

# प्रतिभागी पुस्तिका

सेक्टर  
जेम और ज्वैलरी

उप-सेक्टर  
ज्वैलरी रिटेलिंग

व्यवसाय  
बिक्री

रेफरेंस आईडी: G&J/Q6802, Version 1.0  
NSQF Level 4



ई-बुक प्राप्त करने के लिए क्यू आर कोड  
को स्कैन करें अथवा यहाँ क्लिक करें



ज्वैलरी रिटेल  
सेल्स एसोसिएट

द्वारा प्रकाशित

महेन्द्र प्रकाश प्राइवेट लिमिटेड

ई - 42, 43, 44, सेक्टर-7, नोएडा-201301,  
उत्तर प्रदेश, भारत.

सर्वाधिकार सुरक्षित,  
प्रथम संस्करण, जनवरी 2017

आई.एस.बी.एन. 978-81-934349-8-8  
भारत में मुद्रित -

कॉपीराइट © 2017

जेम एंड ज्वैलरी स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया,  
बिजनेस फ़ैसिलिटेशन सेंटर, तृतीय तलए  
एसईईपीजेड स्पेशल इकोनॉमिक जोन,  
अंधेरी (पूर्व), मुंबई 400096  
फोन: 022-28293940 / 41/42  
ईमेल: info@gjsci.org  
वेबसाइट: www.gjsci.org

Attribution-ShareAlike: CC BY-SA



### डिस्क्लेमर

इस पुस्तिका में शामिल जानकारी जेम एंड ज्वैलरी स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया के विश्वसनीय स्रोतों से प्राप्त की गई है। जेम एंड ज्वैलरी स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया उक्त जानकारी की सटीकता, पूर्णता या पर्याप्तता से जुड़ी सभी वारंटी को नामंजूर करता है। इसमें शामिल किसी भी जानकारी, या उसकी व्याख्या में किसी भी प्रकार की त्रुटि, चूक या अपर्याप्तता के लिए जेम एंड ज्वैलरी स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया की कोई जिम्मेदारी नहीं होगी। इस पुस्तक में शामिल कॉपीराइट सामग्री के स्वामियों का पता लगाने के लिए यथासंभव प्रयास किए गए हैं। प्रकाशक इस पुस्तक के भावी संस्करणों में सुधार करने के लिए मालिकों में लाई गई किसी भी चूक के लिए आभारी होगा। जेम एंड ज्वैलरी स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया का कोई भी अधिकारी इस सामग्री पर भरोसा करने वाले किसी भी व्यक्ति को होने वाले किसी भी नुकसान के लिए जिम्मेदार नहीं होगा। इस प्रकाशन में दी गई सामग्री कॉपीराइट के अधीन है। इस प्रकाशन के किसी भी भाग को जेम एंड ज्वैलरी स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया द्वारा अधिकृत किए गए बिना, किसी भी रूप या किसी भी साधन में, चाहे वह कागज पर हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर, पुनरुत्पादित, संग्रह या वितरित नहीं किया जा सकता है।





**श्री नरेन्द्र मोदी**  
प्रधानमंत्री, भारत सरकार

“ कौशल से बेहतर भारत का निर्माण होता है।  
यदि हमें भारत को विकास की ओर ले जाना है तो  
कौशल का विकास हमारा मिशन होना चाहिए। ”



**COMPLIANCE TO  
QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL  
STANDARDS**

is hereby issued by the

**GEM & JEWELLERY SECTOR SKILL COUCIL**

for

**SKILLING CONTENT : PARTICIPANT HANDBOOK**

Complying to National Occupational Standards of  
Job Role / Qualification Pack: **'Jewellery Retail Sales Associate'**

QP No. **'G&J/Q6802 NSQF Level 4'**

Date of Issuance: Dec 19<sup>th</sup>,2018

Valid up to\*: Dec 20<sup>th</sup>,2022

\*Valid up to the next review date of the Qualification Pack or the  
'Valid up to' date mentioned above (whichever is earlier)

Authorised Signatory  
(Gem & Jewellery Skill Council of India)



## स्वीकृतियां

इस प्रतिभागी पुस्तिका के निर्माण हेतु जीजेएससीआई कृति सिन्हा और माधुरी प्रभुलकर को धन्यवाद देना चाहेगा। हम इस अवसर का लाभ उठाते हुए दिल्ली जेमोलोजिकल लैबोरेटरी (डीजीएल) को और श्री आशीष कालरा (डिपार्टमेंट प्रमुख, डीजीएल) को भी इस पुस्तक में उनके मूल्यवान आदानों के लिए धन्यवाद देना चाहेंगे। हम फाइन ज्वेलरी को उनकी प्रतिपुष्टि और टिप्सों के लिए धन्यवाद देना चाहेंगे। हम शिक्षा और कौशल की गुणवत्ता को बनाए रखने के अंतहीन प्रयासों के लिए विषय-वस्तु विशेषज्ञों की सराहना करते हैं। हम उनका संपूर्ण भारत के जेम एंड ज्वेलरी सेक्टर के छात्रों को प्रेरित करने और उन्हें सुविधा प्रदान करने के लिए निष्ठापूर्वक धन्यवाद करते हैं।

भवदीय,



संजय कोठारी  
चेअरमेन, जीजेएससीआई

## इस पुस्तक के बारे में

यह प्रतिभागी पुस्तिका विशेष क्वालिफिकेशन पैक (क्यूपी) हेतु प्रशिक्षण सक्षम करने के लिए बनाई गई है। प्रत्येक राष्ट्रीय व्यावसायिक मानक (एनओएस) को यूनिट में शामिल किया गया है। विशेष एनओएस हेतु मुख्य सीख उद्देश्य उस एनओएस के लिए यूनिट की शुरुआत को चिन्हित करते हैं। इस पुस्तिका में इस्तेमाल हुए प्रतीकों को नीचे वर्णित किया गया है।

- यह पुस्तिका ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट के मूलभूत बिक्री स्तर का विस्तृत वर्णन प्रदान करती है।
- यह पुस्तिका ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट को रिटेल काउंटर पर होने वाली कार्यप्रणालियों से परिचित कराती है।
- इस पुस्तिका में दी गई विस्तृत उत्पाद जानकारी से ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट को उस उत्पाद को समझने में मदद मिलेगी जिसे वह बेच रहा है।
- प्रतिभागी, काउंटर पर कीमती स्टॉक को बनाए रखने के महत्वपूर्ण पहलुओं को समझ पाएंगे।
- यह पुस्तिका ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट को यह भी सिखाएगी कि दूसरे विभागों के साथ तालमेल बनाए रखना महत्वपूर्ण है और कार्य क्षेत्र को किस प्रकार से साफ और सुरक्षित रखना है।

## प्रयोग किये गये चिन्ह



प्रमुख शिक्षा  
परिणाम



स्टेप्स



टिप्स



टिप्पणियाँ



यूनिट के  
उद्देश्य

## विषय-सूचि

क्रमांक	मोड्यूल और यूनिट्स	पृष्ठ सं.
1.	<b>परिचय</b>	1
	यूनिट 1.1 – भारतीय आभूषणों का इतिहास	3
	यूनिट 1.2 – भारत के आभूषण उद्योग का अवलोकन	5
	यूनिट 1.3 – ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट (जेआरएसए) की भूमिका और दायित्व	16
2.	<b>ग्राहकों को रिटेल काउंटर पर व्यस्त रखना (G&amp;J/N6801)</b>	19
	यूनिट 2.1 – ग्राहक के साथ बातचीत करना	21
	यूनिट 2.2 – ग्राहक की जरूरतों को समझना	26
	यूनिट 2.3 – शिकायत निपटाने की गतिविधि	32
3.	<b>ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना (G&amp;J/N6802)</b>	35
	यूनिट 3.1 – सोना	37
	यूनिट 3.2 – प्लैटिनम	41
	यूनिट 3.3 – चांदी	42
	यूनिट 3.4 – हीरा	43
	यूनिट 3.5 – कीमती रत्न	48
	यूनिट 3.6 – अर्ध कीमती रत्न	51
	यूनिट 3.7 – नकली, सिंथेटिक और सिम्युलेंट	54
	यूनिट 3.8 – रत्न-उनकी कटाई/उनके प्रकार	55
	यूनिट 3.9 – मोती	57
	यूनिट 3.10 – हाथ से बने आभूषण	60
	यूनिट 3.11 – रत्न की सेटिंग	65
	यूनिट 3.12 – मशीन से बने आभूषण	67
	यूनिट 3.13 – परिसज्जन	76
	यूनिट 3.14 – भारतीय आभूषणों में विविधता	77
4.	<b>विभिन्न काउंटरों पर ग्राहक के द्वारा खरीदने के निर्णय को सहज करना (G&amp;J/N6803)</b>	87
	यूनिट 4.1 – काउंटर पर ग्राहक की मदद करना	89
	यूनिट 4.2 – बिलिंग प्रक्रिया को सहज करना	94



## विषय-सूचि

क्रमांक	मोड्यूल और यूनिट्स	पृष्ठ सं.
5.	एकाधिक काउंटरों के उत्पादों का स्टॉक प्रबंधित करना और उत्पादों का सुरक्षा सुनिश्चित करना (G&J/N6804)	97
	यूनिट 5.1 – काउंटर पर स्टॉक का प्रबंधन	99
	यूनिट 5.2 – उत्पाद की सुरक्षा	102
	यूनिट 5.3 – चोरी के कारण माल में कमी	103
6.	अन्य विभागों के साथ समन्वय स्थापित करना (G&J/N6805)	107
	यूनिट 6.1 – अन्य विभागों के साथ समन्वय स्थापित करने में ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की भूमिका	109
7.	अपनी और संगठन की पेशेवर छवि बनाएं (G&J/N6806)	111
	यूनिट 7.1 – संगठन की पेशेवर छवि बनाना	113
	यूनिट 7.2 – अपनी पेशेवर छवि बनाना	115
8.	कार्यस्थल पर स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना (G&J/N9902)	117
	यूनिट 8.1 – दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना	119
	यूनिट 8.2 – सुरक्षित रहने के लिए सुरक्षा संकेतों एवं उपयुक्त आवश्यकताओं को समझना	125
	यूनिट 8.3 – श्रमदक्षता शास्त्र (एर्गोनोमिक्स) या गलत आसन को समझना	134
	यूनिट 8.4 – अग्नि सुरक्षा संबंधी नियम	138
	यूनिट 8.5 – आपातकालीन स्थितियों से निपटने के तरीके को समझना	143





## 1. परिचय

यूनिट 1.1 – भारतीय आभूषणों का इतिहास

यूनिट 1.2 – भारत के आभूषण उद्योग का अवलोकन

यूनिट 1.3 – ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट (जेआरएसए)  
की भूमिका और दायित्व



## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. भारतीय आभूषणों के इतिहास और प्रतीकात्मकता को जानने और समझने में
2. ज्वैलरी वैल्यू चेन के खनन से उपभोग तक के मूल तत्वों को जानने और समझने में
3. विभिन्न रिटेल प्रारूपों को जानने और समझने में
4. भारत में सोने के उपभोग को और उपभोग पैटर्न में आए बदलावों के कारणों को जानने में
5. आभूषणों के लागत निर्धारण, सोने और सोने के आभूषणों के दाम को समझने में
6. आभूषणों के सकल वजन और शुद्ध वजन को जानने और समझने में
7. हॉलमार्किंग को जानने और समझने में
8. मेटल परखने के तरीके को जानने और समझने में
9. ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट (जेआरएसए) की भूमिका और दायित्व को समझने में

## यूनिट 1.1: भारतीय आभूषणों का इतिहास

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. भारत में आभूषणों के उद्भव को समझने में
2. यह समझने में कि किस प्रकार प्रतीकात्मकता का इस्तेमाल भारतीय आभूषणों में होता है

### 1.1.1 भारत में आभूषणों का इतिहास

किसी और देश से भिन्न, भारत इस बात पर गर्व कर सकता है कि इस के पास आभूषणों के डिजाइनों की एक निरंतर विरासत है। रामायण और महाभारत के समय से भारतीयों को उनके आभूषणों से लगाव के लिए जाना गया है। भारत के पास डिजाइन और शिल्पकारिता की एक संपन्न विरासत है जो आज भी देखी जा सकती है।

सोने को पहले और आज भी एक पवित्र मेटल माना जाता है – यह देवी लक्ष्मी के भौतिक रूप में माना जाता है, इसलिए, इसे श्रद्धेय, सम्मानित और पूजा जाता है। सोना गर्म सूरज का प्रतिरूप है, जो कि परिणाम स्वरूप जीवन का स्रोत है। खरे सोने को समय के साथ न तो जंग लगता है और न ही इसका क्षय होता है, इसलिए प्राचीन भारतीय लोग सोने को अमरता के साथ संबद्ध करते थे।

आभूषण बनाने वालों में सबसे पहला नाम सिन्धु घाटी सभ्यता के लोगों का आता है, जो परिष्कृत कान की बालियाँ, हार और चूड़ियाँ बनाते थे। हालांकि, महिलाएं ही सबसे ज्यादा आभूषण पहनती थीं लेकिन प्राचीन भारत में पुरुष भी काफी सारे आभूषण पहनते थे।

जैसे आज होता है, पहले भी, आभूषण पहनने को सामाजिक स्तर के साथ जोड़ा जाता था। लेकिन पहले, आभूषण पहनने के कुछ नियम होते थे जैसे – सिर्फ शाही लोग और उनके परिवार के सदस्य और कुछ और लोग जिनको उन्होंने आभूषण पहनने की अनुमति दी हो, सोने के आभूषण अपने पैरों में पहन सकते थे। आमतौर पर, ऐसा करना सोने जैसे पवित्र मेटल के मूल्यांकन को हानि पहुँचाना माना जाता था क्योंकि सोने को देवी लक्ष्मी के रूप में देखा जाता था। हालांकि, भारतीय जनसंख्या का एक बड़ा हिस्सा आभूषण पहनता था, महाराजाओं और शाही परिवार से जुड़े लोगों का आभूषणों के साथ एक गहरा रिश्ता था।

### 1.1.2 भारतीय आभूषणों में प्रतीकात्मकता

पारंपरिक भारतीय आभूषण, आभूषण बनाने की प्रक्रिया की उत्कृष्टता और परिपक्व समझ को दर्शाते हैं, जिसमें आभूषण बनाना जैसे कि – डिजाइन बनाना, सोने/चांदी पर काम करना, नक्काशी, मीनाकारी, मेटल पर पॉलिश करना, गढ़ना, और पत्थर सेट करना शामिल हैं – यह सब स्पष्ट रूप से अलग-अलग व्यवसाय हैं जिनमें लंबा प्रशिक्षण और विशिष्टीकरण शामिल हैं।

भारतीय आभूषण के संबंध में मुगल शासनकाल सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण था। जबकि मुगल आभूषण व्यापक रूप से भारतीय आभूषणों का निरूपण करते हैं, द्रविड़ और पूर्व भारतीय आभूषण बनाने की तकनीकें भी अपने प्रस्तुतीकरण में काफी परिष्कृत और प्रतिभाशाली हैं।

पारंपरिक भारतीय आभूषण सिर्फ सजावटी नहीं है। आभूषणों के हर एक आईटम को एक उद्देश्य और अर्थ के साथ बनाया जाता है। पारंपरिक भारतीय आभूषणों में इस्तेमाल किए गए चिन्ह पहनने वाले से देखने वाले की ओर संदेश पहुंचाते हैं।

भारतीय आभूषणों में यह प्रतीकात्मकता भारतीयों के बीच प्रचलित सामान्य सिद्धांतों, चिंताओं, और भीतियों से आती है।

सबसे पहला आभूषण तावीज के रूप में पहना जाता था। इसका काम पहनने वाले को बुरी शक्तियों से बचाना, प्रजनन क्षमता को बढ़ाना और बीमारियों से रक्षा करना था। यही कारण है कि हम प्राचीन भारतीय मूर्तियों या गुफाओं के चित्रों में देखते हैं कि उनमें शरीर के विभिन्न अंगों को आभूषणों से विभूषित किया गया है।





## यूनिट 1.2: भारत के आभूषण उद्योग का अवलोकन

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. कीमती मेटल/आभूषणों के प्रति भारतीय दृष्टिकोण को समझने में
2. पूरी ज्वैलरी वैल्यू चैन को समझने में
3. भारत में ज्वैलरी रिटेल सेल्स के विभिन्न प्रारूपों को पहचानने में
4. यह समझने में कि किस प्रकार से भारत में आभूषण का उपभोग/मांग संचालित होती है
5. भारत के आभूषण उपभोग पैटर्न में पारंपरिक बलों और उभरती हुए प्रवृत्तियों की व्याख्या करने में
6. यह समझने में कि किस प्रकार से अंतर्राष्ट्रीय और भारतीय बाजार में सोने की कीमत की गणना की जाती है
7. हर आभूषण के पीछे लगाए गए श्रम शुल्क के तर्क को समझने में
8. सोने की कीमत तय करते समय ध्यान में लिए जाने वाले भागों को जानने में
9. आभूषण की बिक्री पर टैक्स ढाँचे के साथ परिचित होने में
10. सकल वजन और शुद्ध वजन के सिद्धांतों का स्पष्टीकरण करने में
11. आभूषण खरीद के रसीद के भागों का वर्णन करने में
12. हॉलमार्किंग का अर्थ और महत्व को समझने में
13. मेटल के अर्थ को और विभिन्न उपलब्ध पद्धतियों को समझने में

### 1.2.1 आभूषणों के प्रति भारतीय मानसिकता

भारत में सोने के उपभोग के विशिष्ट कारण इस प्रकार हैं:

- ? संपत्ति भी और निवेश भी।
- ? मानसिक सुरक्षा प्रदान करता है और साथ ही मुश्किल समय का सहारा है।
- ? सामाजिक स्थिति से जुड़ा है।
- ? एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी को दिया जाता है। आभूषण माता से बेटी को सौंपे जाते हैं।
- ? स्त्रीधन – दुल्हन को भेंट में दिए गए सोने को “स्त्रीधन” कहते हैं और उसके नए घर में यह पूरी तरह से उसकी संपत्ति होती है।
- ? तरल परिसंपत्ति – दुर्भाग्यपूर्ण घटनाओं जैसे कि पति की मृत्यु या अल्प फसल के कारण सूखे स्थिति में, सोना, परिवार को कुछ सुरक्षा प्रदान करता है।
- ? फसल खरीदने में।
- ? स्वयं के श्रृंगार के लिए।
- ? त्यौहार – जन्मदिन, सालगिरह, उत्सव (अक्षय तृतीया, धनतेरस, दशहरा, आदि)।

## 1.2.2 ज्वैलरी वैल्यू चेन

सोना एक प्राकृतिक खनिज है। यह कारखानों में बनाया नहीं जाता है। खान पृथ्वी की परत पर एक जमाव होती है जिसे अत्यधिक परिष्कृत प्रक्रियाओं के द्वारा खनिज को खोद कर निकाला जाता है।

### गोल्ड पैनिंग

गोल्ड पैनिंग हाथों के प्रयोग से सोने को छॉटने की प्रक्रिया है जो की अब लगभग अप्रचलित है।

चौड़ी, कम गहराई वाले तसलों में रेत और बजरी भरी जाती है जिसमें सोना हो सकता है। पानी डाल कर पतीलों को हिलाया जाता है जिससे सोना, बजरी और अन्य सामग्री से छांटा जाता है।

चूँकि सोना पत्थर से ज्यादा गाढ़ा होता है, यह जल्द ही पतीले के तल में जमा हो जाता है। गाद को आम तौर पर धारा की तल से, अक्सर धारा के किसी मोड़ पर, या धारा के आधार पर से, जहाँ सोने का गाढ़ापन उसे पानी के बहाव से अलग कर देता है, निकाल दिया जाता है।

इस तरह के सोने को जो धाराओं या सूखी धाराओं में पाया जाता है, उसे प्लेसर डिपाजिट कहते हैं।

गोल्ड पैनिंग, सोना खोजने की सबसे सरल तकनीक है, लेकिन यह व्यावसायिक रूप से बड़े भंडारों से सोना निष्कर्षण में साध्य नहीं है।

बंद सोने की खदानों का प्रचार अक्सर पर्यटन आकर्षण के रूप में किया जाता है।

### खनन

खदान दो प्रकार के होते हैं, खुले गड्ढे और भूमिगत, प्रत्येक को अयस्क पाए जाने वाले स्थान की परिस्थितियों के साथ सही बिठाने के लिए विकसित किया जाता है।

**खनन की प्रक्रिया को 6 भागों में बांटा जा सकता है:**

- ? अयस्क की खोज करना।
- ? अयस्क तक पहुँच का निर्माण करना।
- ? खनन के द्वारा या अयस्क पिंड को तोड़ कर अयस्क का निष्कासन करना।
- ? उपचार के लिए खनन क्षेत्र से कारखानों तक टूटे हुए माल का परिवहन करना।
- ? प्रसंस्करण
- ? परिष्करण

### खनन के प्रकार – खुले गड्ढे

खुले गड्ढे खनन एक तरह की सतही खनन है और यह सतह के नजदीक अत्यधिक मात्रा के भंडारों के लिए उपयुक्त है। ब्लास्टहोल ड्रिल सुराखों को विस्फोटकों से भर दिया जाता है और विस्फोट करके चट्टानों को हटाया जाता है। विस्फोट के बाद, टूटे हुए चट्टानों को भूवैज्ञानिकों द्वारा अयस्क या अपशिष्ट के रूप में चिन्हित किया जाता है। अवशिष्ट अपशिष्ट चट्टानों को आम तौर पर भूमि को भरने या भूनिर्माण परियोजनाओं में प्रयोग किया जाता है। हाल के वर्षों में खुले गड्ढे खनन एक पसंदीदा खनन तरीका बन गया है।



आकृति 1.2.2.2 खुले गड्ढे खनन



आकृति 1.2.2.1  
गोल्ड पैनिंग

### भूमिगत खनन/शाफ्ट खनन

भूमिगत खनन/शाफ्ट खनन में अयस्क भंडारों में सुराख कर उनमें विस्फोटक भर कर विस्फोट किया जाता है। विस्फोट किए गए "स्टोप्स" या "फेसेस" को साफ करके खदानों से परिवहन किया जाता है।



आकृति 1.2.2.3 भूमिगत खनन/शाफ्ट खनन

### प्रसंस्करण

- ? सायनाइड विधि सोने को कम ग्रेड के अयस्क से निकालने की सबसे प्रचलित विधि है।
- ? सायनाइड विधि में एक कड़ाई से नियंत्रित क्षारीय साइनाइड नमकीन पानी में अयस्क की लीचिंग शामिल है जिसके बाद सोने को फिर से घोला जाता है और बाद में अयस्क टिक्कियों में गला कर रिफाइनरी में भेज दिया जाता है।

### परिष्करण

सोने की बार्स की शुद्धता को शुद्ध सोने की तरह बनाने के लिए और ज्यादा परिष्करण कर बुलियन बार्स का रूप दिया जाता है। इनको 'गुड डिलीवरी स्टेटस' दिया जाता है, जो कि गुणवत्ता का अंतर्राष्ट्रीय मानक है, और यह आश्वासन देता है कि इन बार्स में वही मात्रा और शुद्धता है जिसकी मुहर इन पर लगाई गयी है।

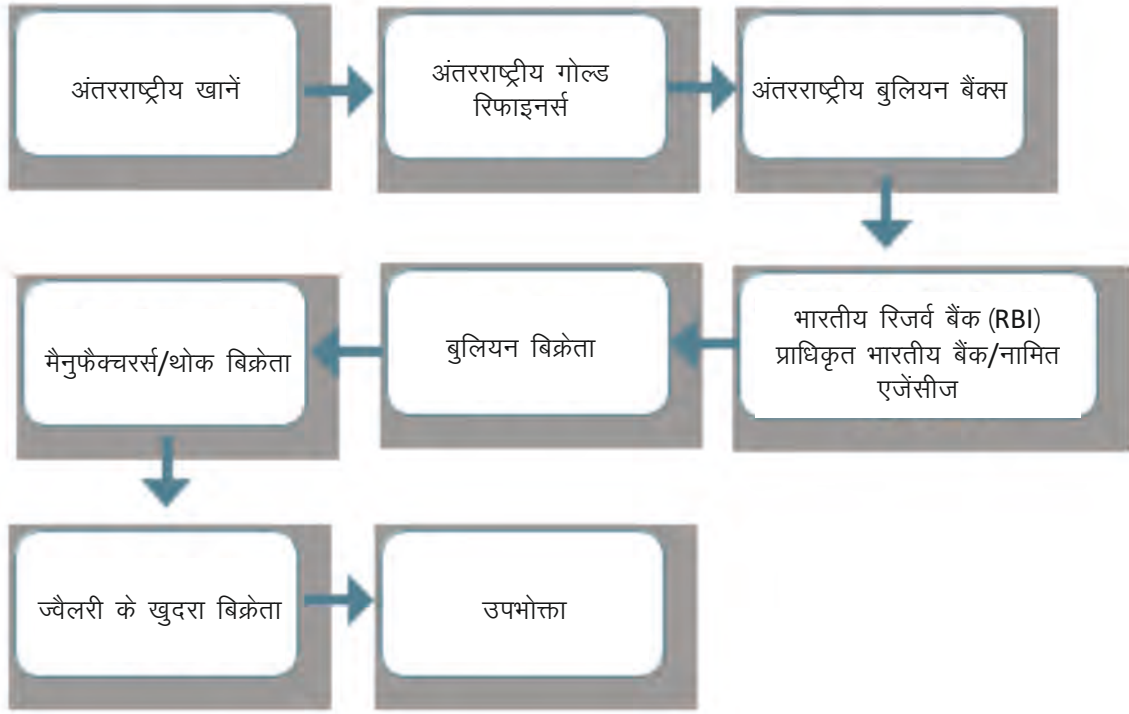


आकृति 1.2.2.4 परिष्करण

## 1.2.3 भारतीय सोना आपूर्ति श्रृंखला

भारत में अधिकांश सोना आयात किया जाता है। अन्य तरह की आपूर्ति में पुनर्नवीनीकृत सोना शामिल है। पुनर्नवीनीकृत सोना उसे कहते हैं जिसे ग्राहक जौहरियों, साहूकारों, वित्त कंपनियों, आदि को बेचते हैं। उसके बाद इस सोने को परिष्कृत और पुनर्नवीनीकृत कर निवेश या फुटकर व्यवसाय में प्रयोग किया जाता है।

- ? भारत में 4,00,000 ज्वेलरी रिटेल आउटलेट हैं।



आकृति 1.2.3.1

## 1.2.4 रिटेल स्टोर प्रारूप

### सिंगल दुकान

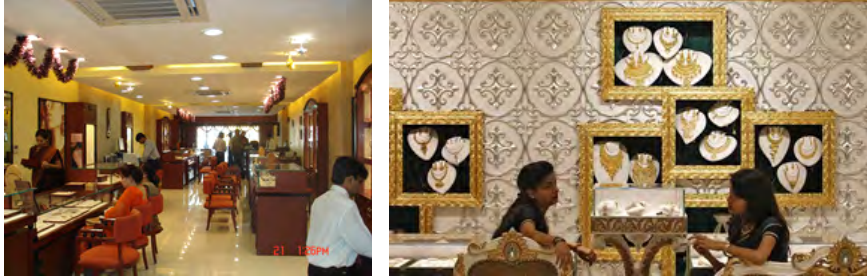
- ? एक व्यक्ति इन दुकानों का मालिक हैं।
- ? एक व्यक्ति केवल एक दुकान का मालिक है और इसे संचालित करता है और इसकी कोई शाखा नहीं होती है।
- ? ये स्टोर चलाने का दिन-प्रतिदिन के संचालन के प्रबंधन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।
- ? इन्हें "फैमिली ज्वैलर्स" भी कहते हैं। यह कई पीढ़ियों से संचालन में होते हैं और इनके पास एक ऐसा ग्राहक-गण होता है जो कई पीढ़ियों से इनसे खरीदारी कर रहे होते हैं। ये ग्राहक इन विशिष्ट दुकानों से खरीदारी करते हैं क्योंकि उनके माता-पिता या दादा-दादी/नाना-नानी इन दुकानों के वफादार ग्राहक रह चुके हैं और एक विश्वास पिढीयो के माध्यम से दूकानों के साथ बनाया गया है।
- ? भारत में ज्यादातर ज्वैलरी स्टोर (90%) इसी श्रेणी में आते हैं।



आकृति 1.2.4.1 सिंगल दुकान

### चेन स्टोर

- ? ये एक ही नाम और एक ही सटीक प्रारूप के तहत संचालित कई दुकानें होती हैं जो विभिन्न स्थानों पर अवस्थित होती हैं।
- ? वे एक व्यक्ति या एक समूह के स्वामित्व वाले हो सकते हैं।
- ? ये दुकानें किसी एक शहर, राज्य क्षेत्र या पूरे भारत में अवस्थित हो सकते हैं।
- ? उदाहरण: तनिष्क, जीआरटी, पी सी ज्वैलर, टीबीजी, कल्याण, जॉय आलुकास, आदि।
- ? ये स्वामित्व और संचालन प्रबंधन के द्वारा या फ्रेंचाइजी संचालित हो सकते हैं। फ्रेंचाइजी के द्वारा संचालित दुकानों में ब्रांड का मालिक दुकान के मालिक को सामान (आभूषण) अपने ब्रांड नाम के तहत बेचने की अनुमति देता है। ब्रांड के मालिक को फ्रेंचाइजर कहा जाता है और उस दुकान को फ्रेंचाइजी कहते हैं जो उसके नाम के अंतर्गत सामान को बेच रहा है।



आकृति 1.2.4.2 चेन स्टोर

### लीज पर दी गयी डिपार्टमेंट

इस प्रारूप में, डिपार्टमेंटल स्टोर का एक हिस्सा ज्वैलरी ब्रांड के द्वारा किराए पर लिया जाता है, जैसे कि पैटालून्स, शॉपर्स स्टॉप, आदि। उदाहरण के लिए, शॉपर्स स्टॉप में जिली का काउंटर।

### मल्टी ब्रांड

इस प्रारूप में विभिन्न प्रकार के ज्वैलरी के ब्रांड एक दुकान के ब्रांड के नाम के अंतर्गत पाए जाते हैं। कभी-कभी अन्य लकजरी उत्पाद जैसे कि घड़ियाँ भी उपलब्ध हैं।

### नॉन-स्टोर आधारित रिटेल

- ? **होम ज्वैलर:** ज्वैलरी डिजाइनरों के द्वारा एक बड़ी संख्या के आभूषण उनके अपने मित्रों और सम्बन्धियों को बेचे जाते हैं। वे इन उत्पादों को अपने घर से बेचते हैं।
- ? **प्रत्यक्ष विपणन (डायरेक्ट मार्केटिंग):** यह उस प्रकार की बिक्री है जहां ग्राहकों को पहले प्रत्यक्ष मेल, पत्रिकाओं, आदि के माध्यम से कोई उत्पाद या सेवा दिखाई जाती है। अगर उन्हें वे पेश किए गए आभूषण पसंद आते हैं, तो वे उन्हें डाक, फोन या इंटरनेट के माध्यम से आर्डर कर सकते हैं।
- ? **टेली शौपिंग:** यह अंतरराष्ट्रीय रूप में आभूषण बिक्री का एक लोकप्रिय रूप है। ग्राहक उत्पादों को टेलीविजन विज्ञापनों में देखते हैं और उन्हें उनके लाभों के बारे में उसी के माध्यम से बताया जाता है और फिर ग्राहक बेचने वाली कंपनी को कॉल करके आर्डर दे सकते हैं।
- ? **वेंडिंग मशीनें:** ये कार्ड द्वारा संचालित मशीनें होती हैं। आप अपने क्रेडिट कार्ड का प्रयोग कर मशीन पर दिखाए गए उत्पाद को आर्डर कर सकते हैं। भुगतान पूरा होते ही उत्पाद की डिलीवरी तुरंत कर दी जाती है। कुछ कंपनियों ने सोने के सिक्के बेचने के लिए इन मशीनों को स्थापित किया है।
- ? **इंटरनेट:** इसमें इंटरनेट के द्वारा आभूषणों का विपणन शामिल है। ग्राहक उत्पाद को ऑनलाइन खरीदते हैं। उदाहरण: [www.caratlane.com](http://www.caratlane.com) यह एक नया माध्यम है जो अब लोकप्रिय होने लगा है। कई पारंपरिक और चेन स्टोर ने भी अपने आभूषणों की ऑनलाइन बिक्री शुरू कर दी है।

### 1.2.5 सोने की वार्षिक खपत

भारत में आभूषणों की खपत पारंपरिक तौर पर सोने की सांस्कृतिक पसंद से प्रेरित है। यह पहने जाने वाले आभूषणों का सबसे ज्यादा पसंद किया जाने वाला रूप है। सोने के आभूषण भारतीय शादियों का एक अभिन्न अंग हैं। शादी से संबंधित मांग समग्र आभूषण मांग का एक बड़ा हिस्सा है, विशेष रूप से दक्षिण भारत में।

कुल खपत का 70% ग्रामीण और अर्ध-शहरी बाजारों से संबंधित है। ग्रामीण इलाकों में फसल की कटाई के मौसम में अधिक खरीद का पैटर्न पाया जाता है। ग्रामीण क्षेत्रों में बैंकिंग अक्संगरचना अभी भी विकसित हो रही है। इसलिए, बचत के लिए आभूषणों का व्यापक रूप से प्रयोग होता है। जरूरत के समय, आभूषणों में की गई इस बचत को नकद में बदला जाता है, जिसके कारण सोने का पुनर्नवीनीकरण ग्रामीण इलाकों में शहरों से अधिक है।

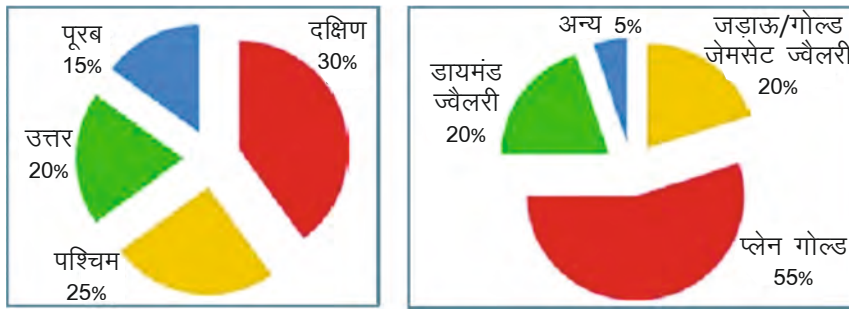
सोना, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में, बचत का एक माध्यम भी रहा है। इसका कारण है किसी अन्य प्रमुख वैकल्पिक निवेश विकल्पों की कमी।

भारत में आभूषणों की खपत/मांग मौसम के कारण प्रभावित होती है। इसकी खपत त्योहारों और विवाह के मौसम में सबसे अधिक होती है।

मौसमी मांग और बढ़ते हुए बाजार के कारण दुकानदारों के द्वारा विज्ञापन और अन्य ब्रांड संबंधी निर्माण कार्यों पर खर्चों में वृद्धि हुई है।

सोने के बाजार के रूप में दक्षिण भारत अभी भी शीर्ष का स्थान लिए हुए है, जबकि पश्चिम और उत्तर भारत का स्थान उसके बाद आता है। शहरी उपभोक्ता मांग कुल मांग का केवल 30% ही है।

ग्रामीण इलाकों में, आभूषणों का पुनर्नवीनीकरण ज्यादा होता है क्योंकि इनका प्रयोग बचत और "धन" के लिए ज्यादा व्यापक रूप से किया जाता है।



आकृति 1.2.5.1 भारत में सोने की वार्षिक खपत

### 1.2.6 सामाजिक कारणों से खपत पैटर्न में बदलाव

#### पारम्परिक बल

- ? आभूषण को निवेश के रूप में माना जाता है
- ? शादी और त्यौहार के अवसरों में इस्तेमाल किया जाता है
- ? पारिवारिक जौहरी पर निर्भरता
- ? पारम्परिक, संजातीय और भारी लोकप्रिय है
- ? सोने के दाम और श्रम लागत पर बेचा जाता है
- ? स्थानीय डिजाइनों को स्थानीय रूप से बेचा जाता है

#### उभरते प्रचलन (ट्रेंड)

- ? अलंकरण के उद्देश्यों के लिए
- ? वर्ष भर पहना और उपहार में दिया जा सकता है
- ? उन ब्रांड में बढ़ती हुई दिलचस्पी जो गुणवत्ता और भरोसे का प्रतिक हैं
- ? फैशनेबल और हल्के अभिनव डिजाइन के उद्भव
- ? प्रति पीस मूल्य निर्धारण की बढ़ती लोकप्रियता
- राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय डिजाइनों की स्थानीय रूप से उपलब्धता



## 1.2.7 सोना और सोने के आभूषण की कीमत

ऐतिहासिक तौर पर भारत में आभूषणों को निवेश और एक संपत्ति के रूप में देखा जाता है और इसी कारण से ग्राहक को संपूर्ण पारदर्शिता प्रदान की जाती है।

आभूषण उन गिने-चुने उत्पादों में से एक है जिसकी लागत का विस्तृत विश्लेषित ग्राहक को दिया जाता है। अगर आपको एक कलाई घड़ी खरीदनी है, तो आपको कंपनी/ब्रांड द्वारा उल्लिखित कीमत चुकानी पड़ती है। आपको स्टील का वजन या स्टील की लागत या पट्टे आदि की कीमत का विस्तृत विश्लेषित नहीं दिया जाता।

अंतरराष्ट्रीय स्तर पर, आभूषणों को बिना अलग-अलग तत्वों की लागत का विवरण दिए टैग कीमत पर बेचा जाता है। आम तौर पर, यह कीमत प्रयोग हुए सोने और हीरे/रत्नों की कीमत का 2-3 गुना होती है। इसलिए, कीमत 100-200% बढ़ जाती है।

आभूषण बनाने की लागत को अक्सर मेकिंग चार्ज कहा जाता है। हालाँकि, इसे मेकिंग चार्ज कहा जाता है, भारतीय बाजारों में इसे दूसरे शब्दों से भी संबोधित किया जाता है, जैसे कि वैल्यू ऐडेड चार्ज, पॉलिशिंग चार्ज, वेस्टेज, लॉस, आदि। आभूषण बनाने की कुल लागत आभूषण की कीमत का 5% से लेकर 30% तक हो सकती है। यह इस बात पर निर्भर करता है कि उसे बनाने में कितनी मेहनत लगी है।

### सोने की कीमत की गणना करना

भारत में प्रयोग किया जाने वाला लगभग सारा सोना देश में आयात किया जाता है। 24kt सोने (99.5% शुद्धता) आंतरराष्ट्रीय स्तर पर जो कीमतों उद्धृत किया जाता है वह अधिक बार प्रति ट्राय औंस अमरीकी डॉलर में उद्धृत किया जाता है।

1 ट्राय औंस (ओ जेड.टी.) = 31.105 ग्राम।

भारत में, कीमतों को अक्सर 10 ग्राम के लिए निर्धारित किया जाता है। और, स्थानीय भाषा में इसे तोला कहते हैं।

**अब हम जानेंगे कि सोने की कीमत की गणना अमरीकी डॉलर प्रति ट्राय औंस से रुपये प्रति ग्राम में कैसे की जाती है।**

मान लीजिए की आज सोने की अंतरराष्ट्रीय कीमत \$1,400/ओ जेड.टी. है और विनिमय दर \$1=Rs.67 है। तो रूपयों में 1 ट्राय औंस की कीमत है: \$1400 x 67 = रु 93,800/ट्राय औंस, जिसका मतलब है कि प्रति ग्राम की कीमत है = रु 3015.6/ग्राम है। इसलिए मौजूदा कीमत है = रु 30,156/10 ग्राम है।

### स्वर्ण बुलियन पर अतिरिक्त शुल्क निम्ननुसार हैं:

आयात कर = 10%

इन शुल्कों के अंदाजन% (माल दुलाई, बैंक हैंडलिंग, बीमा और डिलीवरी शुल्क, आदि) = 2% VAT (ज्यादातर भारतीय राज्यों में) = 1%

इन सभी को जोड़ने में बाद, हम भारत में स्वर्ण बुलियन की अंदाजन कीमत प्राप्त करने के लिए 24kt या 99.5% शुद्धता हेतु रु 34,076/10 ग्राम पर रु 30,156 में 13% जोड़ेंगे।

इसी कीमत को अक्सर अखबारों में प्रकाशित किया जाता है। भारत में सादे सोने के आभूषण 22kt सोने से बनाए जाते हैं।

**22kt यानि 91.6% शुद्धता की कीमत का पता लगाने के लिए निम्नलिखित गणना का उपयोग किया जाता है**

$22kt = 22/24 = 0.916$  अथवा 91.6%

अतः 22kt की कीमत = रु 34,076 x 916 / 995 = रु 31213 है।

इस कीमत में, मिश्र धातु और अन्य शुल्क के तौर पर 3 से 5% जोड़ा जाता है। अतः, दुकानों में कीमत रु 32,150 – रु 32,776 प्रति 10 ग्राम के दायरे में होती है।

### आभूषण में हीरे और रत्नों का मूल्य निर्धारण

हीरे और किमती रत्न की कीमत अलग से चार्ज किया जाता है। हीरे और रत्न कैरेट (सीटीएस) में मापा जाता है और कैरेट प्रति कीमत आम तौर पर नियमित रूप से आकार पत्थरों के लिए ग्राहकों को उद्धृत किया गया है।

एकल, असामान्य रूप से बड़े पत्थरों के मामले में, प्रति पत्थर की कीमत उद्धृत किया गया है।

### 1.2.8 आभूषणों के निर्माण में श्रम लागत और क्षय

डिजाइन की रचना करने में, उत्पाद के निर्माण में, स्टॉक की कीमत के लिए लागत, दुकान का किराया, अन्य संचालन संबंधी लागतें जैसे कि बिजली, कर्मचारी लागत, पैकेजिंग लागत और विज्ञापन तथा प्रचार लागत में बहुत मेहनत लगती है। यह सभी लागत ग्राहक के लिए मूल्य निर्धारण में दो तरह से जोड़े जाते हैं:

1. **श्रम लागत/बनवाई लागत (मेकिंग चार्ज):** किसी आभूषण के लिए यह एक मुश्त रकम या श्रम/बनवाई लागत के रूप में  $\text{रु} \times$  प्रति ग्राम से निर्धारित की जाती है।
2. **क्षय/नुकसान:** दक्षिण भारत में, योगित मूल्य की लागत को "क्षय"/"नुकसान" या "क्षय"/"नुकसान" + मेकिंग चार्ज को एक साथ जोड़कर ग्राहक से वसूला जाने का प्रचलन है। "क्षय"/"नुकसान" को आभूषणों के सकल वजन का एक प्रतिशत माना जाता है।  
उदाहरण के तौर पर, यदि एक कंगन का वजन 13 ग्राम है और उसकी "क्षय"/"नुकसान" को जौहरी द्वारा 8% पर निर्धारित किया जाता है, तो ग्राहक 1.04 ग्राम (13 ग्राम का 8%) क्षय/नुकसान के तौर पर भुगतान करता है।
3. **कुछ मामलों में, ग्राहक से योगित मूल्य "क्षय"+ "नुकसान" की एक संयुक्त राशि ली जाती है।**
4. देश के अधिकतम हिस्सों में सोने की कीमत में हीरों और रत्नों के साथ केवल श्रम शुल्क /बनवाई शुल्क को जोड़ा जाता है।

### 1.2.9 आभूषणों पर टैक्स

स्थानीय कर जैसे कि बिक्री टैक्स और वैट (योगित मूल्य टैक्स) को कुल बिल में जोड़ा दिया जाता है, और इसे ग्राहक से वसूल टैक्स राज्य सरकार को अदा किया जाता है। फिलहाल में ज्यादातर राज्यों में आभूषणों पर 1% वैट लगाया जाता है।

हाल ही में सरकार ने यह आदेश दिया है कि बिल राशि के 1% को ग्राहक से स्रोत से एकत्रित कर (टैक्स कलेक्टेड ऐट सोर्स) के रूप में वसूल किया जाए जो कि आयकर विभाग को देय है। यह 2 लाख रुपये से अधिक बुलियन खरीद या 5 लाख रुपये से अधिक आभूषण खरीद के लिए लागू है। इन सभी खरीदों के लिए पैन (PAN) कार्ड आवश्यक है।

इन उपर्युक्त सभी शुल्कों के बावजूद आभूषणों पर योगित मूल्य दुनिया के सभी देशों में सबसे कम है।

### 1.2.10 आभूषणों का सकल वजन और शुद्ध वजन

#### सकल वजन

आभूषणों के व्यवसाय में, सकल वजन का संबंध उत्पाद के कुल वजन से (मेटल का वजन हीरे का वजन/बहुमूल्य रत्न और अन्य अलंकार को) शामिल करते है।

सकल वजन की गणना के लिए आभूषण के पूरे मद को एक मद मान कर उसका वजन लिया जाता है।

#### शुद्ध वजन

आभूषण का शुद्ध वजन का संबंध केवल उसमें लगे बहुमूल्य मेटल के वजन से होता है। इसका मतलब है कि हीरों/बहुमूल्य रत्नों और अन्य अलंकारों के वजन को आभूषण के सकल वजन में से घटाया जाता है।

जड़े हुए आभूषण के शुद्ध वजन की गणना करने के लिए, रत्नों के कैरट वजन को ग्राम में परिवर्तित कर, उस वजन को आभूषण के सकल वजन में से घटाया जाता है।



इनवॉयस का उदाहरण

ABC JEWELLERS


B-10, Hill Road, Bandra (West), Mumbai - 52  
Phone : 022-40198523, Email : ABC jewellers@gmail.com TAX INVOICE

TIN NO. 231284578

NAME : APARNA PAWAR

INVOICE NO. : 00020  
DATE : 10/10/2013 ADDRESS : 205/A,

SHIVNERI BUILDING, JUHU TARA ROAD, MUMBAI - 400052  
PHONE NO. : 022-23481212, 09889822450

SR. NO.	DESIGN	DESCRIPTION	G.WT (GMS)	N.WT (GMS)	PURITY (KTS)	GOLD (RATE)	DIA.WT (CTS)	DIA. RATE	STONE WT (CTS)	STONE RATE	LABOUR AMOUNT (RS.)	
1		Bangles Diamonds 2	20.00	18.396	18 KT	3110	3.00 1.02	1800 1200	4.00	1600	120	56052.67
2		Tops	2.700	2.700	22 KT	3100	0.00	0.00	0.00	1800	9472.00	19642.00

\*\*HAVE A NICE DAY\*\*

Cash : 10,000/-  
Credit Card : 40,000/-  
Cheque : 16,180/-

SUB TOTAL : 65525.17  
DISCOUNT : 0.00  
VAT 1% : 655.25  
Round off : 0.42

FOR ABC JEWELLERS

Authorized Signatory

Rs. Sixty Six Thousand One Hundred Eighty Only.

GRAND TOTAL : 66180.00

Terms and Conditions:

- xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
- abcdefghijklghabcedefgh
- May vary from store to store.

### 1.2.11 हॉलमार्किंग

#### हॉलमार्किंग

शुद्ध सोना, चाँदी एवं प्लैटिनम दैनिक पहनने के लिए नरम हैं। उन्हें कठोर व्यावहारिक उपयोग के लिए इन कीमती मेटल्स को अन्य संगत मेटल्स के साथ मिलाया जाता रहा है। केवल हॉलमार्क ही गुणवत्ता का विश्वसनीय संकेत है। हॉलमार्क, यह मेटल में जोर से दबाकर बनाए हुए चिन्हों की एक श्रृंखला है जो एक परख कार्यालय मेटल का परीक्षण करके एवं उसकी गुणवत्ता एवं सामग्री को परखने के बाद बनाए जाते हैं एवं जो मेटल्स की शुद्धता के एक अधिकारिक गारंटी की पुष्टि करते हैं।

**बीआईएस (भारतीय मानक ब्यूरो)** भारत में बेची जाने वाली ज्वैलरी की शुद्धता को प्रमाणित करने के लिए एक हॉलमार्किंग प्रणाली है। यह प्रमाणित करती है कि ज्वैलरी के पीस भारतीय मानक, भारत का राष्ट्रीय मानक संगठन के ब्यूरो द्वारा निर्धारित मानकों के एक सेट के अनुरूप हैं।



आकृती 1.2.11.1

#### हॉलमार्किंग के लिए 5 अनिवार्य प्रतीक

? बीआईएस मार्क



? शुद्धता

958	916	875	750	585	375
23K	22K	21K	18K	14K	9K

? परख तथा हॉलमार्किंग

ए अंड एच  
सेंटर्स लागो

बीआईएस मान्यता प्राप्त परख और हॉलमार्किंग केंद्र का लोगों जहां ज्वैलरी की परख और हॉलमार्क की गई है।

? अंकन के वर्ष

कोड लेटर

कोड लेटर ज्वैलरी की हॉलमार्किंग के वर्ष के रूप में बीआईएस द्वारा निर्णय का प्रतिनिधित्व करता है। जैसे अक्षर A वर्ष 2000 को दर्शाता है।

? ज्वैलर का निशाण

ज्वैलरी लोगो

बीआईएस प्रमाणित ज्वैलर / ज्वैलरी निर्माता की पहचान के निशाण।

## 1.2.12 परख करने की प्रक्रिया

### परख करने की प्रक्रिया क्या होती है?

- ? सोने की मात्रा को मापने को परख करने की प्रक्रिया कहते हैं।
- ? कैरट सोने के आभूषणों में सोने की मात्रा – या शुद्धता मापने के कई तरीके हैं।

### पारस (टचस्टोन) परीक्षण

पारस पत्थर से परीक्षण एक प्राचीन पद्धति है जो भारत में सोने की मात्रा को मापने के लिए बहुत प्रचलित है। इस पद्धति में आभूषणों को पारस पत्थर पर घिसा जाता है जिसके साथ ज्ञात नमूनों को भी घिसा जाता है और फिर अम्ल से उपचारित किया जाता है।

जिस क्षेत्र पर प्रतिक्रिया हुई है उसके रंग की तुलना संदर्भ नमूने से की जाती है। यह पूर्णरूप से सटीक पद्धति नहीं है (सबसे अच्छे परिणामों में लगभग 15 भाग प्रति 1000 में) और केवल अलग-अलग कैरटेज के बीच अंतर करने के लिए एक छँटाई परीक्षण के रूप में उपयोगी है। यह उच्च कैरटेज में और सफेद सोने के लिए कम सटीक है।

पारस परीक्षण एक संदर्भ मात्र है और इसे करने के लिए बहुत ज्यादा अनुभव की जरूरत होती है। यह सोने की शुद्धता को जांचने की सटीक पद्धति नहीं है।



आकृति 1.2.12.1  
पारस (टचस्टोन) परीक्षण

### एक्स-रे फ्लुरोसेंस (एक्सआरएफ)

एक्स-रे फ्लुरोसेंस (एक्सआरएफ) एक गैर-विनाशक तकनीक है जो साधारण परखने की जरूरतों के लिए उपयुक्त है। यह निम्नलिखित स्थिति में लगभग सटीक होता है:

- ? मापे जा रहे आभूषण की सतह अपेक्षाकृत सपाट और पर्याप्त रूप से बड़ी है। घुमावदार सतहों पर, उत्पन्न किए गए और मापे गए सोने के एक्स-रे बिखराए जाते हैं जिसके कारण से उसकी सटीकता काफी कम हो जाती है।

यह पद्धति केवल एक पतले सतह पर सोने की मात्रा को मापती है, अतः इसकी सटीकता उस समय गंभीर रूप से प्रभावित होती है जब आभूषण पर रासायनिक सतही उपचार किया गया होता है (रंग गाढ़ा करने के लिए) या इलेक्ट्रोप्लेट करके उस पर सोने की परत चढ़ाई गई हो।



आकृति 1.2.12.2 XRF परीक्षण

### आग के द्वारा परखने की प्रक्रिया

यह परख करने की सबसे सटीक पद्धति है। इस पद्धति में वस्तु में से एक छोटा टुकड़ा लेकर, आमतौर पर लगभग 250 मिलीग्राम, उसे सटीकता से वजन करके, उसे थोड़ा चांदी मिले हुए सीसे के वर्क में लपेटकर भट्टी में 1100°C से ज्यादा के ताप में रखा जाता है ताकि सारे बेस मेटल्स बाहर निकल जाएँ और फिर प्राप्त सोने और चांदी के मिश्र धातु के बटन को नाइट्रिक एसिड में डाला जाता है ताकि चांदी घुल जाए, प्राप्त शुद्ध सोना का वजन दोबारा लिया जाता है। यह मानक संदर्भ तकनीक है जो दुनिया भर में हॉलमार्किंग के लिए परख करने वाली प्रयोगशालाओं के द्वारा प्रयोग की जाती है।

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)  
कैरटेमीटर



[यहाँ क्लिक करें](#)  
शीर्ष आभूषण ब्रांड

## यूनिट 1.3: ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट (जेआरएसए) की भूमिका और दायित्व

### यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. जेआरएसए के रूप में अपने सामान्य दायित्वों का वर्णन करने में
2. सामान बेचते समय अपने सामान्य दायित्वों का वर्णन करने में

### 1.3.1 जेआरएसए के रूप में सामान्य दायित्व

एक जेआरएसए के रूप में, आपको अपनी भूमिका और दायित्वों को जानना होगा, उसके बाद ही आप दुकान के एक अच्छे कर्मचारी की तरह काम कर पाएंगे। आइए, इस मॉड्यूल में हम जेआरएसए की भूमिका और दायित्वों के बारे में जानें।

एक जेआरएसए को अपनी भूमिका और दायित्वों को पूरा करने के लिए कई विभिन्न कार्य करने पड़ते हैं। कुछ ऐसे कार्य जिन्हें जेआरएसए को हमेशा पूरा करना होता है इस प्रकार है:

#### ? कार्य के प्रति प्रतिबद्धता:

- कंपनी के नियमों और विनियमों की सराहना करने और उनका पालन करने की क्षमता रखे।
- हमेशा वह कार्य करने के लिए तत्पर रहे जो कंपनी के हितों की रक्षा करते हैं।

#### ? अनुशासन:

- समय के पाबंद और नियमशील रहें।
- आगे बढ़ने के लिए वरिष्ठ अधिकारियों के निर्देशों और आदेशों का पालन करें।

#### ? संवरना और व्यक्तित्व:

- कंपनी के संवरने से संबंधित मानकों और वर्दी नीतियों का पालन करें।
- हमेशा उत्साही, उद्यमी, और हंसमुख बने रहें और अपने आपको कंपनी के उचित प्रतिनिधि के रूप में पेश करें।

#### ? सामूहिक कार्य:

- अपने सहकर्मियों के साथ प्रभावपूर्ण ढंग से काम करें
- बिक्री के मौसम में सहकर्मियों की सहायता करते हुए दल का एक सदस्य बनकर दूसरों के साथ मिलजुल कर कार्य करें ताकि चालू ग्राहक सेवा कायम रह सके

ऊपर दिए गए सभी बिंदु ग्राहकों और सहकर्मियों पर एक अच्छा प्रभाव छोड़ते हैं। यह आपका भी प्रतिष्ठा निर्माण करता है और आपको यह अवसर देता है कि आप दूसरों को प्रभावित कर सकें।

### 1.3.2 सामान बेचते समय जेआरएसए के सामान्य दायित्व

सामान को बेचना जेआरएसए का सबसे महत्वपूर्ण या प्रमुख कार्य है। कुछ अन्य गतिविधियों में अपने सेक्शन को सुव्यवस्थित रखना, सेक्शन के सामान की प्रदर्शनी करना भी शामिल हैं। चलिए, बेहतर तरीके से समझने के लिए इन गतिविधियों या कार्यों को इस प्रकार विभाजित कर लेते हैं:

1. **ग्राहक के आने से पहले:** उन गतिविधियों को शामिल करें जिनका पालन एक जेआरएसए को ग्राहक के पधारने से पहले करना चाहिए. जेआरएसए के तौर पर आपको:

- ? सुनिश्चित करना है कि आप अपनी प्रेस की हुई साफ वर्दी पहन लें।
- ? सुनिश्चित करना है कि आप दस्तानों को पहन लें (अगर प्रबंधन द्वारा प्रदान किए गए हों)।
- ? समय के पाबन्द होना चाहिए।

### 1.3.2 सामान बेचते समय जेआरएसए के सामान्य दायित्व

- ? सुनिश्चित करना है कि शेल्फ, काउंटर, और आभूषण प्रदर्शनी क्षेत्र हमेशा साफ हों रहे।
- ? सामान को गिनना है और डेटा को स्टॉक रिकॉर्ड में भरना है।
- ? फिर से जांचना है कि कोई सामान पीछे छूट न गया हो।
- ? ग्राहक को मुस्कुराहट के साथ स्वागत करने के लिए तैयार रहना है।

**2. ग्राहक से बातचीत के दौरान:** वे गतिविधियाँ शामिल करें जिन्हें जेआरएसए को ग्राहकसे बातचीत करते समय और सामान बेचते समय करना चाहिए। जेआरएसए को निम्नलिखित गतिविधियाँ करनी चाहिए:

#### आभूषण की बिक्री के समय:

- ? हमेशा मुस्कुराएं।
- ? मित्रवत, उपयोगी, और निपुण सेवा प्रदान करें जिससे कि आभूषणों की बिक्री हो जाए।
- ? ऐसा वातावरण बनाएं कि ग्राहक का अनुभव सकारात्मक हो।
- ? ग्राहकों के पास जाएं और उनका स्वागत करें।
- ? ग्राहक की जरूरतों को समझने के लिए विनम्रता से प्रश्न पूछें।
- ? वर्तमान में, जो आभूषण स्टॉक में नहीं है या आम तौर पर स्टॉक में नहीं होता है, उसके लिए विशेष ऑर्डर ले लें और उस आभूषण के आ जाने पर ग्राहकों को सूचित करें।
- ? अप सेल करें, मतलब जेआरएसए में ग्राहक का ध्यान संबंधित उत्पाद की ओर ले जाने की क्षमता होनी चाहिए। इस प्रकार, बिक्री की मात्रा बढ़ाई जा सकती है। जैसे कि, हार से साथ मेल खाती कान की बालियाँ बेचना।
- ? दुकान में सामानों की श्रेणी और स्टॉक में रखे विभिन्न वर्गों, दुकान के नक्शे और सामानों के विभिन्न वर्गों के ठिकानों के बारे में प्रमाणित समझ रखना।
- ? भुगतान और विनिमय की समझ और विज्ञापनों के बारे में जानकारी का प्रदर्शन करना।
- ? बिक्री से संबंधित रिकॉर्ड बनाकर रखना।
- ? ग्राहक द्वारा पूछे गए विभिन्न प्रकार के प्रश्नों का खुलकर और निष्पक्षता से उत्तर देना।
- ? रिश्ते बनाकर ईमानदार ग्राहकों का विकास करना और उन्हें ग्राहक बनाए रखना।
- ? आपत्तियों से निपटना।
- ? बिक्री का समापन करना।
- ? खरीदे हुए सामान को बैग में डालना, उपहारों को गिफ्ट-पेपर में लपेटना।

#### ग्राहक के व्यवहार को समझना:

- ? जब और जैसे जरूरत हो, ग्राहक से जानकारी, प्रतिपुष्टि और उनके खरीदने के व्यवहार पर डेटा बटोरें।
- ? दुकान के परिचालक को उत्पादन के प्रदर्शन और प्रवृत्ति पर प्रतिपुष्टि दें।
- ? पूर्वनिर्धारित जनांकिक/मानसिक चित्रात्मक मानदंडों पर ग्राहक का विवरण दें।

**स्वतंत्र रूप से स्टॉक जांचकर सूची बनाएं:**

- ? स्टॉक जांचने की प्रक्रिया को समझें और उसका पालन करें।
- ? स्टॉक को इन्वेंटरी में पंजीकृत करने के लिए स्कैनर या कंप्यूटर का इस्तेमाल करें।

**आभासी प्रदर्श:**

- ? सामान को आकर्षक रूप से व्यवस्थित कर उसकी प्रदर्शनी करें।

**सुरक्षा जोखिमों का पूर्वानुमान करें और चोरी को रोकें:**

- ? सुरक्षा जोखिमों और चोरियों के लिए सतर्क रहे और उन्हें पहचानें, और जानें कि किस प्रकार इन स्थितियों को रोकना है या उनसे निपटना है।

**3. ग्राहक के जाने के बाद:**

- ? अपने सेक्शन को अगले दिन के लिए सुव्यवस्थित करें।

**टिप्पणियां**



---

---

---

---

---

---

---

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)

रत्न और आभूषण उद्योग अभिविन्यास

## 2. ग्राहकों को रिटेल काउंटर पर व्यस्त रखना



यूनिट 2.1 – ग्राहक के साथ बातचीत करना

यूनिट 2.2 – ग्राहक की जरूरतों को समझना

यूनिट 2.3 – शिकायत निपटाने की गतिविधि



## प्रमुख शिक्षा परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. ग्राहक से संपर्क करने के सामान्य नियमों को समझने में
2. सही रवैये के साथ ग्राहक को व्यस्त रखने में
3. ग्राहक की खरीद के व्यवहार को प्रभावित करने वाले मानदंड की पहचान करने में
4. विभिन्न प्रकार के ग्राहकों की पहचान करने में
5. नए युग के ग्राहकों की विशेषताओं को समझने में
6. ग्राहक की शिकायतों को प्रभावी ढंग से कैसे समझने में
7. ग्राहकों की संतुष्टि पर काम करने में



## यूनिट 2.1: ग्राहक के साथ बातचीत करना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. काउंटर पर ग्राहक से बातचीत करने के महत्वपूर्ण तत्वों को समझने में

#### 2.1.1 ग्राहकों से संपर्क करने के सामान्य नियम

ग्राहक पारस्परिक क्रिया की रणनीति बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह ग्राहक को परस्पर प्रभाव करने के लिए और उनके अद्भुत अनुभव साझा करने के लिए प्रोत्साहित करती हैं जो एक सेल्स एसोसिएट उनके लिए बनाता है। जब इसे सही तरह से किया जाता है – एक मजबूत ग्राहक पारस्परिक क्रिया रणनीति ब्रांड और ग्राहक निष्ठा का विकास करेगा।

- ? सुनिश्चित करें कि दुकान से संबंधित बाहरी वातावरण, सुलभता और ग्राहकों के सौहार्दपूर्ण स्वागत करने के लिए हर समय तैयार रहे।
- ? आप अपनी कंपनी के ब्रांड अंबेसडर हैं और आपको काम की जगह के अंदर और बाहर व्यक्तिगत व्यवहार के उच्च मानकों का प्रदर्शन करना चाहिए।
- ? आपको हमेशा अपने ग्राहकों और सहयोगियों के साथ अपनी कंपनी के बारे में सकारात्मक बात करनी चाहिए।
- ? ग्राहक की आवश्यकताएं का पूर्वानुमान लगाएं और बिना कहे उन्हें पूरा करें।
- ? पूछे बिना जलपान का प्रस्ताव करें।
- ? दोस्ताना ग्राहक के साथ भी पेशेवर रिश्ते को बनाए रखें।
- ? सुनिश्चित करें कि बच्चों की देखभाल हो और उनका मनोरंजन किया जाए।
- ? lqfuf'pr djsa fd lHkh xzkgdksa dks cSBk jgs gSaA

#### 2.1.2 ग्राहक के साथ बातचीत करना

निम्न काउंटर पर ग्राहक पारस्परिक क्रिया के आवश्यक तत्वों हैं:

##### ए. बॉडी लैंग्वेज

- ? ग्राहक के साथ आपकी पहले 30 सेकेंड की बातचीत में एक धारणा बनाती है। यह सब आपके बॉडी लैंग्वेज पर निर्भर करता है।
- ? igys 30 lsdçam esa xzkgd D;k ns[krk gS\
  - एक वास्तविक मुस्कान।
  - आंखों से संपर्क महत्त्वपूर्ण होता है क्योंकि वे भावनाओं को व्यक्त करते हैं।
  - आपके शरीर का मुद्रा अन्य व्यक्ति के सामने आपके आत्मविश्वास और उर्जा के स्तर को व्यक्त करता है।
  - आपके संवारने कि शैली से अनुमान लगाया जा सकता है कि ग्राहक से बातचीत के दौरान आप कितने संगठित हैं।
  - आपके चेहरे का भाव सुखद जोशपूर्ण और प्राकृतिक होना चाहिए।

### बी. बातचीत के तकनीक

- ? दुकान में प्रवेश करते ही ग्राहक के साथ बातचीत करने की कुछ तकनीकों का उपयोग किया जाना चाहिए:
- उनको बातचीत में व्यस्त करें।
  - कोई सुझाव देने से पहले उनकी रुचि के बारे में पूछें।
  - आगामी कार्यक्रमों/प्रचार गतिविधियों के साथ-साथ अपनी दुकान की वंशावली का उल्लेख करें।
  - सोने की उपयोगिता, औचित्य और एक उपहार के रूप में उपयुक्तता करने के विकल्पों का वर्णन करें।
  - बिक्री के नजदीक पहुंचने में सहायता के लिए पहले कई मिलते-जुलते आइटम दिखाएं।

### सी. ग्राहक से बातचीत करना

- ? ग्राहक को भावनाओं के साथ जोशपूर्ण, व्यक्तिगत और परवाह करने वाली सेवा प्रदान करें।
- बातचीत को व्यक्तिगत बनाएं।
  - ग्राहक के साथ बातचीत करने के दौरान हमेशा मुस्कुराएं।
  - आंखों से संपर्क और मददगार अभिव्यक्तियों बनाए रखें।
  - सेवा/अन्य गतिविधियों के दौरान अवलोकन करें।
  - हमेशा कम से कम दो फीट की दूरी बनाए रखें।
- /khjs ls vkSj Li'V #lk ls fdlh Hkh mPpkj.k ds fcuk cksysA
- ? अगर ग्राहक व्यस्त है तो उस मामले में 'क्षमा करें सर' बोलकर उनका ध्यान आकर्षित करें।
- ? "निश्चित रूप से सर" कहने से हर अनुरोध या आदेश को स्वीकार किया जा सकता है।
- ? हर बार जब ग्राहक धन्यवाद कहे "माय प्लेजर सर" बोलकर स्वीकार करें।

### डी. ग्राहक के क्षेत्र में खड़े होना

- ? दोनों पांव पर बराबर वजन रखते हुए सीधे खड़े रहें। किसी चीज का सहारा नहीं लें।
- ? हाथों को अपने दोनों ओर सीधा रखें।
- हाथ जेब में नहीं होने चाहिए।
  - हाथ कूल्हे पर नहीं होने चाहिए।
  - हाथ पीछे नहीं होने चाहिए।
- ? बाजूओं को सीने पर आर-पार न करें।
- ? समूह में खड़े होकर बातें न करें।

### ई. ग्राहक के क्षेत्र में चलना

- ? समान गति से चलें, दौड़ें मत नाही जल्दबाजी करो।
- ? कोई भी शोर ना करे।
- ? ग्राहकों को आने-जाने का रास्ता दें और आने वाले ग्राहकों के लिए एक तरफ हट जाएं।

### एफ. सहयोगी से बात करना

- ? ग्राहकों की तरफ उंगली से इशारा न करें।
- ? मजाक में भी अभद्र भाषा का उपयोग न करें।
- ? फोन पर धीरे से बोलें, सुनिश्चित करें कि कॉल करने वाला सुन सके जो आप कहें। टेलीफोन पर बातचीत को छोटा और संक्षिप्त रखें।
- ? निजी फोन कॉल/मोबाइल नहीं लिया जाना चाहिए।

### जी. ग्राहक की अर्हता करना

- ? निम्नलिखित प्रश्न मददगार साबित हो सकते हैं:
  - क्या यह उत्पाद आपके लिए है?
  - आप किस प्रकार के आइटम की उत्पाद कर रहे हैं?
  - क्या ये किसी विशेष अवसर के लिए है?
- ? बजट और राशि पर कोई सीधा प्रश्न नहीं पूछा जाना चाहिए। उत्पाद के वजन से संबंधित सवाल पूछा जाना चाहिए। यह आपको समझने में मदद करेगी की आप कितनी राशि खर्च करना चाहते हैं।

### एच. ग्राहक के साथ परस्पर प्रभाव

- ? यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपने सबकुछ सही सुना है, हमेशा ग्राहक की जरूरत को दोहराएं।
  - “मैडम मैं समझता हूं आप परंपरागत बालियों के लिए देख रही हैं।”
- ? पूछताछ करें
  - “मैडम, क्या ये खरीदारी किसी विशेष अवसर के लिए है?”
  - “आप जिन बालियों की तलाश कर रही हैं उनका वजन कितना होना चाहिए?”

### आई. आभूषण प्रस्तुत करना

- ? द्रवणशीलता, तालमेल और बातचीत का माहौल बनाने के लिए सभी ग्राहकों को जलपान की पेशकश की जानी चाहिए।
- ? जब उचित हो, डिस्प्ले ट्रे और आइटम ट्रे को हटा दें।
- ? सुनिश्चित करें कि ट्रे हर समय पूरी भरी हो। कोई जगह खाली न हो।
- ? एक बार में एक ट्रे निकालिये। पूरी रेंज एक बार में ही दिखाने से ग्राहक भ्रमित हो सकता है।
- ? ग्राहक फिर आए, इसके लिए नई आमद/डिजाइन दिखाने पर जोर देना चाहिए।
- ? ट्रे हर समय साफ, धूल से मुक्त होनी चाहिए।
- ? “मैडम, जो पारंपरिक बाली आप देखना चाहती थी, उसकी यह विशेष किस्म है जो हमारे पास है।”

### जे. ग्राहक को सुनना

- ? ग्राहक को समझाते समय शांत रहें।
- ? सभी सवालों को सुनें और जल्दी एवं कुशलता से सारे सवालों के जवाब दें।
- ? उस अवसर को पहचानें जब ग्राहक बाधा डालकर कुछ बोलना चाहे और विराम दें जब ग्राहक बात कर रहे हैं।

### के. विशेषताओं की जरूरत को पूरा करना

- ? ध्यान रखें कि ग्राहक आपको एक विशेषज्ञ की तरह देखता है इसलिए आपको अपनी सिफारिशों में विश्वास होना चाहिए।
- ? जब आप ग्राहक की जरूरतों को जान जाएं तो, इन विशेषताओं को विशेष उत्पाद से मिलाना आरंभ करें।
- ? जरूरत के अनुसार विशेषताओं को मिलाने के बाद ग्राहक को समझाएं कि कैसे यह ज्यादा लाभदायक होगा।

### एल. आजमाइश के लिए प्रोत्साहित करना

- ? ग्राहक को ज्वैलरी पहनने और महसूस करने के लिए कहें। पंक्तियों जैसे, 'मैडम, कृपया इसे ट्राई करें, कारीगरी को देखें...' का उपयोग करें और बॉडी लैंग्वेज से प्रोत्साहित करें: उदाहरण के लिए पकड़ने के लिए कहें।
- ? सुनिश्चित करें कि छोटे शीशे हमेशा पहुंच में और साफ हों।
- ? ग्राहक से पूछें, कि क्या ज्वैलरी के साथ वह कोई विशेष रंग की साड़ी पहनना चाहती है।
- ? महिला ग्राहक को ज्वैलरी पहनने में मदद करने के लिए महिला स्टाफ को बुलाएं।
- ? सकारात्मक और प्रोत्साहित करने वाली टिप्पणी जैसे "यह आप पर अच्छा लग रहा है/यह बहुत सुंदर पीस है/यह सबसे नया डिजाइन है/यह अच्छा और पारंपरिक दिख रहा है/यह आप पर जंचेगा और आपको तारीफ मिलेगी" का उपयोग करें।
- ? कीमत को लेकर सकारात्मक टिप्पणी नहीं की जानी चाहिए, परंतु ज्वैलरी की प्रासंगिकता को लेकर की जा सकती है।

### एम. ग्राहक की संतुष्टि को सुनिश्चित करना

- ? विश्वास और प्रासंगिकता के साथ ग्राहक के सवालों का जवाब दें।
- ? ग्राहक से पूछो, अगर वह बिक्री के बाद कॉल या ईमेल प्राप्त करने के इच्छुक है।
- ? अगर ज्वैलरी की आपूर्ति में देरी हो रही है तो ग्राहक को उचित तरीके से समय पर सूचित कर दें।
- ? ग्राहक को किसी उत्पाद के प्रचार या नई आवक के बारे में सूचित करें और उसे ईमेल के द्वारा नई स्कीम एवं प्रस्तावों की जानकारी दें।

## टिप्स

महिलाएं अपेक्षा करती हैं कि उनके जेवर में अलग-अलग गुण हों, इसलिए आपको उन्हें ऐसे आइटम दिखाने चाहिए जिनके साथ पेंडेंट, पलटे जा सकने वाले पीस या चेन भी हों जिन्हें हार या बेल्ट की तरह पहना जा सके। स्पष्ट करें कि कैसे हर आइटम उन पर जंचेगा और उनके वार्डरोब को निखारेगा।

- ? आप हर पीस को बनाने का वर्णन भी कर सकते हैं (यह कहां से आया, इसे किसने डिजाइन किया आदि), हॉलमार्क दिखाएं और इसके दीर्घकालिक महत्व पर जोर दें। नाम बताने में संकोच न करें – ग्राहक को बताएं कि कौन सी मशहूर हस्तियां सोने के गहने पहनती हैं और कौन सा डिजाइनर कैटवॉक के दौरान सोना उपयोग करता है।
- ? ध्यान रखें कि आप विशेषज्ञ हैं, जिसका मतलब है कि आपसे अपेक्षा की जाती है कि आप सिफारिश करें और ज्यादातर ग्राहक आपकी सूझबूझ पर विश्वास करेंगे।
- ? आइटम का कई तरह से उपयोग करने के तरीके बताएं।



## यूनिट 2.2: ग्राहक की जरूरतों को समझना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. ग्राहकों के खरीदने के व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों की पहचान करने में
2. विभिन्न प्रकार के ग्राहकों को पहचानने और उनको संभालने में
3. नए दौर के ग्राहकों की विशेषताओं को समझने में

ग्राहक की जरूरतों को समझना और जानना प्रत्येक व्यापार की सफलता का मूल मंत्र है। बेहतर ग्राहक मूल्य और संतुष्टि देने के द्वारा लाभदायक ग्राहक केंद्रित संबंध बनाना और बनाए रखना, अपने ग्राहक को समझने और उसे जानने की प्रक्रिया का हिस्सा है।

अपने ग्राहक को अच्छी तरह समझने के लिए, जिस समय आप उनके संपर्क में हों तो आपको उनकी जरूरतों के प्रति सचेत रहना होगा और उन अलग-अलग तत्वों के प्रति जागरूक रहना होगा जो उनके खरीदने के निर्णय पर असर डालते हैं।

### 2.2.1 खरीदने के व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक

#### परिचय

एक जेआरएसए होने के नाते आपको अपने ग्राहक को पहचानने की जरूरत है। प्रत्येक ग्राहक का खरीदने का व्यवहार अलग होता है। एक रिटेलर को खरीदने के इन व्यवहारों को जरूर पहचानना चाहिए और खरीदने की जरूरत को पूरा करता उत्पाद दिखाना चाहिए। अपने ग्राहक की जरूरत की पहचान करने के बाद ही आप उसको संतुष्ट कर सकते हैं। इस यूनिट में, हम विभिन्न प्रकार के ग्राहकों और उनके व्यवहार के बारे में सीखेंगे।

ग्राहक उत्पाद कैसे खरीदता है यह जानकारी एक ज्वैलर को जबर्दस्त दिशा दे सकती है। इससे उसे गहनों की कौन की श्रेणी रखनी है, के साथ-साथ उसे कहां रखना है, उनकी बिक्री और कीमत कैसे तय करनी है को जानने में मदद मिलती है। खरीदने के व्यवहार के अंग बिक्री को बढ़ाने का एक सरल परंतु ताकतवर फार्मूला प्रदान करते हैं। अपने ग्राहक को जानने का मतलब यह भी है कि आप उनके लिए सेवा का उचित स्तर, दुकान का माहौल और सुविधाएं भी चुन सकते हैं।

आज का ग्राहक जानता है कि उसे क्या चाहिए। वे खरीदने की सूझबूझ रखते हैं, गुणवत्ता को समझते हैं, मूल्य-आधारित और व्यावहारिक हैं। एक जौहरी को ग्राहक के खरीदने को समझना चाहिए, या फिर बहुत पीछे रह जाए।

जेवर की खरीददारी के अनुभव को प्रभावित करने वाले कारक हैं:



आकृति 2.2.1.1

### जनसांख्यिकी संबंधी:

- ? जनसांख्यिकी वस्तुनिष्ठ, मात्रात्मक, मापने योग्य जनसंख्या का डेटा होता है।
- ? ग्राहकों के समूहों को प्रभावित करने वाले कारकों जैसे लिंग, आयु, उम्र, बोली जाने वाली भाषा, घर-बार, वैवाहिक स्थिति, आमदनी, निवास स्थान, रोजगार की स्थिति, व्यवसाय, शिक्षा का स्तर और जातीय पृष्ठभूमि द्वारा पहचाना जाता है।
- ? ये प्रभावित करने वाले कारक लोगों की रिटेल आभूषण खरीद और ज्वैलर के काम को जोरदार तरीके से प्रभावित करते हैं।
- ? उदाहरण के लिए, यदि एक दुकान के ग्राहकों की जनसांख्यिकी है:
  - 25 से 35 आयु
  - ज्यादातर महिलाएं
  - शादीशुदा, बच्चों के साथ
  - कामकाजी पेशेवर

तो रिटेलर शायद दुकान खोलने के घंटे बढ़ाने, दुकान पर पार्किंग के लिए नौकर और जलपान की व्यवस्था कर सकता है।

ज्वैलर को उसके विशेष व्यापारिक क्षेत्रों में रहने वाले लोगों और जिनके साथ व्यापार की सबसे ज्यादा संभावना है के जनसांख्यिकीय डेटा का संकलन और विश्लेषण करना चाहिए।

इन जनसांख्यिकीय कारकों के संयोजन के आधार पर एक ज्वैलर अपने लक्ष्य बाजार को पहचान सकता है और इसके अनुरूप अपनी खुदरा रणनीति योजना तैयार कर सकता है।

- बाजार का आकार— लक्ष्य बाजार में कितने ग्राहक हैं?
- लिंग— क्या लक्ष्य बाजार ज्यादातर पुरुष है या महिला अथवा दोनों बराबर अनुपात में हैं?
- उम्र— दुकान जिनको आकर्षित करती है उनका मुख्य आयु वर्ग क्या है?
- वैवाहिक और पारिवारिक स्थिति— क्या ग्राहक अकेला है या शादीशुदा? अगर शादीशुदा है, तो क्या उनके बच्चे हैं?
- आमदनी— क्या बाजार का लक्ष्य कम आय, मध्यम आय या उच्च आय है? क्या आमदनी लक्ष्य खरीद के लिए उपलब्ध है?
- खुदरा बिक्री— ज्वैलर के सामान और सेवा में खुदरा बिक्री की क्या संभावना है?
- व्यवसाय— लोग किस व्यवसाय में काम कर रहे हैं? क्या वे पेशेवर हैं या फैक्टरी के श्रमिक?
- ? एक जेआरएसए के रूप में आपको हमेशा दुकान के क्षेत्र की जनसांख्यिकी को ध्यान में रखना चाहिए। ग्राहक जिसे आप संभालेंगे की जरूरतें और इच्छाएं उस क्षेत्र की जनसांख्यिकी के अनुसार होंगी।

### जीवन शैली:

- ? जीवन शैली वह तरीका है जिसमें व्यक्तिगत ग्राहक और परिवार रहते और समय एवं धन खर्च करते हैं।
- ? एक जेएसआरए को विभिन्न जीवन शैली की अवधारणा की जानकारी होनी चाहिए और उसे स्वयं के लक्ष्य वाले बाजार की जीवन शैली की विशेषताओं का निर्धारण करना चाहिए।
- ? एक जेआरएसए इन प्रश्नों का उत्तर देकर जीवन शैली प्रोफाइल विकसित कर सकता है और इस उत्तरों का उपयोग करके खुदरा बिक्री की रणनीति विकसित कर सकता है:
  - संस्कृति— लक्ष्य बाजार के लिए यह बात सबसे अधिक महत्वपूर्ण है कि ग्राहकों के सांस्कृतिक मूल्य, मानदंड और रिवाज क्या हैं?
  - सामाजिक स्तर— क्या ग्राहक निम्न, मध्यम या उच्च वर्ग का है?

- संदर्भ समूह – लोग खरीदने की सलाह किनसे लेते हैं? ज्वैलर्स मान्यता बनाने वाले लोगों को लक्ष्य कैसे बना सकते हैं?
- श्रेणी के प्रति जागरूकता: क्या ग्राहक हैसियत के प्रति जागरूक हैं? इसका बिक्री के संबंध में क्या मतलब है?
- रवैया— ग्राहक ज्वैलर और उसके प्रस्तावों के बारे में क्या महसूस करता है (सकारात्मक या नकारात्मक)
- खरीदारी की आदतों को प्रभावित करने में लिंग की भूमिका  
उदाहरण के लिए, अगर पुरुष भी महिलाओं के लिए गहनों की खरीदारी कर रहे हैं तो ज्वैलर अपने उत्पाद को बदलकर पुरुषों के गहने प्रदर्शित कर सकता है।

? ग्राहक के परिष्कार और विश्वास का स्तर खरीदारी की आदतों को प्रभावित करता है:

- उदाहरण के लिए, यदि लक्षित ग्राहक पढ़ा-लिखा है, विदेश घूमने के कारण उसे अंतरराष्ट्रीय ब्रांड की अच्छी समझ है और उसके पास लज्जरी की वस्तुएं खरीदने के लिए पैसा है, तो एक रिटेलर अपने उत्पाद की श्रेणी को बदल सकता है और ज्यादा मूल्य वाली डिजाइनर आइटम/उच्च मूल्य की ब्रांडेड आइटम उतार सकता है।

? ज्वैलर अपनी दुकान के लिए ग्राहक का प्रोफाइल प्राप्त कर सकते हैं और उनके प्राथमिक प्रोफाइल के लिए उचित मूल्य निर्धारण/उत्पाद और सेवाओं का प्रस्ताव कर सकते हैं।

#### ग्राहक की जरूरतें:

? ज्वैलर निम्नलिखित प्रश्नों को देखता है और लक्ष्य प्रोफाइल की जरूरतों से मिलाता है:

- ग्राहक ज्वैलर तक पहुंचने के लिए कितनी दूर तक यात्रा करेगा?
- क्या वाहन आवश्यक है?
- दुकान खोलने के वांछित घंटे क्या हैं? क्या शाम की और सप्ताह के अंत की खरीदारी वांछित है?
- ग्राहक सेवा का कौन सा स्तर पसंद है?
- उत्पाद की कौन सी श्रेणी की आवश्यकता है?
- किस स्तर की वस्तुएं/सेवा की गुणवत्ता पसंद है?
- लक्षित प्रोफाइल की विशेष जरूरतें क्या हैं?

? जेआरएसए को कोशिश करनी चाहिए और ग्राहकों की सभी जरूरतों को पूरा करना चाहिए।

#### शॉपिंग का रवैया और व्यवहार

? क्या आपके ग्राहक को खरीदारी में आनंद आता है? क्या वे आसान और त्वरित सेवा की तलाश कर रहे हैं या वे चुनना और इत्मीनान से विंडो शॉपिंग करते हैं?

? वे खरीदारी में बिताए समय के लिए कैसा महसूस करते हैं – दैनिक काम या सुखद गतिविधि?

? वे बिक्री और खुदरा मूल्य निर्धारण की नीतियों के बारे में क्या महसूस करते हैं? क्या वे विश्वास करते हैं कि ऊंची कीमतें गुणवत्ता को प्रदर्शित करती हैं या वे व्यावहारिक खरीदार हैं जो सोचते हैं कि छूट की दुकानों पर सस्ते दाम पर सौदा किया जा सकता है?

? क्या जोश में खरीदारी होती है, जब एक ग्राहक वह उत्पाद खरीदता है जिसके लिए उसने दुकान में आने से पहले योजना नहीं बनाई थी। यहां निर्णय लेने की प्रक्रिया का बड़ा हिस्सा जेआरएसए द्वारा प्रभावित होता है।



## 2.2.2 ग्राहकों के प्रकार

आपकी दुकान में आने वाला प्रत्येक व्यक्ति एक संभावित ग्राहक है। उनके प्रोफाइल जरूर अलग हो सकते हैं। यह एक पढ़ी लिखी गृहिणी, मनमौजी नौजवान या एक व्यापारी हो सकता है। उनमें से कुछ के बारे में जानते हैं।

### ? अनियत ग्राहक

- ? एक ग्राहक जो कुछ भी खरीदना नहीं चाहता।
- ? वे उत्पादों में अरुचि दिखाएंगे।
- ? देखने में घंटों खर्च करेंगे।
- ? विकल्प के लिए पूछेंगे और बाहर निकल जाएंगे
- ? एक बार पहचानने के बाद, एक जेआरएसए को उनपर कम समय खर्च करना चाहिए क्योंकि इस समय को ऐसे ग्राहक पर लगाया जा सकता है जो वास्तव में खरीद सकता है।
- ? फिर भी, एक जेआरएसए अच्छी सेवा प्रदान करके एक अनियत ग्राहक को गंभीर ग्राहक में बदल सकता है।

### ? गंभीर ग्राहक

- ? ग्राहक जो खरीदने का इरादा रखते हैं।
- ? उत्पाद का ज्ञान प्रदर्शित करते हैं।
- ? गुणवत्ता को समझते हैं और ज्यादा कीमत चुकाने के लिए तैयार रहते हैं।
- ? एक उत्पाद के लिए वापस आने के लिए तैयार रहते हैं।
- ? यदि ग्राहक वास्तव में खरीदना चाहता है तो जेआरएसए को उसे उपयुक्त उत्पाद दिखाना चाहिए।

### ? गुस्सैल ग्राहक

- ? वे ग्राहक जो गुस्सा या सेवा से अथवा प्रदान किए गए सामान की गुणवत्ता से असंतुष्ट रहते हैं।
- ? इनको खुश करना बहुत कठिन होता है।
- ? वे बहुत ज्यादा मांग करते हैं।
- ? आपके सबसे अच्छे प्रयासों की मांग करते हैं।

### ? घबराने वाले ग्राहक

- ? निर्णय नहीं ले पाते।
- ? असुरक्षित होते हैं और बहुत आश्वासन मांगते हैं।
- ? घबराने वाले ग्राहक को कैसे संभालें?
  - आश्वासन दें।
  - कैसे आपका उत्पाद बहुत सारे ग्राहकों की पसंद है।
  - उसे महसूस करवाएं कि उससे पहले बहुत सारे लोगों ने उत्पाद को सफलतापूर्वक ट्राई किया है।
- ? ऐसे ग्राहक प्रभावित करने वालों पर निर्भर होते हैं इसलिए आपको प्रभावित करने वालों को राजी करना होगा।

### ? मांग करने वाले ग्राहक

- ? आमतौर पर जागरूकता का स्तर ऊंचा होता है।
- ? ध्यान और उसे समर्पित करने के लिए समय चाहते हैं।
- ? मंग करने वाले ग्राहक को कैसे संभालें?
  - कभी भी गुस्सा न करें।
  - उसे प्रयास दिखाएं और समय दें।
  - उसे महत्वपूर्ण महसूस करवाएं।

### ? नकचढ़ी ग्राहक

- ? ये भी दुविधा में रहती हैं।
- ? उसके चयनात्मक स्वभाव से अनिर्णय की स्थिति झलकती है।
- ? एक या दो आइटम लेने का फैसला करने से पहले दर्जनों आइटम देखती हैं या सभी को खारिज करके कुछ नहीं खरीदतीं।
- ? उसके दिमाग में विशिष्ट डिजाइन होता है और सिर्फ उसे ही खरीदना चाहती है। उसका विशिष्ट डिजाइन क्या है यह पता लगाना आपकी जिम्मेदारी है।
- ? नकचढ़े ग्राहक को कैसे संभालें?
  - निराश न हों या अपनी भावना को ग्राहक से निपटने के तरीके से न दिखाएं। उसकी सटीक जरूरत का पता लगाने की कोशिश के लिए धीरज रखें और शांत बने रहें। वह आपका समय खराब नहीं कर रहा है।

## 2.2.3 नए दौर के ग्राहक

- ? बढ़ती आमदनी के कारण लोगों के पास खरीदारी जैसी गतिविधियों में उपयोग करने के लिए ज्यादा रकम उपलब्ध है।
- ? मीडिया के विस्फोट ने औसत भारतीय ग्राहक को उत्पादों, ब्रांड, नई सेवाओं के प्रति जागरूक बना दिया है और उनकी अपेक्षाओं के स्तर को बढ़ा दिया है।
- ? महिलाओं और परिवार के ढांचे में बदलाव हुआ है। कामकाजी महिलाओं की बढ़ती संख्या और एकल परिवारों ने सुविधाजनक खरीदारी की जरूरत को बढ़ा दिया है।
- ? ग्राहक अब गुणवत्ता के प्रति ज्यादा सचेत है और गुणवत्ता के लिए ज्यादा खर्च करने में कोई एतराज नहीं है।
- ? ग्राहक को खरीदारी के नए अनुभव से अवगत कराया जा रहा है जो खरीदारी और अन्य सेवाओं से उसकी उम्मीदों को बदल रहा है।
- ? समय की कमी खरीदारी के समय पर दबाव डाल रही है।
- ? ग्राहक 'उसे खरीदें जो हम बनाएं' से 'जो हमें पसंद है वह बनाएं' की ओर बढ़ रहे हैं।
- ? ग्राहक उन दुकानों से दूर हो जाते हैं जो उनको सेवा, प्रसन्नतादायक अनुभव या पैसे का मूल्य प्रदान नहीं करते।
- ? आराम पहले से ही खरीदारी की उम्मीदों का अभिन्न हिस्सा है। अनुभव और वातावरण की गुणवत्ता बहुत महत्वपूर्ण होते जा रहे हैं।
- ? ग्राहक को फिर से और फिर से वापस आने के लिए और ज्यादा खरीदने के लिए प्रोत्साहित करना उपभोक्ता सेवा की जरूरत है।
- ? ज्वेलर खुद से पूछ रहे हैं: 'क्या जो अद्वितीय अनुभव में प्रदान कर रहा हूँ वह ग्राहक को खरीदारी के लिए कहीं ओर न जाने की इच्छा करने के लिए पर्याप्त है?'



## यूनिट 2.3: शिकायत निपटाने की गतिविधि

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. ग्राहक की शिकायत से निपटने में जेआरएसए की भूमिका का पता लगाने में
2. दिए गए सुझावों के साथ ग्राहकों की शिकायतों से सफलतापूर्वक निपटने में
3. ग्राहक की सामान्य शिकायतों और ये शिकायतें क्यों आईं के बारे में जागरूक होने में

### 2.3.1 ग्राहक की शिकायत से निपटने में जेआरएसए की भूमिका

एक जेआरएसए को अक्सर ऐसे ग्राहकों का सामना करना पड़ता है जो दुकान की सेवा और उत्पाद के साथ अप्रसन्न होते हैं। एक जेआरएसए होने के नाते आपको इन ग्राहकों पर ध्यान देने की जरूरत है। एक प्रसन्न ग्राहक जाएगा और सिर्फ तीन लोगों को बताएगा परंतु एक अप्रसन्न ग्राहक जाएगा और 10 लोगों को बताएगा। बुरे शब्द हमेशा जल्दी फैलते हैं। यह दुकान की छवि और साख को नुकसान पहुंचाएगी। इसलिए यह बहुत महत्वपूर्ण है कि एक जेआरएसए ग्राहक की शिकायत को शांति से निपटाए। इस मॉड्यूल में सीखते हैं कि ग्राहक की शिकायत पर प्रभावी तरीके से कैसे प्रतिक्रिया करनी है।

शिकायतों को संभालने से रिटेलर को अपनी कमियों और सेवाओं में कहां सुधार करना है के बारे में जानने में मदद मिलती है। शिकायतें रिटेलर को ग्राहक की सेवा में सुधार का एक और मौका देती है और ग्राहक के साथ भी एक और मौका देती है। अगर शिकायतों से अच्छी तरह न निपटा जाए तो, असंतुष्ट ग्राहक प्रतिद्वंद्वियों के पास चला जाएगा, इसलिए प्रभावी शिकायत प्रबंधन प्रणाली तैयार करके आपको इन नकारात्मक नतीजों से बचने की कोशिश करनी चाहिए।

**पहली बार में ही काम को ठीक तरह करना**  
 +  
**शिकायत को प्रभावी तरीके से निपटाना**  
 =  
**ग्राहक की संतुष्टि और ब्रांड विश्वसनीयता बढ़ाना**

### 2.3.2 ग्राहक की समस्या को कैसे संभालें

समस्याओं को कैसे संभालना है, देखते हैं:

- ? ग्राहकों के साथ हमेशा विनम्र रहें।
- ? नाराज ग्राहक को शांत करें।
- ? ग्राहक की शिकायत को सुनें।
- ? असुविधा के लिए ग्राहक से माफी मांगें।
- ? बहाने न बनाएं।
- ? ग्राहक को उपेक्षित किए जाने का अहसास न दिलाएं।
- ? ग्राहक के साथ कभी भी बहस न करें।
- ? अगर ग्राहक उत्पाद से अप्रसन्न है तो दुकान की नीतियों के अनुसार बदलने या ठीक करने का प्रस्ताव दें।
- ? एक अप्रसन्न ग्राहक को प्रसन्न ग्राहक में बदलें।
- ? प्रयास करें ताकि ग्राहक एक मुस्कान के साथ जाए।

### 2.3.3 प्रभावी शिकायत प्रबंधन

शिकायतों को प्रभावी तरीके से संभालना और उनको सेवा में सुधार के लिए उपयोग करना शिकायत प्रबंधन है। शिकायत प्रबंधन का पहला काम ग्राहक की संतुष्टि को बहाल करना है। यह कई मुद्दों के साथ निपटता जाता है जैसे:

- ? किसी भी शिकायत पर प्रतिक्रिया – आपको तत्परता से शिकायत को स्वीकार करना चाहिए।
- ? किसी ग्राहक पर ध्यान देने में लगने वाला समय – आपको तेज और प्रभावी होना चाहिए।
- ? बार-बार होने वाली शिकायतों के लिए नीतियां।
- ? शिकायत से कितने प्रभावी ढंग से संभाला गया यह पता लगाने के लिए ग्राहक से प्रतिक्रिया लेना ग्राहक सेवा विभाग को शिकायतों से निपटने में प्रभावी भूमिका निभानी चाहिए।

#### उनको जरूर करना चाहिए:

- ? समस्या पर ध्यान केंद्रित करना: एक व्यक्ति को समस्याओं की प्राथमिकता तय करने की जरूरत होती है और सबसे ज्यादा कुंठित करने वाली और महत्वपूर्ण समस्याओं का समाधान सबसे पहले करना चाहिए।
- ? समस्या के कारणों का पता लगायें:
  - समस्या तथा समाधान की पहचान के लिए पर्याप्त आंकड़े एकत्र कीजिए।
  - समस्या के समाधान हेतु प्रक्रियाओं में परिवर्तन कीजिए।
  - समस्या के समाधान हेतु प्रशिक्षण।
  - नये उपागमों तथा विभिन्न अनेक समाधानों का प्रयास।
  - समस्या उपस्थित होने पर ग्राहकों के साथ संवाद।
  - प्रश्न पूछना एवं वर्णन करना।
  - ग्राहकों की समस्याओं की पहचान हेतु अन्वेषण करना।

### 2.3.4 ग्राहक की सामान्य शिकायतें

#### झूठ बोलना:

बेईमानी या अनौचित्य जैसे कि अनावश्यक सेवाओं को बेचना।

#### अनादर करना:

वे ज्वैलर जो सोचते हैं कि ग्राहक मूर्ख या बेईमान होता है और उनके साथ बुरा या अभद्रतापूर्वक व्यवहार करते हैं।

#### वादे तोड़ना:

सर्विस रिटेलर्स, जो वादे के अनुसार काम नहीं करते। लापरवाही भरी गलतियां करते हैं – खराब सेवा देते हैं।

#### शक्तिहीन कर्मचारी:

जो ग्राहक की बुनियादी समस्याओं को सुलझाने में अधिकार या इच्छा की कमी दिखाते हैं।

#### स्वचालित सेवा:

अवैयक्तिक, भावनाहीन, आंखों का संपर्क नहीं, रोबोट की तरह सेवा।

#### जानकारी का अभाव:

कर्मचारी जो उन ग्राहकों के साथ संवाद करने की परवाह नहीं करते जो यह जानने के लिए उत्सुक होते हैं कि सेवा से संबंधित समस्या का समाधान कैसे होगा।

#### मत पूछो का रवैया:

कर्मचारी जो ग्राहक की मदद करने के लिए अतिरिक्त प्रयास करने की अनिच्छा जताते हैं, या सहायता के लिए अनुरोध पर गुस्सा दिखाते हैं।





**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

### 3. ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना



- यूनिट 3.1 – सोना
- यूनिट 3.2 – प्लैटिनम
- यूनिट 3.3 – चांदी
- यूनिट 3.4 – हिरा
- यूनिट 3.5 – कीमती रत्न
- यूनिट 3.6 – अर्ध कीमती रत्न
- यूनिट 3.7 – नकली, सिंथेटिक और सिम्युलेंट
- यूनिट 3.8 – रत्न-उनकी कटाई उनके प्रकार
- यूनिट 3.9 – मोती
- यूनिट 3.10 – हाथ से बने आभूषण
- यूनिट 3.11 – रत्न की सेटिंग
- यूनिट 3.12 – मशीन से बने आभूषण
- यूनिट 3.13 – परिसज्जन
- यूनिट 3.14 – भारतीय आभूषणों में विविधता



G&J/N6802

## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. सोना, प्लैटिनम और चांदी जैसी किमती मेटल्स के विशिष्ट सुविधाओं और उपयोगों को जानने और समझने में
2. जानने और समझने में की प्लैटिनम क्या है और प्लैटिनम ज्वैलरी की विशेषताएं क्या हैं
3. 4सी के अनुसार डायमंड ग्रेडिंग को समझने में
4. क्यूबिक जिरकोनिया (CZ/सीझेड) के सामान्य जानकारी समझने में
5. किमती रत्न के विभिन्न प्रकार जैसे माणिक, नीलम और पन्ना को जानने और समझने में
6. अर्द्ध कीमती रत्न के विभिन्न प्रकार जानने में
7. नकली, सिंथेटिक्स और सिमुलेंट्स के बीच के अंतर को जानने और समझने में
8. रत्न के कट्स / फार्म / कलाकृति के विभिन्न प्रकार को जानने और समझने में
9. बाजार में उपलब्ध मोती के विभिन्न प्रकार से और मोती के मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारकों को जानने में
10. कारस्टिंग तकनीकों और उनके लाभों को जानने और समझने में
11. मशीन से बनी चूड़ियों को पहचानने में और चूड़ी के साइजिंग को समझने में
12. चेन के विभिन्न प्रकारों को पहचानने में
13. इलेक्ट्रोप्लेटिंग और इलेक्ट्रो फॉर्मिंग के तकनीकों और उनके लाभों को जानने और समझने में
14. सोल्डरिंग तकनीकों के विषय में जैसे, कैडमियम आधारित और गैर-कैडमियम आधारित आदि और उनके लाभ को जानने और समझने में
15. मेटल पर किया परिष्करण के विभिन्न प्रकार जानने में
16. भारत के विभिन्न भागों में पहनी जानेवाली ज्वैलरी पीसिज में विशाल विविधता को समझने में



## यूनिट 3.1: सोना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

- वर्णन करने में की सोने का कैरटएज क्या है एवं अंतरराष्ट्रीय स्तर पर एवं भारत के विभिन्न भागों में गोल्ड कैरटएज कैसे परिभाषित किया गया है।

### 3.1.1 गोल्ड कैरटएज

#### परिचय

- दुनिया भर में अधिकांश सोने की ज्वेलरी अपने कैरटएज या शुद्धता के साथ चिह्नित है।
- कई देशों में केवल सोने की ज्वेलरी के कुछ कैरटएज बेच सकने की अनुमति है। उदाहरण के लिए, यूनाइटेड किंगडम में, आप 9, 14, 18 एवं 22 खरात सोने की ज्वेलरी बना सकते हैं एवं बेच सकते हैं, लेकिन 12 खरात सोने के नहीं।
- कुछ देशों में 12 खरात से कम ज्वेलरी (50% सोना या 500 शुद्धता) को सोना वर्णित नहीं किया जा सकता।



आकृति 3.1.1.1 शुद्ध सोने का सिक्का

कैरट	शुद्धता	सोना%	टिप्पणियाँ
24	999	99.90%	शुद्ध सोना
24	995	99.50%	न्यूनतम स्वीकृत सोने की छड़ की बेहतर सुपुर्दगी
23	958	95.80%	पश्चिमी इंडिया
22	916	91.60%	इंडियन उपमहाद्वीप
21	875	87.50%	अरैबिक देश
18	750	75.00%	अंतरराष्ट्रीय मानक कैरट
14	585	58.50%	यू एस ए
10	417	41.70%	यू एस ए में निम्नतम
9	375	37.50%	यू के में निम्नतम
8	333	33.30%	जर्मनी में निम्नतम

आकृति 3.1.1.2 अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मान्यता प्राप्त कैरट चार्ट

### 3.1.2 सोने की सामान्य विशेषताएँ

- ? सोना एक रासायनिक तत्व है, जिसका प्रतीक एयू (Au) है जो इसके लैटिन नाम ऑरम से ली गई है।
- ? यह एक अत्यधिक लोक-प्रिय कीमती मेटल है, जो इस्तेमाल किया गया है पैसा, एक मूल्य संचय और आभूषण के रूप में इतिहास की शुरुआत से।
- ? यह मेटल सोने की डली या चट्टानों में दाने के रूप में पाया जाता है, साथ ही साथ भूमिगत "नसों" और जलोढ़ जमा में भी पाया जाता है।
- ? शुद्ध सोना, घने, मुलायम, चमकदार है और सबसे निंदनीय और सबसे नमनीय पदार्थ जाना जाता है।
- ? शुद्ध सोनें में जंग नहीं लगता करता है और धूमिल या खुरचना नहीं है।
- ? सोना स्वाभाविक रूप से पीले रंग का होता है, लेकिन अलग अलग रंग बनाने के लिए अन्य मेटल्स के साथ मिश्रित किया जा सकता है।
- ? सोना अपनी ताकत बढ़ाने के लिए अनेक अन्य मेटल्स के साथ मिश्रित किया जा सकता है।



आकृति 3.1.2.1 सोने की डली



आकृति 3.1.2.2 गोल्ड बार

#### सोने की बढ़ने की योग्यता

मेटल की पतली शीट में चपटा किए जाने की क्षमता है।

- ? सोने के एक ट्रॉय औंस से लगभग 16 वर्ग मीटर का एक क्षेत्र जितना एक पतला चपटा शीट बनाया जा सकता है।
- ? शुद्ध सोना इतना चपटा किया जा सकता है कि इसे पीट पीट कर 1 मिमी के 10 हजारवा भाग जितना पतला पत्ता बनाया जा सकता है जिसके आरपार हम वास्तविक में देख सकते हैं।



आकृति 3.1.2.3 स्वर्ण (गोल्ड) शीट

#### सोने का लचीलापन

- ? वस्तु को तारों में खींचे जाने की क्षमता।
- ? एक ग्राम सोने को 3.2 किमी लंबे तार में बढ़ाया जा सकता है।



आकृति 3.1.2.4 सोने के तार

### 3.1.3 सोने के अलग अलग रंग

- ? सोने के आभूषण अन्य रंग की एक श्रेणी में उत्पादन किया जा सकता है – सफेद से लेकर, लाल, हरे रंग से काले रंग तक।
- ? इन रूपों को अन्य मेटल्स के साथ (एलॉयइंग) शुद्ध सोने के मिश्रण से प्राप्त किया जाता है।
- ? सोना पीला है और तांबा लाल है, वो ही केवल दो शुद्ध रंग के मेटल्स है। पीले में लाल रंग मिलाने से पीला गुलाबी बनता है एवं अंत में लाल बनाता है। पीले में सफेद मिलाने से पीला रंग फिका पडता है एवं अंत में सफेद बनता है।

- १ रंग के मिश्रण का यह सिद्धांत कैरट सोने में भी है। सोने में तांबा मिलाने से यह ज्यादा लाल बनता है एवं चांदी, जस्ता एवं किसी अन्य मेटल जोड़ने से सोना हल्का पीला बनता है। इस प्रकार, हम समझते हैं की कम कैरट सोने में, अधिक मिश्र मेटल्स जोड़कर, हम पीले सोने के अलावा रंग की एक व्यापक रेंज प्राप्त कर सकते हैं।
- २ इस प्रकार 22 कैरट (91.6% सोना) में, हम केवल मिश्र धातुओं का अधिकतम 84% जोड़ सकते हैं एवं इसलिए केवल पीले से गुलाबी शेड प्राप्त कर सकते हैं।
- ३ 18 कैरट (75% सोना) एवं कम में, हम 25% या उससे अधिक मिश्र मेटल्स जोड़ सकते हैं इसलिए तांबा, चांदी एवं जस्ता अनुपात के आधार पर हमें हरे से पीला से लाल रंग मिलता है।

### सफेद सोना

सफेद सोना शुद्ध सोने के साथ सफेद मेटल जैसे निकल, पलैडियम, जस्ता मिलाने से बनता है।



आकृति 3.1.3.1 सफेद सोना



### गुलाबी सोना

गुलाबी सोना चांदी तथा तांबे के अनुपात को बढ़ाने से बनता है।

आकृति 3.1.3.2 गुलाबी सोना

### हरा सोना

हरा सोना चांदी, पलैडियम एवं तांबे के संयोजन से निर्मित होता है।



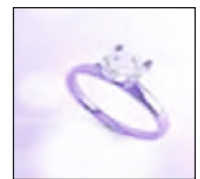
### काला सोना

18 कैरट पीले सोने का क्रोमियम या कोबाल्ट युक्त नियंत्रित ऑक्सीकरण करके काला सोना बनाया जाता है।

आकृति 3.1.3.3 काला सोना

### बैंगनी सोना

बैंगनी सोना, सोना एवं एल्यूमीनियम के संयोजन द्वारा निर्मित है।



आकृति 3.1.3.4 बैंगनी सोना



### रोडियम प्लेटिंग

सोने पर चढ़ाने के लिए रोडियम सबसे सामान्य मेटल है क्योंकि यह दर्पण जैसी चमक देता है।

पीले सोने की आभूषण पर रोडियम चढ़ाकर सफेद सोना बनाया जा सकता है।

आकृति 3.1.3.5 रोडियम प्लेटिंग



आकृति 3.1.3.6  
रोडियम प्लाटिंग

- ? रोडियम प्लेटिड हुए आभूषण की फिनिश, उस आभूषण को पहनने पर होनेवाली खराबी, प्रत्येक व्यक्ति के शरीर, रसायन विज्ञान एवं प्लाटिंग हुई परत की मोटाई पर निर्भर करता है।
- ? आभूषण के पीस पर रोडियम फिनिश कुछ समय बाद निकल जाती है, तो इसे बिल्कुल नया जैसे दिखने के लिए इस पर फिर से प्लाटिंग की जा सकती है एवं यह प्रक्रिया बहुत महंगी भी नहीं है।

## टिप्पणियाँ



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)  
सोने का इतिहास

## यूनिट 3.2: प्लैटिनम

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. प्लैटिनम की सामान्य विशेषताएं समझने में
2. प्लैटिनम का उपयोग जानने में

### 3.2.1 प्लैटिनम की सामान्य विशेषताएं

#### प्लैटिनम के सामान्य विशेषताएं

1. प्लैटिनम एक अत्यंत दुर्लभ मेटल है जो पृथ्वी की पपड़ी में केवल 0.005 पीपीएम की एकाग्रता में घटित होता है। इसे कभी कभी गलती से चांदी समझा जाता है।
2. प्लैटिनम एक नैसर्गिक रूप से सफेद मेटल है, जिसका समय के साथ रंग नहीं बदलता है।
3. प्लैटिनम का आकार नहीं बदलता है इसलिए इसकी आभूषण जीवन भर चलती है। खरोंचने पर मेटल सिर्फ खिसकती है गिरती नहीं है।
4. प्लैटिनम के स्थायित्व का मतलब कीमती रत्न जीवनभर के लिए सुरक्षित प्रकार से जकड़े हुए हैं। तथ्य यह है कि कम टिकाऊ मेटल्स की बनी अंगूठीयों में अक्सर प्लैटिनम के काँटा होते हैं।
5. प्लैटिनम बहुत घना होता है इसलिए यह अन्य मेटल्स की तुलना में बहुत भारी लगता है। प्लैटिनम की अंगूठी सोने की उसी अंगूठी से लगभग 40 प्रतिशत भारी होगी।
6. आभूषण में प्लैटिनम आम तौर पर 95 प्रतिशत शुद्ध होता है।
7. स्वाभाविक रूप से प्लैटिनम से कोई एलर्जी नहीं होती इसलिए इसे हर दिन पहना जा सकता है।
8. एक शुद्ध मेटल के रूप में, प्लैटिनम चांदी जैसा सफेद, चमकदार, लचीला, एवं नमनीय है।
9. प्लैटिनम, सोना, चांदी एवं तांबा की तुलना में अधिक नमनीय है, इस प्रकार शुद्ध मेटल्स में सबसे ज्यादा नमनीय है, लेकिन सोना अभी भी प्लैटिनम की तुलना में अधिक लचीला है।
10. यह किसी भी तापमान में ऑक्सीकरण नहीं होता है।
11. अपने घिसाव और धब्बा ना लगने के प्रतिरोध के कारण प्लैटिनम उत्तम आभूषण बनाने के लिए अच्छी तरह से अनुकूल है।



आकृति 3.2.1 प्लैटिनम की अंगूठी



आकृति 3.2.2 प्लैटिनम कान की बाली

#### प्लैटिनम के अन्य उपयोग

1. स्वाभाविक रूप से प्लैटिनम से कोई एलर्जी नहीं होती इसलिए इसे हर दिन पहना जा सकता है। कमजोर मानव हृदय की सहायता के लिए प्रयोग में लाया हुआ पेसमेकर प्लैटिनम का बना होता है।
2. यह मोटर वाहन उद्योग में कैटालिटिक कन्वर्टर में प्रयोग किया जाता है।
3. शुद्ध प्लैटिनम शुद्ध लोहे की तुलना में ज्यादा कठिन होता है। जंग एवं उच्च तापमान के विरुद्ध उत्कृष्ट प्रतिरोधक है एवं स्थिर बिजली के गुण है। इन सभी विशेषताओं का औद्योगिक उपयोग के लिए प्रयोग किया गया है।

## यूनिट 3.3: चांदी

### यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. चांदी के गुणों को समझाने में

### 3.3.1 चांदी के गुण

चांदी नोबल मेटल्स में से एक है।

चांदी हमेशा से भारत में लोकप्रिय रहा है और अब पहले से कहीं अधिक हो गया है, क्योंकि यह अब भी फैशनेबल है। भारत में चांदी का आभूषण, बर्तन, सिक्के एवं देवी-देवताओं की मूर्तियों को बनाने के लिए प्रयोग किया जाता है। पुराने दिनों में मुद्रा के रूप में चांदी का प्रयोग सिक्के बनाने के लिए किया गया था।

लंबे समय से चांदी को अपनी शानदार चमक एवं इसपर काम करना आसान होने के कारण, बेशकीमती माना गया है। शुद्ध चांदी (999 शुद्धता), आभूषण में प्रयोग करने के लिए ज्यादा नरम होती है। चांदी को सख्त करने के लिए इसमें अक्सर अन्य मेटल्स जैसे तांबा मिलाई जाती हैं। स्टर्लिंग सिल्वर में, उदाहरण के लिए, 92.5% चांदी एवं 7.5% तांबा होता है। स्टर्लिंग सिल्वर भारत सहित कई देशों में चांदी के गहने का मानक है।



आकृति 3.3.1 चांदी में देवताओं की आकृतियाँ

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)  
कीमती धातु का परिचय

## यूनिट 3.4: हीरा

### यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. डायमंड के बारे में सामान्य जानकारी देने में
2. हीरे के श्रेणीकृत पैरामीटर्स को वर्णन करने में
3. प्रत्येक डायमंड ग्रेडेशन पैरामीटर (4 सी) को समझाने में
4. असली डायमंड एवं कृत्रिम डायमंड के बीच के व्यापक अंतर को समझाने में

### 3.4.1 डायमंड के बारे में सामान्य जानकारी

#### डायमंड के बारे में सबकुछ

डायमंड शब्द एडमस (ग्रीक) से लिया गया है जिसका अर्थ है अजेय। वे पृथ्वी के अंदर महान गहराई में (लगभग 150–300 किलोमीटर) बहुत उच्च तापमान एवं उच्च दबाव से बनते हैं। एक विशेष प्रकार के ज्वालामुखी विस्फोट से, वे पृथ्वी की सतह के करीब (लगभग 15–30 किलोमीटर) आते हैं जहाँ उनका खनन किया जाता है। वे कार्बन का शुद्धतम रूप है।

डायमंड के लिए भारतीय नाम हीरा है। 18 वीं सदी तक डायमंड ज्यादातर केवल भारत में खनन किया जाता था –गोलकुंडा की खानों। प्रसिद्ध हीरा कोहिनूर गोलकुंडा की खान से है। भारतीय खानों में अब बहुत कम या कोई डायमंड नहीं है। मौजूदा समय में दक्षिण अफ्रीका और ऑस्ट्रेलिया हिरे के उत्पादकों में प्रमुख हैं।

यह सबसे कठोर ज्ञात पदार्थ है। कठोरता खरोंच का विरोध करने की क्षमता के रूप में परिभाषित किया गया है। डायमंड टूट सकता है यहां तक कि चकनाचूर भी हो सकता है अगर ठीक से संभाला नहीं तो।

खनन किए गए सभी डायमंड का ज्वेलरी के लिए प्रयोग नहीं किया जा सकता है। डायमंड औद्योगिक उद्देश्यों के लिए बहुत उपयोग किया जाता है उदाहरण के लिए अन्य जेमस्टोन एवं कांच आदि काटने के लिए।

उच्च प्रशिक्षित लोग डायमंड के अनगढ़ रूप से निर्धारित कर सकते हैं कि इस डायमंड:

- ? जेम क्वालिटी या
- ? इंडस्ट्रियल क्वालिटी या
- ? इससे दोनों के कुछ हिस्सों को प्राप्त किया जा सकता है या नहीं।

डायमंड सभी रंगों में प्राकृतिक रूप से पाए जाते हैं। सबसे अधिक और आम रंग, बेरंग और पास बेरंग हैं जिसमें पीले और भूरे रंग का रंग चढ़ा होता है। हरे, लाल, नीले, गुलाबी आदि को फैंसी रंग कहा जाता है। उनकी व्यक्तिगत रूप से कीमत लगाई जाती है एवं वे कलेक्टर की कीमते प्राप्त करते हैं।

फैंसी रंगीन डायमंड के कुछ उदाहरण हैं:  
ड्रेसडेन ग्रीन एवं होप डायमंड



आकृति 3.4.1.1 ड्रेसडेन ग्रीन डायमंड



आकृति 3.4.1.2 होप डायमंड



### 3.4.2 हिरे की 4सी

4 सी (क्लैरिटी, कलर, कट और कैरेट) किसी भी डायमंड की गुणवत्ता की जाँच के लिए एक सार्वभौमिक विधि है।

4 सी के एक सेट मानक होते हैं जिनका विश्व स्तर पर अनुसरण किया जाता है, जिससे उपभोक्ताओं को यह पता चलता है कि वे वास्तव में क्या खरीदने वाले हैं।

#### कलर:

डायमंड का रंग क्रिस्टल की जाली में विभिन्न तत्वों के अंशों के कारण होता है। उदाहरण के लिए, कार्बन के साथ बोरान नीला डायमंड बनाता है; कार्बन के साथ नाइट्रोजन पीला डायमंड बनाता है।

अधिकतर जेम क्वालिटी डायमंड का रंग मूल्यांकन रंग की अनुपस्थिति पर आधारित है। डायमंड रंग वह है जिसे आप नहीं देख सकते हैं। कितनी बारीकी से वे रंग की अनुपस्थिति प्राप्त करते हैं उससे डायमंड का मूल्यांकन होता है जितना कम रंग, उतना अधिक उनका मूल्य। (इस के लिए अपवाद फैंसी रंग डायमंड है, जैसे गुलाबी एवं नीले आदि जो इस सामान्य रंग सीमा के बाहर स्थित हैं।)

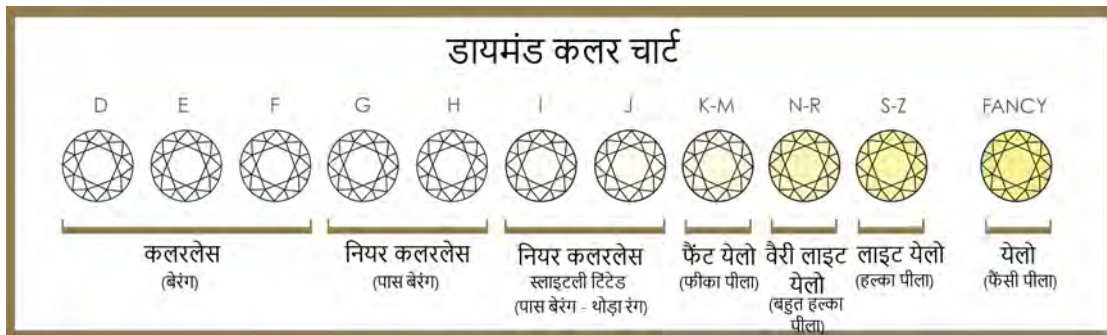


आकृति 3.4.2.1 बेरंग से हल्का पीला

आभूषण दुकानों में पाए जाने वाले अधिकतर डायमंड बेरंग से पास बेरंग जिसमें पीले और भूरे कलर का रंग चढा होता है जो अप्रशिक्षित आंख को ज्यादातर दिखाई नहीं देती।

जेम क्वालिटी वाले डायमंड के लिए कलर ग्रेडिंग पैमाने अक्षर डी के साथ शुरू होता है, जो बेरंग का प्रतिनिधित्व करता है। यह अक्षर आगे बढ़कर ज़ेड तक जाता है, ज़ेड मतलब हल्का पीला या भूरा कलर। प्रत्येक अक्षर ग्रेड में कलर उपस्थिति की एक स्पष्ट रूप से परिभाषित सीमा है। नियंत्रित प्रकाश व्यवस्था एवं सही देखने की स्थिति के तहत डायमंड की पहचाने हुए कलर के स्टोन के साथ तुलना कर के उसका कलर वर्गीकरण किया जाता है।

इनमें से अनेक कलर भेद इतने हल्के होते हैं कि अप्रशिक्षित आंखों से वे दिखाई नहीं देते हैं। लेकिन इस मामूली अंतर का डायमंड की गुणवत्ता एवं कीमत में एक बहुत बड़ा प्रभाव है।



आकृति 3.4.2.2 डायमंड कलर चार्ट



## क्लैरिटी:

कोई दो डायमंड एक जैसे नहीं होते हैं। प्राकृतिक डायमंड में या तो समावेशन (आंतरिक) या दाग (बाह्य) विशेषताएं / लक्षण होते हैं।

समावेशन (इन्क्लूशन) उच्च दबाव उच्च तापमान का परिणाम होते हैं जो डायमंड के तहत गठित स्थिति में होते हैं। गहरे रंग के अन्तर्विष्ट क्रिस्टल (काला), आंतरिक दरारें (सफेद), अन्य खनिज (लाल, भूरा आदि)। दाग सामान्य तौर पर प्रसंस्करण के समय मानव हस्तक्षेप की वजह से लगते हैं (कटिंग और पॉलिशिंग)।

डायमंड की क्लैरिटी समावेशन एवं दाग का अभाव दर्शाता है। इन विशेषताओं के बिना डायमंड दुर्लभ हैं, एवं दुर्लभता एक डायमंड के मूल्य को प्रभावित करती है। अंतरराष्ट्रीय डायमंड की क्लैरिटी स्केल निष्कलंक (फ्लॉलेस्स-FL) से स्पष्ट समावेशन (इन्क्लुदेद-I3) तक होता है।

हर हीरा अद्वितीय है। 10X गुना बढ़ाई के तहत कोई भी बिल्कुल सही नहीं दिखता है, हालांकि कुछ, फ्लॉलेस्स डायमंड के रूप में जाने जानेवाले इसके निकट आते हैं एवं ये असाधारण दुर्लभ हैं। अधिकतर जौहरीयों ने ऐसा एक भी कभी नहीं देखा है।

**फ्लॉलेस्स(FL)** – एक कुशल ग्रेडर को 10X गुना बढ़ाई के तहत कोई भी समावेशन या दाग नहीं दिखता हो।

**इन्टर्नली फलावलेस(IF)** – एक कुशल ग्रेडर को 10X गुना बढ़ाई के तहत कोई भी समावेशन नहीं सिर्फ दाग दिखता हो।

**वैरी वैरी स्लाइटली इन्क्लुदेद (VVS1, VVS2)** – समावेशन बहुत हल्के हैं एवं एक कुशल ग्रेडर के लिए 10X बढ़ाई के तहत देखने के लिए समावेशन कठिन से लेकर थोड़े आसान हैं।

**वैरी स्लाइटली इन्क्लुदेद (VS1, VS2)** – समावेशन हल्के हैं एवं एक कुशल ग्रेडर के लिए 10X बढ़ाई के तहत देखने के लिए समावेशन कठिन से लेकर थोड़े आसान हैं।

**स्लाइटली इन्क्लुदेद (SI1, SI2)** – एक कुशल ग्रेडर के लिए 10X बढ़ाई के तहत देखने के लिए समावेशन देखे जा सकते हैं।

**इन्क्लुदेद (I1, I2 और I3) करने के लिए ध्यान देने योग्य हैं** – समावेशन 10X बढ़ाई के तहत स्पष्ट दिखते हैं एवं स्पष्टता एवं चमक को प्रभावित कर सकते हैं।

ग्रेड	FL	IF	VVS1, VVS2	VS1, VS2	SI1	SI2, SI3	I1, I2	I3
केटेगरी	फ्लॉलेस्स	इन्टर्नली फलावलेस	वैरी वैरी स्लाइटली इन्क्लुदेद	वैरी स्लाइटली इन्क्लुदेद	स्लाइटली इन्क्लुदेद	स्लाइटली इन्क्लुदेद	इन्क्लुदेद	इन्क्लुदेद

आकृति 3.4.2.3 डायमंड क्लैरिटी चार्ट

संख्या, आकार, प्रकृति, राहत, स्थिती एवं समावेशन के रंग साथ ही यें डायमंड के समग्र स्वरूप को कैसे प्रभावित करते हैं इस पर डायमंड की क्लैरिटी का मूल्यांकन होता है।

हालांकि कोई डायमंड की पूरी तरह से स्पष्ट नहीं होता है, जो इसके जितना पास आता है, उसकी कीमत उतनी अधिक होती है।

अधिकांश समावेशन एवं दाग नग्न आंखों के लिए अदृश्य हैं। यह अंतर केवल बहुत ही नियंत्रित प्रकाश व्यवस्था की स्थिति एवं एक 10X गुना बढ़ाई हाथ में पकड़े लूप के साथ पृष्ठभूमि के तहत एक प्रशिक्षित डायमंड ग्रेडर द्वारा देखा जा सकता है। यही कारण है कि क्लैरिटी का विशेषज्ञ एवं का सटीक आकलन अत्यंत महत्वपूर्ण है।

### कट:

कट से डायमंड में चमक आती है। सभी 4 सी में कट सबसे जटिल एवं जाँच करने एवं ग्रेड के लिए कठिन है।

**हालांकि विश्लेषण या मात्रा अनुमान लगाना बहुत कठिन है, किसी भी डायमंड के कट के तीन गुण हैं:**

1. ब्रिलियंस (प्रतिभा): एक डायमंड से परिलक्षित कुल प्रकाश
2. फायर (आग): स्पेक्ट्रम के रंग में प्रकाश का फैलाव
3. सिन्टलेशन (जगमगाहट): प्रकाश कि किरणें, या चमक, जब एक डायमंड ले जाया जाता है

कट को अक्सर डायमंड का आकार समझा जाता है। सबसे सामान्य डायमंड की आकृति स्टैण्डर्ड राउंड ब्रिलियंट है। अन्य सभी आकार फैंसी आकार हैं जैसे प्रिंसेस, मार्की, ओवल, पेअर, एमराल्ड आदि

एक बार कट एवं पॉलिश करने के बाद सभी डायमंड के मुख (फैसिट) होते हैं। एक मुख (फैसिट) विशिष्ट आकार एवं आकार निश्चित कोण पर एक डायमंड की सतह पर कट की एक उच्च पॉलिश सतह है। वे छोटे प्रिज्म की तरह कार्य करते हैं जो प्रकाश को विभाजित करते हैं एवं डायमंड को तितर-बितर करने के लिए प्रेरित करते हैं। किसी भी डायमंड पर सबसे बड़ा मुख (फैसिट) हमेशा टेबल होती है, जो स्टोन का एक स्वीच भाग होता है जो स्टोन के "चेहरे" का कार्य करता है।



आकृति 3.4.2.5 डायमंड के विभिन्न आकार

**कैरेट**

डायमंड एवं अन्य जेमस्टोन कैरेट में तौले जाते हैं। एक कैरेट 0.2 ग्राम के बराबर है। (कैरेट के साथ खरात "18K सोने" जो सोने की शुद्धता को संदर्भित करता है, के रूप में भ्रमित न हों।)

जैसे एक रुपया 100 पैसे में विभाजित है, वैसे एक कैरेट 100 पॉइंट में बांटा गया है। उदाहरण के लिए, एक 50 पॉइंट डायमंड 0.50 कैरेट वजन का होता है। बराबर वजन के दो डायमंड के 4 सी के अन्य सदस्यों कैरिटी, कलर और कट: के आधार पर बहुत अलग कीमत हो सकते हैं।

एक से अधिक कैरेट डायमंड का वजन कैरेट एवं दशमलव में व्यक्त किया जाता है। (उदाहरण के लिए, एक 1.08 सी टी स्टोन "एक बिंदु शून्य आठ कैरेट" के रूप में वर्णित किया जाएगा)

**3.4.3 क्यूबिक जिरकोनिया (अमेरिकी डायमंड)**

क्यूबिक जिरकोनिया एक विशेष नकली एवं 100% मानव निर्मित है। इसने हाल ही में आभूषण बाजार में बहुत बड़ी लोकप्रियता प्राप्त की है एवं धोखाधड़ी की संख्या बढ़ रही है क्योंकि वे डायमंड की उत्कृष्ट नकल बनाते हैं। प्राकृतिक डायमंड की लागत का केवल एक अंश उनकी लागत होती है एवं पहनने पर बहुत तेजी से खराब होते हैं। नियमित रूप से पहनने पर क्यूबिक जिरकोनिया (अमेरिकी डायमंड), जैसे इन्हे लोकप्रिय रूप में जाना जाता है, ये छिल जाते हैं एवं आसानी से टूट जाते हैं। वे लोकप्रिय हैं, क्योंकि वे डायमंड की नकल है।



आकृति 3.4.3.1 क्यूबिक जिरकोनिया हार

एक विशेषज्ञ एक क्यूबिक जिरकोनिया (अमेरिकी डायमंड) को तुरंत पहचान सकते हैं एवं सेट की गई ज्वेलरी में उनकी पहचान करने के लिए बाजार में कई परीक्षण उपलब्ध हैं।

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)

सामान्य विशेषताएं और हीरा

## यूनिट 3.5: कीमती रत्न

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. माणिक, सैफायर और एमराल्ड के बारे में सामान्य जानकारी देने में

माणिक, सैफायर और एमराल्ड को कीमती रत्न कहा जाता है क्योंकि अन्य अर्ध कीमती रत्न की तुलना में दुर्लभ एवं अधिक टिकाऊ होते हैं।

### 3.5.1 माणिक (रूबी)

'रूबी' नाम लाल रंग अर्ध रूबर (लैटिन) से ली गई है। यह डायमंड के बाद सबसे कठोर खनिज है। माणिक (रूबी) का लाल रंग के अलग स्तर के रंगों में आते हैं। हालांकि सबसे अधिक वांछनीय है "कबूतर के रक्त लाल" जो लाल नीले रंग का एक संकेत के साथ है।

- ? बर्मी माणिक दुनिया में सबसे अच्छा माना जाता है।
- ? थाईलैंड एवं श्रीलंका में भी माणिक के अच्छे भंडार हैं।
- ? माणिक में समावेशन अपने मूल का एक संकेत देते हैं।
- ? इसका भारतीय नाम माणिक है।



आकृति 3.5.1.1 खुरदरा माणिक



आकृति 3.5.1.2 पॉलिष किया माणिक

### 3.5.2 नीलम (सैफायर)

इसका नाम सफेरियोस (ग्रीक) अर्थात् नीला स्टोन से लिया गया है। सैफायर लगभग सभी रंगों में आते हैं। सबसे अधिक जाना जाता रंग है नीला एवं पीला। सबसे वांछित नीला नीलम "मकई के फूल जैसा नीला" रंग होना चाहिए।

सैफायर एवं माणिक एक ही खनिज परिवार के हैं – कोरन्डम।

- ? गुलाबी नारंगी सैफायर पदपारदसचा श्रीलंका में पाया गया एक उच्च कीमती स्टोन है क्योंकि वे अत्यंत दुर्लभ हैं।
- ? सैफायर में समावेशन अपने मूल का संकेत देते हैं।
- ? नीले सैफायर के लिए भारतीय नाम नीलम है एवं पीले सैफायर को पुखराज कहा जाता है।

### 3.5.2 नीलम (सैफायर)



आकृति 3.5.2.1 खुरदरा नीलम



आकृति 3.5.2.2 पॉलिष किया नीलम



आकृति 3.5.2.3 खुरदरा गुलाबी पदपारदसचा



आकृति 3.5.2.4 पॉलिष किया पदपारदसचा



आकृति 3.5.2.5 खुरदरा पुखराज सफायर



आकृति 3.5.2.6 पॉलिष किया पुखराज

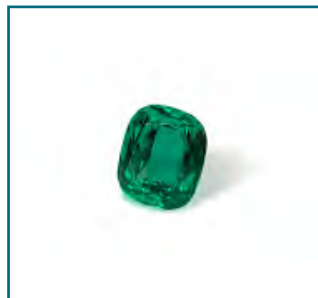
### 3.5.3 पन्ना (एमराल्ड)

इसका नाम स्मरगडोस (ग्रीक) अर्थात हरा स्टोन से लिया गया है। यह रूबी एवं सैफायर की तुलना में एक भंगुर स्टोन है, लेकिन अत्यधिक मूल्यवान एवं प्रतिष्ठित है। पन्ना हरे रंग के अलग स्तर के रंगों में आते हैं, लेकिन सबसे अधिक वांछनीय गहरा हरा रंग है।

- ? कोलंबियन पन्ना दुनिया में सबसे अच्छा माना जाता है।
- ? जाम्बिया एवं कोलांबिया में पन्ने का अच्छा भंडार है।
- ? पन्ना में समावेशन अपने मूल का संकेत देते हैं।
- ? इसका भारतीय नाम पन्ना है।



आकृति 3.5.3.1 खुरदरा पन्ना



आकृति 3.5.3.2 पॉलिष किया पन्ना

### टिप्पणियाँ

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



## यूनिट 3.6: अर्ध कीमती रत्न

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. अर्ध कीमती रत्न के विभिन्न प्रकार के बारे में जानकारी देने में

### 3.6.1 अर्ध कीमती रत्न

यह शब्द अर्ध कीमती माणिक, सैफायर और एमराल्ड के अलावा सारे स्वाभाविक रूप से अन्य रंगीन जेमस्टोन के लिए प्रयोग किया जाता है।

अर्ध कीमती रत्न उंची कीमते प्राप्त कर सकते हैं अगर एक दुर्लभ आकार में एवं सही क्लैरिटी और कलर में पाए गए हैं, ता लोकप्रिय अर्ध कीमती रत्न है।



आकृति 3.6.1.1 टूमलाइन – सभी रंगों में होता है, कभी कभी दोहरे रंग में भी



आकृति 3.6.1.2 गार्नेट – सभी रंगों में होता है



आकृति 3.6.1.3 पेरिडॉट – हरे रंग में होता है



आकृति 3.6.1.4 अंबर – पीले नारंगी रंग में होता है

### 3.6.1 अर्ध कीमती



आकृति 3.6.1.5 तंजानाइट –  
इंडिगो में होता है।



आकृति 3.6.1.6 अमेट्रिन  
(अमेथिस्ट + सिट्रीन)



आकृति 3.6.1.7 अक्वामरीन –  
हल्का नीला रंग होता है



आकृति 3.6.1.8 अमेथिस्ट –  
बैंगनी में होता है



आकृति 3.6.1.9 सिट्रीन –  
हल्के पीले में होता है



आकृति 3.6.1.10 कोरल (मूंगा) – सफेद,  
गुलाबी, लाल, नारंगी



आकृति 3.6.1.11 फिरोज़ा – नरम हल्का  
नीला से हल्का हरा रंग में होता है।





## यूनिट 3.7: नकली, सिंथेटिक और सिम्युलैंट

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. नकली, सिंथेटिक और सिम्युलैंट के बीच के अंतर बताने में।

#### नकली

सबसे पहले प्राचीन मिस्रवासीयों ने काँच एवं शीशे का आवरण की नकल बनाई थी।



आकृति 3.7.1 नकली ज्वेलरी



#### सिंथेटिक्स

सिवाय इसके कि यह एक प्रयोगशाला में बनाया जाता है। एक सिंथेटिक्स जेमस्टोन, प्राकृतिक जेमस्टोन की एक प्रतिकृति है, समावेशन को छोड़कर।

आकृति 3.7.2

कृत्रिम जेमस्टोन ज्वेलरी

#### सिम्युलेंट्स

एक सिम्युलेंट्स महज किसी भी रत्न का एक प्रतिमूर्ति है। यह महज दृश्य गुण की नकल करता है। यह लगभग हमेशा एक अर्ध कीमती रत्न है, जो आसानी से उपलब्ध है, और कीमती पत्थरों के लिए एक सस्ता विकल्प है।

#### नकली, सिंथेटिक और सिम्युलैंट के बीच के अंतर

नकली	सिंथेटिक	सिम्युलैंट
<ul style="list-style-type: none"> <li>? असली जेमस्टोन एवं नकल के बीच अंतर बताना अप्रशिक्षित आँख के लिए असंभव है।</li> <li>? अत्यंत परिष्कृत नकल बाजार में उपलब्ध हैं।</li> <li>? एक उच्च अपवर्तनांक की काँच, रेजिन, प्लास्टिक मीनाकारी किया हुआ चीनी मिट्टी के बरतन आदी सब नकली जेमस्टोन बनाने के लिए प्रयोग किए जाते हैं।</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? असली जेमस्टोन एवं सिंथेटिक जेमस्टोन के बीच अंतर बताना अप्रशिक्षित आँख के लिए असंभव है।</li> <li>? बहुत अच्छी गुणवत्ता के एक असली पीस की लागत की तुलना में काफी कम है।</li> <li>? वे बाजार में आसानी से उपलब्ध हैं।</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? असली जेमस्टोन एवं सिम्युलैंट जेमस्टोन के बीच अंतर बताना अप्रशिक्षित आँख के लिए असंभव है।</li> <li>? रूप-रंग के अलावा असली जेमस्टोन एवं सिम्युलैंट जेमस्टोन के बीच कुछ भी समान नहीं है।</li> </ul>

## यूनिट 3.8: रत्न – उनकी कटाई / उनके प्रकार

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. जेमस्टोन पर कि गई कटिंग / प्रकार / कलाकृतियों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन करने में

एक जेमस्टोन की सतह सजाने का सबसे पुराना तरीका उस पर आकृती, प्रतीक एवं अक्षर खुरचने का है। इस से, उत्कीर्णन की कला विकसित हुई है। जेमस्टोन काटने के मूल भारत में पाए जा सकते हैं।

आज, जयपुर दुनिया में सबसे बड़ा जेमस्टोन काटने का केंद्र है।

कृपया ध्यान दें, जेमस्टोन से हमारा मतलब है डायमंड के अलावा प्रत्येक अन्य रत्न जेमस्टोन कटिंग के विभिन्न प्रकार इस प्रकार हैं:

#### 1. उत्कीर्णन

एक जेमस्टोन की सतह पर की हुई खुदाई



आकृति 3.8.1 उत्कीर्णन

#### 2. मूर्ति

एक छोटी सी प्रतिमा देवताओं/जानवर/मानव/मूर्ति/खुदी एक रत्न से की गयी।



आकृति 3.8.2 मूर्ति

#### 3. मनकों

यह रत्न में एक ड्रिल छेद होता है। मनका फ्लैट, पॉलिश किया, गैर-पॉलिश एक खुरदरी सतह के साथ, फलकित और सभी कल्पनीय आकृतियों के अन्य किस्मों में आ सकता है।



आकृति 3.8.3 मनका

#### 4. ब्रिओलेट

ब्रिओलेट, एक लम्बी नाशपाती के आकार का रत्न, मुख (फैंसिट) के साथ या बिना होता है, और मनका के रूप में लटका करने के लिए इसके शीर्ष पर ड्रिल छेद किया जाता है।



आकृति 3.8.4. ब्रिओलेट

#### 5. केबोशॉन

सामान्य तौर पर बहुत समावेशन के कारण कम मूल्य के साथ अपारदर्शी जेमस्टोन के लिए इनका उपयोग किया जाता है। इनका प्रयोग हमेशा कुछ जेमस्टोन के स्टार प्रभाव को बाहर लाने के लिए किया जाता है।



आकृति 3.8.5 केबोशॉन



### 6. फलकित (फ़ैसिटिड)

ये सिर्फ़ नियमित रूप से बहुपक्षीय स्टोन की तरह हैं।

आकृति 3.8.6 फलकित (फ़ैसिटिड) स्टोन

### 7. बॉल्स

बहुत कुछ मनके के समान है लेकिन इनकी बिना फलकित (फ़ैसिटिड) वाली चिकनी सतह होती है।



आकृति 3.8.7 बॉल्स

### 8. मिश्रित कट

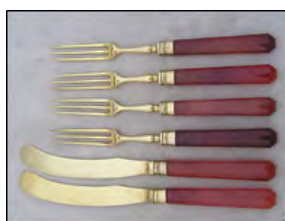
कुछ भी मतलब हो सकता है। स्टोन का शीर्ष भाग एक केबोशॉन हो जाएगा एवं नीचे फलकित (फ़ैसिटिड) किया जाएगा या स्टोन को एक फूल, त्रिकोण आदि बनाया जाएगा। दो अलग कट पूरी तरह से नया आकार बनाने के लिए एक साथ किए जा सकते हैं।



आकृति 3.8.8 मिश्रित कट स्टोन के उदाहरण

### 9. नक्काशी

कटलरी, दरवाजे के हैंडल, ऐशट्रे, हेअरपिन आदि के लिए



आकृति 3.8.9 नक्काशी के उदाहरण – हैंडल, कटलरी काट स्टोन

टिप्पणियाँ




---



---



---



---



---

## यूनिट 3.9: मोती

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. मोती की सामान्य विशेषताओं की व्याख्या करने में
2. मोती के विभिन्न प्रकारों का वर्णन करने में
3. मोती के मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारकों को समझाने में

### 3.9.1 मोती के विशेषताएँ

#### परिचय

सीप के खोल प्रावर की आंतरीक के बीच एक उत्तेजक पदार्थ पैठ के कारण मोती बनते हैं। मोती का रंग सीप के प्रकार, पाणी का तापमान, लवणता, आदि के साथ बदलता रहता है। मोती, ताजे पानी के साथ ही महासागरों में भी पाए जाते हैं।

#### मोती की विशेषताएँ

- ? एक मोती का आकार पिन के एक सिरे से लेकर एक कबूतर के अंडे तक भिन्न हो सकते हैं।
- ? एक सीप के खोल की भीतरी परत, जिसमें इंद्रधनुषी रंगों का खेल है, उसे मदर ऑफ पर्ल कहा जाता है।
- ? अधिकतर जेमस्टोन की तुलना में मोती की कठोरता (खुरचने के लिए प्रतिरोध) कम होती है। इसलिए उन्हें आसानी से खरोंचा जा सकता है।
- ? चरम सूखापन मोती के लिए हानिकारक है, क्योंकि वे जलजनित हैं।
- ? मोती प्रकृति में जैव होने के कारण वे एसिड, पसीना, सौंदर्य प्रसाधन एवं हेयर स्प्रे के प्रति संवेदनशील हैं।
- ? मोती अन्य जेमस्टोन जैसे कॅरेट में नहीं बल्की मोम्मी में मापे जाते हैं।



आकृति 3.9.1.1 रंगीन मोती

### 3.9.2 मोती के प्रकार

**1. कल्चर्ड पर्ल / मोती** – जंगली एवं कल्चर्ड मोती के बीच का अंतर है कि क्या मोती प्रकृती द्वारा तत्परता से सहज बनाया गया है मानवीय हस्तक्षेप के बिना या मानव सहायता के साथ। कल्चर्ड मोती नकली नहीं है लेकिन एक उत्पाद है, जो मानव सहायता से निर्मित किया गया है। बाजार में 90 प्रतिशत मोती, कल्चर्ड हैं। ताजे पानी के नदियों में और साथ ही महासागरों में, कल्चर्ड पर्ल्स (मोती) के खेत होते हैं।

**2. अकोया** – कल्चर्ड मोती के सबसे परिचित प्रकारों में से एक। ये मोती कस्तूरी में जापान के तट पर बड़े किए जाते हैं। अकोया मोती उनके सुंदर पूरबी चमक और रंग के लिए जाना जाता है। वे शायद ही कभी आकार में 9 मिमी से अधिक बढ़ते हैं।



आकृति 3.9.2.1 अकोया मोती



आकृति 3.9.2.2 माबे

**3. माबे** – माबे मोती अर्धगोल मोती है जो कि सीप के ऊतक के बजाय उसके खोल के अंदर बड़े होते हैं। नतीजतन, यह प्रक्रिया माबे मोती में गोलाकार आकृति के बजाय एक सपाट सतह बनाती है। माबे मोती रंगों की एक विस्तृत श्रृंखला में आते हैं, जो हल्के गुलाबी से अधिक नीले रंग की छटाओं तक जाती है।

**4. केशी** – केशी मोती प्राकृतिक मोती के रूप में वर्गीकृत नहीं होता क्योंकि, वे कल्चरिंग की प्रक्रिया का प्रतिफल हैं। केशी मोती दो तरह से बनते हैं। मोती तब बनते हैं जब सीप संवर्धन की प्रक्रिया से पहले प्रत्यारोपित नाभिक को बाहर निकालती है, या जब प्रावर ऊतक भंग होती है एवं नाभिक के बिना एक अलग मोती थैली बनाती है।



आकृति 3.9.2.3 केशी



आकृति 3.9.2.4 बरोक

**5. बारोक** – बारोक मोती एक अनियमित गैर गोलाकार आकृति वाले मोती हैं। आकृतियाँ सामान्य से थोड़ा विचलन से साफ तौर पर ढेलेदार आकृतियों हो सकती हैं।

**6. ताहितियन** – स्वाभाविक काला रंग प्राप्त करने वाले केवल यही मोती है। आम तौर पर यह बहुत बड़े होते हैं। ताहितियन मोती हालांकि ज्यादातर काले, लेकिन यह काले, भूरे, चांदी, हरे, नीले एवं बैंगनी सहित रंगों की एक विस्तृत श्रृंखला में आ सकते हैं।



आकृति 3.9.2.5 ताहितियन



आकृति 3.9.2.6 दक्षिण सागर मोती

**7. सॉउथ सी** – सॉउथ सी मोती दुनिया का नायाब मोती हैं। वे मुख्यतः उनके नरम आंतरिक चमक के लिए एवं अपने बड़े आकार के लिए, 9 मिलीमीटर से लेकर 20 मिलीमीटर तक के व्यास के लिए मान्यता प्राप्त करते रहे हैं।

**8. नकली मोती** – नकली मोती (शैल मोती), मदर ऑफ पर्ल, मूंगा या शंख से बनाते हैं, जबकि अन्य कांच से बने हैं एवं यहां तक कि प्लास्टिक से भी एवं मछली की खाल युक्त द्रव से लेपित होते हैं। हालांकि नकली मोती, मोती जैसे दिखते हैं, उनका वजन या चिकनाई असली मोती जैसी नहीं होती एवं उनकी चमक भी बहुत मंद होती है।

### 3.9.3 मोती का मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारक

**परिमाण** – मोती का परिमाण इसकी कीमत के लिए योगदान देता है। सीप को बड़े मोती विकसित करना अधिक कठिन होने के कारण बड़े परिमाण के मोती का अभाव है। लेकिन अलग परिमाण के दो मोतियों का एक समान मूल्य हो सकता है, अगर छोटे मोती का पूरबी चमक में बेहतर है।

**आकार** – आकार भी अपने मूल्य निर्धारित करता है। जितना अधिक सममित आकार, उतना ही अधिक मूल्यवान मोती होता है। सममित मोती के उदाहरणों में शामिल हैं – गोल, नाशपाती के आकार, आंसू की आकृति एवं अंडाकार (ओवल)। अनियमित एवं एक सममित आकार के मोती को बारोक कहा जाता है।

**सतह पूर्णता** – एक उत्तम मोती की सतह चिकनी प्रकट होती है, लेकिन जब बारीकी से देखा जाता है, प्राकृतिक या संवर्धित मोतियों में अनियमित सतहें। देखी जा सकती हैं, जिनसे मूल्य में कोई कमी आती नहीं है, जैसे की कुरूप धब्बे करते हैं। आपको धब्बों का पता लगाने के लिए एक आतशी शीशे की आवश्यकता नहीं पड़ती, जब वें उपस्थित होते हैं उनको वैसे ही देखा जा सकता है।

**दुर्लभता** – कल्वर्ड मोती स्वयं दुर्लभ होते हैं क्योंकि इनको महासागरों के सीमित क्षेत्रों में विकसित किया जा सकता है एवं विकसित करने के लिए अनेक वर्ष लग जाते हैं। उत्तम मोती की एक जोड़ी बहुत ही दुर्लभ है क्योंकि प्रकृति ने पूरबी चमक, आकार एवं रंग में बिल्कुल एक जैसे बहुत कम मोती बनाए हैं।

### टिप्पणियाँ




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



## यूनिट 3.10: हाथ से बने आभूषण

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. हाथ से बनी ज्वेलरी में प्रयोग के विभिन्न प्रकार की तकनीक की व्याख्या करने में
2. नक्षीकाम, रवाकाम, तारकशीकाम, जड़ाऊ, मुद्रांकन आदि करने की प्रक्रियाएं जानने में

### 3.10.1 नक्षीकाम

नकासु वेलई या नक्षीकाम या रेपौसेज एक प्राचीन तकनीक एवं एक प्रमुख प्रकार है जिसमें ज्वेलरी बनाने के लिए सोने की चादर पर काम किया जाता है। यह द्रविड़ संस्कृति में अपने मूल पाता है। यह तकनीक कारीगर को सोने की चादरों को शानदार रूपों में आकार देने की एवं जटिल डिजाइन के साथ इसे सजाने एवं अगर आवश्यक हो तो जेमस्टोन के समावेश की सुविधा देती है। आज के समय में, जब सोना इतना महंगा है, सोने की चादर पर काम ज्वेलरी को हल्का रखता है एवं थोड़े से सोने को दूर तक जाने के लिए सक्षम बनाता है।

तकनीक को बड़े आकार की मूर्तियों एवं मंदिर के दरवाजे, कॉलम आदि को सजाने के लिए भी अपनाया गया था। रेपौसेज तकनीक मेटल का एक बहुत छोटी मात्रा को कागज जैसे पतला होने तक पीटा जाता है एवं उसके बाद उस पर इस तरह के विस्तार एवं संपन्नता में काम किया जाता है कि यह वजन एवं दृढ़ता की एक धारणा व्यक्त करती है जिससे की प्रत्येक डिजाइन 3 डी राहत में बाहर खड़ा होता है।

उच्च शुद्धता वाले सोने की एक चादर को वांछित पतलेपन तक को पीटा जाता है, आवश्यक रूपरेखा में काटा जाता है एवं मोटी मोम के ऊपर रखा जाता है। पीस के डिजाइन कागज पर पहली बार हाथ से तैयार किया जाता है। फिर लाख पर खुरच के उस की डाई बनाई जाती है। इस डाई को सोने की पतली चादर में दबाने से डिजाईन मेटल के एक तरफ एक राहत के रूप में प्रकट होता है। डिजाइन की रूपरेखा कोमल नोक वाले उपकरण की सहायता से एवं कोमलता से पीट कर तैयार की जाती है। पृष्ठभूमि का दबाव निकाल दिया जाता है एवं यह राहत को बाहर लाता है। राहत को बनाए रखने के लिए डिजाइन के पीछे का हिस्सा अक्सर तरल लाख से भर दिया जाता है एवं चांदी या अधिकतर सोने की एक चादर से बंद किया जाता है।



आकृति 3.10.1.1 नक्षी काम के उदाहरण (रेपौसेज)



### 3.10.2 रवाकाम (दानेदार)

दानेदार बनाने के लिए भारतीय नाम रवाकाम है। रवा रेत का एक दाना है। भारत में एक प्रारंभिक अवधि के बाद से, दानेदार बनाने का कार्य हमेशा पारंपरिक ज्वेलरी सजावट की तकनीकों में से एक हो गया है।

रवाकाम गुजरात का एक विशेषता है एवं एक प्राचीन ज्वेलरी सतह सजावट प्रक्रिया है जिसमें ज्वेलरी की सतहों के लिए सोने की छोटी ठोस गेंदों का प्रयोग किया जाता है। कारीगर की रचनात्मकता के आधार इन ठोस गेंदों का समूह बनाकर पैटर्न, आकृती एवं डिजाइन बनाए जाते हैं।

छोटे आकार में छोटे, ठोस सोने गेंदे जिनको कणिका (रवा) कहते हैं, का धातु निर्माण एवं थर्मल सिद्धांतों का एक स्वाभाविक परिणाम है। सतह पर तनाव के कजुट बल के कारण, तरल सोना जब पानी में ठंडा, किया जाता है तो वह अपने आप में सिकुडकर छोटा संभव सतह क्षेत्र बनाता है, जिससे एक गोल ठोस गेंद बनती है। इन गेंदों को निश्चित आकार की छलनीयों की एक कडी से छाना जाता है फिर इनका सजावट के लिए प्रयोग किया जाता है।

दानेदार बनाने की प्रक्रिया में सोल्डर के उपयोग के बिना फ्यूजन वेल्डिंग का एक प्रकार है जिसमें वस्तु की आधार धातु पर कणिकाओं को एक दूसरे के साथ जोडा जाता है।



आकृति 3.10.2.1 रवाकाम के उदाहरण

### 3.10.3 तारकशी काम (महीन/फिलीग्री)

तार के महीन/फिलीग्री काम या तारकशी काम (टी ए आर = तार एवं तरकश = तार खींचने वाला) पतले तारों से बने ज्वेलरी पीस की विशेषता है। सोने के लचीलापन का इस तकनीक में अदभुत प्रयोग किया जाता है, जहां तारों को खींचकर एवं जटिलता से एक साथ बांधकर हल्का एक बड़ा दिखने वाला पीस बनाया जाता है। तारकशी काम पश्चिम बंगाल की एक विशेषता है।



आकृति 3.10.3.1 तारकशी काम के उदाहरण (महीन/फिलीग्री)

### 3.10.4 जड़ाऊ

#### जड़ाऊ एवं कुंदन ज्वेलरी

जड़ाऊ ज्वेलरी भारत में एक बहुत पुरानी ज्वेलरी बनाने की तकनीक है। यह मुगल काल में शुरू हुआ था।

19 वीं सदी में काँटा सेटिंग की शुरुआत से पहले, लगभग सभी भारतीय ज्वेलरी बंद सेटिंग की थी, जिसमें शुद्ध सोने की संकीर्ण रिबन की परतें जेमस्टोन के चारों ओर एक ठोस दीवार का आकार लेती थीं।

जड़ाऊ ज्वेलरी को कीमती रत्न जड़ाऊ ज्वेलरी (पोल्की) या अर्ध कीमती रत्न जड़ाऊ ज्वेलरी (कुंदन) में विभाजित किया जा सकता है।

पोल्की, सपाट अर्द्ध कट डायमंड के लिए स्थानीय नाम है। खुरदरे डायमंड की कोई गहराई नहीं होती है लेकिन एक बड़ी सी सपाट सतह होती है जिसे अर्द्ध पॉलिश किया जा सकता है उनका प्रयोग जड़ाऊ ज्वेलरी में सेट करने के लिए प्रयोग किया जाता है। पोल्की आभूषणों के अन्य नाम विलांडी एवं अनकट डायमंड के गहने हैं।

कुंदन ज्वेलरी में क्रिस्टल ग्लास, जिसे स्थानीय भाषा में परब कहते हैं, उसे पोल्की ज्वेलरी में सेटिंग करने की ठीक वही प्रक्रिया शामिल होती है।

समय की अवधि के दौरान, जड़ाऊ ज्वेलरी कारीगरों का एक पूरा समूह राजस्थान में बस गया। यही कारण है कि राजस्थान को भारत में बेहतरीन जड़ाऊ ज्वेलरी बनाने की प्रतिष्ठा मिली है।

#### जड़ाऊ या कुंदन ज्वेलरी बनाने की प्रक्रिया

जड़ाऊ ज्वेलरी बनाना एक जटिल प्रक्रिया है जिसमें प्रत्येक चरण को अलग, कुशल कामगार द्वारा किया जाता है।

#### जड़ाऊ ज्वेलरी बनाने के चरण:

**पहला चरण :** एक ड्राइंग के आधार पर, सुनार सावधानी मेटल का मोल्ड या घाट बनाता है जिसमें रत्न का गठन किया जाएगा। इस तरह के विभिन्न घाट एक साथ मिलकर पूरी ज्वेलरी बनाते हैं।

**दूसरा चरण :** घाट को उकेरने वाले के पास भेजा जाता है तामचीनी में भरने के लिए चिह्नित क्षेत्रों को उभारने के लिए।

**तीसरा चरण :** ज्वेलरी के डिजाइन एवं रंग योजना के अनुसार, तामचीनी कारीगरत घाट के उकेरे हुए क्षेत्रों को तामचीनी से रंगता है।

**चौथा चरण :** प्रत्येक घाट को एक छोटे से लाख से भरे हुए लकड़ी के हैंडल पर मजबूती से जकड़ा जाता है एवं जेमस्टोन सेटर प्रत्येक तय की गई जगह पर कुशलता रत्न गढ़ता है। प्रत्येक रत्न कि कोई अनियमितता छुपाने के लिए एवं वें एक जैसे दिखने के लिए उनमें संकीर्ण शुद्ध सोने रिबन की अनेक परतें संकुचित करके अंदर धकेल दी जाती हैं जो रत्न के इर्दगिर्द एक दीवार बनाती है। (यह ध्यान दिया जाना चाहिए कि पहले के समय में, रत्न अनियमित आकार एवं कम से कम पहलुओं के इसलिए, ज्यादातर सपाट सतहों के होते थे)

चूंकि यह एक बंद सेटिंग है, रत्न में कोई प्रकाश अंदर नहीं आने देती है इसलिए रत्न को प्रकाशित करने के लिए, कुंदन सेट में रत्न के पीछे हमेशा सोने की चपटी की हुई बारीक परावर्ती चादरे लगाई जाती हैं जो रत्न को एक समान रूप देती हैं एवं उनकी प्रतिभा को भी अधिकतम करती हैं।

पूरी प्रक्रिया के अंत में, वेल्डिंग के एवं बची हुई लाख के कारण लगे हुए काले धब्बे दूर करने के लिए ज्वेलरी पीस को साफ करके धोया जाता है।



आकृति 3.10.4.1 जड़ाऊ हार सेट

### 3.10.5 ठप्पा लगाना

ज्वेलरी की प्राचीन रूपों में से एक था हाथ से ठप्पा लगाए हुए उच्च खरात के सोने के सिक्के जिन पर देवी देवताओं के चित्र बने हुए थे या जिन पर छोटे भक्ति लेख खुदे हुए थे एवं जिन्हे एक हार के रूप में पहना जाता था. इनका प्रयोग अलंकरण के अलावा अन्य बचत का एक फार्म के प्रकार से भी किया गया था. जल्दी ही ठप्पे बनाने के विचारों में विभिन्न परिमाण एवं आकार की सोने की पट्टियों पर राजा का चित्र या अन्य पैटर्न बनाना शामिल हुआ जिसने इसको प्राचीन भारत में ज्वेलरी निर्माण की सबसे मौलिक प्रक्रिया बनाया.

एक कासू मलाई (तमिल – सिक्कों का हार) या पुतळी हार (मराठी – छवियों का हार) में ठीक यही अवधारणा एवं प्रौद्योगिकी होती है जो प्राचीन भारतीय ठप्पा लगी ज्वेलरी के लिए देश के विभिन्न भागों में प्रयोग की जाती है.

इससे पहले, डाई को लकड़ी के ब्लॉक या लाख को उकेर के बनाया जाता था एवं फिर पतली सोने के सिक्के या सोने से बने घटकों में दबाया जाता था. आज, ठप्पा लगाने की तकनीक में उच्च परिशुद्धता मेटल के बने डाई से गर्म मेटल की सतहों पर एवं / या यांत्रिक ठप्पा लगाना भी शामिल है जिसमें एक पट्टी या मेटल की चादर से सटीक एक समान भाग काट कर उन्हें एक साथ असेंबल किया जाता है.



आकृति 3.10.5.1 पुतळी हार



आकृति 3.10.5.2 कासू मलाई



आकृति 3.10.5.3 ठप्पा लगी हुई अंगूठी



## यूनिट 3.11: रत्न की सेटिंग

### यूनिट का उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

- जेमस्टोन सेटिंग के विभिन्न प्रकार को पहचानने में

### 3.11.1 सेटिंग के प्रकार

#### 1. बेज़ल सेटिंग

सेटिंग जो पूरी तरह से एक कीमती धातु बैंड से घिरी हुई है तथा जो डायमंड / जेमस्टोन को अपनी जगह सुरक्षित रकता है।



आकृति 3.11.1 बेज़ल सेटिंग



#### 2. चैनल सेटिंग

एक सेटिंग जिसमें डायमंड दो समानांतर दीवारों या मेटल की "चैनल" में सीपित किए जाते हैं।

आकृति 3.11.2 चैनल सेटिंग

#### 3. फ्लश सेटिंग

एक सेटिंग जिसमें केवल क्राउन या कभी कभी ही टेबल दिखाई दे रहे हैं। जेमस्टोन क बाकी हिस्सा धातु की सतह में प्लावित होता है।



आकृति 3.11.3 फ्लश सेटिंग



#### 4. इनविजिबल सेटिंग

जेमस्टोन को एक ऐसे ढंग से स्थापित किया जाता है कि मेटल जेमस्टोन के बीच दिखाई नहीं देती है।

आकृति 3.11.4 इनविजिबल सेटिंग

#### 5. पावे सेटिंग

एक जेमस्टोन की सेटिंग जिसमें मेटल की माला चारों ओर एक साथ जेमस्टोन खींच रहे हैं मेटल की सतह में "पत्थर बैठाया हुआ" के रूप में प्रकट करने के लिए।



आकृति 3.11.5 पेव सेटिंग

#### 6. प्रोग्न (नाखून) सेटिंग

शूल सेटिंग ज्वेलरी के एक पीस में एक जेमस्टोन को सुरक्षित करने के लिए मेटल के बाहर निकले हुए बहुत छोटे छोटे कोने जिनको प्रोग्न (नाखून) या पंजे, कहा जाता है, का उपयोग करने के लिए संदर्भित करता है।



आकृति 3.11.6 प्रिंसेस के लिए प्रोग्न



आकृति 3.11.7 राउंड ब्रिलियंट कट के लिए प्रोग्न

## 7. टेंशन सेटिंग



आकृति 3.11.8 टेंशन सेटिंग

एक सेटिंग जो जेमस्टोन को अपनी जगह में पूरी तरह से तनाव के साथ रखती है।

## टिप्पणियाँ



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)  
रत्न सेटिंग के प्रकार

## यूनिट 3.12: मशीन से बने आभूषण

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. कास्टिंग—“लॉस्ट वैक्स प्रोसेस” के बारे में वर्णन करने में
2. मशीन से बनी हुई चूड़ियों के बारे में समझाने में
3. बाजार में उपलब्ध चेन के विभिन्न शैलियों के बारे में एवं उन्हें कैसे मापा जाता है समझाने में
4. उपलब्ध निष्कर्षों के विभिन्न प्रकार एवं उनके प्रयोग समझाने में
5. मेटल को टांका लगाने के बारे में जानकारी देने में

### 3.12.1 कास्टिंग—“लॉस्ट वैक्स प्रोसेस”

#### कास्टिंग

कास्टिंग या इनवेस्टमेंट कास्टिंग को लॉस्ट वैक्स प्रोसेस के रूप में भी जाना जाता है। यह प्रक्रिया अब बड़े पैमाने पर बहुत कम समय में बहुत ही उच्च परिशुद्धता के एक ही डिजाइन के कई ज्वेलरी के पीस बनाने के लिए प्रयोग की जा रही है।

कास्टिंग की प्रक्रिया इस प्रकार है:

सबसे पहले एक डिजाइन को कागज पर उतारा जाता है।



आकृति 3.12.1.1 हाथ का बना डिजाइन



आकृति 3.12.1.2 वैक्स मास्टर

फिर उस डिजाइन का एक मेटल का या वैक्स मास्टर बनाया जाता है।



आकृति 3.12.1.3 रबर मोल्ड

फिर डिजाइन का एक रबर मोल्ड बनाया जाता है।





आकृति 3.12.1.4 मास्टर पीस एवं रबर मोल्ड

रबर मोल्ड काट कर मास्टर पीस को बाहर निकाला जाता है, अब आपके पास चित्र में दिखाया गया जैसा एक मोल्ड बचेगा।

रबर मोल्ड का उपयोग करके आप जितने चाहे वैक्स के पीस बना सकते हैं। वैक्स मोल्ड में इंजेक्ट हो जाता है।



आकृति 3.12.1.5 वैक्स इंजेक्शन



आकृति 3.12.1.6 वैक्स पीस

एक बार ठंडा होने पर आपको चित्र में दिखाया गया जैसा एक वैक्स का पीस मिलता है।

इन वैक्स के पीस को जोड़कर चित्र में दिखाया गया है जैसा एक वैक्स का ट्री बनाया जाता है।



आकृति 3.12.1.7 वैक्स ट्री





आकृति 3.12.1.8 कास्टिंग फ्लास्क में वैक्स ट्रीज

इन वैक्स ट्रीज को फ्लास्क में रखा जाता है जैसे चित्र में दिखाया गया है।

इन फ्लास्क में एक प्लास्टर जैसी सामग्री से भर दिया जाता है जिसे इनवेस्टमेंट कहते हैं।



आकृति 3.12.1.9 इनवेस्टमेंट



आकृति 3.12.1.10 फर्नेस

इन फ्लास्क को एक ओवन में गरम किया जाता है। वैक्स पिघल कर बाहर निकल आता है एवं ट्री के खाली स्थान पीछे छोड़ देता है।

सोने को फ्लास्क में डाल दिया है।



आकृति 3.12.1.11 कास्टिंग



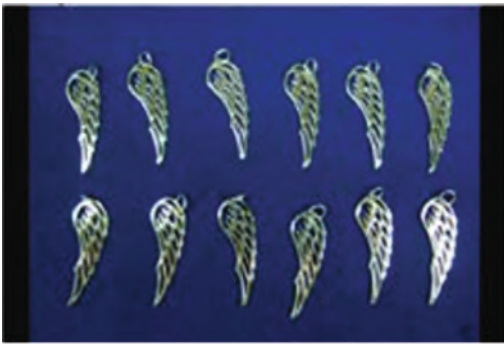
आकृति 3.12.1.12 कास्टेड मेटल ट्रीज

अब आप के पास वैक्स के बजाए एक सोने या चांदी का ट्री है।

ट्री से अलग-अलग शाखाएं काटी जाती हैं।



आकृति 3.12.1.13 कास्टेड मेटल ट्रीज से शाखाएं काटना



आकृति 3.12.1.14 फिनिशड मेटल का पीस

अलग-अलग पीस को चमका कर फिनिश किया जाता है एवं आपको एक ही डिजाइन के कई पीस मिलते हैं।

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)

वैश्विक बाजार में भारतीय विरासत और शिल्प १



[यहाँ क्लिक करें](#)

वैश्विक बाजार में भारतीय विरासत और शिल्प २

### 3.12.2 मशीन से बनी चूड़ियाँ

#### मशीन से बनी चूड़ियाँ

आज भारत में एक बहुत लोकप्रिय खंड मशीन से बनी चूड़ियाँ हैं।

मशीनों के डिजाइन के सैकड़ों प्रोग्राम किए जा सकते हैं एवं बहुत कम समय में उन के डिजाइन का उत्पादन कर सकते हैं। यह मशीनें 24 घण्टे लगातार काम कर सकती हैं। मशीन विभिन्न अद्वितीय पैटर्न एवं डिजाइन बनाती हैं जो हातों से इतनी आसानी से बनाए नहीं जा सकते विशेष रूप से परिशुद्धता के उच्च स्तर के साथ।

मशीनों को पैटर्न बनाने के लिए भी प्रयोग में लाया जाता है जिनमें कट आऊट डिजाइन होते हैं जैसे नीचे दिखाया गया है। इन चूड़ियों का फिनिश भी हाथ से बनी चूड़ियों से बेहतर होता है।



आकृति 3.12.2.1 मशीन से बनी चूड़ियाँ

चूड़ियों को उनके भीतरी व्यास, जो चूड़ी के केंद्र के माध्यम से गुजरती हुई एक सीधी रेखा की लम्बाई का माप होता है, माप की यूनिट इंच है। तो, जब हम कहते हैं चूड़ी आकार 2-5 है (दो पांच), तो इसका अर्थ है चूड़ी का व्यास 2 पूर्ण इंच प्लस इंच की कुल 16 वर्गों के 5 वर्ग है।



आकृति 3.12.2.2 चूड़ी का आकार

चूड़ी का नाप	इंच में चूड़ियों की चौड़ाई	मिलीमीटर में चूड़ियों की चौड़ाई
2.2	2.1250	54.00
2.4	2.2500	57.20
2.6	2.3750	60.30
2.8	2.5000	63.50
2.10	2.6250	66.70
2.12	2.7500	69.90
2.14	2.8750	73.00
3	3.0000	76.20

आकृति 3.12.2.3 चूड़ी आकार का चार्ट

### 3.12.3 मशीन से बनी चेन एवं निष्कर्ष

चेन के विभिन्न प्रकार



आकृति 3.12.3.1 बॉक्स चेन



आकृति 3.12.3.2 रोलो चेन



आकृति 3.12.3.3 ओमेगा चेन



आकृति 3.12.3.4 बाइजेंटाइन चेन



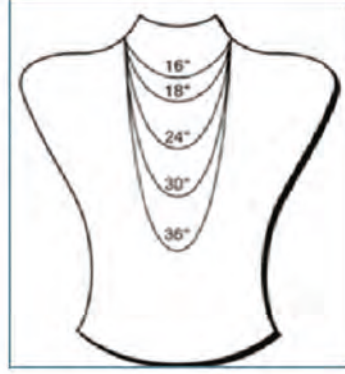
आकृति 3.12.3.5 रोप चेन



आकृति 3.12.3.6 स्नेक चेन

## चेन लंबाई का मापन

एक चेन की लंबाई हमेशा इंच में मापी जाती है। इन्हे चेन के छोर से दूसरे तक मापा जाता है।



आकृति 3.12.3.7 चेन की लंबाई

## आभूषण के निष्कर्ष

आभूषण के निष्कर्ष आभूषण के एक पीस की श्यांत्रिकीश होती हैं। इन्हे मुख्य रूप से रचनात्मक प्रयोजनों के लिए जैसे पीस के विभिन्न घटकों को एक साथ जोड़ने या संलग्न करने के लिए डिजाइन किया जाता है।

अंगूठी के अलावा, आभूषण के हर पीस को उसे सुरक्षित करने के निष्कर्षों की जरूरत है।

निष्कर्षों के विभिन्न प्रकार होते हैं

कान की बाली = तितली / स्कॉल घुमावदार के साथ या उसके बिना ।

चेन = एस हुक, जम्प रिंग, बॉक्स कडी।

कंगन (ब्रेसलेट्स) = टॉगल कडी, झींगा कडी, जम्प रिंग, एस हुक ।



आकृति 3.12.3.8 जम्प रिंग



आकृति 3.12.3.9 एस हुक



आकृति 3.12.3.10 लॉबस्टर कडी



आकृति 3.12.3.11 बंबई हुक



आकृति 3.12.3.12 टॉगल कडी





### 3.12.4 इलेक्ट्रोप्लेटिंग एवं इलेक्ट्रोफॉर्मिंग

#### इलेक्ट्रोप्लेटिंग

इलेक्ट्रोप्लेटिंग एक विधि है जिसमें आभूषण के एक पीस पर एक सोने की परत चढ़ाई जाती है। यह एक सोने के द्रवघोल में एक आभूषण आइटम रखने एवं आभूषण पीस एवं द्रवघोल के माध्यम से एक बिजली का करंट पार कराने की एक प्रक्रिया है।

आमतौर पर चांदी के आभूषण आइटम या तांबे की तरह भी अन्य बेस मेटल्स वस्तुओं जैसे तांबे की, को सोने का रूप देने के लिए उन पर सोना चढ़ाया जाता है।

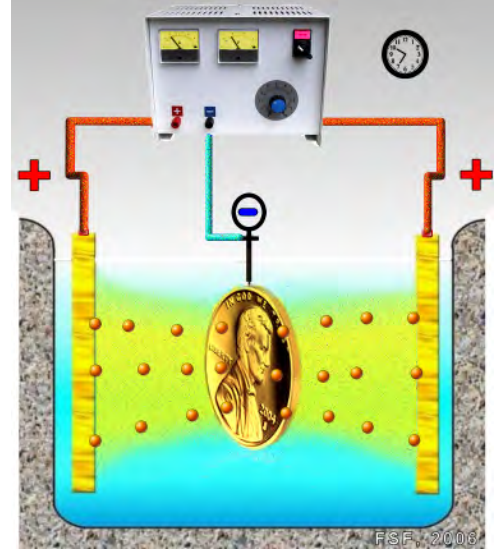
इलेक्ट्रोप्लेटेड सोने के ज्वेलरी को अक्सर लोकप्रिय "एक ग्राम सोने के आभूषण" के नाम से बेचा जाता है। यह वास्तव में सोने की तरह लगती है क्योंकि इस पर सोना चढ़ाया जाता है, लेकिन अंदर की सामग्री सोने की नहीं होती है। यह "एक ग्राम सोना" कहा जाता है क्योंकि इस गैर-कीमती धातु आइटम पर एक ग्राम सोना चढ़ाया हुआ माना जाता है। इस तरह के आइटम के लिए प्योर्ग में लाई गई सोने की वास्तविक राशि का पता लगाना बहुत मुश्किल है। इसका व्यावहारिक रूप से कोई पुनर्विक्रय मूल्य नहीं होता है। इलेक्ट्रोप्लेटेड सोना कीमती आभूषण के रूप में नहीं माना जाता है एवं मुख्य रूप से नकली ज्वेलरी या फैशन आभूषण के नाम से बेचा जाता है।

#### इलेक्ट्रोफॉर्मिंग

यह बस एक जटिल, तीन आयामी आकार (एक खराद का धुरा, मॉडल, या पैटर्न कहा जाता है) का इलेक्ट्रोप्लेटिंग करना है। आभूषण डिजाइन के मामले में, खराद का धुरा पर सोने की एक पतली परत चढ़ाई जाती है जो कि खराद का धुरा के आकार एवं सतह के विवरण के अनुसार चढ़ती है।

यह खराद का धुरा बाद में निकाल दिया जाता है एवं एक खोखली सोने की वस्तु – आभूषण का पीस पीछे रह जाता है। इस पूरी प्रक्रिया को एक इलेक्ट्रोफॉर्मिंग बाथ में किया जाता है जो कि एक संशोधित इलेक्ट्रोप्लेटिंग बाथ होता है जिसमें विशेष प्रकार का बनाया हुआ गोल्ड इलेक्ट्रोलाइट (प्लेटिंग द्रवघोल) होता है।

इस प्रकार, यह उपकरण एवं प्रक्रिया के संदर्भ में इलेक्ट्रोप्लेटिंग के समान है। इलेक्ट्रोफॉर्मिंग प्रक्रिया का खोखली सोने की मूर्तियां बनाने के लिए बड़े पैमाने पर प्रयोग किया जाता है।



आकृति 3.12.4.1 इलेक्ट्रोप्लेटिंग



आकृति 3.12.4.2 इलेक्ट्रोफॉर्मिंग

### 3.12.5 टांका लगाना (सोल्डरिंग)

टांका लगाना (सोल्डरिंग) यह एक जोड़ने की प्रक्रिया है जो आभूषण निर्माण की प्रक्रिया का एक हिस्सा है। इसे अच्छी तरह के कार्यक्षेत्र में एवं एक बड़े पैमाने पर उत्पादन के कारखाने में कुशल सुनार द्वारा किया जाना चाहिए।

टांका लगाने की प्रक्रिया में दो या दो से अधिक कीमती मेटल की वस्तुओं के जोड़ में एक पूरक धातु (मिलाप) को पिघला कर डाला जाता है एवं जोड़ा जाता है।

टांका लगाने की प्रक्रिया वेल्डिंग प्रक्रिया से अलग है कि इसमें धातुओं के जोड़ को पिघलाया नहीं जाता है।

#### सोने की सोल्डरिंग

आभूषण में अनेक विभिन्न घटक होते हैं जिनको एक साथ सोल्डर करने की आवश्यकता होती है। इस प्रक्रिया में पूरक धातु का पिघलन बिंदु कीमती मेटल की तुलना में कम होता है।

अगर आप एक सोने के तार लें एवं उसका एक चेन के लिए एक लूप बनाना चाहें तो दोनों सिरों को एक साथ सोल्डर करने की आवश्यकता होगी।

पारंपरिक सोने में सोल्डर करने, प्रयोग किए गए धातु हैं जिंक, कैडमियम एवं निकल है।

#### कैडमियम आधारित सोल्डरिंग

कैडमियम का पारंपरिक रूप से आभूषण में सोल्डर करने के लिए प्रयोग किया गया है क्योंकि यह अच्छी तरह से पिघलता है एवं यह पिघलने सीमा को कम करता है।

अब यह ज्ञात है कैडमियम के साथ एक गंभीर विषाक्तता समस्या है। कैडमियम पिघलने पर आसानी से उबलता है तथा उसकी एक भाप बनती है, जो हवा के साथ प्रतिक्रिया करके जहरीले कैडमियम ऑक्साइड धुएं का निर्माण करती है। आभूषण उद्योग में श्रमिकों के लिए जिनमें स्क्रेप रिफाइनर भी शामिल हैं, यह धुआं लंबी अवधि की स्वास्थ्य समस्याएं पैदा कर सकता है। इनमें फेफड़ों, गुर्दे एवं रक्त के लिए नुकसान भी शामिल है।

कैडमियम शरीर में एकत्र होता है इसलिए कैडमियम के जोखिम को सीमित करने के कई देशों में नियम हैं। हालांकि, एक कार्यशाला में अच्छा वेंटिलेशन एवं निकास प्रणाली हमेशा के लिए स्थित होनी चाहिए, वातावरण में कैडमियम की भाप पर्यावरण प्रदूषण का कारण बनती है एवं खाद्य श्रृंखला में मिल सकती है।

बीआईएस के मानक कैडमियम की सोल्डर करने के लिए उपयोग की अनुमति नहीं देता।

### टिप्पणियाँ

---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 3.13: फिनिशेस

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. ज्वेलरी पीस में मेटल फिनिशेस के विभिन्न प्रकार पहचानने में



#### उच्च चमक (हाई-ग्लॉस) / साटन फिनिश

मेटल का बफिंग के माध्यम से फिनिश प्राप्त किया जाता है, यानि आभूषण के पीस को एक उच्च गति खराद पर मलने से एवं उत्पन्न घर्षण एवं गर्मी के कारण।

आकृति 3.13.1 हाई-ग्लॉस चमक/साटन फिनिश

#### मैट फिनिश

मैट फिनिश आभूषण आधुनिक, डिजाइन के प्रति सजग एवं उच्च फैशन व्यक्तियों द्वारा इष्ट हो जाती है।

जब मेटल को बफ नहीं किया जाता तब मैट फिनिश मिलती है।



आकृति 3.13.2 मैट फिनिश



#### हॅमर्ड फिनिश

यह एक हाथ की बनावट होती है जिसमें मेटल को हाथ से बार-बार पीटा जाता है।

आकृति 3.13.3 हॅमर्ड फिनिश

#### डायमंड कट फिनिश

डायमंड कट फिनिश में आमतौर पर छोटे परावर्ती पहलु होते हैं जिन पर "स्पार्कलिंग प्रभाव" के लिए झोडियम चढ़ाया जाता है।



आकृति 3.13.4 डायमंड कट फिनिश



#### एनग्रेविंग

व्यक्तिगत डिजाइन इस्पात एनग्रेविंग उपकरणों के साथ हाथ से उकड़े जाते हैं। यह तकनीक शिल्पकार को उच्च डिग्री की रचनात्मकता की सुविधा देते हैं।

आकृति 3.13.5 एनग्रेविंग

#### मीनाकारी / एनामेनिंग

यह एक सतह सजावट की तकनीक है जिसमें रचित प्रकृति का एक वर्णक जिसमें सिलिका एवं पोटाश का पाउडर, तेल तथा धातु आक्साइड के रंग को मिलाकर सोने पर चढ़ाया जाता है।



आकृति 3.13.6 मीनाकारी / एनामेनिंग



## यूनिट 3.14: भारतीय आभूषणों में विविधता

### यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. विशिष्ट आभूषण पीस के क्षेत्र को पहचानें में
2. शरीर के विभिन्न भागों पर पहनने वाली आभूषण पीस को पहचानें में

### 3.14.1 क्षेत्रीय भारतीय आभूषण

भारत आभूषण की खजाना निधि है। यह संभवतः दुनिया में एकमात्र देश है जिसमें हर आभूषण के हर डिजाइन के लिए एक विशेष नाम है।

#### उत्तर भारत की आभूषण

उत्तर भारतीय आभूषण पर एक मजबूत मुगल प्रभाव है।

भारी पत्थर एवं विस्तृत एनेमेलिंग उत्तर भारतीय आभूषण के दो प्रमुख विशेषताएं हैं। कुंदन आभूषण मुगल का आभूषण पर प्रभाव का उत्पाद है।



आकृति 3.14.1.1 पोल्की हार



आकृति 3.14.1.2 मिनाकारी कडा



आकृति 3.14.1.3 चंद बाला



आकृति 3.14.1.4 पेंडेंट  
(जड़ना काम के साथ किए हुए कीमती जेमस्टोन)



आकृति 3.14.1.5 हासली



## दक्षिण भारतीय आभूषण

दक्षिण भारतीय आभूषण प्रकृति एवं पौराणिक कथाओं से प्रेरणा लेती है। भारतीय आभूषण के अन्य सभी प्रकार की तुलना में यह अलग है, क्योंकि इसमें प्रतीकों एवं कहानी सुनाने का उच्च स्तर है।



आकृति 3.14.1.6 अरुबुमालाई (बेला बड)



आकृति 3.14.1.7 सोने की आभूषण भगवान कृष्ण का चित्रण कालियानाग पर नाच



आकृति 3.14.1.8 मांगा मलाई (मैंगो माला)



आकृति 3.14.1.9 मकरकांतीप



आकृति 3.14.1.10 ओड्डियानम



आकृति 3.14.1.11 मंदिर के ज्वेलरी/टेम्पल ज्वेलरी की मिश्रित मोहरे

## पूर्व भारतीय आभूषण

बहुत हल्के एवं जटिल पूर्व भारतीय आभूषणों की विशेषताएं हैं।



आकृति 3.14.1.12 पूर्वी भारत से  
जटिल रानी हार



## पश्चिमी भारत की आभूषण

महाराष्ट्र के आभूषण की एक विशिष्ट विशेषता है लाख के मनके एवं खोखले सोने के मनकों पर सोने की पन्नी का मुद्रांकन की तकनीक का उपयोग होता है। गुजराती आभूषण प्रकृति से प्रेरणा लेता है एवं आदिवासी ज्वेलरी की तरह चंकी होती है।



आकृति 3.14.1.13 गुजराती जडटर आभूषण



आकृति 3.14.1.14 मोहन माला



आकृति 3.14.1.15 कोल्हापुरी दुशी



आकृति 3.14.1.16 महाराष्ट्र से वज्रतीक



आकृति 3.14.1.17 गुजरात से घुंगरु चूड़ियाँ



आकृति 3.14.1.18 गजरा बांगडी

## देश के विभिन्न भागों से दुल्हन के आवश्यक पहने जाने वाली आभूषण

आभूषण भारत में महिलाओं के जीवन में एक बहुत ही महत्वपूर्ण हिस्सा है। महिलाओं, को जीवन के विभिन्न चरणों में आभूषण भेंट दी जाती रही है, जन्म के समय, शादी में, माँ बनने पर, आदि। विवाहित भारतीय महिलाओं के लिए कुछ तरह की आभूषण जैसे मंगलसूत्र, नथ (नाक की अंगूठी), पैर की अंगुली के छल्ले आदि आमतौर पर एक आवश्यक पहनने वाली होती है। शादी के समय में महिलाओं को उपहार में दी जाने वाली आभूषण स्त्री धन कहलाती है।



आकृति 3.14.1.19 लोहा, शाका, पोला पश्चिम बंगाल से



आकृति 3.14.1.20 दक्षिण भारत सेताली



आकृति 3.14.1.21 गुजरात से दुल्हन चुडला



आकृति 3.14.1.22 मंगलसुत्र



### 3.14.2 शरीर के विभिन्न भागों के लिए आभूषण

सिर के गहने



आकृति 3.14.2.1 मॉंग टीका (उत्पत्ति उत्तर भारत)



आकृति 3.14.2.2 बोरला (उत्पत्ति राजस्थान)



आकृति 3.14.2.3 सुर्यकला/चंद्रकला  
(उत्पत्ति दक्षिण भारत)



आकृति 3.14.2.4 नेथीछुट्टी  
(उत्पत्ति दक्षिण भारत)



आकृति 3.14.2.5 झुमर  
(उत्पत्ति उत्तर भारत)



आकृति 3.14.2.6 कलगी सरपेच  
(उत्पत्ति उत्तर भारत)



आकृति 3.14.2.7 वेणी  
(उत्पत्ति महाराष्ट्र)



आकृति 3.14.2.8 जडनांगम  
(उत्पत्ति दक्षिण भारत)

## कान के गहने



आकृति 3.14.2.9 बाला (उत्पत्ति उत्तर भारत)



आकृति 3.14.2.10 शुमका



आकृति 3.14.2.11 कुडाजोडी

## गर्दन के गहने



आकृति 3.14.2.12 हंसली (उत्पत्ति राजस्थान)



आकृति 3.14.2.13 चोकर/गुलुबंध



आकृति 3.14.2.14 हार



आकृति 3.14.2.15 माला

## कलाई एवं हाथ के गहने



आकृति 3.14.2.16 बांगडी



आकृति 3.14.2.17 गजरा (उत्पत्ति राजस्थान)



आकृति 3.14.2.18 कडा



आकृति 3.14.2.19 पाटल्या  
(उत्पत्ति महाराष्ट्र/राजस्थान)



आकृति 3.14.2.20 टोडा (महाराष्ट्र)



आकृति 3.14.2.21 सुतरला



आकृति 3.14.2.22 हाथफूल



आकृति 3.14.2.23 वाकी



आकृति 3.14.2.24 बाजूबंद



नाक, कमर एवं पैर के गहने



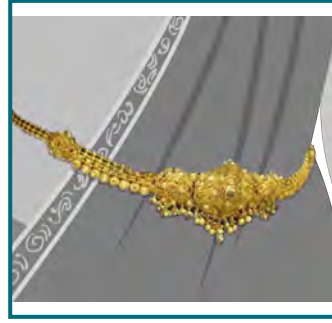
आकृति 3.14.2.25 नथ (उत्पत्ति महाराष्ट्र)



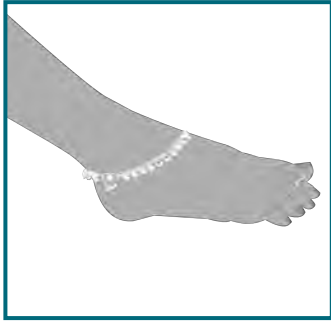
आकृति 3.14.2.26 नथनी (उत्पत्ति राजस्थान)



आकृति 3.14.2.27 ओडियान



आकृति 3.14.2.28 कमरबंद



आकृति 3.14.2.29 पायल



आकृति 3.14.2.30 चाबी का गुच्छा

टिप्पणियाँ



?

## 4. विभिन्न काउंटरों पर ग्राहक के द्वारा खरीदने के निर्णय को सहज करना



यूनिट 4.1 – काउंटर यूनिट पर ग्राहक की मदद करना

यूनिट 4.2 – बिलिंग प्रक्रिया को सहज करना



## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. बिक्री प्रक्रिया के महत्वपूर्ण स्टेपों को समझने में
2. उत्कृष्ट सेवा देकर ग्राहक की मदद करने में
3. बिलिंग प्रक्रिया से जुड़े स्टेपों की व्याख्या करने में
4. बिलिंग प्रक्रिया को समझने में और बिलिंग प्रक्रिया से जुड़े स्टेपों की व्याख्या करने में

## यूनिट 4.1: काउंटर पर ग्राहक की मदद करना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. बिक्री प्रक्रिया के पांच आवश्यक स्टेपों का अभ्यास करने में
2. अच्छी ग्राहक सेवाओं के महत्वपूर्ण स्टेपों को जानने में
3. बिक्री के दौरान क्या करना चाहिए और क्या नहीं, इसकी जानकारी रखने में
4. खराब, अच्छे, और उत्कृष्ट ग्राहक सेवा के बीच अंतर को पहचानने में

### 4.1.1 बिक्री प्रक्रिया के आवश्यक स्टेप

हम सभी को खरीदारी का अनुभव है, या तो स्थानीय दुकान में या किसी मॉल में। हम में से अधिकतर लोगों को कुछ दुकानों के बदले कुछ दूसरे दुकानों पर जाना ज्यादा अच्छा लगता है। ग्राहक से बढ़कर कोई नहीं है। ग्राहक को खुश रखना ही जेआरएसए का सबसे महत्वपूर्ण काम है। आइए इस युनिट में सीखें कि किस प्रकार ग्राहक को अच्छी सेवा प्रदान की जा सकती है।

#### बिक्री प्रक्रिया के पांच महत्वपूर्ण स्टेप

बिक्री प्रक्रिया किसी उत्पाद या सेवा को बेचने की एक व्यवस्थित पद्धति है। बिक्री प्रक्रिया में स्टेपों का एक अनुक्रम शामिल होता है जो जैसे तो सीधी-रेखा प्रक्रिया जैसी लग सकती है, लेकिन विभिन्न स्टेपों के बीच ऐसी बहुत सारी आगे-पीछे की गतिविधियां शामिल हैं जिनके कारण आखिरकार सौदा पूरा होता है। जबकि बिक्री प्रक्रिया उद्योग और व्यक्तिगत प्राथमिकताओं के अनुसार बदलती रहती है, आप इन पांच महत्वपूर्ण स्टेपों को याद रखें। ये आपको ज्यादा-से-ज्यादा सौदे पूरे करने में मदद करेंगे।

पांच महत्वपूर्ण स्टेप इस प्रकार हैं:

#### स्टेप 1:

**मिलना और स्वागत करना** – शुरुआती परिचय ही आगे की बिक्री प्रक्रिया के लिए अनुकूल परिस्थिति तैयार करेगा। यही समय है वातावरण को सहज बनाने का, ग्राहक को विश्राम और सुख की अनुभूति दिलाने का। आपके पास यही मौका है कि आप ग्राहक के साथ घनिष्ठता स्थापित करें, इसलिए आपको ईमानदार, दोस्ताना, और विनोदी होना पड़ेगा।

#### स्टेप 2:

**ग्राहक की जरूरतों का चुनाव करना** – यही वह स्टेप है जहां आप ग्राहक से प्रश्न पूछते हैं ताकि आपको ग्राहक की जरूरतों को पहचानने में मदद मिल सके। वास्तव में, यही बिक्री प्रक्रिया का कौन, क्या, किधर, कब, क्यों, और कैसे पहलू है। अगर आप ग्राहक की जरूरतों का ठीक से चुनाव करने में सफल हो जाते हैं, तो आप उनकी जरूरतों और चाहतों को पूरा करने में सक्षम होंगे। इस स्टेप को पूरा करने में जल्दबाजी न करें चुनाव करने में समय लगाने से दूसरे स्टेप तक पारगमन सुचारू रूप से हो पाएगा।

#### स्टेप 3:

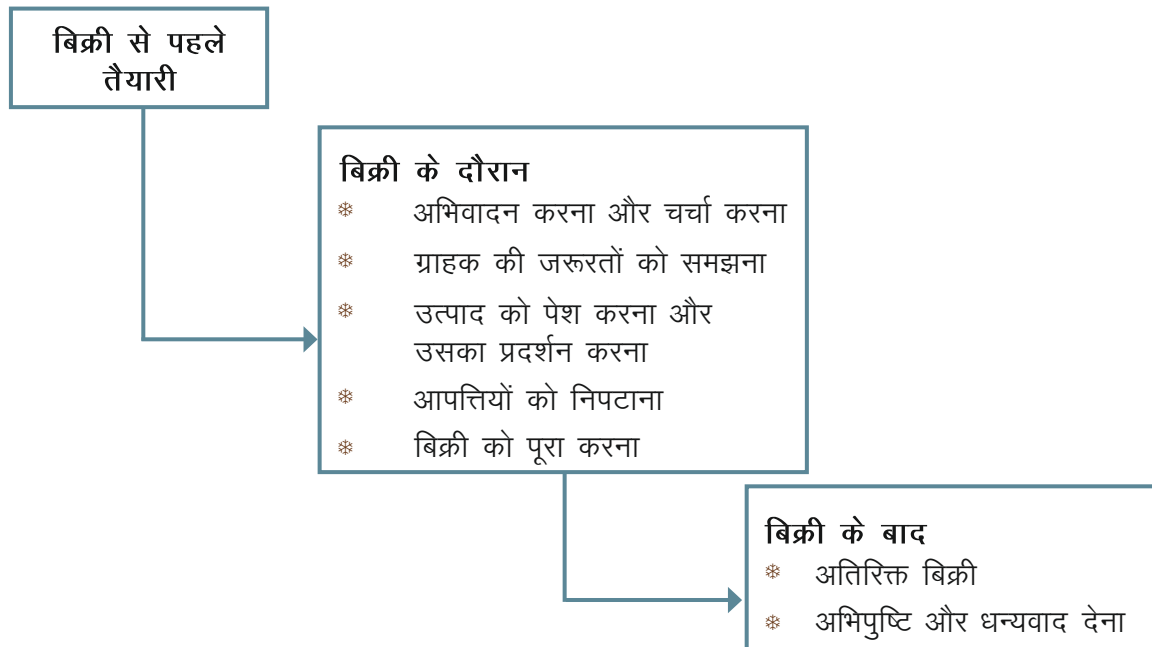
**पेशकश या प्रदर्शन** – इस स्टेप में विक्रेता अपने उत्पादों या सेवाओं के बारे में जो कुछ भी जानता है उसका प्रदर्शन कर सकता है। बेशक, उत्पाद की पेशकश में उसकी विशेषताएं शामिल होंगी।

**स्टेप 4:**

**आपत्तियों पर काबू पाना** – बिक्री प्रक्रिया में यह एक महत्वपूर्ण स्टेप है क्योंकि अक्सर आपत्तियाँ ही ग्राहक के वे कारण होती हैं जिनके लिए ग्राहक आपके उत्पाद या सेवा नहीं खरीदते हैं। वास्तव में, आपत्तियाँ बिक्री प्रक्रिया में एक और स्टेप ही होती हैं, जो सौदा पूरा करने के दौरान, आपको ग्राहक के दिमाग में उनको दी जाने वाली गुणवत्ता को सुदृढ़ करने का मौका देती हैं। यह समय हार मानने का नहीं है। उनसे पूछें कि जो भी लग रहा उसका क्या कारण है और उनके कथनों का सीधा-सीधा उत्तर दें।

**स्टेप 5:**

**सौदा पूरा करना** – ग्राहक की आपत्तियों को निपटा लेने के बाद आपको सौदा पूरा करना चाहिए। सौदा पूरा करने के लिए बहुत सारे तरीकों का इस्तेमाल किया जा सकता है, और आपको उन तकनीकों को खोजने की जरूरत है जो आप आराम से उपयोग कर सकते हैं।



आकृति 4.1.1.1 बिक्री प्रक्रिया के स्टेप

**4.1.2 अच्छी ग्राहक सेवा के मूलभूत स्टेप**

अच्छी सेवा उसे कहते हैं जिसके बारे में ग्राहक यह मानता है कि उसके साथ जो बर्ताव हुआ है वह उसकी अपेक्षाओं से बढ़कर है। इसलिए, अच्छी सेवा तब कही जाती है जब हम ग्राहकों को उनकी अपेक्षाओं से कुछ अधिक देते हैं।

**बिक्री करते समय याद रखने लायक कुछ महत्वपूर्ण स्टेप निम्नलिखित हैं।**

**स्टेप 1** ग्राहक का अभिवादन करें। एक अच्छा तरीका ग्राहक को यह बताता है कि विक्रेता वहां मौजूद है और जरूरत पड़ने पर मदद के लिए तैयार है।

**स्टेप 2** ग्राहक की जरूरतों को समझने के लिए प्रश्न पूछें।

**स्टेप 3** उचित उत्पाद दिखाएं।

**स्टेप 4** उत्पाद के बारे में उत्कृष्ट जानकारी रखें।

- ग्राहक को उत्पाद के बारे में बताना जरूरी है। सारे ग्राहक अपने द्वारा दिए गए दाम का पूरा मोल चाहते हैं।
- उत्पाद के बारे में आपकी जानकारी से आपको मदद मिलेगी कि आप प्रदर्शनी को ग्राहक के द्वारा मांगी गयी जानकारी के साथ मिला सकें।

**स्टेप 5** जब ग्राहक आपकी बिक्री प्रदर्शनी में दिलचस्पी लेने लगे तब सौदा पूरा करें। इसका संकेत आपको टिप्पणियों, हावभावों, या प्रतिक्रिया से मिलेगा।

ग्राहक को वचनबद्ध करने के दांव-पेंच बहुत महत्वपूर्ण हैं क्योंकि ये ग्राहक को सम्बद्ध होने और सेल्स एसोसिएट द्वारा उनके लिए बनाए गए सराहनीय अनुभव को बांटने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। जब ठीक तरीके से किया गया हो – ग्राहक को वचनबद्ध करने की एक सुदृढ़ योजना, ब्रांड विकास और वफादारी दोनों पूरी करती है।

#### 4.1.2 बिक्री के दौरान क्या करना चाहिए और क्या नहीं

किसी भी प्रक्रिया में कुछ निश्चित स्टेप या कार्य होते हैं जिन्हें आपको करना चाहिए और कुछ ऐसे निश्चित स्टेप होते हैं जिन्हें करने से आपको बचना चाहिए। ठीक उसी तरह, बिक्री प्रक्रिया में कुछ ऐसे निश्चित "क्या करें" और "क्या न करें" हैं जिनका आपको पालन करना चाहिए। चलिए, इस युनिट में बिक्री करते समय 'क्या करें' और 'क्या न करें' के बारे में और ज्यादा जानें।

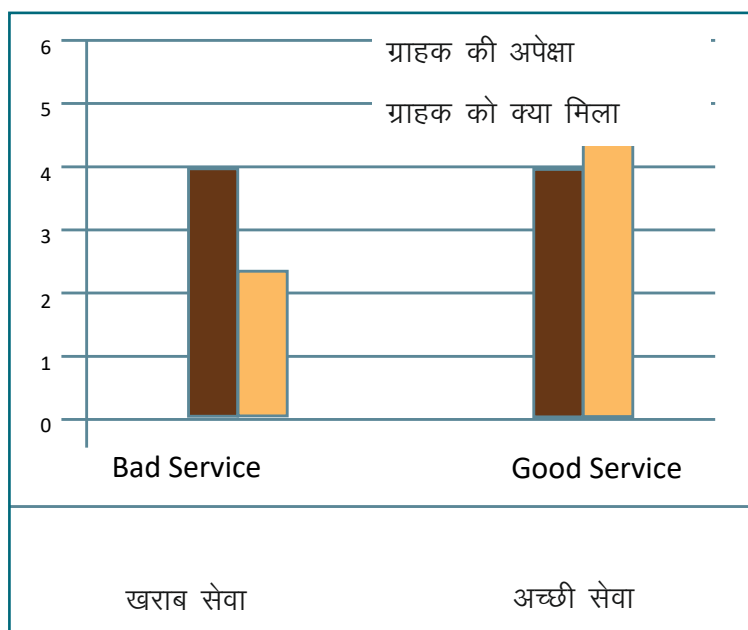
क्या करें ☑	क्या न करें ☒
अच्छी तरह से तैयार रहें	ग्राहक को अकेला छोड़ दें
अपने ग्राहक का अभिवादन करें	"क्या मैं आपकी मदद कर सकती/सकता हूँ?" का इस्तेमाल
"क्या मैं आपकी सहायता कर सकती/सकता हूँ?" कहकर सहायता का प्रस्ताव दें	उदासीन रहें
ग्राहक की जरूरतों को समझने के लिए प्रश्न पूछें	गलत सुझाव दें
अपने उत्पाद को पेश करें	
उत्पाद के बारे में जानकारी रखें	
सुझाव दें	
मदद करने की प्रवृत्ति रखें	

#### 4.1.3 अच्छे, बुरे और उत्कृष्ट सेवाओं के बीच अंतर

ग्राहक से बढ़कर कोई नहीं है। ग्राहक को खुश रखना ही जेआरएसए का सबसे महत्वपूर्ण कार्य होता है। इस युनिट में, आइए सीखें कि ग्राहक को उत्कृष्ट सेवा कैसे प्रदान करनी है।

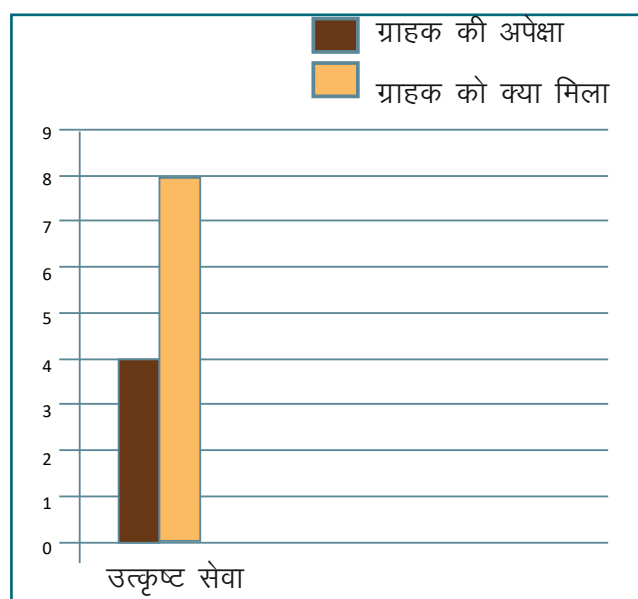
ग्राहक दुकान में कुछ अपेक्षाएं ले कर आता है जैसे कि एक अच्छा विक्रेता उसकी सेवा में हाजिर हो, अच्छी उत्पाद, और अच्छी ग्राहक संभाल सेवा है। ग्राहक को क्या मिलता है और उसकी क्या अपेक्षाएं हैं, यह दुकान की सेवा की गुणवत्ता पर निर्भर करता है।

- ? जब ग्राहक को लगे कि उसे जो व्यवहार मिला है वह उसकी अपेक्षा से कहीं ज्यादा है तो वह अच्छी सेवा कहलाती है। इसलिये, अच्छी सेवा तब मानी जाती है जब हम ग्राहक को उसकी अपेक्षा से कुछ ज्यादा देते हैं।
- ? जब ग्राहक को लगे कि उसे दिया गया व्यवहार उसकी अपेक्षाओं से कम है तो वह खराब सेवा मानी जाती है।



आकृति 4.1.4.1 खराब और अच्छी ग्राहक सेवा का चित्रात्मक निरूपण

उत्कृष्ट बिक्री तब होती है जब विक्रेता को ग्राहक की अपेक्षाओं से ज्यादा प्रदान करने में आनंद मिलता है, तब अच्छी सेवा उत्कृष्ट सेवा बन जाती है।



आकृति 4.1.4.2 उत्कृष्ट ग्राहक सेवा का चित्रात्मक निरूपण



### उत्कृष्ट सेवा की विशेषताएं

- ? ग्राहक का अभिवादन करें।
- ? ग्राहक के विनिर्देश जानने के लिए सवाल पूछें।
- ? उपयुक्त उत्पाद का प्रदर्शन करें।
- ? उत्पाद के बारे में उत्कृष्ट ज्ञान रखें।
- ? सुझाव दें।
- ? अतिरिक्त बिक्री करने की कोशिश करें।
- ? ग्राहक को खुश करने के लिए अतिरिक्त कोशिश करें।
- ? ग्राहक की सराहना करें।
- ? अतिरिक्त आकर्षक समान भेंट में दें।

### टिप्पणियां



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 4.2: बिलिंग प्रक्रिया को आसान बनाएं

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. बिलिंग प्रक्रिया की व्याख्या विस्तार में करने में
2. बिलिंग प्रक्रिया में जेआरएसए की भूमिका और बिक्री प्रक्रिया पूरा करने के दौरान अतिरिक्त बिक्री के अवसर को पहचानने में

### 4.2.1 बिलिंग प्रक्रिया

कोई भी बिक्री बिलिंग प्रक्रिया के पूरे होने पर ही समाप्त होती है। इसलिए, बिलिंग बिक्री प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। आइए इस यूनिट में बिलिंग प्रक्रिया और अतिरिक्त-बिक्री करने का तरीका सीखें।

किसी भी बिक्री का अन्त बिंदु बिलिंग प्रक्रिया होती है। बिलिंग में, ग्राहक को बेचे गए उत्पाद का भुगतान करता है और कैशियर उसकी रसीद ग्राहक को देता है।

रसीद एक ऐसा दस्तावेज है जो उत्पाद के विवरण की जानकारी देता है। रसीद की सूची में निम्नलिखित शामिल होते हैं:

- ? दुकान का नाम
- ? दुकान का पता और संपर्क
- ? खरीद की तिथि
- ? ऑर्डर संख्या (अगर लागू हो)
- ? क्रमांक
- ? उत्पाद का संक्षिप्त विवरण
- ? हर उत्पाद की मात्रा
- ? हर उत्पाद की कीमत
- ? कुल कीमत
- ? अतिरिक्त विवरण (शुद्ध वजन, सकल वजन, स्ओन के वजन)

दुकान के रिकॉर्ड के लिए बिल एक आवश्यक दस्तावेज होता है। यह ग्राहक को उसकी अपनी खरीद के बारे में पता लगाने के लिए भी महत्वपूर्ण होता है। साथ ही, यह सुनिश्चित करता है कि बिक्री का कोई हिस्सा अनदेखी की जाती है।

#### बिलिंग प्रक्रिया

बिलिंग की प्रक्रिया कैशियर द्वारा संभाला जाता है। यह एक जेआरएसए का प्राथमिक काम नहीं भी हो सकता, लेकिन आप को इस प्रक्रिया का पता होना चाहिए।

बिलिंग प्रक्रिया में बहुत सारे स्टेप शामिल होते हैं। आइए उन्हें समझें।

#### स्टेप 1

ग्राहक से उत्पादों को इकट्ठा करें।

ग्राहक ने जो उत्पाद खरीदे हैं उन्हें कैश काउंटर पर रखें।

## स्टेप 2

बारकोड को स्कैन करें।

- ? हर उत्पाद पर एक बारकोड लगा होता है। बारकोड उत्पाद से जुड़ी जानकारी दिखाता है, जैसे कि कीमत, उत्पाद का निर्माण, दुकान में उत्पाद की मात्रा।
- ? बारकोड कंप्यूटर प्रणाली को किसी भी उत्पाद की खोज करने में सहायक होता है। जैसे कि अगर कोई ग्राहक किसी ऐसे विशिष्ट प्रकार के हार की खरीदारी करता है जिसकी संख्या दुकान में 5 थी, तो बारकोड के द्वारा स्कैन पूरी हो जाने के बाद प्रणाली स्वचालित रूप से अद्यतन करेगी कि उस हार की संख्या अब दुकान में 4 है और एक हार बिक चुका है।
- ? उत्पाद को ग्राहक से लेने के बाद, उन्हें हाथ से गिनें। यह जरूरी है, क्योंकि कभी-कभी, हालांकि शायद ही कभी, स्कैनर बारकोड नहीं पढ़ता है या शायद उसने दो बार बीप किया हो। यह रसीद में त्रुटि पैदा करेगा। इसलिए, त्रुटि से बचने के लिए यह बेहतर होगा कि हम उत्पाद को गिन लें।



आकृति 4.2.1.1 बारकोड

## स्टेप 3

ग्राहक से पूछें कि वह भुगतान नकद से करना चाहता है या कार्ड से

- ग्राहक के पास भुगतान करने के विभिन्न प्रकार के माध्यम उपलब्ध हैं। यह नकद, क्रेडिट/डेबिट कार्ड या वाउचर हो सकता है। यह जरूरी है कि कैशियर ग्राहक से भुगतान का माध्यम पूछें। "सर/मैडम, आप नकद से या कार्ड से भुगतान करना चाहेंगे?"
- अगर ग्राहक कहे कि नकद से तो उससे नकद ले लें नकद को गिनें और फिर, उसे दराज में रख दें।
- कभी-कभी ग्राहक के पास वाउचर भी हो सकता है। उस स्थिति में, वाउचर को ले लें और कुल बिलिंग राशि से वाउचर राशि को घटाएँ जैसे कि अगर ग्राहक की बिलिंग राशि 2,300/- है और वह आपको 2,000/- का एक वाउचर देता है, तो फिर आप को उससे सिर्फ 300/- रूपए का शुल्क लेना है
- अगर ग्राहक कार्ड से भुगतान करना चाहता है, तो
  - पहले, जांचें कि कार्ड के पिछले भाग पर हस्ताक्षर मौजूद है या नहीं।
  - अगर कार्ड पर हस्ताक्षर मौजूद है, तो अगला स्टेप यह है कि कार्ड पर लिखे हुए नाम को पुकारा जाए। याद रहे, चुराए गए कार्ड के गलत इस्तेमाल को रोकने के लिए यह एक जरूरी स्टेप है। अगर आपके नाम बुलाने पर ग्राहक जिसने आपको कार्ड दिया है, उत्तर दे, तो यह मान लें कि वह कार्ड ग्राहक का या उसके किसी संबंधी का है।
  - अगर ग्राहक आपके द्वारा नाम पुकारे जाने पर उत्तर न दे और आपको संदेह हो, तो फिर, आप पहचान पत्र के सबूत की मांग करें



आकृति 4.2.1.1 डेबिट/क्रेडिट कार्ड का पिछला हिस्सा

#### स्टेप 4

नकदी के मामले में, ग्राहक को धन्यवाद देते हुए बकाया राशि लौटाएं और कार्ड के मामले में कार्ड लौटा दें।

अगर ग्राहक ने नकद से भुगतान किया हो, तो बकाया राशि, यदि कुछ है, तो वह ग्राहक को लौटा दें। अगर ग्राहक ने कार्ड से भुगतान किया है, तो कार्ड लौटाएं। कार्ड लौटाते समय आपको हमेशा कहना चाहिए कि, "सर/मैडम, आपका कार्ड", जिससे कि ग्राहक ध्यान दे कि कार्ड की वापसी हो गयी है। कार्ड के साथ ग्राहक को भुगतान रसीद दें और उस पर उसके हस्ताक्षर ले लें।

#### स्टेप 5

ग्राहक को प्रस्तावों और प्रचारों के बारे में जानकारी दें।

इसके बाद, आप ग्राहक को विभिन्न प्रकार की प्रोत्साहन योजनाओं और प्रस्तावों की जानकारी दें, जिन्हें आपकी दुकान के द्वारा प्रदान किया जा रहा है।

#### स्टेप 6

उत्पाद और रसीद को सौंप दें।

अंत में, माल की दोबारा गिनती करें और उसे एक थैले में डाल कर किसी उपयुक्त डिब्बे में रख दें। थैले और रसीद को ग्राहक को सौंप दें।

खरीदारी के लिए ग्राहक को धन्यवाद दें और उसे दोबारा पधारने के लिए कहें। आप कह सकते हैं, "खरीदारी के लिए धन्यवाद। कृपया दोबारा पधारें"।

ध्यान दें: हमेशा निश्चित करें कि ग्राहक को खरीदारी पर रसीद जरूर मिले।

## 5. एकाधिक काउंटरोँ के उत्पादों का स्टॉक प्रबंधित करना और उत्पादों का सुरक्षा सुनिश्चित करना



यूनिट 5.1 - काउंटर पर स्टॉक का प्रबंधन

यूनिट 5.2 - उत्पाद की सुरक्षा



## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. माल पड़ताल के महत्व को जानने में
2. माल पड़ताल की कार्यविधि के साथ परिचित होने में
3. काउंटर के स्टॉक कैसे प्रबंधित करना है को समझने में
4. नई सामग्री ऑर्डर करने की कार्यविधि को समझने में
5. उत्पादों को सुरक्षित रखने के तरीकों को समझने में

## यूनिट 5.1: काउंटर पर स्टॉक का प्रबंधन

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. माल पड़ताल के महत्व को समझने में
2. माल पड़ताल में जेआरएसए की भूमिका का वर्णन करने में
3. यह समझने में कि काउंटर पर किस प्रकार पर्याप्त स्टॉक बनाए रखना है
4. यह विश्लेषण करने में कि वास्तव में कितने स्टॉक की आवश्यकता है

#### 5.1.1 माल पड़ताल

माल पड़ताल महत्वपूर्ण है क्योंकि इससे हमें यह समझने में मदद मिलती है कि विक्रय प्रवृत्ति क्या है और कितने उत्पाद बिके हैं, खराब हो गए हैं, या खो गए हैं। “माल पड़ताल” के इस युनिट में चलिए जानते हैं कि किस प्रकार स्टॉक दर्ज किया जाता है।

माल पड़ताल एक कार्यविधि है जिसके द्वारा भौतिक रूप से दुकान में उत्पादों की गिनती का सत्यापन किया जाता है। इससे हमें यह पता चलता है कि कौन सा उत्पाद ग्राहकों में सबसे ज्यादा बिकता है ताकि उसी उत्पाद को फिर से ऑर्डर किया जा सके। गिनती के द्वारा इस बात का खुलासा करने में मदद मिलती है कि कौन से उत्पाद चोरी हो गए/खो चुके हैं। मूल रूप से, यह हमें माल का पता लगाने में मदद करता है।

#### 5.1.2 माल पड़ताल की प्रक्रिया

माल पड़ताल की प्रक्रिया में कई छोटे चरण शामिल हैं।

- ? माल पड़ताल की प्रक्रिया तब शुरू होती है जब विक्रेता/कारखानों से माल दुकान में पहुँचता है।
- ? प्राप्त स्टॉक को हाथ से गिना या स्कैन किया जाता है और विभिन्न उत्पादों की गिनती को दुकान के कंप्यूटर सिस्टम में अपडेट किया जाता है।
- ? फिर, उत्पादों की प्रदर्शनी और बिक्री के लिए उन्हें शॉप फ्लोर पर ले जाया जाता है।
- ? हर दिन, जेआरएसए को यह गिनती करनी चाहिए कि उसके विभाग में कितने उत्पाद हैं और उसकी गिनती को उन्हें स्टॉक-कीपिंग रजिस्टर में लिखना चाहिए।
- ? जेआरएसए द्वारा लिखी गिनती को उसके बाद प्रबंधक द्वारा हस्ताक्षरित किया जाता है।
- ? जब किसी उत्पाद का बिल बनाया जाता है, तब जेआरएसए बारकोड को स्कैन कर ता है और कंप्यूटर अपने आप से समरूपी उत्पाद की गिनती को सिस्टम में घटा देता है।
- ? इस दैनिक गिनती को फिर सिस्टम की गिनती के साथ मिलाया जाता है।
- ? वास्तविक गिनती के साथ सिस्टम की गिनती का मेल होना चाहिए।
- ? किसी बेमेल की स्थिति में, उत्पादों की गिनती फिर से करें और खोए हुए उत्पाद ढूँढें।
- ? प्रबंधक (मैनेजर) को गिनती में इस बेमेल के बारे में सूचित करें।
- ? अगर उत्पाद को ढूँढा न जा सके और सिस्टम के अनुसार उसका बिल नहीं बना है, तो वह उत्पाद या तो खो गया है या कोई प्रशासनिक त्रुटि या चोरी हुई है, और दुकान के लिए यह एक नुकसान है।

### 5.1.3 काउंटर पर स्टॉक प्रबंधन

1. निश्चित करें कि काउंटर पर कभी भी स्टॉक की कमी न हो।
2. यह भी निश्चित करें कि उत्पादों का अत्यधिक जमाव न हो।
3. इस विचार से कि ग्राहक ज्यादा डिजाइन दिखाने की मांग करेगा, किसी भी प्रकार के अत्यधिक स्टॉक को रखना बिक्री कर्मचारियों की गलत धारणा है।
4. यह निश्चित करें कि अतिरिक्त स्टॉक काउंटर पर न रखा हो बल्कि उन्हें निकालकर फिर से स्टोर में भेज दिया गया हो, क्योंकि ये उच्च मूल्य के उत्पाद हैं।
5. मंद गति वाले स्टॉक की बिक्री पर ध्यान देकर, डिस्काउंट पेश कर (वरिष्ठ अफसर से स्वीकृति लेने के बाद या कंपनी नीति के अनुसार) उसको घटाएं या उसे आपूर्ति विभाग में वापस भेज दें।
6. ग्राहकों के लिए दैनिक प्रदर्शनी दिखाने के दौरान, उनमें टूटफूट हो सकती है या वे मुड़कर बेढंगे बन सकते हैं।
7. निश्चित करें कि उनकी मरम्मत तुरंत की जाए और उनको विक्रय योग्य बनाया जाए।
8. अगर जेआरएसए एक विशेष रूप से निर्मित उत्पाद को बेचता है, और ग्राहक से वादा करता है कि वह उत्पाद एक आनेवाली तारीख पर ग्राहक को उपलब्ध होगी, तो यह जेआरएसए की जिम्मेदारी है कि वह उस उत्पाद को वादे किए हुए तारीख और समय पर ग्राहक तक पहुंचाए।
9. असंभाव्य परिस्थिति में अगर विशेष रूप से निर्मित उत्पाद के ऑर्डर में देरी होती है, तो जेआरएसए को ग्राहक को पहले ही इस बारे में सूचना दे देनी चाहिए।
10. नियत तारीख पर जब ग्राहक उस वस्तु को लेने वास्तव में दुकान पर आ गया हो तब उसे अचानक से यह बात न बताएं।
11. वह बहुत दुःखी होंगी और यह संभव है कि वह दुकान पर वापस लौटकर न आए।

### 5.1.4 नए स्टॉक का ऑर्डर देना

ग्राहक हर प्रकार के विकल्प को देखने की इच्छा करने से कभी नहीं थकते इसलिए, ज्यादातर जेआरएसए के लिए स्टॉक कभी भी पर्याप्त नहीं होता है आखिरकार, अगर एक विशिष्ट डिजाइन स्टॉक में नहीं है, तो वह अकेला ही गैर खरीद का कारण बन सकता है! लेकिन, इन दिनों उच्च इन्वेंटरी लागत के चलते, इन्वेंटरी को भरकर रखने में ही समझदारी है! कितना स्टॉक रखना है (चौड़ाई और गहराई), इसका अध्ययन अपने आप में ही एक काम है।

निम्नलिखित स्टेप्स का पालन कर सही उत्पाद निर्धारित करें :

1. ग्राहक का प्रोफाइल निर्धारित कर यह निश्चित करें कि किस प्रकार के स्टॉक का ऑर्डर देना है।
2. पिछले बिक्री पैटर्न का विश्लेषण करें और आनेवाली बिक्री पैटर्न का पूर्वानुमान लगाएं।
3. दीवाली, अक्षय तृतीया जैसे अन्य पारंपरिक रूप से व्यस्त मौसम में भारी गहनों की बिक्री के अवसरों को ध्यान में रखें।
4. स्टॉक की गतिविधि पर कड़ी नजर रखें ताकि स्टॉक के सर्वोत्कृष्ट परिमाण को पहचाना जा सके।
5. वर्तमान स्टॉक का विश्लेषण करें।
6. उत्पादों में दोषों को पहचानें।
7. उस स्टॉक को पहचानें जिन्हें समय-समय पर ऑर्डर करने की जरूरत है।
8. तेज गति वाले स्टॉक को पर्याप्त मात्रा में ऑर्डर कर यह निश्चित करें की वह हमेशा उपलब्ध हैं।
9. यह निश्चित करें कि प्रवेश कीमत, मध्य कीमत, और उच्च कीमत वाले उत्पाद जो कि ग्राहक की जरूरतों के लिए उपयुक्त हैं, पर्याप्त मात्राओं में उपलब्ध हों।
10. मांग और बिक्री के आधार पर यह निश्चित करें कि कौन से स्टॉक आर्डर करने हैं।



11. पूरी जानकारी के साथ उचित इन्वेंटरी कर्मचारी को स्टॉक का ऑर्डर दें।
12. सभी कंपनियों के ऑर्डर देने की अपनी नीति और कार्यविधि होती है।
13. उसका पालन करें।
14. विशिष्ट रूप से निर्मित ऑर्डर के लिए, सप्लाई/इन्वेंटरी विभाग को ग्राहक की जरूरत के अनुसार एक निश्चित प्रारूप में उत्पाद के सटीक विनिर्देश प्रदान करें और डिलीवरी तारीख पूछें।
15. चरम समय जैसे त्यौहारों के दौरान, जिस स्टॉक का अग्रिम ऑर्डर देना है उसका विश्लेषण करें।
16. नए ऑर्डर के प्रेषण के लिए समय का अनुमान लगाएं और तुरंत ऑर्डर दें।

## टिप्पणियां



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 5.2: उत्पाद की सुरक्षा

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. उत्पाद की सुरक्षा के महत्व को समझने में
2. यह समझने में कि कैसे जागरूक होना है
3. यह समझने में कि काउंटर पर पर्याप्त स्टॉक बनाए रखने में
4. सुरक्षा उपकरणों के महत्व को समझने में
5. चोरी के कारण माल में कमी को जानने में

### 5.2.1 उत्पादों की सुरक्षा

स्टॉक प्रबंधन की तरह, उत्पादों की सुरक्षा भी महत्वपूर्ण है क्योंकि इससे हमें कीमती चीजों के मोल का और उन्हें सुरक्षित रखने के महत्व को समझने में मदद मिलती है। 'उत्पादों की सुरक्षा' के इस युनिट में चलिए सीखते हैं कि कैसे उत्पादों को सुरक्षित रखा जाता है।

### 5.2.2 उत्पादों को सुरक्षित रखना

एक ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट को उत्पादों को सुरक्षित रखने हेतु इन निम्नलिखित बिंदुओं का पता होना चाहिए:

- 1 सतर्क रहें और ग्राहकों के विशेषताओं पर ध्यान दें
- 2 सिमित गहनों का प्रदर्शन करें
- 3 गहनों के डिस्प्ले केस को ठीक तरीके से बंद करें
- 4 एक बार में केवल एक ही ग्राहक पर ध्यान दें
- 5 निश्चित करें कि उत्पादों पर लेबल और टैग लगे हुए हैं
- 6 निश्चित करें कि सारे सुरक्षा उपकरण काम कर रहे हैं
- 7 उत्पादों को अरक्षित न छोड़ें
- 8 संदेह होने पर, प्रमुख अधिकारी को तुरंत संपर्क करें

### टिप्पणियां

---



---



---



---



---



---

## यूनिट 5.3: चोरी के कारण माल में कमी

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. उठाईगिरी की पहचान करने में
2. उठाईगीर की रूपरेखा को समझने में
3. उठाईगिरी रोकने में अपनी भूमिका पहचानने में
4. जानने में कि उठाईगीर को पकड़ लेने के बाद क्या कदम उठाने हैं

### 5.3.1 उठाईगिरी क्या है?

अपराधिक गतिविधि जैसे कि उठाईगिरी के कारण माल की क्षति होना जौहरियों के लिए एक चिंता का विषय है। सतर्क और तीव्र रह कर एक ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट उठाईगिरी घटाने में सक्रिय भूमिका निभा सकते हैं। आइए, इस युनिट में हम उठाईगिरी के बारे में और उठाईगीरों की पहचान करने के तरीकों के बारे में ज्यादा जानें।

**उठाईगिरी**— एक अपराध: इसका अर्थ है जब कोई दुकान में बिक्री के लिए रखे माल की चोरी करता है। उठाईगिरी ज्यादातर बटुए, जेब या थैले में सामान छुपा कर की जाती है, हालाँकि इसे करने की कई पद्धतियाँ हैं। उठाईगिरी दुकानदार के लिए भारी नुकसान पहुँचाने का कारण बनती है। यह हर मुमकिन तरीके से रोका जाना चाहिए। यहाँ ध्यान देना जरूरी है कि उठाईगीरों का कोई खास रंग-रूप नहीं होता। इसलिए हमेशा खबरदार और सतर्क रहें। अपनी बुद्धि तत्परता का प्रयोग कर ऐसी गतिविधियों को रोकें और उनकी सूचना दें।



आकृति 5.3.1.1

### 5.3.2 उठाईगीर की रूपरेखा

आइए, उठाईगीर के बारे में और जानें। भिन्न-भिन्न प्रकार की उठाईगीर रूपरेखाएँ ये हैं:

1. **शौकीन:** शौकीन उठाईगीर अत्यंत कुशल हो सकते हैं, और कुछ लगभग रोजाना चोरी करते हैं, लेकिन वे यह काम अपनी जीविका कमाने के लिए नहीं करते हैं।
2. **पेशेवर:** वे लोग जो दुकानों से चोरी करके अपनी जीविका कमाते हैं। पेशेवर उठाईगीर अक्सर अत्यंत कुशल और गिरोहों में संगठित होते हैं। ये अशिष्ट पेशेवर कभी-कभी गिरोहों के द्वारा प्रयोग किए जानेवाले बल और डर का प्रयोग करते हैं और अक्सर झपट्टा मारकर भाग जाने वाली चोरियाँ करते हैं।
3. **तरुण:** युवा व्यक्ति जो गुमराह किए गए हों और इन्हें ज्यादा जानकारी नहीं होती। उदाहरण: वे किशोर जिन्हें अक्सर उठाईगीरी की ओर गुमराह किया जाता है।
4. **क्लेप्टोमेनियाक** (चोरी करने की बीमारी से पीड़ित): ये लोग दिमागी तौर से बीमार होते हैं, जो मजबूरन उठाईगीरी करते हैं, और इन्हें इस कठिनाई पर काबू पाने के लिए मदद और चिकित्सा की आवश्यकता होती है।

उठाईगीर कई पद्धतियाँ अपनाते हैं।



आकृति 5.3.2.1

### 5.3.3 उठाईगीर द्वारा अपनायी गयी पद्धतियाँ

1. बिक्री का सामान डिब्बो, थैलों या बटुओं में छिपाया जाता है।
2. बिक्री का सामान कपड़ों में छिपाया जाता है। पेशेवर अपने आकार से बड़े कपड़े पहनते हैं जिनमें बड़ी जेबें या हुक होते हैं। अपने से बड़े आकार के कपड़े पहनने से छिपाने में आसानी रहती है।
3. कुछ चोर सामान उठाकर दुकान से बाहर भाग निकलते हैं। वे लोग पिस्तौल/हथियार दिखाकर ग्राहकों और बिक्री कर्मचारियों को दुकान में बंदी बना कर सामग्री/कैश ले कर भागने का प्रयास कर सकते हैं।



आकृति 5.3.3.1

### 5.3.4 संभावित उठाईगीरों के संकेत

#### उठाईगीर की पहचान कैसे करें?

1. बेमौसम ओवरकोट पहनने वाले या साफ मौसम में रेनकोट पहनने वाले लोग।
2. जो लोग साथ में बक्से, थैले, या छाते लेकर चलते हैं जिनमें सामान छिपाया जा सकता है।
3. परेशान दिखने वाले लोग जो निरंतर अपने सिर के पीछे के हिस्से को छूते रहते हैं, आस्तीन खींचते हैं, या मोजे ठीक करते रहते हैं।
4. अत्यंत मीनमेख निकालनेवाले लोग जो खरीदारी को लेकर अपना मन नहीं बना पा रहे हों, या वे जिस वस्तु की जाँच कुछ समय से कर रहे हों उसे खरीदने के बारे में दिलचस्पी न दिखाएँ
5. वे लोग जो हमेशा एक जेब में हाथ डालकर घूमते रहते हैं।
6. वे लोग जो दुकान के एक हिस्से में बार-बार वापस आ जाते हैं।
7. वे लोग जो बिक्री हेतु सामान की बजाय इधर-उधर देखने में व्यस्त रहते हैं।
8. वे लोग जो परेशान दिखते हैं।
9. वे लोग जो स्टॉककक्षों में या काउंटर के पीछे चले जाते हैं जहाँ उनका कोई काम नहीं होता।
10. वे पुरुष जो शॉपिंग बैग लेकर घूमते हैं।

### 5.3.5 उठाईगिरी रोकने के तरीके

1. दुकानें वीडियो निगरानी कैमरों के प्रयोग से दुकानों के भीतर की घटनाओं का पता रख सकती हैं।
2. ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की सहभागिता से : जेआरएसए को उठाईगीर की पहचान करने का प्रशिक्षण दें और सामान की क्षति को रोकने हेतु उठाये जाने वाले कदमों की जानकारी दें। प्रलोभन योजनाएँ पेश करें ताकि क्षति निवारण में रुचि और भागीदारी बढ़े।



आकृति 5.3.5.1

### 5.3.6 उठाईगीर को पकड़ लेने के बाद क्या करें

ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट होने के नाते आपको पता होना चाहिए कि उठाईगीर से कैसे निपटना है क्योंकि अधिकांश समय आप ही उठाईगीर को पकड़ने के लिए जिम्मेदार होंगे।

1. यदि उठाईगीर पकड़ा जाए, तो दुकानदार को चाहिए कि वह ग्राहक को रोके और सामान की वसूली करने की कोशिश करे।
2. उठाईगीर से पहला संपर्क निकास द्वार पर होना चाहिए।
3. ग्राहक बिक्री सहायक को चाहिए कि वह स्थिति को शांतिपूर्ण बनाए रखने की कोशिश करे, बिना दूसरे ग्राहकों को परेशान किए।
4. उठाईगीर भागने, कर्मचारी को घायल करने, या हथियार निकाले की कोशिश कर सकता/सकती है।
5. परिस्थिति में विकास के अनुसार उचित कार्यवाही के लिए सुरक्षा कर्मचारी का प्रशिक्षित होना अत्यंत महत्वपूर्ण है।
6. जब चौकीदार निकास या निकास के नजदीक तैनात हों, तो मदद माँगे जाने पर उन्हें हिरासत में लेने की प्रक्रिया में सहयोग देना चाहिए।
7. आमतौर पर, पूछे जाने पर संदिग्ध चुपचाप साथ-साथ चला आएगा।
8. इस मौके पर दुकानदार के पास यह विकल्प है कि वह स्थानीय पुलिस को बुलाए और आरोप लगाए।

### टिप्पणियां




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



**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

## 6. अन्य विभागों के साथ समन्वय स्थापित करना



यूनिट 6.1 – अन्य विभागों के साथ समन्वय बनाए रखने में ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की भूमिका



G&J/N6805

## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. समन्वय के महत्व को जानने में
2. अन्य विभागों के साथ समन्वय बनाए रखने में ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की भूमिका को जानने में



## यूनिट 6.1: अन्य विभागों के साथ समन्वय बनाए रखने में ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की भूमिका

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. समन्वय की आवश्यकता को समझने में
2. दूसरे विभागों के साथ समन्वय के तरीकों को जानने में

#### 6.1.1 समन्वय का महत्व

संगठन में दूसरे विभागों के साथ समन्वय बनाए रखना ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट के प्रोफाइल की महत्वपूर्ण भूमिकाओं में से एक है। दूसरे विभाग के साथ संचार करना आवश्यक है क्योंकि इससे काउंटर पर सुचारू रूप से संचालन करने में मदद मिलती है और इससे सुनिश्चित होता है कि ग्राहकों को त्वरित सेवा मिले।

संगठन के दूसरे विभागों के साथ कुशल समन्वय से ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट को निम्नलिखित करने में मदद मिलती है:

- 1) अच्छा काम करने में और लक्ष्य हासिल करने में
- 2) बाजार प्रवृत्ति के अनुसार काउंटर को माल से अच्छी तरह से भरकर रखने में
- 3) ग्राहक को उत्कृष्ट सेवा प्रदान करने में
- 4) संगठन की नीतियों और कार्यप्रणालियों का पालन करने में
- 5) एक प्रबल दल का निर्माण करने में

#### 6.1.2 दूसरे विभागों के साथ समन्वय रखने में जेआरएसए (JRSA) की भूमिका

एक जेआरएसए (JRSA) के रूप में काउंटर पर अपने कर्तव्यों को निभाते हुए उन्हें विभागों के साथ समन्वय रखना पड़ता है, जैसे कि प्रबंधक के साथ समन्वय रखना:

- ? कोई दुविधा या समस्या होने पर उनसे मार्गदर्शन की माँग करना
- ? बिक्री के बारे में दैनिक आधार पर उन्हें जानकारी प्रदान करना
- ? इन्वेंटरी की गतिविधि के बारे में सूचित करना
- ? तेज और मंद गति वाले उत्पादों के बारे में सूचित करना
- ? माल की पुनःप्राप्ति के बारे में सूचित करना

**इन्वेंटरी नियंत्रक के साथ समन्वय बनाए रखना ताकि:**

- ? माल की पुनरुप्राप्ति हो सके
- ? ग्राहकों से प्राप्त पुराने सोने के गहनों की अदला-बदली के लिए उनका मूल्य निर्धारण हो सके
- ? किसी भी प्रकार के माल की हानि की सूचना दी जा सके
- ? काउंटर पर बिक्री पैटर्न के बारे में जानकारी दी जा सके
- ? बाजार में डिजाइन प्रवृत्ति के बारे में जानकारी दी जा सके

**कारखाने के साथ समन्वय रखना ताकि:**

- ? विशिष्ट रूप से निर्मित गहनों के आर्डर की स्थिति का पता लगाया जा सके

**कैशियर के साथ समन्वय रखना ताकि:**

- ? बिल बनाने और कैश वसूली पर विवरण प्रदान किया जा सके
- ? अंतर होने पर बिल के साथ नकदी का हिसाब मिलाया जा सके
- ? ग्राहक को कम समय में बिक्री प्रक्रिया को पूर्ण करने के लिए सक्षम बनाया जा सके

**सुनार (मरम्मत) के साथ समन्वय बनाए रखना ताकि:**

- ? गहनों पर होने वाली मरम्मत का विवरण प्रदान किया जा सके
- ? ग्राहक को वापसी अनुसूची प्रदान की जा सके
- ? ग्राहक को मूल्य और पूर्वानुमानित शुल्क के बारे में बताया जा सके

**हाउसकीपिंग कर्मचारी के साथ समन्वय बनाए रखना ताकि:**

- ? ग्राहक के लिए जलपान की व्यवस्था की जा सके
- ? स्वच्छ कार्य वातावरण बनाए रखा जा सके



## 7. अपनी और संगठन की पेशेवर छवि बनायें

यूनिट 7.1 – संगठन की पेशेवर छवि बनाना

यूनिट 7.2 – अपनी पेशेवर छवि बनाना



## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. यह जानने में कि अपनी पेशेवर छवि कैसे बनानी है
2. यह जानने में कि संगठन की पेशेवर छवि कैसे बनानी है
3. अपनी और संगठन की पेशेवर छवि बनाने के महत्त्व को समझने में

## यूनिट 7.1: संगठन की पेशेवर छवि बनाना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. अपने संगठन की छवि बनाने के महत्व को समझने में
2. यह समझने में कि काउंटर पर उत्पादों को कैसे दिखाना है
3. संगठन की पेशेवर छवि बनाने में ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की भूमिका विस्तार से बताने में

### 7.1.1 काउंटर पर उत्पाद प्रदर्शित करना

1. काउंटर को पूरी तरह से साफ रखें।
2. सबसे अच्छे उत्पादों को आँख के स्तर पर विशेष रूप से दर्शाएँ।
3. आभूषण प्रदर्शन ट्रे को नियमित रूप से साफ करें।
4. जिन सामानों पर ज्वेलरी प्रदर्शित की गयी है उनको नियमित रूप से साफ करें।
5. आभूषण दिखाने के दौरान हमेशा हाथ के दस्तानों का प्रयोग करें।
6. आभूषण को बिना किसी दाग और बिना किसी क्षति के साफ रखें।
7. उत्पादों को सभी प्रासंगिक जानकारी के साथ टैग और लेबल करें।
8. उत्पादों को आकर्षक रूप से प्रदर्शित करें।

### 7.1.2 रिटेल क्षेत्र में स्वच्छता

स्वच्छता उपभोक्ता अनुभव का एक महत्वपूर्ण पहलू होती है। ग्राहक किसी भी दूकान की स्वच्छता और सुथरेपन से बहुत प्रभावित होता है और ऐसी जगहों पर अधिक समय बिताना चाहता है। यहाँ तक कि खरीदारी की आवृत्ति भी बढ़ जाती है। वास्तव में, यह पूरी खरीदारी प्रक्रिया को प्रभावित करता है।

अपने काउंटर क्षेत्र में हाउसकीपिंग प्रक्रियाओं का प्रयोग करते समय, पांच मुख्य बिन्दुओं पर विचार करना जरूरी है।

- 1) साफ
- 2) सुरक्षित
- 3) सुव्यवस्थित
- 4) अच्छी तरह से आयोजित
- 5) ग्राहक अनुकूल

इन पांच बिन्दुओं को हमेशा ध्यान में रखना सुनिश्चित करेगा कि आपका काउंटर क्षेत्र आपकी दूकान के द्वारा प्रस्तुत सम्पूर्ण पेशेवर और सकारात्मक छवि में योगदान देता है।

कार्य क्षेत्र को स्वच्छ, साफ और सुरक्षित तरीके से बनाये रखना दूकान की सकारात्मक छवि को दर्शाता है और एक ऐसा परिवेश बनाने में सहायता करता है जो सभी ग्राहकों के लिए सुखद और बिक्री के लिए हितकर होता है। आपके काउंटर क्षेत्र और परिवेश को हमेशा साफ रखने के लिए दूकानों के हाउसकीपिंग कर्मियों के साथ समायोजन करें।

### 7.1.3 यौन उत्पीड़न नीति

अपराध दर और महिलाओं के उत्पीड़न में वृद्धि होने के साथ, अधिकतर संगठनों में महिलाओं के साथ कैसे व्यवहार करना है और 'उत्पीड़न' में क्या-क्या शामिल है, इस पर मौखिक और लिखित दोनों नीतियाँ मौजूद होती हैं।

आभूषण उद्योग एक ऐसा उद्योग है जहाँ अधिकांश फ्रंट एंड सेल्स स्टाफ अक्सर महिलाओं से बना होता है क्योंकि यह उद्योग मुख्य रूप से महिला ग्राहकों को सेवाएँ प्रदान करता है।

इसी तरह, काउंटर के पीछे उपलब्ध जगह अक्सर बहुत छोटी होती है। इसलिए, यह सुनिश्चित करने के लिए अतिरिक्त ध्यान देना जरूरी है कि महिलाओं को ऐसा न लगे कि उन्हें परेशान किया गया है।

महिलाओं की स्वीकृति के बिना उनकी तस्वीर लेना भी एक प्रकार का उत्पीड़न होता है। हाल ही के दिनों में महिलाओं द्वारा अनाधिकृत फोटोग्राफी की शिकायतें दर्ज करने की घटनाओं में बहुत वृद्धि हुई है।

## यूनिट 7.2: अपनी पेशेवर छवि बनाना

### यूनिट के उद्देश्य



इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. पेशेवर स्तर पर अपनी छवि बनाने के महत्व को समझने में
2. यह समझने में कि अपनी स्वच्छता और सफाई कैसे बनाये रखनी है
3. पेशेवर छवि बनाने में ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट की भूमिका बताने में

### 7.2.1 व्यक्तिगत स्वच्छता

स्वयं के लिए पेशेवर छवि बनाना बहुत महत्वपूर्ण होता है। ग्राहकों पर पहला प्रभाव बनाने में रंग-रूप की बहुत बड़ी भूमिका होती है। व्यक्तिगत सँवरने को टालना नहीं चाहिए। हमेशा आकर्षक रहना आत्मविश्वास, विश्वसनीयता, और सुलभता को दर्शाता है। यह सफलता के लिए रास्ता बनाता है।

निजी स्वच्छता पद्धतियाँ वैयक्तिक स्टाफ प्रस्तुतीकरण किसी दुकान के द्वारा अपने ग्राहकों को प्रस्तुत करने वाली छवि में एक महत्वपूर्ण योगदान करता है। इसलिए यह महत्वपूर्ण है कि सभी स्टाफ के सदस्य खुद को ऐसे तरीके से तैयार और प्रस्तुत करें जो नियोक्ता के पहनावा मानकों का पालन करता है। मानक एक दूकान से दूसरी दूकान में अलग-अलग होते हैं। कुछ वर्दियाँ देते हैं, कुछ और ड्रेस कोड निर्धारित करते हैं, कुछ स्टाफ के लिए वर्तमान में उपलब्ध ज्वेलरी पहनना आवश्यक बनाते हैं और कुछ लोगों की कोई नीति नहीं होती।

आपके निजी प्रस्तुतीकरण के एक महत्वपूर्ण पहलू में निजी स्वच्छता शामिल है। सुनिश्चित रूप से हमेशा साफ-सुथरे रहना यह सुनिश्चित करता है कि आप एक सकारात्मक छवि प्रस्तुत कर रहे हैं।

निजी स्वच्छता आपकी दूकान की हाउसकीपिंग प्रक्रियाओं का एक महत्वपूर्ण पहलू होती है। छवि केवल इससे नहीं बनती कि आपने क्या पहना है, बल्कि इससे भी बनती है कि आपने अपने कपड़े कैसे पहने हैं।

सभी कपड़े साफ और इस्त्री किये हुए होने चाहिए। जूते साफ होने चाहिए और मेक-अप और सहायक सामग्री उचित होनी चाहिए

प्रस्तुत की गई छवि एक पेशेवर की होनी जरूरी है साफ, सुथरी और ग्राहक की सेवा करने के लिए तैयार। कम से कम के रूप में, ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट को सुनिश्चित करना चाहिए कि:

- हाथ और नाखून साफ हैं
- बाल साफ और सँवारे हुए हैं
- दांत साफ हैं और अगर जरूरी हो तो ब्रेथ फ्रेशनर का उपयोग करें
- डिओडरेंट लगाया हुआ है
- चेहरा साफ है
- ज्वेलरी दिखाते समय दस्ताने पहनना
- बालों को पीछे बांधना / हेयर नेट लगाना
- महिला ज्वेलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट के लिए, अगर मेक-अप किया है, तो यह हल्का और स्वाभाविक दिखने वाला होना चाहिए

निजी स्वच्छता हमेशा महत्वपूर्ण होती है। कुछ दूकानों/कंपनियों में ऐसी विशिष्ट नीति होती है जो निजी स्वच्छता से सम्बंधित होती है। यह दूकान/कंपनी के लिए सामान्य ड्रेस मानकों के दिशानिर्देशों में अक्सर शामिल होती है।

## 7.2.2 ग्राहकों के साथ सौहार्द-स्थापन बनाये

1. विनम्र बनें
2. मनोहर व्यक्तित्व वाले बनें
3. ग्राहकों के साथ संचार के उचित तरीकों का प्रयोग करें
4. अपनी प्रतिक्रियाओं में तत्पर बनें
5. ग्राहकों को किसी भी आभूषण के बारे में उनके प्रश्नों से सम्बंधित सही जानकारी दें

## टिप्पणियां



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

संबंधित विडिओ देखने के लिए क्यू आर कोड को स्कैन करें अथवा दिये गये लिंक पर क्लिक करें



[यहाँ क्लिक करें](#)  
काइज़न के माध्यम से सुधार





**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



## 8. कार्यस्थल पर स्वास्थ्य एवं सुरक्षा बनाए रखना

यूनिट 8.1 – दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना

यूनिट 8.2 – सुरक्षित रहने के लिए सुरक्षा संकेतों एवं उपयुक्त आवश्यकताओं को समझना

यूनिट 8.3 – श्रमदक्षता शास्त्र या शरीर के खराब आसन को समझना

यूनिट 8.4 – अग्नि सुरक्षा संबंधी नियम

यूनिट 8.5 – आपातकालीन स्थितियों से निपटने के तरीके को समझना



G&J/N9902

## प्रमुख शिक्षा परिणाम



इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. सुरक्षा प्रक्रिया को समझने में
2. संभावित जोखिमों को समझने में
3. यह समझने में कि किसी आपातकालीन स्थिति में क्या करना चाहिए
4. यह समझने में कि आग की पहचान कर उचित अग्निशामक यंत्र का प्रयोग कैसे करना है
5. यह समझने में कि कंपनी के सुरक्षा नियमों और अधिनियमों का पालन कर आप कैसे सुरक्षित रह पाएँगे

## यूनिट 8.1: दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना

### यूनिट का उद्देश्य

इस यूनिट की अंत में, आप निम्नलिखित में सक्षम होंगे:

1. किसी कार्यस्थल पर दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझने में

### 8.1.1 दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना

1. दुर्घटनाओं या खतरों का मतलब है कार्यस्थल के भीतर या बाहर जीवन की हानि शामिल होने वाली एक घटना, जिसमें आंतरिक और/या बाहरी चोटें लगती हैं, या जहरीले रसायनों का रिसाव या विस्फोट या आग लगना, या खतरनाक रसायनों का छलकाव भी शामिल हो सकता है जिसके परिणामस्वरूप 'साइट पर' या 'साइट से दूर' आपातक स्थितियाँ उत्पन्न हो सकती हैं या उपकरणों को हानि पहुँच सकती है, जिसके कारण प्रक्रिया रुक सकती है या पर्यावरण पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है।
2. दुर्घटनाएँ या जोखिम अक्सर इन कारणों से होते हैं:
  - दोषपूर्ण उपकरण
  - अनुचित काम करने की स्थितियाँ
  - दोषपूर्ण निरीक्षण या अनुचित निर्देशों के बिना किसी उपकरण या औज़ार की मरम्मत करना
  - उपकरणों या औज़ारों का अनियमित रखरखाव
  - दोषपूर्ण उपकरण की मरम्मत किसी ऐसे व्यक्ति द्वारा की गई हो जो मरम्मत करने की योग्यता न रखता हो
  - एकाग्रता का अभाव या अपने व्यक्तिगत चिंताओं को अपने साथ काम पर लाना
  - असुरक्षित कार्यप्रणालियाँ जैसे कि बिना प्लग के तारों को सॉकेट में डालना
  - आयातित उपकरणों के लिए वोल्टेज निर्देशों को न पढ़ना
  - अनुचित या अपर्याप्त सुरक्षा प्रशिक्षण
  - धूम्रपान वर्जित क्षेत्रों में धूम्रपान करना
  - गर्मी उत्सर्जन मशीनों के पास रसायनों का भंडारण
  - अनुचित ढंग से रसायनों का भंडारण
  - अनुचित कपड़े पहनकर कार्य करना या सुरक्षात्मक सामग्री का अभाव
  - अनावृत तार या चूहे अथवा दूसरे जानवरों के द्वारा चबाये गए तार
  - बेकार इंसुलेशन युक्त तार
  - अनुचित बिजली के कनेक्शन
  - गलत जगह पर गलत औज़ारों और उपकरणों का प्रयोग करना या गलत सॉकेट में तार लगाना
  - एक स्पाइक गार्ड या बिजली के सॉकेट में बहुत सारे तारों का प्रयोग करना
  - बेकार साफ-सफाई जिसमें भीगे फर्श, झाड़ू न लगाना, फर्श पर कागज़ बिखरे रहना, खुले या लबालब भरे हुए कूड़ेदान शामिल हैं
  - कार्य समाप्ति के बाद औज़ारों और उपकरणों का उचित रूप से भंडारण न करना
  - कार्य समाप्ति पर या अवकाशों के दौरान औज़ारों या उपकरणों के तारों को प्लग से न निकालना
  - कार्य समाप्ति के बाद मुख्य स्विच को चालू अवस्था में छोड़ देना
  - जोखिमों के बारे में सुपरवाइज़र को सूचित न करना या संभावित खतरों को अनदेखा करना

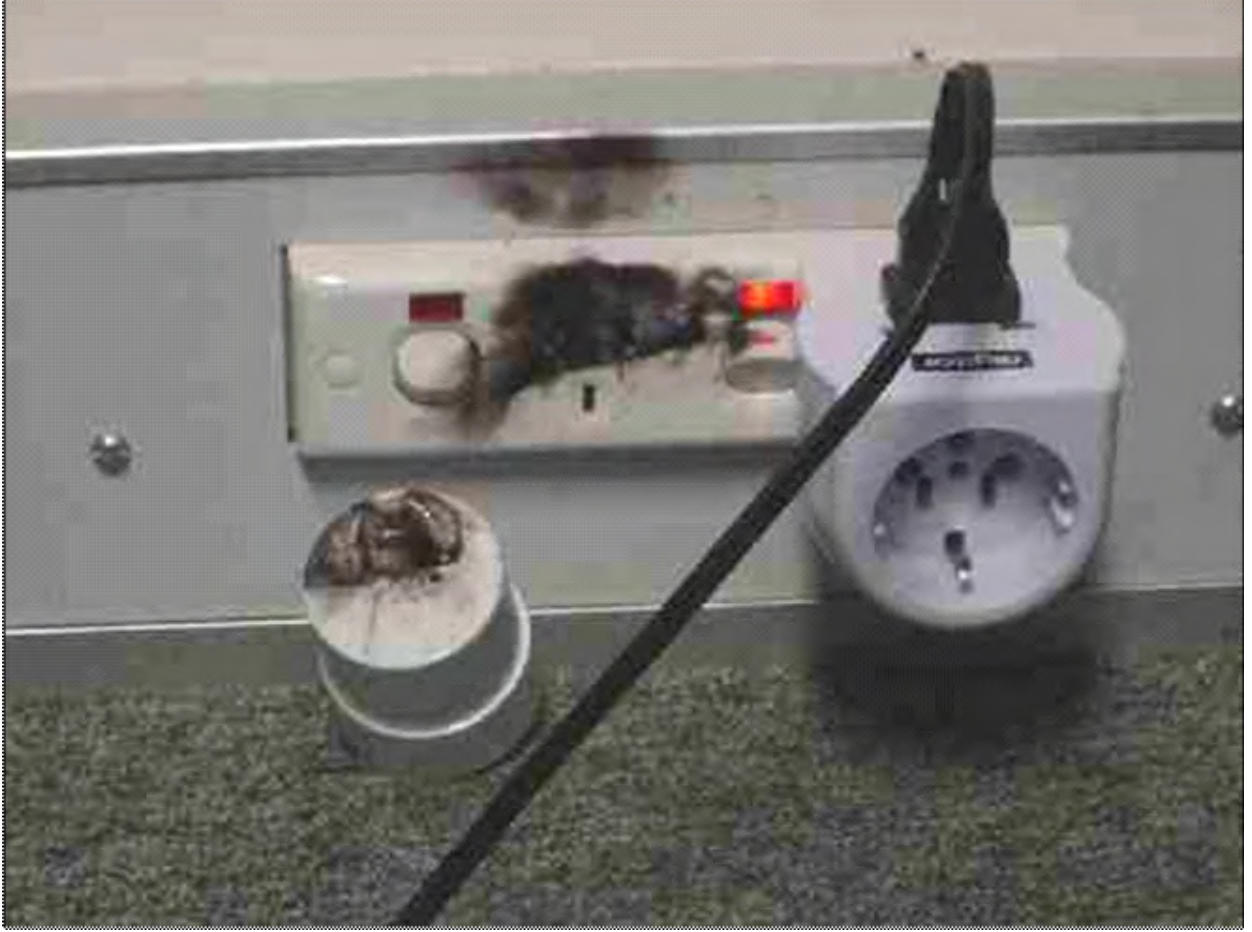
### 8.1.1 दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना



आकृति 8.1.1.1 उजागर तार



### 8.1.1 दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना



आकृति 8.1.1.2 जला हुआ सॉकेट – इसमें काम करने वाले प्लग का प्रयोग करना बिल्कुल ठीक नहीं

### 8.1.1 दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना



आकृति 8.1.1.3 औजारों और उपकरणों के आसपास कार्पेट लगे फर्श पर बिखरा तरल पदार्थ

8.1.1 दुर्घटनाओं के संभावित स्रोतों को समझना

# दुर्घटनाओं के

## 3 कारण

- मैंने नहीं सोचा
- मैंने नहीं देखा
- मुझे नहीं पता था

आकृति 8.1.1.4 दुर्घटनाओं के कारण

### टिप्स



1. अपने आसपास के क्षेत्र को चालू तारों, अनावृत केबल या रसायन छलकन के लिए जाँचें जिनके कारण आग लग सकती है।
2. अवकाश पर जाने से पहले और कार्य समाप्ति के बाद हमेशा जाँच लें कि उपकरणों और औजारों के स्विच बंद ("ऑफ") है।
3. बाद में पछताने से सुरक्षित रहना बेहतर है क्योंकि इससे आपकी जान जा सकती है और दूसरों को भी खतरा हो सकता है।
4. अगर किसी संभावित जोखिम के घटने की संभावना है, तो इसकी सूचना सुपरवाइज़र को दें ताकि इसकी जाँच जल्द-से-जल्द हो सके।

### टिप्पणियाँ




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## यूनिट 8.2: सुरक्षित रहने के लिए सुरक्षा संकेतों एवं उपयुक्त आवश्यकताओं को समझना

### यूनिट का उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे :

1. सुरक्षा चिन्हों और सुरक्षित रहने के लिए उचित आवश्यकताओं को समझने में और कार्यस्थल को अपने और दूसरों के लिए सुरक्षित बनाने में

### 8.2.1 सुरक्षा चिन्हों को समझना



आकृति 8.2.1.1 सुरक्षा चिन्ह – 1

8.2.1 सुरक्षा चिन्हों को समझना



आकृति 8.2.1.2 सुरक्षा चिन्ह- 2

## 8.2.1 सुरक्षा चिन्हों को समझना



आकृति 8.2.1.3 सुरक्षा चिन्ह- 3



आकृति 8.2.1.4 सुरक्षा चिन्ह- 4

## 8.2.1 सुरक्षा चिन्हों को समझना



आकृति 8.2.1.5 सुरक्षा चिन्ह- 5



















आकृति 8.2.1.6 सुरक्षा चिन्ह- 6

## 8.2.1 सुरक्षा चिन्हों को समझना

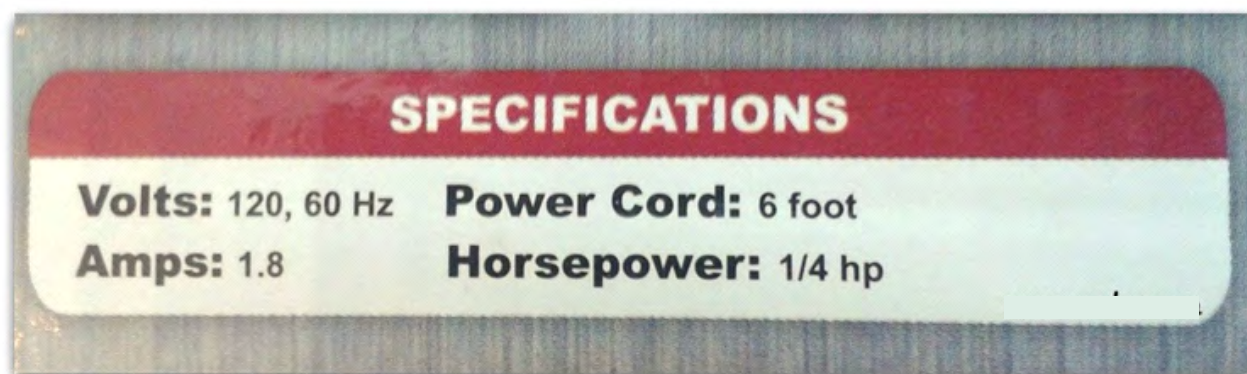
फिजीकल हैजर्ड				
				
एक्सप्लोसिव्स	फ्लैमेबल लिक्विड्स	ऑक्सिडाइजिंग लिक्विड्स	कंपोज्ड गैस	करोसिव टू मेटल्स
हेल्थ हैजर्ड्स			हैजर्ड्स	
				
एक्यूट टॉक्सिसिटी	स्किन करोशन	स्किन इरिटेशन	सीएमआर, एसटीओटी, ऐस्पेरेशन हैजर्ड	हैजर्ड्स टू द अक्वैटिक एनवायर्नमेंटल

आकृति 8.2.1.7 सुरक्षा चिन्ह- 7

## 8.2.2 सुरक्षा सर्वप्रथम

डबल हियरिंग प्रोटेक्शन 	आई – ईयर प्रोटेक्शन 	डस्ट मास्क 	श्रेस्परैटर 
ईयर प्रोटेक्शन 	सेफटी गोगल्स 	हार्ड हैट 	ग्लब्ज 
ईयर प्लग 	सेफटी ग्लासेज 	एप्रन 	प्रोटेक्टिव सूट 
फेस शील्ड 	हेयर नेट 	सेफटी शूज 	बूट 

आकृति 8.2.2.1 औजारों और उपकरणों के साथ कार्य करते समय सुरक्षा सामग्री पहनना



आकृति 8.2.2.2 शॉर्ट सर्किट से बचने के लिए प्लग लगाने से पहले उपकरणों और मशीनों पर दिए गए वोल्टेज को पढ़ें

## 8.2.2 सुरक्षा सर्वप्रथम



आकृति 8.2.2.3 हरेक कर्मचारी के लिए साफ-सफाई के नियम

### 8.2.2 सुरक्षा सर्वप्रथम

बिजली के खतरों से बचें

एक बिजली के उपकरण को चालू करने के पहलू करे निम्नलिखित की जाँच करे:

- ? क्या इलेक्ट्रिक आउटलेट, मोटर्स या सर्किट अतिभारित हैं?
- ? क्या गरम या पानी के स्रोतों के पास बिजली के वायर्स हैं
- ? क्या बिजली के तार मुड़े या उलझे हुए हैं?
- ? क्या आपने स्पाक्स या धुआं देखा?
- ? क्या आपके हाथ गीले हैं?
- ? क्या आप किसी भी मेटल के ज्वैलरी पहने हुए हैं?



टिप्स 

1. अगर आप साफ़-सफाई के उचित नियमों और दूसरे उल्लिखित नियमों का पालन करते हैं, तो आप कार्यस्थल पर दुर्घटनाओं या जोखिमों को टाल सकते हैं।
2. जब बात कार्यस्थल की हो, तो एक दल के रूप में कार्य करें।

टिप्पणियाँ 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 8.3: श्रमदक्षता शास्त्र (एर्गोनॉमिक्स) या गलत आसन को समझना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट की अंत में, आप निम्नलिखित में सक्षम होंगे:

1. यह समझने में कि किसी भी कार्य के लिए कौन-सा अंग-विन्यास सही है
2. यह समझने में कि आप अपने शरीर को कैसे विश्राम दे सकते हैं और उस पर कम तनाव डाल सकते हैं

### 8.3.1 श्रमदक्षता शास्त्र (एर्गोनॉमिक्स) या गलत आसन को समझना

कुछ मामलों में उपकरणों को भुजाएँ नीचे और कोहनी को भीतरी ओर रखने के लिए बदला जा सकता है।  
गलत मुद्रा

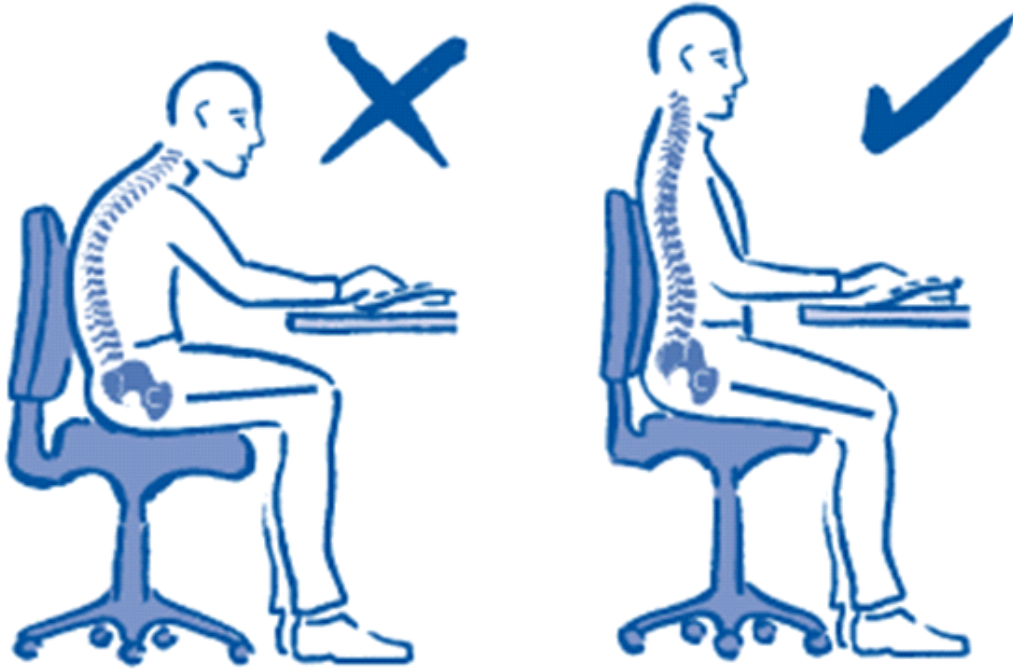


तुला हुआ संभाल के साथ सोल्डरिंग पेन कोहनी को नीचे और कलाई को सीधा करने में मदद करता है।  
सही मुद्रा



आकृति 8.3.1.1 कोहनियों को कसकर तानने से कंधे पर तनाव बन सकता है जिससे शरीर में दर्द हो सकता है

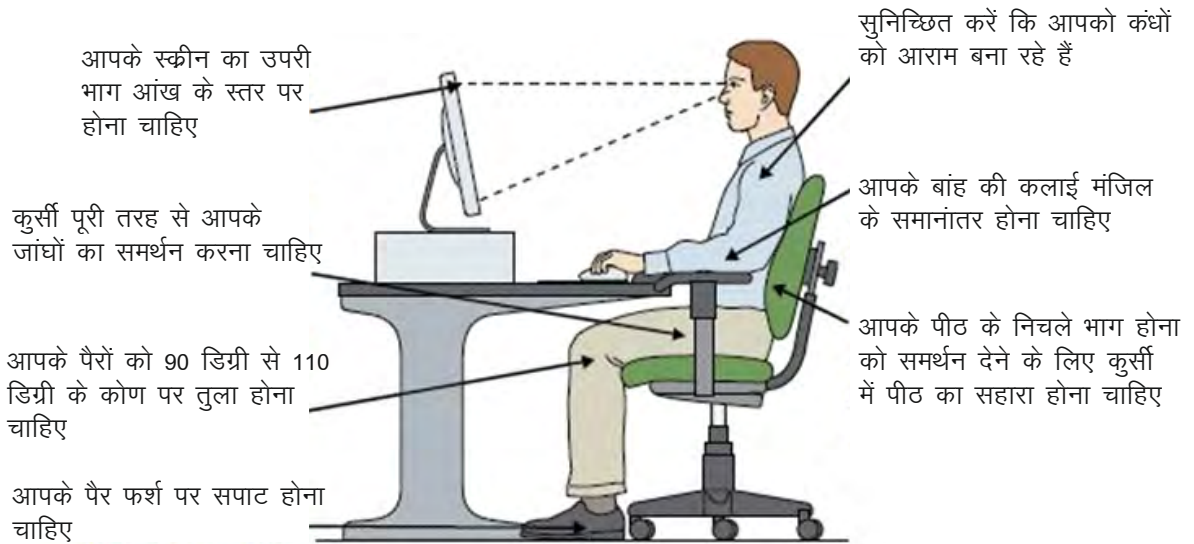
### 8.3.1 श्रमदक्षता शास्त्र (एर्गोनोमिक्स) या गलत आसन को समझना



काम करने का गलत आसन

काम करने का सही आसन

आकृति 8.3.1.2 गलत और सही ढंग से बैठना



आकृति 8.3.1.3 कंप्यूटर पर काम करने का सही तरीका

### 8.3.1 श्रमदक्षता शास्त्र (एर्गोनोमिक्स) या गलत आसन को समझना



गलत आसन



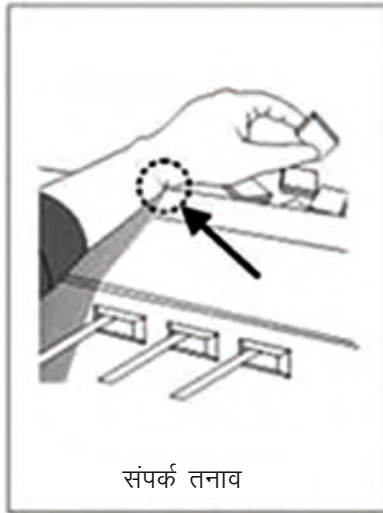
उपरि काम



मोड़ कर सामान उठाना



कलर्ड विचलन



संपर्क तनाव



कंधे या कलाई का गलत आसन



भारी माल उठाना



हाथ-बाह का कंपन



पूरे शरीर का कंपन

आकृति 8.3.1.4 बचने योग्य समस्याएँ

**टिप्स** 

1. सही अंग-विन्यास आपको बहुत सारी स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं से दूर रखेगा
2. गलत अंग-विन्यास के कारण शारीरिक समस्याएँ हो सकती हैं जैसे गर्दन में अकड़न, पूरे शरीर में दर्द, कंधो में अकड़न, सर्वाइकल स्पॉन्डीलोसिस और कई दूसरी समस्याएं
3. साथ ही, बहुत सारा पानी पीये ताकि शरीर में पर्याप्त मात्रा में पानी मौजूद हो

**टिप्पणियाँ** 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 8.4: अग्नि सुरक्षा सम्बंधी नियम

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट की अंत में, आप निम्नलिखित में सक्षम होंगे:

1. अग्नि सुरक्षा के नियमों को समझने में
2. यह समझने में कि अग्निशामक यंत्र का प्रयोग कैसे करना है

### 8.4.1 अग्नि सुरक्षा संबंधी नियम

आग की श्रेणियां	आग के प्रकार	प्रतीक की तस्वीर
<b>A</b>	लकड़ी, कागज, कपड़ा, कचरा व अन्य साधारण सामग्रियां	
<b>B</b>	गैसोलीन, तेल, पेंट और अन्य ज्वलनशील तरल पदार्थ	
<b>C</b>	ऑपरेटर को खतरे में डाले बिना आग में धिरे चलते बिजली के उपकरणों पर उपयोग किया जा सकता है।	
<b>D</b>	दहनशील धातुएं और दहनशील मिश्रित धातुएं।	
<b>K</b>	भोजन बनाने का माध्यम (वनस्पति या पशु तेल और वसा )	

आकृति 8.4.1.1 विभिन्न प्रकार के आग और उनके वर्गीकरण कोड तथा प्रतीकों के बारे में जानें



### 8.4.1 अग्नि सुरक्षा संबंधी नियम



आकृति 8.4.1.2 अपने अग्निशामक यंत्र कोड को जानें



आकृति 8.4.1.3 अग्निशामक यंत्र पर उल्लिखित रीफिल की तिथि को जानें

### 8.4.1 अग्नि सुरक्षा संबंधी नियम

#### अग्निशमन की बुनियादी अवधारणाओं को समझें

#### आर ए सी ई (रेस-RACE)

- आर** रेस्क्यू : खतरे के बिलकुल समीप लोगों को हटाएं
- ए** अलार्म : दूसरों और आपातकालीन सेवाओं को सतर्क करें
- सी** कंटेन : आग और धुआं को रोकना (दरवाजे बंद होने से)
- ई** एक्सटिंग्विश : बुझाना और/या मूल्यांकन

आकृति 8.4.1.4 बुनियादी अग्नि शमन चरण



आकृति 8.4.1.5 आग लगने पर लिफ्ट का प्रयोग न करें



### 8.4.2 अग्निशामक यंत्र का प्रयोग करना

अग्नि शामक संचालित करने के लिए पी.ए.एस.एस.(P.A.S.S.) का उपयोग करें



#### पी. ए. एस. एस.

पिन कि लीवर खींचें जो अनलॉक करता है(कुछ मॉडलों में लीवर जारी तंत्र हो सकता है)।

#### पी. ए. एस. एस.

अग्नि शामक की नोक या नली को नीचे कर आग की तरफ निशाना लगाए।

#### पी. ए. एस. एस.

शमन एजेंट का निर्वहन करने के लिए हैंडल के उपर के लीवर को दबाये। शमन एजेंट को रोकने के लिए लीवर को रिलीज करें (कुछ मॉडलों में एक लीवर के बजाय बटन हो सकता है)।

#### पी. ए. एस. एस.

नोक को एक पक्ष की ओर गति में ले जाए। आग की लपटों की ओर सावधानी से चले, नोक को आग की नींव के तरफ करे और आगे-पीछे ले जाए।

आकृति 8.4.1.6 अग्निशामक यंत्र के प्रयोग के चरण – आग के प्रकार के अनुसार सही शमन यंत्र का प्रयोग करें

## टिप्स



1. हमेशा अग्निशामक यंत्र के प्रयोग से पहले आग के प्रकार को पहचान लें
2. अग्निशामक यंत्र पर एक कोड होता है और वह कोड आपको यह जानकारी देता है कि इस अग्निशामक यंत्र को किस प्रकार की आग के लिए प्रयोग किया जा सकता है
3. आग लगने पर लिफ्ट या एलीवेटर का प्रयोग न करें
4. गीले कंबल या नैपकिन से अपने मुँह को ढक लें ताकि आपको धुएँ की साँस न लेनी पड़े
5. अग्नि शमन को बुलाएँ और अग्नि अलार्म को खीचें

## टिप्पणियाँ



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 8.5: समझना की आपातकाल स्थितियों से कैसे निपटना है

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप निम्नलिखित सक्षम हो जाएंगे:

1. समझने में कि आपातकाल स्थिति क्या होती है और इससे कैसे निपटा जाए

### 8.5.1 आपातकाल स्थिति



आकृति 8.5.1.1 आपातकाल परिस्थितियाँ

## 8.5.2 आपातकाल परिस्थितियों से निपटना

### परिस्थिति का मूल्यांकन करें

- परिवेश की जाँच करें.
- परिस्थिति का मूल्यांकन करें
- क्या वहाँ ऐसी वस्तुएँ हैं जो आपको जोखिम में डाल सकती हैं या आपको क्षति पहुँचा सकती हैं?
- क्या आप या पीड़ित को आग, दूषित धुएँ या गैस, अस्थिर इमारत, चालू बिजली की तारों या किसी दूसरी प्रकार की परिस्थिति से खतरा है?
- ऐसी किसी भी परिस्थिति में तेज़ी से अंधाधुंध न पहुँचें जिसके कारण आप खुद ही एक पीड़ित बन सकते हैं।
- पीड़ित की मदद करने के उद्देश्य से उसके पास जाने से अगर आपकी जान को खतरा हो सकता है, तो तुरंत पेशेवर मदद लें; पेशेवरों के पास उच्चतर स्तरों का प्रशिक्षण होता है और उनमें ऐसी परिस्थितियों से निपटने का ज्ञान होता है।
- प्राथमिक चिकित्सा अनुपयोगी सिद्ध हो जायेगी अगर आप उसे खुद को चोट पहुँचाये बिना सुरक्षित रूप से प्रयोग में न ला पाएँ।



आकृति 8.5.2.1 परिस्थिति का मूल्यांकन करें

## 8.5.2 आपातकाल परिस्थितियों से निपटना

### मदद के लिए पुकारें

- मदद के लिए पुकारें।
- अगर आपके विचार से कोई व्यक्ति गंभीर रूप से घायल है, तो तुरंत अधिकारियों को या आपातकालीन सेवाओं को बुलाएँ।
- अगर दुर्घटनास्थल पर आप अकेले हैं, तो मदद बुलाने से पहले यह निश्चित कर लें कि घायल व्यक्ति साँस ले रहा है या नहीं।
- पीड़ित को लंबे समय के लिए अकेला न छोड़ें।

### व्यक्ति की देखभाल करना





- व्यक्ति की देखभाल करना
- ऐसा व्यक्ति जो हाली में किसी गंभीर सदमे से गुजरा हो, उसे शारीरिक और मानसिक समर्थन दे
- अवश्य शांत रहें और आश्वस्त करने वाले बनें; व्यक्ति को बता दें कि मदद जल्द ही पहुँचने वाली है और सब कुछ जल्द ही ठीक हो जायेगा।

### प्रतिक्रिया के लिए जाँचें

- प्रतिक्रियाशीलता निश्चित करें।
- अगर व्यक्ति बेहोश है, तो उसे होश में लाने के लिए उसके खुले हाथों और पैरों को नरमी से सहलाएं या उससे बातचीत करें।
- अगर वह गतिविधि, आवाज़, स्पर्श या किसी दूसरे प्रोत्साहन से प्रतिक्रिया न करे, तो निश्चित करें कि वह साँस ले रहा है या नहीं।

## 8.5.2 आपातकाल परिस्थितियों से निपटना

सी पी आर या प्राथमिक चिकित्सा देना

 <p><b>Step 1</b></p>	<p><b>खतरा</b> आप या कोई और किसी खतरे में हैं? यदि नहीं, और अगर यह सुरक्षित है, तो दूसरे व्यक्ति के पास जाइये।</p>	 <p><b>Step 2</b></p>	<p><b>जवाब</b> क्या दूसरा व्यक्ति एक आदेश या हल्के से हिलाने पर जवाब दे रहा है? अर्थात क्या वह जागरूक या बेहोश है?</p>
 <p><b>Step 3</b></p>	<p><b>वायु-मार्ग</b> यदि दूसरा व्यक्ति जवाब नहीं दे रहा है, तो उसका मुंह खोले। अपना एक हाथ उसके माथे पर रखे, अपने दो उंगलियों को उसके जबड़े पर डाल दे और उसके सिर को पीछे झुकाव उसके ठोड़ी को उठाए।</p>	 <p><b>Step 4</b></p>	<p><b>सॉस लेने</b> सॉ लेने के लक्षण के लिए देखो, सुनो और जांचो। यदि वह सामान्य रूप से बेहोश है और सॉस ले रहा है, तो उसे स्वास्थ लाभ आसन में डाल कर चोटों के लिए जाँच करें और एम्बुलेंस के लिए 102 डायल करें।</p>

आकृति 8.5.2.2 सी पी आर या प्राथमिक चिकित्सा देना

भारत में आपातकालीन नंबर

- पुलिस के लिए 100
- एम्बुलेंस के लिए 102
- अग्निशमन के लिए 101
- आपदा प्रबंधन के लिए 108
- महिला हेल्पलाइन के लिए 181



### 8.5.3 समस्या का समाधान करना








आकृति 8.5.3.1











अनुलग्नक 9

यूनिट में दिए गए क्यू आर कोड का विवरण

मॉड्यूल का नाम	यूनिट का नाम	विषय का नाम	पृष्ठ संख्या	Url	क्यू आर कोड
मॉड्यूल 1 परिचय	यूनिट 1.2 – भारत के आभूषण उद्योग का अवलोकन	1.2.12 परख करने की प्रक्रिया	15	<a href="https://drive.google.com/file/d/1hcXATworP-3y9DEzad3DGd9fIMpnleQE/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1hcXATworP-3y9DEzad3DGd9fIMpnleQE/view?usp=sharing</a>	 कैरेटमीटर
मॉड्यूल 1 परिचय	यूनिट 1.2 – भारत के आभूषण उद्योग का अवलोकन	1.2.12 परख करने की प्रक्रिया	15	<a href="https://drive.google.com/file/d/12UF8gbWEnWwS5i4OsV8l_fgWps7mCV8G/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/12UF8gbWEnWwS5i4OsV8l_fgWps7mCV8G/view?usp=sharing</a>	 शीर्ष आभूषण ब्रांड
मॉड्यूल 1 परिचय	यूनिट 1.3: ज्वैलरी रिटेल सेल्स एसोसिएट (जेआरएसए) की भूमिका और दायित्व	1.3.2 सामान बेचते समय जेआरएसए के सामान्य दायित्व	18	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nKY1AbPz668&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=nKY1AbPz668&amp;t=1s</a>	 रत्न और आभूषण उद्योग अभिविन्यास
मॉड्यूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.1 – सोना	3.1.2 सोने की सामान्य विशेषताएँ	40	<a href="https://youtu.be/ihuaAz5KupE">https://youtu.be/ihuaAz5KupE</a>	 सोने का इतिहास
मॉड्यूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.3 – चांदी	3.3.1 चांदी के गुण	42	<a href="https://drive.google.com/file/d/1k4WO7PlqioFWZjtBerBJPWgSrKZSGI93/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1k4WO7PlqioFWZjtBerBJPWgSrKZSGI93/view?usp=sharing</a>	 कीमती धातु का परिचय

मोडयूल का नाम	यूनिट का नाम	विषय का नाम	पृष्ठ संख्या	Url	क्यू आर कोड
मोडयूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.4 – हिरा	3.4.3 क्यूबिक जिरकोनिया (अमेरिकी डायमंड)	47	<a href="https://drive.google.com/file/d/1ULcxN00IGRgNuKh0qu-4fsKMTXYjUAs/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1ULcxN00IGRgNuKh0qu-4fsKMTXYjUAs/view?usp=sharing</a>	 सामान्य विशेषताएं और हीरा
मोडयूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.11 – रत्न की सेटिंग	3.11.1 सेटिंग के प्रकार	66	<a href="https://drive.google.com/file/d/14L2Q8Naer69RmsIjN0bVm2SH0XyE9aiA/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/14L2Q8Naer69RmsIjN0bVm2SH0XyE9aiA/view?usp=sharing</a>	 रत्न सेटिंग के प्रकार
मोडयूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.12 – मशीन से बने आभूषण	3.12.1 कास्टिंग-“लॉस्ट वैक्स प्रोसेस”	70	<a href="https://youtube.com/XEn-Cq2pDLc">https://youtube.com/XEn-Cq2pDLc</a>	 वैश्विक बाजार में भारतीय विरासत और शिल्प १
मोडयूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.12 – मशीन से बने आभूषण	3.12.1 कास्टिंग-“लॉस्ट वैक्स प्रोसेस”	70	<a href="https://youtube.com/1NZ-1Gxpos4">https://youtube.com/1NZ-1Gxpos4</a>	 वैश्विक बाजार में भारतीय विरासत और शिल्प २
मोडयूल 3 ग्राहक को आभूषण उत्पाद पेशकशों के बारे में विस्तार से बताना	यूनिट 3.14 – भारतीय आभूषणों में विविधता	3.14.1 क्षेत्रीय भारतीय आभूषण	78	<a href="https://drive.google.com/file/d/1MbXHEUUBijOPOLkRt11PHanPRh8dPLb5/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1MbXHEUUBijOPOLkRt11PHanPRh8dPLb5/view?usp=sharing</a>	 भारतीय आभूषणों में विविधता

मोड्यूल का नाम	यूनिट का नाम	विषय का नाम	पृष्ठ संख्या	Url	क्यू आर कोड
मोड्यूल 7 अपनी और संगठन की पेशेवर छवि बनायें	यूनिट 7.2: अपनी पेशेवर छवि बनाना	7.2.2 ग्राहकों के साथ सौहार्द-स्थापन बनाये	118	<a href="https://youtu.be/orrfokjuzTs">https://youtu.be/orrfokjuzTs</a>	 <p>काइज़न के माध्यम से सुधार</p>



**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

**GJSCI**  
Gem & Jewellery Skill Council of India

पता: जेम एंड ज्वेलरी स्किल कौंसिल ऑफ इंडिया  
तृतीय तल, BFC बिल्डिंग, SEEPZ SEZ, मुम्बई 400 096, भारत.  
ई-मेल: info@gjsoci.org  
वेब: www.gjsoci.org  
फोन: 022-28293941  
CIN नं: U80904MH2012NPL233740

मूल्य: ₹ 140/-



ई-बुक प्राप्त करने के लिए क्यू आर कोड  
को स्कैन करें अथवा यहाँ क्लिक करें



ISBN 978-81-934349-8-8



9 788193 434988 >

पीएमकेवीवाई (प्रधान मंत्री कौशल विकास योजना) के तहत छात्रों को यह पुस्तिका मुफ्त प्रदान की जाती है