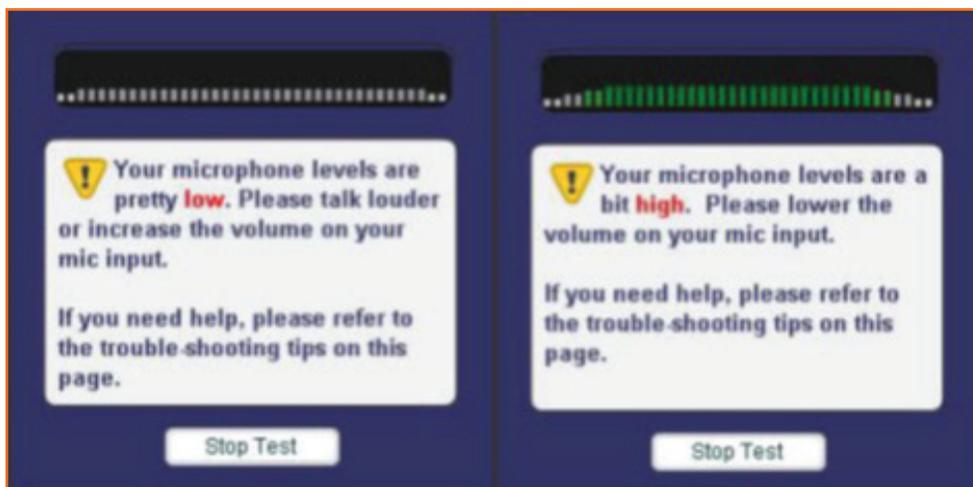
चित्र 2.2.11: माइक्रोफोन USB कनेक्शन पाँप-अप



चित्र 2.2.12: Adobe flash player सेटिंग

3. संदेश दिखाए जाने पर, अलाऊ (अनुमति दें) पर क्लिक कर दें ताकि माइक्रोफोन टेस्टर को आपके माइक्रोफोन से साउंड प्राप्त करने की अनुमति मिल जाए।

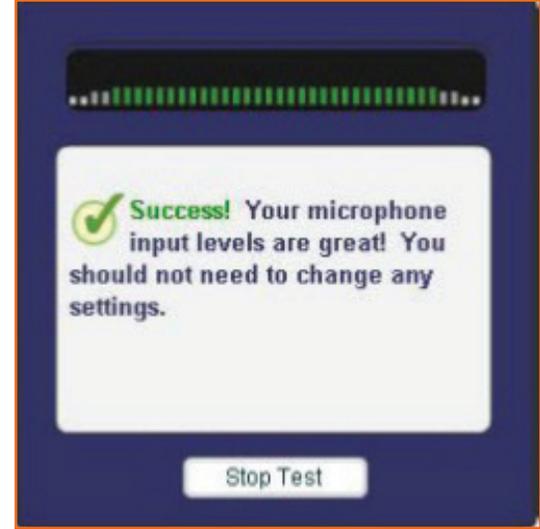
4. कम से कम 5 सेकंड तक माइक में जोर से और साफ-साफ बोलें। 5 सेकंड बाद टेस्टर आपको आपके माइक्रोफोन के वॉल्यूम के बारे में फीडबैक देगा। यदि आपके माइक्रोफोन का वॉल्यूम बहुत अधिक या बहुत कम है तो आपको इनमें से एक संदेश मिलेगा:



चित्र 2.2.13: माइक्रोफोन टेस्टिंग

अपने माइक्रोफोन का वॉल्यूम कैसे एडजस्ट करें यह जानने के लिए, कृपया अपने ऑपरेटिंग सिस्टम के रिकॉर्डिंग सेटिंग्स कन्फिगर करने के निर्देश देखें।

- जब आपका इनपुट स्वीकार्य होता है तो आपको यह संदेश मिलता है। टेस्ट खत्म करने के लिए स्टॉप टेस्ट बटन दबाएं।

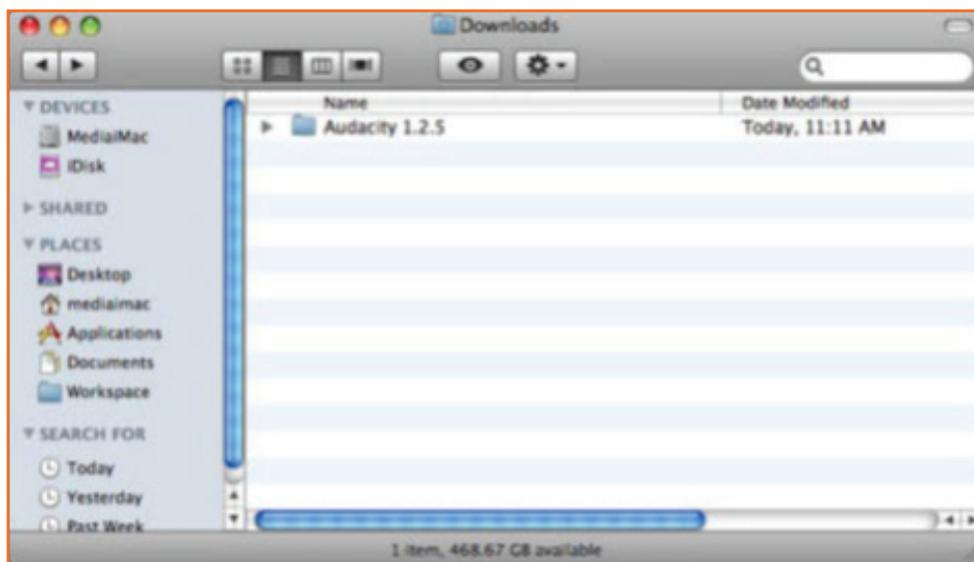


चित्र 2.2.14: माइक्रोफोन इनपुट लेवल इंडीकेटर

2.3.5 Mac हेतु Audacity डाउनलोड करके इंस्टॉल करें

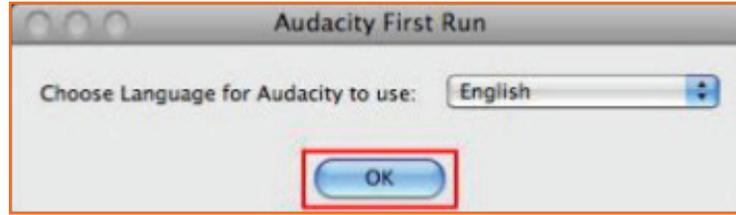
यह ट्यूटोरियल इंटेल-आधारित Mac पर Audacity 1.2.6 डाउनलोड करके इंस्टॉल करने के निर्देश प्रदान करता है क्योंकि स्कूल में यही Mac सबसे अधिक प्रचलित है। यदि आपके पास PPC-आधारित Mac है या आप Mac OS 10.6 चला रहे हैं, तो कृपया Audacity की साइट पर दिए गए निर्देशों का पालन करें।

- Audacity की वेब साइट <http://audacity.sourceforge.net/> पर जाएं।
- आपके Mac से संबंधित लिंक पर क्लिक करें। 9
- डाउनलोड पूरा हो जाने पर अपना डाउनलोड्स फोल्डर खोलें और फिर Audacity फोल्डर खोलें।

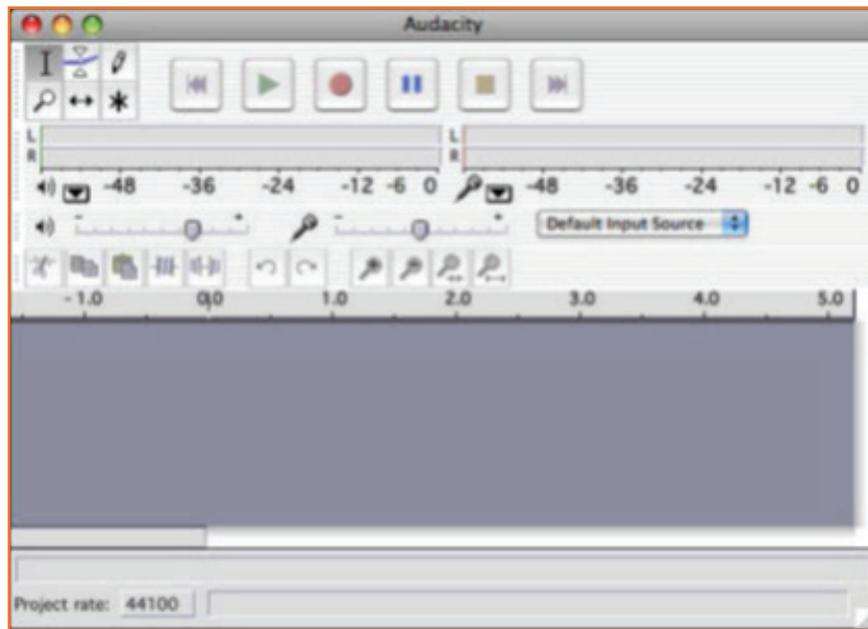


चित्र 2.2.15: डाउनलोड्स विंडो

4. Audacity आइकन को खींच कर अपने एप्लिकेशन्स फोल्डर में ले आएं इसके बाद Audacity आइकन पर डबल क्लिक करें जिससे प्रोग्राम पहली बार आरंभ होगा।
5. Audacity को आप जिस भाषा में प्रयोग करना चाहते हैं वह चुनें। OK पर क्लिक करें।



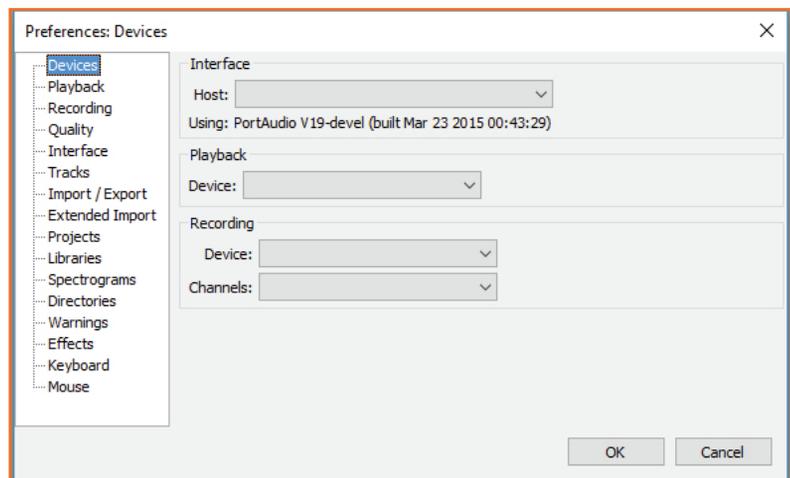
चित्र 2.2.16: Audacity का पहली बार चलना



चित्र 2.2.17: यह Audacity इंटरफेस है। अब आप रिकॉर्डिंग आरंभ कर सकते हैं।

रिकॉर्डिंग से पहले, अपने Audacity की ऑडियो सेटिंग्स जांच कर यह सुनिश्चित कर लें कि आपकी रिकॉर्डिंग और प्लेबैक डिवाइस चुनी गई हों:

1. Audacity मेन्यू में प्रेफरेंसेज़ पर क्लिक करें।
2. ऑडियो I/O टैब पर क्लिक करें।
3. प्लेबैक डिवाइस और रिकॉर्डिंग डिवाइस ड्रॉप डाउन सूचियों में से अपनी रिकॉर्डिंग और प्लेबैक डिवाइस चुनें।
4. OK पर क्लिक करें।



चित्र 2.2.18: प्रेफरेंसेज़ डायलॉग

2.3.6 Windows हेतु Audacity डाउनलोड करके इंस्टॉल करें

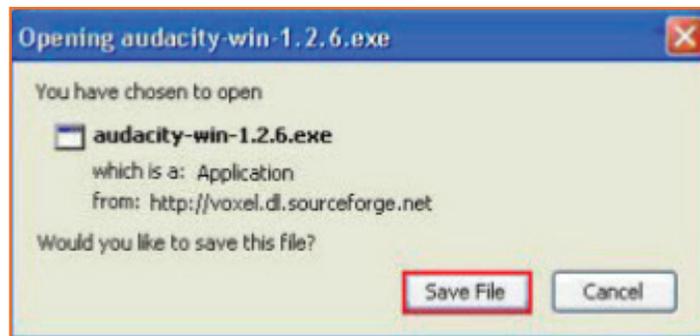
यह यूनिट फायरफॉक्स का उपयोग करते हुए आपके PC पर Audacity डाउनलोड करने के निर्देश बताएगी।

ध्यान दें: यदि आप किसी अन्य ब्राउज़र का उपयोग करते हैं तो शब्दों और चित्रों में थोड़ा अंतर हो सकता है।

- Audacity की वेब साइट <http://audacity.sourceforge.net/> पर जाएं।
- डाउनलोड टैब पर क्लिक करें।
- Audacity 1.2.6 इंस्टॉलर लिंक पर क्लिक करें।

ध्यान दें: Windows 7 उपयोक्ताओं को 1.3.12 (बीटा) संस्करण डाउनलोड करना होगा।

- डायलॉग बॉक्स में सेव फाइल पर क्लिक करें। जहां आप चाहें वहां फाइल सेव करें।



चित्र 2.2.19(a): Audacity सेटअप डाउनलोड करना

2.3.7 Windows हेतु Audacity डाउनलोड करके इंस्टॉल करें

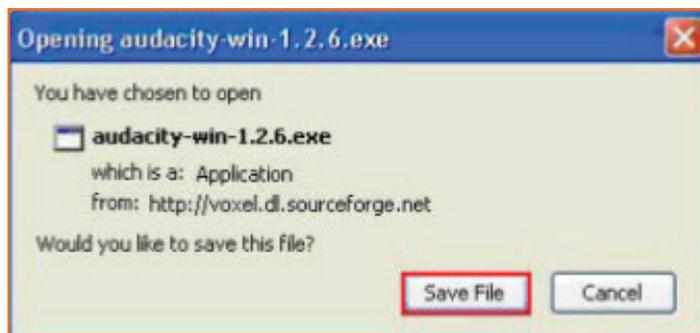
इस सत्र में फायरफॉक्स का उपयोग करते हुए आपके PC पर Audacity डाउनलोड करने के निर्देश दिए जाएंगे।

ध्यान दें: यदि आप किसी अन्य ब्राउज़र का उपयोग करते हैं तो शब्दों और चित्रों में थोड़ा अंतर हो सकता है।

1. Audacity की वेब साइट <http://audacity.sourceforge.net/> पर जाएं।
2. डाउनलोड टैब पर क्लिक करें।
3. Audacity 1.2.6 इंस्टॉलर लिंक पर क्लिक करें।

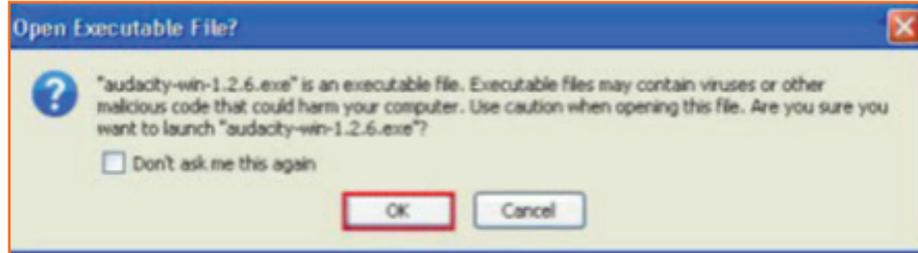
ध्यान दें: Windows 7 उपयोक्ताओं को 1.3.12 (बीटा) संस्करण डाउनलोड करना होगा।

4. डायलॉग बॉक्स में सेव फाइल पर क्लिक करें। जहां आप चाहें वहां फाइल सेव करें।



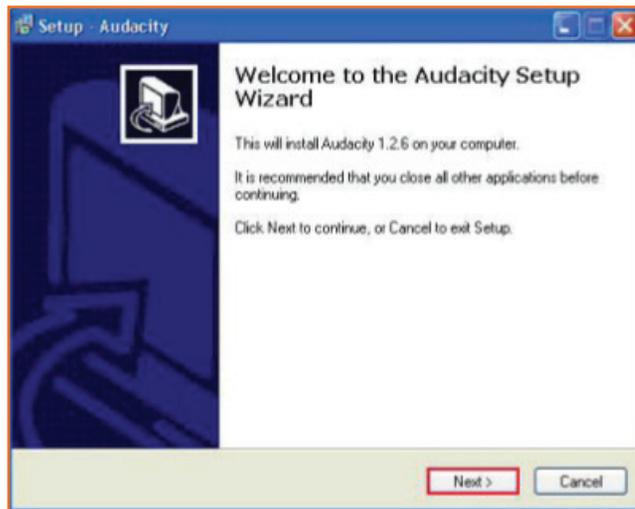
चित्र 2.2.19(b): Audacity सेटअप डाउनलोड करना

5. एक्जीक्यूटेबल फाइल खोलने के लिए OK पर क्लिक करें।



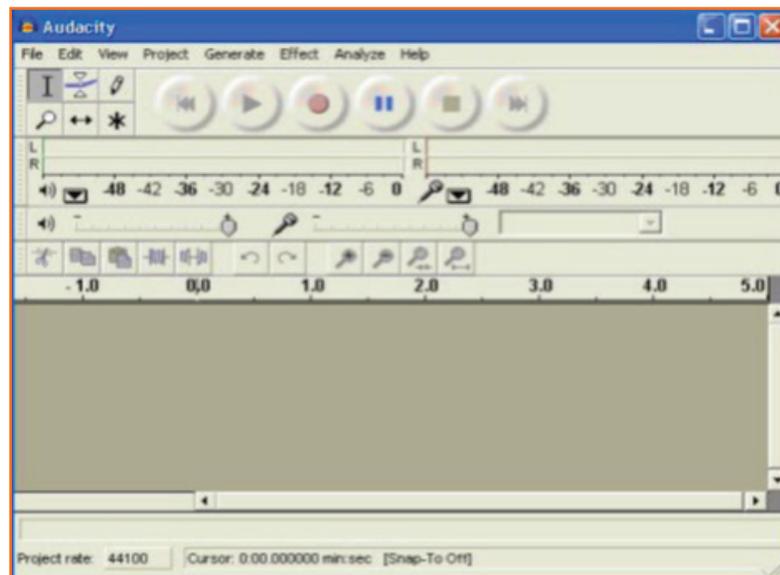
चित्र 2.2.20: सेटअप चलाएं

6. नेक्स्ट पर क्लिक करके Audacity सेटअप विज़ार्ड चलाएं।



चित्र 2.2.21: सेटअप विज़ार्ड

7. यदि आप Audacity आरंभ करना चुनते हैं तो इंटरफ़ेस प्रकट होगा और आप रिकॉर्डिंग आरंभ कर सकते हैं।



चित्र 2.2.22: Audacity विंडो

यह Audacity इंटरफ़ेस है। अब आप रिकॉर्डिंग आरंभ कर सकते हैं।

रिकॉर्डिंग से पहले, अपने Audacity की ऑडियो सेटिंग्स जांच कर यह सुनिश्चित कर लें कि आपकी रिकॉर्डिंग और प्लेबैक डिवाइस चुनी गई हों:

1. एडिट मेन्यू में प्रेफरेंसेज़ पर क्लिक करें।
2. ऑडियो I/O टैब पर क्लिक करें।
3. प्लेबैक डिवाइस और रिकॉर्डिंग डिवाइस ड्रॉप डाउन सूचियों में से अपनी रिकॉर्डिंग और प्लेबैक डिवाइस चुनें।
4. OK पर क्लिक करें।

2.3.8 Mac हेतु लेम (Lame) डाउनलोड करके इंस्टॉल करें

यह ट्यूटोरियल आपके Mac पर लेम (Lame) डाउनलोड करने के निर्देश बताता है। अपनी Audacity रिकॉर्डिंग को mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करने के लिए लेम का उपयोग करें ताकि उसे ऑनलाइन पोस्ट किया जा सके।

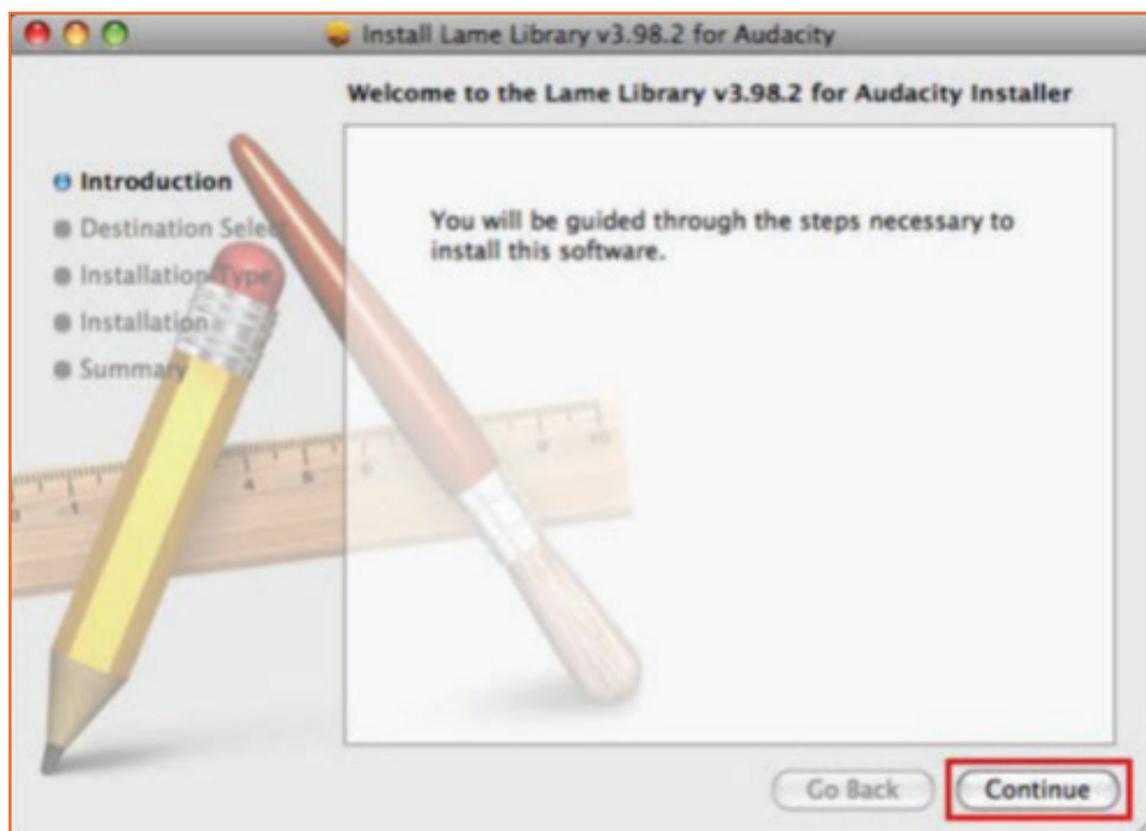
1. Mac हेतु निःशुल्क लेम डाउनलोडर को यहां स्थित स्कूल के सर्वरों से डाउनलोड किया जा सकता है।

ध्यान दें: PPC-आधारित Mac उपयोक्ताओं को Audacity की साइट से LameLib-Carbon-3.91.sit फाइल डाउनलोड करनी होगी और वहां दिए निर्देशों का पालन करना होगा।

2. जब आप लेम की dmg फाइल डाउनलोड कर चुके हों तो Audacity.pkg फाइल के लिए Lame Library v3.98.2 पर डबल क्लिक करें।

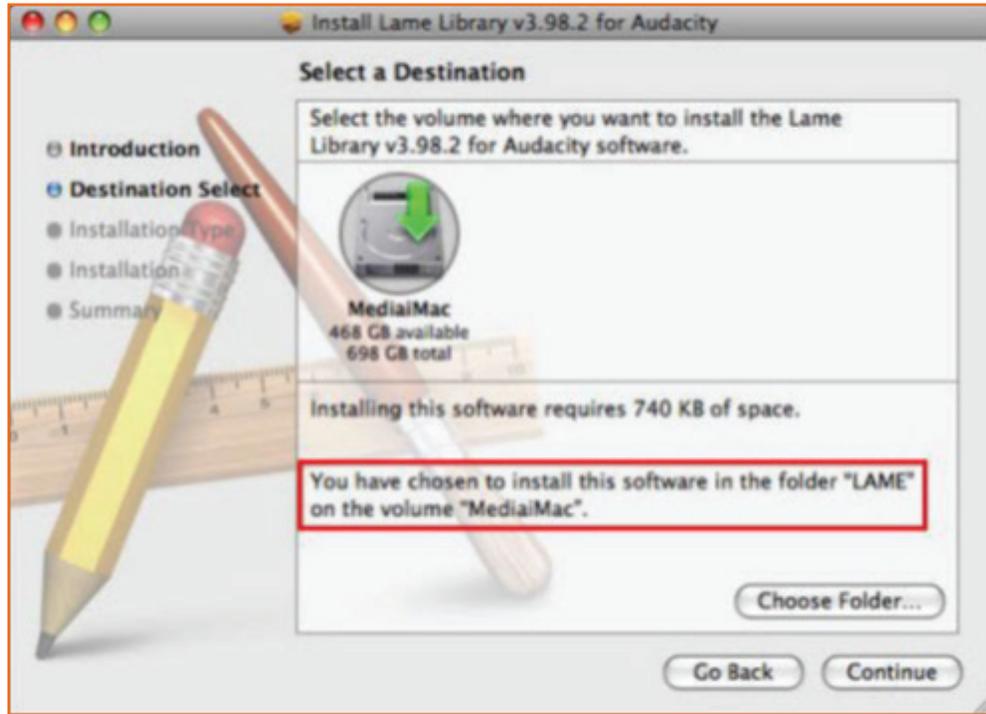
ध्यान दें: यदि संदेश दिखे तो, pkg फाइल प्रकट करने के लिए Lame_Library_v3.98.2_for_Audacity_on_OSX.dmg फाइल पर डबल क्लिक करें।

3. अब इंस्टॉलर विज़ार्ड विंडो खुलेगी। कंटीन्यू पर क्लिक करें।



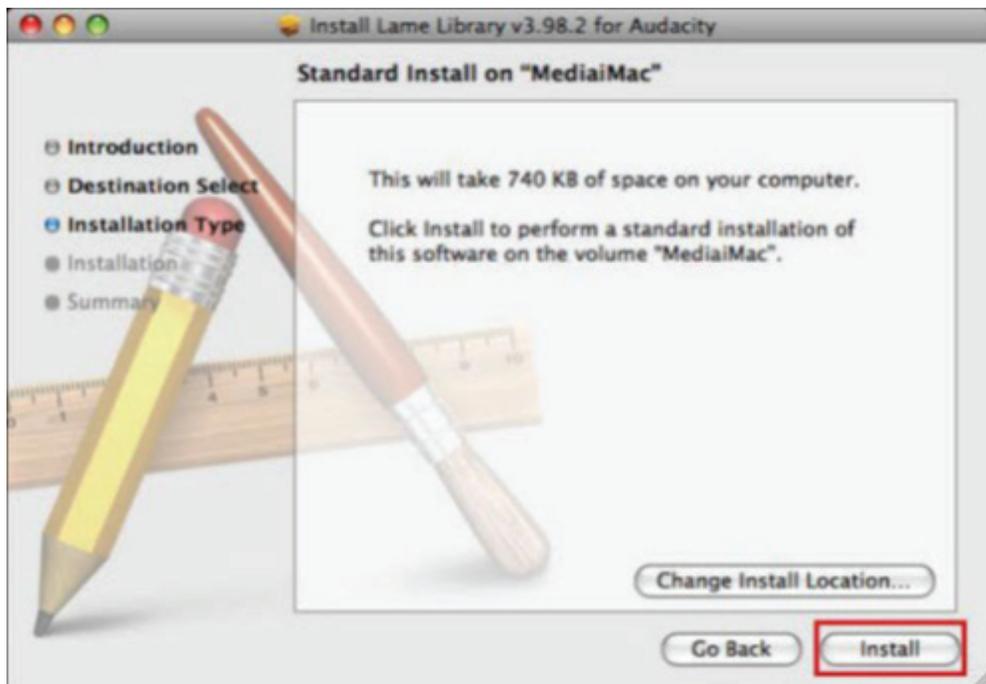
चित्र 2.2.23(a): MAC पर Lame का इंस्टॉलेशन

4. यदि संदेश दिखे तो, वह स्थान चुनें जहां आप फाइल सेव करना चाहते हैं। वूज़ पर क्लिक करें। जब आप Audacity के फाइल फॉर्मेट से पहली बार अपनी रिकॉर्डिंग को mp3 में एक्सपोर्ट करेंगे तो आपको फाइल का स्थान पता करना होगा। याद रखें कि आपने उसे कहां सेव किया था।
5. वह स्थान अब इंस्टॉलर विंडो में दिखाता है। वह वॉल्यूम चुनें जहां आप लेम सॉफ्टवेयर इंस्टॉल करना चाहते हैं, और फिर कंटीन्यू पर क्लिक करें।



चित्र 2.2.23(b): MAC पर Lame का इंस्टॉलेशन

6. इंस्टॉल पर क्लिक करें। यदि पूछा जाए तो अपना कम्प्यूटर पासवर्ड एंटर करें।
7. आपने लेम (LAME) को सफलतापूर्वक इंस्टॉल कर लिया है! इंस्टॉलेशन पूर्ण करने के लिए कंटीन्यू पर क्लिक करें।



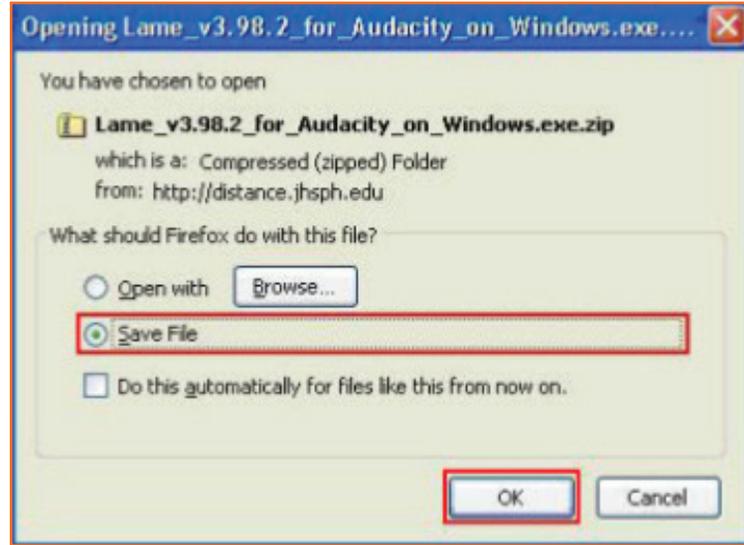
चित्र 2.2.23(c): MAC पर Lame का इंस्टॉलेशन

2.3.9 Windows हेतु लेम (Lame) डाउनलोड करके इंस्टॉल करें

यह ट्यूटोरियल आपके PC पर फायरफॉक्स का उपयोग करते हुए लेम (Lame) डाउनलोड करने के निर्देश देता है। अपनी Audacity रिकॉर्डिंग को mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करने के लिए लेम का उपयोग करें ताकि उसे ऑनलाइन पोस्ट किया जा सके।

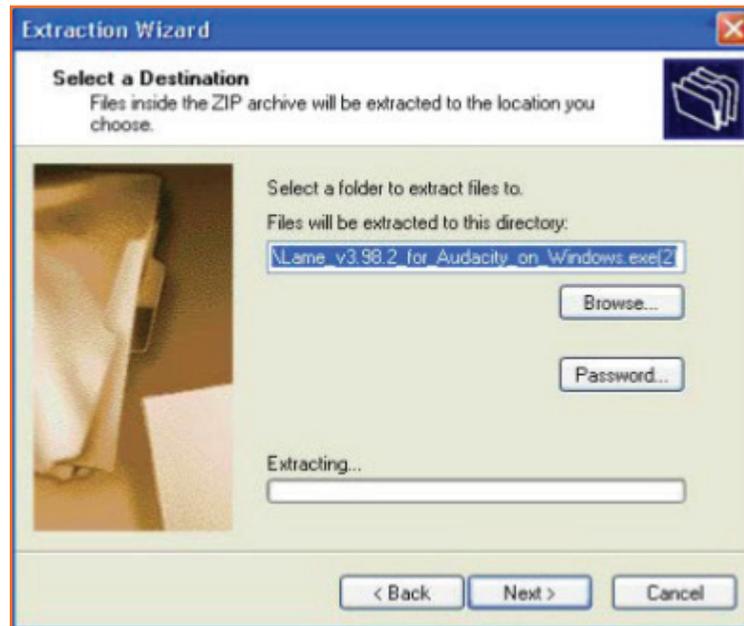
ध्यान दें: यदि आप किसी अन्य ब्राउज़र का उपयोग करते हैं तो शब्दों और चित्रों में थोड़ा अंतर हो सकता है।

1. PC हेतु निःशुल्क लेम डाउनलोडर को स्कूल के सर्वरों से डाउनलोड किया जा सकता है।
2. संदेश दिखाने पर, सेव फाइल चुनें और फिर OK पर क्लिक करें।



चित्र 2.2.24(a): Windows पर Lame का इंस्टॉलेशन

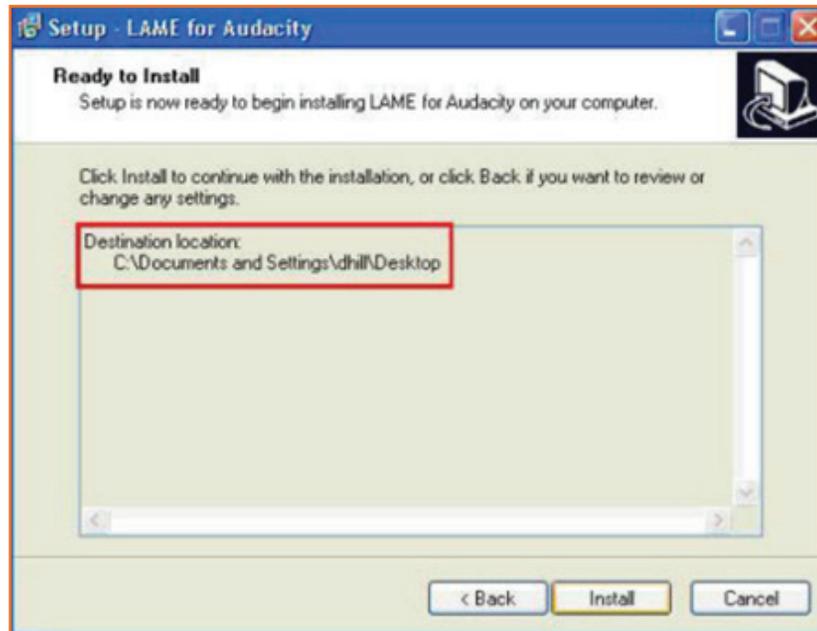
3. जहां डाउनलोडर फाइल सेव की गई थी वहां जाकर डाउनलोडर फाइल पर डबल क्लिक करें।
4. यह डाउनलोडर एक कम्प्रेस्ड ज़िप फाइल के रूप में आता है इसलिए उसमें से फाइलें निकालनी होंगी। वह डायरेक्टरी चुनें जहां निकाली गई फाइल, एक्सट्रैक्शन विज़ार्ड चलाएगी।



चित्र 2.2.24(b): Windows पर Lame का इंस्टॉलेशन

ध्यान दें: यदि आपको विज़ार्ड न दिखे तो फाइल(लॉ) को चुन कर अपने डेस्कटॉप पर कॉपी कर दें।

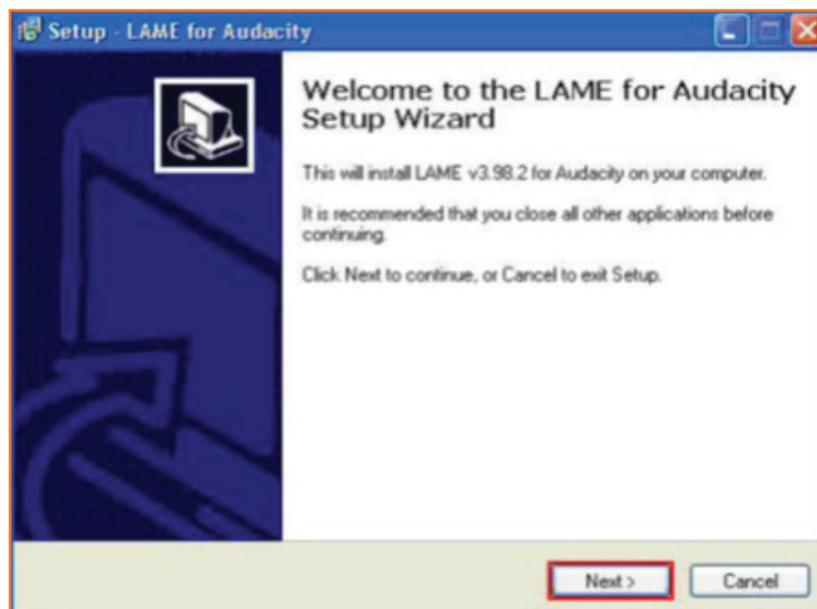
5. अपने कम्प्यूटर पर फाइल का स्थान पता करें और उस पर क्लिक कर दें।
6. सेव फाइल चुनें।
7. प्रोग्राम फाइलों को आप जहां चाहें वहां इंस्टॉल कर दें, पर याद रखें कि आपने उन्हें कहां सेव किया है। जब आप पहली बार mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करेंगे तो Audacity आपसे lame_enc.dll ढूंढने को कहेगा।



चित्र 2.2.24(c): Windows पर Lame का इंस्टॉलेशन

8. फाइल खोलें और फिर उसे लांच करने के लिए OK पर क्लिक कर दें।
9. लैम फॉर Audacity सेटअप विज़ार्ड चलाने के लिए नेक्स्ट पर क्लिक कर दें।

ध्यान दें: जब आप पहली बार mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करेंगे तो Audacity आपसे lame_enc.dll ढूंढने को कहेगा।



चित्र 2.2.24(d): Windows पर Lame का इंस्टॉलेशन

2.3.10 Audacity में रिकॉर्ड करना

रिकॉर्ड

अपना ऑडियो रिकॉर्ड करने के लिए रिकॉर्ड बटन का उपयोग करें। जब आप रिकॉर्ड को दबा दें, अपने माइक्रोफोन में साफ-साफ बोलें ताकि आप इंटरफेस पर अपनी आवाज़ के अनुसार बदलती हुई तरंगें देख सकें।

सुझाव: Mac उपयोक्ता, क्या आपको रिकॉर्ड बटन पर क्लिक करने पर कोई त्रुटि संदेश मिला? यदि हां, तो 1.2.6 संस्करण इंस्टॉल करें।

पौज़

रिकॉर्डिंग से एक ब्रेक लेने के लिए पौज़ बटन का उपयोग करें। यदि आप पौज़ दबाते हैं, तो आप रिकॉर्डिंग पर वापस आ सकते हैं और तब भी आप उसी ट्रैक पर रिकॉर्ड करेंगे।

ध्यान दें: ऐसा सुझाव नहीं दिया जाता है कि आप अपनी प्रोब्रैस (काम) को सेव किए बिना, पौज़ दबा दें और अपने रिकॉर्डिंग सत्र को छोड़कर लंबे समय के लिए कहीं और चले जाएं। हो सकता है कि जब आप अपने सत्र से दूर हों तब आपके कम्प्यूटर के साथ कुछ गड़बड़ हो जाए और आपकी रिकॉर्डिंग बेकार हो जाए।

स्टॉप

जब आप रिकॉर्डिंग खत्म कर लें और फाइल को सेव या एक्सपोर्ट करने के लिए तैयार हों तो स्टॉप बटन का उपयोग करें।

ध्यान दें: यदि आप गलती से स्टॉप दबा देते हैं और दोबारा रिकॉर्ड बटन दबाते हैं तो एक दूसरे ट्रैक की रिकॉर्डिंग शुरू हो जाएगी जो पहले वाले के समय से ही शुरू होगी। इसका अर्थ है, कि यदि आप इसी रूप में ट्रैक्स को एक्सपोर्ट कर देते हैं, तो वे ट्रैक्स साथ-साथ प्ले होंगे। अधिक जानकारी के लिए, कृपया Audacity में स्टॉप बनाम पौज़ देखें।

सुझाव: यदि स्टॉप बटन दबा दिया गया था तो Audacity 1.3 के उपयोक्ता अपने कीबोर्ड पर शिफ्ट की दबाए रखते हुए रिकॉर्ड बटन क्लिक करके उसी ट्रैक पर रिकॉर्डिंग जारी रख सकते हैं।

रिकॉर्डिंग्स को एडिट करना

आमतौर पर, अपनी प्रस्तुति को पहले रिकॉर्ड कर लेना और रिकॉर्डिंग पूरी हो जाने के बाद गलतियों को एडिट करके अलग कर देना आसान होता है। रिकॉर्डिंग करते समय, यदि आप किसी शब्द को बोलने में लड़खड़ा जाएं या गलत बोल दें, तो बस आराम से एक साँस लें, रिकॉर्डिंग जारी रखें और पूरी हो जाने के बाद उसे एडिट कर दें।

रिकॉर्डिंग पूरी हो जाने पर:

- प्ले बटन दबा कर रिकॉर्डिंग सुनें।
- विंडो में नीचे दिये गये बार का उपयोग करके उस एरिया में पहुंचें जहां आप एडिट करना चाहते हैं।
- आप जितना ऑडियो हटाना चाहते हैं उसे हाइलाइट करें।
- एडिट मेन्यू में से डिलीट पर क्लिक करें। आपने जितना एरिया हाइलाइट किया था उसे रिकॉर्डिंग से हटा दिया गया है। रिकॉर्डिंग के जिस भी भाग को आप हटाना चाहते हों उसके लिए इस क्रिया को जितनी बार चाहें उतनी बार दोहराएं।
- यदि आपको पता चले कि आपने कुछ हिस्सा गलती से डिलीट कर दिया है तो एडिट मेन्यू में जाकर अनडू डिलीट पर क्लिक कर दें। जितनी बार आवश्यक हो उतनी बार इसे करें।
- फाइल को mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करने के लिए फाइल मेन्यू का उपयोग करें।

सुझाव: यदि आप रिकॉर्डिंग का प्लेबैक नहीं सुन पा रहे हैं, तो Mac हेतु Audacity डाउनलोड करें या विंडोज हेतु Audacity डाउनलोड करें खंडों में, Audacity प्रेफरेंसेज़ में ऑडियो सेटिंग्स कैसे बदली जाती हैं इसके निर्देशों का पालन करें।

यदि आप पहली बार mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट कर रहे हैं तो आपको लेम (Lame) लाइब्रेरी फाइल डाउनलोड करके उसका स्थान ढूंढना होगा। फाइल डाउनलोड करने के निर्देश सेटअप खंड में दिए गए हैं। लेम (Lame) लाइब्रेरी फाइल का स्थान पता करने के लिए एक्सपोर्ट सेटिंग्स स्थापित करें सेक्शन देखें।

2.3.11 Audacity में स्टॉप बनाम पॉज़

Audacity में स्टॉप और पॉज़ बटन काफी अलग ढंग से कार्य करते हैं।

आमतौर पर, जब आप किसी ट्रैक की रिकॉर्डिंग पूरी कर चुके हों और उसे एडिट करना या उसे mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करना चाहते हों तो आपको स्टॉप बटन का उपयोग करना चाहिए। यदि आप किसी रिकॉर्डिंग को निलंबित करके नयी रिकॉर्डिंग शुरू करना चाहते हों तो भी आपको स्टॉप बटन का उपयोग करना चाहिए।

किसी ट्रैक की रिकॉर्डिंग से एक ब्रेक लेने के लिए पॉज़ बटन का उपयोग करें।

यदि आप गलती से स्टॉप बटन दबा देते हैं और फिर रिकॉर्ड बटन दबाते हैं तो एक नया ट्रैक रिकॉर्ड होगा। जब आप इन ट्रैक्स को mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करेंगे तो इन ट्रैक्स को एक अकेली ऑडियो फाइल में कम्पाइल (संकलित) कर दिया जाएगा और वे साथ-साथ प्ले होंगे।

सुझाव: यदि स्टॉप बटन दबा दिया गया था तो Audacity 1.3 के उपयोगकर्ता अपने कीबोर्ड पर शिफ्ट की दबाए रखते हुए रिकॉर्ड बटन विलक करके उसी ट्रैक पर रिकॉर्डिंग जारी रख सकते हैं।

साथ-साथ प्लेबैक से बचना

- पहले ट्रैक के फ़िल्ड के अंदर, कर्सर को वहां रखें जहां से आप रिकॉर्डिंग जारी रखना चाहते हैं।
- रिकॉर्ड बटन दबाएं।
- जब रिकॉर्डिंग पूरी हो जाए तो स्टॉप बटन पर विलक करें। दो ट्रैक्स पहले की तरह साथ-साथ एक्सपोर्ट हो जाएंगे, पर वे एक सतत ट्रैक के रूप में प्ले होंगे क्योंकि इस मामले में ऑडियो ओवरलैप नहीं करेगा। mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करने से पहले, आप चाहें तो ऑडियो को एडिट कर सकते हैं ताकि वह निर्बाध ढंग से प्लेबैक हो।

सुझाव: यदि स्टॉप बटन दबा दिया गया था तो Audacity 1.3 के उपयोगकर्ता अपने कीबोर्ड पर शिफ्ट की दबाए रखते हुए रिकॉर्ड बटन विलक करके उसी ट्रैक पर रिकॉर्डिंग जारी रख सकते हैं।

यदि आप पहली बार mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट कर रहे हैं तो आपको लेम (Lame) लाइब्रेरी फाइल डाउनलोड करके उसका स्थान ढूंढना होगा। फाइल डाउनलोड करने के निर्देश सेटअप खंड में दिए गए हैं। लेम (Lame) लाइब्रेरी फाइल का स्थान पता करने के लिए एक्सपोर्ट सेटिंग्स स्थापित करें सेक्शन देखें।

रिकॉर्डिंग के दौरान ब्रेक लेना

1. पॉज़ पर विलक करें।
2. रिकॉर्डिंग को वहीं से शुरू करने के लिए पॉज़ बटन पर दोबारा विलक करें। रिकॉर्डिंग वहीं से शुरू होगी जहां रोकी गई थी। उसे mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करने से पहले आप चाहें तो उसे प्लेबैक करके देख सकते हैं और आवश्यकतानुसार एडिट कर सकते हैं।

ध्यान दें: जब आप रिकॉर्डिंग को पॉज़ करते हैं तब आपकी फाइल अपने-आप सेव नहीं हो जाती है। आपको खुद अपनी फाइल सेव करनी होती है। हम यह सुझाव नहीं देते कि आप रिकॉर्डिंग पॉज़ कर दें, कई घंटों के लिए कहीं चले जाएं, और लौट कर रिकॉर्डिंग पूरी करें। हो सकता है कि बीच में आपके कम्प्यूटर में कोई दिक्कत आ जाए और आप अपनी रिकॉर्डिंग खो बैठें।

2.3.12 Audacity का उपयोग करते हुए पुनः रिकॉर्ड करना

मान लें कि आपने एक रिकॉर्डिंग की और आप उसे अपने पास रखना नहीं चाहते। नीचे Audacity द्वारा पुनः रिकॉर्ड करने के चरण दिए गए हैं।

1. स्टॉप बटन दबाएं।
2. एडिट मेन्यू खोलें।
3. अनडू रिकॉर्ड पर विलक करें। रिकॉर्डिंग अब मिटा दी गई है।
4. ऑडियो पुनः रिकॉर्ड करने के लिए रिकॉर्ड बटन पर विलक करें।
5. जब आप उससे संतुष्ट हों तो स्टॉप दबा दें।
6. फाइल मेन्यू खोलें और एक्सपोर्ट एज़ MP3 चुनकर उसे mp3 फाइल के रूप में एक्सपोर्ट कर दें।

2.3.13 कट और पेस्ट

मान लें कि पहले स्टॉप और फिर रिकॉर्ड दबा कर आपने दो अलग-अलग ट्रैक रिकॉर्ड किए हैं। आप उनमें से एक ट्रैक को पूरे-का-पूरा या उसके किसी हिस्से को दूसरे ट्रैक में डालना चाहते हैं। उसके बाद ट्रैक्स को एक्सपोर्ट किया जा सकता है और वे एक अकेले ट्रैक के रूप में निर्बाध ढंग से प्ले होंगे।

एक ट्रैक से ऑडियो कट करके दूसरे ट्रैक में पेस्ट कैसे करें

- दूसरे ट्रैक का जो भाग आप कट करना चाहते हैं, उसे हाइलाइट करें।
- एडिट मेन्यू खोलें।
- कट चुनें। आपने जितना भाग हाइलाइट किया था उसे दूसरे ट्रैक से हटा दिया गया है।
- कर्सर को पहले ट्रैक के अंदर वहां रखें जहां आप कट किया हुआ ऑडियो पेस्ट करना चाहते हैं।
- एडिट मेन्यू खोलें।
- पेस्ट पर क्लिक करें।
- ट्रैक को अपना मनचाहा रूप देने के लिए चरण 1-6 को जितनी बार चाहें उतनी बार दोहराएं।
- एक्सपोर्ट करने से पहले दूसरे ट्रैक को बंद करना याद रखें, ताकि जो भी बचा-खुचा ऑडियो हो वह पहले ट्रैक के साथ एक्सपोर्ट न हो। ऐसा करने के लिए दूसरे ट्रैक के फील्ड में X पर क्लिक करें।

2.3.14 एक्सपोर्ट करना

एक्सपोर्ट सेटिंग्स स्थापित करें

लेम (Lame) एनकोडर से अपने ऑडियो को एक्सपोर्ट करने से पहले, आपको यह सुनिश्चित करना होता है कि एक्सपोर्ट सेटिंग्स सही हों। आपको ऐसा सिर्फ एक बार करना होता है; बाकी सभी mp3 इन्हीं सेटिंग्स के अनुसार बनाई जाएंगी।

अपना ऑडियो रिकॉर्ड कर चुकने पर:

1. एडिट मेन्यू खोलें। Mac उपयोक्ता Audacity मेन्यू खोलेंगे।
2. प्रेफरेंसेज़ चुनें।
3. फाइल फॉर्मेट टैब पर क्लिक करें।
4. फाइंड लाइब्रेरी पर क्लिक करें।
5. वह लेम (Lame) एनकोडर फाइल ढूंढें जो आपने लेम (LAME) एनकोडर डाउनलोड करने पर अपने कम्प्यूटर में सेव की थी।

सुझाव: PC पर, इस फाइल का नाम lame_enc.dll होता है। Mac पर इस फाइल का नाम libmp3lame.dylib या lamelib होता है।

6. फाइल खोलें।
7. बिट रेट ड्रॉप डाउन मेन्यू खोलें और बिट रेट को 48 पर सेट कर दें।
8. OK पर क्लिक करें।

अब आप Audacity में रिकॉर्ड होने वाली सभी भावी फाइलों को mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट कर सकते हैं।

ध्यान दें: Windows 7 के उपयोक्ताओं को इन चरणों का पालन करने की आवश्यकता नहीं है बशर्ते वे Audacity 1.3.12 (बीटा) या इससे बाद का संस्करण प्रयोग कर रहे हों।

MP3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट करें

अपनी एक्सपोर्ट सेटिंग्स स्थापित कर लेने पर, आप अपनी रिकॉर्डिंग को mp3 फॉर्मेट में एक्सपोर्ट कर सकते हैं ताकि उसे ऑनलाइन पोस्ट किया जा सके और किसी mp3 प्रोग्राम, जैसे iTunes, में चलाया जा सके।

1. फाइल मेन्यू खोलें।
2. एक्सपोर्ट एज़ MP3 चुनें।
3. वह स्थान चुनें जहां आप mp3 फाइल सेव करना चाहते हैं।
4. सेव पर क्लिक करें।
5. रिकॉर्डिंग के लिए एक टाइटल और आर्टिस्ट का नाम एंटर करें। इसे मीडिया ऑडियो प्लेयर, जैसे iTunes, में रिकॉर्डिंग को पहचानना आसान हो जाएगा।
6. OK पर क्लिक करें।

यह फाइल अब उस स्थान पर है जहां आपने सेव की थी और इसे अब ऑनलाइन पोस्ट किया जा सकता है।

3. डॉक्यूमेंट तथा मीडिया स्टोर 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 का ज्ञान
2. नामकरण परिपाटी का वर्णन करने में
3. भंडारण एवं पुनः प्राप्ति तंत्र के ज्ञान में

यूनिट 3.1: मेटा डेटा

यूनिट के उद्देश्य

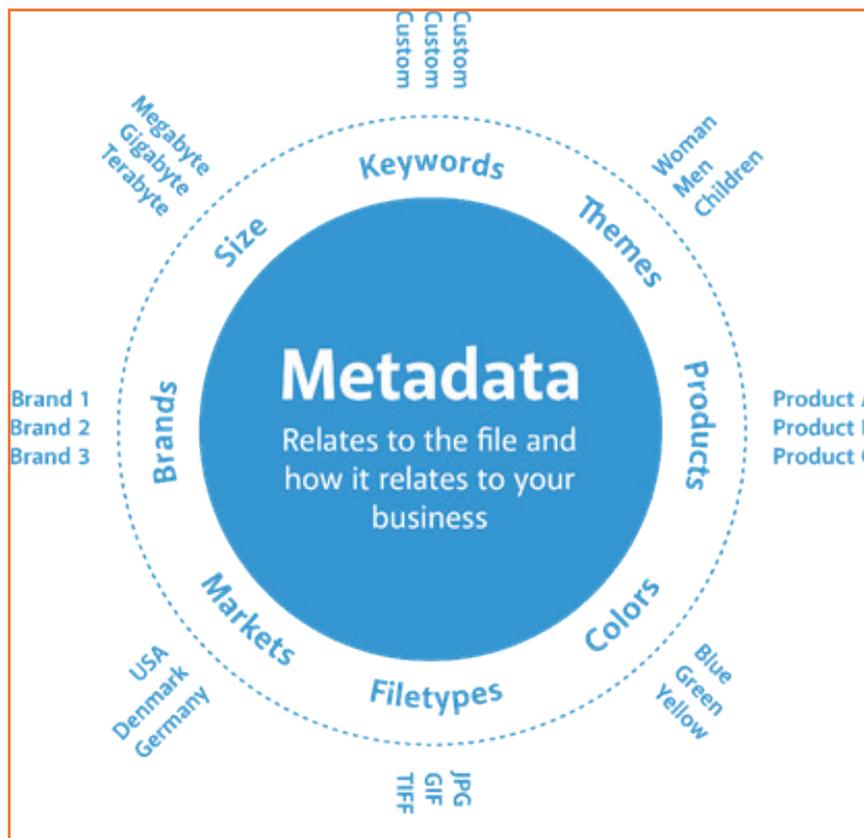


यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 मेटा डेटा 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।

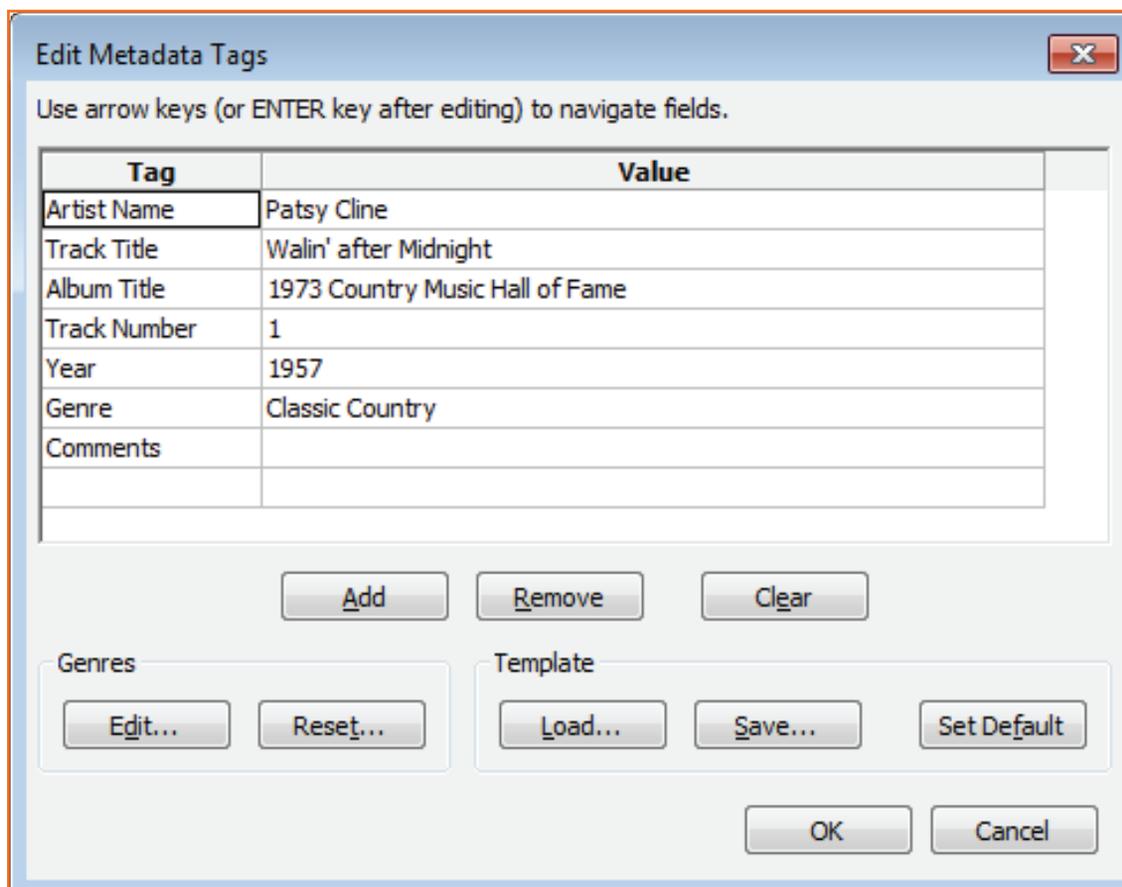


चित्र 3.1.1: मेटाडेटा

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: मेटा डेटा 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 ट्रैक्स में जो टैग्स कॉमन हों उन्हें File > Edit Metadata... में एंटर कर दें। इसके बाद Audacity 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। सेव... 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।

टैग

- **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।

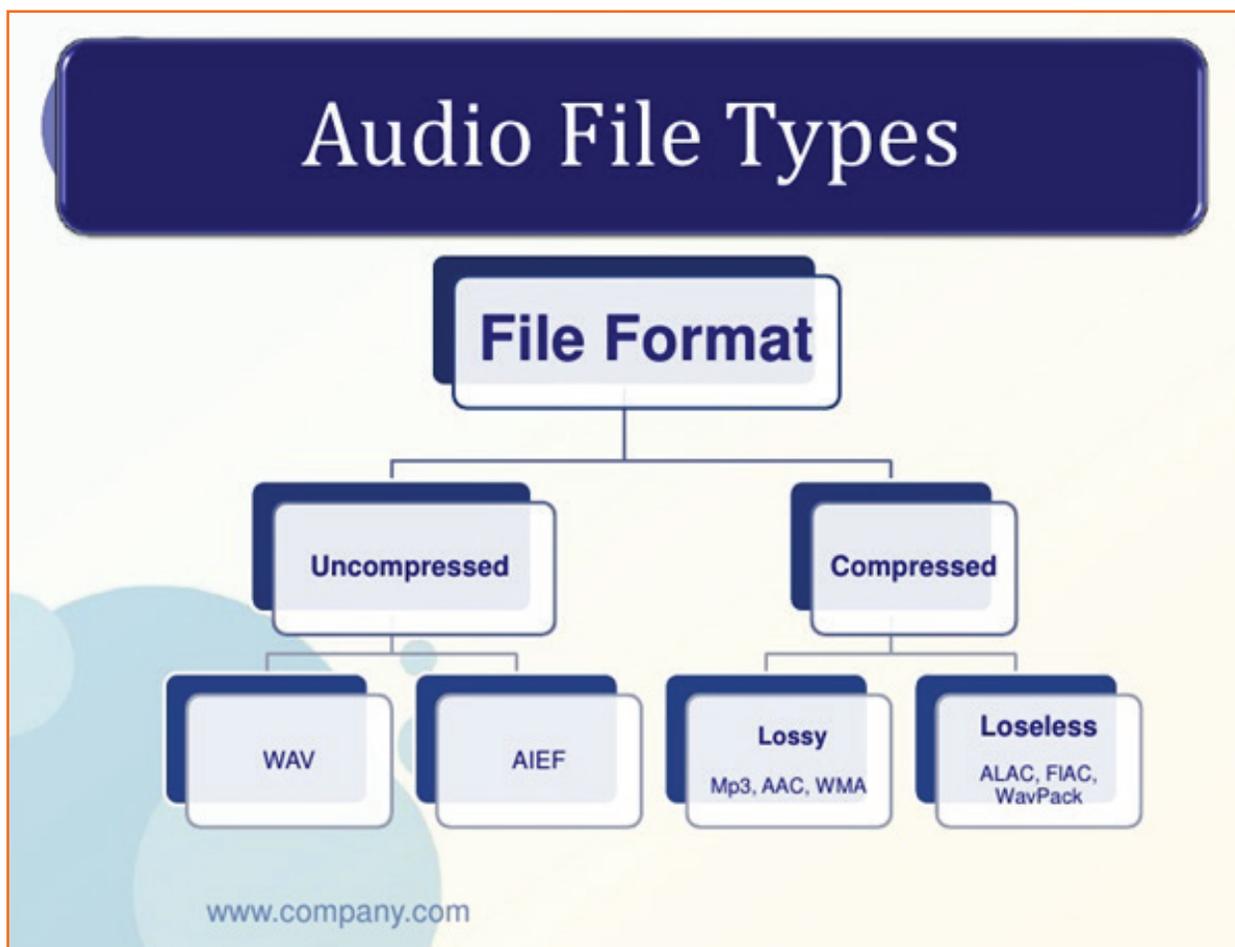
यदि आप कोई डिफॉल्ट सेट कर देते हैं तो भी, जब आप मेटाडेटा से युक्त कोई फाइल इम्पोर्ट करेंगे तो वह मेटाडेटा, मेटाडेटा एडिटर में दिखेगा। यदि आप चाहते हैं कि फाइल इम्पोर्ट करने के बाद मेटाडेटा का एक निश्चित सेट ही हमेशा दिखे, तो आपको उस सेट को एक टेम्पलेट के रूप में सेव करना होगा और फिर फाइल को इम्पोर्ट करने के बाद उस टेम्पलेट 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 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 लेते हैं। 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 अनकंप्रैस्ड (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 कंप्रैस 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 कंप्रैस 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 कंप्रैशन 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 कंप्रैस्ड रूप में।
6. **aiff:** यह Apple द्वारा इस्तेमाल होने वाला मानक ऑडियो फाइल फॉर्मेट है। यह Mac 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:** एडवॉंस्ड 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 कंप्यूटर 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 तरवारें 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 टैक्स्ट एंटर किया हो, या आपकी फाइल में अनावश्यक या दोहराव वाले शब्द और वाक्यांश हों, तो वह फाइल स्वाभाविक रूप से अधिक स्थान घेरगी। 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 हाई 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 कन्वर्टर्स

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। 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. नामकरण परिपाटी की जानकारी 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 चिह्न या स्वर विशेषक चिह्न (एक्सेंट्स) नहीं होते हैं, इसलिए ये नाम यूनिकवर्सल रूप से फाइल कम्पैटिबिल होते हैं। गीत के टाइटल नाम को यदि संभव हो तो 15 अक्षरों से छोटा होना चाहिए। लंबे 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।

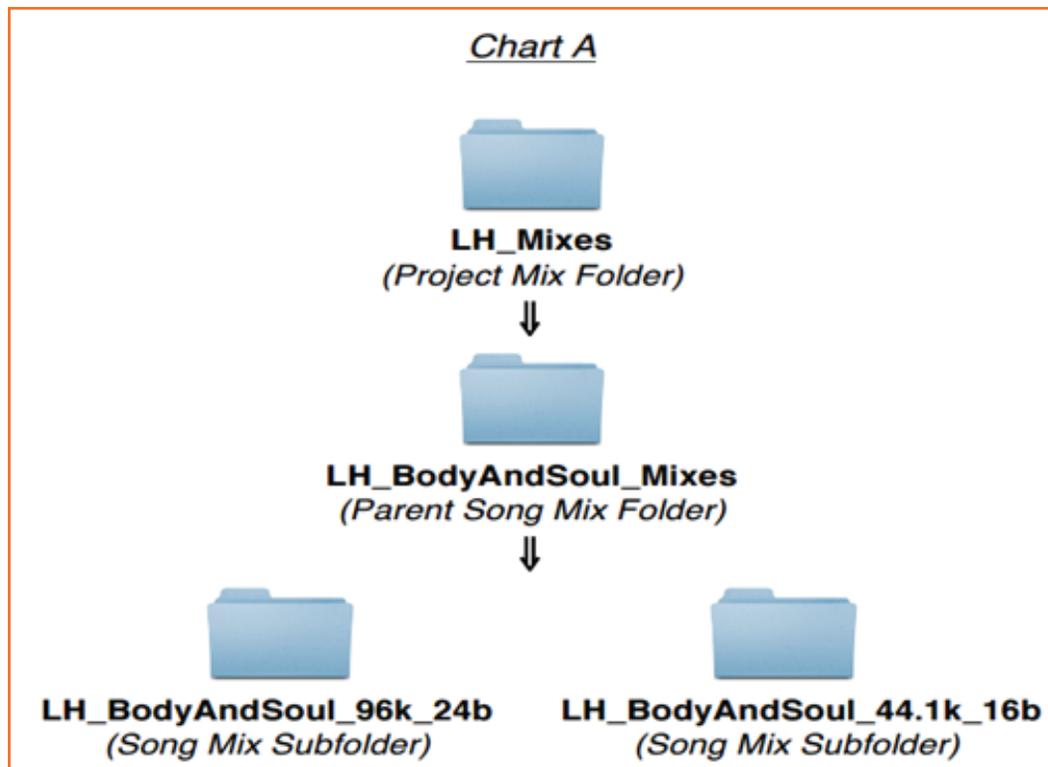
ध्यान दें: फाइल के नाम की कुल लंबाई 255 अक्षरों से अधिक नहीं होनी चाहिए। अमान्य अक्षरों में से शामिल हैं पर इन्हीं तक सीमित नहीं हैं: / बैकस्लैश, प्रश्न चिह्न, < लेफ्ट एंगल ब्रेकेट, > राइट एंगल ब्रेकेट, \ फॉरवर्ड स्लैश, : कोलन, ; सेमी कोलन, | पाइप, ' सिंगल कोट, " डबल कोट, + प्लस चिह्न, * एस्टेरिस्क,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

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 पैरेंट सॉन्ग मिक्स फोल्डर होते हैं। प्रोजेक्ट के हर गीत के लिए एक पैरेंट सॉन्ग मिक्स फोल्डर बनाया जाता है और प्रोजेक्ट मिक्स फोल्डर में रख दिया जाता है। हर गीत के लिए एक पैरेंट मिक्स फोल्डर होता है। हर गीत के लिए एक से अधिक ऑडियो फाइल सैंपल रेट्स को व्यवस्थित करके रखने के लिए हर पैरेंट 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 पैरेंट 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 पैरेंट 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 पैरेंट 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 स्विच ऑफ हो जाने के बाद भी उन में डेटा स्टोर रहता है। जब कंप्यूटर स्विच 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 टर्नियरी (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 हैं। 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। फ्लैश मेमोरी और पेन ड्राइव आजकल बहुत आम हैं। फ्लैश मेमोरी का उपयोग डिजिटल कैमरा, डिजिटल कैमकोर्डर, और मोबाइल फोनों में होता है। फ्लैश 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 मैमोरी कार्ड शामिल हैं। मैमोरी 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 फ्लैश मैमोरी कार्ड है जिसे छोटे आकार में उच्च-क्षमता वाली मैमोरी प्रदान करने के लिए डिजाइन 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 एडप्टर के साथ miniSD कार्ड:** MiniSD कार्ड या microSD कार्ड निकाले/अलग किए जा सकने वाले फ्लैश मैमोरी 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 μ SD या uSD लिखा जाता है। कार्डों का उपयोग मोबाइल फोन में होता है।
- **CompactFlash (CF-I):** CompactFlash (CF) एक फ्लैश मैमोरी मास स्टोरेज डिवाइस है जिसका उपयोग मुख्यतः पोर्टेबल इलेक्ट्रॉनिक डिवाइसों में किया जाता है। इसके बाद आए फॉर्मेट्स, जैसे MMC/SD, विभिन्न मैमोरी स्टिक फॉर्मेट्स, और xD-पिक्चर कार्ड ने इसे खासी प्रतिस्पर्धा दी है।
- **मैमोरी स्टिक:** मैमोरी स्टिक एक डिजिटल डेटा स्टोरेज टेक्नोलॉजी है जिसकी स्टोरेज क्षमता 3.5 इंच डिस्क से 10 गुनी तक होती है। मैमोरी 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 मैमोरी स्टिक 4mb, 8mb, 16mb, 32mb और 64mb क्षमता में उपलब्ध हैं। वे लगभग समान क्षमता वाली अन्य स्टोरेज डिवाइसों, जिनमें स्मार्ट मीडिया और कॉम्पैक्ट फ्लैश मैमोरी शामिल हैं, से आकार में छोटी हैं।
- **MultiMediaCard (MMC):** सिक्वियर डिजिटल (SD) MultiMediaCard (MMC) एक मैमोरी 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 फ्लैश मैमोरी कार्ड मानक है जिसकी स्वामी Toshiba है। इसकी क्षमता 2 MB से 128 MB की होती है। SmartMedia मैमोरी कार्ड का निर्माण अब नहीं किया जाता है।
- **xD-पिक्चर कार्ड:** xD-पिक्चर कार्ड एक फ्लैश मैमोरी 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. साउंड मिक्सिंग

यूनिट 4.1 मिक्सिंग

यूनिट 4.2 ऑडियो मिक्स तथा एक्सपोर्ट करना

यूनिट 4.3 सहकर्मियों के साथ प्रभावी ढंग से व्यवहार एवं संवाद करना



निष्कर्ष



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

1. मिक्सिंग की पहचान करें
2. मिक्सिंग और ऑडियो एक्सपोर्ट के बारे में जानकारी प्राप्त करें।
3. सहकर्मियों के साथ प्रभावी तरीके से संवाद करें।

यूनिट 4.1: मिक्सिंग

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. साउंड (ध्वनि)/ ऑडियो विलप को पूरी तरह मिक्स करने में।

4.1.1 मिक्सिंग

यदि आपने अपने सम्पादन कार्य को सफलतापूर्वक उपयुक्त कट स्तर तक कर लिया है, तो इसका अर्थ यह है कि आपके पास अब एक सेशन (सत्र) फाइल होगी।

- विलप को टाइमलाइन पर पहले से ही उनके उपयुक्त ट्रैक्स पर व्यवस्थित किया जा चुका है (आवाज़ (वॉयस) 1 व 2 पर, संगीत (म्यूज़िक) 3 व 4 पर, व साउंड इफेक्ट्स 5 व 6 पर या जो भी परिपाटी आपने अनुसरण के लिए चुनी है)।
- आडियो विलप को उनकी उपयुक्त लंबाइयों तक कांट-छांट कर ठीक किया गया है (यानि हमने रिकॉर्ड किए गए आडियो के केवल उन हिस्सों को रखा है जिनकी प्रोग्राम में आवश्यकता है)।
- प्रत्येक विलप, एडिट में उचित ब्रीदिंग स्पेस के साथ अपने ट्रैक पर सटीक स्थिति में है, जिससे ऑडियो प्लेबैक बिल्कुल स्वाभाविक तथा लयबद्ध लगे।
- मूल परिवर्तन (ट्रॉज़ीशंस) फेड-इन्स, फेड-आउट्स, क्रॉस फेड्स और अन्य परिवर्तनों के साथ पहले ही लागू किये जा चुके हैं।



चित्र 4.1.1: साउंड (ध्वनि) मिक्स करना

इस यूनिट में अब आप ऐसी तीन एडवांस प्रक्रियाओं को समझ सकेंगे जिनका क्रियान्वन ऑडियो को अंतिम रूप देने और इसे सुनने हेतु तैयार करने के लिए किया जाता है: ऑडियो लेवलिंग, बैलेंसिंग तथा पैनिंग। इन तीन प्रक्रियाओं के साथ आपको ऑडियो मिक्स करने - ऑडियो के विभिन्न घटकों तथा श्रेणियों के ऑडियो स्तर को व्यवस्थित करने में समर्थ बनाते हैं, जिससे हम ऑडियो को बिल्कुल स्पष्ट और आराम से सुन सकें और जहाँ भी ज़रूरत हो, ऑडियो के उन हिस्सों की ओर हमारा ध्यान आकर्षित किया जा सके। आइये इन सभी प्रक्रियाओं पर एक-एक करके नज़र डालते हैं।

4.1.2 लेवलिंग: विलप लेवल एडजस्ट करने की आवश्यकता

ऑडियो लेवलिंग अलग-अलग ऑडियो विलप के ध्वनि स्तर को बढ़ाने या घटाने की प्रक्रिया है ताकि सभी ध्वनियों को समान कथित वॉल्यूम के आस-पास रखा जा सके।

लेकिन ऐसा करें ही क्यों? यदि हमने ऑडियो के लेवल को ध्यान में रखते हुए ऑडियो को रिकॉर्ड किया है, तो निश्चित रूप से हम इस समस्या का पर्याप्त समाधान पहले ही कर चुके हैं?

इसका उत्तर इतना सरल नहीं है। हर आइटम को उपयुक्त रिकॉर्ड स्तर पर रिकॉर्ड करने का अर्थ है कि विलप को अच्छी तरह से रिकॉर्ड किया गया है, लेकिन यह इस बात की गारंटी नहीं है कि जब आप इन विलप को एक के बाद एक लगायेंगे तो आवाज़ अच्छी आयेगी। इसलिए, हमें एक दूसरी प्रक्रिया की लेवलिंग भी करनी पड़ती है, जिससे इन विलप के लेवल को एक-दूसरे और हमारे प्रोग्राम के स्तर के अनुसार समायोजित किया जा सके।

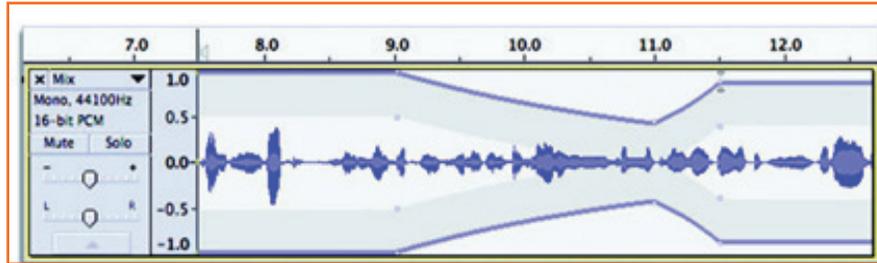
हमें ऐसा करना पड़ता है, जिससे:

- विलप्स सुनते समय उनके एक से दूसरे पर जाते समय कार्यक्रम एक समग्र रूप में सुनाई दे, न कि अलग-अलग टुकड़ों में, जैसा कि वास्तव में वह होता है।
- सभी विलप्स एक निश्चित ऑडियो लेवल सीमा में रह सकते हैं, जिससे यह सुनिश्चित होगा, कि ऑडियो उस रेंज से बाहर जाकर विकृत/बेसुरा न हा जाये, जितनी की उपकरण हैंडल कर सकता है। (इससे यह भी सुनिश्चित होगा कि हम रेडियो वाहक तरंगों के साथ ऑडियो को प्रसारण के लिए मिश्रित कर सकें और इसकी गुणवत्ता में कोई कमी न आये)।

ज़ाहिर है, ऐसा करने का सबसे बड़ा कारण यह है कि हमारे श्रोता रेडियो से निरन्तर समान दूरी पर रहकर ही आसानी से सुन सकें। उन्हें ठीक से सुनने के लिए रेडियो के करीब कान न लगाने पड़ें और न ही इसकी तेज़ आवाज़ से बचने के लिए कानों में अँगुलियाँ डालनी पड़ें। यदि प्रत्येक विलप अलग-अलग स्तर पर बजाई जाती है तो इससे सुनने का अनुभव बेहद अजीब हो जायेगा और हम इस बात पर बिल्कुल भी ध्यान नहीं दे पायेंगे, कि क्या कहा जा रहा है।

स्वाभाविक रूप से, फिर भी हमारे लिए यह महत्वपूर्ण है कि कुछ खण्डों को अन्य से अपेक्षाकृत अधिक ऊँचा या धीमा रखा जाये। जो लोग स्वाभाविक रूप से धीमा बोलते हैं, हमें उनकी आवाज़ बढ़ी हुई रखनी पड़ती है, लेकिन फिर भी कार्यक्रम के औसत स्तर से इसे एक शेड नीचे ही रखना पड़ता है। इसी प्रकार यदि कोई व्यक्ति ऊँची और बुलंद आवाज़ में बोलता है, तो हमें इसका लेवल अन्य की तुलना कुछ ऊँचा रखना पड़ता है। केवल तभी आवाज़ों के बीच में स्वाभाविक अंतर स्पष्ट रूप से दिखाई देगा। यदि हमें VU मीटर पर देखते हुए सभी ध्वनियों को मैकेनिकल रूप से समायोजित करना पड़ता है तो यह तरीका बहुत अस्वाभाविक होगा। इसलिए इनमें से कुछ निर्णय अपनी सूझ-बूझ से लेने होते हैं।

भौतिक रूप से, अधिकांश ऑडियो संपादन सॉफ्टवेयर में किसी विलप के लेवल को घटाने अथवा बढ़ाने का काम एक या दो प्रक्रियाओं द्वारा पूरा कर लिया जाता है। (अधिकांश सॉफ्टवेयर आपको दोनों तरीकों से ऐसा करने की सुविधा देते हैं)। निर्धारित विलप की 'प्रॉपर्टीज़' को खोलकर तथा स्लाइडिंग स्केल पर लेवल को घटा या बढ़ा कर, या बॉक्स में वांछित dB का मान टाइप करके या ग्राफिक इंटरफ़ेस द्वारा ऐसा किया जा सकता है। ग्राफिक इंटरफ़ेस आमतौर पर विलप के ऊपर लेवल ओवरले के रूप में होता है। ओवरले रेखा को नीचे की तरफ खींच कर लाने से इसे, वर्तमान स्तर से कम किया जा सकता है। (ध्यान दें, कि यही ओवरले आमतौर पर आपको प्वाइंट्स या नोइज़ को निर्धारित करने और फेड-इन और फेड-आउट बनाने में सहायता देता है। लेकिन, ग्राफिक इंटरफ़ेस से आप सामान्यतः लेवल्स को उनके वर्तमान स्तरों से आगे नहीं बढ़ा पाते हैं)।



चित्र 4.1.2: स्क्रीन पर साउंड वेव पैदा करने में

4.1.1.3 बैलेंसिंग ट्रैक लेवल एडजस्ट (समायोजित) करने की आवश्यकता

जैसा कि हम पहले देख चुके हैं अच्छा और प्रणालीबद्ध ऑडियो एडिटर (ध्वनि सम्पादक) समान प्रकार की ध्वनियों को समान ट्रैक (ट्रैक्स), में पिरोने का प्रयास करता है जिससे किसी भी ऑडियो का संपादन करना आसान हो जाता है। उदाहरण के लिए ट्रैक्स 1 और 2 में सभी ध्वनि विलप्स होने पर कार्यक्रम के ध्वनि खण्डों का सम्पादन करते समय, हम टाइमलाइन में ऊपर या नीचे स्क्रॉल करने की परेशानी से बच जाते हैं।

इसका एक और कारण है: एक बार जब हम निर्धारित ट्रैक को लक्ष्य मान तक विलप्स का संतुलन बना चुके होते हैं, तो ट्रैक पर एक ही तरह का ऑडियो होने से हम सभी विलप्स का लेवल या वॉल्यूम एक ही बार में समान रूप से बढ़ा सकते हैं। आइये देखते हैं हम ऐसा क्यों करना चाहेंगे।

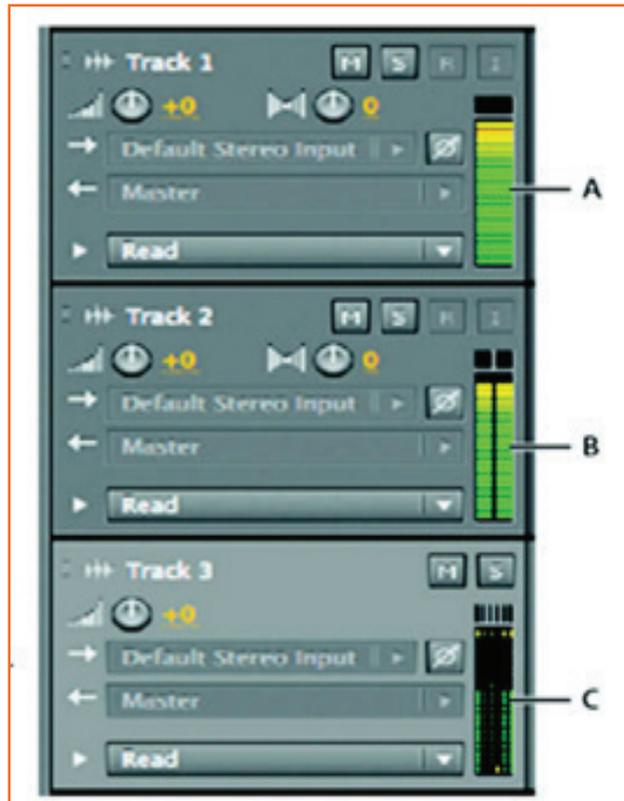
औसतन, किसी भी ऑडियो (रेडियो) कार्यक्रम का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा बोले गए शब्द होते हैं, क्योंकि कार्यक्रम में सुने जाने वाले शब्दों के माध्यम से ही विचार तथा अवधारणाएँ स्पष्ट होती हैं। (इसका अपवाद संभवतः वाद्य संगीत आधारित कार्यक्रम होते हैं जिनमें श्रोताओं को कार्यक्रम सुनने के लिए शब्दों की आवश्यकता नहीं होती लेकिन श्रो और कलाकारों का परिचय देने के लिए कभी न कभी बोले गए शब्दों की आवश्यकता पड़ेगी)।

हालांकि, हम बोले गए शब्दों के अलावा ऑडियो की किस्मों को भी शामिल करेंगे, लेकिन हम हमेशा श्रव्यता व स्पष्टता की दृष्टि से अधिकांश कार्यक्रमों में बोले गए शब्दों पर ही अधिक ध्यान देंगे। इसलिए, हमें म्यूज़िक ट्रैक के स्तर को इस तरह से एडजस्ट करने की आवश्यकता होती है, कि संगीत सुनाई दे, लेकिन यह आवाज़ को न दबा दे। इसी प्रकार, साउंड इफ़ैक्ट्स भी, जितने संभव हों, शब्दों की स्पष्टता को प्रभावित किये बिना, स्वाभाविक ही सुनाई देने चाहियें। किसी नाटक में बादलों की गर्जना किसी दृश्य के लिए महत्वपूर्ण हो सकती है, लेकिन इसे संवादों के बीच की खाली अवधि में रखा जायेगा, और इसकी गड़गड़ाहट संवादों की पंक्ति तक जानी चाहिये, लेकिन यह इतनी ऊँची नहीं होनी चाहिये, कि सुनने वालों को संवाद ही न सुनाई दे।

ट्रैक स्तरों को सकल रूप से / एकीकृत रूप से एडजस्ट कर पाने की योग्यता खासतौर से मल्टीट्रैक म्यूज़िक रिकॉर्डिंग्स में महत्वपूर्ण होती है, जहाँ पर्कशन (ड्रम/तबला) ट्रैक को वोकल (वाणी/स्वर) ट्रैक और प्रमुख वाद्यों (हार्मोनियम, वीणा, वॉइलिन/सारंगी) के ट्रैक के साथ एडजस्ट करने की योग्यता ही यह निर्धारित करती है, कि यह एक अच्छा साउंड ट्रैक है या अस्त-व्यस्त, जिसमें आप गीत के बोलों या किसी वाद्य पर अकेले बजाई जा रही कोई संगीत रचना स्पष्ट नहीं सुन पाते।

हमारे द्वारा की गई अलग-अलग विलापों की लेवल एडजस्टमेंट और फिर पूरे ट्रैक के स्तर में समग्र रूप से लाया गया चढ़ाव या उतार, अन्तः हमें ध्वनि स्तर एक आदर्श समायोजना उपलब्ध कराता है, जिसमें हमें सब कुछ बिल्कुल उतना ही स्पष्ट सुनाई देता है, जितना कि हम चाहते हैं। ट्रैक्स के स्तरों में समरूपता लाने वाली इस एडजस्टमेंट को बैलेंसिंग कहते हैं और हम देखेंगे, कि पैनिंग की प्रक्रिया के साथ बैलेंसिंग ही ऑडियो मिक्सिंग के काम में प्रमुख है।

विलाप लेवेलिंग की तरह, ऐसे कंट्रोल होते हैं जो आपको समग्र रूप से ट्रैक के लेवल को समायोजित करने की सुविधा प्रदान करते हैं। ये आमतौर पर ट्रैक डिस्प्ले के बिलकुल बाईं या बिलकुल दायीं तरफ कंट्रोल के एक सेट के रूप में होंगे। इन टूल्स में एक विंडो शामिल हो सकती है जिसमें आप वांछित समायोजन के लिए भौतिक मान (dB में) टाइप कर सकते हैं या इसमें एक सॉफ्टवेयर नॉब दी जा सकती है जिसे ट्रैक के लेवल को समायोजित करने के लिए बाएं या दायें तरफ घुमाया जा सकता है। कुछ सॉफ्टवेयर में उसी स्थान पर एक स्लाइडर होता है जिसका प्रयोग इसी उद्देश्य के लिए किया जाता है।



चित्र 4.1.3: ध्वनि की लेवेलिंग व बैलेंसिंग

4.1.1.4 पैनिंग: स्थानिक वितरण को नियंत्रित करना

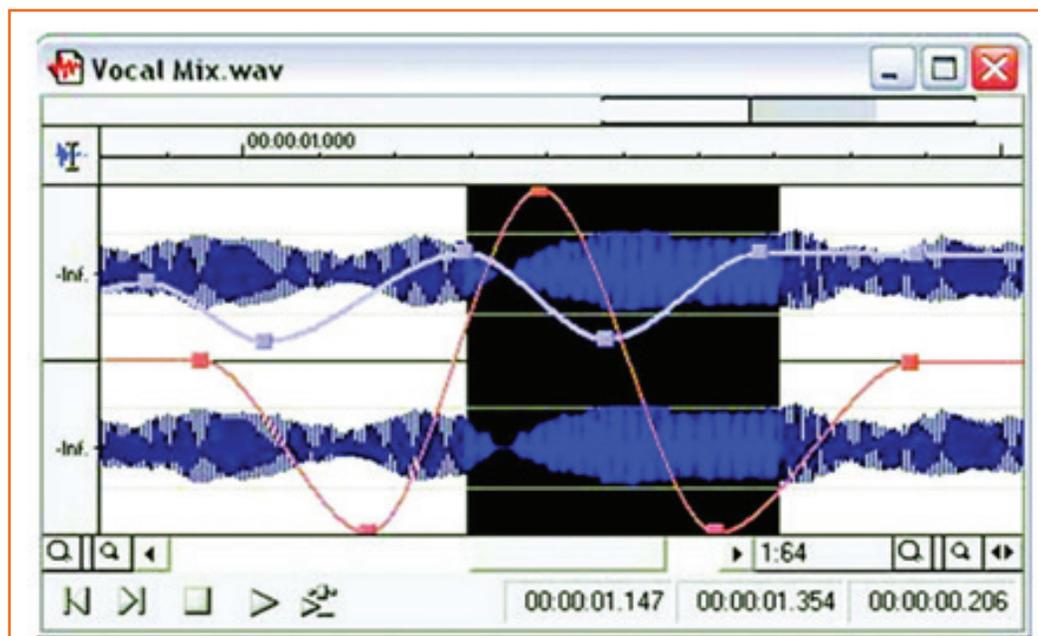
मोनो तथा स्टीरियो साउंड की अवधारणाओं से आप पहले ही अवगत हैं। प्रमुख अंतर यह है कि मोनो ऑडियो में, चाहे कितने ही मॉनिटर (स्पीकर) यूनिट आउटपुट से जुड़े हुए हों, सभी मॉनिटर्स में समान ऑडियो जाती है, जिससे ध्वनि को किसी तरह का स्पेशियल डिस्ट्रीब्यूशन (स्थानिक वितरण) नहीं मिलता। स्टीरियो ऑडियो में, दाएं व बाएं मॉनिटर्स में अलग-अलग ऑडियो चैनल दिए जाते हैं, जिसके परिणामस्वरूप स्पेशियली डिस्ट्रीब्यूटेड (स्थानिक रूप से वितरित) ऑडियो अनुभव प्राप्त होता है। कुछ आवाज़ें केवल बाएं स्पीकर से सुनी जाती हैं, अन्य केवल दाएं स्पीकर से सुनी जाती हैं और कुछ दोनों स्पीकरों में से सुनी जाती हैं, जिसके परिणामस्वरूप हमें अपने सामने के पूरे दायरे में ध्वनि स्रोतों का एक सजीव वितरण अनुभव होता है।

यह प्रभाव ऑडियो रिकॉर्ड करते समय नहीं दिया जाता, बल्कि एडिटिंग पूरी हो जाने के बाद ऑडियो को अंतिम रूप देते समय यह प्रभाव जोड़ा जाता है। इस उद्देश्य के लिए बनाये गये कंट्रोल, हमें यह निर्णय लेने की अनुमति देते हैं कि कौन सी विलप या ट्रैक, कितनी और किस चैनल की ओर निर्देशित की जायेगी। इसके द्वारा हम उस स्थानिक वितरण (स्पेशियल डिस्ट्रीब्यूशन) के अहसास की रचना कर सकते हैं, जिसकी हमने अभी-अभी चर्चा की।

ऑडियो का यह स्थानिक वितरण (स्पेशियल डिस्ट्रीब्यूशन) ऑडियो की पैनिंग कहलाता है। इस उद्देश्य के लिए प्रयोग किया जाने वाला मूल कंट्रोल, हार्डवेयर मिक्सर्स पर लगी एक रेसिस्टर नॉब होता है जिसे पैनक्रोमेटिक पोटेंशिओमीटर कहा जाता है, जिसे संक्षेप में पैन-पॉट (PAN-POT) भी कहा जाता है। यह नॉब मध्य बिंदु के बाईं या दायीं तरफ घुमाई जाती है जिससे दो चैनलों में ऑडियो का वितरण बिल्कुल बाईं तरफ 'ऑनली लेफ्ट' व बिल्कुल दायीं तरफ 'ऑनली राईट' में होता है। इन के बीच के बिंदु आंशिक वितरण के लिए होते हैं। पैन-पॉट (PAN-POT) के प्रयोग को स्वाभाविक रूप से ही 'पैनिंग' का नाम दिया गया और इस प्रक्रिया के लिए यह अब तक एक लोकप्रिय नाम बना हुआ है।

आधुनिक सॉफ्टवेयर ऑडियो एडिटर्स में कुछ इसी तरह की सॉफ्टवेयर नॉब्स प्रत्येक ट्रैक से आगे, लेवल कंट्रोल के निकट इसी कार्य के लिए उपलब्ध कराई गई हैं। अनेक सॉफ्टवेयर ऑडिटर आपको ग्राफिक इंटरफ़ेस आधारित टूल के साथ यह उपलब्ध कराते हैं, जिसमें आमतौर पर विलप के मध्य में अनुप्रस्थ (हॉरिज़ॉन्टल) पड़ी हुई एक रेखा होती है। इस रेखा को विलप के टॉप (शीर्ष) की ओर उठाने से ऑडियो बाईं ओर वाले स्पीकर की तरफ चला जाता है और इसे विलप के बॉटम (नीचे) की ओर नीचे लाने से ऑडियो दाईं तरफ वाले स्पीकर की ओर चला जाता है। अक्सर होता यह है, कि सॉफ्टवेयर प्लेटफॉर्म पर एडिटिंग के क्षेत्र में जो लोग नये होते हैं, वे पैनिंग के लिए ओवरले और लेवल एडजस्टमेंट के बीच भ्रमित हो जाते हैं और दोनों को मिला देते हैं, जो कि एक महँगी और समय गंवाने वाली गलती है।

पैनिंग प्रक्रिया का प्रयोग करने के लिए अनुभव, श्रवण सुविज्ञता और संगीत निर्माण की समझ की आवश्यकता होती है, जिससे आप समझ सकें कि प्रदर्शन में अकाउस्टिक कैसे काम करते हैं। इस प्रक्रिया के साथ कोई प्रयोग आपको तभी करना चाहिये, जब आप स्वयं को इस प्रणाली का एक उन्नत स्तरीय प्रयोक्ता समझते हों।



चित्र 4.1.4: पैनिंग

विलप पर ग्राफिकल ओवरले पर ध्यान दें, जिससे आप अलग-अलग विलपों की पैनिंग कर पायेंगे।

यूनिट 4.2: ऑडियो की मिक्सिंग व एक्सपोर्ट

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. ऑडियो मिक्सिंग की जानकारी में
2. मास्टरिंग तथा एक्सपोर्ट की व्याख्या करने में

4.2.1 ऑडियो मिक्सिंग

मिक्सिंग की प्रक्रिया को अब हम निम्नलिखित तरीके से संक्षेप में बता सकते हैं:

- व्यक्तिगत विलाप स्तर पर ऑडियो की लेवलिंग
- विभिन्न ट्रैक्स के सम्बद्ध स्तरों को बैलेंस (संतुलित) करना।
- स्टीरियो इफैक्ट पैदा करने के लिए स्पेशियल डिस्ट्रीब्यूशन एडजस्ट करना।

इन तीनों के बीच हम अपने ऑडियो को सुनने योग्य बनाने का उद्देश्य हासिल कर लेते हैं। सुनने योग्य, अर्थात् स्वरों की स्पष्टता की दृष्टि से, प्रभाव की दृष्टि से और यह सुनिश्चित करके, कि श्रोता को हम जो विशेष हिस्सा खासतौर से सुनाना चाहते हैं, उस पर वह ध्यान दे।

मिक्सिंग करने के दौरान, याद रखने वाली सबसे महत्वपूर्ण बात यह है, फाइनल मिक्स के लिए हमें एक लक्ष्य ऑडियो लेवल अवश्य निर्धारित करना चाहिये, जिसे हम सभी कार्यक्रमों में मानक मान सकें, जिससे हमारे सभी स्टेशन कार्यक्रम लगभग एक ही वॉल्यूम सेटिंग पर सुने जा सकें। प्रत्येक स्टेशन व प्रसारण एजेंसी के लक्ष्य ऑडियो स्तर के संबंध में, अपनी तकनीकी व्यवस्था तथा वरीयताओं के आधार पर, अपने स्वयं के नियामक होते हैं।

सर्वश्रेष्ठ नियम, जिसका आप पालन कर सकते हैं, वह यह है, कि -12 डेसिबल (dB) व -6 डेसिबल (dB) के बीच एक लक्ष्य मानक स्तर निर्धारित कर लेना चाहिये, जिसमें सबसे धीमी ध्वनियां -16 डेसिबल (dB) या -18 डेसिबल (dB) से नीचे न जायें और सबसे ऊँची ध्वनियां -3 डेसिबल (dB) से ऊपर न जायें। यदि कार्यक्रम का अधिकांश हिस्सा -9 डेसिबल (dB) के आस-पास रहता है, तो इससे ऑडियो में पर्याप्त फेर-बदल की गुंजाइश बनी रहती है। आपको ध्यान रखना चाहिए कि कोई भी ऑडियो 0 dB से नीचे न जाए क्योंकि यही वह अंतिम सीमा है, जिसे सिस्टम ऑडियो को विकृत किये बिना, सुरक्षित ढंग से हैंडल कर सकता है।

जैसा कि पिछले खंड में उल्लेख किया गया है, यदि हम तीसरा चरण छोड़ देते हैं, और सभी ट्रैक्स को दोनों चैनलों में समान रूप से वितरित रहने देते हैं, जिसे ऑडियो की सेंट्रिंग करना कहा जाता है, तो हमें मोनो-मिक्स प्राप्त होगा। आउटपुट मोनो ऑडियो होगा, जिसमें सिग्नल्स के दायें अथवा बायें स्पीकर, यदि हों तो, की ओर जाने में कोई फर्क नहीं होगा। यदि एक ही स्पीकर लगा हुआ हो, जैसा कि कई छोटे ट्रांजिस्टर रेडियो में होता है, तो इससे किसी भी तरह से कोई फर्क नहीं पड़ेगा।

यदि हम तीसरा चरण पूरा करते हैं और प्रत्येक विलाप और/या ट्रैक को पैनिंग से स्थानिक मान देते हैं, तो हमें स्टीरियो मिक्स मिलेगा: एक ऐसा ऑडियो मिक्स, जिसमें ऑडियो श्रोता के सामने एक काल्पनिक आर्क के वितरित होता है। जब इस तरह के मिक्स को, बाएं व दाएं स्पीकर्स के एक जोड़े के माध्यम से चलाया जाता है, तो इससे स्टीरियो मिक्स का अनुभव मिलता है, जो हमें आमतौर पर अपने दोनों कानों की वजह से होता है। ज़ाहिर है, कि हमारे पास स्टीरियो मिक्स को प्ले करने हेतु उपयुक्त उपकरण होने चाहियें, क्योंकि यह साउंड इफैक्ट केवल एक स्पीकर पर कारगर नहीं होते।

इसके अलावा, यह देखते हुए कि अधिकांश CR स्टेशनों में बहुत कम पावर वाले ट्रांसमिशन सिस्टम होते हैं, इसलिए वहां स्टीरियो मिक्सिंग व आउटपुट का प्रयास करना बुद्धिमता नहीं है। इसमें न केवल समय खर्च होता है और अधिक विशेषज्ञता की आवश्यकता होती है, बल्कि इन्हें सफलतापूर्वक प्रसारित करने के लिए, स्टीरियो ट्रांसमिशन सिस्टम्स की ज़रूरत पड़ती है। स्टीरियो ट्रांसमिशन सिस्टम्स, मोनो ट्रांसमिशन सिस्टम्स से अधिक महँगे होते हैं और समान पावर आउटपुट के लिए निम्न स्तर ट्रांसमिशन सीमा प्रदान करते हैं, छोटे CRS के लिए दोनों ही गंभीर स्थितियां हैं। इसलिए अधिकांश CRS मोनो ट्रांसमिशन सिस्टम्स को प्राथमिकता देते हैं।

मिक्सिंग प्रक्रिया के अंतिम उत्पाद के रूप में, कुछ एडिटर उन सभी विलप्स व ट्रैक्स को चुनना पसंद करते हैं जिनके लिए उन्होंने एडजस्टमेंट किये होते हैं और एक नई संयोजित विलप बनाते हैं जिसमें सभी तत्व एक साथ होते हैं। यह नई विलप, पहले कुछ ट्रैक्स पर ऑडियो मिक्स करने के बाद खाली रह गए ट्रैक्स में से किसी एक पर बनाई जाती है। इस प्रक्रिया को आमतौर पर विलप्स/ट्रैक्स को मिक्सिंग डाउन या बाउन्सिंग करना कहा जाता है।

4.2.2 मास्टरिंग व एक्सपोर्ट

सरल शब्दों में, मास्टरिंग वह प्रक्रिया है जिसमें सम्पादित अंतिम ऑडियो कार्यक्रम को अपने पसंदीदा फॉर्मेट में एक सिंगल मिक्स्ड ऑडियो के रूप में तैयार किया जाता है।

संपादन के दौरान, कार्यक्रम अनेक खंडों व हिस्सों से बनाया जाता है। कार्यक्रम को प्रबंधित करने के लिए, इन सभी खंडों को एक सिंगल पीस में डालना पड़ता है, ताकि इसे चलाने व प्रसारित करने के लिए तैयार किया जा सके। यदि कार्यक्रम विभिन्न हिस्सों में बँटा रहता है तो इन हिस्सों को क्रमानुसार एकत्र करना बहुत कठिन काम हो सकता है। मास्टरिंग से हम इस मिक्स्ड तथा अंतिम रूप दी गई फाइल की उत्पत्ति, पहले की गई मिक्सिंग सेंटिंग्स तथा एडजस्टमेंट के अनुसार, बदलते हुए स्तरों के साथ कर सकते हैं।

इससे पहले की हम मास्टरिंग की प्रक्रिया पर कुछ और चर्चा करें, आइये कुछ ऐसे मानदण्डों पर नज़र डालते हैं जिन्हें ऑडियो कार्यक्रम को उसके अंतिम रूप में निर्मित करते समय ध्यान में रखा जाना चाहिए। इनमें से कुछ शर्तों/शब्दों व मानदण्डों को समझने के लिए आपको एनालॉग व डिजिटल ऑडियो पर यूनिट (यूनिट 10) को देखना पड़ेगा।

1. **मोनो या स्टीरियो:** जैसा कि हम पहले देख चुके हैं, मिक्स और हमारी कुशलताओं तथा इंफ्रास्ट्रक्चर के आधार पर हमें मोनो या स्टीरियो फाइल आउटपुट बनाना होता है।
2. **सैम्पलिंग रेट:** यह वह सैम्पल संख्या होती है, जिसमें आपके ऑडियो का प्रत्येक सैकेंड विभाजित है। ऑडियो संपादन सॉफ्टवेयर को सेट अप करते समय, आपको इसे सेट करना होता है। सामान्यतः, सीडी (CD) गुणवत्ता वाली ऑडियो की सैम्पलिंग 44100 Hz (या 44.1 kHz) पर की जाती है। वीडियो उपयोग के लिए ऑडियो को 48 kHz पर सैम्पल किया जाता है।
3. **बिट रेट (बिट दर):** यह प्रति-सैकेंड डेटा की वह मात्रा होती है जिसे, आपके द्वारा कुछ विशिष्ट प्रकार की ऑडियो फाइलें प्ले करते हुए, प्ले किये जाने वाले डेटा की स्ट्रीम में ट्रांसपोर्ट किया जाता है। इसे आमतौर पर किलोबाइट्स प्रति सैकेंड (kbps) में मापा जाता है। FM गुणवत्ता का मान 96 kbps होता है। CD गुणवत्ता की ऑडियो 128 – 192 kbps तक होती है। इससे अधिक सिस्टम पर प्रसारण की बजाए, प्लेबैक उपयोग के लिए बिल्कुल निषिद्ध है। कुछ सॉफ्टवेयर आपको फिक्स्ड बिट रेट (FBR) आउटपुट फाइलों व वेरिएबल बिट रेट (VBR) फाइलों के बीच चयन की अनुमति देते हैं। VBR फाइलों में, सिस्टम यह निर्धारित करता है कि ऑडियो की जटिलता के आधार पर, फाइल के कौन-से हिस्से में, उच्चतर बिट दर का प्रयोग किया जाना है और किस हिस्से में निम्नतर बिट दर का प्रयोग होता है। सिस्टम के अंतर-परिचालन को सुगम बनाने हेतु, फिक्स्ड बिट दर फाइलों का प्रयोग समझदारी है, जहाँ पूरी फाइल एक मानक बिट दर पर एनकोड की जाती है, जैसा कि ऊपर दिया गया है।
4. **फाइल फॉर्मेट:** अंतिम ऑडियो को अनेक प्रकार के ऑडियो फॉर्मेटों (फाइल के प्रकार) में से किसी एक में एक्सपोर्ट किया जा सकता है जो आमतौर पर प्रयोग की जाती हैं। आमतौर पर, रिकॉर्डिंग व संपादन करते समय, हम ऑडियो को अनकंप्रेस्ड रखते हैं और इसलिए WAVE (.wav) फॉर्मेट में रिकॉर्ड व एडिट किया जाता है। अंतिम मास्टर फाइल WAVE फॉर्मेट (बड़े फाइल आकार) में या MP3 (छोटे फाइल आकार) में हो सकती है। अन्य चुने गये मानदण्डों के आधार पर, MP3 विकल्प चुनने से कोई फाइल समकक्ष WAVE फाइल से कई गुना छोटी हो सकती है, जिससे स्थान की काफी बचत होती है। MP3 फाइलें अधिकांश प्रसारण उद्देश्यों के लिए उपयुक्त होती हैं और इनमें कंप्यूटरों पर अधिकांश ऑडियो प्लेयर सॉफ्टवेयर में आसानी से लाइन-अप होने का दोहरा फायदा भी होता है।

इसलिए, CRS प्रोग्राम के लिए सामान्य आउटपुट फॉर्मेट होगा:

MP3/मोनो/44100 Hz/128 kbps

अंतिम मास्टर फाइलों के लिए मानक फाइल नामकरण प्रणाली पर चर्चा करना व निर्णय लेना व अंतिम मास्टर फाइल निर्माण के लिए साझे मानदण्डों पर पहुंचना सबसे अच्छी प्रक्रिया है। इससे प्रत्येक व्यक्ति अपनी फाइल प्रोग्राम फाइलों को समान सेंटिंग्स पर एक्सपोर्ट कर सकेगा और समान श्रवण प्रसारण की ओर बढ़ेगा, और कहने की ज़रूरत नहीं, कि इससे मास्टर आउटपुट की पहचान करना आसान हो जायेगा।

मास्टरिंग की प्रक्रिया के दौरान, एक बार संपादन पूरा होने व विलप्स के लेवल तथा बैलेंस होने पर, हम सभी विलप्स को सभी ट्रैक्स पर एक साथ टाइमलाइन पर चुनते हैं। ऐसा अलग-अलग विलप्स पर शिफ्ट-विलकिंग करके (जिसमें काफी समय लगता है) या फिर एक विलप को चुनकर और फिर CTRL+A कमांड का प्रयोग करके सभी विलप्स को एक साथ चुनकर किया जा सकता है।

अधिकांश एडिटिंग सॉफ्टवेयर में, अगला कदम फिनिश की गई फाइल को एक्सपोर्ट करना है। इसे आमतौर पर इस मैन्यू कमांड का प्रयोग करके प्राप्त किया जाता है। File > Export. इस कमांड में, आपको अनेक विकल्पों के बीच चयन करने (युनिन्दा ऑडियो/सभी ऑडियो आदि) के लिए कहा जा सकता है: ऐसे विकल्प चुनें जो आपको पूरा ऑडियो एक्सपोर्ट करने का अवसर देते हैं। इसके बाद आपको एक विंडो मिल सकती है जहां आप अन्य मानदंडों का चयन कर सकते हैं और उस फाइल को नाम दे सकते हैं जिसे एक्सपोर्ट किया जाना है।

सभी सेटिंग्स निर्धारित होने पर तथा सभी मानदण्ड चुने जाने के बाद, OK पर क्लिक करने से अंतिम मास्टर फाइल बननी चाहिए, जिसे DAW पर आपकी पसंद की लोकेशन पर सेव किया जा सकता है। ध्यान दें कि 'एक्सपोर्ट' कमांड वास्तव में मिक्सडाउन या बाउंस फंक्शन सम्पन्न करती है, जो हमें अतिरिक्त चरण से बचाती है।

कार्यक्रम की मास्टर एक्सपोर्टेड फाइल को उसी प्रोग्राम फोल्डर में रखना अच्छा तरीका है, जिसमें प्रोग्राम से सम्बंधित कॉम्पोनेन्ट रिकॉर्डिंग्स व कनेक्टेड शेशन फाइलें होती हैं। फाइल की एक अतिरिक्त कॉपी को एक अलग फोल्डर में रखा जा सकता है, जिनमें से प्लेआउट्स को क्रमानुसार लगाया जा सकता है। वास्तव में एक आम सिद्धांत के रूप में, किसी कार्यक्रम के लिए सभी रिकॉर्डिंग्स की दो कॉपी रखना एक अच्छा आइडिया है, और हो सके तो इन्हें उसी कम्प्यूटर पर अलग डिस्क में या किसी बाहरी बैक-अप डिवाइस पर रखा जाना चाहिए। इससे यह सुनिश्चित होता है कि यदि दुर्घटनावश सिस्टम से कुछ डिलीट हो जाता है, तो आपके पास प्रत्येक फाइल की एक सुरक्षित कॉपी रहती है।

यूनिट 4.3: सहकर्मियों के साथ प्रभावी तरीके से बातचीत व संवाद करना

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. यह जानने में कि सहकर्मियों के साथ अच्छे सम्बन्ध कैसे बनाए जायें
2. सहकर्मियों व ग्राहक के साथ काम करने के तरीके समझने में
3. यह जानने में, कि सहकर्मियों के साथ मिल-जुल कर कैसे रहें
4. सामाजिक अंतःक्रिया/व्यवहार के बारे में जानने में
5. नकारात्मक कार्य वातावरण के बारे में समझने में
6. सकारात्मक दृष्टिकोण व सोच क्यों होनी चाहिए
7. ग्राहक सेवा कौशल उपलब्ध कराने में

4.3.1 सहकर्मियों के साथ संबंध कैसे बनाएं

क्योंकि कंपनी में प्रत्येक को अपनी भूमिका निभानी है, इसलिए सबके लिए मिल-जुल कर काम करना महत्वपूर्ण है - न केवल कार्यालय के माहौल के लिए, बल्कि कम्पनी तथा इसकी सफलता के लिए भी। लेकिन सबसे पहले तो, सहकर्मियों के साथ आप संबंध बनाते कैसे हैं? यहाँ पाँच तरीके दिए गए हैं:

ईमानदार बनें व बातचीत करें

जब अपने सहकर्मियों के साथ संबंध बनाने की बात आती है, तो स्पष्ट और ईमानदार बनें। कुछ लोग काम करने की जगह को एक ऐसी जगह मानते हैं, जहां आना है, अपना काम करना है और घर चले जाना है। जबकि अन्य इसे एक ऐसी जगह मानते हैं, जहां उन्हें अपनी जिन्दगी का एक बड़ा हिस्सा बिताना है और वे इसे सामाजिक संबंध बनाने के एक अवसर के रूप में देखते हैं। लोगों को प्रोत्साहित करें और अपने सहकर्मियों के साथ सामाजिक संबंध रखने के बारे में ईमानदार रहें और उन्हें बतायें, कि एक टीम के रूप में बेहतर काम करने के लिए आपको उन्हें जानने की ज़रूरत है।



चित्र 4.2.1: ईमानदार बनें

पसंद करने योग्य बनें

कभी-कभी अपने सहकर्मियों के साथ संबंध बनाने में स्पष्ट/खुले या ईमानदार होने से आपको मनचाहा प्रत्युत्तर नहीं मिलता। हालांकि, उस व्यक्ति को पूरी तरह से दरकिनार न करें जो संबंध बनाने का इच्छुक नहीं है।

चाहे वे मित्रता या सामाजिक सम्बन्ध बनाने के इच्छुक नहीं हैं, तो हो सकता है, आप उन्हें अलग-थलग कर दें या उन्हें ज़्यादा तवज़ो न दें, लेकिन इससे नकारात्मक संबंध बन सकते हैं और संभवतः कंपनी का नुकसान हो सकता है।

इसकी बजाए, उन्हें संवाद चक्र में बनाये रखें और काम के संबंध में उन्हें सहायता तथा समर्थन देने की पेशकश करते रहें।

ध्यान दें

हो सकता है कि कुछ लोग अब साथी कर्मचारियों के साथ अच्छा सम्बन्ध बनाने के उपयुक्त तरीके के बारे में जानते हों। लोगों को कंपनी की संस्कृति पर ध्यान देने के लिए प्रोत्साहित करें और सहकर्मियों को नियमित कार्य गतिविधियों से जोड़ने का फैसला लेने के लिए इसका प्रयोग करें।

यदि आप किसी सहकर्मी को काम के बाद रात के खाने में बुलाने या सप्ताहांत (वीकेंड) पर दौड़ के लिए बाहर चलने के लिए कहने को लेकर निश्चित नहीं



चित्र 4.2.2: पसंद करने योग्य बनने

हैं, तो क्यों न छोटी शुरुआत की जाये और उन्हें लंच पर चलने को कहा जाये? इसमें आपका कुछ नहीं जाता और अगर आपका समय साथ में अच्छा गुज़रा, तो यह आपके लिए एक नियमित चीज़ हो सकती है और सहकर्मियों के रूप में आपको बढ़ने में मदद कर सकती है।

समान रुचि ढूँढें

कुछ लोगों के लिए, किसी बिल्कुल अजनबी व्यक्ति के बारे में जानना थोड़ा अजीब हो सकता है। हालांकि, वे अधिकांश लोग, जिन्हें आज हम अपना करीबी दोस्त मानते हैं, पहले कभी हमारे लिए अजनबी ही थे। यदि आप अपने किसी सहकर्मी से दोस्ती करने को लेकर असहज महसूस कर रहे हैं, तो इस बात से आपको थोड़ी राहत मिल सकती है।

इसे थोड़ा आसान बनाने का एक तरीका यह भी है, कि किसी ऐसी रुचि के बारे में सोचें, जो आप दोनों रखते हैं। हो सकता है आप दोनों कुत्ते पालते हों, एक ही कॉलेज में पढ़ें हों, एक ही टीवी शो देखते हों आदि। यह साझी दिलचस्पी सकारात्मक संबंध के लिए एक बढ़िया आधार हो सकती है।

थोड़े ऊँचे (या थोड़े नीचे) लक्ष्य रखने से डरें नहीं।

हालाँकि, समान पद पर काम करने वाले सहकर्मी के साथ सम्बन्ध बनाना ज़्यादा आसान हो सकता है, लेकिन इसका मतलब यह नहीं कि आप उन लोगों के साथ संबंध बनाने का प्रयास नहीं कर सकते, जिनका पद कम्पनी में आपसे ऊँचा या नीचा है।

कार्यस्थल पर मार्गदर्शक (मेंटर) संबंध दोनों ही पक्षों को लाभ देते हैं और यदि अधिक से अधिक कर्मचारी व्यस्त हों और एक-दूसरे की सहायता करें, तो कम्पनी का फायदा होता है।

ध्यान रहे, कि कंपनियों में पद बदलते रहते हैं हो सकता है, कि कंपनी में आज जो आपका प्रभारी/बॉस है, वह कल आपका बॉस न रहे, क्योंकि आप तस्वीर कर उससे आगे निकल जायें। यदि कम्पनी में अधिकारी तथा अधीनस्थ के बीच पदों की अदला-बदली हो जाती है, तो पहले से ही बने हुए सकारात्मक संबंधों के चलते यह बदलाव ज्यादा आसानी से चल सकेगा।

4.3.2 सहकर्मियों तथा ग्राहकों के साथ काम करना

- सम्प्रेषण, मात्र बात करने से कहीं अधिक है। इसमें हमारी सारी ज्ञानेन्द्रियाँ दृष्टि, स्वर, स्पर्श, स्वाद, गंध - शामिल होती हैं और जितनी अधिक ज्ञानेन्द्रियाँ हम अपने सम्प्रेषण में इस्तेमाल करते हैं, उतने ही बेहतर ढंग से हम अपना संदेश दूसरे तक पहुँचा पाते हैं।
- हममें से अधिकांश मानते हैं, कि बात करने का मतलब है, कि सम्प्रेषण हो रहा है। यद्यपि बात करना सम्प्रेषण का ही एक रूप है, लेकिन इसका अर्थ यह नहीं, कि वास्तव में प्रभावी सम्प्रेषण हुआ हो।
- किसी जानकारी के एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँचने को संवाद कहते हैं। यह ऊपर या नीचे हो सकती है, जैसा कि आदेशों की शृंखला में होता है और इधर-उधर हो सकती है, जैसा कि किसी मित्र के साथ बातचीत में होता है। संवाद सफल हो, इसके लिए ज़रूरी है, कि यह दो-तरफा हो।
- प्रभावी संवाद (सम्प्रेषण) तब होता है, जब एक व्यक्ति की बात का अर्थ दूसरा व्यक्ति बिल्कुल वही समझता है, जो पहला व्यक्ति बोलना चाहता है। यह सबसे जल्दी समझ तब आता है, जब यह प्राप्तकर्ता की आवश्यकताओं और रुचियों के अनुरूप होता है।
- प्रतिदिन विभिन्न प्रकार के लोगों के बीच विभिन्न तरीकों से संवाद होता है। इसकी प्रभावशीलता अक्सर इस बात से निर्धारित की जाती है, कि हम कैसे बातचीत करते हैं और जिन लोगों से हम बातचीत करते हैं, उनसे हमारे संबंध कैसे हैं। हम इसे कुछ भी समझें, लेकिन संवाद का अर्थ है – किसी का संदेश देना और संदेश प्राप्तकर्ता का फीडबैक देकर यह संकेत देना कि उसने संदेश समझ लिया है। या ऐसा है?



चित्र 4.2.3: सहकर्मियों के साथ काम करना

4.3.3 अपने सहकर्मियों के साथ मेल-जोल कैसे रखें



चित्र 4.2.4: अपने सहकर्मियों के साथ मिल-जुल कर रहें।

आप अपने मित्र चुन सकते हैं, लेकिन अपने सहकर्मी नहीं चुन सकते। पर फिर भी, आपको कई प्रकार से उनकी ज़रूरत होती है। ज़रूरी नहीं कि आपके सहकर्मी आपके दोस्त हों ही, पर यह ज़रूरी है कि आप उनके साथ दोस्ताना से रहें।

सुबह सुशुद्धि के साथ 'हैलो' कहें।

क्या आप ऑफिस में पैर घिसटते हुए आते हैं, नज़रें नीची रखते हैं; आपके कंधे झुके हुए होते हैं और आते ही काम शुरू कर देते हैं? यदि हाँ तो अच्छे से अच्छा यह हो सकता है, कि आपके सहकर्मी आपकी उपेक्षा करेंगे और बद से बदतर यह होगा, कि वे आपसे बचेंगे। सुबह पहुंचने पर या अपनी शिफ्ट शुरू करने पर मुस्कुराने और हर किसी का अभिवादन करने की आदत डालें। बड़े ही आश्चर्यजनक तरीके से यह छोटा-छोटा शिष्टाचार, कार्यस्थल के सर्द संबंधों को पिघला देता है।

इधर-उधर की बात करने की कला सीखें

अपने सहकर्मियों से उनकी रुचियों - उनके पसंदीदा म्यूज़िक, फिल्मों, किताबों, शौक के बारे में पूछें। उनमें वास्तविक रुचि दिखाने से वे आपके आस-पास अधिक सहज महसूस करेंगे।

ऑफिस की स्पोर्ट्स टीम में शामिल हों

बहुत से ऑफिसों में स्पोर्ट्स टीम होती है, चाहे वे फुटबॉल, क्रिकेट, टेनिस या राउंडर्स की हों, और उनमें शामिल होने से आप व्यायाम के साथ-साथ अनौपचारिक ढंग से अपने सहकर्मियों को जान भी पाते हैं।

नेकदिली से की गई छेड़-छाड़ स्वीकार करें

आप किस किस्म के इंसान हैं यह पता करने के लिए कुछ सहकर्मी कभी-कभी चुटकुले छोड़ते हैं या हल्की-फुल्की छेड़-छाड़ करते हैं या आपको चिढ़ाते हैं। तो अगर वे आपके नए जूतों का मज़ाक बनाएं या चुपके से आपके कंप्यूटर पर कोई मजेदार स्क्रीनसेवर लगा दें तो नाराज न हों। उन्हें यह पता लगने दें, कि आपको अच्छे चुटकुले व मज़ाक पसंद हैं - अगर कभी-कभार वे आप पर हों, तो भी। निःसंदेह, यदि छेड़-छाड़ व्यक्तिगत हो (जैसे आपके भार या आपके जातीय मूल के बारे में) और आपके लिए अपना कार्य करना कठिन बनाती हो या उसके यौन निहितार्थों के कारण आपको असहज महसूस कराती हो, तो आपको अपने सुपरवाइजर को इस बारे में बताने की आवश्यकता हो सकती है।

पूछें कि वे क्या सोचते हैं

लोगों को अच्छा लगता है कि उनसे उनकी राय पूछी जाए, इसलिए हिम्मत करें और पूछें, 'आपके विचार में इस रिपोर्ट में क्या कमी है?' या 'आपके विचार में X के साथ इस स्थिति को मुझे कैसे संभालना चाहिए?' इसके बाद, सलाह देने वाले व्यक्ति को गंभीरतापूर्वक धन्यवाद कहें, चाहे उसके विचार बिल्कुल भी मददगार न लगे।

गपशप से बचें

आप नहीं चाहते कि कोई आपकी पीठ पीछे बात करे, इसलिए आप भी ऐसा न करें। जब कोई सहकर्मी ऑफिस में चल रहे किसी रोमांस या किसी की कुछ ही समय में होने वाली बर्खास्तगी के बारे में रसदार गपशप करने के लिए आपके पास आए तो कहें, 'सच में?', और फिर विषय बदल दें या फिर वापस काम में लग जाएं। यदि आप प्रतिक्रिया नहीं देते तो गपशप करने वाला व्यक्ति आगे बढ़ जाएगा - और आप अपने सहकर्मियों का विश्वास एवं सम्मान कायम रख पाएंगे।

ज़िद्दी/चिड़चिड़े सहकर्मी

किसी ज़िद्दी सहकर्मी से व्यवहार करते समय, कल्पना कर लें कि आपके बच्चे आपको देख रहे हैं। इस सरल कल्पना तकनीक से आपको अपना दिमाग शांत रखने में मदद मिलेगी। आखिरकार, आपने अपने बच्चों को शिष्टता से पेश आना सिखाया है। जब वे आपको 'देख रहे' हों, तो कुपित करने वाले अपने सहकर्मी के स्तर तक गिरना कठिन हो जाएगा।

4.3.4 सामाजिक अंतर्क्रिया क्या है?

- सामाजिक अंतर्क्रिया दूसरों के साथ आपका आचरण करने का तरीका है।
- सामाजिक अंतर्क्रिया उन सभी अवसरों पर होती है जब आप दूसरे लोगों के साथ व्यवहार करते हैं।
- वह उनके प्रति आपके रवैये को दर्शाती है, यह इस बात को पुख्ता करती है, कि आपको उनके साथ सहज महसूस होता है और उन्हें आपके साथ समान ढंग से प्रतिक्रिया करने के लिए आमंत्रित करती है।
- दोस्ताना और मिलनसार होने का अर्थ सामान्यतः यही होता है कि लोग भी आपके साथ ऐसा ही व्यवहार करेंगे।

- आपको अपने स्टाफ़ तथा ग्राहकों के साथ कई तरीकों से सामाजिक व्यवहार करना चाहिये।
- ग्राहक की बात ध्यान देते हुए सुनें
- बातचीत के विषय के दायरे में ही प्रश्न पूछें
- अच्छी मुद्रा बनाए रखें
- ग्राहकों से बात करते समय एक सामाजिक दूरी बनाए रखें जो लगभग एक मीटर की होती है
- ग्राहक की पूछताछ या शिकायत पर तुरंत प्रतिक्रिया दें



चित्र 4.2.5: सामाजिक अंतर्क्रिया

4.3.5 तहजीब और शिष्टाचार

- अच्छे शिष्टाचार का सिद्धांत यह है कि उससे उचित व्यवहार प्रदर्शित होना चाहिए - आपके विचार में अच्छा शिष्टाचार क्या है?
- न केवल सही बात कह कर - बल्कि उसे करते हुए एवं उसे गंभीरता से लेते हुए अपने अच्छे शिष्टाचार का प्रदर्शन करें
- याद रखने योग्य बातें हैं:
- संबोधन और बातचीत के रूप
- परिचय देना/करवाना
- नाम ठीक से पुकारना

4.3.6 नकारात्मक कार्य परिवेश

- हर कोई आगे बढ़ने के लिए लड़ रहा है
- आपके योगदान की कोई तारीफ नहीं करता
- बहुत अधिक कार्य... ज़्यादा मदद नहीं!!
- समय-सीमाएं वास्तविकतावादी नहीं हैं
- लंबे कार्य घंटे ... अतिरिक्त कार्य
- बजट संबंधी सीमाएं
- प्रतिस्पर्धा हमें जिंदा ही निगल रही है
- खराब प्रबंधन दिशा
- नौकरी से संबंधित असुरक्षा



चित्र 4.2.6: कार्य परिवेश का तनाव

4.3.7 सकारात्मक रवैया और सोच क्यों

यदि आप मुख्यतः सकारात्मक हैं, तो आप अच्छी चीज़ों, प्रसन्न विचारों और सफल परिणामों पर फोकस किए रहेंगे। अन्यथा - यदि आप मुख्यतः नकारात्मक हैं तो आप बुरी चीज़ों, दुखी विचारों और असफल परिणामों पर फोकस करेंगे तथा नकारात्मक व्यवहार भी करेंगे।

सकारात्मक रवैये का लाभ

- लक्ष्य हासिल करने और सफल होने में मदद करता है।
- सफलता तेजी से और अधिक आसानी से मिल पाती है।
- अधिक प्रसन्नता।
- अधिक ऊर्जा।
- अधिक अंदरूनी शक्ति एवं सामर्थ्य।
- खुद को और दूसरों को प्रेरित करने की योग्यता।
- मार्ग में कम कठिनाइयों से सामना।
- किसी भी कठिनाई से पार पाने की योग्यता।
- जिंदगी आप पर मुस्कुराती है।
- लोग आपका सम्मान करते हैं।

4.3.8 ग्राहक सेवा प्रदान करने का कौशल

अच्छी ग्राहक सेवा क्या है?

मेज़बानी / आतिथ्य (हॉस्पिटैलिटी) एक सेवा उद्योग है। आपकी जॉब का एक भाग यह है कि आप ग्राहकों को ऐसा प्रसन्न अनुभव दें जिससे वे लौटकर आएंगे और आपके प्रतिष्ठान की सिफारिश अन्य लोगों से भी करें।

अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान करने के चार चरण इस प्रकार हैं:

- ग्राहक से जुड़ें।
- पता करें कि ग्राहक क्या चाहता है।

- ग्राहक की आवश्यकताओं और अनुरोधों की पूर्ति करें।
- जहां भी संभव हो कुछ एक्स्ट्रा/अतिरिक्त भी कर दें।

अच्छी ग्राहक सेवा अच्छे संवाद पर आधारित होती है।

अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए आपको ग्राहकों के साथ अपने संवाद कौशल टूलबॉक्स/युक्तियों का उपयोग करना होगा।

ग्राहक से जुड़ें

इससे ग्राहक को यह यकीन हो जाता है कि आप उनकी मदद कर पायेंगे/उनके काम आ पायेंगे।

- अपने अभिवादन के साथ यों ही एक सवाल/मुक्त छोर वाले प्रश्न पूछ लें, जैसे, 'गुड मॉर्निंग, मैं आपकी क्या मदद कर सकता हूँ?'
- सक्रिय ढंग से सुनें जिससे ग्राहक को महसूस हो कि वह जो कह रहा है आप उसमें वास्तव में रुचि रखते हैं।
- अपने हाव-भाव स्पष्ट रखें।

पता करें कि ग्राहक क्या चाहता है

कुछ सटीक और कुछ मुक्त छोर वाले प्रश्न पूछें। मुक्त छोर वाले प्रश्न पूछें:

- ग्राहकों में दिलचस्पी दिखाने के लिए और उन्हें बातचीत में शामिल करने के लिए
- जानकारी मांगने के लिए ताकि आप यह पता लगाना शुरू कर सकें कि उनकी आवश्यकताएं क्या हैं।

सटीक प्रश्न पूछें:

- तथ्य प्राप्त करने के लिए
- चर्चा को नियंत्रित करने के लिए और ग्राहक को केंद्रित रखने के लिए।

अपने ग्राहक के हाव-भाव ध्यान से देखें। क्या वह आपकी सेवा से प्रसन्न है? क्या आपको और जानकारी पता करने की आवश्यकता है?

ग्राहक के अनुरोध पूरे करें

ग्राहक के अनुरोधों को शीघ्रता से पूरा करने के लिए अपना सर्वोत्तम प्रयास करें। यदि देरी हो तो ग्राहक को सूचना देते रहें।

यदि आप ग्राहक का अनुरोध उचित समय-सीमा में पूरा न कर सकते हों तो आपको:

- माफी मांगनी चाहिए
- विकल्प सुझाना चाहिए
- उन्हें अपने सुपरवाइजर या मैनेजर के पास भेजना चाहिए।

आपके अधिकारों का दायरा

इसका अर्थ है कि आपको ऐसी चीजें नहीं करनी चाहिए या ऐसे निर्णय नहीं लेने चाहिए जो आपकी जॉब की सामान्य भूमिका का भाग न हों। यदि ग्राहक कोई ऐसा अनुरोध करता है जो आपके जॉब के दायरे के बाहर है तो आपको:

- किसी अन्य स्टाफ सदस्य से मदद मांगनी चाहिए
- ग्राहक को अपने सुपरवाइजर के पास भेजना चाहिए।

ग्राहक के अनुरोध उचित होने चाहिए।

आपसे यह अपेक्षित नहीं है कि आप:

- कानून तोड़ें
- स्वयं को अपमानित करें या नीचा दिखाएं (खुद को बुरा महसूस कराएं)
- कुछ ऐसा करें जो असुरक्षित या खतरनाक हो।

यदि आपसे कभी कुछ ऐसा करने को कहा जाए जो आपके विचार में सही नहीं है, तो क्षमा मांगते हुए वहां से हट जायें और तुरंत प्रबंधन से संपर्क करें।

जहां भी संभव हो कुछ अतिरिक्त /एवस्ट्रा करें

यह इस पर निर्भर करेगा कि आप किस विभाग में काम करते हैं। आप अपनी बातों और अपने कार्यों के ज़रिए ऐसा कर सकते हैं।

आपकी बातें:

- क्या मैं आपकी और कोई मदद कर सकता/ती हूँ?
- आपसे दुबारा मिलकर अच्छा लगा।
- मैं आशा करता/ती हूँ कि आप जल्द ही पुनः आएंगे।
- यदि आपको ब्राह्मक का नाम पता हो तो उसका उपयोग करें।
- टेलीफोन पर 'अपनी आवाज में मुस्कान' डालें।

आपके कार्य:

- मुस्कुराएं।
- अपने हाव-भाव स्पष्ट रखें।
- यदि ब्राह्मक बात करना चाहता हो तो सक्रिय ढंग से सुनें।
- ब्राह्मक के लिए दरवाजा खोलें या ब्राह्मक को पहले दरवाजे से बाहर निकलने दें।
- जानकारी दें - करने लायक चीजें, घूमने लायक स्थान सुझाएं, उपलब्ध सुविधाओं के बारे में बात करें।
- यदि आपको दिखे कि ब्राह्मक को कोई मदद चाहिए तो मदद की पेशकश करें।





5. कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना

यूनिट 5.1 कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए 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, आगजनी या परिसर खाली कराने के लिए आपात्कालीन प्रक्रियाएँ भी शामिल हैं।
4. कार्यस्थल में स्वास्थ्य एवं सुरक्षा के लिए जिम्मेदार व्यक्तियों का पता लगाने में, जिनमें आपात्कालीन 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. बीमारी, दुर्घटना, आग या अन्य प्राकृतिक आपदाओं आदि जोखिमों की पहचान करने एवं उन्हें सुरक्षित ढंग से और अपने प्राधिकार की सीमा के अंदर ठीक करने में।

- **कार्य क्षेत्रों में रिक्तीकरण मार्गों के साथ प्लोर प्लान** सुनिश्चित करें कि आप इसे समझते हों ताकि आवश्यकता पड़ने पर इसका उपयोग कर सकें।
- **एकत्रीकरण स्थान** 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। ये 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। सम्भवतः 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 उल्टियाँ 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 बैंड 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।

6. सॉफ्ट स्किल्स एवं संवाद कौशल



यूनिट 6.1 - सॉफ्ट स्किल्स की प्रस्तावना

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 - साक्षत्कार 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 विकित्सीय 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. सॉफ्ट स्किल का आधारभूत अर्थ, इसके अवयव तथा इसके लाभों का वर्णन करने में।
2. कार्य सुरक्षित 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 मैनेजर जैसी चीजें 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:

- ग्राहकों के साथ अधिक विश्वसनीयता।
- अधिक ग्राहक 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। बिलकुल 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
- ग्राहकों को अभिस्वीकृति 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

यूनिट 6.2: प्रभावी संवाद

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 परिचय

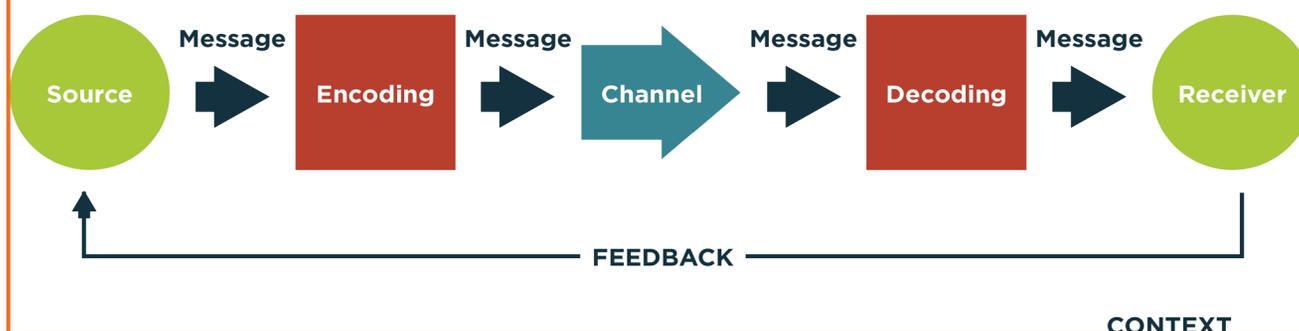
सूचना युग में प्रतिदिन अनगिनत संदेश भेजते हैं, प्राप्त करते हैं तथा उन्हें प्रोसेस करते हैं। परंतु प्रभावी संवाद का अर्थ — सूचनाओं का आदान प्रदान करने से कहीं अधिक है, इसमें सूचना के पीछे छिपी भावनाओं को भी समझा जाता है। प्रभावी संवाद दूसरे लोगों से हमारे संबंध मज़बूत करके और टीमवर्क, निर्णय लेने तथा 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।

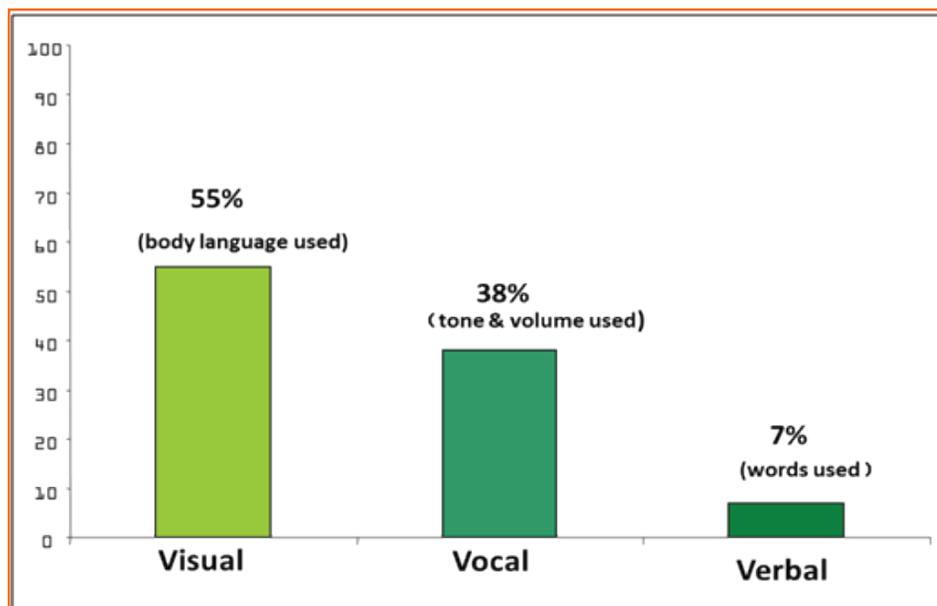
किसी व्यक्ति के साथ संवाद के तीन चरण होते हैं:

- **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, समाचारपत्र 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।



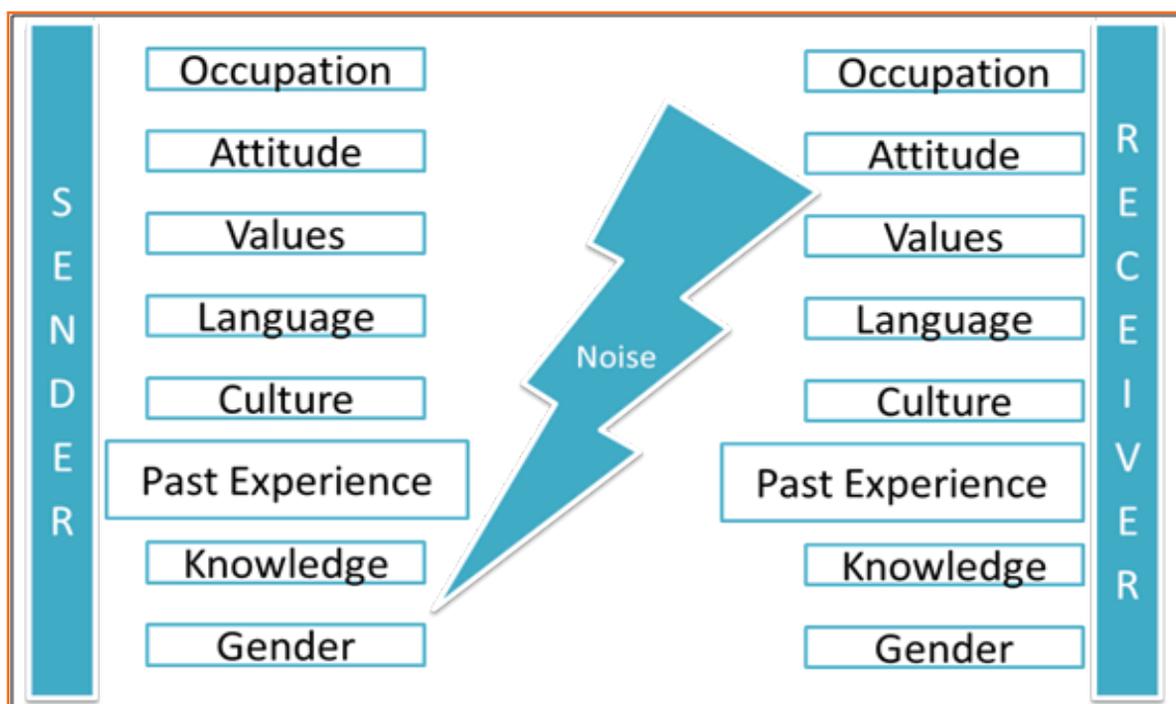
चित्र 6.2.3: मौखिक तथा गैर-मौखिक संवाद का अनुपात और वर्गीकरण

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 अलग 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 श्रृंखला 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 श्रोता 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) एव स्वच्छता

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 शोकथाम 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 चाहिये।
- 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। इयूटी के दौरान सैंडल/रिलपर/स्पोर्ट्स शूज तथा सफेद मोजे नहीं पहनने चाहिये।
- नाखून अवश्य ही साफ तथा कटे हुए होने चाहिये, क्योंकि कर्मचारियों को ज्यादातर उत्पादों की ही साज-संभाल करनी होगी।
- बालों पर कंघी इयूटी शुरू होने से पहले ही कर लेनी चाहिये, ग्राहकों के सामने कभी नहीं।
- इयूटी के दौरान अपना आईडी कार्ड गले में लटकाएं/डिस्प्ले करें, जिससे ग्राहक को स्टाफ को पहचानने में आसानी हो।
- जब भी आप स्टोर परिसर में हों, बिल्कुल अच्छी तरह से ड्रेस-अप नज़र आयें, चाहिये आप ऑफ-इयूटी ही वर्यो 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 ब्राह्मणों का ध्यान भटक सकता है या डिस्टर्ब 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 ब्राह्मणों के सम्पर्क में आयेंगे।
- फ्लोर पर दांतों से नाखून न कुतरें।
- शरीर की गंध तथा सांस की बदबू को नियंत्रित रखें, क्योंकि यह ब्राह्मणों के प्रति आपत्तिजनक होती है।
- शॉप फ्लोर पर शारीरिक मुद्रा बिल्कुल सीधी रहे।
- फ्लोर पर टेक लगाकर खड़े होना, जब में हाथ रखना, कमर पर हाथ रखना ब्राह्मणों 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।
- विद्रोह सिम्पटम्स जैसे कि दुश्चिंता, कंपकंपाना, थकान, सिरदर्द, तथा अवसाद आदि।

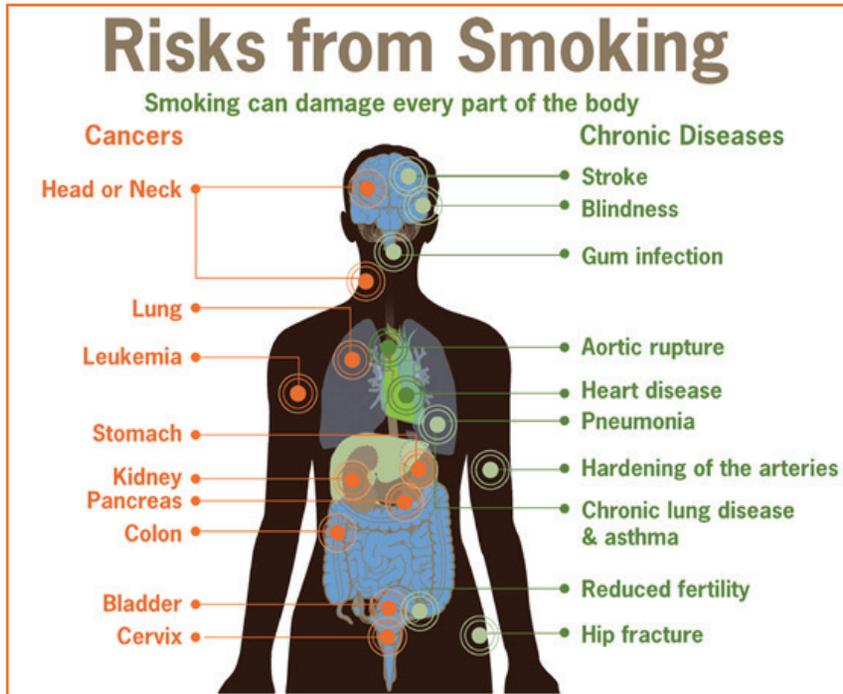
तम्बाकू

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 6.3.12: अल्कोहल का प्रभाव



चित्र 6.3.13: धूम्रपान के जोखिम

ट्यूइंग 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, सुपासी, तम्बाकू तथा फ्लेवरिंग 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 पिट्ट, 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।

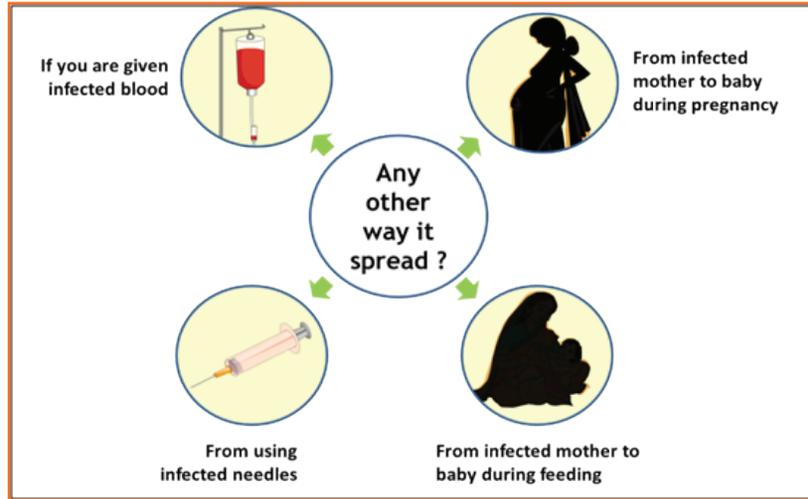
AIDS का संचारण निम्नलिखित के द्वारा होता है:

- 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 गर्भस्थ 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।

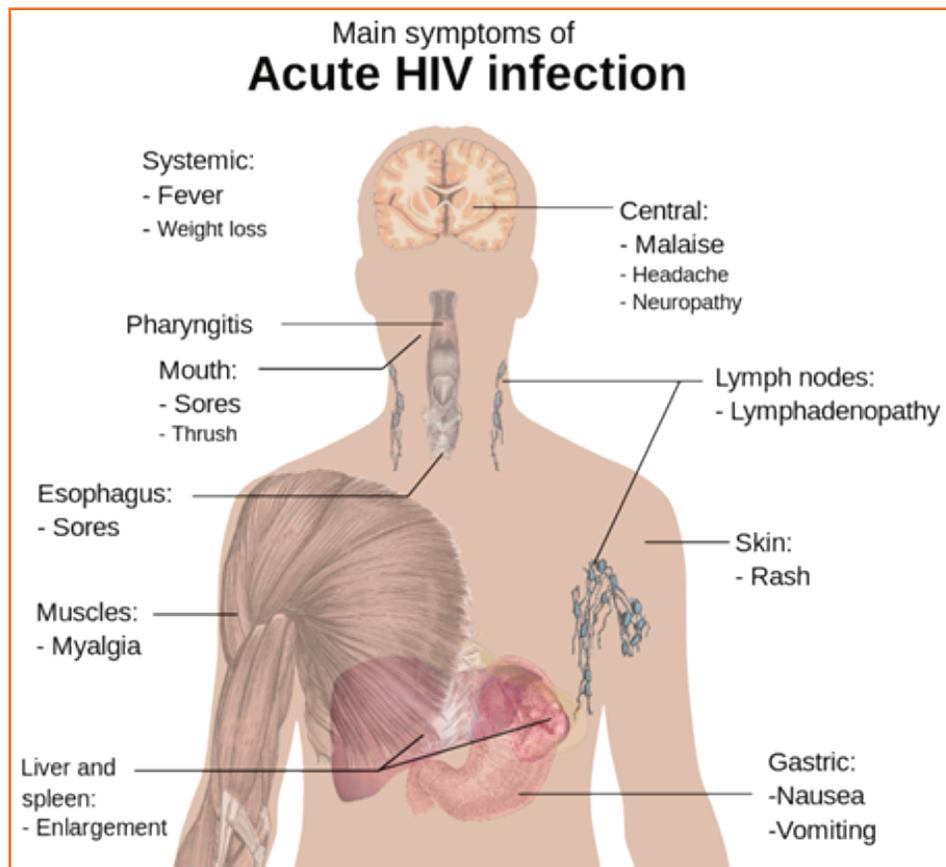


चित्र 6.3.15: NACO लोगो



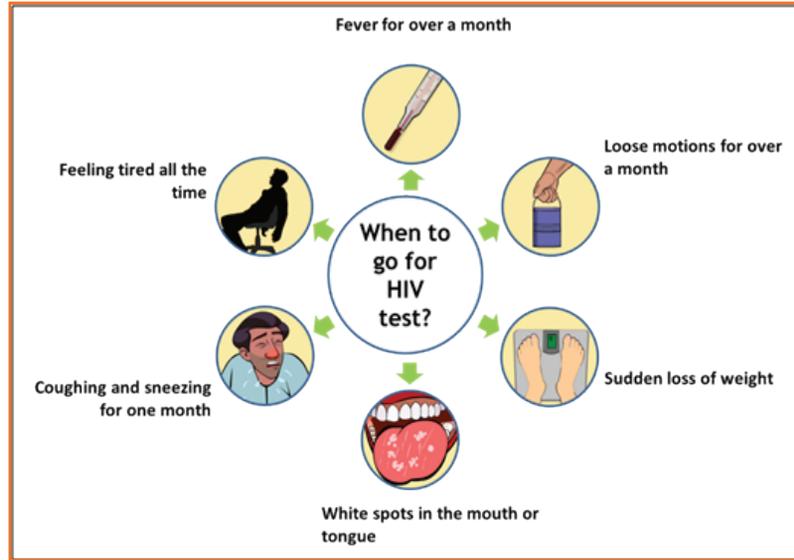
चित्र 6.3.16: एड्स संचार

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 चेकअप 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 ग्रूमिंग
- 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 परिचय

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 मनवाहा परिणाम पाने तथा कार्य एवं व्यक्तिगत जीवन में अधिक प्रभावी बनने के लिए अपने रवैया 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 रवैया 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 सम्पूर्ण 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 फैंक्टरी में सुपरवाइज़र है। वह अपनी नौकरी से खुश नहीं है। एक दिन उसने अपनी स्तिन्नता के बारे में अपने मित्र प्रशांत को बताया, जो उससे उम्र में बड़ा है और फैंक्टरी कर्मचारियों के लिए एक छोटी सी कैंटीन चलाता है।

“प्रशांत मैं अपनी नौकरी से संतुष्ट नहीं हूँ। फैंक्टरी 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 बींस 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 गुरुसे को नियंत्रित करते हुए कहा। “गाजर मुलायम हो गई है। छिलके 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 छिलके 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 दृढ़ 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 दृढ़ 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?

.....

.....

.....

.....

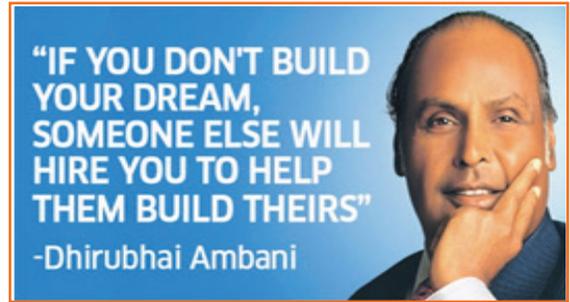
.....

.....

6.4.2.2 कुछ सफल व्यक्ति

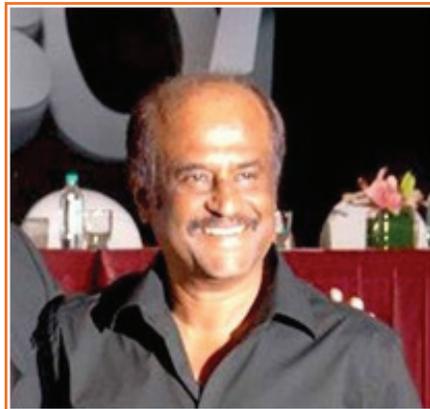
धीरूभाई अम्बानी – रिलायंस ब्रांड के संस्थापक

जूनागढ़ के एक मध्यमवर्गीय परिवार में जन्मे, एक अध्यापक के पुत्र। उनकी माँ को उनके पिता की आय से खर्चे 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 सप्ताहांत 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

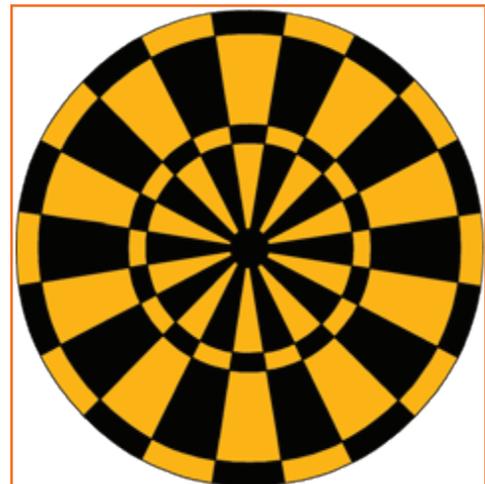
व्यक्ति के लिए लक्ष्य तय करना महत्वपूर्ण होता है क्योंकि:

- 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

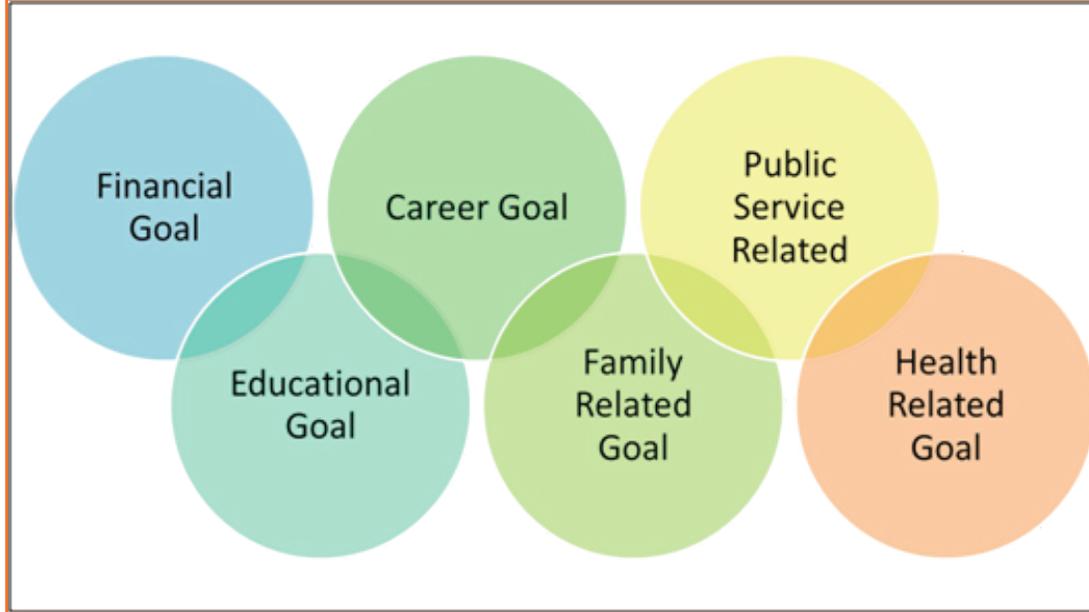
अपने जीवन के सभी महत्वपूर्ण क्षेत्रों को व्यापक और संतुलित ढंग से कवर करने के लिए, जीवन की सभी महत्वपूर्ण श्रेणियों में लक्ष्य तय करें। जैसे:

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



चित्र 6.4.5: लक्ष्य निर्धारण

- **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 भावनाये मन से निकाल दें
- एक-दूसरे के साथ मिल-जुल कर रहें
- हरेक की शक्तियां पहचानें
- कौन क्या कर सकता है

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

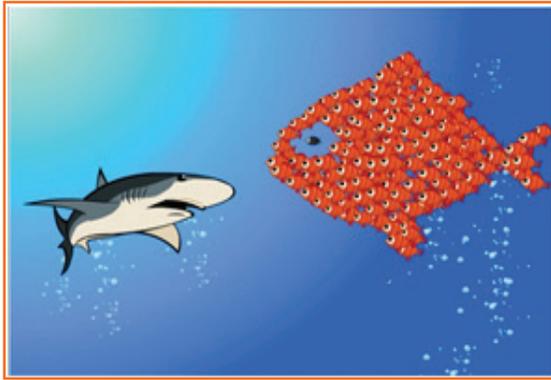
- एक अकेला व्यक्ति कोई बड़ा कार्य अकेले पूरा नहीं कर सकता है।
- बड़े और कठिन कार्य केवल टीमों के सामूहिक प्रयास के जरिए ही पूरे किए जा सकते हैं।
- टीम में, समय अच्छा हो या बुरा, टीम के सदस्य एक-दूसरे के साथ खड़े रहते हैं।
- एक साझा लक्ष्य की दिशा में साथ मिलकर कार्य करते हैं।
- कार्य को बाँटते हैं और 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 आँकें। 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 ज़िम्मेदारी का अहसास:** स्वत्व की भावना और ज़िम्मेदारी का अहसासकर्मचारी 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 ज़िम्मेदार 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 ज़िम्मेदारियों 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 नियोक्ता द्वारा उन्हें दिए जा रहे वेतन का उचित मूल्य प्रदान नहीं कर रहे हैं, उन्हें पदोन्नति नहीं दी जानी चाहिए एवं अधिक ज़िम्मेदारी 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।

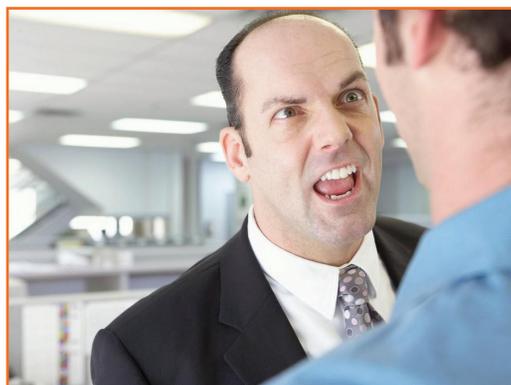
यदि आपका हृदय सामान्य से अधिक तेजी से धड़कता है और आपकी साँसें तेज़ हो जाती हैं, आपके कंधों में तनाव महसूस हो रहा है या आप मुड़ियाँ भींच रहे हैं, तो सावधान हो जाएं। हो सकता है कि आपका शरीर क्रोध के संकेत दे रहा हो। खुद को शांत करने का प्रयास करें। जब आप क्रोध के संकेतों को पहचानना सीख जायेंगे, आप खुद 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।
- अनसुलझी समस्या कैंसर जैसी हो सकती है, जो चारों ओर फैलते हुए जीवन के अन्य क्षेत्रों को भी अपनी चपेट में ले लेती है।
- अनसुलझी 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 उत्कृष्ट-स्तरीय सामग्री का निर्माण करे, तो आपको स्वयं उदाहरण बनना होगा।
- **सकारात्मक रवैया:** कंपनी की सतत सफलता की ओर टीम को प्रेरित किये रहना।
- **रचनात्मकता:** 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 जॉब 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 पद्धतियाँ 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 पहली 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-शशि 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।

- **शोक/आदर्श:** शोक का अर्थ है कि फुरसत के समय में आपको क्या करना अच्छा लगता है और आदर्शों 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। हालांकि 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

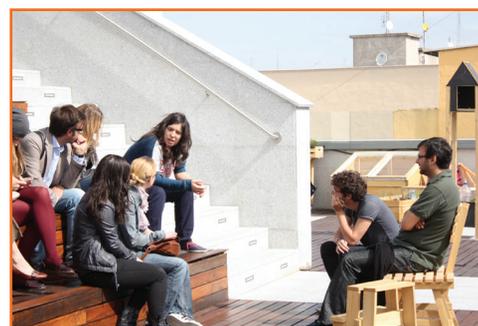
1. कक्षा में सामूहिक चर्चाओं में भाग लेने में
2. सार्वजनिक रूप से भाषण देने में
3. टीम निर्माण और टीम वर्क के महत्व को समने में

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 सहायकारी 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 चीजों 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 किरसे 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 चीजों 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।
- **रचनात्मकता को बढ़ावा देती है:** टीम के अन्य सदस्यों के साथ मिलकर कार्य करने से रचनात्मकता 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 कमज़ोर 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 गतिविधियाँ)

टाइम रॉबर्स वे गतिविधियाँ हैं, जो कार्यस्थल पर व्यवधान पैदा करती हैं। ये गतिविधियाँ 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 फैक्स 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 परेटो 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

यूनिट 6.8: रिज़्यूमे तैयार करना

यूनिट के उद्देश्य



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 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 चीज़ 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) बाईं 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 फैक्टरी' 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/उतर 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 दस्तावेजों को फाइल से उड़कर बाहर निकलता देखें (अनाड़ी/बेहंगा 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 – धन के मायने
- यूनिट 7.4 – रोज़गार एवं स्व रोज़गार के लिए तैयारी करना
- यूनिट 7.5 - उद्यमिता को समझना
- यूनिट 7.6 – उद्यमी बनने की तैयारी करना



निष्कर्ष

यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. स्वास्थ्य के अर्थ की व्याख्या करने में
2. आम स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों के नाम बताना
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 की महत्ता समझाना
10. मैज़्लो के आवश्यकताओं के पदक्रम की मदद से प्रेरणा को समझना
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 करना
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. स्थायी और परिवर्ती लागतों के बीच भेद करना
48. निवेश विकल्पों के मुख्य प्रकारों का वर्णन करने में
49. बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन करने में
50. करों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन करने में
51. ऑनलाइन बैंकिंग के उपयोग पर चर्चा करने में
52. इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण के मुख्य प्रकारों पर चर्चा करने में
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 अवसर पूछे जाने वाले सवालों पर चर्चा कर सकेंगे
56. चर्चा कर सकेंगे कि साक्षात्कार में अवसर 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 पाएंगे
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 के मौजूदा उद्यमिता ईकोसिस्टम पर चर्चा करना
84. मेक इन इंडिया अभियान का उद्देश्य समझना
85. उद्यमिता और जोखिम लेने की क्षमता के बीच के संबंध पर चर्चा करना
86. उद्यमिता और लचीलेपन के बीच के संबंध पर चर्चा करना
87. लचीले उद्यमी की विशेषताओं का वर्णन करना
88. असफलता से निपटने के बारे में चर्चा करना
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

यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

1. स्वास्थ्य के अर्थ की व्याख्या करने में
2. आम स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों के नाम बताना
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 की महत्ता समझाना
10. मैज़लो के आवश्यकताओं के पदक्रम की मदद से प्रेरणा को समझाना
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 चूड़ों 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 रहैया रखें
- व्यायाम को अपनी दिनचर्या का हिस्सा बनाना
- प्रेरक और प्रेरणादायक कहानियां 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 योज 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 ईमारत 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

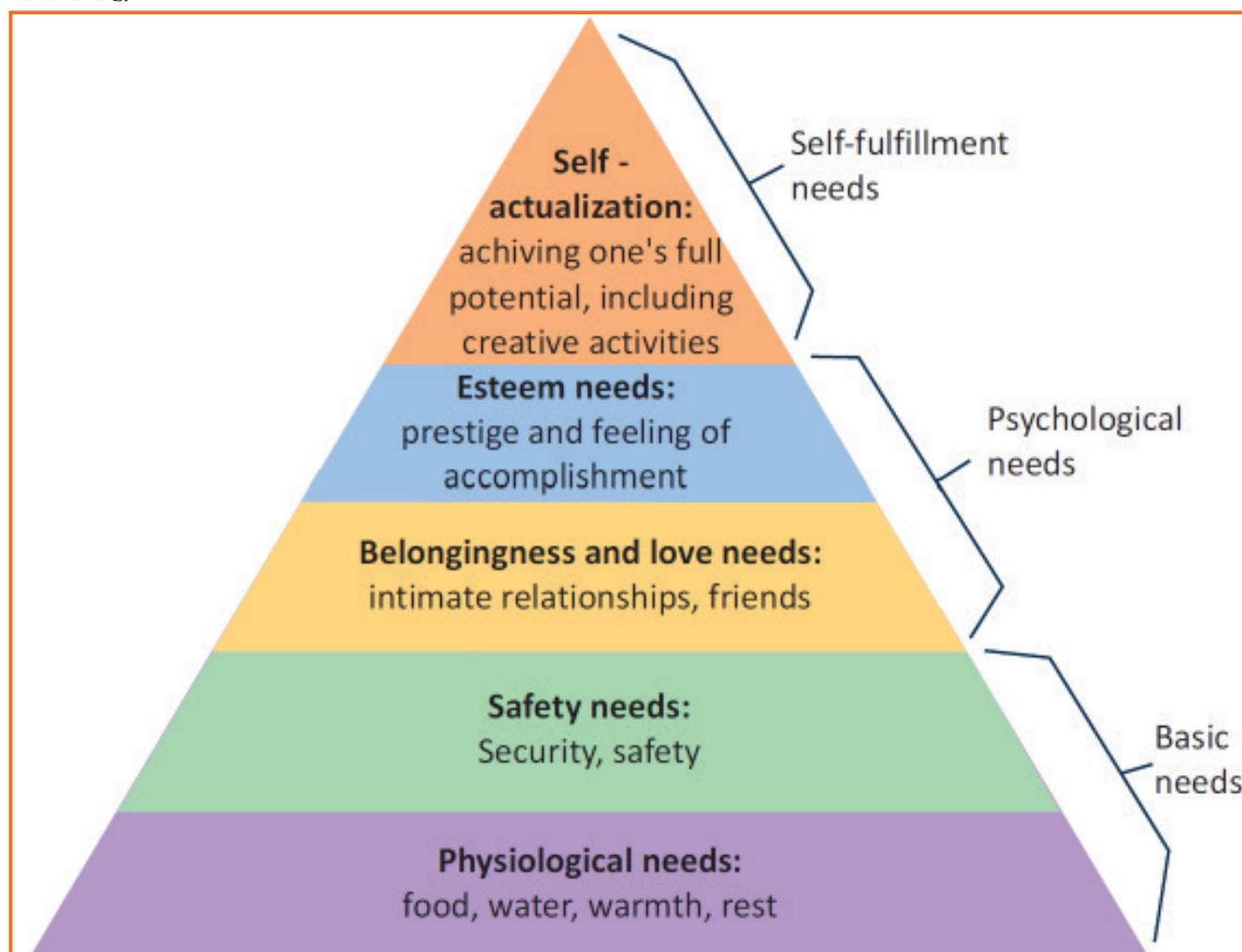
सही मायने में अपनी पूरी क्षमता हासिल करने के लिए, आप को अपने अंदर झाँकने और पता लगाने की आवश्यकता है कि वास्तव में आप किस तरह के व्यक्ति हैं। अपने व्यक्तित्व को समझने के इस प्रयास को आत्म-विश्लेषण के रूप में जाना जाता है। इस तरह से खुद का आंकलन करने से आपको अपने विकास में मदद मिलेगी, और इससे आप को अपने 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 हिरारकी ऑफ नीड्स (Maslow's Hierarchy of Needs) को देखकर बेहतर समझ सकते हैं।

7.1.3.2 मास्लो'स हिरारकी 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 हिरारकी 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।

उपलब्धि प्रेरणा वाले उद्यमियों की विशेषताएँ

- उपलब्धि प्रेरणा वाले उद्यमियों को निम्न अनुसार वर्णित किया जा सकता है:
- व्यक्तिगत उपलब्धि के लिए जोखिम लेने से नहीं डरते हैं
- भविष्य उन्मुख लचीलेपन और अनुकूलता चुनौतियाँ 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 ज़िदी 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 अन्यों 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 ज़्यादातर 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 कार्रवाई 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 ख्याली 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 विशेषताएं

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 हठी 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 वेहतर 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 नुक्सान पहुंचा सकता है: इससे हृदय रोग, मधुमेह, प्रतिरक्षा प्रणाली कमजोर, अनिद्रा, और उच्च रक्तचाप हो सकता है।
- आप को मानसिक रूप से नुक्सान 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, ब्राह्मकों 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।

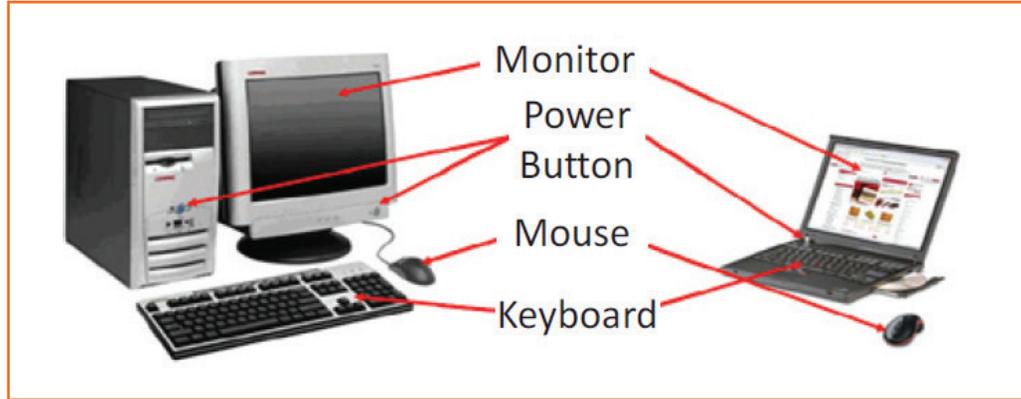
यूनिट 7.2: डिजिटल साक्षरता: पुनरावृत्ति

यूनिट के उद्देश्य

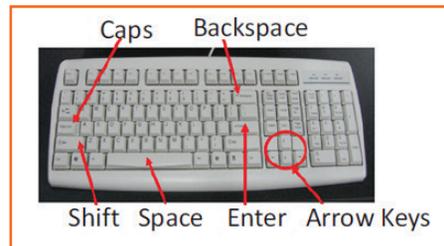
यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 करना
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. **टार्कबार:** 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 'apple' 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:

- बिज़नेस टू बिज़नेस (B2B): लेनदेन करने वाले दोनों पक्ष व्यापार हैं।
- बिज़नेस टू कंज्यूमर (B2C): व्यवसाय इलेक्ट्रॉनिक रूप से उपभोक्ताओं को वस्तु या सेवाएँ बेचते हैं।
- कंज्यूमर टू कंज्यूमर (C2C): उपभोक्ता वस्तुएँ खरीद अथवा बेचकर दूसरे उपभोक्ताओं के साथ कारोबार करते हैं।
- कंज्यूमर टू बिज़नेस (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।
- बिज़नेस टू एडमिनिस्ट्रेशन (B2A): कंपनियों और लोक प्रशासन के बीच होने वाले ऑनलाइन लेनदेन।
- कंज्यूमर टू एडमिनिस्ट्रेशन (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 बिक्री 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: पैसा महत्व रखता है

यूनिट के उद्देश्य

यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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. स्थायी और परिवर्ती लागतों के बीच भेद करना
6. निवेश विकल्पों के मुख्य प्रकारों का वर्णन करने में
7. बीमा उत्पादों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन करने में
8. करों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन करने में
9. ऑनलाइन बैंकिंग के उपयोग पर चर्चा करने में
10. इलेक्ट्रॉनिक धन हस्तांतरण के मुख्य प्रकारों पर चर्चा करने में

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। पैसा 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 जायेंगी।
- **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 (मरीन 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 चीजों 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 चौबیسों 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 रिफरेन्स 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



यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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: साक्षात्कार (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 साक्षात्कार (इंटरव्यू) कैसा होता है। इसलिए, अपना इंटरव्यू (साक्षात्कार) देने से पहले यह महत्वपूर्ण है, कि आप थोड़े सी रिज़र्व व योजना के साथ इसकी तैयारी कैसे करते हैं। किसी भी इंटरव्यू (साक्षात्कार) 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 आपके 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 रिज़्यूम 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 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 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 हेतु सुझाव:

- कंपनी के About Us पृष्ठ को न दोहराएं।
- यह प्रदर्शित करें कि आप कंपनी के लक्ष्यों को समझते 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 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 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।
- बतायें, 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 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 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 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 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 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 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 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 रोजगार (नियुक्ति) का कांट्रेक्ट हो जाता है।
- **कॉर्पोरेट 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 रिज्यूमे संलग्न होता है। इसमें उम्मीदवार के रिज्यूमे 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)/रिज्यूमे:** 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।
- **रोजगार अन्तराल:** नौकरियों के बीच बेरोजगारी 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 रिज्यूमे भेजे जाने के बाद, नियोक्ता से संपर्क करने की गतिविधि।
- **फ्रीलांसर/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 रोजगार की पेशकश करना।
- **जॉब सर्व एजेंट:** एक ऐसा प्रोग्राम जो उम्मीदवारों को नौकरियों के लिए प्रोग्राम में सूचीबद्ध मापदंडों का चयन करके रोजगार 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 कांट्रैक्ट 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 शुरू करने की विधि, वेतन, कार्यस्थलियां आदि का विवरण होता है।
- **मुक्त-निर्णय (ओपन एनडीड) कांट्रैक्ट:** रोजगार या नौकरी का ऐसा कांट्रैक्ट 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।
- **रिक्रूट/हेडहन्टर्स/एग्जीक्यूटिव सर्च फर्मस:** 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

यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 के मौजूदा उद्यमिता ईकोसिस्टम पर चर्चा करना
27. मेक इन इंडिया अभियान का उद्देश्य समझना
28. उद्यमिता और जोखिम लेने की क्षमता के बीच के संबंध पर चर्चा करना
29. उद्यमिता और लचीलेपन के बीच के संबंध पर चर्चा करना
30. लचीले उद्यमी की विशेषताओं का वर्णन करना
31. असफलता से निपटने के बारे में चर्चा करना

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
- ग्राहकों 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 ज्यादा 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 सौदेबाजी/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 बाजार 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 जरूरी 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 ब्राह्मक 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

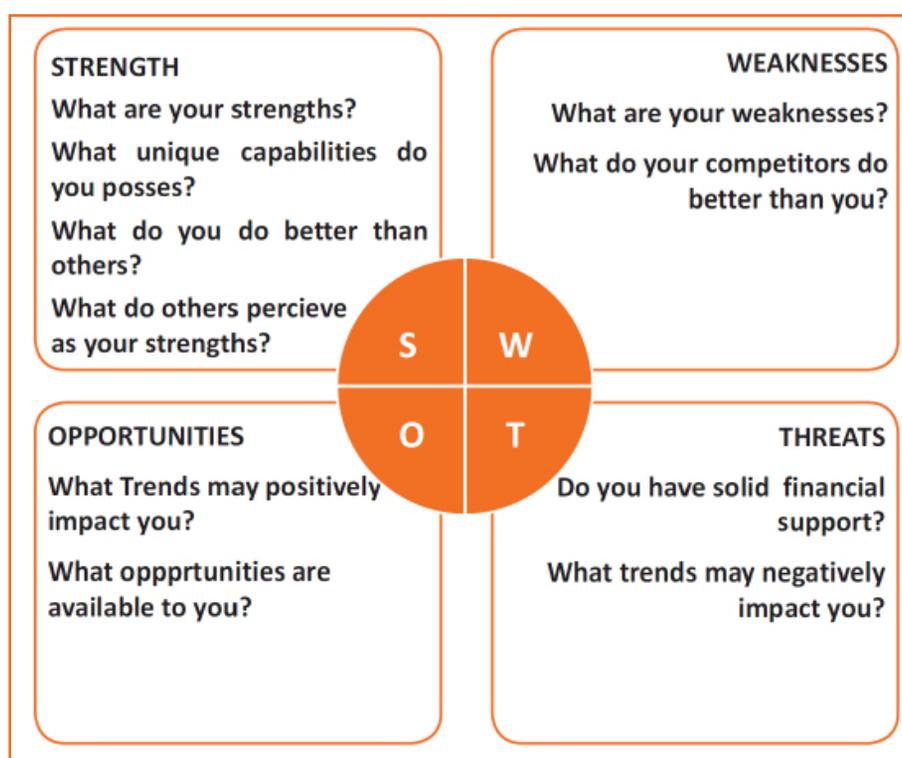
- व्यवसायिक अवसरों को देखते वक्त निम्न पर ध्यान दें:
- फंडिंग में बदलते आर्थिक रुझान
- वेंडर्स, पार्टनर्स व सप्लायर्स के बीच बदलते रिश्ते
- बाजार के रुझान
- राजनीतिक समर्थन में बदलाव
- लक्षित लोगों में बदलाव

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 ढूँढ 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 रुचि 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 रुपयों 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

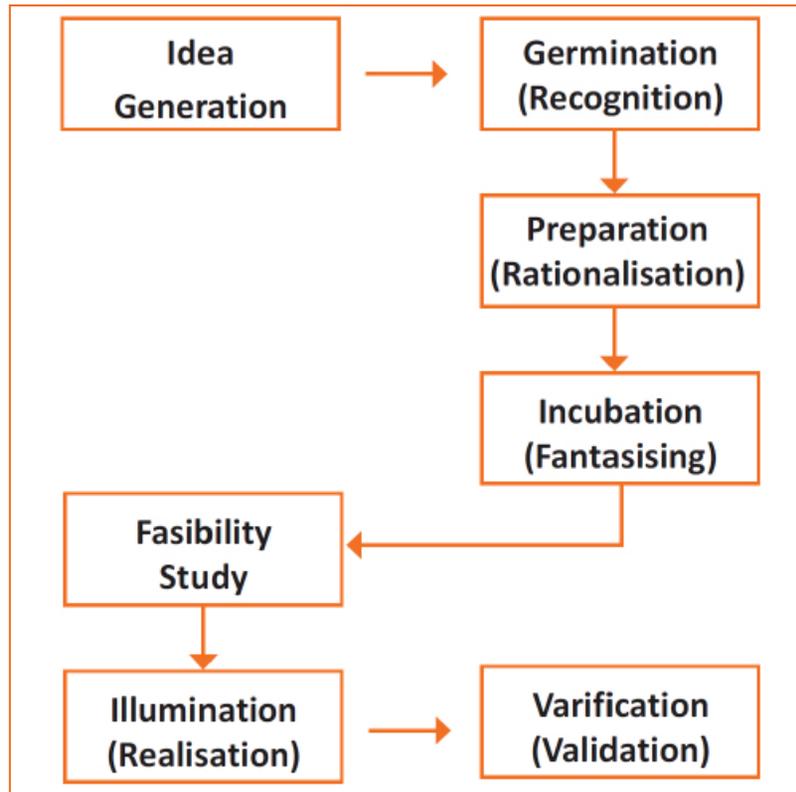
करसनभाई पटेल ने अपने घर के पीछे अहाते में डिटर्जेंट पाउडर बनाया। वे अपना उत्पाद घर-घर जाकर बेचते थे और बेचे गए हरेक पैक पर पैसा वापसी की गारंटी भी देते थे। वे 3 रुपये प्रति किलोग्राम लेते थे जबकि उस वक्त सबसे सस्ता डिटर्जेंट 13 रुपये प्रति किलोग्राम था। डॉ. पटेल ने आखिरकार निरमा शुरू किया जो भारतीय घरेलू 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:** अपने 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

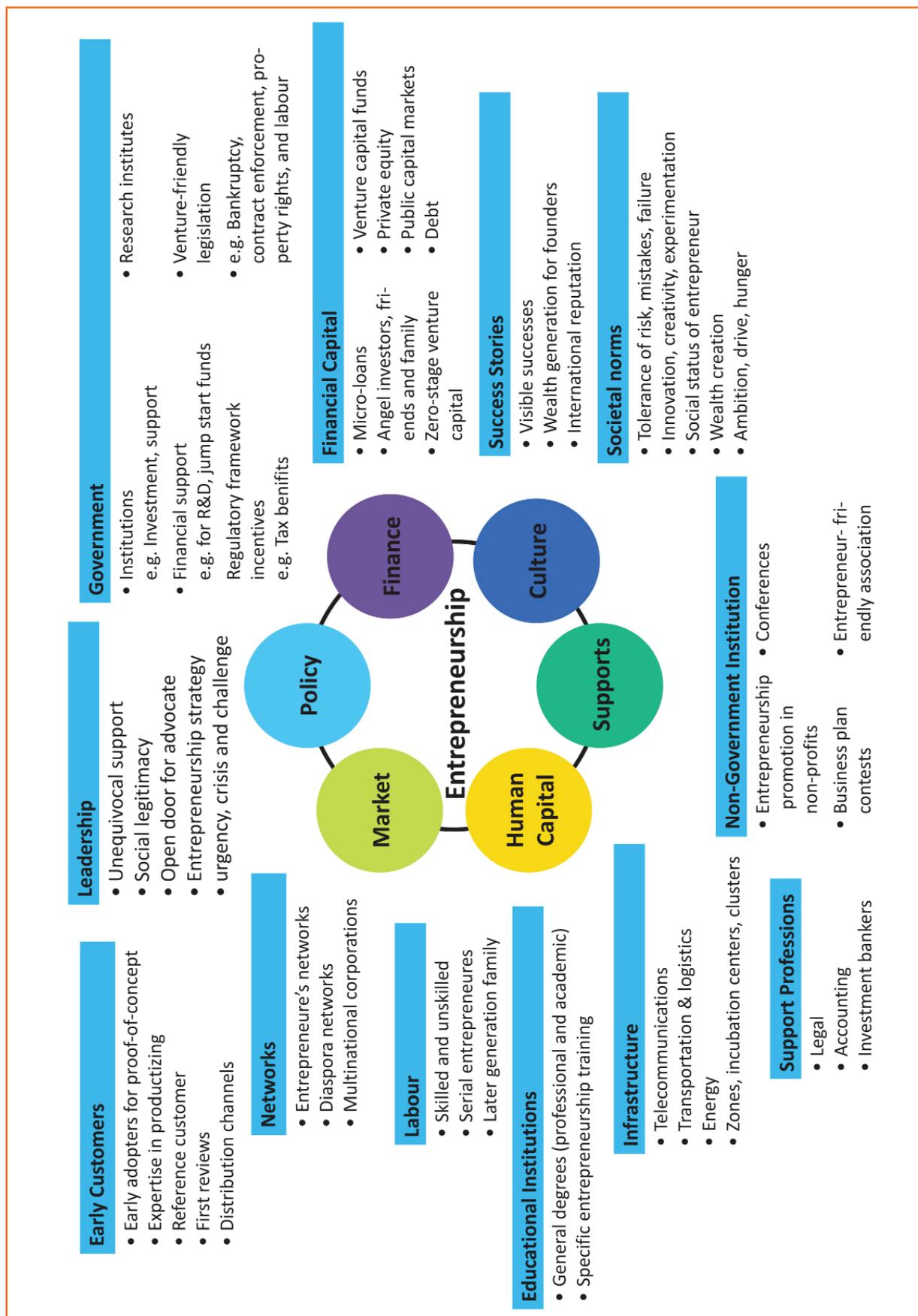
7.5.6.3 उद्यमी क्या होता है?

उद्यमिता ईकोसिस्टम को समर्थित करती है, यह उद्यमिता के संग्रहित तथा समग्र स्वरूप का द्योतक है। नई कंपनियां केवल उन्हें लॉच 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 हैं।
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 चाहियें। 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 ज्यादा 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। ये ईकोसिस्टम मैप अनुबंध रणनीतियां बनाने में कारगर औजार 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 इंव्यूबेर्स, 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 भ्रष्टाचार, 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 विधियाँ 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 अंता। 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। ज्यादा जोखिम उठाना से ज्यादा मुनाफा हो सकता है, लेकिन इससे उतने ही अधिक नुकसान की भी संभावना बन जाती है। हालांकि, बहुत ज्यादा 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 तयकालिक 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 योग्यताएँ 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 स्वर्गों 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 मिले, 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, गैर-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 चेतावना दूंगा, 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

यूनिट के अंत में, आप निम्न के बारे में जान जायेंगे:

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 पी / 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 न्यवसायिक 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 कहाँ 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।
- **बिज़नेस टू बिज़नेस (B2B):** कोई व्यवसाय जिसके द्वारा किसी दूसरे व्यवसाय को माल या सेवाओं की बिक्री की जाती है।
- **बिज़नेस टू कंज्यूमर (B2C):** कोई व्यवसाय जिसके द्वारा अंतिम उपभोक्ताओं को माल या सेवाओं की बिक्री का जाता 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 ह्रास:** 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 समयावधि 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 विपणन

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 ईकोसिस्टम 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 व्यवसाय 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 दस्तावेज़ों 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 कागजात, क्रेडिट कार्ड बिल्स, बीमा संबंधी कागजात और किसी भी अन्य वित्तीय रिकार्ड को फाइल में संजो कर रखें।
- **चरण 3:** अपनी निवल संपत्तियों का परिकलन करें इसमें अपनी स्वयं की सम्पत्तियों (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 सम्पत्तियां 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 बाजार 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 जांच कर लें।
- संक्षिप्तता बरतें और सार्थकवादी रहें।
- अपनी कार्यप्रणाली और पूर्वानुमान के संबंध में सतर्कता बरतें (अनुदारवादी रहें)।
- जहां कहीं संभव हो विजुअल्स 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 समर्थक (कोलैट्रल्स) 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 बैकग्राउंड 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 समर्थक

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 सितयोरिटी
- 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।
- सावधान रहें और आवश्यकता से अधिक मात्रा में, आवश्यकता से अधिक समय तक के लिए, जिस दर पर आप सहज हैं उससे अधिक ब्याज दर पर 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 (नेतृत्व) 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, इन्हें 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 अनुवायित 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।
- सावधान रहें और आवश्यकता से अधिक मात्रा में, आवश्यकता से अधिक समय तक के लिए, जिस दर पर आप सहज हैं उससे अधिक ब्याज दर पर 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 व्यूहार्थ 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 शक्तियाँ, कमियाँ, 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 व्यूहार्थ 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: ₹