



संचालन प्रबंधन

गार्गी राउत

संचालन प्रबंधन

संचालन प्रबंधन

गार्गी राउत

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली – 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-7096-3

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

22, प्रकाशदीप बिल्डिंग, अंसारी रोड,
दरियागंज, नई दिल्ली – 110002

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

अनुक्रम

1. व्यवसाय संचालन प्रबंधन: एक अवलोकन 1
2. व्यवसाय संचालन: प्रलेखन की तकनीक 41
3. वेयरहाउस संचालन और इन्वेंटरी प्रबंधन 87
4. संचालन प्रबंधन में सुधार के लिए दृष्टिकोण 182

व्यवसाय संचालन प्रबंधन: एक अवलोकन

किसी व्यवसाय की संपत्ति में से मूल्य प्राप्त करना व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन के रूप में जाना जाता है। किसी व्यवसाय की उत्पादकता का विश्लेषण करना, साथ ही साथ दक्षता बढ़ाना और लागत में कट करना व्यवसाय संचालन के महत्वपूर्ण पहलू हैं। यह अध्याय व्यावसाय संचालन प्रबंधन के सभी प्रमुख पहलुओं को शामिल करते हुए विषय वस्तु का अवलोकन है।

व्यापार संचालन प्रबंधन

व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन (बीपीएम) संचालन प्रबंधन में एक क्षेत्र है जो किसी कंपनी की व्यावसायिक प्रक्रियाओं का प्रबंधन और अनुकूलन करके कॉर्पोरेट प्रदर्शन को बेहतर बनाने पर केंद्रित है। इसलिए इसे "प्रक्रिया अनुकूलन प्रक्रिया" के रूप में वर्णित किया जा सकता है। यह तर्क दिया जाता है कि बीपीएम संगठनों को कार्यात्मक रूप से केंद्रित, पारंपरिक पदानुक्रमित प्रबंधन दृष्टिकोण की तुलना में अधिक कुशल, अधिक प्रभावी और परिवर्तन के लिए अधिक सक्षम बनाता है। ये प्रक्रिया किसी संगठन की लागत और राजस्व सृजन को प्रभावित कर सकती है।

नीति-निर्माण के दृष्टिकोण के रूप में, बीपीएम प्रक्रियाओं को एक संगठन की महत्वपूर्ण संपत्ति के रूप में देखता है जिसे ग्राहकों के लिए मूल्य वर्धित उत्पादों और सेवाओं की घोषणा करने, प्रबंधित करने और विकसित करने के लिए समझना चाहिए। यह दृष्टिकोण अन्य कुल गुणवत्ता प्रबंधन या निरंतर सुधार प्रक्रिया पद्धतियों और बीपीएम समर्थकों का भी दावा करता है कि यह दृष्टिकोण प्रौद्योगिकी के माध्यम से समर्थित या सक्षम हो सकता है। जैसे, कई बीपीएम लेख और विद्वान अक्सर दो दृष्टिकोणों में से एक बीपीएम पर चर्चा करते हैं: लोग और / या प्रौद्योगिकी।

परिभाषाएं

बीपीएम संस्थान ने व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन को इस प्रकार परिभाषित किया है:

प्रदर्शन-आधारित, ग्राहक-चालित फर्म के लिए तीन परिणाम प्राप्त करने के लिए फर्म की एंड-टू-एंड एंटरप्राइज़ व्यावसायिक प्रक्रियाओं की परिभाषा, सुधार और प्रबंधन: 1) रणनीतिक दिशा पर स्पष्टता, 2) फर्म के संसाधनों का संरक्षण, और 3) दैनिक कार्यों में अनुशासन बढ़ा।

वर्कफ्लो प्रबंधन गठबंधन, BPM.com और कई अन्य स्रोत निम्नलिखित परिभाषा का उपयोग करते हैं:

व्यावसायिक प्रक्रिया प्रबंधन (बीपीएम) एक अनुशासन है जिसमें उद्यम लक्ष्यों, फैले हुए सिस्टम, कर्मचारियों, ग्राहकों और भागीदारों के समर्थन में, उद्यम सीमाओं के भीतर मॉडलिंग, स्वचालन, निष्पादन, नियंत्रण, माप और व्यावसायिक गतिविधि प्रवाह के किसी भी संयोजन को शामिल किया गया है।

एसोसिएशन ऑफ बिजनेस प्रोसेस मैनेजमेंट प्रोफेशनल बीपीएम को परिभाषित करता है:

व्यावसायिक प्रक्रिया प्रबंधन (बीपीएम) एक संगठन के रणनीतिक लक्ष्यों के साथ गठबंधन किए गए सुसंगत, लक्षित परिणामों को प्राप्त करने के लिए स्वचालित और गैर-स्वचालित व्यापार प्रक्रियाओं दोनों की पहचान, डिजाइन, निष्पादन, दस्तावेज, माप, निगरानी और नियंत्रण करने के लिए एक अनुशासित दृष्टिकोण है। बीपीएम में जानबूझकर, सहयोगी और तेजी से प्रौद्योगिकी-सहायता प्राप्त परिभाषा, सुधार, नवाचार, और एंड-टू-एंड

व्यावसायिक प्रक्रियाओं का प्रबंधन शामिल है जो व्यावसायिक परिणाम चलाते हैं, मूल्य बनाते हैं, और एक संगठन को अधिक चपलता के साथ अपने व्यावसायिक उद्देश्यों को पूरा करने में सक्षम करते हैं। बीपीएम एक उद्यम को अपनी व्यावसायिक रणनीति में अपनी व्यावसायिक प्रक्रियाओं को संरेखित करने में सक्षम बनाता है, जो विशिष्ट कार्य गतिविधियों में सुधार के माध्यम से या तो एक विशिष्ट विभाग के भीतर, उद्यम भर में, या संगठनों के बीच प्रभावी होता है।

गार्टनर व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन को परिभाषित करता है:

"व्यापार प्रदर्शन के परिणामों और परिचालन चपलता में सुधार के लिए प्रबंधन प्रक्रियाओं (कार्यों के बजाय) के रूप में अनुशासना प्रक्रियाएं संगठनात्मक सीमाओं को जोड़ती हैं, ग्राहकों और घटकों को मूल्य बनाने और वितरित करने के लिए लोगों, सूचना प्रवाह, प्रणालियों और अन्य परिसंपत्तियों को एक साथ जोड़ती हैं।"

बीपीएम सूट (बीपीएमएस) के साथ बीपीएम को भ्रमित करना आम है। बीपीएम लोगों द्वारा किया गया एक पेशेवर अनुशासन है, जबकि बीपीएमएस बीपीएम पेशेवरों को उनके लक्ष्यों को पूरा करने में मदद करने के लिए डिज़ाइन किए गए उपकरणों का एक तकनीकी सूट है। बीपीएम को किसी विशेष प्रक्रिया का समर्थन करने के लिए विकसित अनुप्रयोग या समाधान के साथ भ्रमित नहीं होना चाहिए। सूट और समाधान व्यावसायिक प्रक्रियाओं को स्वचालित करने के तरीकों का प्रतिनिधित्व करते हैं, लेकिन स्वचालन बीपीएम का केवल एक पहलू है।

परिवर्तन

व्यवसाय प्रक्रिया की अवधारणा 20 वीं शताब्दी की शुरुआत में जॉब शॉप शेड्यूलिंग समस्याओं से उत्पन्न कार्यों, विभाग, उत्पादन और आउटपुट की अवधारणाओं के रूप में पारंपरिक हो सकती है। औपचारिक परिभाषाओं और तकनीकी मॉडलिंग के साथ 2010 के रूप में प्रबंधन और सुधार दृष्टिकोण, 1990 के दशक की शुरुआत से ही रहा है। ध्यान दें कि "व्यवसाय प्रक्रिया" शब्द का उपयोग कभी-कभी आईटी चिकित्सकों द्वारा मिडलवेयर प्रक्रियाओं के प्रबंधन के साथ या अनुप्रयोग सॉफ्टवेयर कार्यों को एकीकृत करने के लिए किया जाता है।

हालांकि बीपीएम ने शुरुआत में सूचना प्रौद्योगिकी के उपयोग के साथ व्यावसायिक प्रक्रियाओं के स्वचालन पर ध्यान केंद्रित किया था, लेकिन तब से इसे मानव-संचालित प्रक्रियाओं को एकीकृत करने के लिए बढ़ाया गया है जिसमें मानव संपर्क प्रौद्योगिकी के उपयोग के साथ श्रृंखला या समानांतर में होता है। उदाहरण के लिए, वर्कफ्लो प्रबंधन प्रणालियां संबंधित मानवों या किसी अन्य कार्य को संबंधित स्वचालित प्रणाली में वर्कफ्लो में मानव अंतर्ज्ञान या निर्णय की आवश्यकता के लिए अलग-अलग चरणों को निर्दिष्ट कर सकती हैं।

"मानव इंटरैक्शन प्रबंधन" जैसे हाल के बदलाव मानव कार्य करने वाले मानव श्रमिकों के बीच इंटरैक्शन क्रिया से संबंधित हैं।

2010 की तकनीक ने बीपीएम को सिक्स सिग्मा जैसी अन्य पद्धतियों के साथ युग्मित करने की अनुमति दी है। सिपोक, प्रोसेस फ्लो, राकि, सीटीक्यू और हिस्टोग्राम जैसे कुछ बीपीएम उपकरण उपयोगकर्ताओं को अनुमति देते हैं:

- कल्पना - कार्य और प्रक्रिया
- उपाय - सफलता का निर्धारण करने के लिए उचित उपाय निर्धारित करें
- विश्लेषण - एक इष्टतम सुधार निर्धारित करने के लिए विभिन्न सिमुलेशन की तुलना करें
- सुधार - सुधार का चयन करें और लागू करें
- नियंत्रण - इस कार्यान्वयन को लागू करें और उपयोगकर्ता द्वारा परिभाषित डैशबोर्ड के उपयोग से वास्तविक समय में सुधार की निगरानी करें और प्रदर्शन जानकारी को अगले सुधार पुनरावृत्ति के लिए तैयारी में सिमुलेशन मॉडल में वापस खिलाएं।

- री-इंजीनियर - बेहतर परिणामों के लिए स्ट्रैच से प्रक्रियाओं को संशोधित करें

यह अपने साथ वास्तविक दुनिया के आंकड़ों के आधार पर व्यावसायिक प्रक्रियाओं में परिवर्तन का अनुकरण करने में सक्षम होने का लाभ लाता है (न कि केवल जान पर)। इसके अलावा, बीपीएम टू इंडस्ट्री मेथोडोलॉजीज का युग्मन उपयोगकर्ताओं को लगातार यह सुनिश्चित करने और प्रक्रिया को अनुकूलित करने की अनुमति देता है कि यह उसकी बाजार की जरूरत के अनुरूप है।

2012 के रूप में बीपीएम पर शोध ने व्यावसायिक प्रक्रियाओं के अनुपालन पर ध्यान दिया है। यद्यपि व्यावसायिक प्रक्रियाओं का एक महत्वपूर्ण पहलू लचीलापन है, क्योंकि व्यावसायिक प्रक्रियाओं को लगातार पर्यावरण में बदलाव के लिए अनुकूल बनाने की आवश्यकता होती है, व्यापार रणनीति, नीतियों और सरकारी नियमों का अनुपालन भी सुनिश्चित किया जाना चाहिए। बीपीएम में अनुपालन पहलू सरकारी संगठनों के लिए अत्यधिक महत्वपूर्ण है। 2010 के रूप में बीपीएम एक सरकारी संदर्भ में दृष्टिकोण मोटे तौर पर परिचालन प्रक्रियाओं और ज्ञान प्रतिनिधित्व पर ध्यान केंद्रित करता है। यद्यपि सार्वजनिक और निजी दोनों क्षेत्रों में परिचालन व्यवसाय प्रक्रियाओं पर कई तकनीकी अध्ययन हुए हैं, शोधकर्ताओं ने शायद ही कभी कानूनी अनुपालन गतिविधियों को ध्यान में रखा है, उदाहरण के लिए सार्वजनिक-प्रशासन निकायों में कानूनी कार्यान्वयन प्रक्रियाएं।

जीवन चक्र

व्यावसायिक प्रक्रिया प्रबंधन गतिविधियों को मनमाने ढंग से डिजाइन, मॉडलिंग, निष्पादन, निगरानी और अनुकूलन जैसी श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है।



डिज़ाइन

प्रक्रिया डिजाइन में मौजूदा प्रक्रियाओं और "टू-बी" प्रक्रियाओं के डिजाइन दोनों की पहचान शामिल है। फोकस के क्षेत्रों में प्रक्रिया प्रवाह का प्रतिनिधित्व, इसके भीतर के कारक, अलर्ट और नोटिफिकेशन, एस्केलेशन, मानक संचालन प्रक्रियाएं, सेवा स्तर समझौते और कार्य हैंड-ओवर तंत्र शामिल हैं।

मौजूदा प्रक्रियाओं को माना जाता है या नहीं, इस कदम का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि एक सही और कुशल सैद्धांतिक डिजाइन तैयार किया जाए।

प्रस्तावित सुधार मानव-से-मानव, मानव-से-प्रणाली या प्रणाली-से-प्रणाली में हो सकता है वर्कफ्लो, और व्यवसायों द्वारा सामना की जाने वाली विनियामक, बाज़ार या प्रतिस्पर्धी चुनौतियों को लक्षित कर सकता है।

मौजूदा प्रक्रिया और विभिन्न अनुप्रयोगों के लिए नई प्रक्रिया के डिजाइन को प्रमुख-प्रक्रिया या प्रक्रिया में रुकावट का कारण नहीं बनाना होगा।

मोडलिंग

मॉडलिंग सैद्धांतिक डिजाइन लेता है और चर के संयोजन का परिचय देता है (उदाहरण के लिए, किराए या सामग्री की लागत में परिवर्तन, जो यह निर्धारित करते हैं कि प्रक्रिया अलग-अलग परिधि के तहत कैसे चल सकती है)।

इसमें प्रक्रियाओं पर "क्या-अगर विश्लेषण" (स्थितियां-जब, यदि, और) चल सकता है: "क्या होगा अगर मेरे पास एक ही कार्य करने के लिए 75% संसाधन हैं?" "क्या होगा अगर मैं वर्तमान लागत के 80% के लिए एक ही काम करना चाहता हूँ?"

क्रियान्वयन

प्रक्रियाओं को स्वचालित करने के तरीकों में से एक आवेदन को विकसित करना या खरीदना है जो प्रक्रिया के आवश्यक चरणों को निष्पादित करता है; हालांकि, व्यवहार में, ये एप्लिकेशन प्रक्रिया के सभी चरणों को शायद ही सही या पूरी तरह से निष्पादित करते हैं। एक अन्य दृष्टिकोण सॉफ्टवेयर और मानव हस्तक्षेप के संयोजन का उपयोग करना है; हालांकि यह दृष्टिकोण अधिक जटिल है, जिससे प्रलेखन प्रक्रिया कठिन हो जाती है।

इन समस्याओं की प्रतिक्रिया के रूप में, सॉफ्टवेयर विकसित किया गया है जो पूर्ण व्यावसायिक प्रक्रिया (जैसा कि प्रक्रिया डिजाइन गतिविधि में विकसित किया गया है) को कंप्यूटर की भाषा में परिभाषित किया जा सकता है जिसे सीधे कंप्यूटर द्वारा निष्पादित किया जा सकता है। प्रक्रिया मॉडल निष्पादन इंजनों के माध्यम से चलाया जा सकता है जो सीधे मॉडल से प्रक्रियाओं को स्वचालित करता है या, जब एक कदम भी स्वचालित करने के लिए जटिल होता है, बिजनेस प्रोसेस मॉडलिंग नोटिफिकेशन (बीपीएमएन) मानव इनपुट के लिए फ्रंट-एंड क्षमता प्रदान करता है। पिछले दृष्टिकोणों में से किसी की तुलना में, एक प्रक्रिया परिभाषा को सीधे निष्पादित करना अधिक सरल और इसलिए सुधार करना आसान हो सकता है। हालांकि, एक प्रक्रिया परिभाषा को स्वचालित करने के लिए लचीले और व्यापक बुनियादी ढांचे की आवश्यकता होती है, जो आम तौर पर एक विरासत आईटी वातावरण में इन प्रणालियों को लागू करने से बाहर होती है।

व्यवस्थापन व्यवहार के लिए परिभाषा प्रदान करने के लिए सिस्टम द्वारा व्यावसायिक नियमों का उपयोग किया गया है, और एक व्यापार नियम इंजन का उपयोग प्रक्रिया निष्पादन और संकल्प को चलाने के लिए किया जा सकता है।

निगरानी

निगरानी में व्यक्तिगत प्रक्रियाओं की ट्रैकिंग शामिल है, ताकि उनकी स्थिति की जानकारी आसानी से देखी जा सके, और एक या अधिक प्रक्रियाओं के प्रदर्शन पर आंकड़े प्रदान किए जा सकते हैं। इस ट्रैकिंग का एक उदाहरण ग्राहक के ऑर्डर की स्थिति को निर्धारित करने में सक्षम किया जाना है (उदाहरण के लिए ऑर्डर, डिलीवरी की प्रतीक्षा, इनवॉइस का भुगतान) ताकि इसके संचालन में आने वाली समस्याओं को पहचाना और ठीक किया जा सके।

इसके अलावा, इस जानकारी का उपयोग ग्राहकों और आपूर्तिकर्ताओं के साथ काम करने के लिए उनकी जुड़ी प्रक्रियाओं को बेहतर बनाने के लिए किया जा सकता है। उदाहरण इस बात के उपाय हैं कि ग्राहक ऑर्डर को कितनी जल्दी संसाधित किया जाता है या पिछले महीने में कितने ऑर्डर संसाधित किए गए थे। ये उपाय तीन श्रेणियों में फिट होते हैं: चक्र समय, दोष दर और उत्पादकता।

निगरानी की डिग्री इस बात पर निर्भर करती है कि व्यवसाय किस जानकारी का मूल्यांकन और विश्लेषण करना चाहता है और यह कैसे व्यापार की निगरानी करना चाहता है, वास्तविक समय में, वास्तविक समय या तदर्थ के पास। यहां, व्यावसायिक गतिविधि निगरानी (बीएएम) बीपीएमएस द्वारा आमतौर पर उपलब्ध कराए गए निगरानी उपकरणों का विस्तार करती है।

प्रक्रिया खनन प्रक्रिया निगरानी से संबंधित विधियों और उपकरणों का एक संग्रह है। प्रक्रिया खनन का उद्देश्य प्रक्रिया की निगरानी के माध्यम से निकाले गए इवेंट लॉग का विश्लेषण करना है और उनकी तुलना प्राथमिकता प्रक्रिया मॉडल से करना है। प्रक्रिया खनन प्रक्रिया विश्लेषकों को वास्तविक प्रक्रिया निष्पादन और एक प्राथमिकता मॉडल के साथ-साथ अडचनों का विश्लेषण करने के बीच विसंगतियों का पता लगाने की अनुमति देता है।

अनुकूलन

प्रक्रिया अनुकूलन में मॉडलिंग या निगरानी चरण से प्रक्रिया के प्रदर्शन की जानकारी प्राप्त करना शामिल है; संभावित या वास्तविक बाधाओं और लागत बचत या अन्य सुधारों के संभावित अवसरों की पहचान करना; और फिर, प्रक्रिया के डिजाइन में उन संवर्द्धन को लागू करना। प्रक्रिया खनन उपकरण महत्वपूर्ण गतिविधियों और बाधाओं की खोज करने में सक्षम हैं, जिससे अधिक से अधिक व्यावसायिक मूल्य बनते हैं।

री-इंजीनियरिंग

जब प्रक्रिया बहुत जटिल या अक्षम हो जाती है, और अनुकूलन वांछित आउटपुट प्राप्त नहीं कर रहा है, तो आमतौर पर एक कंपनी स्टीयरिंग कमेटी द्वारा अध्यक्ष / सीईओ की अध्यक्षता में पूरे प्रक्रिया चक्र को फिर से इंजीनियर करने की सिफारिश की जाती है। व्यावसायिक प्रक्रिया पुनर्रचना (बीपीआर) का उपयोग संगठनों द्वारा कार्यस्थल पर दक्षता और उत्पादकता प्राप्त करने के लिए किया जाता है।

सूट

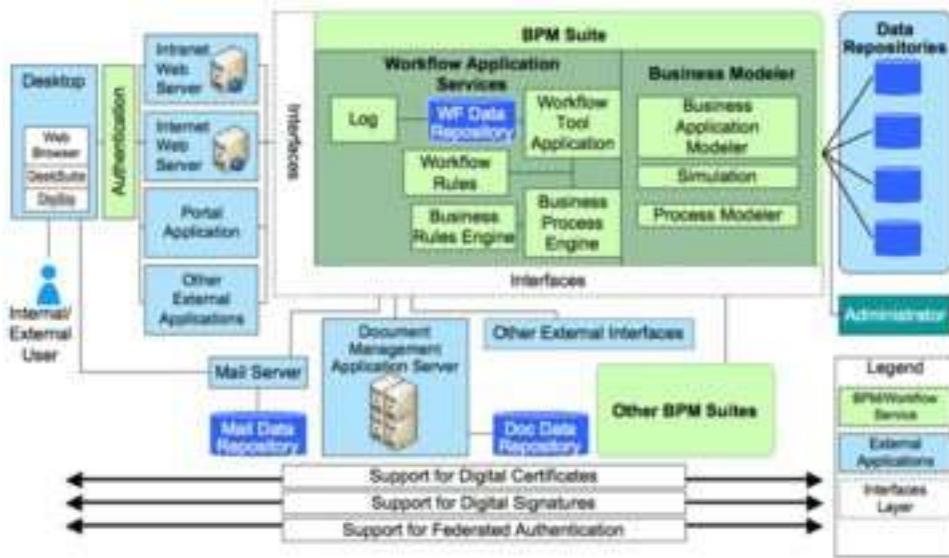
प्रक्रियाओं को व्यवस्थित और स्वचालित करने के लिए व्यावसायिक प्रक्रिया प्रबंधन अवधारणाओं का लाभ उठाने वाले उद्यम सॉफ्टवेयर के लिए एक बाजार विकसित हुआ है। इन सॉफ्टवेयरों के हालिया अभिसरण से अलग-अलग टुकड़ों जैसे कि बिजनेस रूल्स इंजन, बिजनेस प्रोसेस मॉडलिंग, बिजनेस एक्टिविटी मॉनिटरिंग और ह्यूमन वर्कफ्लो ने एकीकृत बिजनेस प्रोसेस मैनेजमेंट सूट को जन्म दिया है। फॉरेस्टर रिसर्च, इंक तीन अलग-अलग लेंसों के माध्यम से बीपीएम सूट स्थान को पहचानते हैं:

- मानव-केंद्रित बीपीएम
- एकीकरण केंद्रित बीपीएम (एंटरप्राइज सर्विस बस)
- दस्तावेज़ केंद्रित बीपीएम (डायनामिक केस मैनेजमेंट)

हालांकि, स्टैंडअलोन एकीकरण-केंद्रित और दस्तावेज़-केंद्रित ओफरिंग अलग-अलग, स्टैंडअलोन बाजारों में परिपक्व हो गए हैं।

अभ्यास

जबकि चरणों को एक चक्र के रूप में देखा जा सकता है, आर्थिक या समय की कमी से प्रक्रिया को केवल कुछ पुनरावृत्तियों तक सीमित करने की संभावना है। यह अक्सर ऐसा होता है जब कोई संगठन संगठनात्मक संस्कृति को बदलने की कोशिश करने के बजाय लघु से मध्यम अवधि के उद्देश्यों के लिए दृष्टिकोण का उपयोग करता है। सच्ची पुनरावृत्तियों प्रक्रिया प्रतिभागियों के सहयोगी प्रयासों के माध्यम से ही संभव है। अधिकांश संगठनों में, जटिलता को इन दैनिक प्रक्रिया प्रबंधन चुनौतियों में प्रक्रिया प्रतिभागियों का समर्थन करने के लिए प्रौद्योगिकी को सक्षम करने की आवश्यकता होगी।



बिज़नेस प्रोसेस मैनेजमेंट (बीपीएम) सर्विस पैटर्न का उदाहरण: यह पैटर्न दिखाता है कि कैसे बिज़नेस प्रोसेस मैनेजमेंट (बीपीएम) टूल्स का इस्तेमाल लोगों और सिस्टम के बीच गतिविधियों के ऑर्केस्ट्रेशन के जरिए बिज़नेस प्रोसेस को लागू करने के लिए किया जा सकता है।

तिथि करने के लिए, कई संगठन अक्सर बीपीएम परियोजना या कार्यक्रम को उस क्षेत्र के अनुकूलन के उद्देश्य से शुरू करते हैं जिसे सुधार के लिए एक क्षेत्र के रूप में पहचाना गया है।

वर्तमान में, कार्य के लिए अंतरराष्ट्रीय मानकों में आईटी क्षेत्र में बीपीएम को आवेदन तक सीमित किया गया है, और आईएसओ / आईईसी 15944 व्यवसाय के परिचालन पहलुओं को शामिल करता है। हालांकि, सर्वोत्तम प्रथाओं की संस्कृति वाले कुछ निगम अपनी परिचालन प्रक्रिया को विनियमित करने के लिए मानक संचालन प्रक्रियाओं का उपयोग करते हैं। वर्तमान में बीपीएम कार्यान्वयन (बीपीएमएन, एंटरप्राइज़ आर्किटेक्चर, बिज़नेस मोटिवेशन मॉडल) में सहायता के लिए अन्य मानकों पर काम किया जा रहा है।

प्रौद्योगिकी

बीपीएम को अब वास्तविक समय, कार्रवाई योग्य जानकारी देने के लिए परिचालन खुफिया (ओआई) समाधानों का एक महत्वपूर्ण घटक माना जाता है। इस वास्तविक समय की जानकारी पर कई तरह से कार्रवाई की जा सकती है - अलर्ट भेजे जा सकते हैं या वास्तविक समय के डैशबोर्ड का उपयोग करके कार्यकारी निर्णय किए जा सकते हैं। पूर्व-निर्धारित नियमों के आधार पर स्वचालित कार्रवाई करने के लिए ओआई समाधान वास्तविक समय की जानकारी का उपयोग करते हैं ताकि सुरक्षा उपायों और या अपवाद प्रबंधन प्रक्रियाओं को शुरू किया जा सके।

जैसे, कुछ लोग बीपीएम को "सूचना प्रौद्योगिकी (आईटी) और व्यापार के बीच का पुल" के रूप में देखते हैं। वास्तव में, एक तर्क दिया जा सकता है कि यह "समग्र दृष्टिकोण" संगठनात्मक और तकनीकी साइलो को पुल करता है।

बीपीएम सूट के चार महत्वपूर्ण घटक हैं:

- प्रक्रिया इंजन - व्यवसाय नियमों सहित मॉडलिंग और प्रक्रिया-आधारित अनुप्रयोगों के निष्पादन के लिए एक मजबूत मंच

- बिजनेस एनालिटिक्स - प्रबंधकों को व्यावसायिक मुद्दों, रुझानों और रिपोर्ट और डैशबोर्ड के अवसरों की पहचान करने और तदनुसार प्रतिक्रिया करने में सक्षम करें
- सामग्री प्रबंधन - इलेक्ट्रॉनिक दस्तावेजों, छवियों और अन्य फाइलों को संग्रहीत और सुरक्षित करने के लिए एक प्रणाली प्रदान करता है
- सहयोग उपकरण - चर्चा मंचों, गतिशील कार्यक्षेत्रों और ऑर्डर बोर्डों के माध्यम से इंटर- और इंटरडिपेण्डेंस संचार बाधाओं को हटा दें

बीपीएम इन व्यावसायिक ड्राइवरो को रेखांकित करने वाले कई महत्वपूर्ण आईटी मुद्दों को भी संबोधित करता है, जिनमें शामिल हैं:

- एंड-टू-एंड, ग्राहक-सामना करने वाली प्रक्रियाओं का प्रबंधन
- डेटा को समेकित करना और संबंधित डेटा और सूचना तक दृश्यता में वृद्धि करना
- वर्तमान अवसंरचना और डेटा की लचीलापन और कार्यक्षमता बढ़ाना
- मौजूदा प्रणालियों और सेवा उन्मुख वास्तुकला (एसओए) का लाभ उठाना
- व्यवसाय-आईटी संरेखण के लिए एक सामान्य भाषा की स्थापना

बीपीएमएस का सत्यापन एक और तकनीकी समस्या है, जिसके लिए विनियामक अनुपालन अनिवार्य होने पर विक्रेताओं और उपयोगकर्ताओं को जागरूक होने की आवश्यकता है। सत्यापन कार्य किसी प्रमाणित तृतीय पक्ष या स्वयं उपयोगकर्ताओं द्वारा किया जा सकता है। किसी भी तरह से, सत्यापन प्रलेखन उत्पन्न करने की आवश्यकता होगी। सत्यापन दस्तावेज़ आमतौर पर या तो आधिकारिक रूप से प्रकाशित किया जा सकता है या उपयोगकर्ताओं द्वारा बनाए रखा जा सकता है।

क्लाउड कंप्यूटिंग बीपीएम

क्लाउड कंप्यूटिंग व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन एक नेटवर्क पर सॉफ्टवेयर सेवाओं (सास) के रूप में दिए जाने वाले (बीपीएम) उपकरणों का उपयोग है। क्लाउड बीपीएम बिजनेस लॉजिक एक एप्लिकेशन सर्वर पर तैनात किया जाता है और बिजनेस डेटा क्लाउड स्टोरेज में रहता है।

मार्केट

गार्टनर के अनुसार, सभी "छाया व्यवसाय प्रक्रियाओं" का 20% बीपीएम क्लाउड प्लेटफॉर्मों द्वारा समर्थित होगा। गार्टनर उन सभी छिपी हुई संगठनात्मक प्रक्रियाओं को संदर्भित करता है जो आईटी विभाग द्वारा एक्सेल स्प्रेडशीट, नियमों का उपयोग करने वाले ईमेल के मार्ग, फोन कॉल रूटिंग, आदि के रूप में आईटी विभागों द्वारा समर्थित हैं। ये निश्चित रूप से अन्य तकनीकों जैसे वर्कफ्लो और स्मार्ट फॉर्म सॉफ्टवेयर द्वारा भी प्रतिस्थापित किए जा सकते हैं।

लाभ

क्लाउड बीपीएम सेवाओं का उपयोग करने के लाभों में घर में विशेष तकनीकी कौशल सेट को बनाए रखने और उद्यम के मुख्य फोकस से ध्यान भंग को कम करने की आवश्यकता और लागत शामिल है। यह नियंत्रित आईटी बजट प्रदान करता है और भौगोलिक गतिशीलता को सक्षम बनाता है।

इंटरनेट ऑफ थिंग्स

बड़ी संख्या में उपकरणों के माध्यम से सूचनाओं के प्रवाह को नियंत्रित और प्रबंधित करने के लिए उभरती हुई इंटरनेट ऑफ थिंग्स एक महत्वपूर्ण चुनौती है। इससे निपटने के लिए, बीपीएम एवरीवेयर के नाम से जानी जाने वाली एक नई दिशा पारंपरिक प्रक्रिया तकनीकों के सम्मिश्रण के रूप में वादे को दिखाती है, जिसमें सभी स्वतंत्र उपकरणों को संभालने के लिए अतिरिक्त क्षमता होती है।

व्यापार संचालन

एक व्यवसाय प्रक्रिया या व्यवसाय विधि संबंधित, संरचित गतिविधियों या कार्यों का एक संग्रह है जो किसी विशेष ग्राहक या ग्राहकों के लिए एक विशिष्ट सेवा या उत्पाद (किसी विशेष लक्ष्य की सेवा) का उत्पादन करती है। इसे अक्सर इंटरलाइसिंग निर्णय बिंदुओं के साथ गतिविधियों के अनुक्रम के प्रवाह के रूप में या प्रक्रिया में डेटा पर आधारित प्रासंगिकता नियमों के साथ गतिविधियों के अनुक्रम के प्रक्रिया मैट्रिक्स के रूप में देखा जा सकता है।

अवलोकन

तीन प्रकार की व्यावसायिक प्रक्रियाएं हैं (अगस्त-विल्हेम शीर और मार्क वॉन रोजिंग द्वारा उद्धरण):

1. प्रबंधन प्रक्रियाएं, प्रक्रियाएं जो एक प्रणाली के संचालन को नियंत्रित करती हैं। विशिष्ट प्रबंधन प्रक्रियाओं में "कॉर्पोरेट प्रशासन" और "रणनीतिक प्रबंधन" शामिल हैं।
2. ऑपरेशनल प्रक्रियाएं, कोर बिजनेस बनाने वाली प्रक्रियाएं और प्राथमिक मान स्ट्रीम बनाएं। उदाहरण के लिए, ग्राहकों से ऑर्डर लेना और बैंक शाखा में खाता खोलना।
3. सहायक प्रक्रियाएं, जो मूल प्रक्रियाओं का समर्थन करती हैं। उदाहरणों में स्वास्थ्य और सुरक्षा, लेखा, भर्ती, कॉल सेंटर, तकनीकी सहायता शामिल हैं।

एक व्यावसायिक प्रक्रिया एक मिशन के उद्देश्य से शुरू होती है और व्यावसायिक उद्देश्य की उपलब्धि के साथ समाप्त होती है। प्रक्रिया-उन्मुख संगठन संरचनात्मक विभागों की बाधाओं को तोड़ते हैं और कार्यात्मक साइलो से बचने की कोशिश करते हैं।

एक जटिल व्यावसायिक प्रक्रिया को कई उप-प्रक्रियाओं में विघटित किया जा सकता है, जिनकी अपनी विशेषताएं हैं, लेकिन यह भी सुपर-प्रक्रिया के लक्ष्य को प्राप्त करने में योगदान देता है। व्यावसायिक प्रक्रियाओं के विश्लेषण में आमतौर पर प्रक्रियाओं की मैपिंग और गतिविधि / कार्य स्तर तक उप-प्रक्रिया शामिल होती है।

व्यावसायिक प्रक्रियाओं को ग्राहक के लिए मूल्य जोड़ने के लिए डिज़ाइन किया गया है और इसमें अनावश्यक गतिविधियों को शामिल नहीं किया जाना चाहिए। एक अच्छी तरह से डिज़ाइन की गई व्यावसायिक प्रक्रिया का परिणाम प्रभावशीलता (ग्राहक के लिए मूल्य) और बड़ी हुई दक्षता (संसाधनों का कम उपयोग) है।

व्यवसाय प्रक्रियाओं को बड़ी संख्या में विधियों और तकनीकों के माध्यम से तैयार किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, बिजनेस प्रोसेस मॉडलिंग नोटेशन एक बिजनेस प्रोसेस मॉडलिंग तकनीक है, जिसका उपयोग वर्कफ्लो में व्यावसायिक प्रक्रियाओं को खींचने के लिए किया जा सकता है।

संबंधित अवधारणाएं

वर्कफ्लो

वर्कफ्लो एक गतिविधि या कार्यस्थल से दूसरे में सूचना या सामग्री की आवाजाही है।

वर्कफ्लो में व्यवसाय प्रक्रिया के प्रत्येक चरण में शामिल प्रक्रियाएं, लोग और उपकरण शामिल हैं। एक एकल वर्कफ्लो या तो अनुक्रमिक हो सकता है, पिछले एक के पूरा होने पर प्रत्येक चरण आकस्मिक के साथ, या समानांतर, एक साथ कई चरणों के साथ। परिणामी समग्र प्रक्रिया को प्राप्त करने के लिए एकल वर्कफ्लो के एकाधिक संयोजनों को जोड़ा जा सकता है।

व्यावसायिक प्रक्रिया की री-इंजीनियरिंग

व्यावसायिक प्रक्रिया री-इंजीनियरिंग (बीपीआर) को संगठनात्मक प्रभावशीलता और उत्पादकता में सुधार के लिए मूल रूप से हैमर और डेवनपोर्ट द्वारा अवधारणा बनाया गया था। इसमें एक खाली स्लेट से शुरू करना और प्रमुख व्यावसायिक प्रक्रियाओं को फिर से बनाना और महत्वपूर्ण प्रदर्शन सुधार के लिए सूचना प्रौद्योगिकी का उपयोग शामिल था। 1990 के दशक के मध्य में दुर्भाग्य से यह शब्द कॉर्पोरेट "डाउनसाइजिंग" से जुड़ा।

व्यापार प्रक्रिया प्रबंधन (बीपीएम)

व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन को बीपीएम के रूप में भी जाना जाता है, हम यह सुनिश्चित करते हैं कि हम व्यावसायिक प्रक्रियाओं का अध्ययन, पहचान, परिवर्तन और निगरानी कैसे करें ताकि वे सुचारू रूप से चल सकें और समय के साथ बेहतर हो सकें। यह मौजूदा प्रक्रियाओं का निरंतर मूल्यांकन है और इसे सुधारने के तरीकों की पहचान है, जिसके परिणामस्वरूप समग्र संगठनात्मक सुधार का एक चक्र है।

ज्ञान प्रबंधन

ज्ञान प्रबंधन उस ज्ञान की परिभाषा है जिसे कर्मचारी और सिस्टम अपने कार्यों को करने के लिए उपयोग करते हैं और इसे एक प्रारूप में बनाए रखते हैं जिसे दूसरों द्वारा एक्सेस किया जा सकता है। गार्टनर ग्रुप की परिभाषा में कहा गया है कि "ज्ञान प्रबंधन एक अनुशासन है जो किसी उद्यम की सभी सूचना संपत्तियों की पहचान, कैप्चरिंग, मूल्यांकन, पुनर्प्राप्ति और साझा करने के लिए एकीकृत दृष्टिकोण को बढ़ावा देता है। इन परिसंपत्तियों में डेटाबेस, दस्तावेज, नीतियां, प्रक्रियाएं और पहले से कब्जा नहीं की गई विशेषज्ञता और व्यक्तिगत श्रमिकों में अनुभव शामिल हो सकते हैं"।

संपूर्ण गुणवत्ता प्रबंधन

कुल गुणवत्ता प्रबंधन (टीक्यूएम) 1980 के दशक की शुरुआत में उभरा क्योंकि संगठनों ने अपने उत्पादों और सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार करने की मांग की। 1980 के मध्य में सिक्स सिग्मा पद्धति के बाद, यह पहली बार मोटोरोला द्वारा पेश किया गया था। सिक्स सिग्मा में व्यावसायिक प्रक्रियाओं को बेहतर बनाने के लिए सांख्यिकीय तरीके होते हैं और इस प्रकार आउटपुट में दोष कम होते हैं। गुणवत्ता प्रबंधन के लिए "दुबला दृष्टिकोण" 1990 के दशक में टोयोटा मोटर कंपनी द्वारा पेश किया गया था और ग्राहकों की जरूरतों और अपव्यय को कम करने पर केंद्रित था।

सूचना प्रौद्योगिकी व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन के लिए एक गणक के रूप में

वर्षों से सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में प्रगति ने व्यावसायिक उद्यमों के भीतर और बीच की व्यावसायिक प्रक्रियाओं को बदल दिया है। 1960 के दशक में, ऑपरेटिंग सिस्टम की सीमित कार्यक्षमता थी और कोई भी वर्कफ्लो प्रबंधन सिस्टम जो उपयोग में थे, विशिष्ट संगठन के लिए अनुकूल थे।

1970-1980 के दशक में डेटा-संचालित दृष्टिकोणों का विकास हुआ, क्योंकि डेटा स्टोरेज और रिट्रीवल टेक्नोलॉजी में सुधार हुआ। सूचना प्रणाली के निर्माण के लिए प्रक्रिया मॉडलिंग के बजाय डेटा मॉडलिंग प्रारंभिक बिंदु था। व्यावसायिक प्रक्रियाओं को सूचना प्रौद्योगिकी के अनुकूल होना पड़ा क्योंकि प्रक्रिया मॉडलिंग की उपेक्षा की गई थी।

1990 के दशक में प्रक्रिया उन्मुख प्रबंधन की ओर बदलाव हुआ। एसएपी, वाण, पीपुलसॉफ्ट, ओरेकल और जेडी एडवर्ड्स जैसे वर्कफ्लो प्रबंधन घटकों के साथ एंटरप्राइज रिसोर्स प्लानिंग सॉफ्टवेयर उभरा।

ई-व्यापार की दुनिया ने संगठनों में व्यावसायिक प्रक्रियाओं को स्वचालित करने की आवश्यकता पैदा की, जिसके परिणामस्वरूप मानकीकृत प्रोटोकॉल और वेब सेवाओं की रचना भाषाओं की आवश्यकता को उठाया गया जिसे उद्योग भर में समझा जा सकता है। बिजनेस मॉडलिंग के लिए बिजनेस प्रोसेस मॉडलिंग नोटेशन (बीपीएमएन) और बिजनेस मोटिवेशन मॉडल (बीएमएम) का व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है। बिजनेस मॉडलिंग और इंटीग्रेशन डोमेन टास्क फोर्स (बीएमआई डीटीएफ) विक्रेताओं और उपयोगकर्ता कंपनियों का एक संघ है जो उद्यमों के भीतर और भीतर लोगों, प्रणालियों, प्रक्रियाओं और सूचनाओं के सहयोग और एकीकरण को बढ़ावा देने के लिए मानकों और विनिर्देशों को विकसित करने के लिए मिलकर काम करता है।

बीपीएम में सबसे हालिया रुझान क्लाउड प्रौद्योगिकी के उद्भव, सोशल मीडिया के प्रसार, मोबाइल प्रौद्योगिकी और विश्लेषणात्मक तकनीकों के विकास से प्रभावित हैं। क्लाउड आधारित प्रौद्योगिकियां कंपनियों को अपने स्थान से स्वतंत्र रूप से संसाधनों की खरीद करने की अनुमति देती हैं। सोशल मीडिया, वेबसाइट और स्मार्ट फोन सबसे नए चैनल हैं जिनके माध्यम से संगठन अपने ग्राहकों तक पहुंचते हैं और उनका समर्थन करते हैं। इन चैनलों के साथ-साथ कॉल सेंटर इंटरैक्शन, ईमेल, वॉयस कॉल और ग्राहक सर्वेक्षणों के माध्यम से एकत्र किए गए ग्राहक डेटा की बहुतायत ने डेटा एनालिटिक्स में भारी वृद्धि की है जो बदले में प्रदर्शन प्रबंधन के लिए उपयोग किया जाता है और कंपनी अपने ग्राहकों को सेवा देने के तरीकों में सुधार करती है।

प्रक्रिया शृंखला का महत्व

व्यावसायिक प्रक्रियाओं में अनुक्रमिक उप-प्रक्रियाओं या वैकल्पिक पथों के साथ कार्यों का एक सेट शामिल होता है, जो कि लागू शर्तों के आधार पर, किसी दिए गए उद्देश्य को प्राप्त करने या दिए गए आउटपुट का उत्पादन करने के लिए किया जाता है। प्रत्येक प्रक्रिया में एक या अधिक आवश्यक इनपुट होते हैं। इनपुट और आउटपुट से प्राप्त किया जा सकता है, या अन्य व्यावसायिक प्रक्रियाओं, अन्य संगठनात्मक इकाइयों, या आंतरिक या बाहरी हितधारकों को भेजा जा सकता है।

व्यावसायिक प्रक्रियाओं को एक या अधिक व्यावसायिक कार्यात्मक इकाइयों द्वारा संचालित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है, और व्यक्तिगत इकाइयों के बजाय "प्रक्रिया शृंखला" के महत्व पर जोर दिया गया है।

सामान्य तौर पर, व्यवसाय प्रक्रिया के विभिन्न कार्यों को दो तरीकों में से एक में किया जा सकता है

1. मैन्युअल रूप से और
2. ईआरपी सिस्टम जैसे व्यवसाय डेटा प्रोसेसिंग सिस्टम के माध्यम से।

आमतौर पर, कुछ प्रक्रिया कार्य मैन्युअल होंगे, जबकि कुछ कंप्यूटर आधारित होंगे, और इन कार्यों को कई तरीकों से अनुक्रमित किया जा सकता है। दूसरे शब्दों में, प्रक्रिया के माध्यम से नियंत्रित किए जाने वाले डेटा और जानकारी किसी भी क्रम में मैन्युअल या कंप्यूटर कार्यों से गुजर सकती हैं।

नीतियां और प्रक्रियाएं

उपरोक्त सुधार क्षेत्र नीतियों, प्रक्रियाओं, विस्तृत प्रक्रियाओं (उप-प्रक्रियाओं / कार्यों) और कार्य निर्देशों पर समान रूप से लागू होते हैं। निचले स्तर पर किए गए उच्च स्तर पर किए गए सुधारों का एक व्यापक प्रभाव है।

उदाहरण के लिए, यदि किसी दिए गए पॉलिसी को बेहतर तरीके से बदलने की सिफारिश उचित औचित्य के साथ की जाती है और व्यापार प्रक्रिया के मालिकों द्वारा सिद्धांत रूप में स्वीकार की जाती है, तो परिणामी प्रक्रियाओं में संबंधित परिवर्तन स्वाभाविक रूप से नीतियों के कार्यान्वयन को सक्षम करने के लिए पालन करेंगे।

मैनुअल / प्रशासनिक बनाम कंप्यूटर सिस्टम-आधारित आंतरिक नियंत्रण

आंतरिक नियंत्रणों को मैनुअल / प्रशासनिक प्रक्रिया चरणों और / या कंप्यूटर सिस्टम प्रक्रियाओं में बनाया जा सकता है।

यह उचित है कि जितने संभव हो, उतने सिस्टम नियंत्रण में निर्माण किया जाए, क्योंकि ये नियंत्रण, स्वचालित होने के बाद भी हमेशा अभ्यास में रहेंगे, क्योंकि वे बिजनेस सिस्टम सॉफ्टवेयर के डिजाइन में निर्मित होते हैं। उदाहरण के लिए, एक त्रुटि संदेश प्राप्त कच्चे माल की मात्रा के प्रवेश को रोकने के लिए अनुमति आदेश से अधिक खरीद ऑर्डर मात्रा हमेशा प्रदर्शित किया जाएगा और सिस्टम उपयोगकर्ता को इस तरह की मात्रा में प्रवेश करने से रोकेगा।

हालांकि, व्यावहारिकता जैसे विभिन्न कारणों के लिए, "लचीला" (जो कुछ भी संकेत दे सकता है), व्यावसायिक डोमेन ज्ञान और अनुभव की कमी, सॉफ्टवेयर डिजाइन करने / लिखने में कठिनाइयों, सॉफ्टवेयर विकास / संशोधन की लागत, एक कम्प्यूटरीकृत की अक्षमता की आवश्यकता है। नियंत्रण आदि प्रदान करने के लिए प्रणाली, सभी आंतरिक नियंत्रण जिन्हें अन्यथा आवश्यक माना जाता है, अक्सर व्यापार प्रणालियों और सॉफ्टवेयर में निर्मित नहीं होते हैं।

ऐसे परिदृश्य में, कंप्यूटर सिस्टम के बाहर मैनुअल, प्रशासनिक प्रक्रिया नियंत्रण स्पष्ट रूप से प्रलेखित, लागू और नियमित रूप से अभ्यास किया जाना चाहिए। उदाहरण के लिए, सामग्री सिस्टम डेटाबेस के आइटम मास्टर टेबल में एक नया रिकॉर्ड बनाने के लिए डेटा दर्ज करते समय, केवल आंतरिक नियंत्रण जो सिस्टम आइटम विवरण क्षेत्र पर प्रदान कर सकता है, उपयोगकर्ता को विवरण को खाली छोड़ने की अनुमति नहीं देता है- दूसरे शब्दों में, आइटम विवरण को अनिवार्य फ़ील्ड के रूप में कॉन्फ़िगर करें। सिस्टम स्पष्ट रूप से उपयोगकर्ता को सचेत नहीं कर सकता है कि विवरण गलत तरीके, अनुचित, निरर्थक, आदि से लिखा गया है।

इस तरह की प्रणाली-आधारित आंतरिक नियंत्रण की अनुपस्थिति में, आइटम निर्माण प्रक्रिया में विस्तृत जांच के माध्यम से एक उपयुक्त प्रशासनिक नियंत्रण शामिल होना चाहिए, एक जिम्मेदार अधिकारी द्वारा, नए आइटम के लिए दर्ज किए गए सभी क्षेत्रों के प्रिंट आउट की तुलना करके। आइटम डेटा प्रविष्टि शीट के साथ सिस्टम, और यह सुनिश्चित करना कि आइटम विवरण में कोई सुधार (और अन्य समान फ़ील्ड जहां कोई सिस्टम नियंत्रण संभव नहीं है) तुरंत किया जाता है।

अंतिम पर कम नहीं, प्रभावी मैनुअल की शुरुआत, प्रशासनिक नियंत्रणों को आमतौर पर एक उच्च प्राधिकारी द्वारा एक ओवरराइडिंग आवधिक जांच की आवश्यकता होती है ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि इस तरह के नियंत्रणों को पहले स्थान पर प्रयोग किया जाता है।

निष्पादन के लिए आवश्यक आधार के रूप में सूचना रिपोर्ट

व्यावसायिक प्रक्रियाओं में प्रभावी कार्रवाई सुनिश्चित करने के लिए अप-टू-डेट और सटीक रिपोर्ट शामिल होनी चाहिए। इसका एक उदाहरण आपूर्तिकर्ता वितरण अनुवर्ती के लिए खरीद आदेश स्थिति रिपोर्ट की उपलब्धता है जैसा कि ऊपर प्रभावशीलता पर अनुभाग में वर्णित है। हर संभव व्यापार प्रक्रिया में इसके कई उदाहरण हैं।

उत्पादन से एक और उदाहरण दुकान के फर्श पर होने वाली रेखा के अस्वीकार के विश्लेषण की प्रक्रिया है। इस प्रक्रिया में कारण द्वारा अस्वीकृति का व्यवस्थित आवधिक विश्लेषण शामिल होना चाहिए, और परिणामों को एक उपयुक्त सूचना रिपोर्ट में प्रस्तुत करना चाहिए, जो इन कारणों में प्रमुख कारणों, और रुझानों को इंगित करता है, प्रबंधन के लिए अस्वीकृति को नियंत्रित करने के लिए सुधारात्मक कार्रवाई करने और उन्हें स्वीकार्य सीमा के भीतर रखने के लिए। लाइन रिजेक्शन घटनाओं के विश्लेषण और संक्षेपण की ऐसी प्रक्रिया स्पष्ट रूप से एक ऐसी प्रक्रिया से बेहतर है जो केवल प्रत्येक व्यक्तिगत अस्वीकृति में होती है जैसा कि होता है।

व्यवसाय प्रक्रिया के मालिकों और ऑपरेटर्स को यह महसूस करना चाहिए कि प्रक्रिया में सुधार अक्सर उचित लेनदेन, परिचालन, हाइलाइट, अपवाद या एमआईएस रिपोर्ट की शुरूआत के साथ होता है, बशर्ते ये जानबूझकर दिन-प्रतिदिन या समय-समय पर निर्णय लेने के लिए उपयोग किए जाते हैं। इस समझ के साथ उम्मीद है कि उपयोगी और प्रासंगिक रिपोर्टिंग प्रणालियों की शुरूआत से व्यापार प्रक्रिया में सुधार में समय और अन्य संसाधनों का निवेश करने की इच्छा आएगी।

सिद्धांतों और अवधारणाओं का समर्थन करना

नियंत्रण की अवधि

नियंत्रण की अवधि एक संरचनात्मक संगठन के भीतर पर्यवेक्षकों के अधीनस्थों की संख्या है। एक व्यवसाय प्रक्रिया अवधारणा का परिचय संगठन के संरचनात्मक तत्वों पर काफी प्रभाव डालता है और इस प्रकार नियंत्रण की अवधि पर भी।

बड़े संगठन जो बाजार के रूप में संगठित नहीं हैं, उन्हें छोटी इकाइयों - विभागों में संगठित करने की आवश्यकता है - जिन्हें विभिन्न सिद्धांतों के अनुसार परिभाषित किया जा सकता है।

सूचना प्रबंधन अवधारणाएं

सूचना प्रबंधन और संगठन की डिजाइन रणनीतियां, इससे संबंधित हैं, व्यवसाय प्रक्रिया की अवधारणा का एक सैद्धांतिक आधारशिला हैं।

व्यवसाय संचालन ओरिएंटेशन

बिजनेस प्रोसेस ओरिएंटेशन (बीपीओ) की अवधारणा डेमिंग (वाल्टन, 1996), पोर्टर (1985), डेवनपोर्ट और शॉर्ट (1990), हैमर (1993, 1996 और 1999), ग्रोवर एट अल (1995), और कूम्स एंड हल (1996) के काम पर आधारित है। कार्य के इस निकाय से यह पता चलता है कि फर्म संगठन के एक "प्रक्रिया दृश्य" को अपनाकर अपने समग्र प्रदर्शन को बढ़ा सकते हैं। यद्यपि कई फर्मों ने बीपीओ अवधारणा को अपनाया है, बेहतर व्यावसायिक प्रदर्शन को सुविधाजनक बनाने में कोई अनुभवजन्य डेटा मौजूद नहीं है। मैककॉर्मेक (2000) ने बीपीओ और उन्नत व्यावसायिक प्रदर्शन के बीच संबंधों का पता लगाने के लिए एक अनुभवजन्य अध्ययन किया। शोध के परिणामों से पता चला कि बीपीओ संघर्ष को कम करने और एक संगठन के भीतर अधिक कनेक्टिविटी को प्रोत्साहित करने में महत्वपूर्ण है, जबकि व्यावसायिक प्रदर्शन में सुधार करता है। इसके अलावा, बीपीओ के मजबूत उपायों वाली कंपनियों ने बेहतर व्यावसायिक प्रदर्शन दिखाया। अनुसंधान ने यह भी दिखाया कि संगठनों के भीतर उच्च बीपीओ स्तरों ने एक अधिक सकारात्मक कॉर्पोरेट जलवायु का नेतृत्व किया, बेहतर संगठनात्मक कनेक्टिविटी और कम आंतरिक संघर्ष के माध्यम से सचित्र। कोहलबेचर (2009) के एक अन्य अनुभवजन्य अध्ययन से पता चलता है कि बीपीओ सकारात्मक रूप से ग्राहकों की संतुष्टि, उत्पाद की गुणवत्ता, वितरण की गति और समय-से-बाजार की गति से जुड़ा हुआ है।

केंद्रीय अवधारणा के लिए, जो 1990 के दशक के प्रबंधकों के लिए एक होली ग्रेल बन गया है, बीपीओ को पिन करने के लिए उल्लेखनीय रूप से कठिन है। इसके चैंपियंस का तर्क है कि यह मानव उम्र के लिए एक नया दृष्टिकोण है जो अतीत की कठोर पदानुक्रम ("मैं अपने बॉस को रिपोर्ट करता हूँ") को उन संरचनाओं के साथ बदल देता है जो बहुत चापलूसी, अधिक सहकारी, अधिक प्रक्रिया-उन्मुख (मैं अपने ग्राहक को रिपोर्ट करता हूँ)। हम में से कई को दोनों प्रकार के संगठन के साथ अनुभव हुआ है और हम सहजता से जानते हैं कि बीपीओ कैसा महसूस करता है। फिर भी, यदि आप मेरी तरह हैं, तो आप एक और ठोस आधार चाहते हैं, जिस पर निर्णय और सिफारिशें की जा सकें।

उम्र जो अतीत की कठोर पदानुक्रम ("मैं अपने बॉस को रिपोर्ट करता हूँ") को उन संरचनाओं के साथ बदल देता है जो बहुत चापलूसी, अधिक सहकारी, अधिक प्रक्रिया-उन्मुख ("मैं अपने ग्राहक को रिपोर्ट करता हूँ")। हम में से कई को दोनों प्रकार के संगठन के साथ अनुभव हुआ है और हम सहजता से जानते हैं कि बीपीओ कैसा महसूस करता है। फिर भी, यदि आप मेरे जैसे हैं, तो आप एक और ठोस आधार चाहते हैं, जिस पर निर्णय और पुनरावृत्ति हो।

व्यवसाय प्रक्रिया अभिविन्यास पर अधिकांश साहित्य लोकप्रिय प्रेस में रहा है और इसमें शोध या अनुभवजन्य फोकस का अभाव है। हालांकि अनुभवजन्य साध्य की कमी है, कई मॉडल पिछले कुछ वर्षों के दौरान उभरे हैं जिन्हें आज और कल की दुनिया में उच्च प्रदर्शन, प्रक्रिया उन्मुख संगठन के रूप में प्रस्तुत किया गया है। डेमिंग, पोर्टर, डेवनपोर्ट, शॉर्ट, हैमर, बायरन, इमाई, ड्रकर, रुमलर-ब्रेच और मेलन सभी ने परिभाषित किया है कि वे संगठन के नए मॉडल के रूप में क्या देखते हैं। प्रत्येक मॉडल के प्रस्तावक के अनुसार, इस मॉडल के "निर्माण" के लिए एक नए दृष्टिकोण और संगठन के बारे में सोचने के नए तरीके की आवश्यकता होती है जिसके परिणामस्वरूप नाटकीय व्यापार प्रदर्शन में सुधार होगा। यह "सोचने का नया तरीका" या "आपके संगठन को देखने" को आमतौर पर व्यवसाय प्रक्रिया अभिविन्यास के रूप में वर्णित किया गया है।

एक व्यवसाय प्रक्रिया उन्मुखीकरण के साथ एक संगठन को केंद्रित करने या बनाने की प्रक्रिया ने कई कथित सफलताओं को जन्म दिया है। टेक्सास इंस्ट्रूमेंट्स, प्रोग्रेसिव इंडियोरेंस और अमेरिकन स्टैंडर्ड कंपनियों ने सभी को सूचित किया है, यद्यपि एक संगठन (हैमर 1996) के भीतर एक प्रक्रिया अभिविन्यास बनाने से बेहतर व्यावसायिक प्रदर्शन प्राप्त करने के रूप में।

प्रक्रिया अभिविन्यास, और क्रॉस-फ़ंक्शनल इंटरैक्शन में सुधार के लिए इसका संबंध, माइकल पोर्टर द्वारा लगभग पंद्रह साल पहले पेश किया गया था। उन्होंने फर्मा (पोर्टर 1985) के भीतर एक प्रमुख मुद्दे के रूप में मूल्य श्रृंखला में अंतर की अवधारणा पेश की। डब्ल्यू एडवर्ड्स डेमिंग ने "डिमिंग प्लो डायग्राम" के साथ भी योगदान दिया, जो कि ग्राहक से लेकर फर्म तक पूरे कनेक्शन को सप्लायर के रूप में दर्शाती है, एक प्रक्रिया के रूप में जिसे किसी अन्य प्रक्रिया (वाल्डन 1986) की तरह मापा और बेहतर बनाया जा सकता है। थॉमस डेवनपोर्ट और जेम्स शॉर्ट (1990) ने "न्यू इंडस्ट्रियल इंजीनियरिंग: इंफॉर्मेशन टेक्नोलॉजी एंड बिजनेस प्रोसेस रिडिजाइन" में एक संगठन के भीतर एक प्रक्रिया उन्मुखीकरण को एक प्रमुख घटक के रूप में वर्णित किया।

माइकल हैमर ने भी एक सफल "पुनर्रचना" प्रयास के आवश्यक घटक के रूप में व्यवसाय प्रक्रिया अभिविन्यास अवधारणा प्रस्तुत की। हैमर ने इस शब्द को एक ग्राहक केंद्रित, रणनीतिक व्यापार प्रक्रिया आधारित संगठन के विकास का वर्णन करने के लिए तैयार किया, जो एक प्रक्रिया उन्मुख तरीके से मान्यताओं को पुनर्जीवित करने और मुख्य प्रौद्योगिकी के रूप में सूचना प्रौद्योगिकी का उपयोग करके सक्षम किया गया (हैमर, 1993)। हैमर समस्याग्रस्त क्रॉस-फ़ंक्शनल गतिविधियों को दूर करने की रणनीति के रूप में पुनर्रचना प्रदान करता है जो फर्मों के लिए प्रमुख प्रदर्शन के मुद्दों को प्रस्तुत कर रहे हैं और अपनी पुस्तकों और लेखों की श्रृंखला में सफलताओं और विफलताओं के कई उदाहरणों का हवाला देते हैं। हॉलमार्क और वाल-मार्ट को अक्सर सफलता की कहानियों और आईबीएम और जीएम को विफलताओं के रूप में सामने रखा जाता है।

संस्कृति उद्धृत उदाहरणों में एक प्रमुख विषय है। एक "व्यवसाय प्रक्रिया संस्कृति" एक संस्कृति है जो प्रक्रिया और सिस्टम सोच के साथ-साथ ग्राहक-उन्मुख है। इसका विस्तार डेवनपोर्ट की प्रक्रिया अभिविन्यास की संरचना, फोकस, माप, स्वामित्व और ग्राहकों के तत्वों (डेवन 1993) से मिलकर किया जा सकता है। डेवनपोर्ट ने इस प्रक्रिया में सुधार के लिए प्रतिबद्धता पर बल दिया जो ग्राहक और व्यवसाय प्रक्रिया सूचना उन्मुख प्रणालियों को सीधे इस संस्कृति के प्रमुख घटक के रूप में लाभान्वित करता है।

अंत में, हैमर (हैमर 1993, 1995, 1996, 1999) ने "प्रक्रिया सोच" को क्रॉस-फ़ंक्शनल और परिणाम उन्मुख के रूप में वर्णित किया। उन्होंने एक संगठन के घटकों का वर्णन करने के लिए चार श्रेणियों का उपयोग किया। ये हैं:

1. व्यापार प्रक्रिया
2. काम और संरचनाएं
3. प्रबंध और मापन प्रणाली
4. मूल्य और विश्वास

व्यवसाय संचालन कैसे विकसित करें

चाहे आप एक नया व्यवसाय शुरू कर रहे हों, या अपनी वर्तमान उत्पादकता में सुधार करने के लिए काम कर रहे हों, एक अच्छी व्यावसायिक प्रक्रिया का होना आपके लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए एक महत्वपूर्ण कदम है। एक व्यावसायिक प्रक्रिया बनाने से आपके काम में दक्षता, गुणवत्ता और जवाबदेही बढ़ सकती है।

अंश 1

अपनी आवश्यकताओं की पहचान करना



1. अपनी वर्तमान व्यावसायिक उत्पादकता और सफलता के सामने आने वाली चुनौतियों की समीक्षा करें। उन वस्तुओं को सूचीबद्ध करें जिन्हें आपको लगता है कि समस्याओं को संबोधित करने और वर्णन करने की आवश्यकता है। यह आपके व्यवसाय के भीतर की समस्याओं के स्रोत को परिभाषित करने में आपकी सहायता करेगा।

- विचार करें कि क्या कुछ और अधिक कुशलता से, सस्ते में या उच्च गुणवत्ता के साथ पूरा किया जा सकता है।
- प्रदर्शन के संदर्भ में अच्छी तरह से काम कर रहा है और क्या सुधार की दिशा में काम करने की जरूरत है, यह पहचानने के लिए प्रमुख प्रदर्शन संकेतकों की तलाश करें।
- अपने आप से पूछें कि यह एक समस्या क्यों है। यदि यह किसी अन्य समस्या का परिणाम है, तो इसे वापस स्रोत पर ट्रेस करते रहें।



2. अंत में शुरू करें। उन लक्ष्यों को पहचानें जिन्हें आप अपनी व्यावसायिक प्रक्रिया के साथ हासिल करना चाहते हैं। अपने उत्पाद या सेवा की गुणवत्ता, दक्षता या लागत बढ़ाने पर ध्यान दें। ये आपकी कंपनी के भविष्य के लिए आपकी आशाओं का एक अधिक सामान्य दृष्टिकोण होना चाहिए।

- अपनी कंपनी के भविष्य पर विचार करें और आप अगले 1 साल और 5 साल में कहां रहना चाहेंगे।
- आपका लक्ष्य आपकी कंपनी के विज़न और मिशन स्टेटमेंट के साथ फिट होना चाहिए।
- लक्ष्य वास्तविक रूप से प्राप्य होना चाहिए।
- बहुत सारे लक्ष्य निर्धारित करने से बचें।



3. आपके द्वारा निर्धारित लक्ष्यों के आधार पर विशिष्ट उद्देश्य बनाएं। ये अधिक विशिष्ट होने चाहिए, संवेदनशील समय, और अपने लक्ष्यों की तुलना में औसत दर्जे का।

- उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए एक मापने योग्य समय सीमा निर्धारित करें।
- सुनिश्चित करें कि अपेक्षाएं उचित हैं।
- सुनिश्चित करें कि आपके पास आपके द्वारा निर्धारित समय सीमा के भीतर अपने उद्देश्यों को पूरा करने के लिए कर्मचारी उपलब्ध हैं।



4. अपने उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए आवश्यक गतिविधियों को सूचीबद्ध करें। गतिविधियों पर निर्णय लेते समय, प्रत्येक गतिविधि के कारण और प्रभाव पर विचार करना उपयोगी होता है कि वे एक-दूसरे से कैसे संबंधित हैं और वे आपको आपके इच्छित उद्देश्य के करीब कैसे ले जाते हैं। प्रक्रिया के शुरुआती बिंदु को पहचानें और उद्देश्य के लिए अग्रणी गतिविधियों को भरें।

- इन कार्यों को अन्योन्याश्रित होना चाहिए और उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए एक दूसरे पर भरोसा करना चाहिए।
- गतिविधियां अनुक्रमिक या समानांतर हो सकती हैं, जिसका अर्थ है कि एक गतिविधि तब तक नहीं हो सकती जब तक कि दूसरी पूरी नहीं हो जाती, या प्रक्रिया के भीतर एक ही समय में दो गतिविधियां हो सकती हैं।

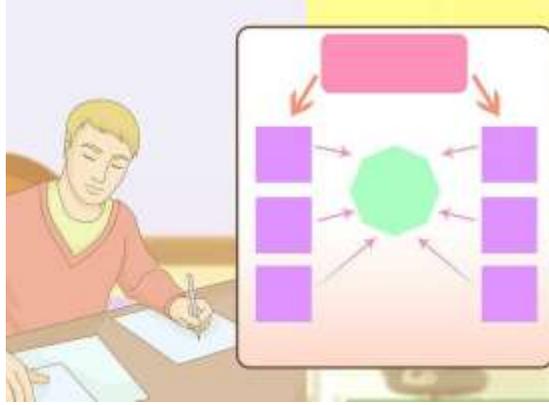
अंश 2

प्रक्रिया को मैप बनाना



1. व्यवसाय प्रक्रिया की दक्षता को अधिकतम करें। यह निर्धारित करने के लिए कि कौन से कदम अनावश्यक हैं, अपनी गतिविधियों की सूची की समीक्षा करें। अपनी सूची से सभी अनावश्यक गतिविधियों को हटा दें यदि वे इस विशेष उद्देश्य के लिए विशिष्ट नहीं हैं।

- यह महत्वपूर्ण है कि इस प्रक्रिया को सुव्यवस्थित किया जाए और इतने कदम उठाने से बचें कि यह कर्मचारियों पर भारी पड़े या भ्रमित करे।
- यदि छोड़ी गई गतिविधि आपके समय व्यवसाय के लिए महत्वपूर्ण है, तो विचार करें कि इस गतिविधि से किस लक्ष्य को सबसे अच्छा लाभ मिलता है और इसे एक अलग व्यवसाय प्रक्रिया का हिस्सा बनने के लिए बचाएं।



2. आवश्यक गतिविधियों का क्रम निर्धारित करें। यह पूरी प्रक्रिया का एक प्रवाह चार्ट बनाने में मदद करता है, प्रत्येक गतिविधि को क्रम में सूचीबद्ध करता है और इसे प्रक्रिया के अगले भाग से जोड़ता है।

- अपने लक्ष्य की ओर अग्रसर प्रीमियर इवेंट से शुरुआत करें। इस गतिविधि के चारों ओर एक घेरा बनाएं।
- एक बॉक्स में एक रेखा खींचें और इस प्रीमियर इवेंट से अपने लक्ष्य तक काम करने के लिए आवश्यक पहली गतिविधि के साथ उस बॉक्स को भरें।
- जब आप एक क्षण में पहुंच जाते हैं, जिसमें निर्णय लेने की आवश्यकता होती है, तो उस प्रश्न के चारों ओर एक हीरा खींचना चाहिए, जिसे थामना चाहिए। इस फैसले से प्रेरित गतिविधि के लिए अग्रणी दो लाइनों को हीरे से आगे बढ़ना चाहिए।
- प्रत्येक गतिविधि को क्रमबद्ध रूप से लिंक करें। कुछ आपके व्यवसाय के भीतर विभिन्न विभागों में एक साथ चल सकते हैं।
- उस गतिविधि में कम करें जो आपके लक्ष्य तक पहुंचती है, और इस निष्कर्ष के चारों ओर एक घेरा बनाएं।



3. अपनी व्यावसायिक प्रक्रिया का अनुकूलन करें। एक महत्वपूर्ण आंख के साथ अपने पूर्ण प्रवाह चार्ट को देखें कि क्या अभी भी कोई शेष गतिविधियां हैं जिन्हें दक्षता, गुणवत्ता, या लागत में कमी करने के लिए प्रक्रिया से काटा जा सकता है। क्या आदेश को फिर से व्यवस्थित किया जा सकता है या क्या आपके उद्देश्य को बेहतर तरीके से पूरा करने के लिए व्यक्तिगत प्रक्रियाओं में सुधार किया जा सकता है?

- विचार करें कि क्या आपकी प्रक्रिया का कोई भी हिस्सा स्वचालित हो सकता है।
- अपनी प्रबंधन टीम के साथ प्रक्रिया को साझा करके वापस कदम रखें और बाहरी आंख प्राप्त करें।

- ग्राहक के दृष्टिकोण से अपनी प्रक्रिया को देखें और उन तरीकों पर विचार करें जिनसे आप उनके अनुभव और समग्र संतुष्टि में सुधार कर सकते हैं।



4. प्रक्रिया के प्रत्येक चरण की निगरानी के लिए प्रबंधन असाइन करें। यह प्रक्रिया के भीतर प्रत्येक चरण के लिए पारदर्शी जवाबदेही प्रदान करेगा।

- अपने कर्मचारियों के साथ फ्लोचार्ट को साझा करें ताकि आपके उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए अपेक्षाओं को स्पष्ट रूप से संवाद कर सकें।
- व्यवसाय की प्रक्रिया बनाने की प्रक्रिया में उन्हें शामिल करके प्रबंधन को स्वामित्व प्रदान करें।
- उन्हें सौंपे गए उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए प्रबंधन के लिए समय और समर्थन की अनुमति दें।

व्यावसाय मॉडल

एक व्यावसाय मॉडल आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक या अन्य संदर्भों में एक संगठन के निर्माण, उद्धार, और मूल्य पर कब्जा करने के तरीके का वर्णन करता है। बिजनेस मॉडल निर्माण की प्रक्रिया व्यापार रणनीति का हिस्सा है।

सिद्धांत और व्यवहार में, व्यापार मॉडल शब्द का उपयोग किसी व्यवसाय के मुख्य पहलुओं का प्रतिनिधित्व करने के लिए अनौपचारिक और औपचारिक विवरणों की एक विस्तृत श्रृंखला के लिए किया जाता है, जिसमें उद्देश्य, व्यवसाय प्रक्रिया, लक्ष्य ग्राहक, प्रसाद, रणनीति, बुनियादी ढाँचा, संगठनात्मक संरचना, सोर्सिंग, व्यापारिक व्यवहार, और संस्कृति सहित परिचालन प्रक्रियाएं और नीतियां शामिल हैं।

परिभाषा

एक व्यवसाय मॉडल एक "एक व्यवसाय का सार प्रतिनिधित्व है, यह वैचारिक, शाब्दिक, और / या चित्रमय है, जो सभी कोर परस्पर संबंधित वास्तुशिल्प, सह-संचालन, और वित्तीय व्यवस्था है जो वर्तमान में और भविष्य में भी डिजाइन और विकसित किया गया है। सभी कोर उत्पादों और / या सेवाओं के रूप में संगठन प्रदान करता है, या इन रणनीतिक लक्ष्यों और उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए आवश्यक इन व्यवस्थाओं के आधार पर पेशकश करेगा"। अल-डेबी, एल-हदादेह और एबिसन (2008) की यह परिभाषा इंगित करती है कि मूल्य प्रस्ताव, मूल्य वास्तुकला (संगठनात्मक बुनियादी ढांचा और तकनीकी वास्तुकला जो उत्पादों, सेवाओं और सूचनाओं की आवाजाही की अनुमति देता है), मूल्य वित्त (स्वामित्व, मूल्य निर्धारण विधियों, और राजस्व संरचना की कुल लागत से संबंधित मॉडलिंग जानकारी), और मूल्य नेटवर्क व्यवसाय मॉडल के प्राथमिक निर्माण या आयाम को स्पष्ट करते हैं।

सैद्धांतिक और अनुभवजन्य अंतर्दृष्टि लॉजिक और नैरेटिव कोहरेंस डिज़ाइन करें

नए अवसर को आगे बढ़ाने के लिए नए संगठनात्मक ढांचे बनाने या मौजूदा संरचनाओं को बदलने के परिणामस्वरूप व्यवसाय मॉडल को लॉजिक व्यूज डिज़ाइन करें। गेरी जॉर्ज और एडम बॉक (2011) ने एक व्यापक साहित्य समीक्षा की और प्रबंधकों को यह समझने के लिए सर्वेक्षण किया कि वे एक व्यापार मॉडल के घटकों को कैसे समझते हैं। उस विश्लेषण में ये लेखक बताते हैं कि उद्यमियों और प्रबंधकों को अपने व्यवसाय मॉडल को देखने और समझाने के पीछे एक डिज़ाइन लॉजिक है। डिज़ाइन लॉजिक के आगे विस्तार में, जॉर्ज और बॉक (2012) केस स्टडी और बड़ी कंपनियों में व्यावसायिक मॉडल पर आईबीएम सर्वेक्षण डेटा का उपयोग करते हैं, यह वर्णन करने के लिए कि सीईओ और उद्यमी एक अवसर से व्यवसाय को स्थानांतरित करने के लिए एक सुसंगत तरीके से कथानक या कहानियां कैसे बनाते हैं। वे यह भी बताते हैं कि जब कथा असंगत है या कहानी के घटक गलत हैं, तो ये व्यवसाय विफल हो जाते हैं। वे उन तरीकों की सलाह देते हैं जिनमें उद्यमी या सीईओ बदलाव के लिए मजबूत कथन तैयार कर सकते हैं।

साझेदारी फर्मों के बीच पूरक

सहयोगी अनुसंधान और प्रौद्योगिकी के बाहरी स्रोतों की पहुंच का अध्ययन करते हुए, हम्पेट एट अल (2010) ने पाया कि व्यापार भागीदारों पर निर्णय लेने में, यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि दोनों पक्षों के व्यवसाय मॉडल पूरक हैं। उदाहरण के लिए, उन्होंने पाया कि अपने व्यापार मॉडल का विश्लेषण करके संभावित भागीदारों के मूल्य ड्राइवर्स की पहचान करना महत्वपूर्ण था, और यह कि साझेदार फर्मों को खोजने के लिए फायदेमंद है जो हमारी अपनी फर्म के व्यवसाय मॉडल के प्रमुख पहलुओं को समझते हैं।

टेनेसी विश्वविद्यालय ने अत्यधिक सहयोगी व्यावसायिक संबंधों में अनुसंधान किया। शोधकर्ताओं ने अपने शोध को एक सोर्सिंग बिजनेस मॉडल में कोडित किया, जिसे वेस्टेड (जिसे वेस्टेड आउटसोर्सिंग के रूप में भी जाना जाता है) के रूप में जाना जाता है। वेस्टेड एक हाइब्रिड सोर्सिंग बिजनेस मॉडल है जिसमें आउटसोर्सिंग या व्यावसायिक संबंध में खरीदार और आपूर्तिकर्ता साझा मूल्यों और लक्ष्यों पर ध्यान केंद्रित करते हैं जो एक ऐसी व्यवस्था बनाने के लिए हैं जो प्रत्येक के लिए अत्यधिक सहयोगात्मक और पारस्परिक रूप से फायदेमंद हो।

व्यापार संचालन मॉडल कैसे बनाएं

व्यवसाय प्रक्रिया मॉडलिंग, जिसे बस प्रक्रिया मॉडलिंग भी कहा जाता है, व्यवसाय की प्रक्रियाओं को दर्शाने की एक विधि है ताकि उन्हें आसानी से समझा जा सके और उन पर सुधार किया जा सके। प्रक्रिया मॉडलिंग व्यवसाय प्रक्रिया प्रबंधन (बीपीएम) का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है और अक्सर एक विशिष्ट प्रकार के संगठन का उपयोग करता है जिसे व्यवसाय प्रक्रिया मॉडलिंग अंकन (बीपीएमएन) के रूप में जाना जाता है, जो एक प्रवाह चार्ट जैसा दिखता है। व्यवसाय प्रबंधक अक्सर एक "एज-इज" मॉडल से शुरू होने वाली व्यवसाय प्रक्रिया में सुधार करने के लिए प्रक्रिया मॉडलिंग का उपयोग करते हैं, जो वर्तमान प्रक्रिया को दिखाता है, और "टू-बी" मॉडल की ओर काम करता है, जो मूल प्रक्रिया के अधिक कुशल संस्करण का प्रतिनिधित्व करता है। यदि यह प्रक्रिया जटिल लग सकती है, तो सही चरणों का पालन करने पर आपके स्वयं के व्यवसाय प्रक्रिया मॉडल का निर्माण सरल है।

अंश 1

मॉडल बनाने की तैयारी करना



1. उस प्रक्रिया को परिभाषित करें जिसे आप मॉडलिंग कर रहे हैं। अपने व्यवसाय संचालन में एक प्रक्रिया को परिभाषित करें जिसमें एक स्पष्ट प्रारंभिक बिंदु और आउटपुट है। यह प्रक्रिया सरल हो सकती है, जैसे ग्राहक शिकायत का पुनर्निर्देशन, या जटिल, एक ऑनलाइन उत्पाद के लिए पूरे ऑर्डर और शिपिंग प्रक्रिया की तरह। प्रक्रिया में एक विभाग या व्यावसायिक संगठन स्तर या प्रत्येक के कई शामिल हो सकते हैं। जो भी प्रक्रिया आप माप रहे हैं, बस यह सुनिश्चित करें कि यह आसानी से स्पष्ट भागों में विभाजित किया जा सकता है जिससे उनके बीच आसानी से पहचान की जा सके।

- उदाहरण के लिए, एक प्रक्रिया जिसे अपेक्षाकृत आसान बनाया जा सकता है, वह है एक ऑनलाइन ऑर्डर की प्राप्ति और यह जांचना कि ग्राहक के पास इसके लिए भुगतान करने के लिए पैसे हैं या नहीं और यदि वस्तु स्टॉक में है। आउटपुट यह है कि ऑर्डर की जांच होती है (स्टॉक में भुगतान करने में सक्षम) और शिपिंग विभाग को भेजा जाता है।



2. प्रक्रिया के शुरुआती बिंदु को पहचानें। किसी भी प्रक्रिया के लिए, पहले कदम की आवश्यकता होती है, जो वास्तविक रूप से कुछ भी हो सकता है। हालांकि, एक व्यवसाय प्रक्रिया का प्रारंभिक बिंदु वह होना चाहिए जो आपकी प्रक्रिया को कार्रवाई के लिए बढ़ाता है। दूसरे शब्दों में, यह वह इनपुट है जिसे व्यापार आउटपुट में बदलना चाहता है। प्रारंभिक बिंदु आम तौर पर कई श्रेणियों में से एक में आते हैं:

- बाहरी घटनाएं। इनमें लेनदेन की शुरुआत या किसी अन्य व्यावसायिक प्रणाली से प्रेषित चेतावनी शामिल है। उदाहरण के लिए, स्वचालित प्रणाली में एक समस्या जिसे मानवीय ध्यान की आवश्यकता होती है वह एक बाहरी घटना है।

- सामग्री का आगमन। सामग्री प्रबंधन प्रणालियों के लिए, शुरुआती बिंदु एक नए दस्तावेज़ या सामग्री के अन्य रूप का आगमन हो सकता है।
- मानव हस्तक्षेप। इसमें ग्राहक की शिकायतों और व्यवसाय के भीतर या बाहर अन्य मानवीय हस्तक्षेप शामिल हैं।
- पिछले उदाहरण के लिए, प्रारंभिक बिंदु ग्राहक के ऑर्डर की प्राप्ति है।



3. प्रक्रिया में अलग-अलग चरणों को अलग करें। इसके बाद, आपको अपनी प्रक्रिया में प्रत्येक व्यक्तिगत चरण की पहचान करने की आवश्यकता होगी और यह अन्य चरणों से कैसे जुड़ा है। सबसे सामान्य स्तर पर, आपके पास इवेंट होंगे (ऐसे कदम जिनके लिए व्यवसाय द्वारा कोई कार्रवाई की आवश्यकता नहीं है), गतिविधियां (इनपुट के जवाब में व्यवसाय द्वारा निष्पादित), और निर्णय गेटवे (प्रक्रिया में विभाजन जहां प्रक्रिया का रास्ता तय किया जाता है) कुछ द्वालीफायर)। इन वस्तुओं के बीच, कनेक्टर होते हैं, जो या तो ठोस तीर (गतिविधि प्रवाह), या डैश (संदेश / सूचना प्रवाह) हो सकते हैं।

- पारंपरिक व्यवसाय प्रक्रिया मॉडलिंग अंकन (बीपीएमएन) में, चरणों को उनके कार्य के आधार पर विभिन्न आकृतियों द्वारा दर्शाया जाता है। उदाहरण के लिए, घटनाएं वृत्त हैं, गतिविधियां आयतें हैं, और निर्णय द्वार हीरे हैं।
- पिछले उदाहरण के लिए, हम "ग्राहक आदेश" (एक घटना), "प्रक्रिया क्रम" (एक गतिविधि), "क्रेडिट जांचें" (एक क्रिया), "क्रेडिट?" (एक निर्णय गेटवे जो "हां" या "नहीं" निर्धारण) के आधार पर दो अन्य कार्यों में से एक की ओर जाता है, और इसी जैसे कदमों का उपयोग करेंगे।



4. स्पष्ट करें कि कौन या क्या प्रत्येक चरण करता है। अपनी प्रक्रिया को यथासंभव स्पष्ट करने के लिए, आपको यह निर्धारित करना चाहिए कि व्यवसाय का कौन सा भाग प्रत्येक चरण को पूरा करता है। उदाहरण के लिए, लेखा विभाग, ग्राहक सेवा या आदेश पूर्ति द्वारा प्रक्रिया के विभिन्न भागों को पूरा किया जा सकता है।

वैकल्पिक रूप से, एक छोटे व्यवसाय के लिए, ये कदम विशिष्ट व्यक्तियों द्वारा पूरा किया जा सकता है। बीपीएमएन में, प्रत्येक गतिविधि के लिए संबद्ध व्यक्ति या विभाग या तो स्टेप के बगल में एक डिज़ाइनर द्वारा या "पूल," फ्लो चार्ट में एक श्रेणिक विभाजन से दर्शाया जाता है जो दिखाता है कि व्यवसाय का कौन सा भाग प्रत्येक चरण का प्रदर्शन करता है। पूल को "लेन" में विभाजित किया जा सकता है, जो कि पूल के भीतर कंपनी या व्यक्ति का एक विशेष हिस्सा निर्दिष्ट करता है।

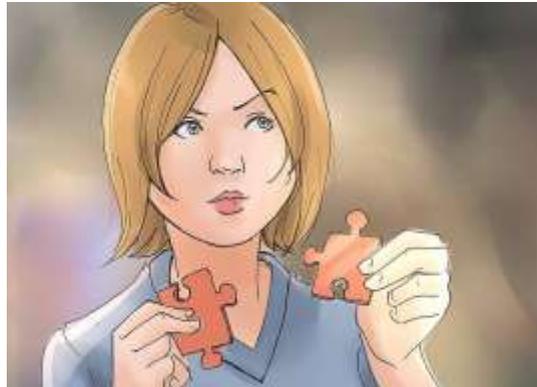
- पिछले उदाहरण के लिए, हम केवल कदम "चेक क्रेडिट" के बाहर लिख सकते हैं कि यह कार्रवाई व्यवसाय के ऑनलाइन रिटेल प्लेटफॉर्म (यदि यह मामला है) द्वारा किया जाता है।



5. निर्णय लें कि किस प्रकार के मॉडलिंग का उपयोग करना है। बीपीएमएन क्रमिक मॉडलिंग से लेकर करणीय मॉडल तक कई रूप ले सकता है। यह विशेष सॉफ्टवेयर से लेकर पोस्ट इट नोट्स या व्हाइटबोर्ड तक किसी भी चीज का उपयोग करके भी किया जा सकता है। यह आपके व्यवसाय पर निर्भर है कि आपके प्रक्रिया मॉडल के साथ काम करने के लिए कौन सी विधि सबसे अच्छी है। हालांकि, ध्यान रखें कि ये मॉडल आमतौर पर समूह इनपुट के साथ सबसे अच्छा काम करते हैं, इसलिए आप मॉडलिंग के प्रकार का उपयोग करके बेहतर हो सकते हैं जो समूह द्वारा सबसे आसानी से काम किया जा सकता है।

अंश 2

एज-इज मॉडल बनाना



1. सुनिश्चित करें कि आप आवश्यकतानुसार भागों को पुनर्व्यवस्थित कर सकते हैं। जब आप अपना मॉडल तैयार कर रहे हों, तो सुनिश्चित करें कि आप प्रत्येक चरण में आवश्यक रूप से घूमा सकते हैं। आप पा सकते हैं कि मॉडल के कुछ हिस्सों को समेकित किया जा सकता है, चारों ओर स्थानांतरित किया जा सकता है, और सिस्टम प्रवाह को अधिक प्रभावी ढंग से बनाने के लिए पुनः व्यवस्थित किया जा सकता है। यह भी सुनिश्चित करें कि प्रत्येक चरण से जुड़े लेवल, यदि कोई हो, तो कदम के साथ आसानी से ले जाया जा सकता है।



2. प्रक्रिया की शुरुआत के साथ शुरू करें और अनुक्रम का पालन करें। प्रक्रिया को दर्शाने के लिए जो भी मंच आप उपयोग कर रहे हैं उसके शीर्ष पर प्रक्रिया के शुरुआती बिंदु को शामिल करके शुरू करें। प्रत्येक वाद के कदम की पहचान करें, जिसमें उनके बीच के निर्णय शामिल हैं, और पहले से क्रम में कदम रखने वाले स्थान। प्रत्येक चरण की जांच करें क्योंकि आप इसे जोड़ते हैं, यह सुनिश्चित करने के लिए कि उस चरण और पिछले एक के बीच कोई चरण नहीं है। तब तक जारी रखें जब तक आप व्यावसायिक प्रक्रिया के आउटपुट तक नहीं पहुंच जाते। पिछले उदाहरण के लिए, आपके चरण इस प्रकार हो सकते हैं:

- ग्राहक आदेश (घटना) को क्रेडिट (गतिविधि) की जांच करने के लिए आदेश (एक गतिविधि) को क्रेडिट करने के लिए? (एक निर्णय गेटवे)।
- यदि ग्राहक के क्रेडिट की जांच नहीं होती है, तो आप चरण को ग्राहक (गतिविधि) से संपर्क करें, "न" लेबल वाले चरणों के बीच तीर लेबल करना। फिर, आप ऑर्डर (गतिविधि) को रद्द करने के लिए आगे बढ़ेंगे।
- यदि ग्राहक का क्रेडिट चेक ("हां" प्रतिक्रिया) है, तो आप स्टॉक (गतिविधि) की जांच करने के लिए आगे बढ़ेंगे और "हां" लेबल वाले तीर के साथ चरण कनेक्ट करेंगे। उसके बाद, आप निर्णय गेटवे में स्टॉक को "स्टॉक?" के रूप में लेबल करेंगे।
- यदि आइटम स्टॉक में है, तो पहले की तरह "हां" लेबल दें और ऑर्डर को शिपिंग (एक गतिविधि) पर भेजें।
- यदि आइटम स्टॉक में नहीं है, तो आप ग्राहक से संपर्क करेंगे और ऑर्डर (दोनों गतिविधियों) को रद्द कर देंगे।



3. अपने मॉडल की जांच करें। सबसे पहले, अपने मॉडल को एक सहकर्मी या एक समूह के साथ देखें। किसी भी संभावित छेद या मिसड चरणों के लिए इसकी जांच करें। फिर, वास्तविक व्यवसाय प्रक्रिया का पालन करें और इसे अपने मॉडल से तुलना करें। वैकल्पिक रूप से, आप मॉडल को फ़ोकस समूह में चला सकते हैं या

किसी भी चरण को देखने के लिए मीटिंग कर सकते हैं जो प्रवाह नहीं है या बाहर नहीं छोड़ा गया है।



4. अक्षमताओं या समस्याओं की पहचान करें। जब आप यह सुनिश्चित करने के लिए अपने मॉडल के माध्यम से चलेंगे कि यह काम करता है, तो उन क्षेत्रों का पता लगाने के लिए फिर से देखना शुरू करें, जहां संसाधनों का कुशलता से उपयोग नहीं किया जा रहा है या जहां संचार या चरणों को पूरा करने की आवश्यकता नहीं है। फिर, एक सहकर्मी या सहकर्मियों के एक समूह के पास आपकी सहायता करने के लिए उपस्थित होने से इन समस्याओं को खोजने की आपकी क्षमता में वृद्धि होती है।

- पिछले उदाहरण के लिए, आप महसूस कर सकते हैं कि प्रक्रिया ग्राहकों को यह बताने में विफल रहती है कि आइटम जल्द ही स्टॉक में वापस आ सकता है। यह उस आदेश को रद्द करता है जो अन्यथा कई दिनों के भीतर पूरा किया जा सकता है।

अंश 3

टू-बी मॉडल तैयार करना



1. एज-इज मॉडल सुधारों पर मंथन करें। एज-इज मॉडल के साथ अपने समस्याओं की सूची का उपयोग करना, समस्याओं को संभावित सुधारों की पहचान करना। आप पा सकते हैं कि समस्याओं को तीन प्राथमिक क्षेत्रों पर ध्यान केंद्रित करके तय किया जा सकता है: स्वचालन, भौगोलिक समन्वय और बिचौलियों को दूर करना। स्वचालन आपको एक कदम के लिए आवश्यक संसाधनों या समय को कम करने में मदद कर सकता है। भौगोलिक समन्वय में कम लागत या दक्षता के लिए आउटसोर्सिंग कदम शामिल हो सकते हैं। बिचौलियों को काटने के लिए इस प्रक्रिया में प्रतिभागियों की संख्या कम करना शामिल है ताकि गलत संचार या कटौती की लागत कम हो सके। सुधार करने के लिए अन्य क्षेत्रों में शामिल हो सकते हैं:

- सूचनात्मक: समस्याओं को खोजने के लिए प्रक्रिया के संबंध में अधिक डेटा को मापना।
- अनुक्रमिक: पुनः व्यवस्थित कदम।
- ट्रेकिंग: प्रक्रिया की प्रगति की निगरानी करने में आपकी मदद करता है।
- विश्लेषणात्मक: निर्णय गेटवे पर निर्णय लेने में सुधार करता है।
- पिछले उदाहरण के लिए, आप यह जांचने के लिए एक प्रणाली लागू करने के बारे में सोच सकते हैं कि स्टॉक से बाहर कब स्टॉक में वापस आएगा और ग्राहक को अनुमानित डिलीवरी समय के लिए अलर्ट करेगा।



2. पहचानें कि सुधार व्यवसाय या ग्राहक को कैसे मदद करेगा। अपने सुधारों के आधार पर एक नई प्रणाली लागू करने से पहले, सुनिश्चित करें कि सुधार वास्तव में ग्राहक या व्यवसाय, या दोनों की मदद करते हैं। केवल इसलिए परिवर्तन करना क्योंकि आप अनावश्यक अतिरिक्त लागत या अधिक प्रक्रिया गलतियों का परिणाम हो सकते हैं।



3. टू-बी मॉडल का निर्माण करें। अपने सुझाए गए सुधारों को चरणों में बदलें और उन्हें अपने पिछले मॉडल में उचित रूप से रखें। पिछले उदाहरण के लिए, इसमें यह जांचने के लिए एक गतिविधि चरण बनाना शामिल हो सकता है कि क्या आइटम स्टॉक के निर्णय के तुरंत बाद स्टॉक में होगा? और "नहीं" तीर।

इसे "संपर्क ग्राहक" गतिविधि से पहले रखा जाएगा और ग्राहक को यह बताने से उस गतिविधि का आउटपुट बदल देगा कि आइटम को यह बताने के लिए भेज नहीं दिया जाएगा कि इसे कब भेज दिया जाएगा और यह बाद में उम्मीद से अधिक होगा।



4. नए मॉडल को लागू करें। पिछली पद्धति का उपयोग करके मॉडल का परीक्षण करें और फिर इसे अपने व्यवसाय में लागू करें। नियमित रूप से इसका परीक्षण करना सुनिश्चित करें और अक्षमताओं और मुद्दों के लिए इसे आश्वस्त करें।

उत्पादकता

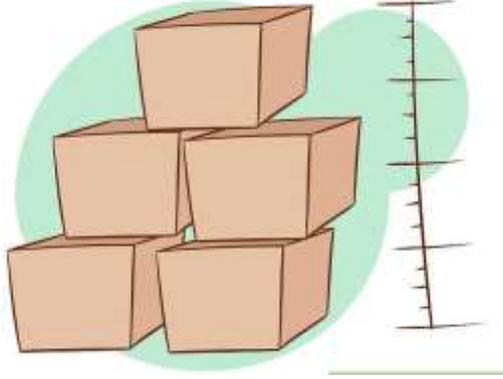
उत्पादकता उत्पादन की दक्षता के विभिन्न उपायों का वर्णन करती है। एक उत्पादकता माप को उत्पादन प्रक्रिया में उपयोग किए जाने वाले इनपुट के आउटपुट के अनुपात के रूप में व्यक्त किया जाता है, अर्थात् प्रति यूनिट आउटपुट। फर्मों और राष्ट्रों के उत्पादन प्रदर्शन में उत्पादकता एक महत्वपूर्ण कारक है। राष्ट्रीय उत्पादकता बढ़ने से जीवन स्तर बढ़ सकता है क्योंकि अधिक वास्तविक आय से लोगों की वस्तुओं और सेवाओं की खरीद, अवकाश का आनंद लेने, आवास और शिक्षा में सुधार और सामाजिक और पर्यावरण कार्यक्रमों में योगदान करने की क्षमता में सुधार होता है। उत्पादकता वृद्धि भी व्यवसायों को अधिक लाभदायक बनाने में मदद करती है। उत्पादकता की कई अलग-अलग परिभाषाएं हैं और उनमें से चुनाव उत्पादकता माप और / या डेटा उपलब्धता के उद्देश्य पर निर्भर करता है।

उत्पादकता की गणना कैसे करें

किसी देश का आर्थिक स्वास्थ्य अक्सर उनकी श्रम उत्पादकता से निर्धारित होता है। श्रम उत्पादकता जीडीपी (सकल घरेलू उत्पाद) का एक प्रति-घंटे माप है जो प्रति-कर्मचारी आधार पर उत्पादित होती है। आम भाषा में, यह उस कार्य का मूल्य है जो एक श्रमिक औसत घंटे में पूरा करता है। जैसा कि एक घंटे में अधिक से अधिक काम का उत्पादन होता है, समग्र उत्पादकता स्तर बढ़ता है, जो एक स्वस्थ और विस्तारित अर्थव्यवस्था का प्रतीक है।

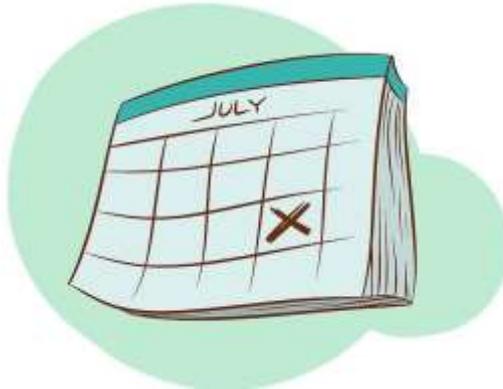
तरीका 1

श्रम उत्पादकता की गणना करना



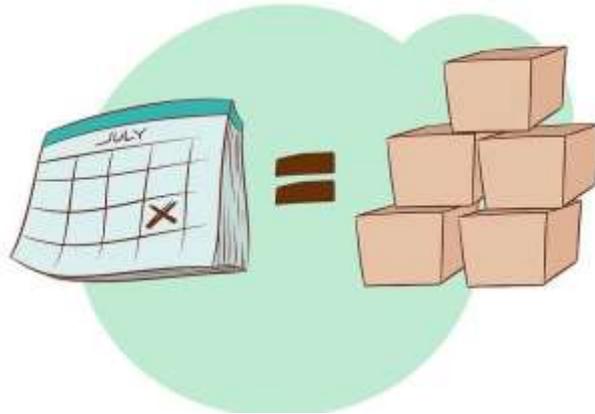
1. देश के सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) का निर्धारण करें। किसी देश की जीडीपी एक निश्चित समयावधि के भीतर उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं का माप है। जीडीपी के आधार पर उत्पादकता की गणना के लिए आपको उस संख्या की आवश्यकता होगी।

- आपको आमतौर पर संख्या की गणना स्वयं नहीं करनी होगी (यह बहुत मुश्किल होगा)। इसके बजाय, आप अपने लिए पहले से गणना की गई संख्या पा सकते हैं।
- आपको अधिकांश देशों की जीडीपी को ऑनलाइन खोजने में सक्षम होना चाहिए। देश के नाम के साथ-साथ "जीडीपी" शुरू करें। आप विश्व बैंक की वेबसाइट पर कई देशों की जीडीपी भी पा सकते हैं।
- सुनिश्चित करें कि आप उस समय अवधि के लिए सही जीडीपी पाते हैं जिसे आप माप रहे हैं (जैसे, एक चौथाई या एक वर्ष के लिए)।
- ध्यान रखें कि लक्ष्य देश के लिए जीडीपी संख्या, भले ही यह एक चौथाई के लिए जारी की गई हो, वार्षिक संख्या के रूप में दी जा सकती है। उस स्थिति में, त्रैमासिक संख्या प्राप्त करने के लिए वार्षिक संख्या को चार से विभाजित करें।



2. किसी देश के लिए कुल उत्पादक घंटों की संख्या की गणना करें। मूल रूप से, आप उत्पादों और सेवाओं का उत्पादन करने के लिए काम करने वाले तथाकथित "मानव-घंटे" की संख्या की गणना कर रहे हैं। किसी भी देश के लिए, दी गई अवधि के लिए कार्यबल में लोगों की संख्या का पता लगाएं और काम किए गए घंटों की औसत संख्या से इसे गुणा करें।

- उदाहरण के लिए, यदि काम किए गए घंटों की औसत संख्या 40 है और देश में 100 मिलियन लोग हैं, तो कुल उत्पादक घंटे $40 \times 100,000,000$ या 4,000,000,000 हैं।
- में, आप ब्यूरो ऑफ लेबर स्टैटिस्टिक्स (बीएलएस) की वेबसाइट पर प्रमुख आंकड़े पा सकते हैं।
- प्रासंगिक आर्थिक अनुसंधान के लिए ऑनलाइन खोज करके अन्य देशों के लिए श्रम उत्पादकता पाई जा सकती है।



3. उत्पादकता की गणना करें। जीडीपी को कुल उत्पादक घंटों से विभाजित करें। परिणाम आपको उस देश के लिए उत्पादकता प्रदान करेगा।

- उदाहरण के लिए, यदि देश की जीडीपी \$ 100 बिलियन है और उत्पादक घंटे 4 बिलियन हैं, तो उत्पादकता $100 \text{ बिलियन डॉलर} / 4 \text{ बिलियन घंटे}$ या \$ 25 प्रति घंटे आउटपुट है।

तरीका 2

व्यक्तिगत कर्मचारी उत्पादकता की गणना करना



1. देश का सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) प्राप्त करें। जीडीपी उत्पादित वस्तुओं और सेवाओं के संदर्भ में देश की कुल आर्थिक गतिविधि को मापता है। जीडीपी के आधार पर उत्पादकता की गणना करने के लिए आपको उस संख्या की आवश्यकता होगी।

- सौभाग्य से, जीडीपी एक आंकड़ा है जो पहले से ही आपके लिए गणना की जाती है और देश की एजेंसियों में से एक द्वारा वितरित की जाती है।
- कई देशों के लिए जीडीपी ऑनलाइन उपलब्ध है। देश का नाम "जीडीपी" खोजें। आप विश्व बैंक की वेबसाइट पर कई देशों की जीडीपी भी पा सकते हैं।
- उस समय अवधि के लिए जीडीपी का आंकड़ा खोजें जिसे आप माप रहे हैं (जैसे, एक चौथाई या एक वर्ष के लिए)।
- यदि त्रैमासिक जीडीपी का आंकड़ा एक वार्षिक संख्या के रूप में जारी किया गया है (जैसा कि संयुक्त राज्य में मामला है), यदि आप त्रैमासिक माप चाहते हैं तो इसे चार से विभाजित करें।



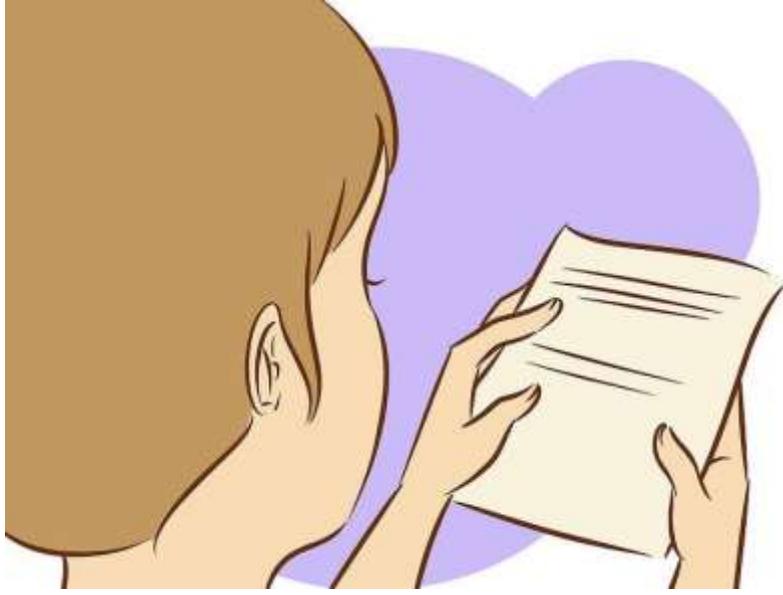
2. देश में नियोजित लोगों की संख्या ज्ञात कीजिए। श्रमिक उत्पादकता की गणना करने के लिए, आपको देश में कार्यरत लोगों की संख्या का पता लगाना होगा।

- संयुक्त राज्य अमेरिका में, आप ब्यूरो ऑफ लेबर स्टैटिस्टिक्स (बीएसएस) की वेबसाइट पर प्रमुख आंकड़े पा सकते हैं। अन्य देशों के लिए, आपको आस-पास खोजना होगा।



3. व्यक्तिगत कार्यकर्ता उत्पादकता की गणना करें। बस कार्यरत लोगों की कुल संख्या से जीडीपी को विभाजित करें। परिणाम आपको उस देश के लिए श्रम उत्पादकता देगा।

- उदाहरण के लिए, यदि देश की जीडीपी \$ 100 बिलियन है और नौकरी करने वाले लोगों की कुल संख्या 100 मिलियन है, तो कर्मचारी की उत्पादकता $100 \text{ बिलियन} / 100 \text{ मिलियन}$ या 1,000 प्रति यूनिट उत्पादन की गई प्रति व्यक्ति उत्पादन है।



4. अपनी गणना की गई कर्मचारी उत्पादकता का उपयोग करें। कर्मचारी उत्पादकता का उपयोग यह अनुमान लगाने के लिए किया जा सकता है कि जनसंख्या या रोजगार में वृद्धि जीडीपी को कितना प्रभावित कर सकती है। नए कर्मचारियों द्वारा जीडीपी को कितना प्रभावित किया जाएगा, इसका अनुमान लगाने के लिए कर्मचारियों की संख्या में वृद्धि से कर्मचारी उत्पादकता को गुणा करें।

व्यावसायिक उत्पादकता

उत्पादकता व्यवसाय प्रबंधन और इंजीनियरिंग की मुख्य चिंताओं में से एक है। कई कंपनियों के पास उत्पादकता में सुधार के लिए औपचारिक कार्यक्रम हैं, जैसे उत्पादन आश्वासन कार्यक्रम। उनके पास एक औपचारिक कार्यक्रम है या नहीं, कंपनियां गुणवत्ता में सुधार, डाउनटाइम कम करने और श्रम, सामग्री, ऊर्जा और खरीदी गई सेवाओं के इनपुट की तलाश में हैं। संचालन विधियों या प्रक्रियाओं में अक्सर साधारण परिवर्तन उत्पादकता को बढ़ाते हैं, लेकिन सबसे बड़ा लाभ आम तौर पर नई प्रौद्योगिकियों को अपनाने से होता है, जिन्हें नए उपकरण, कंप्यूटर या सॉफ्टवेयर के लिए पूंजीगत व्यय की आवश्यकता हो सकती है। आधुनिक उत्पादकता विज्ञान औपचारिक जांच के लिए बहुत अधिक बकाया है जो वैज्ञानिक प्रबंधन से जुड़े हैं। हालांकि एक व्यक्तिगत प्रबंधन के दृष्टिकोण से, कर्मचारी अपने काम को अच्छी तरह से और व्यक्तिगत उत्पादकता के उच्च स्तर के साथ कर सकते हैं, एक संगठनात्मक दृष्टिकोण से उनकी उत्पादकता वास्तव में शून्य या प्रभावी रूप से नकारात्मक हो सकती है यदि वे बेमानी या मूल्य विनाशकारी गतिविधियों के लिए समर्पित हैं।

अपनी व्यावसायिक उत्पादकता में सुधार कैसे करें

यदि आप एक कर्मचारी हैं, तो बड़ी हुई उत्पादकता पदोन्नति, या अधिक खाली समय की कुंजी हो सकती है। यदि आप एक बिजनेस लीडर हैं, तो आपकी कंपनी की उत्पादकता बढ़ने से आपकी निचली रेखा में सुधार हो सकता है और आपको आर्थिक मंदी का सामना करने में मदद मिल सकती है। किसी भी तरह से, आपको उत्पादकता बढ़ाने के लिए लगातार प्रयास करना चाहिए। ऐसा करने के लिए, दोनों कर्मचारी और मालिक अपने स्वयं के कार्य व्यवहार पर एक नज़र डाल सकते हैं। इसके अलावा, व्यवसाय के लीडर एक ऐसा वातावरण बनाने के लिए कदम उठा सकते हैं जो दोनों कर्मचारियों को प्रेरित करता है और उन्हें सफल होने के लिए आवश्यक उपकरण देता है, जिसमें प्रौद्योगिकी भी शामिल है जो कर्मचारी लचीलापन बढ़ाता है और वर्थ समय को समाप्त करता है।

तरीका 1

अपनी कार्य उत्पादकता में वृद्धि करना



1. शुरुआत खुद से करें। यदि आप अपने व्यवसाय की उत्पादकता को बढ़ाना चाहते हैं, तो आपके स्वयं के कार्यदिवस से बेहतर कोई जगह नहीं है। अपने आप को अधिक उत्पादक बनाना न केवल आपकी कंपनी को बढ़ावा देगा, यह आपको तकनीक भी सिखाएगा जो आप अपने कर्मचारियों को दे सकते हैं।



2. समय सीमा निर्धारित करें और लोगों को उनके बारे में बताएं। ओपन-एंडेड कार्यों या परियोजनाओं के साथ, आत्म-लगाया समय सीमा निर्धारित करने से कड़ी मेहनत करने की प्रेरणा मिल सकती है। यह और भी बेहतर काम करता है यदि आप अपने स्वयं के लगाए गए समय सीमा के अन्य लोगों को सूचित करते हैं, क्योंकि यह आपको इससे चिपके रहने के लिए अधिक जवाबदेह बना देगा।



3. 90 मिनट के अंतराल में काम करें। अनुसंधान से पता चलता है कि 90 मिनट के बाद, उत्पादकता में गिरावट शुरू होती है। अपनी उत्पादकता को अधिकतम करने के लिए, बीच में ब्रेक के साथ, चार से पांच 90 मिनट के सत्र में काम करें।



4. नियमित रूप से ब्रेक लें। अध्ययन बताते हैं कि छोटे, नियमित ब्रेक लेने से फोकस बनाए रखने और प्रदर्शन में गिरावट को रोकने में मदद मिलती है। यहां तक कि एक मिनट या दो बार एक घंटे के लिए किसी अन्य कार्य पर अपना ध्यान केंद्रित करने से लंबे समय तक फोकस बनाए रखने में मदद मिल सकती है।

- दिन में एक बार व्यायाम करने के लिए एक ब्रेक लेना - भले ही इसका मतलब केवल तेज चलना हो या सीढ़ियों से ऊपर और नीचे कुछ यात्राएं - आपकी उत्पादकता को और अधिक बढ़ा देगा।



5. 2 मिनट नियम का पालन करें। यदि कोई कार्य आता है जिसे आप 2 मिनट या उससे कम समय में पूरा कर सकते हैं, तो इसे तुरंत करें। इसे बाद में वापस आने में कम समय लगेगा, और यह एक संक्षिप्त विराम प्रदान करेगा जो आपके हाथ में काम पर लौटने पर आपको अधिक ध्यान केंद्रित करेगा।



6. अपने आवागमन का लाभ उठाएं। ई-मेल, टू-टू लिस्ट, मंथन और डॉक्यूमेंट रिव्यू जब भी आप खुद को "बोनस" समय के साथ पाते हैं, चाहे वह आपके आवागमन के दौरान हो या आपके डॉक्टर के कार्यालय में वेटिंग रूम में हो, तो बेहतरीन कार्य हैं।



7. सब कुछ के कई ड्राफ्ट के लिए प्रतिबद्ध हों। आपके सभी कार्य उत्पाद - केवल लेखन नहीं - इसे समय बर्बाद करने की कोशिश करने के बजाय कई "ड्राफ्ट" में किया जाना चाहिए। उसे करें जो कि काम करता है और किसी और को इसे देखने के लिए रखें, या बाद में एक नए दिमाग के साथ वापस आ जाएं। यदि आप इसे चार या पांच "ड्राफ्ट" में पूरा करते हैं, तो आप परियोजनाओं को और अधिक तेज़ी से पूरा कर सकते हैं।



8. अपने ईमेल को अधिक कुशलता से संभालें। औसत कार्यकर्ता अपने कार्यदिवस का 28% अपने ईमेल का प्रबंधन करता है। यह 40 घंटे के कार्य सप्ताह में से 11 घंटे से अधिक है। उस समय को कुछ वापस प्राप्त करने के लिए:

- अपने ईमेल की जांच करने के लिए समय निर्धारित करें। चेकिंग ईमेल काम की तरह लगता है, केवल यह बहुत सारे अन्य कामों की तुलना में बहुत आसान है, इतना है कि कई लोग इसे 10 या एक घंटे में अधिक बार जांचते हैं। वह समय बर्बाद करता है। इसके बजाय, दिन में तीन बार अपने ईमेल की जांच करने की कोशिश करें - जब आप आते हैं, दोपहर के भोजन के बाद, और आपके जाने से पहले। अधिक से अधिक, इसे एक घंटे में एक बार जांचें।
- फ़ोल्डर्स का उपयोग न करें। यह संगठित लग सकता है, लेकिन यह पता चलता है कि आपके ईमेल को फ़ोल्डरों में दर्ज करना वास्तव में उन्हें खोजने के लिए बहुत कम कुशल तरीका है जब आपको उन्हें केवल अपने इनबॉक्स में छोड़ने और उन्हें प्राप्त करने के दौरान याद रखने की आवश्यकता होती है।
- मेल सूचियों से सदस्यता समाप्त करें। ईमेल श्रमिकों का औसतन 50% कबाड़ है। उस ईमेल को हटाने में केवल कुछ सेकंड लगते हैं, लेकिन वर्ष के दौरान, वे सेकंड घंटों तक जोड़ सकते हैं।

तरीका 2

कर्मचारी उत्पादकता में वृद्धि करना



1. उसी उत्पादकता बढ़ाने वाली तकनीकों को लागू करें जो आप उपयोग करते हैं। एक बार जब आप सीख गए कि अपनी स्वयं की उत्पादकता को कैसे बढ़ाया जाए, तो आप अपने लिए काम कर सकते हैं और इसे लागू कर सकते हैं, यदि संभव हो तो, अपने कार्यबल के लिए।

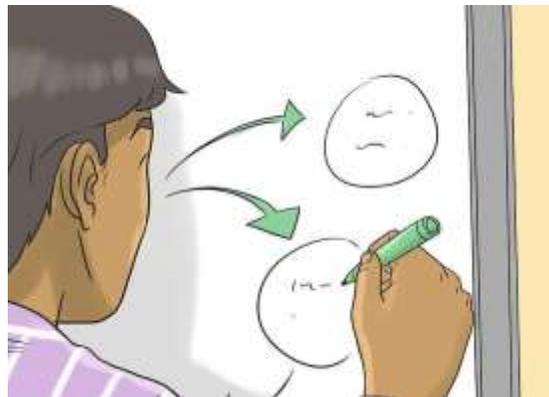
- हौसला टूटता है। अपने कर्मचारियों को ब्रेक लेने के लिए कहना काम नहीं कर सकता है, इसलिए उन्हें बनाएं: जन्मदिन मनाएं, साप्ताहिक समूह गतिविधियां करें, टीम लंच का आयोजन करें।
- एक ईमेल नीति बनाएं। यदि कर्मचारी तत्काल प्रतिक्रिया चाहते हैं, तो उन्हें एक दूसरे को फोन करना चाहिए या एक दूसरे के कार्यालय का दौरा करना चाहिए। ईमेल पढ़ने की अपेक्षा तुरंत ईमेल की निरंतर जांच होती है, जिससे समय बर्बाद होता है।
- समय सीमा निर्धारित करें। यहां तक कि अत्यंत दीर्घकालिक या ओपन-एंडेड परियोजनाओं के लिए, आपके कर्मचारी अधिक प्रेरणा के साथ काम करेंगे यदि आप रास्ते में मिलने के लिए उनके लिए लक्ष्य और समय सीमा बनाते हैं।
- कर्मचारियों को एक जिम का एक्सेस दें। एक कार्यालय जिम होने या पास के जिम में कर्मचारियों को स्वचालित सदस्यता देने से व्यायाम और उत्पादकता बढ़ सकती है। भागीदारी को बढ़ावा देने के लिए आप मासिक चुनौतियों का भी उपयोग कर सकते हैं।



2. दूरस्थ कार्य और लचीले घंटे के लिए अनुमति दें। इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि काम कब और कहां हुआ, जब तक यह पूरा नहीं हो जाता। गैलप द्वारा किए गए शोध से पता चलता है कि जो कर्मचारी उस समय का दूरस्थ रूप से काम करते हैं वे अधिक व्यस्त रहते हैं और वास्तव में लंबे समय तक काम करते हैं। अपने कर्मचारियों को अपना काम करने का लचीलापन दें जब वे और जहां वे सबसे अच्छा काम करते हैं।



3. अपने कर्मचारियों के लिए प्रशंसा दिखाएं। जो कार्यकर्ता सराहना महसूस करते हैं वे अधिक प्रेरित और उत्पादक होंगे। बैठकों के दौरान सार्वजनिक रूप से कर्मचारियों की प्रशंसा करें। स्पॉट अवार्ड दें। कंपनी प्रकाशनों में कर्मचारी और उनके काम को प्रोफाइल करें। यदि कोई कर्मचारी किसी प्रोजेक्ट पर अतिरिक्त काम करता है, तो उसे पहचानें। यदि आप कड़ी मेहनत को पुरस्कृत करने में विफल रहते हैं, तो आपके कर्मचारी कड़ी मेहनत नहीं करेंगे।



4. जवाबदेही की संस्कृति बनाएं। यदि श्रमिकों को उनके काम का स्वामित्व दिया जाता है और उन्हें पता है कि उन्हें प्रतिक्रिया प्राप्त होगी, तो वे अधिक सावधानी से काम करेंगे।

जवाबदेही का अर्थ श्रमिकों को कंपनी की दिशा का स्पष्ट बोध देना है और उस दिशा में कंपनी को चलाने में उनके काम का योगदान है। यदि वे अपने काम के मामलों की तरह महसूस करते हैं, तो एक बड़ी मशीन में सिर्फ कॉग्स के बजाय, वे कड़ी मेहनत करेंगे।

- स्पष्ट लक्ष्यों से बंधे आर्थिक प्रोत्साहन की पेशकश करना कर्मचारी प्रतिबद्धता और आपके व्यवसाय के सभी स्तरों पर ड्राइव बढ़ाने का एक शानदार तरीका है।



5. कार्य टीमों का उपयोग करें। कई बिंदुओं के लिए अनुमति देकर टीमों में काम करने से कार्य उत्पाद में सुधार हो सकता है। यह श्रमिकों को अधिक ईमानदार बनाता है, क्योंकि वे टीम को निराश नहीं करना चाहते हैं या अपने साथियों की तुलना में कम सक्षम दिखाई नहीं देते हैं। अंत में, यह अलगाव को रोकता है जो श्रमिकों को अनदेखा और महत्वहीन महसूस कर सकता है।



6. अपने कर्मचारियों को विविध कार्य दें। जबकि प्रत्येक कर्मचारी जो काम करता है, उसका अधिकांश कार्य उसकी विशेषज्ञता के क्षेत्र में होगा, एक ही चीज को बार-बार करने से बोरियत हो सकती है। कार्य के प्रकार और कार्य सेटिंग का भिन्न होना- अर्थात एकल बनाम समूह - कार्यों को नया बनाये रख सकता है, साथ ही साथ आपके कार्यबल के कौशल का विस्तार कर सकता है और उन्हें कंपनी के बारे में अधिक समग्र दृष्टिकोण प्रदान कर सकता है।



7. प्रशिक्षण में निवेश करें। आपके सभी कर्मचारी प्रशिक्षण से लाभान्वित होंगे, क्योंकि यह दोनों उन्हें अधिक मूल्यवान कर्मचारी बनाता है और व्यवसाय के लिए ऋणग्रस्तता की भावना पैदा करता है, जिससे कड़ी मेहनत होती है। पर्यवेक्षकों और मध्य प्रबंधकों पर विशेष ध्यान दें, जो नेतृत्व की भूमिकाओं में आगे बढ़ रहे हैं। वे ऊपरी प्रबंधन के दृष्टिकोण को प्रसारित करने और एक कुशल तरीके से काम को व्यवस्थित करने की कुंजी हैं, इसलिए इन पदों के लिए अतिरिक्त प्रबंधन प्रशिक्षण कंपनी की उत्पादकता में सुधार की दिशा में एक लंबा रास्ता तय करेगा।



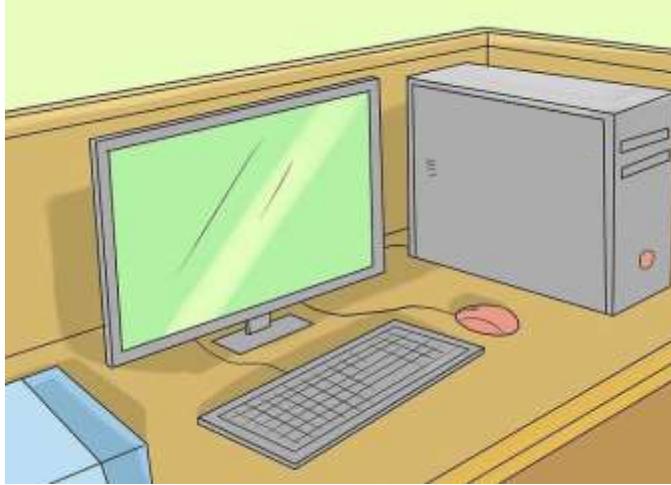
8. सुधार के लिए प्रतिबद्ध रहें। उत्पादकता में लगातार वृद्धि के लिए, नेतृत्व को निरंतर परिवर्तन की प्रक्रिया के लिए प्रतिबद्ध होना चाहिए। इस प्रक्रिया के चार भाग हैं:

- एक आधार रेखा निर्धारित करें। यदि आप सेवा-उन्मुख उत्पाद तैयार कर रहे हैं, तो प्रति घंटे आपके कुल राजस्व में क्या काम हुआ है? आपके द्वारा प्रदान की जाने वाली आधार सेवाएं क्या हैं, और आमतौर पर उन्हें कितना समय लगता है? यदि आप निर्माण कर रहे हैं, तो आपके उत्पाद का उत्पादन करने में कितना समय लगता है? क्या आपके पास अतिरिक्त इनपुट सामग्री या इन्वेंट्री है? पहली बार निर्मित होने पर आपके कितने प्रतिशत उत्पाद खराब होते हैं?
- सुधार के लिए क्षेत्रों की पहचान करें। हो सकता है कि आप कर्मचारियों को काम पर रखे बिना अधिक कार्य उत्पाद लेने में सक्षम होना चाहते हों। शायद आप दोषपूर्ण उत्पादों की संख्या को कम करना चाहते हैं जिनके लिए परिश्रम की आवश्यकता होती है।
- परिवर्तन और सफलता की मैट्रिक्स की एक प्रक्रिया स्थापित करें। इस प्रक्रिया में महीनों या साल भी लग सकते हैं। आपको यह देखने के लिए नई प्रक्रियाओं का परीक्षण करना होगा कि क्या वे स्थापित मैट्रिक्स के साथ सुधार कर रहे हैं।

- अपनाएं और ट्रेन करें। यदि कोई प्रक्रिया काम करती है, तो आपको इसे लागू करने के लिए पहले अपने प्रबंधकों को प्रशिक्षित करना होगा, और उनके माध्यम से अपने कर्मचारियों को।

तरीका 3

प्रौद्योगिकी का प्रयोग करना



1. खरीद तकनीक जो कम से कम समय और प्रयास के साथ काम करती है। प्रौद्योगिकी का लक्ष्य दक्षता को बढ़ाना और समय की बचत करना है, इसलिए यदि यह आपकी तकनीक को बनाए रखने के लिए पूर्णकालिक कर्मचारियों की एक छोटी टीम लेता है, या आपका कर्मचारी लगातार समस्याओं में चल रहा है, तो यह आपके लिए काम नहीं करता है। उन समाधानों के लिए विकल्प चुनें जिन्हें स्थापित करने और बनाए रखने में कम से कम समय और प्रयास लगता है।

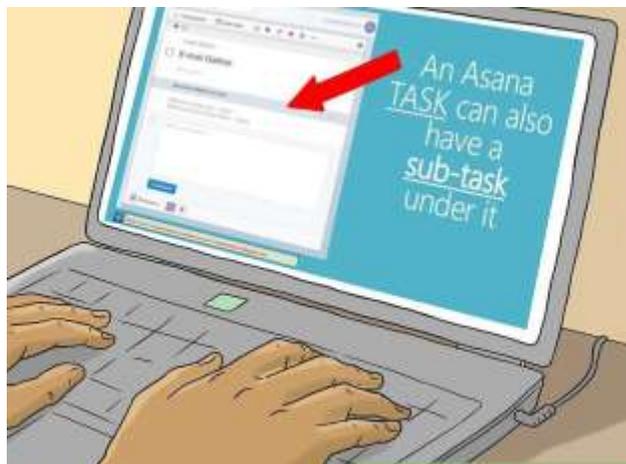


2. कर्मचारियों को उनकी आवश्यकता वाले कंप्यूटर प्राप्त कराएं। पुराने कंप्यूटर पैसे बचा सकते हैं, लेकिन हर दिन बूटिंग या प्रतीक्षा करते समय बिताए गए समय जब मशीनें ग्राइंड करती हैं, तो आपके कार्यबल में इजाफा हो सकता है। नए कंप्यूटर में निवेश करने से न केवल समय की बचत होती है, यह आपके कर्मचारियों को दिखाता है कि आप उन्हें उपलब्ध सर्वोत्तम उपकरण देने के बारे में परवाह करते हैं। वे आपको अपना सर्वश्रेष्ठ कार्य देकर पुरस्कृत करेंगे।



3. अपने कर्मचारियों को जहां भी काम करने की आवश्यकता है, प्रौद्योगिकी प्रदान करें। श्रमिक जो अपने कुछ काम दूरस्थ रूप से करते हैं उन्हें अधिक उत्पादक दिखाया गया है। उत्पादकता को बढ़ावा देने का एक और शानदार तरीका बोनस समय के दौरान काम करना है जैसे कि एक आवागमन या अपॉइंटमेंट की प्रतीक्षा करते समय। इस प्रकार के कार्यों का लाभ उठाने के लिए, आपके कर्मचारियों को सही तकनीक की आवश्यकता होती है।

- लैपटॉप - लैपटॉप कर्मचारियों को दूरस्थ रूप से काम करने की अनुमति देने के लिए महत्वपूर्ण हैं, लेकिन केवल अगर वे कार्यालय कंप्यूटर और कार्यक्रमों के साथ सिंक करते हैं।
- स्मार्ट फोन और टैबलेट - वे कर्मचारियों को अपने ईमेल की जांच करने और चलते समय दस्तावेजों को संपादित करने की अनुमति देते हैं।
- कई उपकरणों पर सिंक करने वाले प्रोग्राम - आपके कर्मचारियों के डेस्कटॉप कंप्यूटर पर जो कुछ भी है वह उनके लैपटॉप, स्मार्ट फोन और टैबलेट पर भी उपलब्ध होना चाहिए। यह एक जुड़ा, लचीला कार्यबल बनाता है। यदि कर्मचारी केवल कुछ कार्यक्रमों को अपने डेस्क पर एक्सेस कर सकते हैं, तो आप मूल्यवान लचीलापन खो देते हैं जो उन्हें अधिक घंटों में डाल सकता है।
- सहयोगात्मक तकनीक - टिब्बर, जिव और यमर जैसे व्यावसायिक सोशल नेटवर्क साफ्टवेयर में निवेश करें, और अपने कर्मचारियों को साइट से दूर रहने के दौरान भी अपने कर्मचारियों को जोड़े रखने के लिए संचार सेवाओं का उपयोग करें।
- क्लाउड - अपने व्यवसाय को क्लाउड पर ले जाना कहीं से भी साझा करने और सुलभ होने के लिए काम आसान बनाता है।

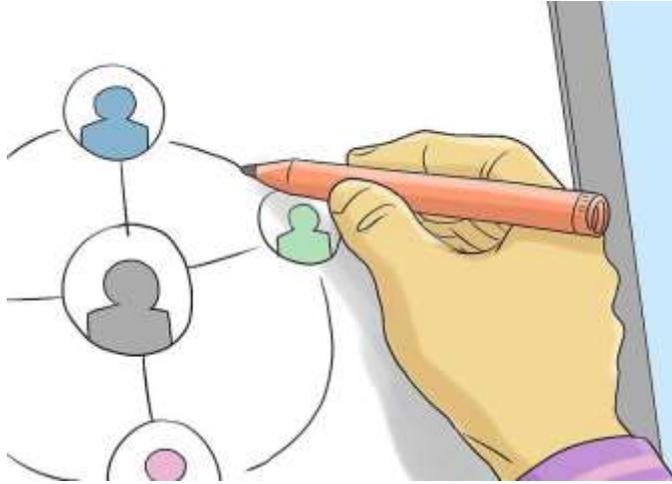


4. वर्चुअल मीटिंग और टास्क ट्रैकिंग का उपयोग करें। हर समय यह सोचें कि आपके कर्मचारी एक-दूसरे के साथ चेक-इन का खर्च करते हैं, यह सुनिश्चित करने के लिए कि कार्य पूरे हो चुके हैं, या बैठकों में उनकी प्रगति पर चर्चा कर रहे हैं।

वर्चुअल टास्क ट्रैकिंग सॉफ्टवेयर जैसे फ्लो, हाईटास्क, प्रोडीव और आसन टीम के सदस्यों को एक प्रोजेक्ट पर तुरंत अपनी प्रगति का अद्यतन करने की अनुमति देता है ताकि टीम के अन्य सदस्य कहीं से भी जानकारी प्राप्त कर सकें। यह छोटी बैठकों, कम आगे और पीछे ईमेल, और इस प्रकार अधिक से अधिक दक्षता के लिए अनुमति देता है।



5. अपने कर्मचारियों को टू-डू सूची का उपयोग कराएं। टोडोइस्ट, वंडरलिस्ट, टास्क और पॉकेट लिस्ट जैसे ये सस्ते कार्यक्रम आपको समय सीमा या अन्य मापदंडों के आधार पर अपने कार्यों को प्राथमिकता देने की अनुमति देते हैं, जिससे यह सुनिश्चित होता है कि परियोजनाएं समय पर समाप्त हो रही हैं।



6. विशिष्ट कार्यक्रमों के लिए कई कार्यक्रमों में निवेश करें, बजाय एक कार्यक्रम के साथ अधिक करने की कोशिश करने के। विशिष्ट कार्यों के लिए डिज़ाइन किए गए कार्यक्रम, उदाहरण के लिए ग्राहक संबंध प्रबंधन, एक्सेल जैसे अधिक सामान्यीकृत कार्यक्रमों की तुलना में उन कार्यों के लिए उपयोग करने के लिए अधिक शक्तिशाली और आसान हैं। कार्य-विशिष्ट सॉफ्टवेयर खरीदकर उत्पादकता बढ़ाएं।

व्यवसाय संचालन: प्रलेखन की तकनीक

विजनेस प्रोसेस डॉक्यूमेंटेशन में कोई भी डॉक्यूमेंट शामिल होता है जो प्रोसेस करने के लिए कार्य करता है। क्रय आदेश, मेमो, ईमेल व्यापार संचालन प्रबंधन के सभी भाग हैं जिनका उल्लेख इस अध्याय में किया गया है। व्यवसाय प्रक्रिया प्रलेखन के प्रमुख घटकों की चर्चा इस अध्याय में की गई है।

व्यवसाय संचालन दस्तावेज़ कैसे लिखें

एक व्यावसायिक प्रक्रिया दस्तावेज़ (वीपीडी) संचार गाइड पर एक सहमति के रूप में कार्य करता है जो सभी कर्मचारी, प्रबंधक, ग्राहक सेवा कर्मचारी, यहां तक कि बाहरी लोग यह देखने के लिए संदर्भित कर सकते हैं कि व्यवसाय के भीतर एक प्रक्रिया कैसे निष्पादित की जानी चाहिए। यह उस प्रक्रिया के लिए नए श्रमिकों को तैयार करने के लिए प्रशिक्षण दस्तावेजों के लिए आधार रेखा के रूप में भी काम कर सकता है। चाहे आप अपने संगठन के लिए लेखन कर रहे हों, या एक पेशेवर लेखक के रूप में व्यवसाय प्रक्रिया दस्तावेज़ तैयार कर रहे हों, यह प्रक्रिया मददगार है और सफलता के लिए अक्सर महत्वपूर्ण है।

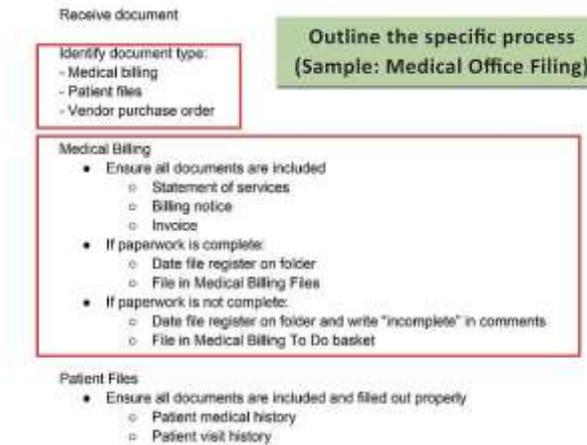
अंश 1

प्रक्रिया को परिभाषित करना



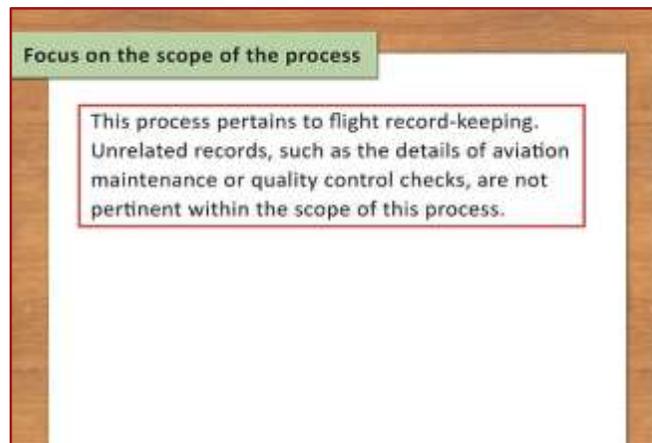
1. एक जानकार टीम को इकट्ठा करें। निर्माण प्रक्रिया की शुरुआत में और पूरी प्रक्रिया के दौरान, आपको उस प्रक्रिया के लिए प्रासंगिक टीम के साथ काम करना होगा, जिसे आप रेखांकित कर रहे हैं। प्रक्रिया को अंजाम देने वाले लोगों और उनके तत्काल वरिष्ठों के साथ-साथ किसी भी ऊपरी स्तर के प्रबंधन को शामिल करना सुनिश्चित करें जिन्हें प्रक्रिया में बदलाव करने की आवश्यकता है। प्रक्रिया की मॉडलिंग करते समय शुरुआत में इन लोगों के साथ मीटिंग या अनौपचारिक फोकस समूहों का उपयोग करने का प्रयास करें। यह सुनिश्चित करेगा कि आप किसी भी महत्वपूर्ण कदम या प्रक्रिया के कुछ हिस्सों को याद नहीं करेंगे।

- एक अन्य विकल्प व्यापार संगठन के बाहर से विषय-विशेषज्ञों को लाने के लिए है जो जानकार और अद्वितीय इनपुट प्रदान कर सकते हैं।



2. विशिष्ट प्रक्रिया की रूपरेखा बनाएं। एक शॉट में पूरे संगठन के लिए बीपीडी लिखने से बचना महत्वपूर्ण है। यह छोटी प्रक्रियाओं को कम्पार्टमेंटलाइज़ करने के बारे में है ताकि उन्हें बड़ा दस्तावेज़ बनाने के लिए एक साथ रखा जा सके। एक छोटी सी टीम द्वारा नियंत्रित एक व्यक्ति गतिविधि के लिए प्रमुख, व्यवसाय-व्यापी प्रक्रियाओं से अपना ध्यान केंद्रित करें। फिर, गतिविधि को निश्चित प्रक्रियाओं या कार्यों में काट लें, और उनमें से केवल एक पर ध्यान केंद्रित करें।

- कई असाइनमेंट के लिए, आप कई व्यक्तिगत प्रक्रिया दस्तावेज़ लिख रहे होंगे। एक जटिल ऑपरेशन में प्रत्येक प्रक्रिया के लिए एक होना चाहिए, लेकिन दोहराने योग्य प्रक्रियाओं में एक विलक्षण दस्तावेज़ से सामग्री दोहराई जा सकती है।
- एक सामान्य नियम के रूप में, प्रत्येक दस्तावेज़ को यथासंभव छोटी प्रक्रिया को कवर करना बेहतर होता है। यह प्रक्रिया, और उन लोगों की सूची बनाता है जिन्हें इसे समझना चाहिए, जितना स्पष्ट हो सकता है।



3. प्रक्रिया के दायरे पर ध्यान दें। आपकी प्रक्रिया को इस आशय से रेखांकित किया जाता है कि व्यवसाय पर इसका प्रभाव है। इसलिए, आरंभ करने के लिए, आपको प्रक्रिया के वांछित परिणाम को स्पष्ट रूप से परिभाषित करने की आवश्यकता होगी। वहां से, प्रक्रिया के प्रारंभ और अंत बिंदुओं की पहचान करें। प्रक्रिया शुरू करने के लिए वास्तव में क्या होता है और जब प्रक्रिया समाप्त हो जाती है तो क्या निर्धारित करता है? यहां से आप मध्यवर्ती चरणों, उनके आदेश और हर एक को निष्पादित करने के लिए शुरू कर सकते हैं।

- प्रभाव, सकारात्मक और नकारात्मक का वर्णन करना सुनिश्चित करें, कि प्रक्रिया संगठन पर है।

- एक विशिष्ट गुंजाइश: यह प्रक्रिया उड़ान रिकॉर्ड रखने से संबंधित है। असंबंधित रिकॉर्ड, जैसे कि विमानन रखरखाव या गुणवत्ता नियंत्रण जांच के विवरण, इस प्रक्रिया के दायरे में प्रासंगिक नहीं हैं।



4. व्यवसाय प्रक्रिया को विवरणात्मक रूप से नाम दें। व्यवसाय प्रक्रिया के नाम को कम किया जाना चाहिए, यह स्पष्ट होना चाहिए कि यह वास्तव में क्या किया जा रहा है। हालांकि यह खराब नहीं होना चाहिए। यदि नामकरण परंपराएँ स्पष्ट नहीं हैं, तो एक बीपीडी और दूसरे के बीच भ्रम हो सकता है जिसमें एक बड़ी प्रक्रिया शामिल है।

- एक खराब नामित व्यवसाय प्रक्रिया फाइलिंग होगी।
- एक अच्छी तरह से नामित व्यवसाय प्रक्रिया फ्लाइट रिकॉर्ड-कीपिंग होगी।



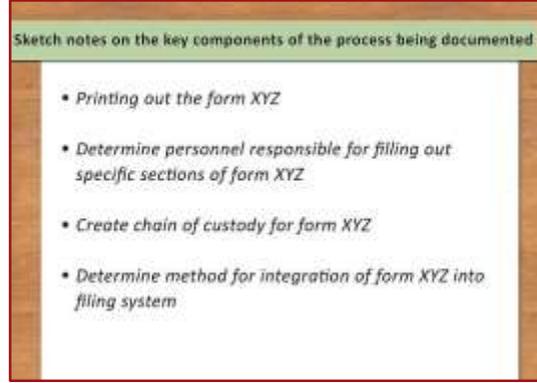
5. एक समग्र प्रारूप पर निर्णय लें। आपके प्रक्रिया दस्तावेज़ को एक विशिष्ट प्रारूप का पालन करने की आवश्यकता होगी ताकि उसी प्रारूप को अन्य प्रक्रिया दस्तावेज़ों पर दोहराया जा सके। व्यावसायिक प्रक्रियाओं के लिए उपयोग किए जाने वाले कई प्रारूप हैं, और सभी अपनी प्रक्रियाओं को थोड़ा अलग तरीके से दर्शाते हैं। जो आप उपयोग करते हैं वह इस बात पर निर्भर करेगा कि आपकी प्रक्रिया के लिए सबसे अधिक समझ में आता है।

- उदाहरण के लिए, व्यवसाय प्रक्रिया मॉडलिंग के सबसे अच्छी तरह से परिभाषित और आमतौर पर उपयोग किए जाने वाले रूपों में से एक को बस बिजनेस प्रोसेस मॉडलिंग नोटिफिकेशन (बीपीएमएन) के रूप में संदर्भित किया जाता है।
- यह सिस्टम विशिष्ट प्रकार के कार्यों को इंगित करने के लिए आकार "प्रवाह वस्तुओं" का उपयोग करता है और उन दोनों के बीच संबंधों को दिखाने के लिए "ऑब्जेक्ट्स को जोड़ता है"। इसके अलावा, "स्विम लेन" का उपयोग प्रक्रिया में विभाजन दिखाने के लिए किया जाता है, जैसे प्रक्रिया के कुछ हिस्सों के लिए जिम्मेदार विभिन्न विभाग।

- यह अंकन अक्सर उपयोग किया जाता है और इसलिए एक संगठन में सहयोग और मानकीकरण के लिए अनुकूल है।
- हालांकि, अलग-अलग मॉडलिंग तकनीकों के लिए अलग-अलग प्रक्रिया कॉल होती है। उदाहरण के लिए, यूनिफाइड मॉडलिंग लैंग्वेज (यूएमएल) आरेख जटिल तर्क प्रक्रियाओं के मॉडलिंग के लिए अधिक प्रभावी हैं और बीपीएमएन की तुलना में सॉफ्टवेयर सिस्टम मॉडलिंग के लिए अधिक उपयुक्त हैं।

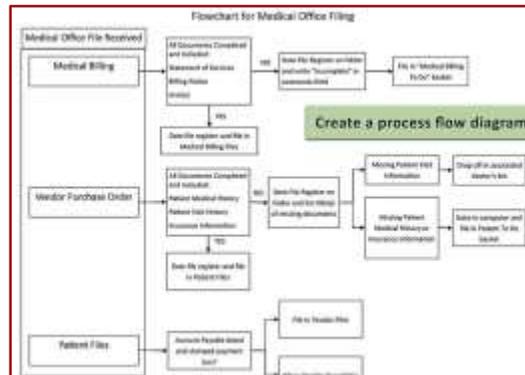
अंश 2

प्रक्रिया के चरणों को स्पष्ट करना



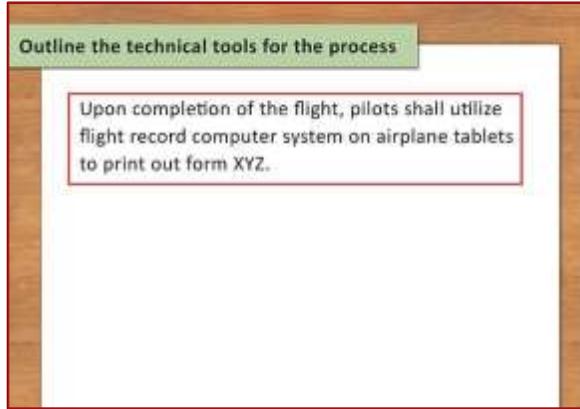
1. प्रलेखित प्रक्रिया के प्रमुख घटकों पर नोट्स स्केच करें। प्रक्रिया के सभी संभावित चरणों के बारे में मंथन, स्पष्टता के लिए, कार्यों के विवरण के लिए, विशेष ध्यान देना। प्रक्रिया का विवरण सुनिश्चित करें कि क्या प्रक्रिया सफलतापूर्वक पूरी होने पर दिखेगी। उदाहरण के लिए, उड़ान रिकॉर्ड रखने के लिए अल्पविकसित नोट निम्नलिखित हो सकते हैं:

- एक्सवाईजेड फॉर्म को प्रिंट करना
- फॉर्म एक्सवाईजेड के विशिष्ट अनुभागों को भरने के लिए जिम्मेदार कर्मियों को निर्धारित करें
- फॉर्म एक्सवाईजेड के लिए हिरासत की शृंखला बनाएं
- फाइलिंग सिस्टम में फॉर्म एक्सवाईजेड के एकीकरण के लिए विधि निर्धारित करें



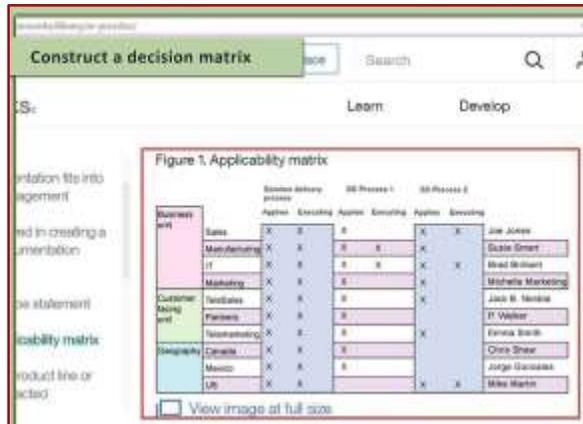
2. प्रक्रिया का एक कार्यकारी प्रारूप बनाएं। प्रत्येक चरण, चरणों के क्रम और उनके बीच संबंधों सहित प्रक्रिया आरेख का पहला मसौदा तैयार करने के लिए अपने समूह के साथ काम करें। सुनिश्चित करें कि आपका ड्राफ्ट सभी द्वारा देखा जा सकता है और आसानी से संपादित किया जा सकता है। इस तरह, प्रक्रिया में शामिल किसी से भी फीडबैक प्राप्त किया जा सकता है, यह सुनिश्चित करने के लिए कि कोई छोटे हुए कदम नहीं हैं। इसे प्राप्त करने के लिए, आप चिपचिपा नोट्स, एक व्हाइटबोर्ड या सहयोगी सॉफ्टवेयर का उपयोग कर सकते हैं।

- आपके द्वारा तय किए गए प्रारूप के बावजूद, इस चरण में विशिष्ट प्रवाह आरेख प्रतीकों का उपयोग करना फायदेमंद हो सकता है (जैसे कि वर्ग चरण हैं, हीरे प्रश्न हैं, अंडाकार शुरू / अंत बिंदु हैं)।



3. प्रक्रिया के लिए तकनीकी उपकरणों को रेखांकित करें। इन वस्तुओं में कंप्यूटर, सॉफ्टवेयर, तकनीक, वाहन और यहां तक कि साधारण गियर जैसे झाड़ू और डस्टपैन शामिल हो सकते हैं। यदि उपयुक्त हो, तो आप यह भी शामिल कर सकते हैं कि वह उपकरण कहां स्थित है, इसे कैसे खरीदा जाए, परियोजना से संबंधित संभावित लागत, और प्रक्रिया समाप्त होने पर कहां से लौटना / स्टोर करना है।

- उदाहरण: उड़ान के पूरा होने पर, पायलट एक्सवाईजेड का फॉर्म प्रिंट करने के लिए हवाई जहाज की टेबलेट्स पर उड़ान रिकॉर्ड कंप्यूटर प्रणाली का उपयोग करेंगे।

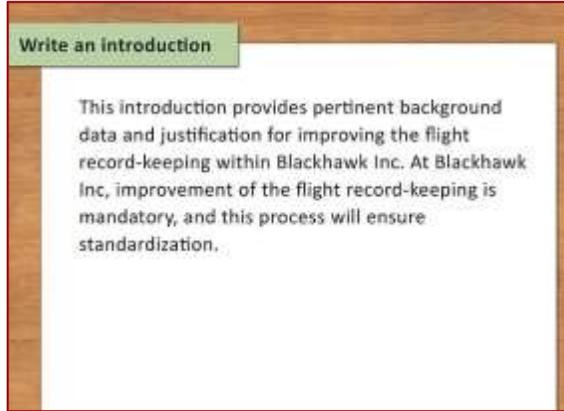


4. एक निर्णय मैट्रिक्स का निर्माण करें। एक निर्णय मैट्रिक्स यह निर्धारित करने का एक सरल तरीका होना चाहिए कि कौन से निर्णय किए जा सकते हैं, और कौन से लोग निर्णय लेने की प्रक्रिया का हिस्सा हैं। कुछ निर्णय मैट्रिक्स में अंतिम चरण एक कार्यकारी-स्तर का समर्थन या निचले स्तरों पर किए गए निर्णय की पुष्टि है।

- उदाहरण के लिए, रखरखाव के लिए निर्णय मैट्रिक्स में लाइन लीडर, शिफ्ट लीडर, एकाधिक प्रबंधक स्तर, यहां तक कि प्लांट मैनेजर तक शामिल हो सकते हैं।

अंश 3

व्यवसाय प्रक्रिया दस्तावेज़ लिखना

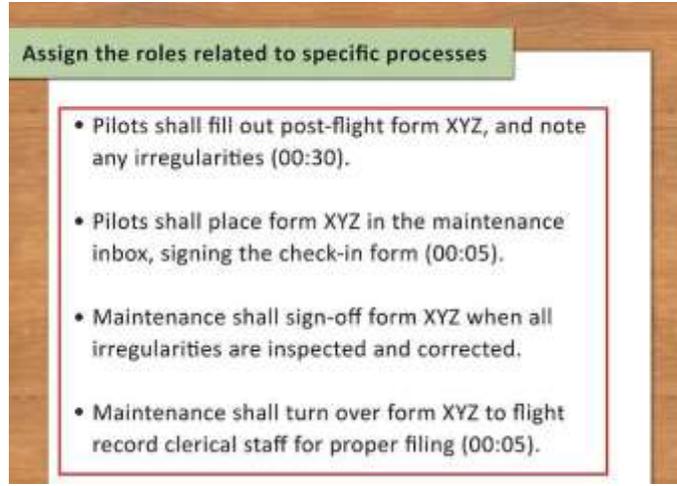


1. एक परिचय लिखें। दस्तावेज़ का एक सरल परिचय पृष्ठभूमि की जानकारी को समझा सकता है कि कंपनी के समग्र संचालन के लिए प्रक्रिया महत्वपूर्ण क्यों है। लक्षित दर्शकों की पहचान की जा सकती है, साथ ही साथ कार्य का समग्र दायरा भी। इसमें एक बयान भी शामिल हो सकता है कि क्या होता है अगर यह प्रक्रिया पूरी नहीं होती है, या खराब तरीके से पूरी होती है।

- यदि प्रक्रिया के लिए उचित उद्योग शब्दावली है, तो एक खंड हो सकता है जो संक्षिप्त और शब्दावली को कवर करता है।
- परिचय नए कर्मचारियों को समग्र अवधारणा देने के लिए एक सरलीकृत तरीका हो सकता है जो पूरे वीपीडी का पालन करने में सक्षम नहीं हो सकता है।
- एक नमूना परिचय निम्नलिखित के समान शुरू हो सकता है: यह परिचय ब्लैकहॉक इंक के भीतर उड़ान रिकॉर्ड रखने में सुधार के लिए उचित पृष्ठभूमि डेटा और औचित्य प्रदान करता है। ब्लैकहॉक इंक में, उड़ान रिकॉर्ड-कीपिंग में सुधार अनिवार्य है, और यह प्रक्रिया मानकीकरण सुनिश्चित करेगी।

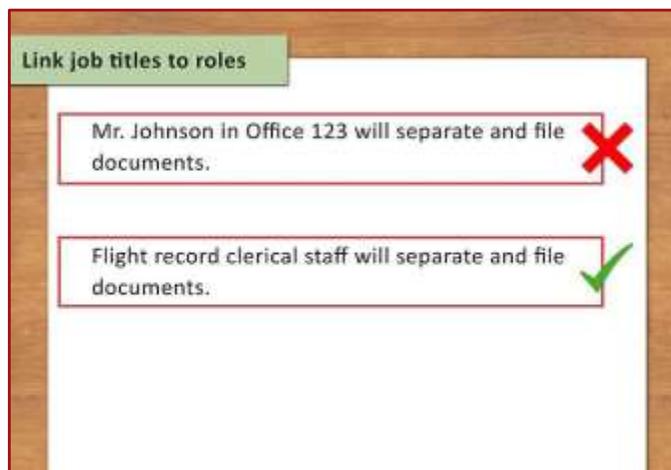


2. अपने दस्तावेज़ को निरंतर संकेतन और प्रतीकों के साथ रेखांकित करें। आपके पास जो भी नोट्स और रूपरेखा हैं, उनका उपयोग करते हुए, चरण-दर-चरण मार्गदर्शिका लिखें कि प्रक्रिया कैसे पूरी होती है। यह वीपीडी का मांस है। अपने प्रक्रिया मॉडल का निर्माण करते समय, पूरे मॉडल में स्पष्ट रूप से और लगातार आपने जो भी प्रारूप चुना है, उसका पालन करना सुनिश्चित करें। इस स्तर पर, मॉडल को प्रक्रिया मॉडलिंग सॉफ्टवेयर या किसी अन्य प्रकार के सॉफ्टवेयर का उपयोग करके बनाया जाना चाहिए ताकि एक पॉलिश अंतिम उत्पाद बनाया जा सके।



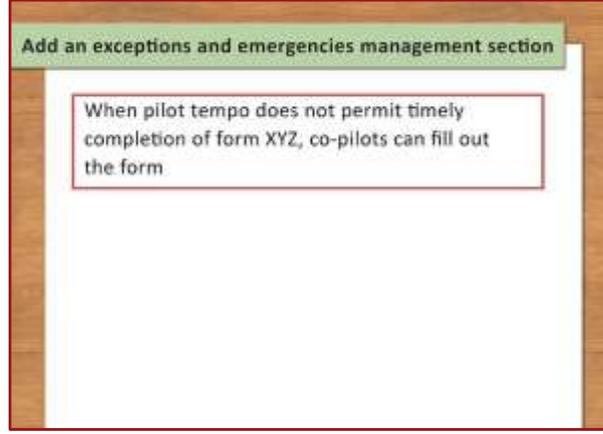
3. विशिष्ट प्रक्रियाओं से संबंधित भूमिकाओं को असाइन करें। निर्णय लेने वाले लोग सीधे तौर पर जिम्मेदार होते हैं, जो गुणवत्ता नियंत्रण की जांच में शामिल होते हैं, और अंतिम अनुमोदन प्रदान करने वाले लोग भी। भूमिका पहचान प्रक्रिया के दौरान, यह पूरी तरह से अनसाइनड रोल्स की खोज की जा सकती है। किसी भी विवाद को तब हल करें जब अनावश्यक या परस्पर विरोधी भूमिका वाले कई लोग हों। यदि संभव हो, तो प्रत्येक प्रक्रिया के लिए आवश्यक समय की मात्रा की पहचान करें। एक संभावित ब्रेकडाउन निम्नानुसार हो सकता है:

- पायलट पोस्ट-फ्लाइट फॉर्म एक्सवाईजेड भरेंगे, और किसी भी अनियमितता (00:30) पर ध्यान देंगे।
- पायलट चेक-इन फॉर्म (00:05) पर हस्ताक्षर करते हुए रखरखाव के इनबॉक्स में एक्सवाईजेड के रूप में रखेंगे।
- जब एक्सवाईजेड मेटनेंस साइन-ऑफ फॉर्म होगा सभी अनियमितताओं का निरीक्षण और सुधार किया जाता है।
- रखरखाव उचित फाइलिंग (00:05) के लिए उड़ान रिकॉर्ड लिपिक कर्मचारियों के रूप में एक्सवाईजेड के रूप में बदल जाएगा।



4. भूमिकाओं के लिए नौकरी के शीर्षक लिंक करें। प्रत्येक प्रक्रिया में शामिल होने वाले व्यक्तियों की पहचान करें। प्रत्येक कर्मचारी की व्यक्तिगत भूमिका को परिभाषित करें। विशिष्ट नामित व्यक्तियों के बजाय, इसके लिए नौकरी के शीर्षकों की पहचान करना बेहतर है। विशिष्ट नामों को छोड़कर यह सुनिश्चित करता है कि कर्मचारी कंपनी से आगे बढ़ने पर दस्तावेज़ प्रासंगिक बना रहे, और व्यक्ति पर प्रक्रिया को फिर से जोर दे।

- एक अनुचित लिंकेज: ऑफिस 123 में श्री जॉनसन दस्तावेज़ अलग और दर्ज करेंगे।
- एक उचित लिंकेज: उड़ान रिकॉर्ड लिपिकीय कर्मचारी दस्तावेजों को अलग और फाइल करेगा।



5. एक अपवाद और आपात स्थिति प्रबंधन अनुभाग जोड़ें। अप्रत्याशित कारकों के खेलने में आने की प्रक्रिया को कैसे पूरा किया जाए, इसके लिए एक बुनियादी दिशानिर्देश होना चाहिए। इस अनुभाग में यह भी बताया जाना चाहिए कि किन लोगों को परिवर्तनों का अनुरोध करने की अनुमति है, जो परिवर्तन की अनुमति दे सकते हैं, और जो भी बदलाव को मंजूरी दी गई है, उसे अंततः लागू करेंगे।

- बहु-राष्ट्रीय व्यवसायों को अपवाद प्रक्रिया पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए, जिसमें क्षेत्र के लिए भाषा और कानूनी मुद्दों के लिए चेतावनी भी शामिल है।
- यदि परिवर्तनों को व्यापक पैमाने पर अनुमोदित किया जाता है, तो परिवर्तनों को स्वीकार करने के लिए जो भी सुझाव फॉर्म का उपयोग किया जा रहा है उसे शामिल करें।
- उदाहरण: जब पायलट टेम्पो एक्सवाइजेड फॉर्म को समय पर पूरा करने की अनुमति नहीं देता है, तो सह-पायलट फॉर्म भर सकते हैं।



6. अपने मॉडल का परीक्षण करें। जब आप अपना व्यवसाय प्रक्रिया दस्तावेज़ पूरा कर लेते हैं, तो आपको यह देखने के लिए जांचना होगा कि आपने हर संभावित घटना का सही-सही चित्रण किया है और कार्रवाई का क्रम सही निकाला है। इसका परीक्षण करने के लिए, आपकी टीम ने विभिन्न वास्तविक जीवन स्थितियों के तहत व्यवसाय प्रक्रिया के प्रदर्शन को करने के लिए मॉडल का उपयोग किया है। ऐसा करने से आपको अपने मॉडल में अशुद्धि, अंतहीन छोरों या लापता टुकड़ों को बाहर निकालने में मदद मिलेगी।

संचालन दस्तावेज़ कैसे बनाएं

प्रक्रिया दस्तावेज़ पाठकों को उन चरणों के तार्किक अनुक्रम से गुजरते हैं जो एक प्रक्रिया को सफलतापूर्वक पूरा करने के लिए आवश्यक हैं। एक प्रक्रिया दस्तावेज़ की सामग्री जटिल या सरल हो सकती है, लेकिन आपको यह निर्धारित करने की आवश्यकता होगी कि क्या चरणों को पूरा करने की आवश्यकता है, उन चरणों के लिए तार्किक अनुक्रम, और सफलतापूर्वक पूरा होने पर अनुक्रम क्या पूरा करेगा। इन मूल बातों को ध्यान में रखते हुए, अंतर्राष्ट्रीय विपणन अभियान को अंजाम देने के लिए अंडे को उबालने से कुछ के लिए प्रक्रिया प्रलेखन बनाना संभव है।

अंश 1

एक प्रक्रिया दस्तावेज़ शुरू करना



1. प्रक्रिया को पहचानें। लगभग कुछ भी एक प्रक्रिया में टूट सकता है और एक प्रक्रिया दस्तावेज़ में बदल सकता है। कुछ उदाहरणों में शामिल हैं:

- पास्ता बनाना
- गाड़ी चलाना सीखना
- एक पत्र लिखना
- ड्रम रोल प्रदर्शन करें



2. पता लगाएं कि आपके पाठकों को किन संसाधनों की आवश्यकता होगी। उन सभी संसाधनों के बारे में सोचें जिन्हें आपके पाठक को उस प्रक्रिया को पूरा करने की आवश्यकता होगी जिसे आप वर्णन करना चाहते हैं। इसमें शामिल संसाधनों को समझना उस समय काम आएगा जब प्रत्येक चरण का वर्णन करना है। आवश्यक संसाधनों के कुछ उदाहरणों में शामिल हैं:

- पास्ता बनाना: पानी, पास्ता, नमक, खाना पकाने के बर्तन, कोलंडर, गर्मी, समय
- वाहन चलाना सीखना: वाहन, शिक्षक, समय (सीखने और अभ्यास दोनों), यातायात कानूनों का ज्ञान
- पत्र लिखना: लेखन और वर्तनी कौशल, कागज, कलम या पेंसिल
- ड्रम रोल करना: ड्रम सेट, ड्रम स्टिक, ड्रम बजाने का कुछ अनुभव, समय



3. अपने दर्शकों पर विचार करें। इससे पहले कि आप आगे बढ़ें, आपको यह सोचने में थोड़ा समय लेना चाहिए कि आपके दर्शक कौन हैं और उन्हें आपके विषय के बारे में पहले से ही क्या पता है। यह ज्ञान आपको यह निर्धारित करने में मदद कर सकता है कि आपको कौन सी जानकारी को शामिल करने की आवश्यकता है और कौन सी जानकारी आपको छोड़ने में सक्षम हो सकती है।

- उदाहरण के लिए, यदि आप एक सामान्य दर्शक के लिए पास्ता को पकाने के तरीके के बारे में एक प्रक्रिया दस्तावेज लिख रहे हैं जो खाना बनाना नहीं जानता है या नहीं कर सकता है, तो आप शायद "अल डेंटे" जैसे शब्दों को परिभाषित करना चाहते हैं और वर्णन करेंगे कि "रोलिंग बॉइल" का मतलब क्या है।"



4. एक शीर्षक बनाएं। हर प्रक्रिया दस्तावेज को स्पष्ट शीर्षक की आवश्यकता होती है जो यह बताता है कि आप किस प्रक्रिया का विवरण दे रहे हैं। यह निर्धारित करने के लिए कि आपको अपने प्रक्रिया दस्तावेज को क्या कहना चाहिए, इस बारे में सोचें कि आप क्या चाहते हैं कि आपके पाठक कैसे करें। उदाहरण के लिए, आप अपने प्रक्रिया दस्तावेज को "पास्ता बनाएं," "ड्राइव करना सीखें," या "एक पत्र लिखें" कह सकते हैं।

- अपने शीर्षक और चरणों के लिए आदेशात्मक रूप का उपयोग करें। आपका प्रक्रिया दस्तावेज़ एक वर्तमान काल क्रिया के साथ शुरू होना चाहिए, जैसे "बनाएं," "कुक," "सीखें," या "लिखें"। आपको अपनी प्रक्रिया के चरणों का वर्णन करने के लिए इस तनाव का उपयोग जारी रखना चाहिए।

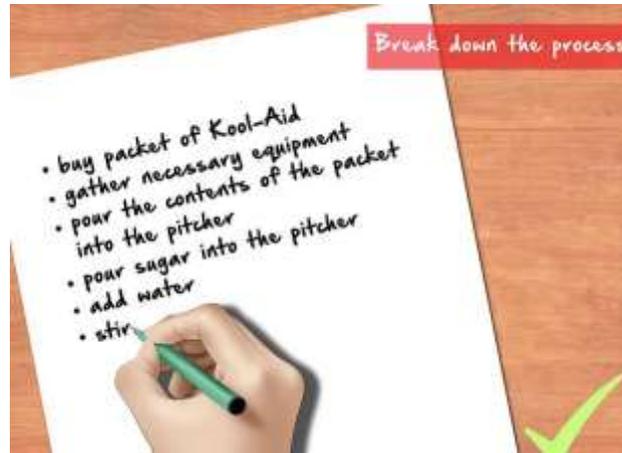


5. अपने पाठकों को आकर्षित करने के लिए अपने परिचय का उपयोग करें। आपके प्रक्रिया दस्तावेज़ की शुरुआत आपको यह बताने का मौका देगी कि दस्तावेज़ क्या पेश करेगा और आपके पाठक का ध्यान भी आकर्षित करेगा। आपके परिचय में, तात्कालिकता की भावना पैदा करना एक अच्छा विचार है ताकि आपका पाठक आगे पढ़ना चाहे। अपने पाठकों के लिए एक समस्या बनाने की कोशिश करें और फिर इसे हल करने की पेशकश करें।

- उदाहरण के लिए, जब एक प्रक्रिया दस्तावेज़ पेश किया जाता है जो बताता है कि पास्ता कैसे बनाया जाता है, तो आप कुछ ऐसा कह सकते हैं, जैसे "पास्ता बनाना आसान लग सकता है, लेकिन पास्ता को अधिक पकाना या कम पकाना आसान है। यह एक समस्या है क्योंकि पास्ता जो बहुत चबाया जाता है या बहुत नरम होता है, कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप किस तरह की चटनी लगाते हैं। लेकिन अगर आप पास्ता को सही तरीके से बनाते हैं, तो आपका पास्ता आपकी चटनी जैसा ही प्रभावशाली होगा।

अंश 2

अपनी प्रक्रिया का वर्णन करना



1. प्रक्रिया को तोड़ें। उन चीज़ों के बारे में सोचें, जिन्हें आप वर्णन करने की कोशिश कर रहे हैं। प्रक्रिया के कई हिस्सों को लिखें जैसा कि आप शुरू कर सकते हैं। यह एक पूर्व-लेखन रणनीति है जिसे "लिस्टिंग" कहा जाता है। जैसा कि आप ऐसा करते हैं, इस प्रक्रिया को छोटे, आसान चरणों को समझने की कोशिश करें। उदाहरण के लिए, यदि आप समझना चाहते हैं कि पास्ता कैसे बनाया जाता है, तो आप लिख सकते हैं:

- एक बर्तन निकालें और इसे पानी से भरें।
- स्टोव पर बर्तन रखें और उच्च पर गर्मी चालू करें।
- पास्ता निकालें।
- पास्ता को पानी में मिलाएं।
- आंच को थोड़ा कम कर दें।
- पैकेज पर इंगित समय के लिए कुक करें।
- सिंक में एक कोलंडर में पास्ता से पानी निकालें।



2. अपने कदम क्रम में रखें। एक बार आपके पास चरणों की एक मूल सूची होगी, जिसे आपके पाठकों को पूरा करने की आवश्यकता होगी, उन्हें देखें और सुनिश्चित करें कि वे क्रम में हैं। इस बात पर विचार करें कि क्या इस क्रम में पहले या बाद में अपना एक कदम देने के लिए यह अधिक समझ में आएगा।

- उदाहरण के लिए, अगर आप पास्ता बनाने की प्रक्रिया का वर्णन कर रहे हैं, तो आप सोच सकते हैं कि क्या पानी को गर्म करने से पहले या बाद में पास्ता से बाहर निकलने के लिए पाठकों को बताने के लिए अधिक समझ में आता है।
- यदि आप जिस प्रक्रिया का वर्णन कर रहे हैं, वह ऐसी चीज है जो काफी जटिल है या जिसे आप बिना सोचे समझे कर सकते हैं, तो आपको अपने कदमों के तर्क पर विचार करने में अधिक समय देने की आवश्यकता हो सकती है। उदाहरण के लिए, यदि आप एक अनुभवी ड्रमर हैं जो यह वर्णन करने की कोशिश कर रहा है कि ड्रम रोल कैसे किया जाता है, तो आपको अपने ड्रम सेट पर बैठना होगा और कुछ ड्रम रोल करने होंगे।
- जैसा कि आप अपनी प्रक्रिया में कदम रखते हैं, पहले, दूसरे, तीसरे आदि के बारे में सोचें। अपने चरणों की सूची के साथ इस क्रम की तुलना करें।



3. यदि आपको कोई अतिरिक्त जानकारी देने की आवश्यकता है, तो निर्धारित करें। प्रक्रिया के बारे में फिर से सोचें और यह निर्धारित करने का प्रयास करें कि क्या प्रक्रिया से कोई सूचना गायब है। यह निर्धारित करने का प्रयास करें कि क्या कुछ है जो पाठकों को आपके किसी एक कदम को पूरा करने से पहले करना होगा।

- उदाहरण के लिए, आप पास्ता को पानी में डालते समय अपने पाठकों को टाइमर सेट करने की सलाह दे सकते हैं। या, आप पाठकों को सलाह दे सकते हैं कि पूरे बर्तन से पानी निकालने से पहले पास्ता के एक टुकड़े की जांच करें।
- किसी मित्र को यह देखने के लिए अपने चरणों को पढ़ने की कोशिश करें कि क्या कुछ छूट गया है। आपके द्वारा लिखी गई किसी भी बात पर विस्तार से न बताएं, बस एक दोस्त को अपने चरण पढ़ाएं और सुझाव मांगें।



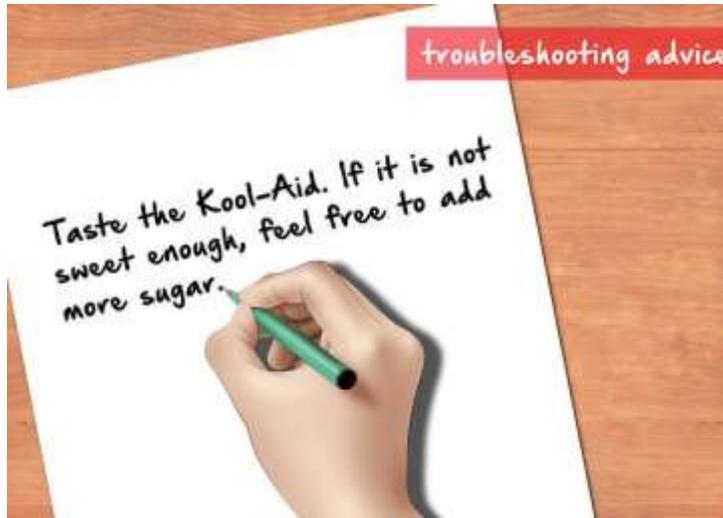
4. अपने चरणों पर विस्तार करें। आपके द्वारा अपने चरणों के लिए एक ठोस अनुक्रम तैयार करने के बाद, आपको अपने प्रत्येक चरणों पर विस्तार करना होगा। आपके प्रक्रिया दस्तावेज़ में प्रत्येक चरण में आपके पाठकों को यह समझने में मदद करने के लिए उपयोगी जानकारी शामिल होनी चाहिए कि प्रत्येक चरण को कैसे पूरा किया जाए। जितना संभव हो उतना विस्तृत होने की कोशिश करें।

- उदाहरण के लिए, जब आप पाठकों को एक बर्तन को निकालने और पानी से भरने की सलाह देते हैं, तो आपको यह कहने की आवश्यकता होगी कि किस प्रकार के बर्तन पाठकों को उपयोग करने चाहिए और पाठकों को बर्तन में कितना पानी जोड़ना चाहिए। आप पाठकों को पास्ता पकाने और 12 कप पानी से भरने के लिए एक बड़े स्टॉकपॉट का उपयोग करने के लिए कह सकते हैं।



5. उदाहरण दें। उदाहरण आपके पाठकों को कुछ ऐसा करने के लिए एक स्पष्ट विचार प्राप्त करने में मदद कर सकते हैं जिसे समझना मुश्किल हो सकता है। उन उदाहरणों का उपयोग करने का प्रयास करें जो आपके पाठकों के लिए संबंधित होने और यह समझाने में आसान होंगे कि आप जिस प्रक्रिया का वर्णन कर रहे हैं उसका उदाहरण किस तरह से संबंधित है।

- उदाहरण के लिए, यदि आप पाठकों को यह समझाने की कोशिश कर रहे हैं कि ड्रमरोल करने के लिए ड्रमस्टिक को कसकर पकड़ने के लिए, तो आप पेंसिल को पकड़ने के उदाहरण का उपयोग करके बता सकते हैं कि कितने दबाव की आवश्यकता है। पाठक एक कलम या पेंसिल धारण करने से संबंधित होंगे और उस ज्ञान का उपयोग करके उन्हें ड्रमस्टिक को सही तरीके से रखने में मदद करेंगे।

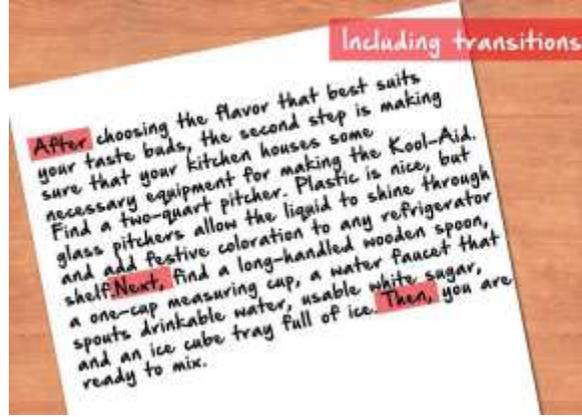


6. समस्या निवारण सलाह दें। उन सामान्य गलतियों के बारे में सोचें जो लोग इस प्रक्रिया को पूरा करने का प्रयास करते समय करते हैं और सुनिश्चित करें कि आप अपने दस्तावेज़ में इन सामान्य गलतियों को संबोधित करते हैं। आपको इस जानकारी को अपने किसी एक चरण में काम करने का एक तरीका मिल सकता है या आप अपने दस्तावेज़ के अंत में यह जानकारी प्रदान कर सकते हैं।

- उदाहरण के लिए, शायद यही कारण है कि बहुत से लोग अपने पास्ता को अधिक पका देते हैं, क्योंकि वे टाइमर सेट करना भूल जाते हैं। या शायद बहुत से लोग ड्रम रोल के साथ संघर्ष करते हैं क्योंकि वे अपने ड्रमस्टिक को बहुत टाइम कर रहे हैं।

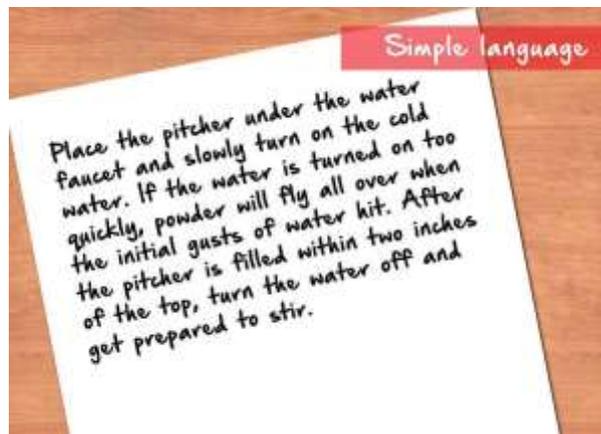
अंश 3

दस्तावेज़ को समाप्त करना



1. जहां आवश्यकता हो वहां परिवर्तन शामिल करें। परिवर्तन ऐसे शब्द हैं जो आपके लेखन के प्रवाह को बेहतर बनाने में मदद करते हैं। जब पाठक आपकी प्रक्रिया में काम करने वाले होते हैं तो परिवर्तन आपको स्पष्ट करने में मदद कर सकता है। उदाहरण के लिए, आप अपने पाठकों को टाइमर सेट करने के लिए सलाह दे सकते हैं इससे पहले कि आप पास्ता को उबलते पानी में मिला दें। या, आप अपने पाठकों को ओवन माइट पर लगाने की सलाह दे सकते हैं और वे पास्ता को सिंक में कोलंडर में डाल सकते हैं। प्रक्रिया दस्तावेज़ में उपयोग करने के लिए कुछ अन्य अच्छे परिवर्तन शब्द शामिल हैं:

- आगे
- उपरांत
- प्रथम
- अंतिम
- भी



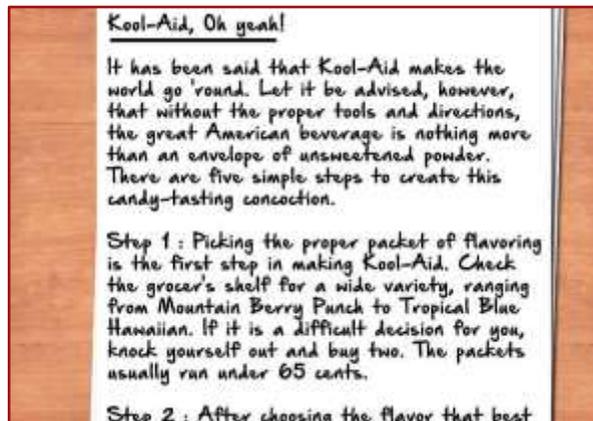
2. अपनी भाषा को सरल बनाएं। बड़े दर्शकों के लिए एक प्रक्रिया का वर्णन करते समय, यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले शब्द अधिकांश लोगों को समझने के लिए पर्याप्त सरल हैं। बहुत सारे शब्दजाल (तकनीकी भाषा) का उपयोग करना पाठकों को निर्देशों को समझने में मुश्किल कर सकता है। अपने निर्देशों के माध्यम से पढ़ने के लिए एक मिनट लें और भाषा को सरल बनाने के तरीकों की तलाश करें।

- यदि आपको अपनी प्रक्रिया का वर्णन करने के लिए एक विशेष शब्द का उपयोग करने की आवश्यकता है, तो सुनिश्चित करें कि आप इसे अपने पाठकों के लिए परिभाषित करते हैं। उदाहरण के लिए, यदि पास्ता बनाने की विधि का वर्णन किया जाए, तो आपको यह समझाने की आवश्यकता होगी कि "अल डेंटे" का अर्थ क्या है।



3. प्रक्रिया का परीक्षण करें। यह सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है कि आपके द्वारा वर्णित प्रक्रिया को आपके निर्देशों का पालन करके सफलतापूर्वक किया जा सकता है। आपके द्वारा बताए गए क्रम में प्रत्येक चरण का पालन करके आपके द्वारा बताई गई प्रक्रिया को पूरा करने का प्रयास करें और केवल आपके द्वारा शामिल की गई जानकारी का उपयोग करके।

- जैसा कि आप अपनी प्रक्रिया का परीक्षण करते हैं, कोई भी जानकारी जो गायब है या जो कुछ भी आपके पाठकों के लिए अस्पष्ट हो सकती है, उसे पहचानने का प्रयास करें।
- किसी और को भी अपनी प्रक्रिया का परीक्षण करने के लिए कहें। किसी और की आपकी प्रक्रिया का परीक्षण करने से आपके प्रक्रिया दस्तावेज़ में और भी अधिक सटीकता सुनिश्चित हो सकती है। आपके द्वारा वर्णित प्रक्रिया को पूरा करने के लिए अपने कदम का उपयोग करने के लिए किसी मित्र या परिवार के सदस्य से पूछें।



4. अपने दस्तावेज़ को प्रारूपित करें। आप अपने प्रक्रिया दस्तावेज़ का उपयोग करने की योजना के आधार पर, आपको इसे प्रारूपित करने की आवश्यकता हो सकती है। उदाहरण के लिए, यदि आपके प्रक्रिया दस्तावेज़ को क्लास असाइनमेंट के लिए एमएलए शैली निबंध के रूप में स्वरूपित किया जाना है, तो आपको अपने प्रशिक्षक के दिशानिर्देशों की समीक्षा करने और यह सुनिश्चित करने की आवश्यकता होगी कि आपका दस्तावेज़ उनसे मिलता है। यदि आप किसी वेबसाइट के लिए अपने दस्तावेज़ का उपयोग कर रहे हैं, तो आपको अपनी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अपने दस्तावेज़ को प्रारूपित करना होगा।

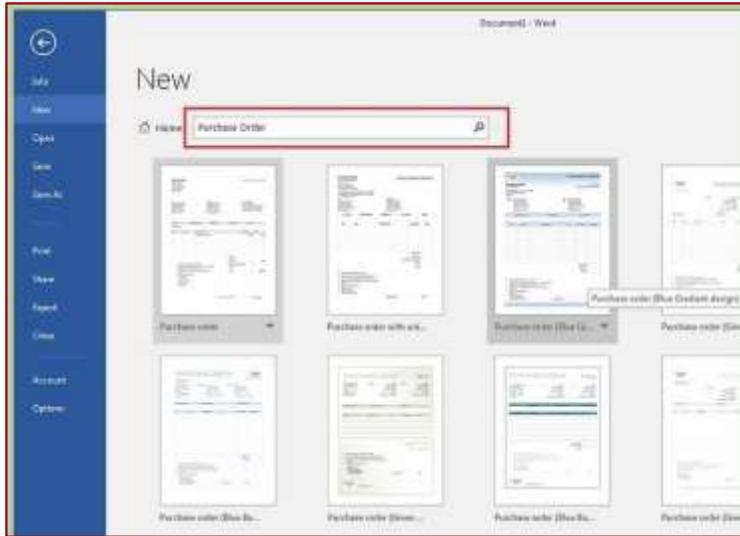
- प्रक्रिया दस्तावेज प्रत्येक पैराग्राफ में एक अलग चरण का वर्णन कर सकते हैं या प्रत्येक चरण एक संख्या या बुलेट बिंदु से शुरू हो सकता है।

क्रय आदेश कैसे लिखें

क्रय आदेश ऐसे व्यवसाय रूप हैं जो वस्तुओं और सेवाओं की क्रय या बिक्री के लिए विस्तृत जानकारी दर्ज करने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। क्रय आदेश खरीदारों द्वारा बनाए जाते हैं और विक्रेताओं को भेजे जाते हैं। वे खरीदे जाने वाले आइटम, मात्रा, सहमत-मूल्य, शिपिंग जानकारी और खरीदारी के बारे में कोई अन्य विवरण निर्दिष्ट करते हैं। एक क्रय आदेश एक कानूनी दस्तावेज है जो खरीदार और विक्रेता दोनों को बचाता है। व्यवसाय क्रय ऑर्डर टेम्पलेट बनाने या क्रयने के लिए कई अलग-अलग विकल्पों में से चुन सकते हैं।

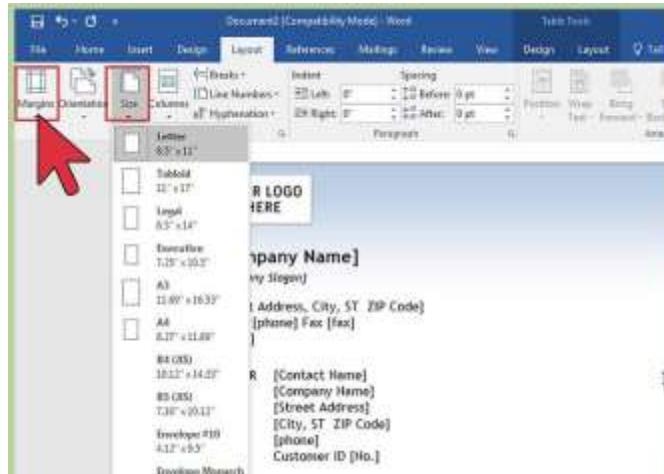
तरीका 1

माइक्रोसॉफ्ट वर्ड के साथ क्रय आदेश दस्तावेज़ सेट करना



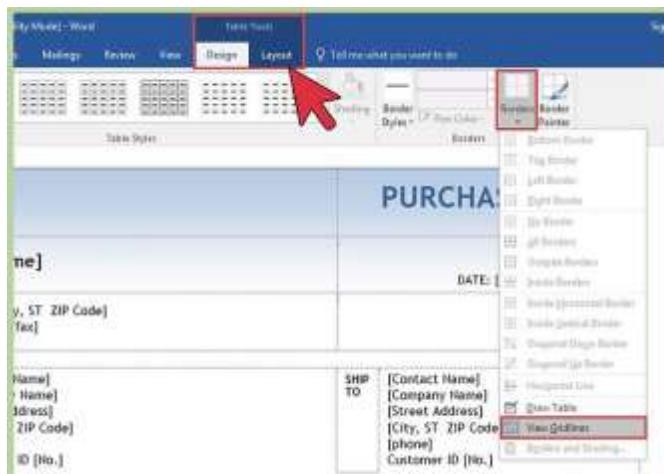
1. एक क्रय आदेश टेम्पलेट चुनें। यदि आप एक मैक का उपयोग कर रहे हैं, तो अपनी डॉक में वर्ड आइकन पर डबल क्लिक करें। यदि आप एक पीसी का उपयोग कर रहे हैं, तो अपने डेस्कटॉप के निचले बाएं कोने में विंडोज आइकन पर क्लिक करें। विंडोज टाइल पर क्लिक करें।

- आपको एक स्क्रीन दिखाई देगी जो आपको दिखाती है कि पहले से तैयार किए गए सभी टेम्पलेट वर्ड उपलब्ध हैं। खोज बार में, "क्रय ऑर्डर" लिखें।
- विभिन्न क्रय ऑर्डर टेम्पलेट की समीक्षा करें और अपनी पसंद के लेआउट के साथ एक का चयन करें। उन सभी लाइनों के लिए पर्याप्त जगह के साथ देखें, जिन्हें आप अपने क्रय ऑर्डर पर शामिल करना चाहते हैं।
- उस टेम्पलेट के आइकन पर डबल क्लिक करें जिसे आप उपयोग करना चाहते हैं। इससे डॉक्यूमेंट खुल जाएगा।
- वर्ड ने टेबल का उपयोग करके टेम्पलेट बनाया है। आप अपनी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए टेम्पलेट को अनुकूलित करने के लिए टेबल स्वरूपण विकल्पों का उपयोग कर सकते हैं।



2. पृष्ठ लेआउट समायोजित करें। स्क्रीन के शीर्ष पर "पृष्ठ लेआउट" पर क्लिक करें। अपने दस्तावेज़ के पेपर आकार और मार्जिन को समायोजित करने के लिए यहां मेन्यू विकल्पों का उपयोग करें।

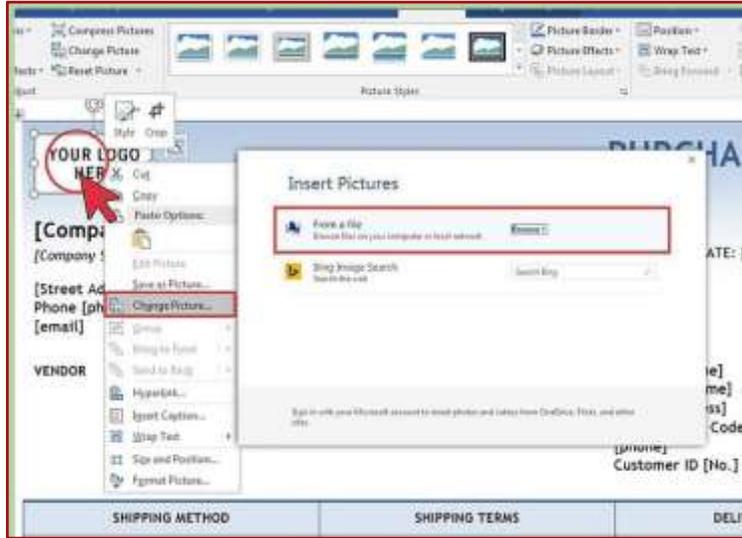
- स्क्रीन के ऊपरी बाएं हाथ पर "आकार" आइकन पर क्लिक करें। उचित आकार का कागज चुनें।
- ऊपरी बाएं हाथ के कोने में "मार्जिन" आइकन पर क्लिक करें। प्रीसेट मार्जिन विकल्पों में से एक चुनें, या छोटे या बड़े मार्जिन में प्रवेश करने के लिए "कस्टम मार्जिन" पर क्लिक करें।



3. ग्रिडलाइन को दृश्यमान बनाएं। चूंकि यह टेम्पलेट एक तालिका है, यह पंक्तियों और स्तंभों में व्यवस्थित सेल से बना है। हालांकि, इन कोशिकाओं के लिए ग्रिडलाइन्स टेम्पलेट के कुछ क्षेत्रों में दिखाई नहीं दे सकते हैं। खाका संपादित करते समय ग्रिडलाइन्स देखना आपके लिए आसान हो सकता है।

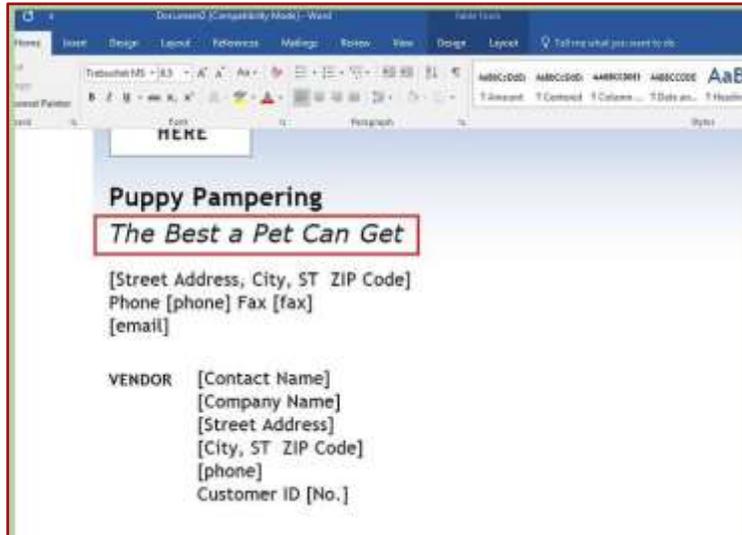
- यदि आप ग्रिडलाइन्स देखना चाहते हैं, तो पहले स्क्रीन के शीर्ष पर पीले "टैबल टूल्स" टैब को देखें। इसके तहत आपको एक "डिज़ाइन" टैब और एक "लेआउट" टैब दिखाई देगा।
- "डिज़ाइन टैब" पर क्लिक करें।
- दूर तक आपको एक आइकन दिखाई देगा, जो कहता है कि "बॉर्डर्स"। इस पर क्लिक करें और "व्यू ग्रिडलाइन्स" चुनें।

- अब आप सभी जानकारी दर्ज करते समय ग्रिडलाइन्स देख पाएंगे। क्रय आदेश प्रिंट करने से पहले आप उन्हें फिर से अदृश्य कर सकते हैं।

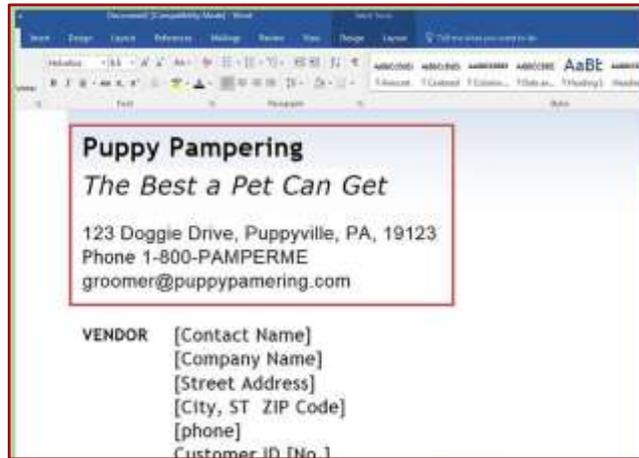


4. क्रय आदेश पर अपनी कंपनी का लोगो रखें। टेक्स्ट बॉक्स पर राइट-क्लिक करें जो कहता है, "आपका लोगो यहां है"। पॉप-अप मेन्यू से, "चित्र बदलें" चुनें। आप अपने कंप्यूटर फ़ाइलों के माध्यम से शामिल करने या ब्राउज़ करने के लिए एक छवि के लिए वेब ब्राउज़ करने में सक्षम होंगे। क्रय ऑर्डर पर उस छवि को ब्राउज़ करें और चुनें जिसे आप रखना चाहते हैं।

- बर्ड टेक्स्ट बॉक्स में छवि को स्वचालित रूप से सम्मिलित करेगा। यदि छवि बहुत बड़ी या बहुत छोटी है, तो इसे ट्रांसफॉर्म टूल का उपयोग करके समायोजित करें, जो आपकी छवि के चारों ओर फ्रेम पर छोटे सर्कल हैं।



5. कंपनी का स्लोगन टाइप करें। यदि आपके पास एक नारा है जिसे आप शामिल करना चाहते हैं, तो "कंपनी स्लोगन" कहने वाली रेखा पर क्लिक करें और इसे टाइप करें। यदि आपके पास एक नहीं है या आप इसे शामिल नहीं करना चाहते हैं, तो लाइन पर क्लिक करें और इसे हटा दें। बर्ड इस लाइन को आपके क्रय ऑर्डर से हटा देगा।

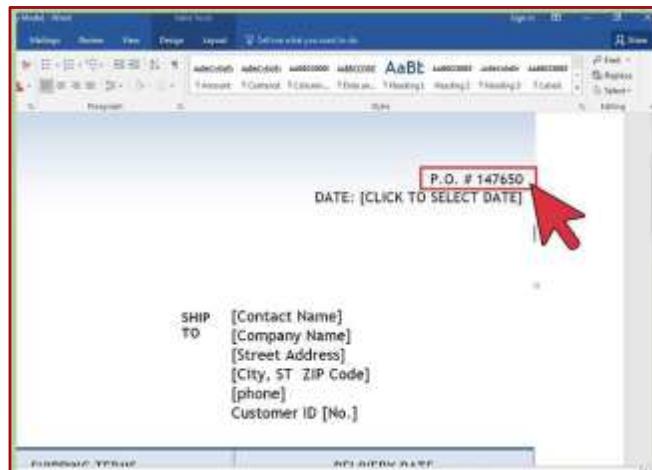


6. अपनी कंपनी का नाम और पता डालें। "कंपनी का नाम" कहने वाली रेखा पर क्लिक करें और अपनी कंपनी के नाम पर लिखें। उन्हें संपादित करने के लिए नीचे की तर्ज पर क्लिक करें। कंपनी का पता, फोन नंबर दर्ज करें। यदि आपके पास एक है तो अपना ई-मेल पता दर्ज करें। यदि आप इनमें से किसी भी लाइन को दर्ज नहीं करना चाहते हैं, तो उन पर क्लिक करें और उन्हें हटा दें।

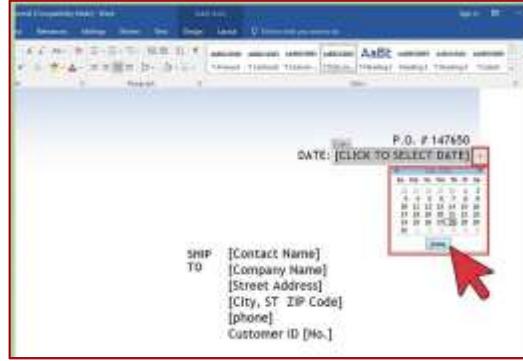
- उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि एक डॉग गूमर क्रय ऑर्डर बना रहा है। वह अपनी कंपनी, पपी पैपरिंग, इंक., शिपिंग एड्रेस, 123 डॉगी ड्राइव, पपीवाइल, पीए, 19123, फोन नंबर, 1-800-पैपरमे, और ई-मेल पता, groomer@puppypampering.com का नाम दर्ज करेगी।

तरीका 2

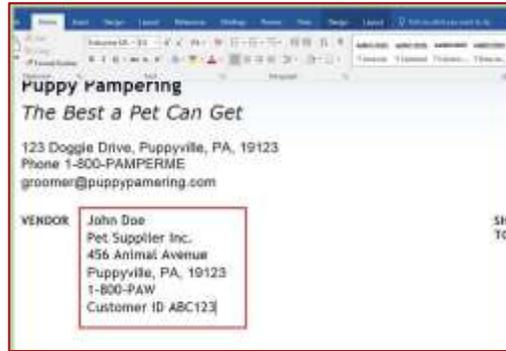
वर्ड में क्रय आदेश सूचना दर्ज करना



1. क्रय आदेश संख्या बनाएं। "पी.ओ." के आगे "[नो.]" कहने वाली रेखा पर क्लिक करें। इस क्रय क्रम में आप जो क्रय आदेश संख्या दे रहे हैं, उसे दर्ज करें। आप क्रय क्रम संख्या के लिए कोई भी अल्फा-न्यूमेरिक कोड निर्दिष्ट कर सकते हैं। आपको एक नामकरण सम्मेलन के साथ आना चाहिए जो आपकी कंपनी के लिए समझ में आता है ताकि आप आसानी से जानकारी ट्रैक करने के लिए क्रय आदेश संख्याओं का उपयोग कर सकें।

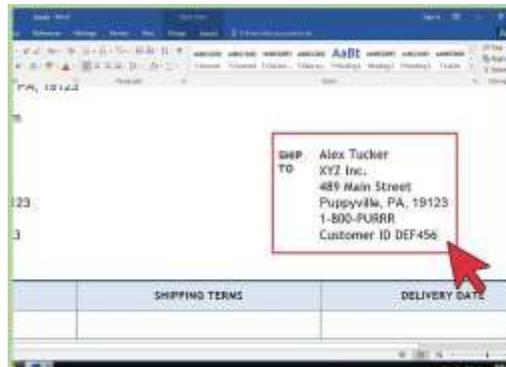


2. तारीख डालें। "तिथि पर क्लिक करें" का चयन करने वाली रेखा पर क्लिक करें। डाउन एरो पर क्लिक करें। आपको एक कैलेंडर दिखाई देगा। उस तिथि का चयन करें जिसे आप क्रय ऑर्डर के लिए उपयोग करना चाहते हैं। बर्ड इस तिथि में क्रय आदेश टेम्पलेट पर भर जाएगा।



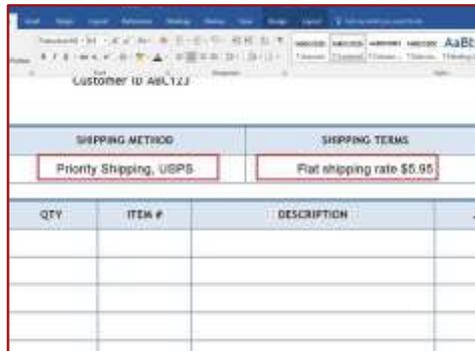
3. विक्रेता जानकारी टाइप करें। उन्हें संपादित करने के लिए लाइनों पर क्लिक करें। उस लाइन पर क्लिक करें जो कहती है कि "विक्रेता का नाम" उस कंपनी का नाम दर्ज करें जिससे आप अच्छी क्रय कर रहे हैं। उनके पते और फोन नंबर दर्ज करने के लिए निम्नलिखित लाइनों पर क्लिक करें। यदि आपके पास इस कंपनी के लिए ग्राहक संख्या है, तो इसे यहां दर्ज करें।

- उदाहरण के लिए, मान लें कि डॉग गूमर डॉग गूमर विक्रेता के नाम और पते को दर्ज करेगा, जिससे वह पालतू पशु आपूर्तिकर्ता, इंक और पता जैसे माल क्रय रहा है, और 456 एनिमल एवेन्यू, पप्पीविले, पीए 19123।



4. "शिप टू" जानकारी सबमिट करें। इस अनुभाग में जानकारी संपादित करने के लिए लाइनों पर क्लिक करें। संपर्क व्यक्ति और कंपनी का नाम दर्ज करें। उनका पता और फोन नंबर दर्ज करें। यदि बिलिंग पता शिपिंग पते से भिन्न है, तो आपको कॉलम दर्ज करना होगा और इसे टेम्पलेट में जोड़ना होगा।

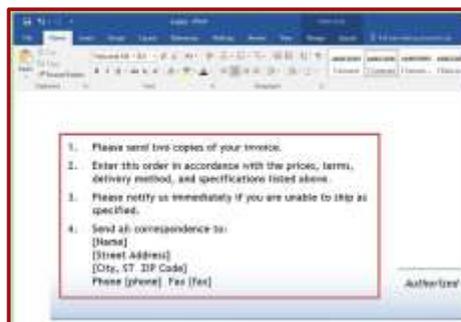
- उन सेल को हाइलाइट करें जो "शिप टू" और "कंपनी का नाम" कहती हैं।
- "तालिका उपकरण" के अंतर्गत "लेआउट" टैब पर क्लिक करें।
- "बाएं सम्मिलित करें" या "दाएं सम्मिलित करें" पर क्लिक करें। यह दो कॉलम या तो बाईं या दाईं ओर होगा। यदि आपने पहले चरण में अपनी ग्रीडलाइन्स दिखाई हैं, तो आप आसानी से देखेंगे कि अब आप अपनी बिलिंग पता जानकारी कहां दर्ज कर सकते हैं।
- उस सेल को कॉपी करें जो कहता है कि "शिप टू" और उसके बगल में संपादन योग्य सेल। आपके द्वारा बनाई गई नई सेल में उन्हें चिपकाएं।
- शब्द "शिप टू" को "बिल टू," में बदलें और बिलिंग एड्रेस डालें।
- उदाहरण के लिए, मान लीजिए पप्पी गूमर के पास उसके व्यवसाय के बजाय उसके एकाउंटेंट को भेजे गए सभी बिल हैं। वह अपने एकाउंटेंट, बिजनेस एकाउंट्स इंक, 789 मेन स्ट्रीट, पप्पीविले, पीए 19123 के नाम और पते के साथ क्रय ऑर्डर पर एक "बिल" सेक्शन बनाएगी।



SHIPPING METHOD		SHIPPING TERMS	
Priority Shipping, USPS		Flat shipping rate \$5.95	
QTY	ITEM #	DESCRIPTION	

5. शिपिंग विधि और शर्तों की जानकारी को परिभाषित करें। उस सेल पर क्लिक करें जो "शिपिंग विधि" कहती है और उस वाहक को दर्ज करें जिसे आप विक्रेता का उपयोग करना चाहते हैं। शिपिंग शर्तें दर्ज करें। इसमें लागत, पैकेजिंग आवश्यकताओं और देयता के हस्तांतरण जैसी जानकारी शामिल है। अंत में, डिलीवरी की तारीख दर्ज करें। यह वह तारीख है जब आप माल प्राप्त करने की उम्मीद करते हैं।

- उदाहरण के लिए, डॉग गूमर जो शैम्पू क्रय रहा है, वह जानता है कि यूएसपीएस के लिए प्राथमिकता शिपिंग के लिए उसे \$ 5.95 की फ्लैट शिपिंग दर प्राप्त हो रही है। विधि के तहत, वह "प्राथमिकता शिपिंग, यूएसपीएस" दर्ज करेगी और शर्तों के तहत वह "फ्लैट शिपिंग दर \$ 5.95" दर्ज करेगी।



6. नियम और शर्तें निर्दिष्ट करें। टेम्प्लेट के निचले भाग में, माइक्रोसॉफ्ट वर्ड ने कुछ सुझाए गए नियम और शर्तें जोड़ी हैं। अगर आपको ये पसंद हैं, तो आप इन्हें रख सकते हैं। यदि आप किसी को बदलना या जोड़ना चाहते हैं, तो उन्हें यहां लिखें।

QTY	ITEM #	DESCRIPTION	JOB	UNIT PRICE	LINE TOTAL
5	Shampoo123	Package of 2 bottles of Scratchy Suds		12	60

7. उन उत्पादों को इंगित करें जिन्हें आप क्रय रहे हैं। प्रत्येक आइटम के लिए जानकारी की एक पंक्ति दर्ज करें जिसे आप इस क्रय ऑर्डर पर शामिल करना चाहते हैं। मात्रा, या इच्छित आइटम की संख्या दर्ज करें। आइटम नंबर दर्ज करें, जो एक संख्या है जो विक्रेता विशिष्ट उत्पादों की पहचान करने के लिए उपयोग करता है। आइटम का विवरण दर्ज करें। इकाई लागत, या विक्री की एक इकाई के लिए लागत दर्ज करें। फिर लाइन कुल दर्ज करें, जो उन सभी इकाइयों के लिए कुल है जिन्हें आप क्रयना चाहते हैं।

- डॉग ग्रूमर के साथ उदाहरण में, वह शैम्पू की 10 बोतलें क्रय रही है जो \$ 12 के लिए 2 के पैकेज में बेची जाती हैं।
- मात्रा के तहत, वह 5 दर्ज करेगा (क्योंकि 5 पैकेज x 2 बोतलें प्रति पैकेज = 10 बोतलें)।
- आइटम नंबर के तहत, वह "एवीसी123" दर्ज करेगी, जो उत्पाद के लिए विक्रेता का आइटम नंबर है।
- विवरण के तहत, वह "स्क्रेच सूड्स की 2 बोतलों के पैकेज" का नाम दर्ज करेगी।
- इकाई मूल्य के तहत, वह \$ 12 में प्रवेश करेगी।
- कुल लाइन के तहत, वह \$ 60 (5 पैकेज x \$ 12 = \$ 60) दर्ज करेगी।

SUBTOTAL	60
SALES TAX	3.60
TOTAL	63.60

8. क्रय आदेश के लिए कुल की गणना करें। सबसे पहले, क्रय आदेश पर आपके द्वारा दर्ज की गई सभी वस्तुओं की लागत को जोड़कर उप-योग की गणना करें। यदि लागू हो तो कर की गणना करें।

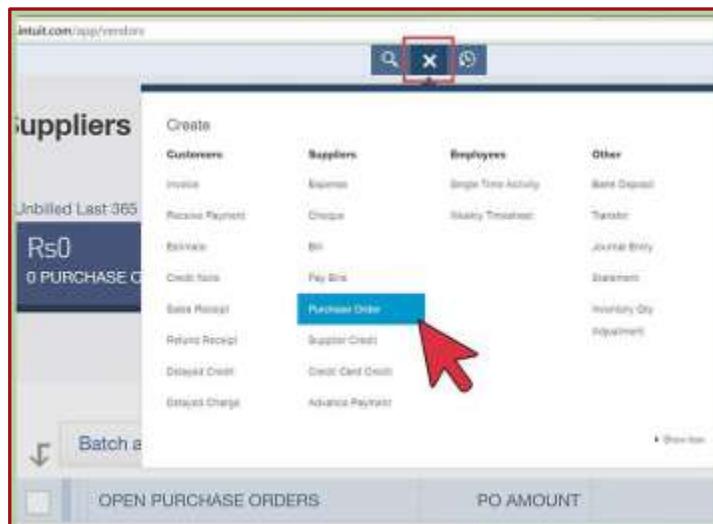
- उदाहरण के लिए, डॉंग यूमर के लिए माल की कुल लागत \$ 60 है। फिर वह 6 प्रतिशत विक्री कर ($\$ 60 \times .06 = \$ 3.60$) जोड़ती है। क्रय आदेश के लिए कुल \$ 63.60 है।

तरीका 3

लेखांकन सॉफ्टवेयर के साथ एक क्रय आदेश बनाना



1. अपने लेखांकन सॉफ्टवेयर का उपयोग करके खरीदारी ऑर्डर बनाएं। छोटे व्यवसाय पेट्रोल, इन्वेंट्री और विक्री सहित अपने वित्तीय रिकॉर्ड-प्रबंधन को प्रबंधित करने के लिए कई प्रकार के सॉफ्टवेयर प्रोग्राम का उपयोग करते हैं। यदि आप पहले से ही अपने बहीखाता पद्धति के लिए क्विकबुक जैसे लेखांकन सॉफ्टवेयर का उपयोग कर रहे हैं, तो उनके खरीद ऑर्डर टेम्प्लेट का उपयोग करना सुविधाजनक है क्योंकि आपके सभी विक्रेता संपर्क, शिपिंग पते और बिलिंग जानकारी पहले से ही सिस्टम में होंगे। आप अपनी वित्तीय रिपोर्ट के लिए अपने क्रय आदेश जानकारी को भी लिंक कर सकते हैं।



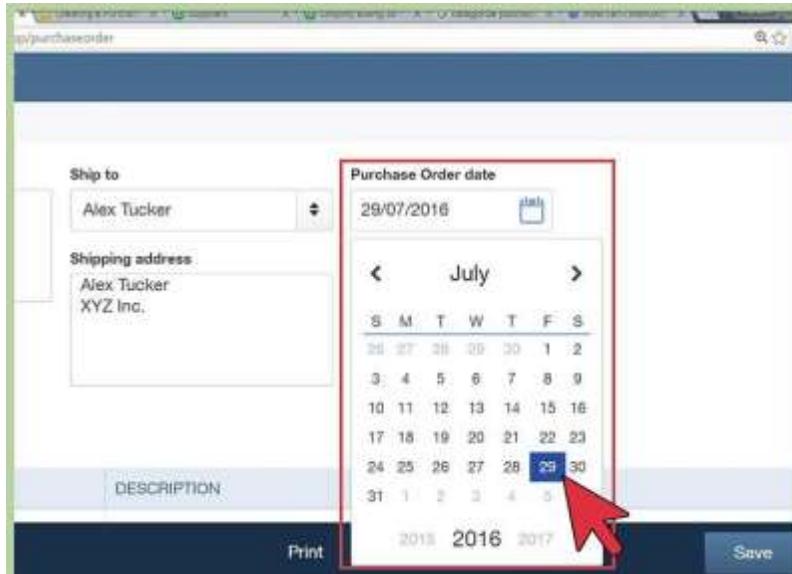
2. क्विकबुक में एक क्रय आदेश बनाएं। क्विकबुक को बताएं कि आप अपने किसी वेंडर के लिए क्रय ऑर्डर बनाना चाहते हैं। विक्रेताओं का चयन करें> क्रय आदेश बनाएं। यह "क्रय आदेश बनाएं" विंडो खोलता है।

3. एक विक्रेता का चयन करें। "विक्रेता" मेन्यू में ड्रॉप डाउन सूची पर क्लिक करें। आपके द्वारा पूर्व में उपयोग किए गए सभी विक्रेताओं की एक सूची आएगी। उस विक्रेता का चयन करें, जिसके लिए आप क्रय ऑर्डर बनाना चाहते हैं। प्रणाली कंपनी के नाम और विक्रेता के पते के साथ क्रय आदेश को पॉप्युलेट करेगी।

4. क्रय को वर्गीकृत करें। आपके द्वारा खरीदे जा रहे माल के लिए एक श्रेणी का चयन करने के लिए क्लास ड्रॉप डाउन सूची का उपयोग करें। यह वैकल्पिक है, लेकिन इस जानकारी को दर्ज करना एक अच्छा विचार है। यह आपकी क्रय आदेशों को आपकी वित्तीय रिपोर्टों से लिंक करने में मदद करेगा, जो कि श्रेणी के द्वारा खर्चों की सूची देता है।

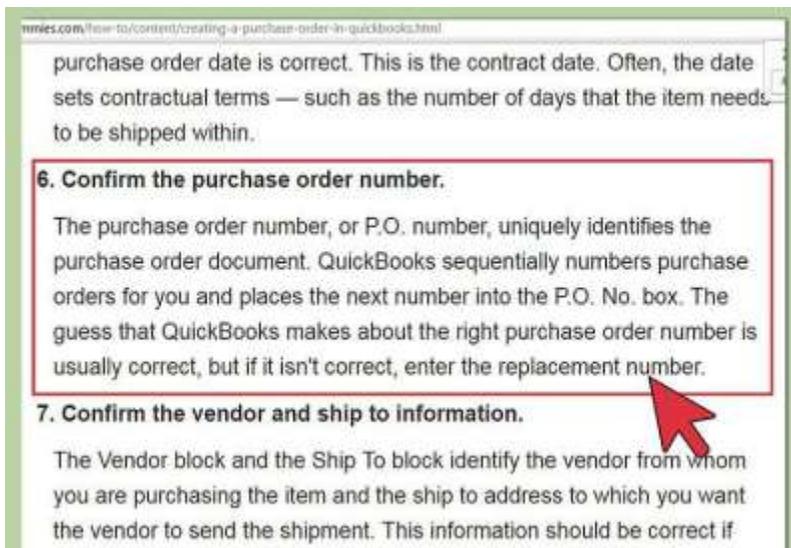
5. "शिप टू" जानकारी दर्ज करें। चूंकि आपकी कंपनी का नाम और पता पहले से ही सिस्टम में है, इसलिए क्लिकबुक आपकी कंपनी की जानकारी के साथ इस सेक्शन को पॉप्युलेट करता है। हालांकि, यदि आप किसी भिन्न पते पर शिपिंग कर रहे हैं, तो आप यहां प्रवेश करने के लिए एक अलग पते का चयन कर सकते हैं।

क्विकबुक में आपके सभी ग्राहकों, विक्रेताओं और कर्मचारियों की सूची है। आप इनमें से एक पते का चयन कर सकते हैं या मैनुअल रूप से एक अलग दर्ज कर सकते हैं।

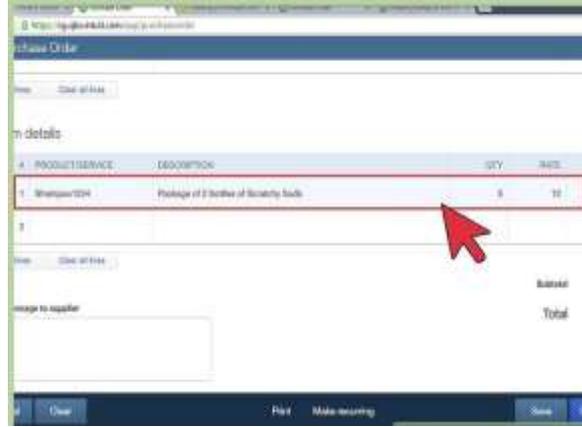


6. क्रय आदेश दिनांक चुनें। वर्तमान तिथि में सिस्टम स्वतः भर जाएगा। तथापि, यदि आप एक अलग तिथि दर्ज करना चाहते हैं, तो आप इसे मैनुअल रूप से क्रय क्रम में दर्ज कर सकते हैं।

- तारीख सावधानी से चुनें। चूंकि क्रय आदेश एक अनुबंध है जो कानूनी रूप से निर्धारित समय में आदेश को पूरा करने के लिए विक्रेता को बांधता है, इसलिए आपके द्वारा दर्ज की गई तारीख सटीक होनी चाहिए।



7. एक क्रय आदेश संख्या असाइन करें। क्विकबुक स्वचालित रूप से एक क्रय आदेश संख्या निर्दिष्ट करेगा। सिस्टम क्रमिक रूप से आपके द्वारा बनाए गए सभी क्रय आदेशों का आदेश देता है। यदि यह सही क्रय क्रम संख्या दर्ज नहीं करता है या आपके पास एक अलग नामकरण सम्मेलन है, तो आप मैनुअल रूप से क्रय क्रम संख्या दर्ज कर सकते हैं।



8. उन वस्तुओं को सूचीबद्ध करें जिन्हें आप ऑर्डर करना चाहते हैं। आपके द्वारा खरीदी जा रही सभी वस्तुओं का वर्णन करने के लिए "क्रय आदेश बनाएं" विंडो के कॉलम का उपयोग करें। प्रत्येक पंक्ति में एक आइटम रखें।

- आइटम नंबर और उस आइटम का विवरण और वह मात्रा शामिल करें जिसे आप क्रय कर रहे हैं।
- यूनिट मूल्य (एक के लिए लागत) इनपुट करें। क्लिकबुक स्वचालित रूप से विस्तारित मूल्य की गणना इकाई मूल्य को मात्रा से गुणा करके करता है।



9. क्रय आदेश प्रिंट करें और सहेजें। क्रय आदेश की हार्ड कॉपी प्रिंट करने के लिए प्रिंट बटन पर क्लिक करें। आप विक्रेता को एक हार्ड कॉपी भेज सकते हैं या सबमिट कर सकते हैं और इलेक्ट्रॉनिक कॉपी भेज सकते हैं। अपने क्लिकबुक प्रणाली में इलेक्ट्रॉनिक रूप से अपने क्रय आदेश की एक प्रति सहेजें।

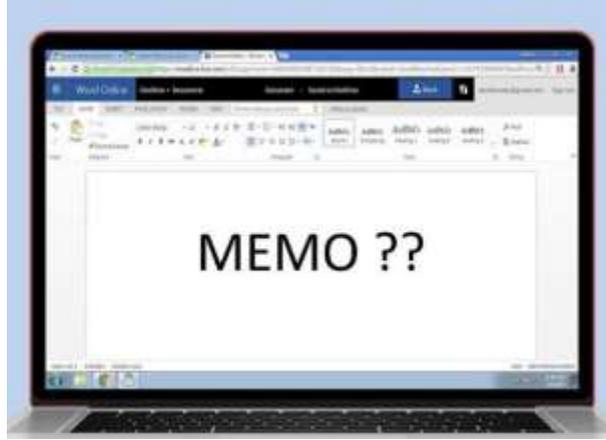
- क्रय ऑर्डर सहेजने और सिस्टम से बाहर निकलने के लिए सहेजें और बंद करें चुनें।
- क्रय ऑर्डर सहेजने के लिए सहेजें और नया चुनें और दूसरा क्रय ऑर्डर बनाने के लिए एक नई रिक्त विंडो खोलें।

बिजनेस मेमो कैसे लिखें

एक ज्ञापन - जिसे आमतौर पर मेमो के रूप में जाना जाता है - एक दस्तावेज है जो सहकर्मियों या किसी विभाग के सदस्यों के बीच आंतरिक संचार के लिए सबसे अधिक उपयोग किया जाता है।

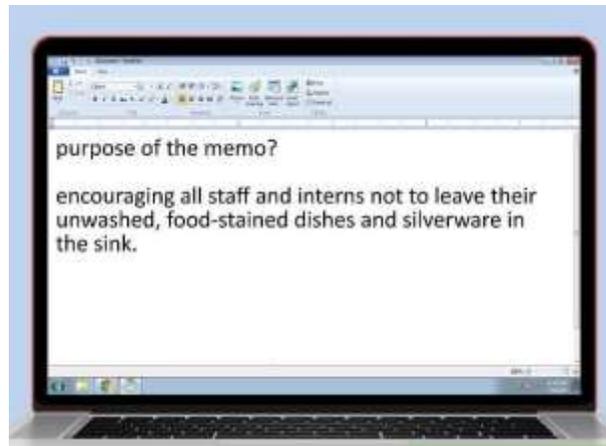
अंश 1

अपने बिजनेस मेमो को लिखने की तैयारी करना



1. अगर कोई मेमो भेजने की आवश्यकता है, तो तय करें। यदि आपको किसी महत्वपूर्ण व्यावसायिक मामले के बारे में अपनी टीम के कई लोगों को अपडेट करने की आवश्यकता है, तो मेमो भेजना एक उत्कृष्ट विचार है। यदि आप उदाहरण के लिए, अपने पत्राचार का लिखित रिकॉर्ड रखना चाहते हैं या चाहते हैं, तो आप केवल एक व्यक्ति के साथ संवाद कर सकते हैं।

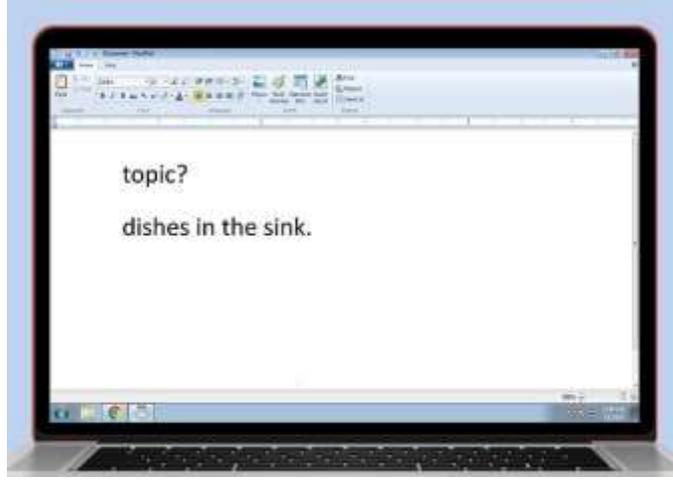
- हालांकि, कुछ मामलों में, यह सिर्फ उन लोगों से सीधे बात करने के लिए अधिक कुशल हो सकता है जिनसे आपको ज़रूरत है।
- इसके अलावा, कुछ जानकारी मेमो में भेजने के लिए बहुत संवेदनशील हो सकती है।



2. लिखने के लिए अपने उद्देश्य की पहचान करें। आपके विशिष्ट उद्देश्य के आधार पर, आपके मेमो की सामग्री और संगठन बदल सकते हैं। अधिकांश प्रकार के मेमो निम्नलिखित कारणों से लिखे गए हैं:

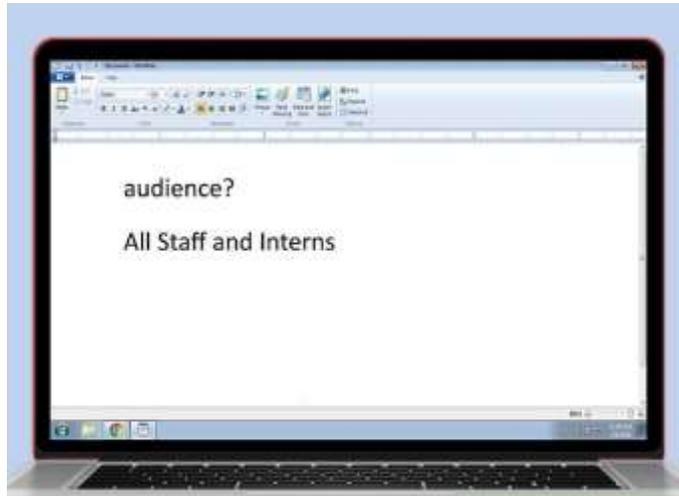
- एक विचार या समाधान का प्रस्ताव करने के लिए। उदाहरण के लिए, यदि आपको लगता है कि आप जानते हैं कि ओवरटाइम के लिए शेड्यूलिंग समस्याओं पर कैसे काम किया जा सकता है, तो आप अपने विचारों को एक मेमो में लिखना चाहते हैं, और इसे अपने वरिष्ठ को भेज सकते हैं।
- एक आदेश जारी करने के लिए। उदाहरण के लिए, एक मेमो भेजना आगामी सम्मेलन के लिए जिम्मेदारियों को असाइन करने का एक कुशल तरीका हो सकता है जिसे आपका विभाग होस्ट कर रहा है।

- एक रिपोर्ट प्रदान करने के लिए। हो सकता है कि आप अपने सहयोगियों को हाल ही में हुई किसी घटना के बारे में अपडेट करने के लिए मेमो भेजना चाहें, किसी प्रोजेक्ट पर अपडेट दे सकते हैं, कोई प्रगति रिपोर्ट दे सकते हैं या किसी जांच के निष्कर्षों की रिपोर्ट कर सकते हैं।



3. अपने विषय को संक्षिप्त करें। हो सकता है कि आप बहुत सी परियोजनाओं की बाजीगरी कर रहे हों और अपने सहयोगियों, वरिष्ठों, या ग्राहकों को जो भी आप वर्तमान में काम कर रहे हैं, उन्हें अपडेट करने के लिए मेमो भेजने का लालच दिया जा सकता है। हालांकि, यह ध्यान रखें कि व्यापार मेमो सिर्फ एक मुद्दे पर केंद्रित होना चाहिए।

- व्यस्त व्यक्तियों द्वारा उन्हें जल्दी से पढ़ने के लिए संक्षिप्त, स्पष्ट और आसान होना चाहिए; इस प्रकार, आप महत्वपूर्ण जानकारी को अनदेखा नहीं करना चाहते हैं। मेमो को केंद्रित रखने से यह सुनिश्चित करने में मदद मिलेगी कि आपका संदेश प्राप्त और समझा गया है।



4. अपने दर्शकों पर विचार करें। आपके व्यावसायिक मेमो की सामग्री, शैली और स्वर सभी प्रभावित दर्शकों से प्रभावित होंगे, इसलिए हर उस व्यक्ति के बारे में ध्यान से सोचें जो आपका मेमो प्राप्त करेगा।

- उदाहरण के लिए, यदि आप अपने सहकर्मियों को ग्रीष्मकालीन जन्मदिन के साथ कार्यालय में लोगों के लिए एक आश्चर्य पार्टी की योजना बनाने के बारे में लिख रहे हैं, तो आप एक अलग प्रकार का ज्ञापन लिखेंगे, इसकी तुलना में जब आप अपने पर्यवेक्षक को अपनी महीनों की जांच के परिणामों के बारे में लिख रहे हों।

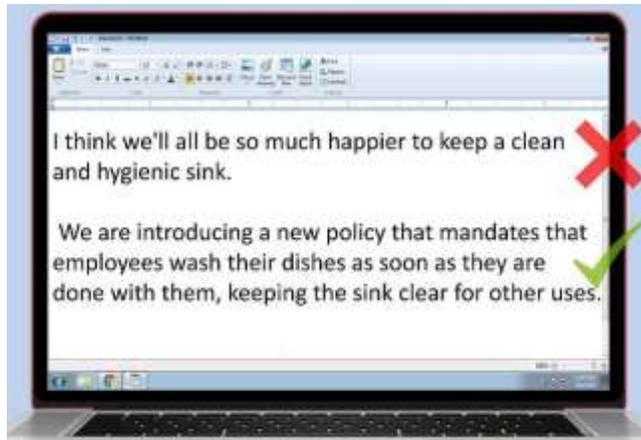
अंश 2

भाषा बनाना और विकल्प का प्रारूपण करना



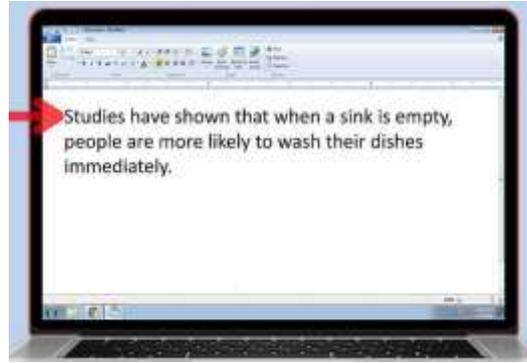
1. ऐसी भाषा से बचें जो बहुत आकस्मिक हो। आम तौर पर, आपकी भाषा सीधी और सरल होनी चाहिए, फिर भी पेशेवर। आपको अपने ज्ञापन में एक टोन के बहुत अधिक संवादी लेने से बचना चाहिए।

- उदाहरण के लिए, "अरे दोस्तों!" टीजीआईएफ, क्या मैं सही हूँ? वैसे भी, मैं आपको एक महत्वपूर्ण व्यावसायिक मामले के बारे में बताना चाहता था।"
- इसके बजाय, इस बिंदु पर अधिकार प्राप्त करें: "मैं प्रोजेक्ट जेड के लिए प्रगति रिपोर्ट के साथ सभी को प्रदान करने के लिए लिख रहा हूँ"।



2. भावनात्मक भाषा के प्रयोग से बचें। जब आप लिखते हैं और भावनात्मक रूप से चार्ज की गई भाषा का उपयोग करने से बचते हैं, तो तटस्थ स्वर लेने की कोशिश करना भी सबसे अच्छा है। अपने दावों का समर्थन करने के लिए तथ्यों और सबूतों को देखें।

- उदाहरण के लिए, अगर हम शुक्रवार को कैजुअली कपड़े पहनने की अनुमति देते हैं तो "मुझे लगता है कि हम सभी बहुत खुश होंगे" जैसे दावों से बचें।
- इसके बजाय, यह देखने के लिए अनुसंधान करें कि क्या कोई अध्ययन है कि क्या कार्यालय मनोबल बढ़ता है जब कर्मचारियों को उनकी पसंद की पसंद में अधिक स्वायत्तता की अनुमति दी जाती है, और यह याद रखें कि आपके ज्ञापन में है।



3. संकेत वाक्यांशों का उपयोग करें। जब आप साक्ष्य का हवाला देते हैं या किसी स्रोत का संदर्भ देते हैं, तो उस भाषा का उपयोग करना सुनिश्चित करें जो पाठक को बताती है कि आप क्या कर रहे हैं।

- उदाहरण के लिए, निम्नलिखित प्रयास करें: "हमारे निष्कर्षों के अनुसार, ..." या "ईपीए द्वारा पूरा किए गए अनुसंधान ने संकेत दिया है कि ..."

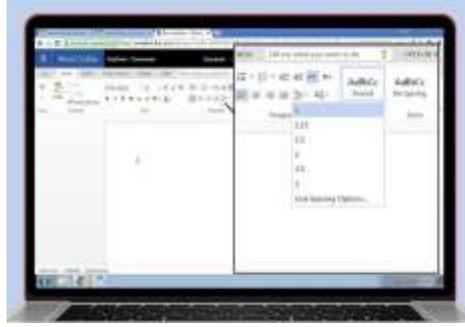


4. एक उपयुक्त फ्रॉन्ट शैली और आकार चुनें। आपके ज्ञापन को पढ़ना आसान होना चाहिए, इसलिए आपको अत्यधिक छोटे फ्रॉन्ट का उपयोग करने से बचना चाहिए - 11 या 12 बिंदु मानक है।

- आपको एक सरल फ्रॉन्ट शैली भी चुननी चाहिए जैसे कि टाइम्स न्यू रोमन। यह कॉमिक सैंस जैसे "मज़ेदार" फोंट के साथ खेलने का समय नहीं है (यदि आप इसे चुनते हैं तो आपको मज़ाक उड़ाया जाएगा!)



5. अपने ज्ञापन के लिए मानक मार्जिन का उपयोग करें। 1-इंच का मार्जिन व्यावसायिक मेमो के लिए विशिष्ट होता है, हालांकि कुछ शब्द-प्रसंस्करण कार्यक्रमों में थोड़े व्यापक मार्जिन के साथ पूर्व-स्वरूपित मेमो टेम्पलेट शामिल हो सकते हैं (उदाहरण के लिए, 1.25 इंच)।



6. अपने दस्तावेज़ को सिंगल-स्पेस दें। बिजनेस मेमो आमतौर पर डबल-स्पेस नहीं होते हैं। पृष्ठ संख्या को नीचे रखने के लिए, सिंगल-स्पेस पर विचार करें, लेकिन अलग-अलग पैराग्राफ या अनुभागों के बीच रिक्त स्थान छोड़ दें।

- आमतौर पर आपको अपने पैराग्राफ को इंडेंट करने की कोई आवश्यकता नहीं है।

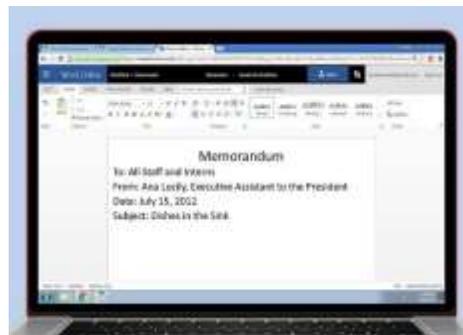
अंश 3

अपने बिजनेस मेमो की रचना करना



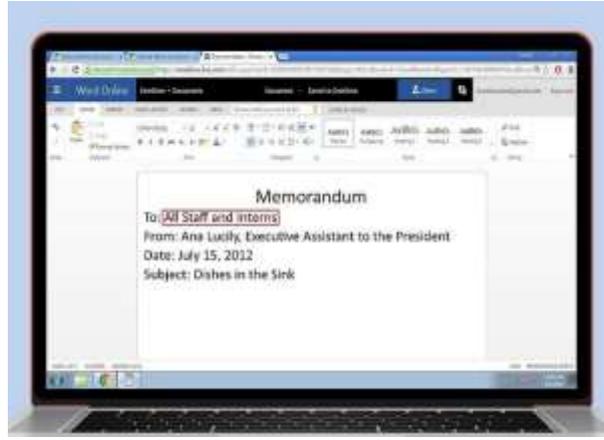
1. अपने ज्ञापन को लेबल करें। कई अलग-अलग प्रकार के व्यापारिक पत्राचार हैं। मानक अभ्यास के लिये एक ज्ञापन को दस्तावेज़ को स्पष्ट रूप से शीर्षक देना है।

- उदाहरण के लिए, "मेमो" टाइप करें या पृष्ठ के शीर्ष पर "ज्ञापन"।
- यह आपके ऊपर है कि आप शीर्षक को केंद्र में रखना चाहते हैं या छोड़ना चाहते हैं। अंगूठे का एक अच्छा नियम आपके द्वारा प्राप्त किए गए व्यापारिक मेमो की जांच करना और प्रारूपण की प्रतिलिपि बनाना है।



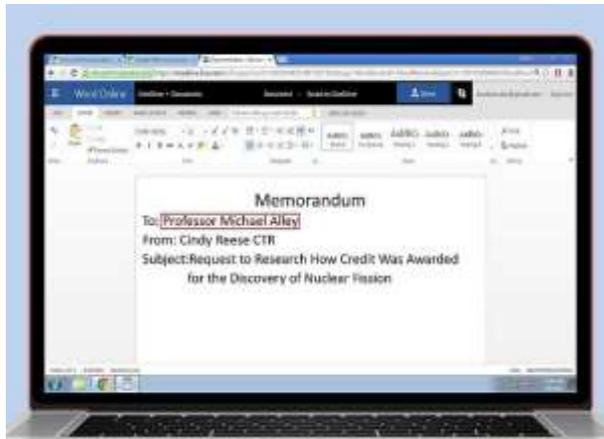
2. अपने मेमो की हेडिंग लिखें। आपके ज्ञापन के पहले खंड में जानकारी के चार प्रमुख टुकड़े शामिल होने चाहिए। हम आपको बाद के चरणों में प्रत्येक घटक के बारे में अधिक विस्तृत जानकारी प्रदान करेंगे।

- के लिए: उन सभी के नाम और शीर्षक प्रदान करें जो आपका ज्ञापन प्राप्त करेंगे।
- से: अपना पूरा नाम और शीर्षक प्रदान करें।
- दिनांक: पूर्ण और सटीक तारीख प्रदान करें - वर्ष शामिल करना न भूलें।
- विषय: ज्ञापन के बारे में एक संक्षिप्त, अभी तक विशिष्ट विवरण प्रदान करें।
- ध्यान दें कि विषय रेखा को "रे:" या "आरई:" (दोनों जिनमें से संबंधित के लिए कम हैं) के साथ इंगित करना आम बात है।



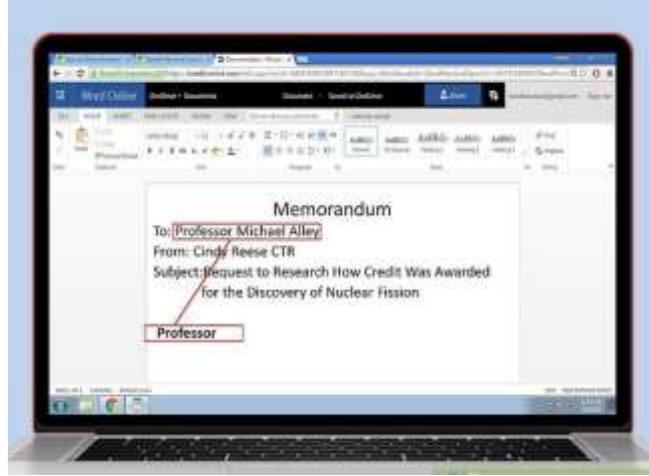
3. अपनी प्राप्तकर्ता सूची को ध्यान से चुनें। सुनिश्चित करें कि आप उन सभी को शामिल करते हैं जिन्हें सूचित या अद्यतन करने की आवश्यकता है। अपने ज्ञापन के वितरण को केवल उन लोगों तक सीमित करें, जिन्हें जानना आवश्यक है।

- यदि कुछ ही चिंतित या प्रभावित हैं, तो अपने ज्ञापन को व्यापक रूप से भेजना खराब व्यावसायिक अभ्यास है।
- लोग जल्दी से मेमो की भारी मात्रा से अभिभूत हो जाएंगे, और उन्हें अनदेखा करने या उन्हें ध्यान से न पढ़ने के लिए अधिक प्रवण हो सकते हैं।



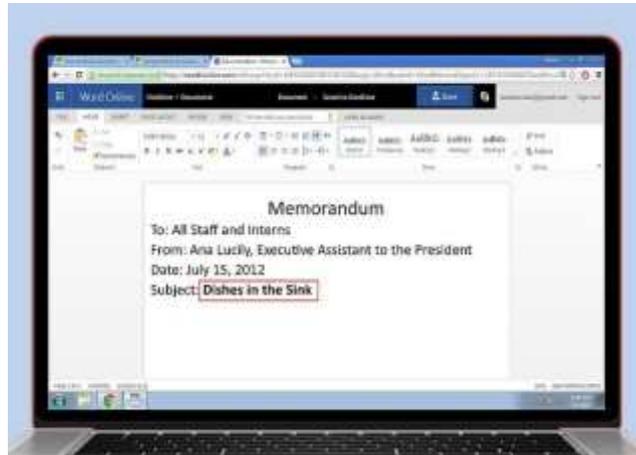
4. अपनी प्राप्तकर्ता सूची में लोगों के लिए उपयुक्त नामों और शीर्षकों का उपयोग करें। यहां तक कि अगर आप अपने बॉस के साथ दोस्ताना प्रथम-नाम के आधार पर हैं, तो आपके लिखित पत्राचार को और अधिक औपचारिक रखना सबसे अच्छा है। उदाहरण के लिए, आप हॉल में मिलने पर उसे "मुकदमा" कह सकते हैं, लेकिन अपने ज्ञापन के उद्देश्यों के लिए, उसे "सुश्री वेल्स" या "डॉ वेल्स" के रूप में संबोधित करें।

- प्राप्तकर्ता सूची में सभी के लिए जानकारी भरते समय इसे ध्यान में रखें: पूर्ण नाम और व्यावसायिक शीर्षक शामिल करें।



5. उन लोगों के उचित शीर्षक पर शोध करें जिन्हें आप बाहरी मेमो में लिख रहे हैं। यदि आप अपने कार्यालय के बाहर किसी को मेमो भेज रहे हैं, तो पते का उचित रूप निर्धारित करना भी महत्वपूर्ण है। उनकी प्रोफाइल पर शोध करने के लिए समय निकालें; उनकी जानकारी संभवतः उनकी कंपनी की वेबसाइट पर उल्लिखित है।

- उदाहरण के लिए, क्या उनके पास पीएचडी है? यदि हां, तो उन्हें डॉ सो-एंड-सो में संदर्भित करना एक अच्छा विचार है।
- उनका शीर्षक क्या है? उदाहरण के लिए, वे एक उपाध्यक्ष या डीन हैं? यदि हां, तो उन्हें अपने ज्ञापन में इस तरह से संदर्भित करना सुनिश्चित करें।



6. सब्जेक्ट लाइन को ध्यान से लिखें। आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि आपकी विषय पंक्ति, जबकि संक्षिप्त है स्पष्ट और बहुत सामान्य नहीं है।

- उदाहरण के लिए, "नया व्यवसाय" बहुत अस्पष्ट है, और यदि कोई भविष्य में कुछ सप्ताह या दिनों में अपनी फ़ाइलों के माध्यम से खोज कर रहा है, तो उनके पास आपके ज्ञापन को इंगित करने में मुश्किल हो सकती है।

- कुछ बेहतर होगा "ग्राहक आधार के विस्तार के लिए जांच पर प्रगति रिपोर्ट"।



7. अभिवादन छोड़ने पर विचार करें। यह आप पर निर्भर करता है कि आप अपने संदेश को "प्रिय सुश्री विंटेर्स," या "प्रिय साथियों" जैसे अभिवादन के साथ प्रस्तुत करना चाहते हैं या नहीं। हालांकि, ध्यान रखें कि व्यवसाय के ज्ञापन में इन शुभकामनाओं की अपेक्षा नहीं की जाती है।

- यह महत्वपूर्ण सूचनाओं को संप्रेषित करने का एक त्वरित और कुशल साधन है, और यह आपके दर्शकों के लिए स्पष्ट होना चाहिए कि कौन ज्ञापन प्राप्त कर रहा है और यह किससे है।



8. ज्ञापन के पहले, परिचयात्मक खंड की रचना करें। ज्ञापन लिखने और भेजने के लिए अपने उद्देश्य को स्पष्ट रूप से बताएं।

- उदाहरण के लिए, "मैं लिख रहा हूँ क्योंकि ..."। परिचय मेमो में प्राप्तकर्ता क्या उम्मीद कर सकता है, इसका एक संक्षिप्त अवलोकन प्रदान करना चाहिए।



9. परिचयात्मक खंड को संक्षिप्त रखें। आपके ज्ञापन के पहले खंड में सभी विवरण और / या सबूत प्रदान करने की आवश्यकता नहीं है।

- इसे छोटा रखें - कुछ वाक्य या एक छोटा पैराग्राफ पर्याप्त होगा।

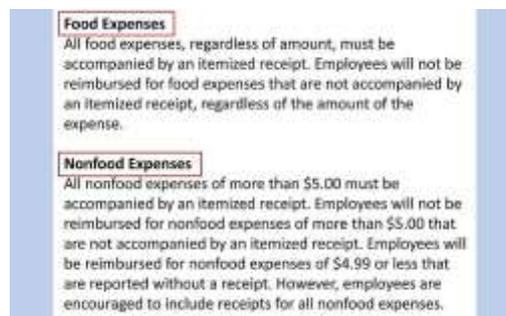


10. अपने ज्ञापन के बाँड़ी के प्रबंधन पर निर्णय लें। परिचय के बाद, एक व्यापारिक ज्ञापन में आमतौर पर समापन से पहले दो से चार पैराग्राफ होते हैं। आपके विषय के आधार पर सामग्री और प्रबंधन अलग-अलग होंगे।

- उदाहरण के लिए, आप महत्व के क्रम से बाँड़ी में जानकारी की व्यवस्था करना चुन सकते हैं, या यदि आप एक प्रक्रिया की व्याख्या कर रहे हैं, तो आप प्रक्रिया के विभिन्न चरणों के अनुरूप करने के लिए अपने ज्ञापन के मुख्य भाग को विभाजित करेंगे।



11. यदि आप सबहेडिंग और शीर्षकों को शामिल करना चाहते हैं तो निर्णय लें। आपके व्यावसायिक ज्ञापन में स्पष्ट खंड होने चाहिए। व्यवसाय के ज्ञापनों को स्पष्ट खंडों में विभाजित किया जाना आम है ताकि प्राप्तकर्ता आसानी से जानकारी पढ़ और पचा सकें। आप उन्हें उप खंड पर लेबल लगाकर अपने ज्ञापन के महत्वपूर्ण बिंदुओं को समझने में मदद कर सकते हैं।



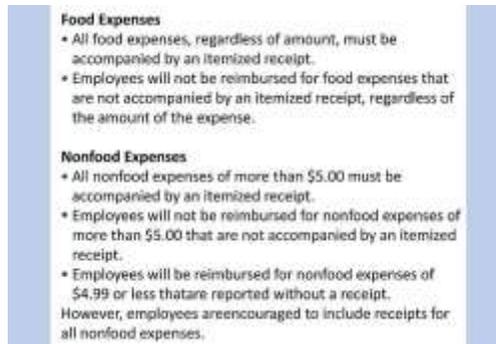
12. विशिष्ट उप-शीर्षक लिखें। सुनिश्चित करें कि प्रत्येक उप-खंड का फोकस आपके दर्शकों के लिए स्पष्ट है।

- उदाहरण के लिए, आप कार्यालय के आसन्न कदम के बारे में लिखते समय निम्नलिखित सभी उप-खंड शामिल हो सकते हैं: "हमारे प्रधान कार्यालय के लिए नया स्थान," "कार्यालय को पैक करने के लिए महत्वपूर्ण निर्देश," और "कार्यालय स्थानांतरित करने के लिए समयरेखा।"



13. अपने ज्ञापन के बाँड़ी पैराग्राफ में से प्रत्येक में विषय वाक्य शामिल करें। प्रत्येक उप-खंड या पैराग्राफ का पहला वाक्य दर्शकों को बताना चाहिए कि उस खंड का मुख्य बिंदु क्या होगा।

- व्यक्तिगत पैराग्राफ या आपके ज्ञापन के वर्गों को सिर्फ एक विचार पर केंद्रित किया जाना चाहिए।



14. बुलेट पॉइंट का उपयोग करने पर विचार करें। यदि आप महत्वपूर्ण बिंदुओं को उजागर करना चाहते हैं तो आपको बुलेट पॉइंट का उपयोग करना या सूची बनाना उपयोगी हो सकता है। यह आपके पाठकों को मुख्य बिंदुओं पर शून्य करने में मदद कर सकता है और उन्हें मेमो को अधिक तेज़ी से और कुशलता से पढ़ने में मदद कर सकता है।



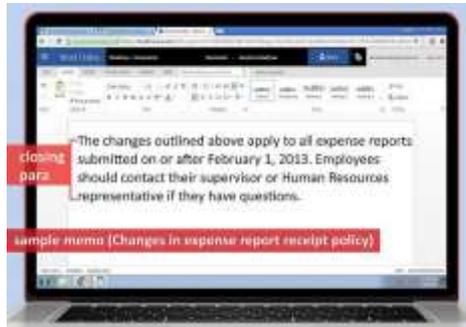
15. इसे संक्षिप्त रखें। आमतौर पर, एक व्यावसायिक ज्ञापन एक से दो पृष्ठों से अधिक का नहीं होना चाहिए।

- यह मानक पृष्ठ सीमा सिंगल-स्पेस के लिए है जिसमें अनुभागों के बीच रिक्त स्थान है।



16. यदि आपको सारांश पैराग्राफ की आवश्यकता है, तो तय करें। सामान्यतया, आपको अपने ज्ञापन में जो लिखा गया है, उसे संक्षेप में बताने की आवश्यकता नहीं है, खासकर यदि आप इसे एक पृष्ठ के तहत रखने में कामयाब रहे हैं।

- हालांकि, यदि आपके द्वारा उल्लिखित जानकारी जटिल थी, या यदि आपने एक सामान्य से अधिक ज्ञापन भेजा है, तो यह आपके लिए महत्वपूर्ण बिंदुओं को संक्षेप में बताने में मददगार हो सकता है।



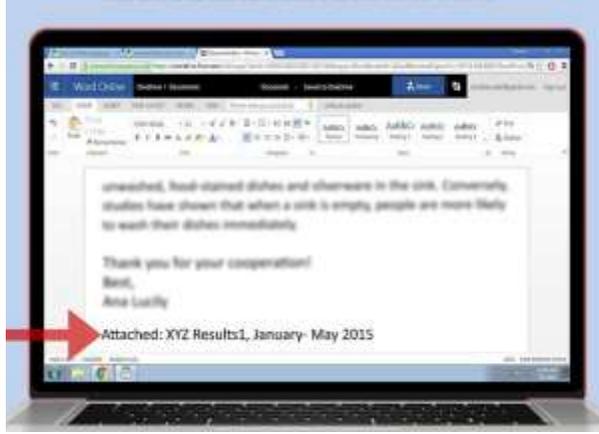
17. एक समापन खंड या पैराग्राफ शामिल करें। यहां तक कि अगर आप जज करते हैं कि ज्ञापन संक्षेप में प्रस्तुत करना आवश्यक नहीं है, आपको अभी भी एक समापन नोट पर इसे समाप्त करने की आवश्यकता है। निम्नलिखित के बारे में सोचें:

- मेमो से क्या लेना देना है? क्या आपको कुछ भी करने के लिए प्राप्तकर्ताओं की आवश्यकता है? क्या उन्हें एक निश्चित दिन तक जवाब देना चाहिए? यदि हां, तो इसे स्पष्ट रूप से बताएं।
- यदि आगे कोई कार्रवाई की आवश्यकता नहीं है, तो एक साधारण समापन भावना शामिल करें जैसे कि "मैं इस पर आगे चर्चा करने में प्रसन्न हूँ" या "मुझे बताएं कि क्या आपके पास कोई प्रश्न या चिंता है"।



18. आप चाहें तो साइन करें। आम तौर पर अपने ज्ञापन के अंत में अपना पूरा नाम या हस्ताक्षर जोड़ना आवश्यक नहीं है। हालांकि, ध्यान रखें कि आपके क्षेत्र में दूसरों के उदाहरण का पालन करना सबसे सुरक्षित है।

- यदि वे औपचारिक रूप से हस्ताक्षर करते हैं (उदाहरण के लिए, "सादर, सुश्री स्मिथ), तो सूट का पालन करें।
- यहां तक कि अगर आप हस्ताक्षर को छोड़ देते हैं, तो आप दस्तावेज़ के अंत में अपने शुरुआती को शामिल करना चाह सकते हैं।



19. किसी भी अटैचमेंट के बारे में ध्यान दें। यदि आपने अपने मेमो के साथ कोई संलग्नक शामिल किया है, जैसे टेबल, ग्राफ़ या रिपोर्ट, तो अपने मेमो के अंत में इस पर ध्यान दें। उदाहरण के लिए, "संलग्न: तालिका 1"।

- आपको मेमो की बाँडी में भी अटैचमेंट का उल्लेख करना चाहिए।
- उदाहरण के लिए, यदि आप अपने कर्मचारियों को आगामी कार्यालय के कदम के बारे में बताने के लिए लिख रहे हैं, तो आप निम्नलिखित कुछ लिख सकते हैं: "हम तिमाही के अंत तक चलती प्रक्रिया के साथ समाप्त होने का इरादा रखते हैं।"



20. ज्ञापन की सावधानी से समीक्षा करें। ज्ञापन भेजने से पहले, ध्यान से प्रूफरीड करना सुनिश्चित करें। सत्यापित करें कि आपके वाक्य व्याकरणिक रूप से सही हैं, कि वर्तनी या विराम चिह्न त्रुटियां नहीं हैं, और यह कि सामग्री समझ में आती है।

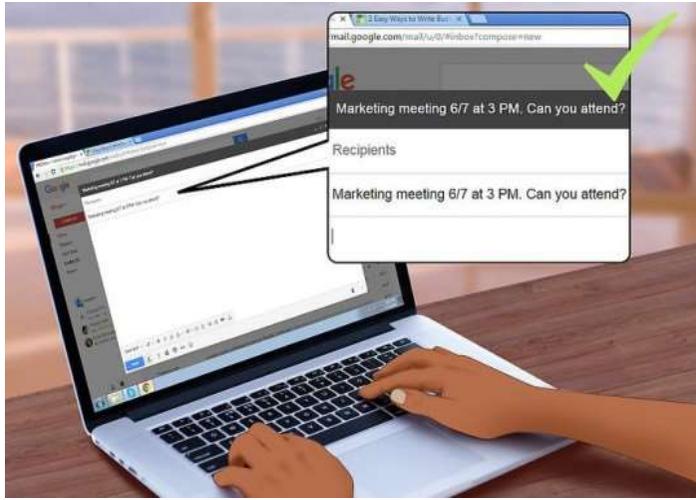
- यदि यह समय के प्रति संवेदनशील नहीं है, तो अपने प्रारंभिक प्रूफरीड के बाद भेजने पर रोक लगाने पर विचार करें। यदि आप एक या दो घंटे बाद फिर से मेमो की समीक्षा करते हैं, तो आपको गलतियां मिल सकती हैं जिन्हें आपने शुरू में अनदेखा कर दिया था।
- यदि मेमो में संवेदनशील जानकारी है, तो अपनी कंपनी की नीति देखें कि कौन आपके लिए मेमो की समीक्षा कर सकता है और आपको सामग्री पर अंतिम स्वीकृति दे सकता है।

बिजनेस ईमेल कैसे लिखें

ईमेल अधिभार! व्यापार में कई लोगों को इससे अधिक ईमेल मिलते हैं, जिससे वे निपट सकते हैं। यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपके व्यावसायिक ईमेल अच्छी तरह से प्राप्त हुए हैं, आपको उन्हें स्पष्ट, संक्षिप्त और कार्रवाई योग्य बनाने की आवश्यकता है। इसके अलावा, उपयुक्त प्रारूप का उपयोग करना और यह जानना कि किसी व्यावसायिक ईमेल से क्या शामिल करना या बाहर करना आपकी मदद कर सकता है और आपकी कंपनी पेशेवर उपस्थिति का निर्माण और रखरखाव कर सकती है।

अंश 1

एक स्पष्ट, संक्षिप्त और कार्रवाई योग्य संदेश बनाना



1. 6-8 शब्द के विषय में ईमेल को सारांशित करें। यह सुनिश्चित करना ज़रूरी है कि आप किसी विषय को शामिल करें, क्योंकि ईमेल में ऐसा विषय नहीं है जिसे अनदेखा किया जा सकता है। आपका विषय संक्षिप्त और बिंदु तक होना चाहिए और यह ईमेल के मुख्य संदेश को उजागर करना चाहिए। आदर्श विषय पाठक को वह सब देता है जो उन्हें जानना चाहिए या उन्हें सूचित करना चाहिए कि उन्हें निर्णय लेने की आवश्यकता है। जो लोग एक दिन में सैकड़ों ईमेल प्राप्त करते हैं वे केवल विशेष रूप से सम्मोहक विषयों के साथ ईमेल खोल सकते हैं। विषय में सबसे महत्वपूर्ण शब्दों को पहले रखना सुनिश्चित करें क्योंकि संपूर्ण विषय मोबाइल डिवाइस पर दिखाई नहीं दे सकता है। आदर्श विषय 6-8 शब्द और प्राप्तकर्ता को व्यक्तिगत होते हैं।

- अच्छे ईमेल विषय रेखाओं के उदाहरण
 - विपणन बैठक 6/7 अपराह्न 3 बजे। क्या आप उपस्थित हो सकते हैं?
 - प्रिंटर टूट गया। क्या मैं \$ 200 की जगह ले सकता हूँ?
 - आपका PetsAlive.org शिपमेंट 9/8 पर आएगा
- खराब ईमेल विषय लाइनों के उदाहरण
 - एक बैठक
 - एक प्रिंटर
 - आप के लिए रास्ते पर



2. ईमेल संक्षिप्त करें। लोग व्यस्त हैं, और वे काम ईमेल पढ़ने में ज्यादा समय नहीं देना चाहते हैं। अपने ईमेलों को उतना ही छोटा बनाएं जितना कि आवश्यक सभी विवरण प्रदान करते समय वे कर सकें। आपके वाक्य छोटे और बिंदु तक होने चाहिए।

- अपना ईमेल भेजने से पहले, इस पर पढ़ें और किसी भी अप्रासंगिक जानकारी को समाप्त करें। आमतौर पर, यदि आपने अतिरिक्त या ऑफ-टॉपिक जानकारी दी है, तो उसे हटा दें।
- कुछ लोग ऐसे ईमेल बनाने और भेजने की कोशिश करते हैं जिनमें पांच वाक्य या उससे कम हों। यदि आप ऐसा कर सकते हैं, तो यह एक ई-मेल संक्षिप्त और बिंदु पर रखने के लिए एक अच्छा दिशानिर्देश है। आप सवालों के जवाब देकर ऐसा कर सकते हैं, "मैं कौन हूँ? मैं क्या चाहता हूँ? मैं इस व्यक्ति से क्यों पूछ रहा हूँ? मैं जो कह रहा हूँ, उन्हें वे क्यों करना चाहिए? अगला कदम क्या है जो मुझे / उन्हें / हमें लेने की आवश्यकता होगी?" हालांकि, यह औसत ई-मेल पर लागू होता है, उस ई-मेल पर नहीं जो बहुत विस्तार की मांग करता है, या आपके सहकर्मी को त्वरित धन्यवाद देता है जिसने आपको वह लिंक भेजा है।



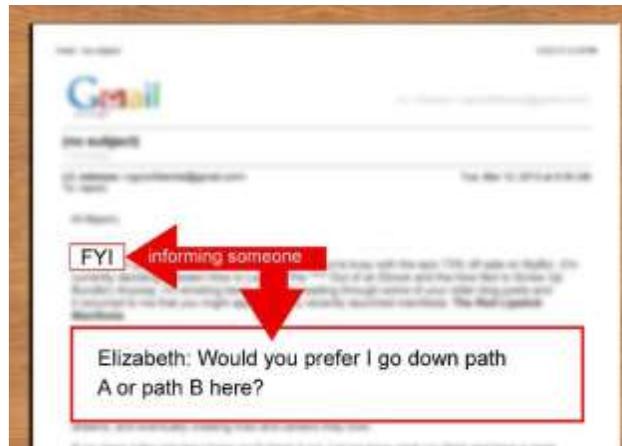
3. ईमेल लिखें ताकि इसे स्किम किया जा सके और उस पर कार्रवाई की जा सके। प्रारूपण का उपयोग करें जो आपके पाठक को उनकी जरूरत की जानकारी जल्दी से प्राप्त करने में मदद करेगा। एक लंबे ईमेल में सबसे महत्वपूर्ण वाक्यों या अवधारणाओं को बोल्ड करें।

- ईमेल को स्किम करने और उस पर कार्य करने में सहायता के लिए बुलेट पॉइंट और बोल्ड टेक्स्ट का उपयोग करें।



4. यूआरएल या अटैचमेंट शामिल करें, अगर इससे पाठक को ईमेल को तेज़ी से संसाधित करने में मदद मिलेगी। यूआरएल या किसी अन्य ईमेल में अटैचमेंट के लिए पाठक को कभी भी बाध्य न करें।

- अच्छा यूआरएल कार्यान्वयन का उदाहरण
 - "मार्केटिंग मीटिंग का एजेंडा इस गूगल डॉक यूआरएल: Google.com/sample में है"
- खराब यूआरएल कार्यान्वयन का उदाहरण
 - "विपणन बैठक के लिए एजेंडा आपको 4 वीं बाप भेजे गए ईमेल में है।"

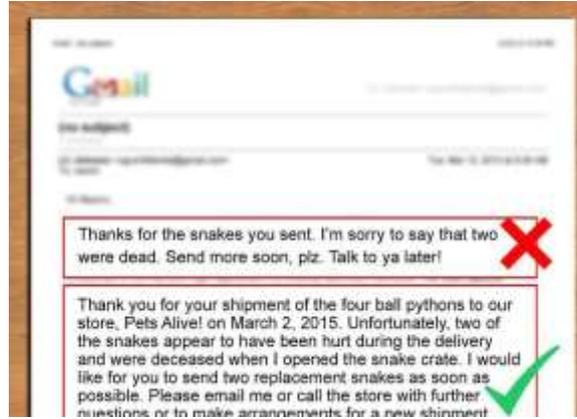


5. स्पष्ट रूप से उस कार्रवाई के लिए कहें जो आप चाहते हैं कि पाठक ले। पाठक को यह अनुमान न लगाने दें कि आप एक निर्णय, या सलाह, एक रेफरल, या एक खरीद के लिए पूछ रहे हैं। सीधे और असमान रूप से पूछें कि यह क्या है जो आप चाहते हैं, आवश्यकता या अपेक्षा करते हैं।

- यदि आप कई लोगों को भेज रहे हैं तो स्पष्ट रूप से पूछना विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। और, निर्णय लेने के लिए जिस विशिष्ट व्यक्ति की आवश्यकता है, उसका नाम पुकारना सुनिश्चित करें। उदाहरण के लिए: "एलिजाबेथ: क्या आप पसंद करेंगे कि मैं पथ A या पथ B पर जाऊँ?"
- वैकल्पिक रूप से, यदि आपका ईमेल किसी कार्रवाई के लिए पूछने के बजाय केवल किसी को सूचित कर रहा है, तो स्पष्ट रूप से ईमेल को विषय में या पहले वाक्य में "एफवाईआई" के रूप में लेबल करें।

अंश 2

औपचारिकता और व्यावसायिक छवि को बनाए रखना



1. एक औपचारिक स्वर का प्रयोग करें। आपके ईमेल का स्वर पेशेवर और सीधा रहना चाहिए। एक आत्मविश्वास और विनम्र स्वर का प्रयास करें। ईमेल से भावनात्मक या अनौपचारिक भाषा को पूरी तरह से छोड़ने की कोशिश करें। जब भी संभव हो संकुचन और संक्षिप्तताओं से बचें। याद रखें, पूर्ण लंबाई वाले वाक्यांश अक्सर अधिक औपचारिक लगते हैं।

- उदाहरण के लिए, निम्न ईमेल व्यवसाय के लिए बहुत अनौपचारिक है: आपके द्वारा भेजे गए स्नेक के लिए धन्यवाद। मुझे यह कहते हुए खेद है कि दो मृत थे। कृपया जल्द ही भेजें। बाद में आपसे बात करेंगे!
- पिछले ईमेल का एक और अधिक औपचारिक संस्करण: 2 मार्च, 2015 को पेट्स अलाइव नामक हमारे स्टोर में चार बॉल अजगर के अपने शिपमेंट के लिए धन्यवाद। दुर्भाग्य से, दो सांप डिलीवरी के दौरान चोट लग गए थे और जब मैंने सांप के टोकरे को खोला तो वे मृत थे। मैं चाहूंगा कि आप जल्द से जल्द दो रिप्लेसमेंट स्नेक भेजें। कृपया मुझे ईमेल करें या स्टोर को आगे के प्रश्नों के साथ कॉल करें या एक नए शिपमेंट के लिए व्यवस्था करें।
- कभी-कभी एक अधिक अनौपचारिक ई-मेल उचित है "घर में" सह-श्रमिकों के साथ जिन्हें आप अच्छी तरह से जानते हैं और यदि यह "कार्य संस्कृति" के अनुरूप है। हालांकि, पाठ संक्षिप्तताओं का उपयोग न करें, पूर्ण वाक्यों का उपयोग करें, और ऐसा कुछ भी न लिखें जिसे आप अपने बॉस को पढ़ाना नहीं चाहते।



2. अपना ईमेल प्रूफरीड करें। उदाहरण के लिए, यह सुनिश्चित करने के लिए अपना सर्वश्रेष्ठ प्रयास करें कि आपके ईमेल में व्याकरण या वर्तनी की गलतियां शामिल नहीं हैं और मानक विराम-चिह्न का उपयोग नहीं किया गया है। कई ईमेल कार्यक्रमों में एक वर्तनी जांच विकल्प शामिल है; यदि आपके ईमेल में एक है, तो इसका उपयोग करें! खराब व्याकरण लगभग निश्चित रूप से उस संदेश को कम कर देगा जो आप भेज रहे हैं, इसलिए, यदि संभव हो तो एक व्याकरण परीक्षक का उपयोग करें।

- यदि आप बड़ी संख्या में लोगों को ईमेल भेज रहे हैं या यदि ईमेल विशेष रूप से महत्वपूर्ण है, तो आप किसी व्यक्ति (या कई व्यक्तियों) को भेजने से पहले इसे प्रूफरीड कर सकते हैं।

अंश 3

औपचारिक अभिवादन और समापन के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

प्राप्तकर्ता के साथ अपने संबंधों के आधार पर, आप औपचारिक उद्घाटन और समापन का उपयोग कर सकते हैं। निम्नलिखित कुछ दिशा और विकल्पों की एक सरणी प्रदान करते हैं।



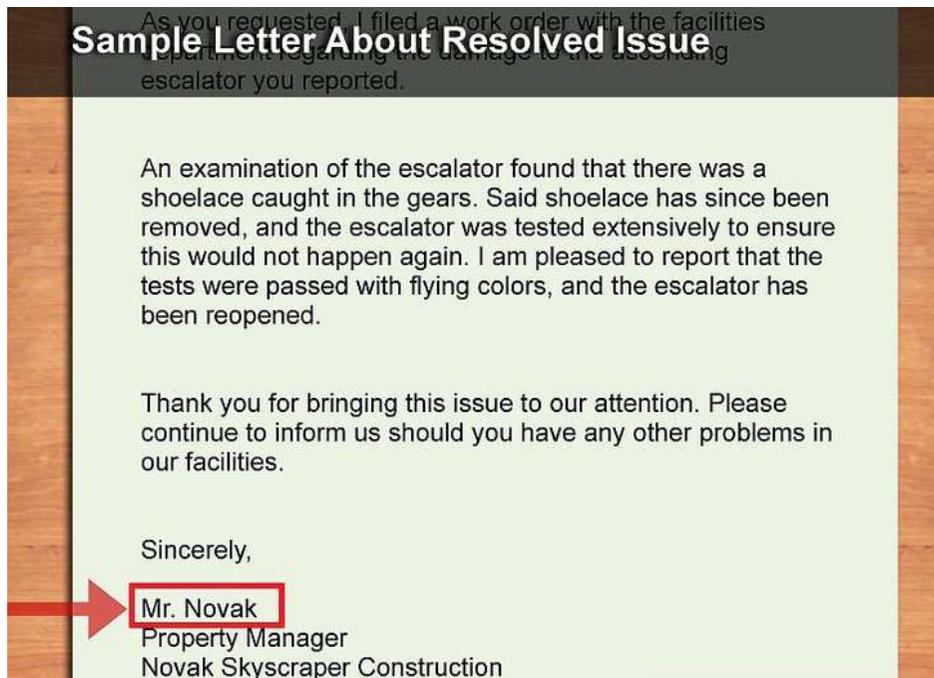
1. अभिवादन के साथ अपना ईमेल शुरू करें। अभिवादन संक्षिप्त और औपचारिक होना चाहिए। आप संदेश के संदर्भ के आधार पर किसी व्यक्ति को विशेष रूप से नाम से संबोधित कर सकते हैं या नहीं भी कर सकते हैं। किसी अन्य व्यवसाय या किसी अनिर्दिष्ट व्यक्ति को संदेश देने के लिए नाम की आवश्यकता नहीं होती है।

- अभिवादन के कुछ उदाहरण हैं:
 - गुड आफ्टरनून,
 - अभिवादन,
 - प्रिय डॉ स्मिथ,
 - श्रीमती कैम्पबेल,



2. एक समापन के साथ ईमेल समाप्त करें। एक उपयुक्त समापन विनम्र और संकेत है कि ईमेल समाप्त हो गया है। जबकि ईमेल का समापन "शुभकामनाएं" या "ईमानदारी से" जैसे एक आम पत्र समापन को सहन नहीं कर सकता है, यह आपके ईमेल को समापन प्रदान करने के लिए एक "सर्वोत्तम अभ्यास" माना जाता है।

- कुछ संभावित समापन:
 - मुझे आपकी प्रतिक्रिया का इंतज़ार रहेगा,
 - मुझे आशा है कि आप शीघ्र समाचार सूचना देंगे,
 - अपना समय देने के लिए धन्यवाद,
- आप सांप वितरक को "इस मामले पर ध्यान देने के लिए धन्यवाद" कहकर अपने पेट्स अलाइव को समाप्त कर सकते हैं।



3. अपना नाम लिखें। ईमेल के अंत में अपना नाम लिखना उचित है। कई ईमेल प्रोग्राम आपको एक स्वचालित हस्ताक्षर प्रदान करने की अनुमति देते हैं जो आपकी पसंद के अनुसार अनुकूलित होता है। सुनिश्चित करें कि आपकी प्रतिक्रिया की औपचारिकता ईमेल के विवरण से मेल खाती है। आप अपना पूरा नाम और शीर्षक किसी अन्य व्यवसाय को या किसी ऐसे व्यक्ति को ईमेल में प्रदान कर सकते हैं, जो आपको नहीं मिला है, जबकि आपका पहला नाम अकेले एक सहकर्मी को ईमेल में उपयुक्त हो सकता है जिसे आप प्रतिदिन देखते हैं।

- कुछ हस्ताक्षर विकल्प हैं:
 - डॉ जेन स्मिथ (सबसे औपचारिक)
 - डॉ स्मिथ (थोड़ा कम औपचारिक)
 - जेन स्मिथ (कुछ अनौपचारिक)
 - जेन (अनौपचारिक)

Subject: Meeting About New Internet Service Provider 1/8/2013

Mr. Jones,

I have been researching our choices for internet providers over the past week, and I wanted to update you on my progress. We have two options: H.C. Cable and Toll South. Both offer business plans, and I will go over the pricing of each plan at the meeting on Tuesday. Both of the options I listed have comparable speed and data usage offerings as well. I called your personal provider, GoGo Satellite, but they did not have any business offerings. They primarily do residential internet service.

I will talk with Joe and Susan in IT about these options and get their suggestions. I will also send out meeting requests to everyone, including Mr. Morris in operations. If you have any questions prior to the meeting, please let me know.

Respectfully,

Tina McAden
Administrative Assistant
Jones Office Solutions
<http://www.jonesofficesolutions.com>

4. अपने हस्ताक्षर के नीचे संपर्क जानकारी प्रदान करने पर विचार करें। ईमेल के विवरण के आधार पर, आप अपने फोन नंबर, फैक्स नंबर, पता या वेबसाइट जैसी संपर्क जानकारी प्रदान करना चाह सकते हैं। यदि यह वह जानकारी है जिसे आप अपने अधिकांश ईमेलों में शामिल करना चाहते हैं, तो इसे आपके अनुकूलित ईमेल हस्ताक्षर में बनाया जा सकता है।

वेयरहाउस संचालन और इन्वेंट्री प्रबंधन

एक कंपनी की इन्वेंट्री संभावित संपत्ति हैं जो बेचे जाने की प्रतीक्षा कर रही हैं। वेयरहाउसिंग और परिवहन उत्पाद के जीवनचक्र के अभिन्न पहलू हैं। वेयरहाउस संचालन और इन्वेंट्री प्रबंधन पर मौजूदा ज्ञान को व्यापक बनाने के लिए इस अध्याय में चर्चा किए गए विषयों का बहुत महत्व है।

वेयरहाउस

एक वेयरहाउस माल के भंडारण के लिए एक वाणिज्यिक भवन है। वेयरहाउस का उपयोग निर्माताओं, आयातकों, निर्यातकों, थोक विक्रेताओं, परिवहन व्यवसायों, सीमा शुल्क, आदि द्वारा किया जाता है। वे आमतौर पर शहरों, कस्बों और गांवों के औद्योगिक क्षेत्रों में बड़े सादे भवन होते हैं।



छोटे भागों के लिए स्वचालित भंडारण वेयरहाउस।

वे आम तौर पर ट्रकों से सामान लोडिंग और अनलोडिंग के लिए लोडिंग डॉक होते हैं। कभी-कभी वेयरहाउस को रेलवे, हवाई अड्डों, या बंदरगाहों से सीधे माल की लोडिंग और अनलोडिंग के लिए डिज़ाइन किया जाता है। उनके पास सामानों को हिलाने के लिए अक्सर क्रेन और फोर्कलिफ्ट होते हैं, जिन्हें आमतौर पर फूस के रैक में लोड आईएसओ मानक पैलेट पर रखा जाता है। संग्रहीत माल में कृषि, विनिर्माण और उत्पादन से जुड़े किसी भी कच्चे माल, पैकिंग सामग्री, स्पेयर पार्ट्स, घटकों, या तैयार माल शामिल हो सकते हैं। भारतीय अंग्रेजी में एक वेयरहाउस को गोडाउन के रूप में संदर्भित किया जा सकता है।

कार्य

ऐतिहासिक रूप से, वेयरहाउस 19 वीं शताब्दी और बीसवीं शताब्दी में औद्योगिक क्रांति की शुरुआत से शहरी परिदृश्य का एक प्रमुख हिस्सा थे। भवन बचे रहे पर उनका मूल उपयोग बदल गया था।

वेयरहाउस के चार पहचान योग्य प्रकार हैं। कपास उद्योग वेयरहाउस के विकास के साथ उभरा, और यूनाइटेड किंगडम में मैनचेस्टर में सभी पांच प्रकारों का प्रतिनिधित्व किया गया था। मैनचेस्टर में उस अवधि के वेयरहाउस को अक्सर भव्य रूप से सजाया गया था, लेकिन आधुनिक वेयरहाउस अधिक कार्यात्मक हैं।



इंडिया हाउस, मैनचेस्टर।

वेयरहाउस आपूर्ति श्रृंखला के साथ परिवहन अनुकूलन की अनुमति देते हैं, और कंपनियों को सेवा की गुणवत्ता के बारे में एक इष्टतम इन्वेंट्री (आर्थिक आदेश मात्रा) के साथ काम करने की अनुमति देते हैं। उदाहरण के लिए, एक ट्रांसपोर्ट सिस्टम के टर्मिनल पॉइंट पर स्टॉकपाइल के उत्पादन के लिए आवश्यक है जब तक कि एक पूर्ण लोड को ट्रांसपोर्ट नहीं किया जा सकता है। वेयरहाउस का उपयोग जहाज़ से अनलोड माल को स्टोर करने के लिए भी किया जा सकता है।

ऐसे उद्योगों में जिनके माल को उत्पादन और खुदरा के बीच परिपक्वता की अवधि की आवश्यकता होती है, जैसे कि विनकल्चर और चीज़केम, वेयरहाउस का उपयोग बड़ी मात्रा में सामानों को संग्रहीत करने के लिए किया जा सकता है।

बिक्री के लिए माल का प्रदर्शन

ये गृह व्यापार के लिए प्रदर्शित सामान थे। यह तैयार माल होगा- जैसे कि नवीनतम कपास ब्लाउज या फैशन आइटम। उनका स्ट्रीट फ्रंट प्रभावशाली था, इसलिए उन्होंने इटैलियन पालाज़ोस की शैलियों को लिया।

मैनचेस्टर के मोस्ले स्ट्रीट में रिचर्ड कॉवडेन का पहला पलाज़ो वेयरहाउस था। पोर्टलैंड स्ट्रीट पर पहले से ही सात वेयरहाउस थे, जब उन्होंने 1855 के विस्तृत वाट्स वेयरहाउस का निर्माण शुरू किया, लेकिन इसके खत्म होने से पहले चार और खोले गए। यह इस प्रकार का वेयरहाउस था जिसने डसेलडोर्फ और म्यूनख में जर्मनों को अपने प्रतिष्ठित डिपार्टमेंट स्टोर वारेनहूसर का नाम देने के लिए प्रेरित किया।

ओवरसीज वेयरहाउस

ये विदेशी व्यापार के लिए क्रेटर किये गए। वे विदेशी थोक खरीदारों के लिए बैठक स्थल बन गए जहां मुद्रित और सादे पर चर्चा और आदेश दिया जा सकता था। मैनचेस्टर में कपड़े का व्यापार कई राष्ट्रीयताओं द्वारा संचालित किया गया था।

वेहरेंस वेयरहाउस ऑक्सफोर्ड स्ट्रीट और पोर्टलैंड स्ट्रीट के कोने पर है। यह 1860 में पी नून द्वारा लुइस वेहरेंस एंड सोन के लिए बनाया गया था। यह मुख्य रूप से चार मंजिला लाल ईट का निर्माण है, जिसमें पोर्टलैंड स्ट्रीट के साथ 23 और ऑक्सफोर्ड स्ट्रीट के साथ 9 ईटें हैं। वेहरेंस परिवार बैंकिंग और मैनचेस्टर में जर्मन समुदाय के सामाजिक जीवन में प्रमुख थे।

वेयरहाउस की पैकिंग

वेयरहाउस को पैक करने का मुख्य उद्देश्य निर्यात के लिए माल की पिकिंग, जांच, लेबलिंग और पैकिंग था। द पैकिंग वेयरहाउस: मैनचेस्टर में व्हिटवर्थ स्ट्रीट के साथ एशिया हाउस, इंडिया हाउस और वेलवेट हाउस अपने समय की कुछ सबसे ऊंची इमारतें थीं।

रेलवे के वेयरहाउस

रेलवे हब में प्रमुख स्टेशनों के करीब वेयरहाउस का निर्माण किया गया था। पहले रेलवे वेयरहाउस का निर्माण लिवरपूल और मैनचेस्टर रेलवे के टर्मिनस में यात्री प्लेटफार्म के सामने किया गया था। लंदन रोड स्टेशन (अब पिकाडिली स्टेशन) के आसपास वेयरहाउस का एक महत्वपूर्ण समूह था। 1890 के दशक में ग्रेट नार्दर्न रेलवे कंपनी का वेयरहाउस डीन्सगेट पर पूरा हो गया था: यह बनने वाला अंतिम प्रमुख रेलवे वेयरहाउस था।

लंदन वेयरहाउस पिकाडिली नए लंदन रोड स्टेशन की सेवा के लिए मैनचेस्टर, शेफील्ड और लिंकनशायर रेलवे द्वारा 1865 में बनाए गए चार वेयरहाउस में से एक था। एश्टन नहर के पास इसकी अपनी शाखा थी। इस वेयरहाउस का निर्माण ईट के पत्थरों से किया गया था। इसमें लोहे के बीम के साथ लोहे के स्तंभ थे।

नहर के वेयरहाउस

ये सभी वेयरहाउस प्रकार नहर वेयरहाउस में अपनी उत्पत्ति का पता लगा सकते हैं जिनका उपयोग ट्रांस-शिपमेंट और भंडारण के लिए किया गया था। कैसलफील्ड वेयरहाउस इस प्रकार के हैं- और महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे 1761 में ब्रिजवाटर कैनाल के टर्मिनस पर बनाए गए थे।

भंडारण और नौवहन प्रणाली

सबसे आम वेयरहाउस भंडारण प्रणालियों में से कुछ हैं:

- पैलेट रैकिंग जिसमें चयनात्मक, ड्राइव-इन, ड्राइव-थ्रू, डबल-डीप, पुशबैक और गुरुत्वाकर्षण प्रवाह शामिल हैं
- कैंटिलीवर रैकिंग लकड़ी के बजाय लंबी पतली वस्तुओं को संग्रहीत करने के लिए, पैलेट के बजाय हथियारों का उपयोग करती है।
- मेजेनाइन एक वेयरहाउस के भीतर भंडारण की एक अर्द्ध स्थायी दुकान जोड़ता है
- ऊर्ध्वाधर लिफ्ट मॉड्यूल यूनिट के दोनों किनारों पर संग्रहीत खड़ी व्यवस्थित ट्रे के साथ पैक किए गए सिस्टम हैं।

- वर्टिकल कार्सल्स एक फ्रेम और डिब्बे की एक घूर्णन वाहक से मिलकर बनता है।
- वर्टिकल कार्सल्स एक धातु के बाड़े के अंदर एक ऊर्ध्वाधर बंद-लूप ट्रैक पर वाहक की एक श्रृंखला से युक्त होते हैं।

एक "पीस पिक" ऑर्डर चयन प्रक्रिया का एक प्रकार है जहां उत्पाद को अलग-अलग इकाइयों में चुना जाता है और शिपिंग से पहले एक बाहरी कार्टन, टाट या अन्य कंटेनर में रखा जाता है। कैटलॉग कंपनियों और इंटरनेट खुदरा विक्रेताओं मुख्य रूप से टुकड़ा-लेने के संचालन के उदाहरण हैं। उनके ग्राहक शायद ही कभी फूस या केस मात्रा में ऑर्डर करते हैं; इसके बजाय, वे आम तौर पर एक या दो वस्तुओं के सिर्फ एक या दो टुकड़े ऑर्डर करते हैं। कई तत्व टुकड़ा-लेने की प्रणाली बनाते हैं। उनमें ऑर्डर, पिकर, पिक मॉड्यूल, पिक एरिया, हैंडलिंग उपकरण, कंटेनर, उपयोग की जाने वाली विधि और सूचना प्रौद्योगिकी का उपयोग शामिल है। एक वेयरहाउस के अंदर प्रत्येक मूवमेंट को एक कार्य क्रम के साथ होना चाहिए। वेयरहाउस ऑपरेशन तब विफल हो सकता है जब श्रमिक कार्य आदेशों के बिना सामानों को स्थानांतरित करते हैं, या जब भंडारण की स्थिति को सिस्टम में अपंजीकृत छोड़ दिया जाता है।

एक वेयरहाउस में सामग्री दिशा और ट्रैकिंग एक वेयरहाउस प्रबंधन प्रणाली (डब्ल्यूएमएस), एक डेटाबेस संचालित कंप्यूटर प्रोग्राम द्वारा समन्वित किया जा सकता है। रसद कर्मी मार्ग को निर्देशित करके वेयरहाउस दक्षता में सुधार करने और वेयरहाउस लेनदेन रिकॉर्ड करके सटीक सूची बनाए रखने के लिए डब्ल्यूएमएस का उपयोग करते हैं।

कूल वेयरहाउस और कोल्ड स्टोरेज

कोल्ड स्टोरेज कृषि उत्पादों को संरक्षित करता है। प्रशीतित भंडारण स्प्राउटिंग, सड़न और कीट क्षति को खत्म करने में मदद करता है। खाद्य उत्पादों को आम तौर पर एक वर्ष से अधिक के लिए संग्रहीत नहीं किया जाता है। कई खराब होने वाले उत्पादों को -25 °C से कम भंडारण तापमान की आवश्यकता होती है।

कोल्ड स्टोरेज बाजार की कीमतों को स्थिर करने और समान रूप से मांग और समय के आधार पर सामान वितरित करने में मदद करता है। किसानों को पारिश्रमिक मूल्य प्राप्त करने के लिए नकदी फसलों का उत्पादन करने का अवसर मिलता है। उपभोक्ताओं को कीमतों के कम उतार-चढ़ाव के साथ खराब होने वाली वस्तुओं की आपूर्ति मिलती है।

तापमान को बनाए रखने के लिए अमोनिया और फ्रीन कम्प्रेसर आमतौर पर कोल्ड स्टोरेज वेयरहाउस में उपयोग किए जाते हैं। अमोनिया रेफ्रिजरेंट सस्ता है, आसानी से उपलब्ध है और इसमें वाष्पीकरण की उच्च अव्यक्त गर्मी है, लेकिन यह अत्यधिक विषैला भी है और तेल के साथ मिश्रित होने पर एक विस्फोटक मिश्रण बना सकता है जिसमें उच्च प्रतिशत कार्बन होता है। ठंड के नुकसान को कम करने और विभिन्न तापमानों पर वेयरहाउस के विभिन्न खंडों को रखने के लिए इन्सुलेशन भी महत्वपूर्ण है।

कोल्ड स्टोरेज वेयरहाउस में दो मुख्य प्रकार के प्रशीतन प्रणाली का उपयोग किया जाता है, एक वाष्प अवशोषण प्रणाली (वीएस) और वाष्प संपीड़न प्रणाली (वीसीएस)। वीएस, हालांकि तुलनात्मक रूप से महंगा है, ऑपरेशन में काफी किफायती है और पर्याप्त रूप से उच्च प्रारंभिक निवेश की भरपाई करता है।

संरक्षण के लिए आवश्यक तापमान भंडारण के समय और उत्पाद के प्रकार पर निर्भर करता है। सामान्य तौर पर, उत्पादों के तीन समूह होते हैं, खाद्य पदार्थ जो जीवित होते हैं (जैसे कि फल और सब्जियां), खाद्य पदार्थ जो अब जीवित नहीं हैं और उन्हें किसी न किसी रूप में संसाधित किया जाता है (जैसे मांस और मछली उत्पाद), और माल जिनको नियंत्रित तापमान पर भंडारण से लाभ होता है (जैसे वीयर, तंबाकू)।

कोल्ड स्टोरेज की सफलता के लिए स्थान एक बहुत ही महत्वपूर्ण पहलू है। यह एक बढ़ते क्षेत्र के साथ-साथ एक बाजार के करीब होना चाहिए, भारी वाहनों के लिए आसानी से सुलभ हो, और निर्बाध बिजली की आपूर्ति हो।

वेयरहाउस का प्रबंधन कैसे करें

वेयरहाउस का प्रबंधन करते समय, आपके कर्तव्यों और जिम्मेदारियों का पर्यवेक्षण और मूल्यांकन कर्मचारियों से लेकर शिपिंग, खरीद, प्रामियां, इन्वेंट्री नियंत्रण, भंडारण, और माल वितरित करने तक हो सकता है। एक कुशल, सुरक्षित और उत्पादक वेयरहाउस चलाना बहुआयामी कार्य है, लेकिन कुछ दिशा-निर्देश ऐसे हैं, जिनका पालन करके आप अपने कर्मचारियों और अपने माल की रक्षा करते हुए एक अच्छा कार्य कर सकते हैं।

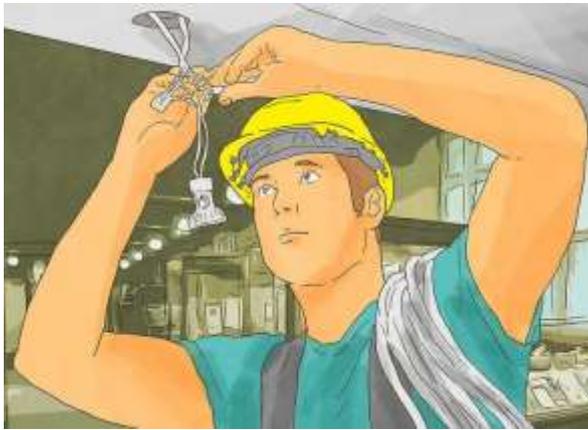
अंश 1

वेयरहाउस सुरक्षा को प्राथमिकता देना



1. वेयरहाउस को साफ, स्वच्छ और व्यवस्थित रखें। गलियारे और रास्तों को फैल और मलबे से मुक्त होना चाहिए। रास्तों में बक्से या माल को छोड़ने की अनुमति न दें जहां लोग गिर सकते हैं। सभी पैदल यात्री मार्ग, वाहन लेन, और अत्यधिक दृश्यमान फर्श के निशान के साथ चिह्नित करें।

- पैदल रास्ते या वाहन लेन के ऊपर से केबल या निलंबित उपकरण दूर रखना सुनिश्चित करें।
- स्टोरेज लॉकर या हुक जोड़ने के लिए दीवार की जगह का लाभ उठाएं।
- टेप के साथ फर्श पर कॉर्ड को प्रबंधित करें, या उन्हें कॉर्ड कवर के साथ कवर करें।



2. सुनिश्चित करें कि सभी क्षेत्रों में ठीक रोशनी है। तेज रोशनी आपके कर्मचारियों को जागृत और उनके परिवेश के बारे में जागरूक करके सतर्कता और कार्यस्थल की सुरक्षा को बढ़ावा देगी। सुनिश्चित करें कि जब वे बाहर जाते हैं तो प्रकाश बल्बों को तुरंत बदल दिया जाता है और वेयरहाउस में कोई अंधेरे क्षेत्र नहीं होते हैं।



3. सामान्य वेयरहाउस सुरक्षा प्रथाओं पर कर्मचारियों को प्रशिक्षित करें। सभी वेयरहाउस कर्मचारियों को वेयरहाउस सुरक्षा मानकों पर प्रशिक्षण में भाग लेना चाहिए और लिखित रूप में पुष्टि करनी चाहिए कि उन्होंने पर्याप्त प्रशिक्षण प्राप्त किया है। अनुचित सामग्री हैंडलिंग से कई चोटें आती हैं, इसलिए आपके सुरक्षा कार्यक्रम को भारी वस्तुओं को लेने, पहुंचने, और भारी वस्तुओं को ले जाने के उचित तरीकों पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए। आपको लोडिंग-डॉक सुरक्षा पर एक अनुभाग भी शामिल करना चाहिए, जिसमें खड़ी पट्टियों की ऊंचाई को सीमित करना और डॉक क्षेत्र को अवरोधों से मुक्त रखना है।

- आप विशेष रूप से आपकी कंपनी के अनुरूप एक सुरक्षा कार्यक्रम विकसित करना चाह सकते हैं। प्रशिक्षण सामग्री विकसित करने के लिए मानव संसाधन के साथ काम करें।
- ऑनलाइन प्रशिक्षण पर विचार करें, जो आपको प्रशिक्षण सामग्री (वीडियो और प्रिंट-आउट) को संग्रहीत करने की अनुमति दे सकता है ताकि उन्हें कई बार देखा जा सके।



4. सुनिश्चित करें कि मैकेनिकल उपकरण का उपयोग करने वाले कर्मचारी ठीक से प्रशिक्षित हैं। एक कर्मचारी जो वेयरहाउस उपकरण का संचालन कर रहा है - फोर्कलिफ्ट, मैकेनिकल लोडर, इलेक्ट्रिक स्टैकर, लिफ्टर, थ्रिंग रैपर, आदि - उनके उपयोग में पूरी तरह से प्रशिक्षित होना चाहिए और यदि आवश्यक हो तो प्रमाणित होना चाहिए।

- सुनिश्चित करें कि इन कर्मचारियों को खतरों की पहचान करने, उन्हें तुरंत जवाब देने, सुरक्षा प्रोटोकॉल का पालन करने और लोडिंग-डॉक क्षेत्र में विशेष ध्यान रखने के लिए प्रशिक्षित किया गया है।

- यदि वाहन या उपकरण (जैसे कि एक फोर्कलिफ्ट) को संचालित करने के लिए प्रमाणन आवश्यक है, तो आपको चाहिए सत्यापित करें कि कर्मचारियों ने इस प्रशिक्षण को प्राप्त किया है।



5. सुरक्षा नियमों को लागू करें। ऐसे नियम कर्मचारी चोटों से बचने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं जो आपको कुशल श्रम से वंचित कर सकते हैं। जहां उपयुक्त और दंडित कर्मचारियों को नियमित रूप से सुरक्षा नियमों की अवहेलना करते हुए अनुस्मारक संकेत देते हुए सुरक्षा नियमों को लागू करें। नियमों का उल्लंघन करने वाले किसी के लिए अपवाद न बनाएं।

- अपने कर्मचारियों को उपयुक्त सुरक्षात्मक गियर जैसे कि सख्त टोपी, स्टील-पैर के जूते, सुरक्षा चश्मे और भारी दस्ताने पर शिक्षित करें।
- सुनिश्चित करें कि फोर्कलिफ्ट या अन्य मशीनरी ऑपरेटरों को वेयरहाउस के चारों ओर इस तरह के उपकरण को स्थानांतरित करने के लिए केवल नामित लेन का उपयोग करने के लिए ठीक से प्रशिक्षित किया जाता है।



6. नियमित सुरक्षा जांच कराएं। सुनिश्चित करें कि सब कुछ अद्यतित है। उन्हें नियमित रूप से काम करने के क्रम में रखने के लिए नियमित वाहन, मशीनरी, उपकरण और लोडिंग-डॉक परीक्षा और रखरखाव की योजना बनाएं।

- किसी भी क्षतिग्रस्त या लापता सुरक्षा सुविधाओं की रिपोर्ट, प्रतिस्थापन या मरम्मत करें। वाहनों पर लाइट्स, रिवर्स सेंसर और चेतावनी सिग्नल का परीक्षण किया जाना चाहिए।
- यह सुनिश्चित करने के लिए कि यह वेयरहाउस के फर्श पर लौटने से पहले सुरक्षित है, परीक्षण उपकरणों की मरम्मत करें।
- किसी भी रिपोर्ट किए गए सुरक्षा खतरों में तुरंत शामिल हों।

अंश 2

वेयरहाउस कर्मचारियों का प्रबंधन



1. अपने कर्मचारियों के साथ स्पष्ट रूप से संवाद करें। एक सफल वेयरहाउस संचालन चलाने के लिए, आपको अपने श्रमिकों को सुनने और जवाब देने की आवश्यकता होगी। प्रश्न या चिंताओं वाले किसी भी कर्मचारी के लिए एक ओपन-डोर नीति लागू करने पर विचार करें। आप श्रमिकों को एक टिप्पणी बॉक्स के माध्यम से अनाम टिप्पणी या सुझाव देने की अनुमति भी दे सकते हैं। इससे आप गंभीर समस्याओं के होने से पहले कर्मचारी की शिकायतों से निपट सकते हैं।



2. योग्य उम्मीदवारों का साक्षात्कार लें। उन संभावित कर्मचारियों की तलाश करें जो पेशेवर रूप से स्वयं का संचालन करते हैं और स्थिति के लिए पर्याप्त कुशल हैं। एक बार जब आपके पास पद के लिए कई आवेदक हों, तो उनके आवेदनों और साक्षात्कार के आधार पर भर्ती का निर्णय लें।

- निर्णय में उपयुक्त पर्यवेक्षक को शामिल करें। सही आवेदक को चुनने में उसकी अच्छी समझ हो सकती है।



3. नए कर्मचारियों को प्रशिक्षित करें। एक बार एक नए कर्मचारी को काम पर रखने के बाद, आपको उन्हें शुरू करने में मदद करने की आवश्यकता हो सकती है। इसमें उनके प्रशिक्षण का पर्यवेक्षण करना या उनके प्रशिक्षण के कुछ हिस्सों को स्वयं करना शामिल हो सकता है। आप उन्हें वेयरहाउस के आसपास दिखाना चाहते हैं और उन्हें अन्य पर्यवेक्षकों से मिलवा सकते हैं जिनके साथ वे काम कर रहे होंगे।

- जब वे नए घर में काम कर रहे हों, तो अपने आप को उपलब्ध कराएं।
- पुनर्प्रशिक्षण की भी आवश्यकता हो सकती है, क्योंकि वेयरहाउस के संगठन के भीतर की प्रक्रिया बदल सकती है। यदि यह मामला है तो प्रत्येक कर्मचारी को पुनर्प्रशिक्षण के लिए समय निर्धारित करना सुनिश्चित करें।
- आप कर्मचारियों को क्रॉस-ट्रेन भी कर सकते हैं (उन्हें एक से अधिक भूमिका में प्रशिक्षित कर सकते हैं) ताकि अगर एक कर्मचारी बीमार या निकाल दिया जाए, तो अन्य अस्थायी रूप से उनकी जगह ले सकते हैं।



4. प्रतिक्रिया और प्रदर्शन समीक्षा दें। सभी कर्मचारियों से नियमित रूप से मिलें और उनके प्रदर्शन की समीक्षा करें। यह विकास को बढ़ावा देने का एक अवसर है। उनकी ताकत के बारे में बात करें और उत्कृष्ट प्रदर्शन और व्यवहार को पुरस्कृत करें। उन तरीकों पर चर्चा करें जिसमें कर्मचारी किसी भी कमजोरियों या बुरे व्यवहार को सुधार सकता है, और सुधार के लिए एक योजना बना सकता है।

- आप कर्मचारी के प्रदर्शन के संबंध में पर्यवेक्षकों से इनपुट के लिए भी पूछ सकते हैं।
- सुनिश्चित करें कि आप किसी भी सुधारात्मक कार्यों का पालन करते हैं।



5. आवश्यक होने पर कर्मचारियों को निकालें। कर्मचारियों को जाने देना कभी आसान नहीं होता है, लेकिन एक अच्छा प्रबंधक पहचानता है कि ऐसा करना कब आवश्यक है। महत्वपूर्ण बात यह है कि प्रबंधक पेशेवर तरीके से कर्मचारी को फायर करता है।

- एक कर्मचारी को काम पर रखने पर विचार करें यदि वे लगातार सुरक्षा प्रक्रियाओं की अनदेखी करते हैं, नियमित रूप से काम पर देरी से आते हैं, काम छोड़ें, काम पर नशे में दिखें, कार्यों को समय पर पूरा करने में विफल रहें, या अन्यथा नियमित रूप से वेयरहाउस संचालन को बाधित करें।



6. रोजगार कानूनों को बनाए रखें। कार्यस्थल और मुआवजे के नियम अक्सर बदलते रहते हैं, इसलिए परिवर्तनों की निगरानी करना और उन्हें जल्द से जल्द लागू करना महत्वपूर्ण है। राज्य या संघीय कानूनों में बदलाव के लिए सुनिश्चित करें कि आपके वेयरहाउस या कर्मचारियों के साथ कुछ भी हो सकता है। आप संबंधित व्यापार पत्रिका की सदस्यता लेकर इन परिवर्तनों का अधिक बारीकी से पालन करने में सक्षम हो सकते हैं।

अंश 3

सभी वेयरहाउस संचालन की देखरेख करना



1. एक सुसंगत और कुशल संगठन प्रणाली स्थापित करना। एक वेयरहाउस प्रबंधक के रूप में आपका प्राथमिक लक्ष्य यह सुनिश्चित करना है कि सही उत्पाद वहां जाएं जहां उन्हें जाने की जरूरत है जब उन्हें वहां जाने की आवश्यकता हो। उत्पादों की खोज में कर्मचारियों का समय बचाने के लिए, एक तार्किक संगठनात्मक प्रणाली बनाएं जिसे आसानी से व्याख्या और उपयोग किया जा सकता है। शुरुआत के लिए, आपको सबसे अधिक स्थानांतरित उत्पादों को आसानी से सुलभ क्षेत्र में रखना चाहिए जैसे कि वेयरहाउस का केंद्र। इसके अतिरिक्त, समूह उत्पाद जिन्हें अक्सर एक-दूसरे के पास भेज दिया जाता है।

- सुनिश्चित करें कि आपके वेयरहाउस आसानी से गलियारे और उत्पाद समूहों को लेबल करके नेविगेट करने योग्य हैं।
- उदाहरण के लिए, मान लें कि आपके वेयरहाउस स्टॉक कंप्यूटर घटक हैं। आपके पास कीबोर्ड और वेबकैम जैसे मेमोरी और प्रोसेसर से लेकर एक्सेसरीज तक सब कुछ है। हालांकि, जिन आइटमों को आप ले जाते हैं, वे प्रतिस्थापन पावर कॉर्ड होते हैं। इस मामले में, आपको अपने बिजली के तार को लोडिंग क्षेत्र के करीब रखना चाहिए और आसानी से कमर या कंधे की ऊंचाई पर पहुंचना चाहिए ताकि उन्हें जल्दी और आसानी से स्थानांतरित किया जा सके।
- इस क्षेत्र को स्पष्ट रूप से "पावर कॉर्ड" या कुछ इसी तरह लेबल किया जाना चाहिए।

2. पिकिंग को अधिक कुशल बनाना। शिपमेंट में उत्पादों को चुनना या इकट्ठा करना, आपके श्रमिकों के समय की एक बड़ी मात्रा ले सकता है। हालांकि, आप इसे गति देने के लिए अपनी चयन प्रक्रिया में बदलाव कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आप नियमित रूप से कुछ प्रमुख ग्राहकों के लिए बड़े ऑर्डर शिप करते हैं, तो पिक सूचियों को व्यवस्थित करने पर विचार करें ताकि समान वस्तुओं को एक साथ रखा जाए। बड़ी संख्या में ग्राहकों के लिए छोटे आदेशों के लिए, आप इसे सेट कर सकते हैं ताकि पिक सूचियों को समूहीकृत किया जाए, और वास्तविक उत्पादों को बाद के चरण में विभाजित किया जाए।

- कल्पना करें कि आपके कंप्यूटर-घटकों के वेयरहाउस नियमित रूप से बड़ी संख्या में इलेक्ट्रॉनिक्स स्टोर्स पर आपके बिजली कॉर्ड की छोटी संख्या को शिप करते हैं। अपनी पिकिंग सूचियों को व्यवस्थित करने का प्रयास करें ताकि पावर कॉर्ड की कुल संख्या एक समय में पावर कॉर्ड आइल से ली जाए और फिर शिपिंग से पहले अलग हो जाए। यह आपके पिकर्स को पूरे दिन आगे पीछे होने से बचाएगा।

- कुछ प्रबंधक सूची चुनने पर रंग-कोडिंग की एक प्रणाली को लागू करने का चयन करते हैं जो या तो वेयरहाउस क्षेत्र या ग्राहक प्राथमिकता से आइटम को व्यवस्थित कर सकते हैं, जहां कुछ रंग उच्च मात्रा वाले ग्राहकों को इंगित करते हैं।



3. इन्वेंट्री-मैनेजमेंट सिस्टम स्थापित करें। आदर्श रूप से, किसी भी वस्तु के किसी भी मूवमेंट को समय, उत्पाद की स्थिति और उत्पाद कोड सहित सभी प्रासंगिक जानकारी के साथ दर्ज किया जाना चाहिए। एक प्रभावी प्रबंधन प्रणाली को आरएफआईडी टैग या बारकोड के उपयोग के माध्यम से एक इन्वेंट्री-मैनेजमेंट-सॉफ्टवेयर प्रोग्राम से जोड़ा जा सकता है। सुनिश्चित करें कि आपके सभी कर्मचारी इस प्रणाली के उपयोग में पूरी तरह प्रशिक्षित हैं।

- कुछ मामलों में इस प्रणाली को समग्र कंपनी नीति का पालन करना होगा। इस नीति को सीखना सुनिश्चित करें ताकि आप इसे वेयरहाउस संचालन में सही ढंग से लागू कर सकें।



4. नियमित रूप से भंडारण क्षेत्रों का एक दृश्य निरीक्षण करें। चारों ओर चले और सुनिश्चित करें कि भंडारण क्षेत्रों को बड़े करीने से बनाए रखा गया है और उपयुक्त उत्पाद शामिल हैं।

- माल भंडारण के लिए केवल निर्दिष्ट क्षेत्रों का उपयोग करें। सुनिश्चित करें कि कुछ कर्मचारियों ने इन क्षेत्रों को स्पष्ट रूप से चिह्नित किया है और चिह्नों के अनुसार केवल निर्दिष्ट वस्तुओं का भंडारण कर रहे हैं।

- क्षति के लिए पैलेट्स की जांच करें, और सुनिश्चित करें कि कर्मचारियों को पता है कि स्थिरता के लिए पैलेट को ठीक से कैसे लोड किया जाए।
- निरीक्षण की तिथियां और आपको जो भी नुकसान मिले रिकॉर्ड करें। मरम्मत की प्रक्रिया शुरू करें या आवश्यकतानुसार वस्तुओं को त्यागें।



5. प्रमुख कर्मचारियों के साथ नियमित रूप से मिलें। ऊपरी स्तर के महत्वपूर्ण कर्मचारियों के साथ मासिक या साप्ताहिक बैठकें आयोजित करें। इनमें वेयरहाउस इन्वेंट्री, भंडारण और क्रय के प्रबंधक और पर्यवेक्षक शामिल हैं।

- नए विचारों, बेहतर प्रक्रियाओं, उपकरण प्रतिस्थापन, बजट, कर्मचारियों की पदोन्नति, सिफारिशों और अन्य सभी काम से संबंधित विषयों पर चर्चा करें।
- क्षतिग्रस्त माल से संबंधित प्रश्न पूछें या विक्रेताओं, मूल्य निर्धारण, गुणवत्ता, या माल की उपलब्धता से संबंधित चिंताओं को दूर करें।



6. आवश्यक होने पर परिवर्तन करें। वेयरहाउस को सुचारू रूप से चलाने के लिए, आपको उत्पाद भंडारण या उत्पाद मूवमेंट प्रक्रियाओं में बदलाव करना पड़ सकता है। भंडारण क्षेत्रों और प्रत्येक व्यक्तिगत प्रक्रिया का आकलन करने के लिए हर छह महीने में समय निकालें। उन क्षेत्रों पर ध्यान दें जहां आप सुधार कर सकते हैं।

अंश 4

वितरण की समीक्षा करना और संचालन करना



1. ट्रकों और ड्राइवरों को अपने वेयरहाउस से और यहां तक कि माल ले जाने के लिए समन्वय करें ताकि प्रत्येक फंक्शन सुचारू रूप से चले। ट्रकों का आगमन और प्रस्थान करना आपके लोडिंग डॉक के कुशल उपयोग को बढ़ावा देता है। यदि आप विशेष रूप से डिज़ाइन किए गए सॉफ्टवेयर पैकेज का उपयोग करते हैं तो यह आसान है। इसका मतलब यह नहीं है कि तुरंत एक पूर्ण-सेवा कार्यक्रम में खरीदारी की जाए। आपको एक प्रोग्राम खोजने में सक्षम होना चाहिए जो सिर्फ डिलीवरी और शिपिंग समन्वय को संभालता है। प्रोग्राम चुनने से पहले फ्री-ट्रायल ऑफर का उपयोग करें।

- लोडिंग और अनलोडिंग को समन्वित करने का मतलब है कि ट्रकों के आगमन और प्रस्थान को इस तरह से निर्धारित करने की कोशिश करना कि उन्हें अन्य ट्रकों को लोड या अनलोड किए जाने के लिए इंतजार नहीं करना पड़ेगा। सुनिश्चित करें कि आपके डॉक का लगातार उपयोग किया जा रहा है और उपलब्ध स्थानों की तुलना में कभी भी अधिक ट्रक मौजूद नहीं हैं।
- आपको आगमन को सीमित करने पर भी ध्यान केंद्रित करना चाहिए ताकि आपकी अनलोडिंग टीम के पास पहुंचने से पहले पर्याप्त सामानों को अनपैक और सॉर्ट करने का पर्याप्त समय हो। यदि वे इससे अधिक तेजी से आते हैं, तो यह एक "अडचन" बनाता है जो कर्मचारियों की तनाव और हताशा का उल्लेख नहीं करने के लिए महंगी अक्षमताओं की ओर जाता है।



2. कर्मचारी शेड्यूल व्यवस्थित करें ताकि ट्रकों को लोड करने और उतारने के लिए पर्याप्त हैंडलर उपलब्ध हों। इसके लिए बड़े शिपमेंट के लिए अतिरिक्त कर्मचारियों के उपस्थित होने की योजना की आवश्यकता हो सकती है।



3. अपनी प्राप्त करने की प्रक्रिया व्यवस्थित करें। प्राप्त किए गए माल के साथ चालान की तुलना करने और आगमन के बाद माल की स्थिति की जांच करने के लिए प्रत्येक शिफ्ट में पर्याप्त व्यापारिक चेकर्स और रिसेवर को असाइन करें। सुनिश्चित करें कि आपके कर्मचारी को पता है कि क्षतिग्रस्त शिपमेंट के साथ क्या करना है। सुनिश्चित करें कि प्राप्त उत्पादों को प्राप्त लदान के बीच विसंगतियों से बचने के लिए जल्दी से आश्रय किया गया है और वास्तव में अलमारियों पर क्या है।

- अपनी प्राप्त टीम को काम करने के लिए पर्याप्त स्थान दें। यह सुनिश्चित करता है कि हाल ही में प्राप्त उत्पादों को मौजूदा उत्पाद के साथ मिश्रित नहीं किया गया है।



4. शिपमेंट गुणवत्ता को नियंत्रित करें। वेयरहाउस छोड़ने से पहले उत्पादों की गुणवत्ता की जांच करने के लिए नियंत्रण लागू करें। एक ऐसी व्यवस्था व्यवस्थित करें कि वेयरहाउस से निकलने से पहले दोषपूर्ण या गलत तरीके से पैक की गई वस्तुओं की जांच की जाए और उन्हें शिपमेंट से हटाया जाए। इससे महंगे रिटर्न को रोकने में मदद मिल सकती है।

- एक अनुभवी कर्मचारी रखें जिसे आप गुणवत्ता नियंत्रण के प्रभारी पर भरोसा करते हैं। उनका अनुभव आपके वेयरहाउस को अच्छी रकम बचा सकता है।

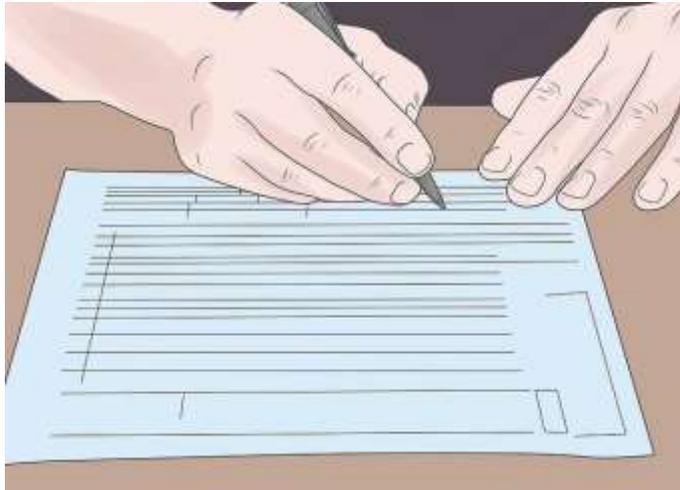


5. अपने शिपमेंट को ट्रैक करें। आपके ग्राहक जानना चाहेंगे कि उनके उत्पाद कहां हैं और कब पहुंचेंगे। यह आपको लापता पैकेज के साथ जल्दी से निपटने में भी मदद करेगा। शिपमेंट ट्रैकिंग को लागू करना सुनिश्चित करें जो भी शिपिंग सेवा आप उपयोग करते हैं, और सटीकता के लिए नियमित रूप से उनकी ट्रैकिंग की जांच करें।

होलसेल कैसे खरीदें

थोक मूल्यों पर लगभग कुछ भी खरीदने के अवसर हैं, चाहे आप रोजमर्रा के सामान या पुनर्विक्रय के लिए विशिष्ट उत्पाद खरीदना चाहते हों। एक बार जब आप अपनी खोज शुरू करते हैं, तो आप देखेंगे कि थोक खरीदे जाने के अवसर लगभग हर जगह मौजूद हैं। आरंभ करने की प्रक्रिया आसान है और थोक विक्रेताओं की आपकी संपर्क सूची जल्दी से बढ़ेगी।

कदम



1. अपने आवश्यक कर दस्तावेज़ और लाइसेंस प्राप्त करें। ज्यादातर राज्यों में, आपको कर आईडी और / या लाइसेंस प्राप्त करने की आवश्यकता होगी क्योंकि आपके द्वारा खरीदे जा रहे थोक उत्पादों पर अभी तक कर नहीं लगाया जाता है। इससे पहले कि आप सर्वश्रेष्ठ थोक सौदे की तलाश शुरू करें, निम्नलिखित प्राप्त करने का प्रयास करें ताकि आप कानूनी के बारे में चिंता करना छोड़ दें और पैसा बनाने के बारे में गंभीर हो सकें:

- आईआरएस से एक संघीय कर्मचारी आईडी नंबर प्राप्त करें। आवेदन पत्र irs.gov वेबसाइट पर ऑनलाइन उपलब्ध है। आप इस परमिट को एक व्यवसाय के एकमात्र मालिक के रूप में प्राप्त करने के लिए पात्र हैं।
- अपने निवास पर लागू एक संघीय और राज्य कर आईडी नंबर प्राप्त करें। पहले संघीय आईडी का अनुरोध करें, क्योंकि राज्य कर आईडी को सुरक्षित करने के लिए आपको इसकी आवश्यकता हो सकती है। बाद में, अपने राज्य के राजस्व विभाग के लिए इंटरनेट खोजें, जहाँ वे आपको सही विभाग में निर्देशित कर सकेंगे।
- आपको जिन आईडी नंबरों की ज़रूरत है, उन्हें सुरक्षित करने के बाद अपने राज्य से वेंडर के लाइसेंस के लिए आवेदन करें।



1. तय करें कि आप कितना खरीदना चाहते हैं। थोक में, वॉल्यूम बिल्कुल महत्वपूर्ण है। ऐसा इसलिए है क्योंकि जितना अधिक आप थोक खरीदने के लिए सहमत होंगे, यूनिट मूल्य उतना ही कम होगा। थोक में व्यापार को अक्सर "वॉल्यूम-केंद्रित" कहा जाता है।

- इन्वेंट्री की कमी के साथ अपनी आपूर्ति और वित्तीय जरूरतों को संतुलित करें। दूसरे शब्दों में, यह बहुत अच्छा है कि आपको 2,000 लैपटॉप कंप्यूटरों पर सौदा मिल गया है, लेकिन आप सुरक्षित रूप से उन्हें कहां स्टोर करने जा रहे हैं, जबकि आपके ऑर्डर काफी मुश्किल हैं?



2. अपने थोक आपूर्तिकर्ताओं को ढूँढ़ें और शोध करें। यदि आपको पता है कि कहां देखना है तो बहुत सारे थोक आपूर्तिकर्ता हैं। यहां कुछ सबसे लोकप्रिय स्थान हैं जहां लोग थोक सौदे चाहते हैं:

- पूरी तरह से इंटरनेट सर्च करें। खोज को स्थानीयकृत करने के लिए अपने ज़िप कोड के बाद आप जिस उत्पाद की तलाश कर रहे हैं, उसके आधार पर पहले खोजें। क्लासीफाइड, ऑनलाइन एसोसिएशन, और थोक निर्देशिकाओं पर ध्यान देते हुए अधिक स्थानीय डेटा के माध्यम से शोध करें।
- थोक व्यापार शो के लिए देखें। एक साधारण इंटरनेट खोज की तुलना में थोड़ा अधिक महंगा और शायद कम कुशल, व्यापार शो अच्छे सौदों (और बहुत टाल-मटोल नेटवर्किंग) के लिए बहरहाल भंडार हैं।
- ब्रांड निर्माताओं से पूछें। यदि ब्रांड निर्माता सीधे आपको नहीं बेच सकते हैं (वे आमतौर पर केवल बहुत अधिक मात्रा में बेचते हैं), तो आप उन्हें अन्य थोक विक्रेताओं या वितरकों के रेफरल के लिए पूछ सकते हैं।



2. सौदे खोजने के लिए नेटवर्क बनाएँ। उन अन्य लोगों के साथ बात करें, जिन्होंने थोक उत्पादों को सफलतापूर्वक खरीदा है और आपके संपर्कों की सूची को बढ़ाने के लिए सौदे किए हैं। जब तक वे आपको प्रत्यक्ष प्रतियोगिता के रूप में नहीं देखते हैं, वे अक्सर अपने सहयोगियों की जानकारी साझा करेंगे।



3. थोक मूल्य की पेशकश करने वाले पेशेवर समूहों में शामिल होने की जांच करें। ये समूह उद्योग प्रकाशनों या वेबसाइटों में सूचीबद्ध हो सकते हैं या जहां आप काम करते हैं उस कंपनी से संबद्ध हो सकते हैं। ऐसे संगठन अक्सर सदस्यों को छूट देते हैं।

- आप सोच सकते हैं कि पहुंच के लिए भुगतान करना एक मोटा लेनदेन है, लेकिन सदस्यता शुल्क इसके लायक है जब आप उस राशि का वजन करते हैं जो आप प्राप्त करते हैं।



4. अपने जोखिम पर थोक सूची खरीदें। थोक सूचियां वास्तव में वही हैं जो वे पसंद करते हैं - "विश्वसनीय" आपूर्तिकर्ताओं और वितरकों की सूची जो आप शुल्क के लिए उपयोग कर सकते हैं। इन सूचियों को सिद्धांत रूप में अच्छा लगता है, जब तक आपको एहसास नहीं होता कि वे कभी-कभी पुरानी और अक्सर पुरानी हैं। उनके लिए भुगतान किए बिना अपना पहला लीड खोजने की कोशिश करें।



5. एक नमूना इकाई के साथ शुरू करें। किसी चीज की 1,000 इकाइयों को रोकने की कोशिश करने के बजाय, पहले उसी चीज की 20 इकाइयों को बेचने का प्रयास करें। थोक आपूर्तिकर्ताओं के बहुत सारे आप अभी भी रियायती कीमतों पर नमूना या परीक्षण इकाइयों को खरीदने देंगे। यह आपको वास्तविक परिस्थितियों में अपने दम पर इकाइयों को बेचने की कोशिश करने के लिए मार्ग देता है। यदि आइटम नहीं बिकते हैं, तो आपने खुद को एक बड़ी आपदा से बचाया है। यदि वे गर्म केक की तरह बेचते हैं, तो फिर से उठना आसान होगा, और आप अपनी क्षमता से बाहर लाल रहने के लिए आश्वस्त हो सकते हैं।



6. पर्क के लिए पूछने से डरे नहीं। पर्क से दुनिया घूमती है, और थोक दुनिया अलग नहीं है। किसी भी आदेश पर प्रारंभिक छूट के लिए पूछें जो आप संभवतः थोक आपूर्तिकर्ताओं के साथ करते हैं; भयंकर बाजारों से आपूर्तिकर्ताओं को आपके व्यवसाय के लिए प्रतिस्पर्धा करने का मौका मिलेगा, जिससे शुरुआती ऑर्डर छूट की सराहना की जाएगी, और एक समझदार व्यवसाय बूट के लिए आगे बढ़ेगा।

- ईमेल सदस्यता के लिए साइन अप करें, जहां छूट और नज़दीकी वस्तुओं का उल्लेख किया जा सकता है। हालांकि, यह पूछना सुनिश्चित करें कि ये आइटम छूट पर हैं या बंद किए जा रहे हैं। यदि वे बंद हो रहे हैं क्योंकि वे बस नहीं बिकते हैं, तो यह एक टन इकाइयों को खरीदने के लिए एक बढ़िया कदम नहीं हो सकता है।



7. इस बात पर ध्यान दें कि आप अपनी वस्तुओं को कैसे शिप करेंगे। जब तक आपके पास अपने थोक व्यापारी के ऊपर तेजी से बढ़ते एक फ्रेट व्यवसाय नहीं है, तब तक आपको अपनी इन्वेंट्री पर इकाइयों को शिप करने का तरीका खोजने की आवश्यकता नहीं है। जब आप करते हैं, तो माल व्यवसाय में विश्वसनीय नामों के साथ रहना; आपको भरोसेमंद सेवा के लिए कुछ अतिरिक्त रुपये का भुगतान करना समीचीन होगा।



8. किसी भी आदेश को अंतिम रूप देने से पहले अंत में, अपना उचित परिश्रम करें। वापसी नीति को स्पष्ट करें, प्रसंस्करण समय को मजबूत करें, और किसी भी छूट का लाभ उठाएं। फिर, मूल्य निर्धारण शर्तों पर बातचीत करने से डरें नहीं, खासकर यदि आप कहीं और बेहतर सौदा पाते हैं। जानिए कब डिलीवरी की उम्मीद करें। यदि आप इकाइयों को \$ 50,000 से अधिक का ऑर्डर दे रहे हैं, तो अनुबंध पर हस्ताक्षर करने और उसे अंतिम बनाने से पहले समीक्षा करने के लिए एक वकील से परामर्श करें।

इन्वेंट्री

इन्वेंट्री (अमेरिकी अंग्रेजी) या स्टॉक (ब्रिटिश अंग्रेजी) माल और सामग्री है जो एक व्यवसाय अंतिम लक्ष्यों के लिए पुनर्विक्रय (या मरम्मत) का उद्देश्य रखता है।



इलेक्ट्रानिक्स इन्वेंट्री।

इन्वेंट्री प्रबंधन मुख्य रूप से स्टॉक किए गए माल के आकार और स्थान को निर्दिष्ट करने के बारे में एक अनुशासन है। यह एक सुविधा के भीतर या आपूर्ति नेटवर्क के कई स्थानों के भीतर और सामग्री के उत्पादन और स्टॉक के नियमित और नियोजित पाठ्यक्रम से पहले आवश्यक है।

इन्वेंट्री, स्टॉक या कार्य-प्रक्रिया की अवधारणा को निर्माण प्रणालियों से सेवा व्यवसायों और परियोजनाओं तक विस्तारित किया गया है, परिभाषा को सामान्य करके "उत्पादन की प्रक्रिया के भीतर सभी काम- उत्पादन के पूरा होने से पहले होने वाले सभी काम"। एक निर्माण उत्पादन प्रणाली के संदर्भ में, इन्वेंट्री से तात्पर्य उन सभी कार्यों से है, जो - कच्चे माल, आंशिक रूप से तैयार उत्पाद, बिक्री से पहले तैयार उत्पाद और विनिर्माण प्रणाली से प्रस्थान। सेवाओं के संदर्भ में, इन्वेंट्री बिक्री से पहले किए गए सभी कार्यों को संदर्भित करती है, जिसमें आंशिक रूप से प्रक्रिया की जानकारी भी शामिल है।

परिभाषा

इन्वेंट्री प्रबंधन का दायरा पुनःपूर्ति लीड समय, इन्वेंट्री, एसेट मैनेजमेंट, इन्वेंट्री फोरकास्टिंग, इन्वेंट्री वैल्यूएशन, इन्वेंट्री विजिविलिटी, फ्यूचर इन्वेंट्री प्राइस फोरकास्टिंग, फिजिकल इन्वेंट्री, उपलब्ध भौतिक स्थान, गुणवत्ता प्रबंधन, पुनःपूर्ति, रिटर्न और दोषयुक्त सामान, और मांग पूर्वानुमान के बीच संतुलन की चिंता करता है। इन प्रतिस्पर्धी आवश्यकताओं को संतुलित करने से इष्टतम इन्वेंट्री स्तर होता है, जो कि एक सतत प्रक्रिया है क्योंकि व्यवसाय को व्यापक वातावरण में बदलाव और प्रतिक्रिया की आवश्यकता होती है।

इन्वेंट्री प्रबंधन में ऑर्डर करने, शिपिंग, हैंडलिंग और संबंधित लागतों को चेक में रखा जाता है, जबकि एक उचित माल वर्गीकरण को प्राप्त करने और बनाए रखने की मांग करने वाला एक रिटेलर शामिल होता है। इसमें सिस्टम और प्रक्रियाएं भी शामिल हैं जो इन्वेंट्री आवश्यकताओं की पहचान करते हैं, लक्ष्य निर्धारित करते हैं, पुनःपूर्ति तकनीक प्रदान करते हैं, वास्तविक और अनुमानित इन्वेंट्री स्थिति की रिपोर्ट करते हैं और सामग्री के ट्रेकिंग और प्रबंधन से संबंधित सभी कार्यों को संभालते हैं। इसमें स्टॉकरूम स्थानों से बाहर और अंदर जाने वाली सामग्री की निगरानी और इन्वेंट्री बैलेंस के सामंजस्य को शामिल किया जाएगा। इसमें एबीसी विश्लेषण, बहुत ट्रेकिंग, चक्र गणना समर्थन आदि शामिल हो सकते हैं। भौतिक वितरण प्रणाली के भीतर स्टॉक का स्तर निर्धारित / नियंत्रित करने के प्राथमिक उद्देश्य के साथ आविष्कारों का प्रबंधन, स्टॉक होल्डिंग को कम करने और लागतों को संभालने की आवश्यकता के खिलाफ उत्पाद उपलब्धता की आवश्यकता को संतुलित करने के लिए कार्य करता है।

व्यापार इन्वेंट्री

स्टॉक रखने के कारण

इन्वेंट्री रखने के पांच बुनियादी कारण हैं

1. समय - हर चरण में आपूर्तिकर्ता से उपयोगकर्ता तक आपूर्ति श्रृंखला में मौजूद समय अंतराल, आपको इस लीड समय में उपयोग करने के लिए कुछ मात्रा में इन्वेंट्री बनाए रखने की आवश्यकता होती है। हालांकि, व्यवहार में, इन्वेंट्री को लीड समय में विविधताओं के दौरान खपत के लिए बनाए रखा जाना है। लीड समय को पहले ही कई दिनों के लिए आदेश देकर संबोधित किया जा सकता है।
2. मौसमी मांग: मांग समय-समय पर बदलती रहती है, लेकिन उत्पादकों की क्षमता तय होती है। यह स्टॉक संचय को जन्म दे सकता है, उदाहरण के लिए विचार करें कि केवल छुट्टियों में उपभोग किए जाने वाले सामान भविष्य के उपभोग की प्रत्याशा पर बड़े स्टॉक के संचय का कारण बन सकते हैं।
3. अनिश्चितता - माल की मांग, आपूर्ति और मूवमेंट में अनिश्चितताओं को पूरा करने के लिए इन्वेंट्री को बफर के रूप में रखा जाता है।
4. पैमाने की अर्थव्यवस्थाएं - "एक इकाई की आदर्श स्थिति एक समय में एक जगह पर जहां एक उपयोगकर्ता को इसकी आवश्यकता होती है, जब उसे इसकी आवश्यकता होती है" सिद्धांत रसद के मामले में बहुत सारी लागतों को उठाना पड़ता है। तो थोक खरीद, मूवमेंट और भंडारण पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं में लाता है, इस प्रकार इन्वेंट्री।
5. मूल्य में प्रशंसा - कुछ स्थितियों में, कुछ स्टॉक आवश्यक मूल्य प्राप्त करते हैं जब इसे उपभोग के लिए वांछित मानक तक पहुंचने के लिए या उत्पादन के लिए कुछ समय के लिए रखा जाता है। उदाहरण के लिए; शराब बनाने वाले उद्योग में बीयर।

ये सभी स्टॉक कारण किसी भी मालिक या उत्पाद पर लागू हो सकते हैं।

इन्वेंट्री प्रबंधन से निपटने में प्रयुक्त विशेष शब्दावली

- *स्टॉक कीपिंग यूनिट* (एसकेयू) एसकेयू स्पष्ट, आंतरिक पहचान संख्याएं हैं जो प्रत्येक उत्पाद और उनके वेरिएंट को सौंपी जाती हैं। एसकेयू तब तक चुने गए अक्षरों और संख्याओं का कोई भी संयोजन हो सकता है, जब तक कि इन्वेंट्री में सभी उत्पादों के लिए सिस्टम सुसंगत और उपयोग किया जाता है।
- *स्टॉकआउट का मतलब है एक एसकेयू की इन्वेंट्री से बाहर निकलना।*
- "नया पुराना स्टॉक" (कभी-कभी संक्षिप्त रूप में एनओएस) व्यापार में प्रयुक्त एक शब्द है जिसका उल्लेख विक्री के लिए पेश किए जाने वाले माल के लिए किया जाता है जो बहुत पहले निर्मित किया गया था लेकिन इसका कभी भी उपयोग नहीं किया गया है। इस तरह के माल का उत्पादन अब नहीं किया जा सकता है, और नया पुराना स्टॉक वर्तमान समय में किसी विशेष आइटम के एकमात्र बाजार स्रोत का प्रतिनिधित्व कर सकता है।

टाइपोलॉजी

1. बफर / सुरक्षा भण्डार
2. स्तर पुनः क्रमित करें।

3. साइकिल स्टॉक (बैच प्रक्रियाओं में उपयोग किया जाता है, यह बफर स्टॉक को छोड़कर, उपलब्ध इन्वेंट्री है)
4. डी-कपलिंग (एक प्रक्रिया में मशीनों के बीच रखा बफर स्टॉक, जो एक ही प्रक्रिया में पिछली या अगली मशीन की प्रतीक्षा करने के बजाय काम के सहज प्रवाह की अनुमति देने वाले अगले बफर के रूप में कार्य करता है)
5. प्रत्याशा स्टॉक (बढ़ी हुई मांग की अवधि के लिए अतिरिक्त स्टॉक का निर्माण - जैसे गर्मियों के लिए आइसक्रीम)
6. पाइपलाइन स्टॉक (माल अभी भी पारगमन या वितरण की प्रक्रिया में - कारखाने छोड़ दिया है, लेकिन अभी तक ग्राहक तक नहीं पहुंचा है)

औसत दैनिक / साप्ताहिक उपयोग मात्रा एक्स लीड दिनों में समय + सुरक्षा स्टॉक

इन्वेंट्री उदाहरण

जबकि लेखाकार अक्सर बिक्री के लिए माल के संदर्भ में इन्वेंट्री पर चर्चा करते हैं, संगठन - निर्माता, सेवा-प्रदाता और लाभ के लिए नहीं - उनके पास इन्वेंट्री (फिक्स्चर, फर्नीचर, आपूर्ति, आदि) भी हैं जो वे बेचने का इरादा नहीं रखते हैं। 'मैनुफैक्चरर्स', 'डिस्ट्रिब्यूटर्स' और 'होलसेलर्स इन्वेंट्री' वेयरहाउस में क्लस्टर के लिए जाते हैं। खुदरा विक्रेताओं की सूची वेयरहाउस में या ग्राहकों के लिए सुलभ दुकान या स्टोर में मौजूद हो सकती है। ग्राहकों को बिक्री के लिए अभिप्रेत वस्तुएं किसी भी परिसर में उपयोग नहीं की जा सकती हैं जो संगठन उपयोग करता है। स्टॉक नकदी को जोड़ता है और, अगर अनियंत्रित है, तो स्टॉक के वास्तविक स्तर को जानना असंभव होगा और इसलिए उन्हें नियंत्रित करना असंभव होगा।

हालांकि स्टॉक रखने के कारणों को पहले कवर किया गया था, अधिकांश विनिर्माण संगठन आमतौर पर अपने "माल बिक्री के लिए" इन्वेंट्री में विभाजित करते हैं:

- कच्चे माल - उत्पाद बनाने में उपयोग के लिए निर्धारित सामग्री और घटक।
- काम में प्रक्रिया, विप - सामग्री और घटक जो तैयार माल के लिए अपने परिवर्तन की शुरुआत कर चुके हैं।
- तैयार माल - ग्राहकों को बिक्री के लिए तैयार माल।
- पुनर्विक्रय के लिए सामान - लौटाया गया माल जो बिक्री योग्य हो।
- स्टॉक पारगमन में।
- प्रेषण स्टॉक।
- रखरखाव की आपूर्ति।

उदाहरण के लिए:

- विनिर्माण

डिब्बाबंद खाद्य निर्माता की सामग्री इन्वेंट्री में डिब्बाबंद, खाली डिब्बे और उनके ढक्कन (या उन घटकों के निर्माण के लिए स्टील या एल्यूमीनियम के कॉइल), लेबल और कुछ और बनाने के लिए खाद्य पदार्थ बनाने की सामग्री शामिल है (मिलाप, गोंद, आदि) यह एक समाप्त कैन का हिस्सा बन जाएगा। फर्म की कार्य प्रक्रिया में उन सामग्रियों को शामिल किया गया है जो रिलीज होने के समय से लेकर कार्य तल तक थोक और खुदरा ग्राहकों के लिए बिक्री के लिए तैयार हो जाती हैं। यह तैयार किए गए भोजन के बैट्स हो सकते हैं, भरे हुए डिब्बे अभी तक खाद्य घटकों के लेबल या उप-असेंबली नहीं हैं। इसमें समाप्त डिब्बे भी शामिल हो सकते हैं जो अभी तक डिब्बों या पैलेटों में पैक नहीं किए गए हैं। इसकी समाप्त अच्छी इन्वेंट्री में अपने वेयरहाउस में भोजन के सभी भरे हुए और लेबल वाले डिब्बे होते हैं जो उसने निर्मित किए हैं और खाद्य वितरकों को, किराने की दुकानों (खुदरा विक्रेताओं) को बेचने की इच्छा रखते हैं, और शायद कारखाने के स्टोर और आउटलेट केंद्रों जैसी व्यवस्थाओं के माध्यम से भी।

- कैपिटल प्रोजेक्ट्स

आंशिक रूप से पूर्ण किया गया कार्य (या वर्क इन प्रोसेस) एक पूंजी परियोजना के कार्य निष्पादन के दौरान निर्मित इन्वेंट्री का एक उपाय है, जैसे कि सिविलियन इन्फ्रास्ट्रक्चर निर्माण या तेल और गैस में सामना किया गया। इन्वेंट्री न केवल भौतिक वस्तुओं (जैसे सामग्री, भागों, आंशिक रूप से समाप्त उप-असेंबली) को प्रतिबिंबित कर सकती है, बल्कि ज्ञान-कार्य-प्रक्रिया (जैसे घटकों और असेंबली के आंशिक रूप से पूर्ण इंजीनियरिंग डिजाइनों को गढ़ने के लिए) भी हो सकती है।

- वर्चुअल इन्वेंट्री

एक "वर्चुअल इन्वेंट्री" (जिसे "बैंक इन्वेंट्री" के रूप में भी जाना जाता है) उपयोगकर्ताओं के एक समूह को साझा करने में सक्षम बनाता है, विशेष रूप से जहां कम सूचना पर उनकी उपलब्धता महत्वपूर्ण हो सकती है, लेकिन किसी एक समय में कुछ बैंक सदस्यों से अधिक के लिए आवश्यक होने की संभावना नहीं है।

इन्वेंट्री के साथ जुड़े लागत

इन्वेंट्री से जुड़ी कई लागतें हैं:

- आदेश लागत
- सेटअप लागत
- होल्लिंग लागत
- शॉर्टिज लागत

उच्च-स्तरीय इन्वेंट्री प्रबंधन

ऐसा लगता है कि 1880 के आसपास प्रक्रियाओं और उत्पादों में अभूतपूर्व विविधता के साथ शैतिज रूप से एकीकृत कंपनियों के लिए उत्पादों की अपेक्षाकृत सजातीय लाइनों वाली कंपनियों से विनिर्माण अभ्यास में बदलाव आया था। उन कंपनियों (विशेष रूप से धातु में) ने गुंजाइश की अर्थव्यवस्थाओं के माध्यम से सफलता प्राप्त करने का प्रयास किया - संयुक्त रूप से एक सुविधा में दो या दो से अधिक उत्पादों का उत्पादन। प्रबंधकों को अब उत्पाद के प्रभाव के बारे में जानकारी की आवश्यकता थी, समग्र लाभ पर निर्णय निर्णय और इसलिए सटीक उत्पाद-लागत जानकारी की आवश्यकता थी। इसको प्राप्त करने के लिए कई तरह के प्रयास उस समय के सूचना प्रसंस्करण के भारी माथे के कारण असफल रहे। हालांकि, 1900 के बाद वित्तीय रिपोर्टिंग के लिए तेजी से बढ़ने की जरूरत स्टॉक के वित्तीय लेखांकन के लिए अपरिहार्य दबाव बनाया गया और प्रबंधन को उत्पादों के प्रबंधन की लागत की जरूरत पड़ गई। विशेष रूप से, यह लेखा परीक्षित खातों की आवश्यकता थी जो प्रबंधकीय लागत लेखांकन के भाग्य को सील कर देते थे। प्रबंधन लेखांकन पर वित्तीय रिपोर्टिंग लेखांकन का प्रभुत्व आज तक कुछ अपवादों के साथ बना हुआ है, और 'लागत' की वित्तीय रिपोर्टिंग परिभाषाओं ने उस समय से प्रभावी प्रबंधन लागत 'लेखांकन' को विकृत कर दिया है। यह इन्वेंट्री का विशेष रूप से सच है।

इसलिए, उच्च-स्तरीय वित्तीय इन्वेंट्री में ये दो मूल सूत्र हैं, जो लेखांकन अवधि से संबंधित हैं:

1. अवधि की शुरुआत में इन्वेंट्री की लागत + अवधि के भीतर इन्वेंट्री खरीद + अवधि के भीतर उत्पादन की लागत = उपलब्ध सामानों की लागत
2. उपलब्ध माल की लागत - अवधि के अंत में इन्वेंट्री को समाप्त करने की लागत = बेची गई वस्तुओं की लागत

इन फार्मुलों का लाभ यह है कि पहले उत्पादन के सभी ओवरहेड्स और कच्चे माल की लागत को रिपोर्ट करने के लिए इन्वेंट्री के मूल्य में अवशोषित कर लेता है। दूसरा सूत्र फिर अगली अवधि के लिए नया स्टार्ट पॉइंट बनाता है और बिक्री मूल्य से घटाकर बिक्री के मार्जिन का आंकड़ा निर्धारित करता है।

विनिर्माण प्रबंधन इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात या इन्वेंट्री बेचने के लिए औसत दिनों में अधिक रुचि रखता है क्योंकि यह उन्हें सापेक्ष इन्वेंट्री स्तरों के बारे में कुछ बताता है।

$$\text{इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात (जिसे इन्वेंट्री टर्न के रूप में भी जाना जाता है)} = \frac{\text{बेचे गए सामानों की लागत} / \text{औसत इन्वेंट्री}}{\text{माल की लागत} / ((\text{शुरुआती इन्वेंट्री} + \text{अंतिम इन्वेंट्री}) / 2)}$$

और इसका उलटा

$$\text{इन्वेंट्री बेचने के लिए औसत दिन} = \frac{\text{वर्ष में दिन की संख्या}}{\text{इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात}} = \frac{\text{वर्ष में 365 दिन}}{\text{इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात}}$$

यह अनुपात अनुमान लगाता है कि एक वर्ष में इन्वेंट्री कितनी बार बदल जाती है। यह संख्या बताती है कि प्रक्रिया के इंतजार में कितना कैश / माल बंधा हुआ है और यह प्रक्रिया की विश्वसनीयता और प्रभावशीलता का एक महत्वपूर्ण उपाय है। इसलिए दो इन्वेंट्री टर्न वाले कारखाने में छह महीने का स्टॉक होता है, जो आम तौर पर एक अच्छा आंकड़ा नहीं है (उद्योग पर निर्भर करता है), जबकि एक कारखाना जो छह मोड़ से बारह मोड़ तक जाता है, शायद 100% तक प्रभावशीलता में सुधार हुआ है। वित्तीय सुधार में इस सुधार के कुछ नकारात्मक परिणाम होंगे, क्योंकि कारखाने में अब संग्रहीत मूल्य को इन्वेंट्री के रूप में कम किया गया है।

जबकि इन्वेंट्री के इन लेखांकन उपायों को उनकी सादगी के कारण बहुत उपयोगी माना जाता है, वे अपनी स्वयं की मान्यताओं के खतरे से भी चिंतित हैं। वास्तव में, इतनी सारी चीजें जो सादगी के इस स्वरूप के तहत छिपी हो सकती हैं कि विभिन्न प्रकार की 'समायोजन' धारणाओं का उपयोग किया जा सकता है। इसमें शामिल है:

- विशिष्ट पहचान
- लागत या बाजार का नीचे आना
- भारत औसत लागत
- मूविंग-एवरेज कॉस्ट
- फीफो और लिफो।

इन्वेंट्री टर्न इन्वेंट्री के मूल्यांकन के लिए एक वित्तीय लेखांकन उपकरण है और यह जरूरी नहीं कि एक प्रबंधन उपकरण है। इन्वेंट्री प्रबंधन आगे के बारे में सोच कर होना चाहिए। लागू कार्यप्रणाली बेची गई वस्तुओं की ऐतिहासिक लागत पर आधारित है। अनुपात भविष्य की उत्पादन मांग की उपयोगिता और साथ ही ग्राहक की मांग को प्रतिबिंबित करने में सक्षम नहीं हो सकता है।

जस्ट इन टाइम (जेआईटी) इन्वेंट्री, वेंडर प्रबंधित इन्वेंट्री (वीएमआई) और ग्राहक प्रबंधित इन्वेंट्री (सीएमआई) सहित बिजनेस मॉडल, ऑन-हैंड इन्वेंट्री को कम करने और इन्वेंट्री टर्न बढ़ाने का प्रयास करता है। वीएमआई और सीएमआई ने तीसरे पक्ष के विक्रेताओं की सफलता के कारण काफी ध्यान आकर्षित किया है जो अतिरिक्त विशेषज्ञता और ज्ञान प्रदान करते हैं जो संगठनों के पास नहीं हो सकते हैं।

आधुनिक दिनों में इन्वेंट्री प्रबंधन ऑनलाइन उन्मुख और डिजिटल में अधिक व्यवहार्य है। इस प्रकार के डायनामिक्स ऑर्डर मैनेजमेंट के लिए एंड-टू-एंड विजिबिलिटी, पूर्ति प्रक्रियाओं के बीच सहयोग, विभिन्न कंपनियों के बीच रीयल-टाइम डेटा ऑटोमेशन और कई प्रणालियों के बीच एकीकरण की आवश्यकता होगी।

व्यथित इन्वेंट्री

व्यथित या एक्सपायर स्टॉक के रूप में भी जाना जाता है, व्यथित इन्वेंट्री वह इन्वेंट्री है जिसकी क्षमता सामान्य लागत पर बेची जाती है या जल्द ही पास हो जाएगी। कुछ उद्योगों में इसका मतलब यह भी हो सकता है कि स्टॉक है या जल्द ही बेचना असंभव हो जाएगा। व्यथित इन्वेंट्री के उदाहरणों में वे उत्पाद शामिल हैं जो अपनी समाप्ति तिथि तक पहुंच चुके हैं, या समाप्ति की तारीख से पहले पहुंच चुके हैं, जिस पर नियोजित बाजार अब उन्हें खरीद नहीं पाएंगे, जो कपड़े फैशन से बाहर हैं, संगीत जो अब लोकप्रिय और पुराने समाचार पत्र या पत्रिकाएं नहीं हैं। इसमें कंप्यूटर या उपभोक्ता-इलेक्ट्रॉनिक उपकरण भी शामिल हैं जो अप्रचलित या बंद हैं और जिनके निर्माता इसका समर्थन करने में असमर्थ हैं, साथ ही ऐसे उत्पादों का उपयोग करते हैं जो उस प्रकार के उपकरण जैसे वीडियो प्रारूप उपकरण और वीडियो का उपयोग करते हैं।

2001 में, सिस्को ने हुप्लिकेट ऑर्डर के कारण 2.25 बिलियन अमेरिकी डॉलर की इन्वेंट्री लिखी। इसे व्यावसायिक इतिहास में सबसे बड़ी इन्वेंट्री राइट-ऑफ में से एक माना जाता है।

शेयर बदलना

शेयर बदलना एक नियमित आधार पर इन्वेंट्री को प्रदर्शित करने के तरीके को बदलने का अभ्यास है। यह आमतौर पर आतिथ्य और खुदरा - विशेषता में उपयोग किया जाता है जहां खाद्य उत्पाद बेचे जाते हैं। उदाहरण के लिए, सुपरमार्केट के मामले में जो ग्राहक नियमित आधार पर फ्रीक्वेंसी करता है, ग्राहक को पता चल सकता है कि वे क्या चाहते हैं और यह कहाँ है। इसके परिणामस्वरूप कई ग्राहक सीधे उस उत्पाद पर जाते हैं जिसकी वे तलाश करते हैं और विक्री पर अन्य वस्तुओं को नहीं देखते हैं। इस अभ्यास को हतोत्साहित करने के लिए, स्टोर ग्राहकों को पूरे स्टोर को देखने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए स्टॉक के स्थान को घुमाएंगे। यह उम्मीद है कि ग्राहक उन वस्तुओं को उठाएगा जिन्हें वे सामान्य रूप से नहीं देखेंगे।

इन्वेंट्री कैसे रखें

इन्वेंट्री का प्रबंधन कई व्यवसायों में एक महत्वपूर्ण कार्य है। इन्वेंट्री में हाथ पर तैयार माल और सामग्रियों की कुल मात्रा और उन्हें गिनने की प्रक्रिया शामिल है। कई कंपनियों समय-समय पर इन्वेंट्री चेक करते हैं ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि वे लोकप्रिय वस्तुओं से बाहर नहीं निकलेंगे, जबकि अन्य भौतिक गिनती के साथ ऑर्डर किए गए सामानों की कुल मात्रा से मेल खाते हैं। यदि इस प्रक्रिया में अधिकता या कमी होती है, तो यह आपको एक समस्या के प्रति सचेत करेगा, जैसे कि गलत इन्वेंट्री ट्रेकिंग या संभावित चोरी।

तरीका 1

स्टॉक लेवल सेट करना



1. इन्वेंट्री की चार श्रेणियों को जानें। आपकी इन्वेंट्री में आपके व्यवसाय को चलाने और अपनी सेवा प्रदान करने या अपने उत्पादों का उत्पादन करने के लिए आपके द्वारा उपयोग की जाने वाली सभी चीजें शामिल हैं। इन्वेंट्री को चार श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है। इन्वेंट्री का प्रकार यह निर्धारित करता है कि आपको इसका कितना हाथ पर रखना चाहिए।

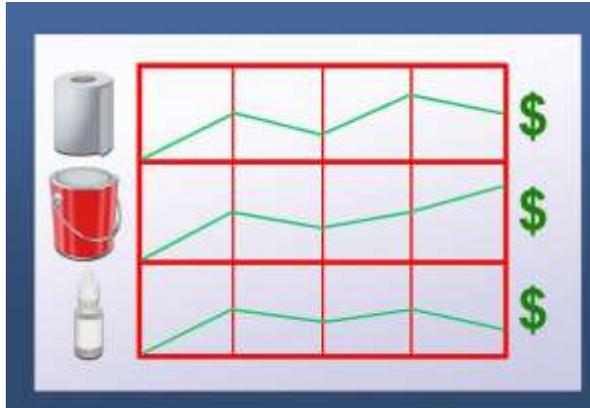
- कच्चे माल और घटक आइटम हैं जो आप उत्पादों का उत्पादन करने के लिए उपयोग करते हैं।
- कार्य प्रगति पर आपके माल का स्टॉक है जो उत्पादन के बीच में है। वे अधूरे हैं।
- तैयार माल आपके तैयार उत्पाद हैं जो बेचे जाने के लिए तैयार हैं।
- उपभोग्य सामग्री वे हैं जो आप अपने व्यवसाय को चलाने के लिए उपयोग करते हैं, जैसे कार्यालय की आपूर्ति या ईंधन।



2. इन्वेंट्री को रखने के फायदे और नुकसान को समझें। आप हाथ पर स्टॉक की छोटी मात्रा रखना चुन सकते हैं और इसे आवश्यकतानुसार वितरित कर सकते हैं। वैकल्पिक रूप से, आप बहुत सारे स्टॉक को हाथ में रखना चुन सकते हैं और स्टोर कर सकते हैं जो आप वर्तमान में उपयोग नहीं कर रहे हैं। प्रत्येक विधि के फायदे और नुकसान हैं।

- हाथ पर बहुत कम या कोई स्टॉक नहीं रखने से आपको स्टोरेज लागत में पैसा बचता है और आपको हमेशा अप-टू-डेट घटकों का उपयोग करने की अनुमति मिलती है। हालांकि, आपके पास विश्वसनीय आपूर्तिकर्ता होने चाहिए, और आप उत्पादन के बीच में सामग्री खत्म होने का जोखिम भी उठाते हैं। इसका मतलब यह भी है कि आपकी लागतें नवीनतम कीमतों से संबंधित हैं, क्योंकि प्रत्येक खरीद वर्तमान मूल्य को दर्शाती है और खरीदी गई इन्वेंट्री को जल्दी से उपयोग किया जाता है।

- बहुत सारे स्टॉक को हाथ में रखने का मतलब है कि आप थोक में सामग्री खरीदकर पैसे बचाने में सक्षम हो सकते हैं, और आपको कभी भी सामग्री खत्म होने के बारे में चिंता करने की ज़रूरत नहीं है। हालांकि, आपको भंडारण के लिए भुगतान करना पड़ सकता है, और उपयोग करने से पहले आइटम एक्सपायर हो सकते हैं या पुराने हो सकते हैं। यदि कीमत आपकी इन्वेंट्री के मूल्य से कम हो जाती है, तो आप मूल्य जोखिम भी मानते हैं (लेकिन लाभ कमाते हैं अगर कीमतों में वृद्धि होती है)।



3. इन्वेंट्री रखने की लागत को समझें। इष्टतम स्टॉक स्तर का निर्धारण भंडारण और क्रय स्टॉक से जुड़ी विभिन्न लागतों को संतुलित करता है। इन्वेंट्री की लागत में क्रय लागत, ढुलाई लागत और स्टॉक आउट लागत शामिल हैं।

- ऑर्डर करने की लागत में परिवहन के लिए भुगतान करना, कर्मचारियों को प्राप्त करने के लिए भुगतान करना, सामग्री की गुणवत्ता को नियंत्रित करना और स्टोर करना और आवश्यक स्टाफ तैयार करना, ऑर्डर देना और ऑर्डर देने की प्रक्रिया का प्रबंधन करना शामिल है।
- वहन करने की लागत में बाहरी सुविधाओं में भंडारण की लागत, बीमा, कर, पूंजीगत लागत और सामग्री को संभालने के लिए कर्मचारियों की लागत शामिल है।
- यदि सामग्रियां खत्म होती हैं तो स्टॉक आउट लागत उत्पादन में रुकावट को संदर्भित करती है।



4. जानें कि किस प्रकार का स्टॉक आपके स्टोर में कितना प्रभाव डालता है। आपके द्वारा रखे गए स्टॉक का स्तर स्टॉक के प्रकार के आधार पर भिन्न हो सकता है। प्रत्येक श्रेणी के लिए, अपने आपूर्तिकर्ताओं की विश्वसनीयता पर विचार करें। कीमत भी एक विचार है। कुछ सामग्रियों की कीमत में उतार-चढ़ाव होता है, और आपको थोक में कुछ सामग्री खरीदने के लिए छूट मिल सकती है।

- कच्चे माल के साथ, आपके आपूर्तिकर्ताओं की अनुसूची और विश्वसनीयता ड्राइव करती है कि आप कितना हाथ रखते हैं। आपके आपूर्तिकर्ता के साथ समस्या के मामले में सामग्री के वैकल्पिक स्रोतों का होना एक अच्छा विचार है। इसके अलावा, यदि सामग्री की कीमत में उतार-चढ़ाव होता है, तो आपको सर्वोत्तम कीमतों का लाभ उठाने के लिए समय पर खरीदारी करनी पड़ सकती है।
- प्रगति में काम का एक स्टॉक रखने से काम आ सकता है अगर उत्पादन में बाधा डालने वाले कच्चे माल की डिलीवरी में कोई समस्या हो।
- यदि आप बैचों में वस्तुओं का उत्पादन कर रहे हैं या आप एक बड़े ऑर्डर का उत्पादन कर रहे हैं, तो केवल तैयार उत्पादों की आपूर्ति हाथ पर रखें।
- उपभोज्य आपूर्ति के लिए स्टॉक का स्तर इस बात पर निर्भर करता है कि आप उनका उपयोग कैसे करते हैं, थोक में खरीद के लिए छूट और आपके आपूर्तिकर्ताओं की विश्वसनीयता।
- आपको यह भी जानना होगा कि अपने उत्पादों को ठीक से कैसे स्टोर किया जाए। उदाहरण के लिए, कुछ उत्पादों को एक विशिष्ट तापमान पर संग्रहीत करने की आवश्यकता हो सकती है, या इस तरह से संग्रहीत किया जाता है कि कर्मचारियों के लिए उन्हें चुनना, पैक करना और उन्हें आसानी से शिप करना आसान हो।



5. एक न्यूनतम स्तर निर्धारित करें। यह वह स्तर है जिसके नीचे हाथ पर स्टॉक कभी नहीं गिरना चाहिए। लीड समय इस स्तर को प्रभावित करता है। इसका मतलब है कि आपके द्वारा उपयोग किए गए स्टॉक को बदलने में कितना समय लगता है। इसके अलावा, खपत की दर न्यूनतम स्तर निर्धारित करती है। जानिए कि आप कितनी जल्दी सामग्रियों का उपयोग करते हैं और लीड समय में आप कितना उपयोग करेंगे।

- लीड समय उस समय की मात्रा है जिसे आपको इन्वेंट्री को फिर से भरने की आवश्यकता है। जब आप आदेश देते हैं और जब आप इसे प्राप्त करते हैं, तो यह दिनों की संख्या होती है।
- खपत की दर से तात्पर्य है कि आप किसी निर्दिष्ट समय सीमा में कितनी वस्तु का उपयोग करते हैं।
- उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आप एक कार्यालय चलाते हैं और आपको हाथ पर रखने के लिए मुद्रण कागज की न्यूनतम संख्या निर्धारित करने की आवश्यकता है।
- आप जानते हैं कि आपका सप्लायर पांच व्यावसायिक दिनों के भीतर आपको कागज का ऑर्डर दे सकता है। यह आपका लीड समय है।
- इसके अलावा, आप जानते हैं कि कार्यालय प्रति दिन औसतन तीन बार पेपर का उपयोग करता है। यह आपके उपभोग की दर है।

- चूंकि आप जानते हैं कि आपका लीड समय पांच दिन है, इसलिए आपको कभी भी पेपर की अपनी इन्वेंट्री को पेपर के पांच दिनों के मूल्य से नीचे नहीं आने देना चाहिए। यदि आपका कार्यालय प्रति दिन कागज के तीन रीम्स का उपयोग करता है, तो पांच-दिवसीय आपूर्ति कागज के 15 रीम्स की होगी।
- आपका न्यूनतम स्टॉक स्तर कागज का 15 रीम्स है।



6. एक री-ऑर्डरिंग स्तर निर्धारित करें। यह वह स्तर है जिस पर स्टॉक को फिर से ऑर्डर करने का समय है। यह आमतौर पर अधिकतम और न्यूनतम स्तरों के बीच कहीं है। जब स्टॉक इस स्तर तक पहुंच जाता है, तो एक कर्मचारी सदस्य को एक खरीद की आवश्यकता शुरू करने की आवश्यकता होती है। यह ताजा सामग्रियों के साथ इन्वेंट्री को फिर से शुरू करने की प्रक्रिया शुरू करेगा।
- उपरोक्त उदाहरण का उपयोग करें, प्रतिस्थापन आदेश आरंभ करने से पहले कागज की आपूर्ति को न्यूनतम स्तर तक कम करना हमेशा सबसे अच्छा अभ्यास नहीं हो सकता है। किसी भी परिस्थिति में डिलीवरी में देरी हो सकती है, और आपके कार्यालय में कागज नहीं होगा।
 - एक री-ऑर्डरिंग स्तर निर्धारित करने के लिए, आप अपने आपूर्तिकर्ता की विश्वसनीयता पर विचार करेंगे। उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आप जानते हैं कि सर्दियों के महीनों के दौरान कुछ मौकों पर, खराब मौसम ने आपकी डिलीवरी में कुछ दिनों की देरी कर दी।
 - एक री-ऑर्डरिंग स्तर निर्धारित करने के लिए, आप अपने आपूर्तिकर्ता की विश्वसनीयता पर विचार करेंगे। उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आप जानते हैं कि सर्दियों के महीनों के दौरान कुछ मौकों पर, खराब मौसम ने आपकी डिलीवरी में कुछ दिनों की देरी कर दी।
 - पेपर के लिए रीऑर्डरिंग स्तर 30 रीम्स होगा।



7. एक अधिकतम स्तर निर्धारित करें। यह सामग्री की मात्रा है जिसके ऊपर आपको स्टॉक नहीं रखना चाहिए। इस स्तर को सेट करना कई कारकों से प्रभावित होता है।

उदाहरण के लिए, आपको अपने पास उपलब्ध स्थान और भंडारण की लागत पर विचार करने की आवश्यकता है। इसके अलावा, आपके पास स्टॉक के प्रकार के आधार पर, सरकारी आवश्यकताएं आपके द्वारा संग्रहित मात्रा को सीमित कर सकती हैं। हालांकि, उन अवसरों पर विचार करना सुनिश्चित करें कि आप अधिकतम स्तर से अधिक हो जाएंगे और अतिरिक्त इन्वेंट्री को तरल करने के लिए एक योजना होगी, जैसे कि दान करके, छूट पर बेचकर या फेंककर। इसके अलावा, मौसमी जरूरतों पर असर पड़ सकता है कि आपको हाथ पर कितना रखना चाहिए। अंत में, आपके उद्योग के आधार पर, फैशन या मांग में परिवर्तन आपके कुछ विशेष सामग्रियों के अधिकतम स्तर को प्रभावित कर सकता है।

- कुछ व्यवसाय अधिकतम स्टॉक स्तरों की गणना करने के लिए सूत्र में पुनः क्रमबद्ध स्तर का उपयोग करते हैं। यह सूत्र है: अधिकतम स्तर = पुनः-क्रम स्तर - उपभोग दर * लीड समय + आर्थिक आदेश मात्रा।
- आर्थिक ऑर्डर मात्रा (ईओक्यू) एक गणना है जिसका उपयोग इन्वेंट्री को फिर से ऑर्डर करने पर एक निश्चित मात्रा निर्धारित करने के लिए किया जाता है। इस उदाहरण के लिए, मान लें कि ईओक्यू कागज का 30 रीम्स है।
- उपरोक्त जानकारी का उपयोग करके, अधिकतम स्टॉक स्तर की गणना सूत्र $30 - 3 * 5 + 30 = 27 * 35 = 945$ के साथ की जा सकती है।
- पेपर के लिए अधिकतम स्तर 945 रीम्स होगा।

तरीका 2

इन्वेंट्री नियंत्रित करना



1. इन्वेंट्री को नियंत्रित करने के उद्देश्य को समझें। इन्वेंट्री नियंत्रण में आपके स्टॉक के इष्टतम स्तर को बनाए रखने के लिए आपके द्वारा उपयोग की जाने वाली विधियां शामिल हैं। आप उन तरीकों का उपयोग कर सकते हैं जो आपके व्यवसाय के लिए अर्थपूर्ण हैं। इन्वेंट्री नियंत्रण में पहला कदम इन्वेंट्री को प्राथमिकता देना है ताकि प्रबंधन करने के लिए सबसे महत्वपूर्ण वस्तुओं का निर्धारण किया जा सके।



2. एबीसी विधि का उपयोग कर इन्वेंट्री को प्राथमिकता दें। यह इन्वेंट्री को तीन श्रेणियों में वर्गीकृत करके स्टॉक स्तरों को नियंत्रित करने की एक विधि है। इसे "मूल्य के अनुसार स्टॉक नियंत्रण," "चयनात्मक मूल्य दृष्टिकोण" या "आनुपातिक भागों मूल्य दृष्टिकोण" के रूप में भी जाना जाता है। इसका उद्देश्य इन सामग्रियों के प्रबंधन पर ध्यान देने के लिए प्राथमिकताएं निर्धारित करना है। इस पद्धति का उपयोग करने से कंपनियों को भंडारण खर्च कम करने और महंगी सामग्री को संरक्षित करने में मदद मिलती है।
 - ग्रुप ए में महंगे आइटम होते हैं। ये आइटम आमतौर पर कुल इन्वेंट्री के 10 से 20 प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करते हैं लेकिन इन्वेंट्री के मूल्य का 50 प्रतिशत। आप इन वस्तुओं को नियंत्रित करने में अपने प्रयासों के थोक निवेश करेंगे।
 - ग्रुप बी कुल इन्वेंट्री का 20 से 30 प्रतिशत और आपकी इन्वेंट्री के मूल्य का लगभग 30 प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करता है। इन मदों के लिए मध्यम इन्वेंट्री नियंत्रण उपायों की आवश्यकता होती है।
 - समूह सी कुल इन्वेंट्री के 70 से 80 प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करता है लेकिन मूल्य का केवल 20 प्रतिशत। इस श्रेणी को नियंत्रित करने के लिए नियमित प्रक्रियाओं का उपयोग किया जा सकता है।



3. एक सतत प्रणाली के साथ इन्वेंट्री बनाए रखें। एक निरंतर प्रणाली का मतलब है कि आप हर बार जब आप आदेश देते हैं तो आप एक निश्चित मात्रा का आदेश दे रहे हैं। आप हर बार इन्वेंट्री को एक पूर्व निर्धारित स्तर तक पहुंचने के लिए इस निश्चित मात्रा का आदेश देते हैं। आप इस पद्धति का उपयोग उन वस्तुओं के साथ करेंगे जिन्हें आपने अपनी "ए" श्रेणी में वर्गीकृत किया है। ये महंगी वस्तुएं हैं जिन्हें आप सावधानीपूर्वक ट्रैक करना चाहते हैं। आप लागतों को वहन करने में बहुत अधिक पैसा खर्च नहीं करना चाहते हैं, लेकिन आप ये नहीं चाहते हैं कि वे खत्म हो जाएं, इसलिए आप लगातार निगरानी करते हैं कि आपके पास कितना है।



4. निर्धारित मात्रा आदेश राशि निर्धारित करने के लिए आर्थिक आदेश मात्रा (ईओक्यू) की गणना करें। इस गणितीय सूत्र का उपयोग स्टॉक के इष्टतम स्तर को निर्धारित करने के लिए किया जाता है। यह इन्वेंट्री नियंत्रण का एक निरंतर तरीका है। आप अपनी इन्वेंट्री में इन वस्तुओं के लिए ऑर्डर देने के लिए हर बार आपको निर्धारित मात्रा निर्धारित करने के लिए इसका उपयोग करते हैं। आप इसे अपनी "ए" इन्वेंट्री आइटम के साथ उपयोग करेंगे।

- ईओक्यू का सूत्र है $Q = \sqrt{2AS/I}$
 - सूत्र में, क्यू = प्रति आदेश मात्रा, ए = आइटम की वार्षिक राशि की आवश्यकता, एस = प्रति आदेश लागत और आई = डॉलर में प्रति वर्ष लागत प्रति यूनिट ले जाने वाली इन्वेंट्री।
 - उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आपने बास्केटबॉल बेचा। प्रति आदेश लागत \$ 400 है, ले जाने की लागत प्रति वर्ष \$ 10 प्रति यूनिट है और आपके पास प्रति वर्ष \$ 20,000 बास्केटबॉल की मांग है।
- $Q = \sqrt{2 * 20,000 * 400 / 10} = 1,265$
 - इष्टतम औसत क्रम 1,265 बास्केटबॉल होना चाहिए। यदि वार्षिक मांग 20,000 है, तो आपको एक वर्ष में 16 आदेश ($20,000 / 1,265 = 15.8$) लगाने होंगे।



5. एक आवधिक प्रणाली के साथ इन्वेंट्री स्तर बनाए रखें। इसका मतलब है कि आप एक निश्चित समयावधि के बाद आइटम को फिर से व्यवस्थित करते हैं। एक निश्चित समय बीत जाने के बाद एक चर राशि के लिए एक आदेश रखा जाता है। उदाहरण के लिए, प्रति माह एक बार आप एक आइटम के लिए एक आदेश देते हैं, और राशि पिछले महीने में कितना आइटम का उपयोग करती है, इसके आधार पर भिन्न होती है। यह विधि आपके "बी" और "सी" श्रेणियों में आइटम के लिए अच्छी तरह से काम करती है। आपको इतनी सख्ती से नियंत्रण रखना होगा कि आपके पास कितना हाथ पर है, और आप बल्क में ऑर्डर देकर ओवर-ऑर्डरिंग के जोखिम को स्वीकार कर सकते हैं।

तरीका 3

अपने स्टॉक का हिसाब रखना



1. नियमित स्टॉकटेकिंग करें। आपकी लेखांकन प्रक्रिया के हिस्से के रूप में, आपको अपनी इन्वेंट्री के मूल्य को निर्धारित करने के लिए एक वार्षिक स्टॉकटेकिंग अभ्यास करने की आवश्यकता है। इसका मतलब है अपने स्टॉक की एक इन्वेंट्री या सूची बनाना, उसके स्थान को नोट करना और उसके मूल्य को रिकॉर्ड करना। बारकोड या रेडियोफ्रीक्वेंसी पहचान (आरएफआईडी) टैग जैसे उपकरण आपको अपने स्टॉक का ट्रैक रखने में मदद करते हैं। आप स्टॉक नियंत्रण सॉफ्टवेयर के साथ शारीरिक रूप से स्टॉक या इलेक्ट्रॉनिक रूप से कर्मचारियों की गणना करके मैनुअल रूप से ट्रैक रख सकते हैं।

2. चक्र गणना शामिल करना सुनिश्चित करें। यह इन्वेंट्री प्रबंधन का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है, इसलिए आपको चक्र की गिनती के लिए एक शेड्यूल विकसित करने की आवश्यकता होगी। कई इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर सिस्टम को श्रेणी या उपश्रेणी द्वारा गणना करना आसान बनाते हैं, इसलिए हर बार गिनने की योजना बनाना सुनिश्चित करें। हर बार जब आप एक चक्र गणना करते हैं, तो आपको निम्न की आवश्यकता होगी:

- किसी भी खुले इन्वेंट्री लेनदेन को बंद करें।
- अपने सभी ओवरस्टॉक, अंडरस्टॉक या बैकस्टॉक को पुनर्स्थापित करें।
- प्राप्त सभी खरीद ऑर्डर और आपके सिस्टम में इनबाउंड ट्रांसफर के लिए खाता।
- सभी वस्तुओं को हटा दें।
- सभी पूर्ण ग्राहक आदेशों को बंद और इनवाँइस करें।



3. एक मैनुअल विधि का उपयोग करें। कुछ स्टॉक वस्तुओं के साथ छोटे व्यवसायों के लिए मैनुअल सिस्टम सबसे अच्छा काम करता है।

आप मैनुअल इन्वेंट्री नियंत्रण के लिए दो तरीकों से चुन सकते हैं। पहले को दो बिन इन्वेंट्री नियंत्रण प्रणाली के रूप में जाना जाता है। दूसरी प्रणाली में एक वर्णनात्मक सूचकांक बनाना और इन्वेंट्री कंट्रोल कार्ड का उपयोग करना शामिल है।

- दो बिन प्रणाली के लिए, वस्तुओं के लिए एक खरीद चक्र और प्रत्येक चक्र में खरीदी गई राशि का निर्धारण करें। उदाहरण के लिए, कार्यालय सामाहिक या मासिक रूप से कार्यालय की आपूर्ति खरीद सकते हैं। शुरू करने के लिए, पिछले दो खरीद चक्रों के लिए आइटम की पर्याप्त खरीद करें। आइटम को दो बंडलों में विभाजित करें। जब पहले बंडल का उपयोग किया जाता है, तो यह आइटम के एक खरीद चक्र के लिए पर्याप्त रूप से फिर से चालू करने का समय है। दूसरे बंडल से सामग्री का उपयोग किया जाता है जबकि सामग्री को फिर से व्यवस्थित किया जा रहा है।
- दूसरी प्रणाली के लिए, एक इंडेक्स बनाएं जो इन्वेंट्री के सभी आइटम और प्रत्येक आइटम के लिए कार्ड की एक फाइल को सूचीबद्ध करता है। प्रत्येक कार्ड पर, एक आइटम विवरण रिकॉर्ड करें। जब कोई वस्तु खरीदी जाती है या फिर से खरीदी जाती है, तो कोई प्राप्त राशि, इकाई मूल्य और अन्य जानकारी जैसे कि एक ऑर्डरिंग विवरण, एक कैटलॉग नंबर या सीरियल नंबर रिकॉर्ड करता है।



4. कंप्यूटर सॉफ्टवेयर का उपयोग करें। इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर इन्वेंट्री के स्तर को ट्रैक करता है और इन्वेंट्री में वस्तुओं की खरीद, वितरण और बिक्री को रिकॉर्ड करता है। कारखानों का उपयोग उत्पादन से संबंधित दस्तावेजों जैसे कि वर्क ऑर्डर और बिल या सामग्री का उत्पादन करने के लिए भी कर सकते हैं। यह आपके इन्वेंट्री का एक ईओक्यू विक्षेपण प्रदर्शन करने में मदद कर सकता है ताकि आप इन्वेंट्री के इष्टतम स्तर को हाथ में रख सकें।
- इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर का उपयोग करने के फायदों में लागत और ऑर्डर की लागत को कम करना, इन्वेंट्री प्रबंधन की बेहतर दक्षता, बेहतर संगठन और सुरक्षा और सामग्री का उपयोग करने के रुझान के बारे में जानकारी शामिल है।
 - नुकसान यह है कि सॉफ्टवेयर महंगा हो सकता है, और यह उपयोग करने के लिए जटिल हो सकता है।

इन्वेंट्री को कैसे नियंत्रित करें

व्यवसाय चलाने के सबसे चुनौतीपूर्ण पहलुओं में से एक यह सीखना है कि अपनी इन्वेंट्री को प्रभावी ढंग से कैसे प्रबंधित किया जाए ताकि आपके पास आपके ग्राहकों की आवश्यकता हो और वे बहुत अधिक होए बिना चाहते हैं, जिससे पैसे की बर्बादी हो सकती है। यह तय करना कि क्या और कितना ऑर्डर करना है, कब ऑर्डर करना है, अपने उत्पादों की एक सटीक गिनती रखते हुए, या अतिरिक्त और कमियों को कैसे संभालना है, यह जानने के लिए कि इन्वेंट्री को ठीक से कैसे नियंत्रित किया जाए, यह आपके व्यवसाय की सफलता सुनिश्चित करने में मदद करेगा।

अंश 1

अपने इन्वेंट्री का आकलन करना



1. किसी भी इन्वेंट्री नियंत्रण प्रणाली के लक्ष्यों को समझें। इन्वेंट्री नियंत्रण सिस्टम को तीन प्रमुख लक्ष्यों को पूरा करना चाहिए। इन लक्ष्यों को जानना आपको यह बताने में मददगार होता है कि क्या आपका मौजूदा सिस्टम प्रभावी है, अगर इसमें सुधार किया जा सकता है, साथ ही इसे कैसे बेहतर बनाया जा सकता है।

- आपके सिस्टम को आपको यह बताना चाहिए कि हर समय आपकी इन्वेंट्री में क्या है।
- आपके सिस्टम में आपकी इन्वेंट्री में परिवर्तनों का पता लगाने और अद्यतन करने का एक साधन होना चाहिए।
- आपके सिस्टम में ऑर्डर करने और रखने के लिए कितनी इन्वेंट्री है, साथ ही री-ऑर्डर कब करना चाहिए, इसके लिए एक प्लान शामिल होना चाहिए।



2. इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर में निवेश करें। इन्वेंट्री कंट्रोल का पहला चरण इस बात से गहराई से अवगत होना है कि किसी भी समय आपके पास कितनी इन्वेंट्री है, आपके पास किस प्रकार की इन्वेंट्री उपलब्ध है, इन्वेंट्री कहां स्थित है, और यह समय के साथ कैसे बदलता है। आज, बहुत सारे सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन हैं जो इस प्रक्रिया में सहायता कर सकते हैं।

- सॉफ्टवेयर बाजार की खोज में कुछ समय बिताना सुनिश्चित करें। सभी उपलब्ध पैकेजों पर व्यापक ऑनलाइन समीक्षाएं और विश्लेषण हैं, और ये समीक्षा आपको बता सकती हैं कि सॉफ्टवेयर आपकी विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करता है या नहीं। यदि आप अभी शुरू कर रहे हैं, तो इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर प्राप्त करना जो लेखांकन सॉफ्टवेयर में बनाया गया है। इससे आप अपनी सभी वित्तीय जानकारी को एक कार्यक्रम में रख सकते हैं, साथ ही इसका समन्वय भी कर सकते हैं।

- विक्रिबुक या पीचट्री का उपयोग करने पर विचार करें। ये लेखांकन सॉफ्टवेयर प्रोग्राम हैं, लेकिन उनके पास इन्वेंट्री प्रबंधन विशेषताएं भी हैं जो आपको अपनी इन्वेंट्री का ट्रैक रखने में मदद कर सकती हैं, और वे एक केंद्रीय डेटाबेस के साथ आते हैं जो यह सुनिश्चित कर सकता है कि सभी कर्मचारियों को समन्वित जानकारी है।
- पीओएस मेड एक मुफ्त इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर प्रोग्राम है जो छोटे खुदरा व्यवसायों के लिए बहुत उपयोगी हो सकता है।



3. स्पष्ट लेबल बनाएं। आपकी इन्वेंट्री में प्रत्येक आइटम में एक आइटम नंबर, एक मात्रा और एक मूल विवरण होना चाहिए जिसमें विक्रेता का नाम और कोई अन्य महत्वपूर्ण विवरण शामिल है। इससे आइटम की ठीक-ठीक पहचान करना आसान हो जाता है। उदाहरण के लिए, यदि आप ऐसे बॉक्स में शर्ट ऑर्डर करते हैं जिसमें 12 शर्ट होते हैं, तो बॉक्स में एक लेबल होना चाहिए जिसमें शर्ट के लिए आइटम नंबर, मात्रा (12) और एक विवरण शामिल हो।

- इससे यह सुनिश्चित करना आसान हो जाता है कि आपको पता है कि प्रत्येक बॉक्स में क्या है और इसमें कितना शामिल है।
- यदि आपके पास व्यापक मात्रा में इन्वेंट्री है, तो बारकोड ट्रैकिंग सिस्टम देखें। यह आपको प्रत्येक आइटम पर एक बारकोड रखने की अनुमति देगा, जो कर्मचारियों को आपके द्वारा उपयोग किए जा रहे सॉफ्टवेयर में जल्दी से स्कैन करने, पहचानने और इन्वेंट्री जानकारी स्थानांतरित करने की अनुमति देता है। यह मैन्युअल लेबल का एक विकल्प है।



4. अपने इन्वेंट्री स्टॉक की प्रारंभिक गणना करें। यहां तक कि अगर आप सॉफ्टवेयर का उपयोग कर रहे हैं, तो भी कभी-कभी एक भौतिक इन्वेंट्री के लिए महत्वपूर्ण है। यह आपके इन्वेंट्री स्टॉक की प्रारंभिक गणना करने से शुरू होता है। आप एक स्प्रेडशीट बनाकर शुरू करना चाहेंगे जिसमें प्रत्येक आइटम नंबर हो, उसके बाद कॉलम जो कि मात्रा को इंगित करता है।

- आप तब आपके पास उपलब्ध सभी वस्तुओं, साथ ही साथ उनकी मात्राओं की गणना करेंगे।
- यदि आप सॉफ्टवेयर का उपयोग कर रहे हैं, तो आप अपनी शुरुआती सूची को सॉफ्टवेयर में जोड़ना चाहेंगे। आपको आइटम नंबर, खरीद जानकारी, साथ ही विक्रेता को जोड़ना होगा। यह आइटम को सॉफ्टवेयर में जोड़ देगा, और जब आप अभी से इन्वेंट्री खरीदते हैं, तो सॉफ्टवेयर स्वचालित रूप से इन्वेंट्री को अपडेट करेगा। बिक्री होने पर यह इन्वेंट्री से कट जाएगा।
- आपके सॉफ्टवेयर का सटीक होना सुनिश्चित करने के लिए भौतिक गणना करना महत्वपूर्ण है। एक भौतिक गिनती भी अज्ञात संकोचन और अप्रचलन से बचाता है।
- इन्वेंट्री को नियमित रूप से गिना जाना चाहिए, लेकिन सांख्यिकीय प्रक्रिया पर भरोसा कर सकते हैं या उन वस्तुओं की गिनती कर सकते हैं जो सबसे अधिक या सबसे मूल्यवान चलती हैं।

अंश 2

अपने इन्वेंट्री को अपडेट करना



1. अपनी इन्वेंट्री को मैन्युअल रूप से अपडेट करें। इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर आपकी इन्वेंट्री पर नज़र रखने के लिए एक उपयोगी तरीका हो सकता है क्योंकि यह स्वचालित रूप से आपके इन्वेंट्री रिकॉर्ड को अपडेट करता है क्योंकि नई बिक्री और खरीद सॉफ्टवेयर में इनपुट होती है। हालांकि, यह महत्वपूर्ण है कि अपनी इन्वेंट्री को मैन्युअल रूप से मॉनिटर करने की एक प्रणाली हो, ताकि आपके पास सॉफ्टवेयर की सटीकता को पार करने का एक तरीका हो (या यदि आप किसी भी प्रकार के सॉफ्टवेयर का उपयोग न करने का विकल्प चुनते हैं)।

- आप नियमित रूप से दृश्य निरीक्षण और एक भौतिक गणना द्वारा अपनी इन्वेंट्री की जांच करने के लिए समय का अंतराल चुनना चाहेंगे। यह इस बात पर निर्भर करेगा कि आपकी इन्वेंट्री कितनी तेज चलती है।
- फिर आप उस समय अवधि (जैसे, एक सप्ताह) के लिए किसी भी और सभी नई इन्वेंट्री खरीद की सूची प्राप्त करना चाहेंगे, साथ ही सप्ताह के दौरान हुई बिक्री की सूची (जो इन्वेंट्री छोड़ने का प्रतिनिधित्व करता है)।
- फिर आप अपनी प्रारंभिक इन्वेंट्री काउंट शीट लेंगे, और अपनी सभी इन्वेंट्री की पूरी गणना करेंगे। आपकी वर्तमान इन्वेंट्री पिछले सप्ताह की गणना के बराबर होनी चाहिए, सप्ताह के लिए सभी बिक्री शून्य से अधिक होगी, साथ ही नई इन्वेंट्री खरीद।



2. अपडेट किए गए दस्तावेजों को एक संगठित तरीके से संग्रहीत करें। अपने साप्ताहिक चेक (या जो भी समय अवधि आपने चुना है) को साफ-सुथरे फ़ोल्डरों या बाइंडरों में संग्रहीत करना सुनिश्चित करें, जो महीने के अनुसार आयोजित किए जाते हैं। इस तरह, यदि आपको किसी विशेष सप्ताह के लिए इन्वेंट्री डेटा की आवश्यकता है, तो आप इसे आसानी से पा सकते हैं। यह उस स्थिति में भी मददगार होता है जब आपके अकाउंटेंट को किसी जानकारी की आवश्यकता होती है।

- आप अपनी स्टोरेज से जानकारी को क्रॉस-चेक करना चाहेंगे कि आप इसे स्टोर करने से पहले जो भी सॉफ्टवेयर इस्तेमाल कर रहे हैं। सॉफ्टवेयर में और आपके मैनुअल चेक से इन्वेंट्री का स्तर बराबर होना चाहिए। यदि ऐसा नहीं है, तो यह संभव है कि सॉफ्टवेयर में अनुचित जानकारी दर्ज की गई थी, वह सूची ग़ुम हो गई है, या कि आपने अपने मैनुअल काउंट के दौरान गलती की है। इस मामले में, आपको इसे फिर से करना चाहिए।



3. पॉइंट-ऑफ-सेल (पीओएस) इन्वेंट्री प्रबंधन विधि के लिए आगे बढ़ने के बाद जब आपके व्यवसाय का आकार इन्वेंट्री नियंत्रण के अधिक परिष्कृत रूप की आवश्यकता के लिए बड़ा हो जाता है। पॉइंट-ऑफ-सेल इन्वेंट्री कंट्रोल को संभाला जाता है, जैसा कि नाम से पता चलता है, बिक्री के बिंदु पर, जिसका अर्थ है कि आपके व्यवसाय में आपके द्वारा चेक-आउट के लिए उपयोग किया जाने वाला कैश रजिस्टर या कंप्यूटर आपकी इन्वेंट्री की गिनती रखता है। यह आपको व्यवसाय दिवस, महीने, बिक्री रिपोर्ट अवधि या किसी अन्य निर्दिष्ट समय सीमा के अंत में रिपोर्ट चलाने की अनुमति देता है।

- यदि आपके व्यवसाय की एक बहुत बड़ी इन्वेंट्री है और यदि दिन भर में कई बिक्री की जाती है, तो एक पॉइंट-ऑफ-सेल प्रणाली आपको वास्तविक समय में अपनी इन्वेंट्री को ट्रैक करने की अनुमति दे सकती है। ये सिस्टम आमतौर पर पीओएस सॉफ्टवेयर चलाने वाले कंप्यूटर हैं, जो एक रसीद प्रिंटर और कैश दराज के साथ आते हैं।

जब भी कोई लेनदेन किया जाता है, तब ये सिस्टम आपकी इन्वेंट्री को स्वचालित रूप से अपडेट कर देता है, साथ ही आपको पुनः आदेश आवश्यक होने पर या आपूर्ति कम होने पर सूचित करने में मदद करता है।

- पीओएस सिस्टम के लिए खरीदारी करते समय, ध्यान रखें कि आपको सबसे पहले आसानी से उपयोग और बुनियादी कार्यक्षमता की तलाश करनी चाहिए, और फिर अपने व्यवसाय के बढ़ने पर अधिक उन्नत सुविधाओं को जोड़ने पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए।
- आप अपने इन्वेंट्री प्रबंधन या अकाउंटिंग सॉफ्टवेयर के साथ पीओएस सॉफ्टवेयर को लिंक कर सकते हैं ताकि हर बार बिक्री होने पर आपका अकाउंटिंग सॉफ्टवेयर अपने आप अपडेट हो जाए।

अंश 3

इन्वेंट्री का सही स्तर बनाए रखना



1. बिक्री के आंकड़ों का विश्लेषण करें। इन्वेंट्री प्रबंधन का लक्ष्य मांग को पूरा करना है, और इसका मतलब यह है कि आपको अपनी अनुमानित बिक्री को पूरा करने के लिए पर्याप्त इन्वेंट्री की आवश्यकता होगी। यदि आप कुछ समय के लिए व्यवसाय में हैं, तो आप भविष्य की बिक्री का अनुमान लगाने के लिए ऐतिहासिक बिक्री का उपयोग कर सकते हैं। यदि आप नए हैं, तो आप अपने व्यवसाय के प्रकार, अपने स्थान, अपने क्षेत्र / उद्योग के अन्य समान आकार के व्यवसायों, और किसी भी अनुबंध या ग्राहकों पर जो आप पहले से ही सुरक्षित हैं, के आधार पर अपनी बिक्री का पूर्वानुमान लगाना चाहेंगे।

- आप यह देखना चाहेंगे कि मासिक आधार पर प्रत्येक प्रकार का उत्पाद कितना बिकता है, और यह सुनिश्चित करने के लिए कि आप इस राशि को कवर करने के लिए पर्याप्त इन्वेंट्री को सुनिश्चित करें और कुछ अतिरिक्त इन्वेंट्री होने की स्थिति में उम्मीद से अधिक मांग है।
- आप कितना अतिरिक्त ऑर्डर करते हैं, यह आपके व्यवसाय की प्रकृति पर निर्भर करता है। क्या आपका व्यवसाय तेजी से बढ़ता है और मांग में कमी आती है? यदि हां, तो आप सतर्क रहने के लिए अतिरिक्त इन्वेंट्री रखना चाह सकते हैं।



2. कितना स्टॉक ऑर्डर करें और रखें, तय करें। आप कितना स्टॉक रखते हैं और आप कितना ऑर्डर करते हैं यह आपकी बिक्री के स्तर, स्टॉक के प्रकार और आपके पास कितनी जगह उपलब्ध है, पर निर्भर करता है।

- यदि आपकी इन्वेंट्री में खराब होने वाली वस्तुएं हैं या यदि आपके पास कम स्तर की जगह है, तो आप अपने पिछले बिक्री डेटा को देखना चाहेंगे और सुनिश्चित करेंगे कि आपके पास अनुमानित मांग और किसी भी संभावित वृद्धि को पूरा करने की तुलना में थोड़ा अधिक है। यदि आपके पास कम जगह या खराब होने वाली वस्तुएं हैं, तो इन्वेंट्री प्रबंधन बहुत महत्वपूर्ण है, और आप स्तरों को बारीकी से मॉनिटर करना चाहते हैं सुनिश्चित करें कि स्टॉक खत्म नहीं होता है। आप हमेशा विश्वसनीय आपूर्तिकर्ताओं को चुनना चाहते हैं जो आपको अपनी इन्वेंट्री जल्दी और समय पर प्राप्त करा सकें।
- यदि आपके पास अपने स्टॉक के लिए भरोसेमंद डिलीवरी कंपनी है और वे बार-बार वितरण करने में सक्षम हैं, तो आप अपने बैंक स्टॉक को कम कर सकते हैं।
- यदि आपके आइटम खराब नहीं होते हैं और यदि आपके पास जगह है, तो आप अधिक इन्वेंट्री खरीदकर थोक छूट का लाभ लेने पर विचार कर सकते हैं। यह एक उपयोगी तरीका है यदि आपकी बिक्री की भविष्यवाणी करना कठिन है, यदि वे भारी उतार-चढ़ाव करते हैं, और यदि आपके उत्पाद बाजार में नहीं हैं, जहां प्राथमिकताएं तेजी से बढ़ती हैं।

3. ऑर्डर और डिलीवरी के समय पर विचार करें। ध्यान रखने के लिए एक और कारक यह है कि आप उन्हें ऑर्डर करने के बाद कितनी जल्दी आपके आइटम आप तक पहुंचा सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि किसी निश्चित वस्तु के आपके ऑर्डर को डिलीवर होने में एक सप्ताह का समय लगता है, तो आप आइटम को बड़ी मात्रा में ऑर्डर करना चाहेंगे, ताकि आप अगली डिलीवरी की प्रतीक्षा करते समय स्टॉक आउट हो गए। यदि, हालांकि, अगले दिन आइटम वितरित किए जा सकते हैं, तो आप जानते हैं कि आप तेजी से घटते इन्वेंट्री को फिर से भर सकते हैं और उतना बैंकस्टॉक रखने की आवश्यकता नहीं है।



4. एक री-ऑर्डर बिंदु चुनें। आपका लक्ष्य हमेशा ग्राहक की मांग को पूरा करने के लिए पर्याप्त इन्वेंट्री रखना है, जबकि बहुत अधिक इन्वेंट्री नहीं ले जाना, क्योंकि,

यह आपकी पूंजी को अनावश्यक रूप से बांधता है। यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपके पास हर समय स्टॉक का सही स्तर है, आपको यह जानना होगा कि री-ऑर्डर कब करना है।

- एक दृष्टिकोण स्टॉक के एक न्यूनतम स्तर को निर्दिष्ट करना है, जिस बिंदु पर आप हमेशा आदेश देते हैं। उदाहरण के लिए, आप अपनी शर्ट की आपूर्ति को कभी भी 100 से कम नहीं होने देंगे। जैसे ही यह होता है, एक पुनः आदेश होता है।
- यह सुनिश्चित करता है कि आपका स्टॉक कभी खत्म नहीं होता है। उन उत्पादों के लिए जो तेजी से मूव करते हैं, या तेजी से मूव करने की क्षमता रखते हैं जो उच्च न्यूनतम स्तर निर्धारित करते हैं। यदि आप एक मौसमी व्यवसाय हैं, तो आप वर्ष के समय के आसपास कुछ महीनों के लिए इस न्यूनतम स्तर को बढ़ाना चाहते हैं कि आप मौसमी वृद्धि देख सकते हैं।



5. अप्रत्याशित घटनाओं से कमी के माध्यम से आपको पाने के लिए कुछ "सुरक्षा स्टॉक" की व्यवस्था करें। उदाहरण के लिए, यदि आप उन वस्तुओं को ले जाते हैं जो मुख्य रूप से ठंड के मौसम की वस्तुएं हैं, तो बड़ी सर्दी के मौसम की घटनाओं के लिए आवश्यक विशिष्ट वस्तुओं को अधिक मात्रा में ले जाएं। यह सुरक्षा (या बफ़र) स्टॉक उन कमियों को रोक देगा जो आपके द्वारा ऑर्डर देने पर और जब आप इसे प्राप्त करते हैं, तब हो सकती है।

- आपके पास सुरक्षा स्टॉक की मात्रा इस बात पर निर्भर होनी चाहिए कि आपका व्यवसाय मांग में तेजी से बदलाव के साथ-साथ वर्ष के समय के साथ-साथ यदि आप एक मौसमी व्यवसाय हैं, तो कैसे निर्भर करता है।



6. एक बाहर की इन्वेंट्री प्रबंधन एजेंसी का उपयोग करने पर विचार करें। यह विशेष रूप से उपयोगी है यदि आप एक बड़े रिटेलर हैं या साल के अंत में या एक बड़ी बिक्री के मौसम के अंत के लिए एक अच्छी इन्वेंट्री गिनती की आवश्यकता है। एजेंसी आपके पूर्ण स्टॉक की गणना करेगी, आपकी कंपनी के साथ पूर्व निर्धारित व्यवस्था के अनुसार निर्माता को वापस भेजने के लिए, फिर से लिखना और यहां तक कि अवांछित माल को हटा देगी।

इन्वेंट्री रिपोर्ट कैसे लिखें

इन्वेंट्री रिपोर्ट एक व्यवसाय, उद्योग, संगठन या घर से संबंधित वस्तुओं का सारांश है। यह विभिन्न मदों के स्टॉक या आपूर्ति का एक व्यापक खाता प्रदान करता है। उन्हें विभिन्न रूपों और लंबाई में लिखा जा सकता है। एक अच्छी इन्वेंट्री रिपोर्ट हमेशा स्पष्ट, सरल और संपूर्ण होनी चाहिए।

अंश 1 रिपोर्ट बनाना



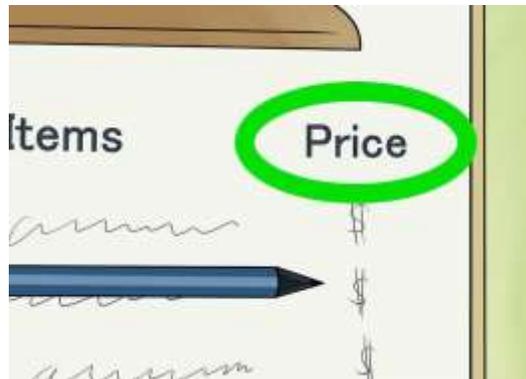
1. अपने इन्वेंट्री आइटम की सूची बनाएं। आपके पास स्टॉक में मौजूद हर वस्तु को सूचीबद्ध करें। यह वह सूची होगी जो आपको भविष्य में अपनी इन्वेंट्री के साथ व्यवस्थित रहने में मदद करेगी। ध्यान रखें कि आपके कई स्थान हो सकते हैं। यदि आपके पास एक से अधिक स्टॉक रूम हैं, तो यह सुनिश्चित कर लें कि आप किस स्टॉक रूम के लिए इन्वेंट्री ले रहे हैं।
 - सूची आइटम जो अब उपलब्ध नहीं हैं। यहां तक कि अगर एक निश्चित आइटम का स्टॉक खत्म हो जाता है, तो भी इसे रिपोर्ट पर रखें और आप इसे "0" स्टॉक के रूप में सूचीबद्ध करेंगे।



2. उन्हें एक संगठित फैशन में सूचीबद्ध करें। अपने आइटमों को सूचीबद्ध करते समय, एक अच्छा तरीका सोचें जो आपकी इन्वेंट्री रिपोर्ट पर वस्तुओं की खोज करने में आपकी मदद करेगा। उन्हें वर्णानुक्रम में या क्रम संख्या से सूचीबद्ध करने का प्रयास करें।



3. विवरण के लिए एक स्थान रखें। अपनी इन्वेंट्री आइटम के तहत, वर्णन के लिए एक स्थान छोड़ दें। इससे आपको वस्तुओं में अंतर पर नज़र रखने में मदद मिलेगी। उदाहरण के लिए, आप इस स्थान में अलग-अलग रंग या आकार सूचीबद्ध कर सकते हैं, लेकिन मूल आइटम के बगल में कुल इन्वेंट्री गणना है। इसके अलावा, यदि कोई वस्तु क्षतिग्रस्त है या आपके विवरण में अनुपलब्ध है, तो आप नीचे चिह्नित कर सकते हैं।



4. प्रत्येक आइटम के लिए एक मूल्य निर्दिष्ट करें। आपके पास इन्वेंट्री के प्रकार के आधार पर, कीमतों की सूची बनाएं। कीमत वह हो सकती है जो आपने आइटम के लिए भुगतान किया है, आप किस कीमत पर वस्तु बेचते हैं, आपके नीचे के खर्च, या आइटम से आपकी नीचे की कमाई।



5. स्टॉक अवशेषों को सूचीबद्ध करने के लिए एक कॉलम बनाएं। अपने आइटमों की सूची के आगे, एक कॉलम बनायें जहां आप स्टॉक की मात्रा को प्रति आइटम कर सकते हैं। यदि आवश्यक हो, तो लेबल के लिए जगह छोड़ दें- बक्से, दर्जन, जोड़े, आदि।

अंश 2 रिपोर्ट में भरना



1. विवरण भरें। अपने आइटमों की इन्वेंट्री पर जाएं और विवरणों को भरना शुरू करें। यह आपकी इन्वेंट्री काउंट लेने से पहले संगठित होने में आपकी मदद करेगा। अपने आइटमों को देखते हुए और अपने विवरणों को भरते समय, गिनती को तेज़ी से करने के लिए अपने आइटमों को समूहों में व्यवस्थित करना शुरू करें। ऐसा करने के कई तरीके हैं।

- अपने स्टॉक रूम को आइटम द्वारा वर्णानुक्रम में व्यवस्थित करें।
- सामने की ओर जिन चीजों की अतिरिक्त मात्रा हो उन्हें खींच लीजिये।
- उन्हें क्रम संख्या द्वारा ऑर्डर करें।



2. एक समय सीमा चुनें। इन्वेंट्री रिपोर्ट को लगातार आधार पर भरा जाना चाहिए: साप्ताहिक, मासिक या सालाना। अपने आइटम की गणना करने से पहले उस समय सीमा को लेबल करना सुनिश्चित करें जिसका आप उपयोग कर रहे हैं।



3. इन्वेंट्री को सूचीबद्ध करें। अपनी इन्वेंट्री के माध्यम से जाएं और प्रत्येक आइटम के लिए आपके पास स्टॉक की मात्रा को सूचीबद्ध करें। यदि आवश्यक हो तो माप की एक इकाई के साथ अपने स्टॉक की समीक्षा लेबल करना सुनिश्चित करें। इसके अलावा, उन सभी मदों के लिए "0" सूचीबद्ध करें, जो खत्म हो रहे हैं। स्थान खाली न रखें।



4. हस्ताक्षर और दिनांक। एक बार जब आप अपनी इन्वेंट्री रिपोर्ट भर देते हैं, तो अपने स्टॉक की समीक्षा दोहरा लें। एक उचित समीक्षा खर्च, स्टॉक आइटम, और क्षतिग्रस्त वस्तुओं का सटीक हिसाब देगी। यदि सब कुछ के लिए जिम्मेदार है और ठीक से लेबल किया गया है, तो रिपोर्ट पर हस्ताक्षर करें और तारीख डालें।

इन्वेंट्री टर्नओवर की गणना कैसे करें

इन्वेंट्री टर्नओवर यह मापने का एक तरीका है कि कोई व्यवसाय किसी निश्चित समय अवधि में अपनी इन्वेंट्री के स्टॉक को कितनी बार बेचता है। व्यवसाय प्रतिस्पर्धा, प्रोजेक्ट प्रॉफिट का आकलन करने के लिए इन्वेंट्री टर्नओवर का उपयोग करते हैं, और आम तौर पर यह पता लगाते हैं कि वे अपने उद्योग में कितना अच्छा कर रहे हैं। कर्मचारी टर्नओवर के विपरीत, एक उच्च इन्वेंट्री टर्नओवर को आमतौर पर एक अच्छी चीज के रूप में देखा जाता है क्योंकि इसका मतलब है कि सामान को जल्दी से बेचा जाता है इससे पहले कि वे खराब होने का मौका हो। आम तौर पर, इन्वेंट्री टर्नओवर की गणना फार्मूला टर्नओवर = माल की लागत (सीओजीएस) / औसत इन्वेंट्री के साथ की जाती है।

अंश 1

इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात ढूँढना



1. अपनी गणना के लिए एक समय अवधि चुनें। इन्वेंट्री टर्नओवर हमेशा समय की एक विशिष्ट अवधि में गणना की जाती है - यह एक वित्तीय दिन से एक वित्तीय वर्ष तक - व्यवसाय के पूरे जीवनकाल तक कुछ भी हो सकता है। हालांकि, इन्वेंट्री टर्नओवर किसी व्यवसाय के प्रदर्शन का एक तात्कालिक सैपशॉट नहीं हो सकता है। हालांकि किसी भी विशिष्ट समय में किसी व्यवसाय की इन्वेंट्री के मूल्य को परिभाषित करना संभव है, बेचे गए सामान की लागत तात्कालिक मूल्य के रूप में अर्थहीन है, इसलिए समय की एक विशिष्ट लंबाई को चुना जाना चाहिए।

- उदाहरण के साथ समस्या का अनुसरण करें, क्योंकि हम इस खंड के माध्यम से आगे बढ़ते हैं। कहें कि हम एक कॉफी थोक व्यापारी कंपनी के मालिक हैं। हमारे उदाहरण के लिए समस्या, आइए इस कॉफी कंपनी के संचालन के एक वर्ष के समय को चुनें। अगले कुछ चरणों में, हमें इस एक वर्ष की अवधि के लिए इन्वेंट्री टर्नओवर मिलेगा।



2. समय अवधि के लिए बेचे गए माल की अपनी लागत का पता लगाएं। समय अवधि को परिभाषित करने के बाद, आपका पहला कदम इस अवधि के दौरान बेची गई वस्तुओं (या "कॉग्स") की अपनी लागत का पता लगाना है। कॉग्स आपके माल को बनाने की प्रत्यक्ष लागत का प्रतिनिधित्व करता है। आमतौर पर, इसका मतलब है कि आपके माल की विनिर्माण लागत और किसी भी श्रम लागत का सीधा संबंध उनके विनिर्माण से है।

- कॉग्स में शिपिंग और वितरण जैसी लागत शामिल नहीं हैं जो सीधे माल के निर्माण से संबंधित नहीं हैं।

- हमारे उदाहरण में, मान लें कि हमारे पास कॉफी के लिए एक उच्च उपज वाला वर्ष था, जिसमें बीज, कीटनाशक, और बढ़ती कॉफी बीन्स से संबंधित अन्य खर्च और बीज की खेती से श्रम लागत पर \$ 2 मिलियन खर्च हुए थे। इस मामले में, हम कह सकते हैं कि हमारा कॉग्स \$ 3 मिलियन + \$ 2 मिलियन = \$ 5 मिलियन है।



3. अपनी औसत इन्वेंट्री से अपने कॉग्स को विभाजित करें। अगला, उस समय की अवधि के दौरान कॉग्स को आपके औसत इन्वेंट्री मान से विभाजित करें, जिसका आप विश्लेषण कर रहे हैं। आपकी औसत इन्वेंट्री उन सभी वस्तुओं का औसत मौद्रिक मूल्य है जो आपके पास वेयरहाउस पर और स्टोर अलमारियों पर बैठे हैं जो एक निश्चित समय अवधि के दौरान बेचा नहीं गया है। इसे खोजने का सबसे सरल तरीका यह है कि आप अपनी शुरुआती इन्वेंट्री वैल्यू को उस समयावधि के लिए जोड़ें, जिसे आपने अपनी एंडिंग इन्वेंट्री वैल्यू के लिए चुना था और दो से विभाजित करें। हालांकि, बीच में अतिरिक्त डेटा बिंदुओं का उपयोग करने से आपको अपने औसत के लिए अधिक सटीक मूल्य मिल सकता है। यदि आप दो से अधिक डेटा बिंदुओं का उपयोग करते हैं, तो सभी मानों को एक साथ जोड़ें, फिर अपना औसत खोजने के लिए डेटा बिंदुओं की संख्या से विभाजित करें।

- बता दें कि, हमारे उदाहरण में, वर्ष की शुरुआत में हमारे वेयरहाउस में इन्वेंट्री के रूप में संग्रहीत \$ 0.5 मिलियन कॉफी बीन्स थे। वर्ष के अंत में, हमारे पास \$ 0.3 मिलियन मूल्य की बीन्स थीं। $(0.5 \text{ मिलियन} + 0.3 \text{ मिलियन}) / 2 =$ इन्वेंट्री में \$ 0.4 मिलियन का औसत।
- अगला, हमारे इन्वेंट्री टर्नओवर को खोजने के लिए औसत इन्वेंट्री द्वारा कॉग्स को विभाजित करें। हमारे उदाहरण में, कॉग्स \$ 5 मिलियन है और औसत इन्वेंट्री \$ 0.4 मिलियन है, इसलिए वर्ष के लिए हमारी इन्वेंट्री टर्नओवर $\$ 5 \text{ मिलियन} / \$ 0.4 \text{ मिलियन} = 12.5$ है। यह मात्रा एक अनुपात है और इसकी कोई इकाई नहीं है।



4. केवल त्वरित अनुमान के लिए सूत्र टर्नओवर = बिक्री / इन्वेंट्री का उपयोग करें। यदि आपके पास ऊपर वर्णित मानक समीकरण के माध्यम से चलने का समय नहीं है, तो यह शॉर्टकट आपको अपनी टर्नओवर इन्वेंट्री के लिए अनुमानित मूल्य दे सकता है।

हालांकि, अधिकांश व्यवसाय इस समीकरण का उपयोग करने से बचना पसंद करते हैं क्योंकि इसके परिणाम गलत हो सकते हैं। चूंकि बिक्री उपभोक्ताओं को दी जाने वाली लागत पर दर्ज की जाती है, लेकिन इन्वेंट्री कम थोक लागतों में दर्ज की जाती है, यह समीकरण आपके इन्वेंट्री टर्नओवर को वास्तव में होने की तुलना में अधिक बना सकता है। एक सामान्य नियम के रूप में, इस समीकरण का उपयोग केवल त्वरित अनुमानों के लिए किया जाना चाहिए - गंभीर कार्यों के लिए ऊपर का उपयोग करें।

- हमारे उदाहरण में, मान लें कि हमने पिछले वर्ष की बिक्री में \$ 6 मिलियन की कुल कमाई की। ऊपर वैकल्पिक विकल्प के साथ इन्वेंट्री टर्नओवर को खोजने के लिए, हम इसे \$ 0.3 से ऊपर सूचीबद्ध अंत इन्वेंट्री द्वारा विभाजित करेंगे। $\$ 6 \text{ मिलियन} / \$ 0.3 \text{ मिलियन} = 20$. यह मानक समीकरण के साथ प्राप्त 12.5 के मूल्य से काफी अधिक है।

अंश 2

समीकरण को माहिर करना



1. अधिक सटीक उत्तर के लिए कई इन्वेंट्री डेटा बिंदुओं का उपयोग करें। जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है, अपनी शुरुआत और अंत इन्वेंट्री के मूल्यों से अपनी औसत इन्वेंट्री ढूंढना आपको अपनी इन्वेंट्री के लिए एक अनुमानित औसत मिल सकता है, लेकिन यह मान आपके समय अवधि के दौरान इन्वेंट्री के उतार-चढ़ाव को ध्यान में नहीं रखेगा। अतिरिक्त डेटा बिंदुओं का उपयोग करने से आपका मूल्य अधिक सटीक हो जाएगा।

- डेटा पॉइंट चुनते समय, सुनिश्चित करें कि आपके बिंदु नियमित अंतराल पर समयावधि के दौरान समान रूप से दूरी पर हैं। उदाहरण के लिए, यदि आपको एक वर्ष के लिए औसत इन्वेंट्री मिल रही है, तो जनवरी से बारह बिंदु का उपयोग न करें। इसके बजाय, प्रत्येक महीने के पहले से एक बिंदु का उपयोग करें।
- मान लीजिए कि हमारे व्यवसाय के संचालन के एक वर्ष के लिए हमारी शुरुआती इन्वेंट्री \$ 20,000 है और हमारी समाप्ति इन्वेंट्री \$ 30,000 है। उपरोक्त मूल पद्धति का उपयोग करके, हमें \$ 25,000 का औसत मूल्य मिलेगा। हालांकि, सिर्फ एक अतिरिक्त डेटा बिंदु हमें एक अलग तस्वीर दे सकता है। उदाहरण के लिए, मान लें कि हम \$ 40,000 के मूल्य के साथ वर्ष के सटीक मध्य बिंदु से भी एक बिंदु का उपयोग करते हैं। इस मामले में, हमारी औसत इन्वेंट्री $(\$ 20,000 + \$ 30,000 + \$ 40,000) / 3 = \$ 30,000$ - पहले की तुलना में थोड़ी अधिक (और वास्तविक औसत से अधिक प्रतिनिधि) है।



2. अपनी इन्वेंट्री को बेचने के लिए औसत समय खोजने के लिए सूत्र समय = 365 दिन / टर्नओवर का उपयोग करें। एक अतिरिक्त ऑपरेशन के साथ, आप पा सकते हैं कि आपके इन्वेंट्री के पूरे स्टॉक को बेचने में आपको औसतन कितना समय लगता है। सबसे पहले, अपने वार्षिक इन्वेंट्री टर्नओवर को सामान्य रूप में खोजें। फिर, इन्वेंट्री टर्नओवर के लिए आपके द्वारा प्राप्त अनुपात से 365 दिन विभाजित करें। आपका उत्तर उन दिनों की संख्या होगी जो आपको अपनी पूरी इन्वेंट्री को औसतन बेचने के लिए ले जाती है।

- उदाहरण के लिए, मान लें कि हमारे पास दिए गए वर्ष के लिए इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात 8.5 है। 365 दिन / 8.5 को विभाजित करके, हमें 42.9 दिन मिलते हैं। दूसरे शब्दों में, औसतन, हम प्रत्येक 43 दिनों में इन्वेंट्री का एक पूरा स्टॉक बेचते हैं।
- यदि आपको अपनी इन्वेंट्री टर्नओवर एक वर्ष से अधिक की अवधि के लिए मिली है, तो सूत्र में 365 दिनों के लिए अपनी समयावधि में दिनों की संख्या को बदलें। उदाहरण के लिए, यदि आपके पास सितंबर के महीने के लिए 2.5 का इन्वेंट्री टर्नओवर है, तो आपको 30 दिनों / 2.5 = 12 दिनों को विभाजित करके अपनी इन्वेंट्री को बेचने के लिए अपना औसत समय मिलेगा।



3. दक्षता के अनुमानित माप के रूप में अपनी इन्वेंट्री टर्नओवर का उपयोग करें। आमतौर पर (हालांकि हमेशा नहीं) व्यवसाय धीरे-धीरे की बजाय अपनी इन्वेंट्री को जल्दी से बेचना चाहते हैं। इस वजह से, किसी व्यवसाय का इन्वेंट्री टर्नओवर का उपयोग सुराग हासिल करने के लिए किया जा सकता है कि व्यवसाय कितनी कुशलता से चल रहा है, विशेषकर प्रतियोगियों की तुलना में। हालांकि, यह याद रखना बहुत महत्वपूर्ण है कि इस प्रकार की तुलनाओं में संदर्भ महत्वपूर्ण है। एक कम इन्वेंट्री टर्नओवर हमेशा खराब नहीं होता है और एक उच्च इन्वेंट्री टर्नओवर हमेशा अच्छा नहीं होता है।

- उदाहरण के लिए, लकज़री स्पोर्ट्स कारें आमतौर पर बहुत जल्दी नहीं बिकती हैं क्योंकि उनके लिए काफी छोटा बाजार होता है। इस प्रकार, आप एक आयात स्पोर्ट्स कार डीलरशिप की उम्मीद कर सकते हैं कि उसके पास इन्वेंट्री टर्नओवर दर काफी कम है — वे एक साल में अपना पूरा स्टॉक भी नहीं बेच सकते हैं। दूसरी ओर, यदि समान डीलरशिप में इन्वेंट्री टर्नओवर में अचानक बड़ी वृद्धि होती है, तो यह बहुत अच्छी बात हो सकती है, लेकिन यह एक बुरी बात हो सकती है, जो संदर्भ के आधार पर है — उदाहरण के लिए, यह एक कमी का संकेत हो सकता है, जिससे बिक्री का नुकसान हो सकता है।



4. अपनी इन्वेंट्री टर्नओवर की तुलना उद्योग औसत से करें। किसी व्यवसाय की परिचालन क्षमता को आंकने का एक उपयोगी तरीका यह है कि अपने इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की तुलना उसी उद्योग के व्यवसायों के औसत मूल्य से की जाए। कुछ वित्तीय प्रकाशन (प्रिंट और ऑनलाइन दोनों) उद्योग क्षेत्र द्वारा औसत इन्वेंट्री टर्नओवर रैंकिंग प्रकाशित करते हैं, जो आपको कंपनी के प्रदर्शन को मापने के लिए एक मोटा बेंचमार्क दे सकते हैं। ऐसी ही एक रैंकिंग यहां मिल सकती है। हालांकि, फिर से, यह याद रखना महत्वपूर्ण है कि ये मूल्य उद्योग के औसत का प्रतिनिधित्व करते हैं और कुछ संदर्भों में, यह एक अच्छी बात है कि इन्वेंट्री टर्नओवर प्रकाशित मूल्य से काफी कम या अधिक है।

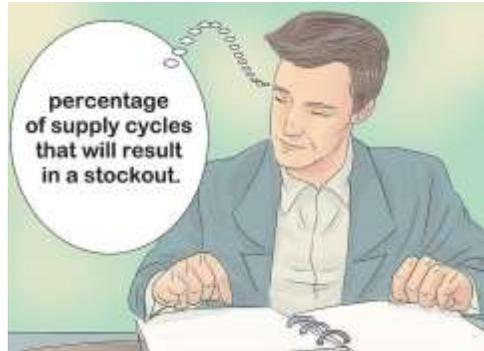
- किसी व्यवसाय की इन्वेंट्री टर्नओवर की उद्योग औसत से तुलना करने के लिए एक और उपयोगी उपकरण बीडीसी इन्वेंट्री टर्नओवर कैलकुलेटर है। यह उपकरण आपको एक उद्योग चुनने की अनुमति देता है, फिर किसी व्यवसाय के कॉग्स और औसत इन्वेंट्री को इनपुट करके एक काल्पनिक इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात का पता लगाएं और इसे आपके द्वारा चुने गए उद्योग के औसत मूल्य से तुलना करें।

सुरक्षा स्टॉक की गणना कैसे करें

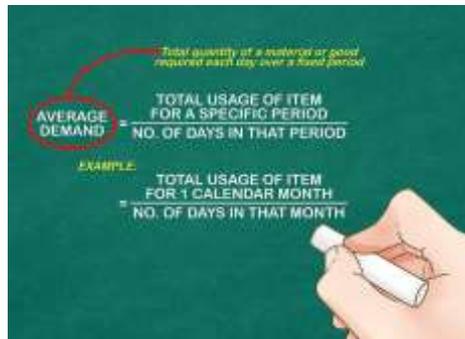
सुरक्षा स्टॉक, या बफर स्टॉक, एक शब्द है जिसका उपयोग लंबित आदेशों या औसत मांग से परे इन्वेंट्री या स्टॉक की मात्रा का वर्णन करने के लिए किया जाता है जिसे सामग्री की अस्थायी कमी, या स्टॉकआउट की संभावना को कम करने के लिए हाथ पर रखा जाना चाहिए। स्टॉकआउट से खोई हुई बिक्री और खोए हुए ग्राहक पैदा हो सकते हैं। सुरक्षा स्टॉक मांग में अचानक उतार-चढ़ाव से निपटने में मददगार है या यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपूर्तिकर्ता से सामग्रियों के अगले निर्धारित वितरण की प्रतीक्षा में उत्पादन जारी रखने के लिए पर्याप्त कच्चे माल और आपूर्ति हो। इसे सही ढंग से गणना करना महत्वपूर्ण है, क्योंकि बहुत कम स्टॉक परिणामों में कमी होने पर, बहुत अधिक इन्वेंट्री लागत बढ़ जाएगी। आपके द्वारा लिया जाने वाला सुरक्षा स्टॉक आपके सेवा लक्ष्यों (यानी आप कितनी बार स्टॉकआउट स्वीकार कर सकते हैं), मांग की परिवर्तनशीलता, और लीड समय की परिवर्तनशीलता पर निर्भर करेगा।

तरीका 1

मांग से सुरक्षा स्टॉक का निर्धारण



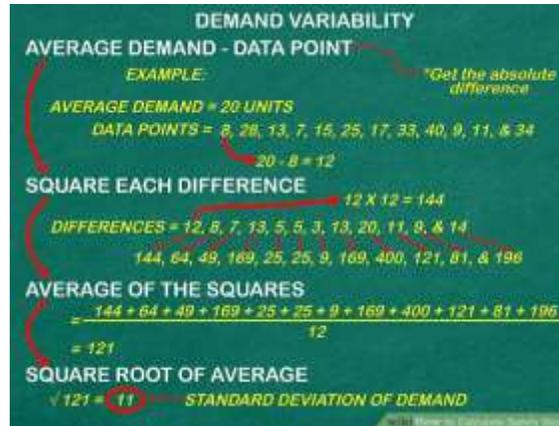
1. स्टॉकआउट से बचने के तरीके को निर्धारित करने के लिए ऐतिहासिक मांग और परिवर्तनशीलता को देखें। निम्नलिखित गणना एक निश्चित चक्र सेवा स्तर को प्राप्त करने के लिए आवश्यक स्टॉक का अनुमान लगाएगी - अर्थात् आपूर्ति चक्रों का प्रतिशत जिसके परिणामस्वरूप स्टॉकआउट होगा।



2. औसत मांग निर्धारित करें। औसत मांग एक निश्चित अवधि में प्रत्येक दिन एक सामग्री की कुल मात्रा या अच्छी आवश्यकता होती है। एक सामान्य दृष्टिकोण एक निर्दिष्ट अवधि के लिए उस आइटम के कुल उपयोग की जांच करना है, जैसे कि एक कैलेंडर माह या स्टॉक के ऑर्डर देने और वितरण के बीच का अंतराल, और फिर उस महीने के दिनों को प्रति दिन उपयोग खोजने के लिए विभाजित करें। कई वस्तुओं के लिए - जैसे कि किराने की दुकान में लंबे समय से स्थापित ब्रांड - ऐतिहासिक मांग मांग की गणना करने के लिए सबसे अच्छा मार्गदर्शक प्रदान करेगी।



3. विशेष रूप से स्टॉक वस्तुओं के लिए भविष्य की मांग पर विचार करें। कभी-कभी यह भविष्य की मांग पर विचार करना अधिक समझ में आता है। उदाहरण के लिए, यदि आप कार ट्रांसमिशन का निर्माण करते हैं और आपको एक बड़ा ऑर्डर मिला है, तो आप उस ऑर्डर को डिमांड में लाना चाहेंगे। इस मामले में, आप औसत मांग की गणना करने और फिर बड़े ऑर्डर द्वारा बनाई गई मांग में जोड़ सकते हैं।



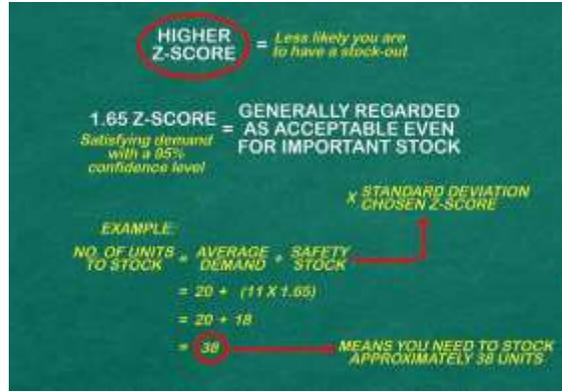
4. मांग परिवर्तनशीलता की गणना करें। औसत मांग आपको केवल इतना बता सकती है। यदि मांग में महीने-महीने या दिन-प्रतिदिन नाटकीय रूप से उतार-चढ़ाव आता है, तो आपको इसे अपनी गणना में शामिल करना होगा ताकि मांग में वृद्धि को कवर करने के लिए आपके पास पर्याप्त स्टॉक हो। मांग में मानक विचलन की गणना करने के लिए स्प्रेडशीट का उपयोग करके शुरू करें (एक्सेल में, सभी मांग आंकड़े अपनी सेल में दर्ज करें, फिर सूत्र = एसटीडीईवी (प्रश्न में सेल) है। या निम्न सूत्र का उपयोग करें:

- समय की अवधि (यानी एक सप्ताह, महीने या वर्ष) पर औसत मांग के साथ शुरू करें। हमारे उदाहरण के लिए, मान लें कि यह प्रति माह 20 यूनिट है।
- प्रत्येक डेटा बिंदु और औसत के बीच पूर्ण अंतर निर्धारित करें। उदाहरण के लिए, यदि मासिक मांग 8, 28, 13, 7, 15, 25, 17, 33, 40, 9, 11 और 34 इकाई है, तो 20 से अंतर होगा: 12, 8, 7, 13, 5, 5, 3, 13, 20, 11, 9, और 14।
- प्रत्येक अंतर को स्क्वायर करें। हमारे उदाहरण में, यह उपज: 144, 64, 49, 169, 25, 25, 9, 169, 400, 121, 81 और 196 होगी।
- वर्गों के औसत की गणना करें। जैसे- 121
- औसत का वर्गमूल लें। यह आपकी मांग का मानक विचलन है। जैसे 11



5. अपने सेवा कारकों को निर्धारित करें, उर्फ जेड-स्कोर। सेवा कारक, या जेड-स्कोर, मांग के मानक विचलन पर आधारित है। 1 का जेड-स्कोर आपको मांग के 1 मानक विचलन से बचाएगा।

हमारे उदाहरण में, चूंकि मांग का मानक विचलन 11 था, यह एक मानक विचलन से बचाने के लिए सामान्य स्टॉक के अलावा सुरक्षा इकाइयों की 11 इकाइयों को ले जाएगा, सुरक्षा स्टॉक के 1.22 इकाइयों के जेड-स्कोर की उपज 2 का जेड-स्कोर होगा।



6. आप जिस जेड-स्कोर की तलाश कर रहे हैं, उस पर निर्णय लें। आपका जेड-स्कोर जितना अधिक होगा, आपके स्टॉक आउट होने की संभावना उतनी ही कम होगी। जेड-स्कोर चुनने में, आप ग्राहक सेवा और इन्वेंट्री लागत को संतुलित करना चाहेंगे। आप अपने व्यवसाय के लिए अधिक मूल्य के साथ स्टॉक की गई इकाइयों के लिए एक उच्च जेड-स्कोर चाहते हैं। 1.65 का जेड-स्कोर, 95% आत्मविश्वास के स्तर के साथ संतोषजनक मांग, आमतौर पर महत्वपूर्ण स्टॉक के लिए भी स्वीकार्य माना जाता है। इस मामले में, इसका मतलब है कि लगभग 18 इकाइयों (11 x 1.65 का मानक विचलन), सुरक्षा स्टॉक या 38 इकाइयों का कुल (औसत मांग + सुरक्षा स्टॉक) स्टॉक करना होगा। यहां बताया गया है कि जेड-स्कोर उस संभावना से संबंधित है जिससे आप मांग को पूरा कर सकते हैं:

- 1 का जेड-स्कोर = 84%
- 1.28 का जेड-स्कोर = 90%
- 1.65 का जेड - स्कोर = 95%
- 2.33 का जेड-स्कोर = 99%

तरीका 2

लीड समय के लिए लेखांकन



1. आपूर्ति परिवर्तनशीलता के लिए खाते में अग्रणी समय में कारक। लीड समय वह समय होता है जब आप किसी आइटम का उत्पादन करने या ऑर्डर करने का निर्णय लेते हैं, जिस समय तक वह आइटम हाथ में होता है और अंतिम ग्राहक को बिक्री के लिए तैयार होता है। कई कारक हैं जो भिन्न होने के लिए नेतृत्व समय का कारण बन सकते हैं:

- उत्पादन में देरी - यदि आपकी स्वयं की उत्पादन प्रक्रिया परिवर्तनशील है, तो इससे लीड समय प्रभावित हो सकता है। इसके अलावा, आपके द्वारा ऑर्डर किए जा रहे उत्पादों की उत्पादन प्रक्रिया भिन्न हो सकती है।
- सामग्री दोष - यदि आप 10 इकाइयों का आदेश देते हैं और 2 दोषपूर्ण हैं, तो आपको अतिरिक्त 2 इकाइयों की प्रतीक्षा करनी होगी।
- डिलीवरी में देरी - शिपिंग समय के सबसे अच्छे समय में थोड़ा भिन्न होने की उम्मीद की जा सकती है, और प्राकृतिक आपदाओं या हड़ताल जैसी अप्रत्याशित घटनाओं से डिलीवरी में और देरी हो सकती है।

SYNC STOCK WITH SUPPLY DELIVERY CYCLE

**X STANDARD DEVIATION OF DEMAND
X SQUARE ROOT OF LEAD TIME**

EXAMPLE:
If you calculated standard deviation on a monthly basis, and lead time was 2 months

$$= 11 \times \sqrt{2}$$

$$= 15.56$$

Make sure to convert lead time to the same unit of time measure that you used to determine standard deviation of demand

EXAMPLE:
If you calculated standard deviation on a monthly basis, and lead time was 10 days

$$\text{LEAD TIME} = 10 \text{ DAYS} \times 30.42 \text{ DAYS}$$

$$= .329 \text{ month}$$


2. अपने आपूर्ति वितरण चक्र के साथ अपने स्टॉक को सिंक करें। ऐसा करने के लिए, आपको लीड समय अवधि से मेल खाने के लिए अपने मानक विचलन को समायोजित करने की आवश्यकता होगी। लीड समय के वर्गमूल द्वारा अपने मानक विचलन को मांग के भाग (भाग 1, चरण 4 में गणना) से गुणा करें।

- इसका मतलब है कि यदि आपने मासिक आधार पर मानक विचलन की गणना की है, और लीड समय 2 महीने था, तो आप मानक विचलन को दो के वर्गमूल से गुणा करेंगे।
- हमारे पिछले उदाहरण का उपयोग करते हुए, इसका मतलब है: $11 \times 152 = 15.56$ ।
- लीड समय को उसी इकाई माप में परिवर्तित करना सुनिश्चित करें जिसे आपने मांग के मानक विचलन को निर्धारित करने के लिए उपयोग किया था। उदाहरण के लिए, यदि आपने मासिक आधार पर मानक विचलन की गणना की और लीड समय 10 दिन था, तो आप लीड समय को .329 महीने में परिवर्तित करना चाहते हैं - यानी 10 को 30.42 (एक महीने में औसत दिन) से विभाजित किया जाएगा।

SAFETY STOCK = Z-SCORE X $\sqrt{\text{LEAD TIME}} \times \text{STANDARD DEVIATION OF DEMAND}$

EXAMPLE:

$$= 1.65 \times \sqrt{2} \times 11$$

$$= 25.67 \text{ UNITS}$$


3. इसे एक साथ रखें। हम निम्न रूप में निम्नातुसार लीड समय के साथ मांग के आधार पर सुरक्षा स्टॉक निर्धारित करने के लिए सूत्रों को जोड़ सकते हैं:

- सुरक्षा स्टॉक = जेड-स्कोर x $\sqrt{\text{लीड टाइम} \times \text{मानक डिमांड का विचलन}}$
- हमारे उदाहरण में, स्टॉकआउट 95% समय से बचने के लिए, आपको इस प्रकार 1.65 (जेड-स्कोर) x $\sqrt{2}$ (लीड समय) x 11 (मांग का मानक विचलन) = 25.67 इकाइयों की सुरक्षा स्टॉक की आवश्यकता होगी।

IF LEAD TIME IS THE PRIMARY VARIABLE:

$$\text{SAFETY STOCK} = \text{Z-SCORE} \times \text{STANDARD DEVIATION OF LEAD TIME} \times \text{AVERAGE DEMAND}$$

EXAMPLE:

$$= 1.65 \times .43 \times 20$$

$$= 14.3 \text{ UNITS}$$


4. सुरक्षा स्टॉक की गणना अलग से करें यदि लीड समय प्राथमिक चर है। यदि मांग स्थिर है लेकिन लीड समय चर है, तो आपको लीड समय के मानक विचलन का उपयोग करके सुरक्षा स्टॉक की गणना करने की आवश्यकता होगी। इस स्थिति में, सूत्र निम्न होगा:

- सुरक्षा स्टॉक = लीड समय x औसत मांग का जेड-स्कोर एक्स मानक विचलन
- उदाहरण के लिए, यदि 1.65 के जेड-स्कोर का लक्ष्य है, तो औसत मांग 20 यूनिट प्रति माह है, और छह महीने की अवधि में 2, 1.5, 2.3, 1.9, 2.1 और 2.8 महीने से अधिक का लीड समय है, फिर सेफ्टी स्टॉक = $1.65 \times .43 \times 20 = 14.3$ यूनिट।

$$\text{SAFETY STOCK} = \text{Z-SCORE} \times \sqrt{\text{LEAD TIME} \times \text{STANDARD DEVIATION OF DEMAND}^2 + \text{STANDARD DEVIATION OF LEAD TIME}^2 \times \text{AVERAGE DEMAND}^2}$$

$$= 1.65 \times \sqrt{(2 \times 11^2) + (.43 \times 20)^2}$$

$$= 29.3 \text{ UNITS}$$


5. लीड टाइम और डिमांड दोनों में स्वतंत्र भिन्नता के लिए तीसरे समीकरण का उपयोग करें। यदि लीड समय और मांग एक-दूसरे से स्वतंत्र रूप से भिन्न होती है (यानी विचरण करने वाले कारक प्रत्येक के लिए अलग-अलग होते हैं), तो सुरक्षा स्टॉक जेड-स्कोर है जिसे मांग और आपूर्ति परिवर्तनशीलता के वर्गों के योग के वर्गमूल से गुणा किया जाता है, या:

- सुरक्षा स्टॉक = जेड-स्कोर x $\sqrt{[(\text{लीड समय} \times \text{डिडक्शन ऑफ़ डिमांड स्क्वॉयर}) + (\text{लीड समय का मानक विचलन एक्स एवरेज डिमांड स्क्वॉयर})]}$

- हमारे उदाहरण में: सुरक्षा स्टॉक = $1.65 \times \sqrt{(2 \times 11 \text{ वर्ग}) + (.43 \times 20 \text{ वर्ग})} = 29.3$ इकाई।

$$\text{SAFETY STOCK} = \left(\text{Z-SCORE} \times \sqrt{\text{LEAD TIME DEVIATION OF DEMAND}} \right) + \left(\text{Z-SCORE} \times \text{STANDARD DEVIATION OF LEAD TIME AVERAGE DEMAND} \right)$$

$$= 25.67 + 14.3$$

$$= 39.97 \text{ UNITS}$$

6. लीड समय और मांग परिवर्तनशीलता पर आधारित गणनाओं को योग करें यदि दो कारक निर्भर करते हैं। यही कारण है कि, यदि समान कारक लीड समय और मांग परिवर्तनशीलता को प्रभावित करते हैं, तो आपको अपने आप को पर्याप्त सुरक्षा स्टॉक सुनिश्चित करने के लिए व्यक्तिगत सुरक्षा स्टॉक की गणना करने की आवश्यकता होगी। इस मामले में:

- सुरक्षा स्टॉक = (जेड-स्कोर x लीड टाइम x डिमांड का मानक विचलन) + (जेड-स्कोर x औसत मांग का मानक विचलन x औसत मांग)
- हमारे उदाहरण में: सुरक्षा स्टॉक = $25.67 + 14.3 = 39.97$ यूनिट।

तरीका 3

सुरक्षा स्टॉक की आवश्यकता को कम करना



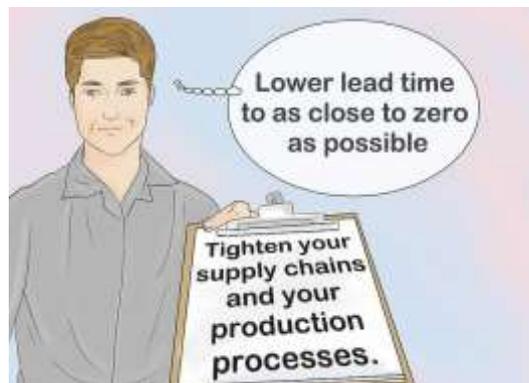
1. जैसे बचाने के लिए आपको सुरक्षा स्टॉक की मात्रा कम करनी होगी। हाथ पर बहुत अधिक स्टॉक होने से इन्वेंट्री लागत में वृद्धि होगी, इसलिए यह एक दुबला आपूर्ति श्रृंखला चलाने के लिए आदर्श है। याद रखें: लक्ष्य सभी स्टॉकआउट को रोकना नहीं है, बल्कि ग्राहक सेवा लक्ष्यों और इन्वेंट्री लागत को संतुलित करना है।



2. सुरक्षा स्टॉक के अपने उपयोग की निगरानी करें। क्या मॉडल उम्मीद के मुताबिक प्रदर्शन कर रहा है? यदि हां, तो आपको अपने आपूर्ति चक्र के लगभग आधे हिस्से में सुरक्षा स्टॉक का उपयोग करना चाहिए। यदि आप सुरक्षा स्टॉक का कम उपयोग कर रहे हैं, तो आप कितना भी पकड़ सकते हैं, उसमें कटौती कर सकते हैं।



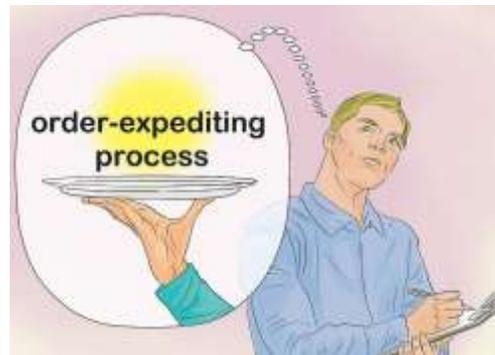
3. मांग में परिवर्तनशीलता में कमी। मांग का लीड समय से अधिक भिन्न होता है और सुरक्षा स्टॉक समीकरण पर अधिक प्रभाव पड़ता है। मांग परिवर्तनशीलता को समाप्त करने से आप कम सुरक्षा स्टॉक रख सकेंगे। मांग को मूल्य, लीड समय, या उत्पादित किए जा रहे उत्पादों की सामग्री के माध्यम से आकार दिया जा सकता है।



4. लीड टाइम कम करने के लिए काम करें। यदि लीड समय शून्य था, तो आपको सुरक्षा स्टॉक की आवश्यकता नहीं होगी, क्योंकि मांग के आधार पर उत्पाद तुरंत उत्पादित किया जा सकता है। बेशक, लीड समय को कभी भी शून्य नहीं किया जा सकता है, लेकिन जितना संभव हो उतना कम करना एक लीनियर व्यवसाय चलाने का सबसे अच्छा तरीका है। इसका मतलब है कि दोनों आपकी आपूर्ति श्रृंखला और आपकी उत्पादन प्रक्रियाओं को कस रहे हैं।



5. ग्राहक सेवा लक्ष्य को शिफ्ट करें। यदि ग्राहक सेवा के उच्च स्तर की आवश्यकता नहीं है - यानी स्टॉकआउट से आपके व्यवसाय को ग्राहकों को खोने का कारण नहीं होगा - तो आप अपने जेड-स्कोर को नीचे की ओर समायोजित कर सकते हैं, जो आपके हाथ में आवश्यक सुरक्षा स्टॉक की मात्रा को कम करता है।



6. एक आदेश-प्रसार प्रक्रिया को लागू करें। यह प्रक्रिया स्टॉकआउट्स को रोकने के लिए आपको अधिक तेज़ी से उत्पादन या माल देने की अनुमति देती है। नतीजतन, आपकी कंपनी को अधिक से अधिक सुरक्षा स्टॉक ले जाने की आवश्यकता नहीं होगी, जो विशेष रूप से सहायक है जब प्रश्न में स्टॉक का उत्पादन करने के लिए बहुत अधिक लागत होती है, और इस तरह इन्वेंट्री में ले जाने के लिए अधिक लागत होती है।



7. एक मेक-टू-ऑर्डर (एमटीओ) या फिनिश-टू-ऑर्डर (एफटीओ) उत्पादन प्रक्रिया में बदलाव पर विचार करें। यदि आपके ग्राहक लंबे समय तक लीड को स्वीकार करने

के लिए तैयार हैं, जो अक्सर उन चीजों के लिए होता है जो वे नियमित रूप से नहीं खरीदते हैं, तो एमटीओ आपको अधिकांश सुरक्षा स्टॉक को समाप्त करने की अनुमति देगा, जबकि एफटीओ सेफ्टी स्टॉक बनाम कम इन्वेंट्री में कम विभेदन के लिए अनुमति देगा।

इन्वेंट्री संकोचन को कैसे कम करें

इन्वेंट्री संकोचन बस इन्वेंट्री के नुकसान को संदर्भित करता है। आमतौर पर संकोचन चोरी, क्षति / खराब होने या प्रशासन द्वारा त्रुटियों के कारण होता है। यद्यपि माल को ले जाने वाले व्यवसायों के लिए इन्वेंट्री संकोचन एक बड़ी समस्या हो सकती है, लेकिन उचित मॉनिटर और नियंत्रणों को लगाकर समस्या को बहुत कम किया जा सकता है।

तरीका 1

कर्मचारी चोरी को रोकना



1. कर्मचारियों को ठीक से शिक्षित और प्रशिक्षित करें। प्रशिक्षण और हानि-निवारण कार्यक्रम चलाएं जो कर्मचारियों के साथ चोरी के निहितार्थों पर चर्चा करते हैं, जैसे कि सीमित वेतन में वृद्धि, पदोन्नति के कम अवसर, और कंपनी की वित्तीय अस्थिरता के कारण छंटनी।

- हानि-रोकथाम कार्यक्रम कर्मचारियों को दिखाते हैं कि आप चोरी पर ध्यान दे रहे हैं और कंपनी समस्या को गंभीरता से लेती है।
- इसके अलावा, ये कार्यक्रम कर्मचारियों को यह जानने में मदद कर सकते हैं कि चोरी का पता कैसे करें, चाहे वह अन्य कर्मचारियों या ग्राहकों के बीच हो।



2. अपने स्टोररूम को सुरक्षित करें। कर्मचारी चोरी के जोखिम को कम करने का सबसे आसान तरीका आपकी इन्वेंट्री तक पहुंच को प्रतिबंधित करना है।

केवल उन कर्मचारियों को जो सीधे इन्वेंट्री से जुड़े होते हैं, इन्वेंट्री क्षेत्रों तक पहुंच होनी चाहिए। यदि आपके पास कुछ सामान हैं जो विशेष रूप से मूल्यवान हैं, तो उन क्षेत्रों तक पहुंच को प्रतिबंधित करने पर विचार करें जहां ये रखे गए हैं।



- अपनी प्राप्त प्रथाओं को कस लें। एक वेयरहाउस का प्राप्त क्षेत्र वह जगह है जहां बड़ी मात्रा में इन्वेंट्री चोरी होती है। कर्मचारी शिपमेंट को कम या खराब होने के रूप में चिह्नित कर सकते हैं जब वे नहीं होते हैं और खुद के लिए अच्छा दावा करते हैं। इससे पहले कि आप खराब या क्षतिग्रस्त सामानों को फेंकने के निरीक्षण की आवश्यकता को रोक सकें। आपके पास एक कर्मचारी भी होना चाहिए जो इन निरीक्षणों को प्राप्त करने के बाहर काम करता है, साथ ही प्राप्त वस्तुओं की एक मात्रा के साथ।



- निगरानी कैमरे स्थापित करें। पूरे स्टोर और वर्करूम में दृश्यमान सुरक्षा कैमरे स्थापित करना अपराध के लिए एक सिद्ध बाधा है। अपने कर्मचारियों को सूक्ष्म तरीके से बताएं कि सुरक्षा कैमरे अक्सर काम कर रहे हैं और जांच रहे हैं। इसके अलावा, चोरी या दुकानदारी से जुड़े अजीब व्यवहार की निगरानी के लिए प्रत्येक रात सुरक्षा कैमरों की समीक्षा करें। कैमरे को कम से कम साप्ताहिक समीक्षा की जानी चाहिए, भले ही संकोचन के कोई संकेत न हों।
 - उदाहरण के लिए, कर्मचारियों को प्रशिक्षित करते समय, आप उन्हें स्पष्ट रूप से दिखा सकते हैं कि सभी कैमरे कहां स्थित हैं, उन्हें लाइव रिकॉर्डिंग दिखाएं, और इस बात पर जोर दें कि टेप की रोजाना जांच की जाती है।
 - आप स्टोर और वर्करूम चेतावनी में चोरी और उससे जुड़े दंड के बारे में भी संकेत दे सकते हैं।



5. कीमती सामान की बारीकी से निगरानी करें। उन स्थानों पर उच्च मूल्य की वस्तुओं (चाहे सामान या मुद्रा) को संग्रहीत करने के लिए चोरी करने के आग्रह को कम करें, जिसमें प्राधिकरण या पहुंच के उच्च स्तर की आवश्यकता होती है।

- उदाहरण के लिए, ताला और चाबी के तहत उच्च मूल्य की वस्तुओं को स्टोर करें और केवल विश्वसनीय प्रबंधकों या पर्यवेक्षकों को चावियां प्रदान करें।



6. एक से अधिक कर्मचारियों के बीच अलग काम को बांटें। एक ही व्यक्ति को इन्वेंट्री प्रबंधन, प्राप्तियों के प्रसंस्करण और प्राप्तियों की रिकॉर्डिंग को संभालने की अनुमति न दें। इन्वेंट्री और आय के प्रभारी एक व्यक्ति होने से चोरी के लिए किसी का ध्यान नहीं जाता है। इसके बजाय, कई लोगों के बीच "चेक और बैलेंस" सिस्टम रखने के लिए काम को बढ़ावा दें जो चोरी को रोकेंगे।



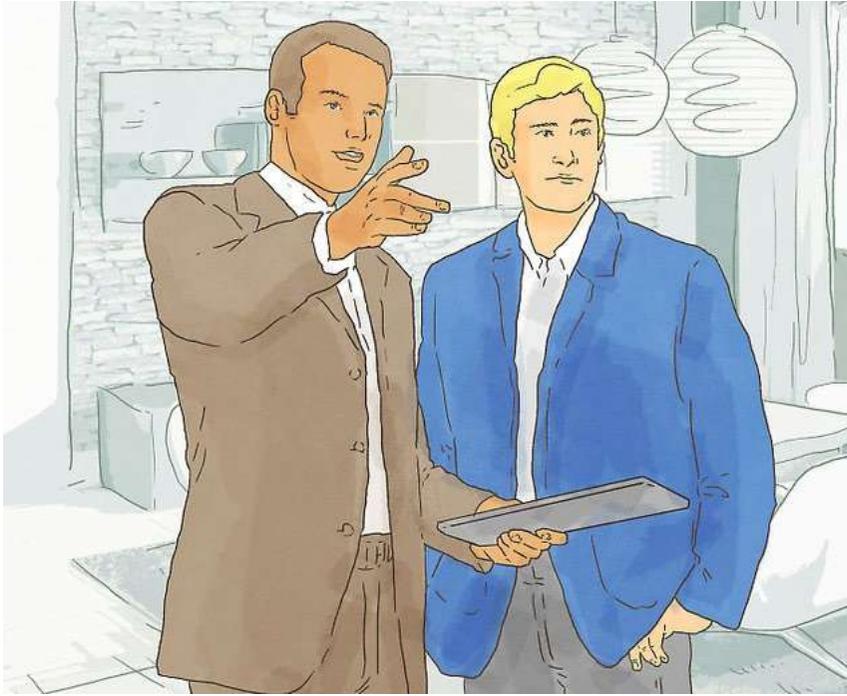
7. एक कुशल पॉइंट ऑफ़ सेल (पीओएस) प्रणाली का उपयोग करें। प्रत्येक कर्मचारी को एक अनूठे पासवर्ड और उपयोगकर्ता नाम के साथ पीओएस टर्मिनल में प्रवेश करने और संदिग्ध व्यवहार के लिए पीओएस टर्मिनल के माध्यम से दैनिक लेनदेन की समीक्षा करने की आवश्यकता है। संदिग्ध नुकसान का पता लगाने के लिए अपने

दैनिक लाभ मार्जिन रिपोर्ट का अध्ययन करें। यदि नियमित रूप से एक विभाग में पर्याप्त नुकसान होता है, तो आपको कर्मचारी की चोरी के लिए उस विभाग की जांच करने की आवश्यकता हो सकती है।

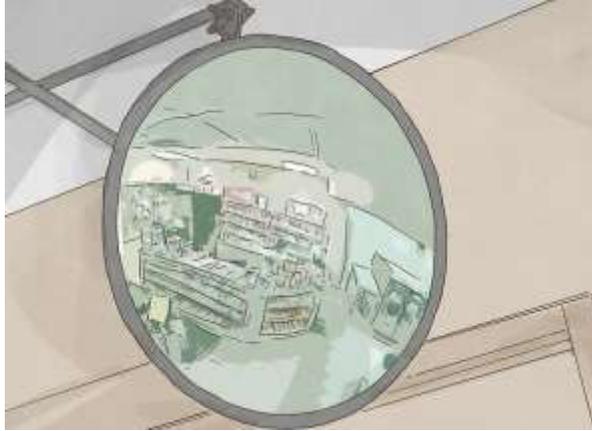
- संदिग्ध व्यवहार के उदाहरणों में नकदी दराज के लिए अनावश्यक और अत्यधिक पहुंच शामिल है, कम मात्रा में रिफंड दर्ज किए गए हैं, और उत्पाद रिटर्न उत्पाद से मेल नहीं खाते हैं।
- नकली बिक्री के लिए देखें, जहां एक कर्मचारी पूरी कीमत पर ग्राहक द्वारा भुगतान किए गए पैसे को निकालने के लिए छूट में प्रवेश करता है। छूट के लिए प्रेसहोल्ड सेट करें ताकि यदि लेनदेन बहुत अधिक भीषण प्रतीत हो तो लेनदेन न हो।
- टर्मिनल में साइन इन करते समय प्रत्येक कर्मचारी क्या करने में सक्षम है, इसे सीमित करें। उदाहरण के लिए, आपको कर्मचारियों को वॉइड या उत्पाद रिटर्न करने के लिए प्रबंधक को कॉल करने की आवश्यकता हो सकती है।
- कैशियर की कीमतों के साथ पोस्ट की गई कीमतों से मिलान करने में विफलता के परिणामस्वरूप नागरिक दंड और वर्ग कार्रवाई कानून सूट हो सकते हैं।

तरीका 2

ग्राहक चोरी कम करना



1. दुकान की चोरी को रोकने के लिए कैशियर खोजें। स्टोर के प्रवेश द्वार / निकास द्वार के पास कैश रजिस्टर रखें। अपने कैशियर को निर्देश दें कि वे ग्राहकों का स्वागत करें क्योंकि वे दरवाजों के माध्यम से आते हैं। कैशियर से लेकर बाकी स्टोर तक दृष्टि पंक्तियों को खुला रखें। कैशियर के पास अपनी सबसे मूल्यवान वस्तुओं का पता लगाएं और उन्हें इस क्षेत्र की निगरानी करने को कहें। चोरों के चोरी करने की संभावना कम है अगर उन्हें करीब से देखा जा रहा है।



2. सुरक्षा कैमरे और दर्पण का उपयोग करें। यदि वे जानते हैं कि उनकी सक्रिय रूप से निगरानी की जा रही है तो चोरी होने की संभावना कम है। खरीदारों को यह बताने के लिए अत्यधिक दृश्यमान कैमरे, दर्पण और चेतावनी संकेत स्थापित करें कि स्टोर चोरी को गंभीरता से लेता है, और अन्य उल्लंघनकर्ताओं के खिलाफ दंड लागू करेगा।

- दर्पण को कोनों या अस्पष्ट क्षेत्रों में रखें, जो चोरी के लिए छिपने का स्थान होने की अधिक संभावना रखते हैं।



3. कर्मचारी जागरूकता और दृश्यता बढ़ाएं। कर्मचारियों को न केवल धुंधली चोरी को पहचानने के लिए प्रशिक्षित किया जाना चाहिए, बल्कि उन्हें अपने कौशल को दैनिक व्यवहार में लाने के लिए भी तैयार रहना चाहिए। लॉस प्रिवेंशन रिसर्च काउंसिल के वार्षिक सत्र में, पेशेवर चोरों ने उल्लेख किया कि कर्मचारी दृश्यता चोरी के लिए # 1 बाधा थी। सुनिश्चित करें कि कर्मचारियों को फर्श पर चलना, ग्राहकों की सहायता करना, ट्रेसिंग रूम की निगरानी करना आदि के बारे में पता है।

- कर्मचारियों को उन खरीदारों की तलाश करनी चाहिए जो: आंखों के संपर्क से बचें, नर्वस दिखाई देते हैं, लक्ष्यहीन रूप से भटकते प्रतीत होते हैं, बार-बार दुकान से लौटते हैं, लगातार अन्य ग्राहकों या कर्मचारियों पर नजर रखते हैं, और अस्पष्ट क्षेत्रों में घूमते हैं।
- सुनिश्चित करें कि कर्मचारी सभी ग्राहकों का अभिवादन करके मुखर बने रहें, और अधिक देर तक धूम रहे ग्राहकों से सहायता करने के लिए पूछें।
- संभावित मुकदमों और शिकायतों के कारण, एक नीति निर्धारित करें जो चोरों के शारीरिक संपर्क या संयम को मना करती है। सुनिश्चित करें कि आपके कर्मचारी जानते हैं कि नस्ल, लिंग, जातीयता, आयु, या विकलांगता के आधार पर ग्राहकों को प्रोफाइल करना अवैध है।



4. स्टोर नीतियों को लागू करें जो चोरी में कटौती करेंगे। कुछ नीतियां हैं जो चोरों के लिए चोरी को कठिन बना देगी। शॉपिंग बैग लाने के संबंध में नीतियों को लागू करें, और ट्रेसिंग रूम नीतियों को लागू करें यदि आपके पास एक खुदरा स्टोर है जो कपड़े या जूते बेचता है।

- ग्राहकों द्वारा लाए गए शॉपिंग बैग के संबंध में एक नीति लागू करें। उदाहरण के लिए, उन्हें चेकआउट काउंटर पर बैग छोड़ने को कहें, और उन्हें एक नंबर दें जो उन्हें जाने पर अपनी वस्तुओं को प्राप्त करने की अनुमति देता है।
- ट्रेसिंग रूम के दरवाजों को बंद रखें और एक ट्रेसिंग रूम अटेंडेंट रखें जो प्रत्येक खरीदार द्वारा फिटिंग रूम में लिए गए कपड़ों की संख्या पर नज़र रखता है।
- आपात स्थिति के लिए निकास अलार्म या लॉक होना चाहिए, लेकिन फायर कोड के अनुपालन में रहता है।



5. सुनिश्चित करें कि कर्मचारी घोटालों से अवगत हैं। सुनिश्चित करें कि कर्मचारी छूट, रिटर्न और कूपन के संबंध में स्टोर नीतियों पर अद्यतित हैं। कैशियर को आइटम की कीमतों से परिचित होना चाहिए ताकि मूल्य टैग स्विचिंग, वर्तमान कूपन घोटाले और खराब प्रचार कोड के बारे में पता चल सके। खराब कूपन और कोड स्टोर के लाभ मार्जिन को प्रभावित कर सकते हैं क्योंकि यदि निर्माता द्वारा कूपन या कोड को अवैध माना जाता है, तो स्टोर की प्रतिपूर्ति नहीं की जा सकती है।

- कर्मचारियों को बड़ी मात्रा में रीडिम कूपन को जागरूक होना चाहिए, या औसत रिडेम्पशन मूल्य से बड़ा होना चाहिए।

- हमेशा मूल रसीद की आवश्यकता के द्वारा लौटाए गए माल पर घोटाले से बचें। यदि ग्राहकों के पास रसीद नहीं है, तो आप स्कैमर होने का पता लगाने के लिए 20% रिस्टॉकिंग शुल्क लागू कर सकते हैं।



6. अपने स्टोर को साफ और सुव्यवस्थित रखें। जब आपका स्टोर साफ-सुथरा रखा जाता है, तो यह नोटिस करना बहुत आसान है कि क्या कुछ जगह से बाहर है या गायब है। सभी वस्तुओं को "फेस्ट" रखें, जिसका अर्थ है कि सभी उत्पादों को शेल्फ के किनारे पर खींचकर व्यापारिक वस्तुओं की एक ठोस दीवार बनाना।

तरीका 3

प्रशासनिक त्रुटियों से बचना



1. सबसे सामान्य प्रकार की प्रशासनिक त्रुटियों से अवगत रहें। विशिष्ट प्रशासनिक त्रुटियां जो इन्वेंट्री सिकुड़न की ओर ले जाती हैं, उनमें यूनिवर्सल प्रोडक्ट कोड (यूपीसी) टिकटिंग एरर, पॉइंट ऑफ सेल (पीओएस) रिंगिंग एरर, रिटर्न प्रोसेसिंग एरर और अपर्याप्त प्रशिक्षित स्टाफ शामिल हैं। इन सामान्य त्रुटियों के बारे में पता होने से, आप भविष्य में उनसे बचने के लिए अधिक सावधान हो सकते हैं।

- यह सुनिश्चित करके यूपीसी त्रुटियों से बचें कि आइटम में सही बारकोड है, और आइटम को स्कैन और उचित रूप से लॉग इन किया जा रहा है। आइटम, डिब्बे और अलमारियों के लिए स्पष्ट लेबल बनाना एक संगठित प्रणाली बनाएगा जो मानव स्कैनिंग त्रुटियों पर कटौती करेगा।



2. लगातार ऑडिट करें। ऑडिटिंग में लक्ष्य यह जानना है कि इन्वेंट्री का हर टुकड़ा कहां स्थित है। इन्वेंट्री को ऑडिट करने के लिए सबसे प्रभावी तरीका साइकिल काउंटिंग का संचालन करना है, जहां आप प्रत्येक दिन कम मात्रा में इन्वेंट्री की गिनती करते हैं जब तक कि आप पूरे लॉट के माध्यम से साइकिल नहीं चला लेते।

- आपको प्रति वर्ष प्रति स्थान कम से कम दो पूर्ण ऑडिट करने चाहिए।
- इन्वेंट्री को ट्रैक करने का एक अन्य तरीका बारकोड स्कैनर या मोबाइल उपकरणों के माध्यम से है जो इन्वेंट्री को डॉक से रजिस्टर में ट्रैक करता है, लेकिन चोरों को इससे एक रास्ता मिल सकता है।
- एक अतिरिक्त विधि हाथ से इन्वेंट्री के प्रत्येक टुकड़े को गिनना है।



3. एक सॉफ्टवेयर समाधान के माध्यम से अपनी इन्वेंट्री को स्वचालित करें। इन्वेंट्री को ट्रैक करने के लिए सॉफ्टवेयर का उपयोग करके, आप सिस्टम को मानकीकृत करने में सक्षम हैं, और अधिक सटीक जानकारी ट्रैक करने में सक्षम हैं। यह न केवल धोखाधड़ी गतिविधि को रोकने में मदद करता है, बल्कि यह लेखा प्रणाली के बाहर किए जाने के बाद से इन्वेंट्री समायोजन को भी आसान बनाता है।

- उदाहरण के लिए, फ्लो इन्वेंट्री जैसी प्रणाली पूरी इन्वेंट्री प्रक्रिया का अवलोकन प्रदान करने में सक्षम है, और आपको सभी लेनदेन (यहां तक कि अलग-अलग उपयोगकर्ता खातों तक) का ऑडिट ट्रेल बनाने की अनुमति देती है।



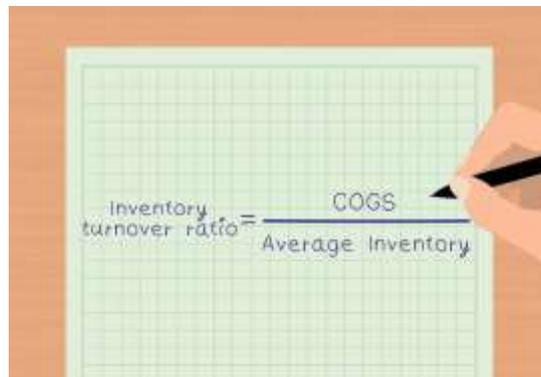
4. खराब या टूटी वस्तुओं पर ध्यान दें। खरीदारी के दौरान वस्तुओं की उचित संख्या का आदेश देकर और स्टोर के स्टॉक रूम में वस्तुओं की सावधानीपूर्वक हैंडलिंग सुनिश्चित करके खराब होने वाली इन्वेंट्री की मात्रा को सीमित करने का प्रयास करें। कभी-कभी, आपको वेयरहाउस से खराब या टूटी हुई वस्तुएं प्राप्त होंगी। शिपमेंट को मान्य करना और घोटाले से बचने के लिए क्षतिग्रस्त या खराब होने वाली वस्तुओं का सावधानीपूर्वक निरीक्षण करना सुनिश्चित करें।

इन्वेंट्री में दिनों की गणना कैसे करें

इन्वेंट्री का प्रबंधन एक कंपनी में बहुत महत्वपूर्ण है जो लाभ कमाने के लिए उत्पादों को बेचता है। इन्वेंट्री के दिनों की गणना इस बात का सूचक है कि इन्वेंट्री के संदर्भ में व्यवसाय कितना अच्छा प्रदर्शन कर रहा है। इस जानकारी के साथ, आप अपने प्रतिद्वंद्वियों के साथ अपने व्यापार की सूची के दिनों की तुलना कर सकते हैं। एक कम इन्वेंट्री दिनों के माप का मतलब है कि आप उच्च इन्वेंट्री टर्नओवर और परिसंपत्तियों पर बेहतर रिटर्न प्राप्त कर रहे हैं। इन्वेंट्री दिनों की गणना में बेची गई वस्तुओं की लागत और एक निश्चित अवधि में औसत इन्वेंट्री का निर्धारण करना शामिल है। इन्वेंट्री में दिनों की गणना करने के लिए, आपको पहले इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना करनी चाहिए, जिसमें माल की लागत और औसत इन्वेंट्री शामिल है। फिर, आपको इन्वेंट्री के दिनों को निर्धारित करने के लिए इस इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात द्वारा अवधि में दिनों की संख्या को विभाजित करने की आवश्यकता होगी।

अंश 1

इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना



1. इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की परिभाषा जानें। इन्वेंट्री टर्नओवर का मतलब है कि एक निश्चित अवधि में कितनी बार कोई व्यवसाय बेचता है और अपनी इन्वेंट्री को बदलता है। कम टर्नओवर दर अनुत्पादक संपत्ति और कम मुनाफे को इंगित करता है।

कंपनी बहुत अधिक इन्वेंट्री पर पकड़ बना रही है क्योंकि यह काफी तेजी से नहीं बिक रही है। एक उच्च टर्नओवर दर खोई हुई बिक्री का एक संकेत हो सकती है क्योंकि जब ग्राहक उन्हें खरीदना चाहते हैं तो उत्पाद का स्टॉक खत्म हो सकता है।

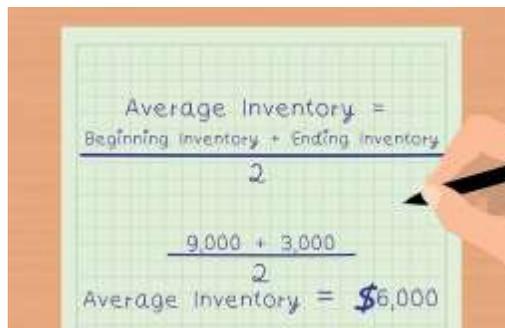
- सूत्र के घटक बेचे गए माल (कॉग्स) और औसत इन्वेंट्री की लागत हैं।
- इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना के लिए सूत्र कॉग्स / औसत इन्वेंट्री है।
- इन्वेंट्री की गणना इन्वेंट्री द्वारा बिक्री को विभाजित करके भी की जा सकती है।



$$\begin{aligned} \text{COGS} &= \\ &\text{Beginning Inventory} + \text{Purchase} - \\ &\text{Ending Inventory} \\ 9,000 + 20,000 - 3,000 &= 26,000 \\ \text{COGS} &= \$26,000 \end{aligned}$$

2. बेची गई वस्तुओं की लागत निर्धारित करें। बेची गई वस्तुओं की लागत एक सेवा प्रदान करने या उत्पाद बनाने से जुड़ा प्रत्यक्ष व्यय है। सेवा उद्योग के लिए, बेची गई वस्तुओं की लागत में मजदूरी, कर और लाभ सहित श्रम व्यय शामिल हैं। खुदरा या थोक में, बेची जाने वाली वस्तुओं की लागत एक निर्माता से खरीदी गई माल शामिल होती है, साथ ही इन्वेंट्री वस्तुओं को प्राप्त करने, भंडारण, और प्रदर्शित करने से जुड़े खर्चों को भी शामिल किया जाता है।

- बेचे गए सामान की लागत आय विवरण पर दर्ज की जाती है। यह राजस्व में कटौती के रूप में दर्ज किया जाता है और कंपनी के सकल मार्जिन को निर्धारित करता है।
 - यह आमतौर पर शुरुआत इन्वेंट्री + खरीद - एंडिंग इन्वेंट्री = कॉग्स के सूत्र के साथ गणना की जाती है।
 - उदाहरण के लिए, मान लें कि 12 महीने की अवधि में, एक कंपनी के पास \$ 9,000 की शुरुआती इन्वेंट्री है, खरीद में 20,000 डॉलर और 3,000 डॉलर की समाप्ति इन्वेंट्री है।
 - $\$9,000 + \$20,000 - \$3,000 = \$26,000$ सूत्र के साथ कॉग्स की गणना करें।
 - उस 12 महीने की कॉग्स की अवधि \$ 26,000 है, और इसे आय विवरण पर राजस्व के ऑफसेट के रूप में दर्ज किया जाएगा।



$$\begin{aligned} \text{Average Inventory} &= \\ &\frac{\text{Beginning Inventory} + \text{Ending Inventory}}{2} \\ \frac{9,000 + 3,000}{2} &= 6,000 \\ \text{Average Inventory} &= \$6,000 \end{aligned}$$

3. औसत इन्वेंट्री निर्धारित करें। औसत इन्वेंट्री एक लेखा अवधि के भीतर इन्वेंट्री का औसत मूल्य है। एक लेखा अवधि के भीतर इन्वेंट्री का मूल्य काफी बदल सकता है। इसलिए, माल की बिक्री की कुल बिक्री या लागत की इन्वेंट्री की तुलना करते समय औसत इन्वेंट्री की गणना करना अर्थपूर्ण है। यह गणना इन्वेंट्री स्तर में स्पाइक्स से भ्रम को समाप्त करती है।

- औसत इन्वेंट्री के लिए सूत्र बिगिनिंग इन्वेंट्री + एंडिंगइनवेंट्री / 2 है।
- उदाहरण के लिए, मान लें कि 12 महीने की अवधि में, एक कंपनी के पास 9,000 डॉलर की शुरुआती इन्वेंट्री और 3,000 डॉलर की समाप्ति इन्वेंट्री थी।
- $\$ 9,000 + \$ 3,000 / 2 = \$ 6,000$ सूत्र के साथ औसत इन्वेंट्री की गणना करें।



4. इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना करने के लिए सूत्र लागू करें। एक बार जब आप कॉग्स और औसत इन्वेंट्री जानते हैं, तो आप इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना कर सकते हैं। उपरोक्त उदाहरणों से जानकारी का उपयोग करते हुए, इस 12 महीने की अवधि में, कंपनी के पास \$ 26,000 का कॉग्स और 6,000 की औसत इन्वेंट्री थी। इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना करने के लिए, आप कॉग्स को औसत इन्वेंट्री से विभाजित करेंगे।

$$\bullet \quad \$ 26,000 / \$ 6000 = 4.33$$

- इस कंपनी ने 12 महीने की अवधि में अपनी इन्वेंट्री को 4.33 बार बेचा और प्रतिस्थापित किया।

अंश 2

इन्वेंट्री में दिनों की गणना



1. इन्वेंट्री में दिनों का अर्थ जानें। एक बार जब आप इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात को जानते हैं, तो आप इसका उपयोग इन्वेंट्री के दिनों की गणना करने के लिए कर सकते हैं। इन्वेंट्री में दिन एक कंपनी द्वारा अपनी औसत इन्वेंट्री को बेचने में लगने वाले कुल दिनों की संख्या है। यह उन दिनों की संख्या भी निर्धारित करता है जिनके लिए वर्तमान औसत इन्वेंट्री पर्याप्त होगी। कंपनियां अपनी इन्वेंट्री का उपयोग करने में अपनी दक्षता का मूल्यांकन करने के लिए इस मीट्रिक का उपयोग करती हैं।

$$\frac{365}{4.33} = 84.2 \text{ days}$$

2. इन्वेंट्री में दिनों की गणना करने के लिए सूत्र लागू करें। आप इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात द्वारा अवधि में दिनों की संख्या को विभाजित करके इन्वेंट्री में दिनों की गणना करते हैं। ऊपर उपयोग किए गए उदाहरण में, इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात 4.33 है। चूंकि लेखांकन अवधि 12 महीने की थी, इसलिए अवधि में दिनों की संख्या 365 है।

- इन्वेंट्री में दिनों की गणना सूत्र $365 / 4.33 = 84.2$ के साथ करें।
- अपनी औसत इन्वेंट्री को बेचने के लिए इस कंपनी को 84.2 दिन लगते हैं।

$$\left(\frac{\$6,000}{\$26,000} \right) * 365 = 84.2 \text{ days}$$

3. एक वैकल्पिक सूत्र लागू करें। यदि आपने इन्वेंट्री टर्नओवर अनुपात की गणना नहीं की है, तो आप बस बेची गई वस्तुओं की लागत और औसत इन्वेंट्री आंकड़े का उपयोग कर सकते हैं। आप कॉस द्वारा औसत इन्वेंट्री को विभाजित करेंगे। फिर आप उस अवधि को लेखा अवधि में दिनों की संख्या से गुणा करेंगे।

- ऊपर उपयोग किए गए उदाहरण में, औसत इन्वेंट्री \$ 6,000 है, कॉस \$ 26,000 है और अवधि में दिनों की संख्या 365 है।
- इन्वेंट्री में दिनों की गणना सूत्र $(\$ 6,000 / \$ 26,000) * 365 = 84.2$ के साथ करें।
- आपको अब भी वही जवाब मिलता है। अपनी औसत इन्वेंट्री को बेचने के लिए इस कंपनी को 84.2 दिन लगते हैं।

अंश 3

इन्वेंट्री में दिनों का विश्लेषण करना



1. नकदी रूपांतरण चक्र की जांच करें। नकदी रूपांतरण चक्र उन दिनों की संख्या को मापता है जो एक कंपनी को अपने संसाधनों को नकदी प्रवाह में बदलने के लिए ले जाती है। इस गणना के लिए इन्वेंट्री में दिन तीन भागों में से पहला है। दूसरा दिन बिक्री बकाया है, जो प्राप्त खातों को इकट्ठा करने में कंपनी को लगने वाले दिनों की संख्या है। तीसरा भाग देय दिन बकाया है, जो बताता है कि कंपनी को अपने खातों का भुगतान करने में कितने दिन लगते हैं।

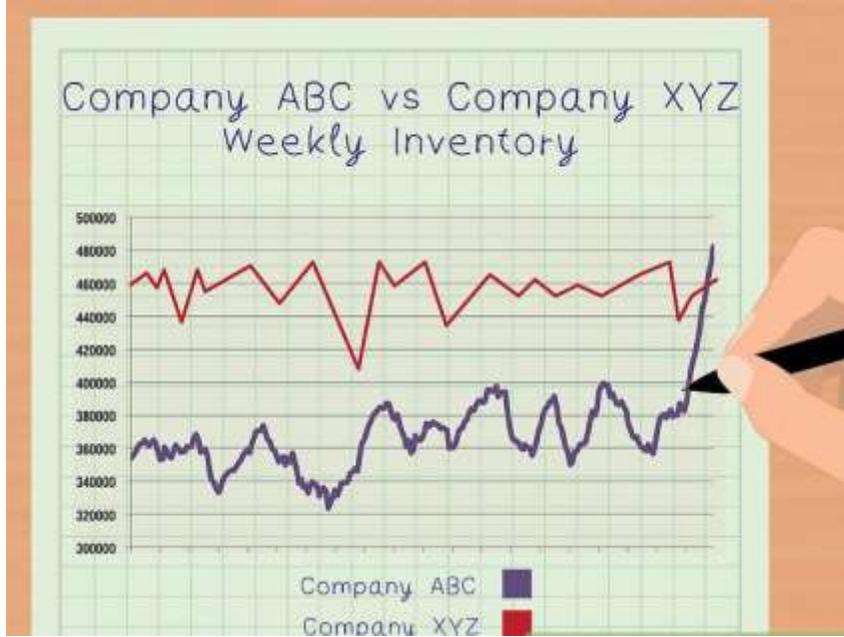
- नकद रूपांतरण चक्र नकदी का अनुसरण करता है क्योंकि यह पहले इन्वेंट्री में बदल जाता है और देय खातों में, फिर बिक्री और खातों में प्राप्त, और अंत में फिर से नकदी में वापस आता है।
- यह कंपनी के प्रबंधन की प्रभावशीलता को मापता है। एक त्वरित नकदी रूपांतरण चक्र होने से पता चलता है कि प्रबंधन ने कुछ समय के लिए इन्वेंट्री में वस्तुओं को रखने और जल्दी से माल के लिए भुगतान प्राप्त करके व्यवसाय द्वारा बर्बाद किए गए समय को कम करने के तरीके तैयार किए हैं। इन दोनों को करने के लिए कसकर प्रबंधित और सावधानीपूर्वक नियोजित प्रणालियों की आवश्यकता होती है।



2. इन्वेंट्री प्रभावशीलता का मूल्यांकन करें। इन्वेंट्री में दिनों की संख्या व्यक्त करती है कि कोई कंपनी कितने समय तक अपनी इन्वेंट्री पर रखती है। यह स्पष्ट करता

है कि किसी कंपनी की नकदी को उसकी इन्वेंट्री में कब तक बांधा जाता है। एक कंपनी जितनी अधिक समय तक अपनी इन्वेंट्री पर रहती है, उतनी अधिक संभावना उस निवेश पर पैसा खोने की होती है। इन्वेंट्री में आइटम पुराने हो सकते हैं या वे समाप्त हो सकते हैं। इसके अलावा, कीमतें गिर सकती हैं, जो इन्वेंट्री का अवमूल्यन करती हैं।

- लंबी अवधि के लिए इन्वेंट्री रखने से निवेश पर रिटर्न भी समाप्त हो जाता है, क्योंकि इस समय के दौरान अतिरिक्त पूंजी को इन्वेंट्री में बांधा जाता है।



3. समान उद्योग में अन्य व्यवसायों के साथ इन्वेंट्री में अपनी कंपनी के दिनों की तुलना करें। इन्वेंट्री में दिनों की संख्या प्रभावशीलता के माप के रूप में अधिक समझ में आती है यदि आप इसकी तुलना उसी उद्योग के अन्य व्यवसायों से करते हैं। विभिन्न प्रकार के व्यवसाय विभिन्न दरों पर अपनी इन्वेंट्री बेचते हैं। खराब होने वाली वस्तुओं को बेचने वाले रिटेलर्स के पास कार या फर्नीचर बेचने वाली कंपनी की तुलना में इन्वेंट्री में कम दिन होते हैं। इसलिए, यह निर्धारित करने के लिए कि आप अपनी इन्वेंट्री को कुशलतापूर्वक बेच रहे हैं, उसी उद्योग में अन्य व्यवसायों के साथ इन्वेंट्री में अपने दिनों की तुलना करें।

- आप अपने स्वयं के ऐतिहासिक इन्वेंट्री दिनों की गणना के साथ इन्वेंट्री में अपने दिनों की तुलना कर सकते हैं। इससे आपको रुझान, सकारात्मक या नकारात्मक की पहचान करने में मदद मिलेगी, जो आपके नकदी रूपांतरण चक्र की अवधि को प्रभावित कर सकता है।

इन्वेंट्री सटीकता कैसे बनाए रखें

इन्वेंट्री वह भौतिक आपूर्ति है जिसे आप बेचते हैं या अपने व्यवसाय के हिस्से के रूप में सेवाएं प्रदान करने के लिए उपयोग करते हैं। आपकी इन्वेंट्री आपकी सबसे मूल्यवान संपत्तियों में से एक है, और इसे सही तरीके से रखना आपके व्यवसाय को सुचारू रूप से चलाने के लिए आवश्यक है। चाहे आप इलेक्ट्रॉनिक इन्वेंट्री ट्रैकिंग सिस्टम का उपयोग करें या मैनुअल रूप से सब कुछ स्वयं करें, सटीक इन्वेंट्री रिकॉर्ड बनाए रखने से आपके व्यवसाय की सफलता में योगदान होगा। ध्यान दें कि इन्वेंट्री की चर्चा आपके व्यापार के लिए ठोस वस्तुओं को संदर्भित कर सकती है, या यह इन्वेंट्री के लिए लेखांकन मूल्यों को संदर्भित कर सकती है।

अंश 1

एक इन्वेंट्री ट्रैकिंग विधि का विकास करना



1. इन्वेंट्री मॉनिटरिंग मेथड चुनें। सटीक इन्वेंट्री को बनाए रखने की कुंजी इन्वेंट्री ट्रैकिंग की एक स्थापित विधि है, और विधि को ईमानदारी से चिपके रहना है। इन्वेंट्री ट्रैकिंग के लिए आम तौर पर दो विकल्प होते हैं - सिस्टम या मैनुअल। इन्वेंट्री सिस्टम आम तौर पर सॉफ्टवेयर उत्पाद होते हैं जो आपके अकाउंटिंग सिस्टम या कैश रजिस्टर से जुड़ते हैं और विक्री करते समय और नए उत्पाद खरीदने के साथ ही आपके इन्वेंट्री रिकॉर्ड को अपडेट करते हैं। कन्वेंशन पर, आप अपने इन्वेंट्री को मैनुअल रूप से एक इन्वेंट्री लॉग को कागज पर या एक्सेल वर्कबुक में रख कर, और अपनी इन्वेंट्री को समय-समय पर अपडेट करके रख सकते हैं।

- यह निर्धारित करते समय कि आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले इन्वेंट्री मॉनिटरिंग का कौन सा रूप है, अपनी व्यावसायिक आवश्यकताओं पर विचार करें, जैसे कि आपको कितनी बार इन्वेंट्री रिकॉर्ड एक्सेस करने की आवश्यकता है और आप किस प्रकार की इन्वेंट्री के मालिक हैं, साथ ही आप इन्वेंट्री मॉनिटरिंग सिस्टम पर कितना खर्च कर सकते हैं।
- यदि आप एक छोटे से व्यवसाय हैं और आपकी इन्वेंट्री खतरनाक या असामान्य रूप से मूल्यवान नहीं है, तो आपको लागतों को बचाने के लिए मैनुअल रूप से अपनी इन्वेंट्री को ट्रैक करने पर विचार करना चाहिए।
- यदि आप एक बड़ा व्यवसाय चलाते हैं या आपके पास मूल्यवान या खतरनाक इन्वेंट्री है, तो आपको इन्वेंट्री सिस्टम का उपयोग करने के लिए भुगतान करने पर विचार करना चाहिए। आप जो भुगतान करना चाहते हैं, उसके आधार पर, आपके पास एक जटिल प्रणाली हो सकती है जैसे कि आप आवश्यक हैं, जिसमें कर्मचारियों के लिए आवश्यक लॉग-इन और कर और व्यावसायिक रिपोर्टिंग उद्देश्यों के लिए स्वचालित लेखांकन अपडेट शामिल हैं।



2. इन्वेंट्री समूह और टैग बनाएं। अपने इन्वेंट्री में उन सभी उत्पादों या उत्पादों के प्रकारों की एक इन्वेंट्री बनाएं, और प्रत्येक के लिए एक नाम चुनें। आप जितना चाहें उतना विस्तृत हो सकते हैं, लेकिन आपकी इन्वेंट्री में प्रत्येक आइटम इन इन्वेंट्री समूहों में से एक (और केवल एक) में फिट होना चाहिए। भविष्य में किसी भी इन्वेंट्री आइटम की आवश्यकता होगी या इन्वेंट्री के दिन हाथ में न रखें, और उन वस्तुओं के लिए समूह भी बनाएँ।

- इन्वेंट्री लेबल बनाते समय अपनी क्रय आवश्यकताओं पर विचार करें। उदाहरण के लिए, यदि आप एक कैफे चलाते हैं और हर दिन पूरे, कम बसा और सोया दूध की आवश्यकता होती है, तो "दूध" नामक एक बड़ा इन्वेंट्री समूह न बनाएं। इसके बजाय आपको प्रत्येक प्रकार के दूध के लिए लेबल बनाने चाहिए।
- एक अन्य उदाहरण के रूप में, यदि आप विभिन्न रंगों में रेन बूट बेचते हैं, तो आप अपनी इन्वेंट्री को लिंग और आकार के आधार पर व्यवस्थित कर सकते हैं, लेकिन रंग को नहीं। इससे आपको यह सुनिश्चित करने में मदद मिलेगी कि आपके पास हमेशा सभी के आकारों में जूते उपलब्ध होंगे, लेकिन व्यर्थ समय के रंग को ट्रैक करने में बर्बाद नहीं होगा।
- याद रखें कि इन्वेंट्री केवल वही चीजें हैं जो आप अपनी सेवा प्रदान करते हैं, जैसे कि कॉफी शॉप में कॉफी और बुटीक में कपड़े। कॉफी ग्राइंडर या ड्रेसिंग रूम की कुर्सी जैसी चीजें उपकरण हैं, न कि इन्वेंट्री। आपको अपने उपकरणों के साथ-साथ अपनी इन्वेंट्री पर भी नज़र रखने की आवश्यकता होगी, लेकिन आपके समूह केवल उन वस्तुओं के लिए होने चाहिए जो आप बेचेंगे या उपयोग करेंगे और जिन्हें आपके नियमित व्यवसाय के हिस्से के रूप में प्रतिस्थापित करने की आवश्यकता है।



3. अपनी इन्वेंट्री को गिनें। प्रत्येक समूह में वर्तमान में आपके पास कितने आइटम हैं, इसकी प्रारंभिक गणना करने के लिए जितना संभव हो उतना समय समर्पित करें। अपनी इन्वेंट्री को उन समूहों में अलग करें, जिन पर आपने निर्णय लिया था, और एक बार गिनने के बाद प्रत्येक समूह को चिह्नित करें। यदि आपकी इन्वेंट्री विशेष रूप से मूल्यवान, जटिल या खतरनाक है, तो सटीकता सुनिश्चित करने के लिए आप इसे दो बार गिन सकते हैं। यदि आपके पास एक बड़ा व्यवसाय और बहुत सारी इन्वेंट्री है, तो आपको अपने कर्मचारियों को शामिल करने की आवश्यकता हो सकती है।

- भौतिक इन्वेंट्री काउंट को स्वचालित इन्वेंट्री काउंट को मान्य करने के लिए नियमित रूप से किया जाना चाहिए। ये गणना आपको चोरी, खराब होने या अप्रचलन के कारण विसंगतियों की पहचान करने की अनुमति देती है।
- इन्वेंट्री काउंटिंग को आसान बनाने के लिए दृश्य संकेतों का उपयोग करें। उदाहरण के लिए, प्रत्येक इन्वेंट्री समूह में वस्तुओं की संख्या रिकॉर्ड करने के लिए चमकीले पीले कागज का उपयोग करें। एक बार जब आप एक समूह की गिनती कर लेते हैं, तो समूह के लिए गणना के साथ कागज पर टैप करें, जिससे स्पष्ट हो कि आपने पहले ही उस समूह को गिना है।
- यदि आपकी आपूर्ति बड़े पैकेज में आती है, जैसे कि प्रत्येक के 10 रोल से भरे बक्से, जैसे कि आपके पास उस आपूर्ति के जितने बॉक्स हैं, उन्हें गिनना ठीक है और योग प्राप्त करने के लिए 10 से गुणा करें।

- यदि आप एक रेस्तरां, बार, कॉफी शॉप, या किसी अन्य प्रकार का व्यवसाय चलाते हैं, जहां आप भोजन बेचते हैं, तो इन्वेंट्री की गिनती विशेष रूप से चुनौतीपूर्ण हो सकती है। शराब को मापने के लिए एक आम तरीका बोतल की पूर्णता को एक दसवें की वृद्धि में मापना है, और तदनुसार रिकॉर्ड करना है। आप इसी अवधारणा को अन्य खाद्य और पेय पदार्थों पर लागू कर सकते हैं, माप का उपयोग करके जो आपके व्यवसाय की खरीद की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। उदाहरण के लिए, आप वजन या इकाई द्वारा वस्तुओं को मापना चाह सकते हैं।



4. अपनी इन्वेंट्री गणना रिकॉर्ड करें। यदि आप मैन्युअल रूप से इन्वेंट्री ट्रैक करने जा रहे हैं, तो इन्वेंट्री लॉग के रूप में नोटबुक का उपयोग करें, या एक्सेल स्प्रेडशीट बनाएं। अपने सिस्टम में प्रत्येक समूह के लिए एक पंक्ति बनाएं, और फिर अपनी गिनती से उस समूह में मात्रा लिखें। यदि आप इन्वेंट्री सिस्टम का उपयोग कर रहे हैं, तो सिस्टम आपको प्रत्येक समूह के लिए लेबल बनाने और इन समूहों में से प्रत्येक के लिए हाथ पर मात्रा रिकॉर्ड करने के माध्यम से मार्गदर्शन करेगा।

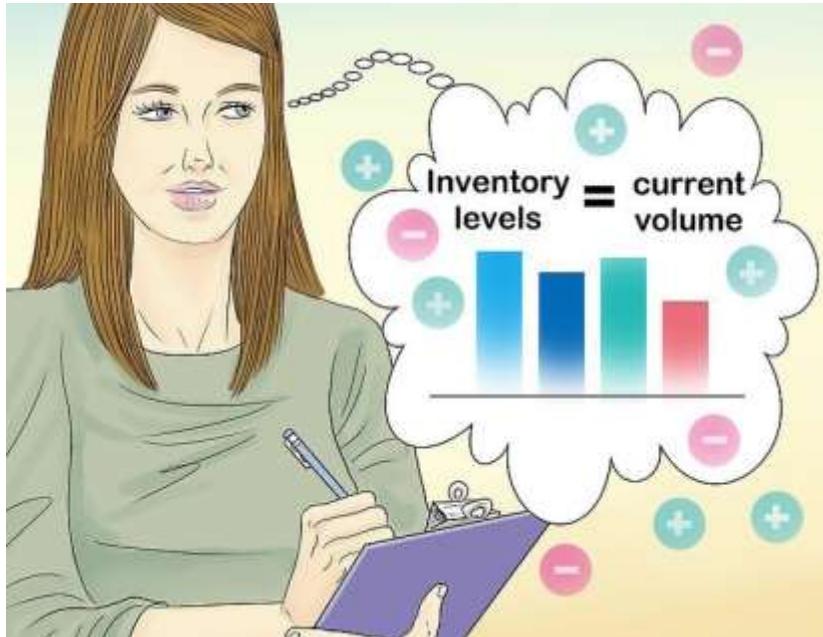
अंश 2

अपनी इन्वेंट्री ट्रैकिंग विधि को लागू करना



1. अपनी इन्वेंट्री अपडेट को शेड्यूल करें। अपनी मूल गणना का प्रदर्शन करने के बाद सटीक इन्वेंट्री रिकॉर्ड बनाए रखने के लिए, आपको नई इन्वेंट्री जोड़ने के लिए प्रक्रियाओं को लागू करना होगा जब आप खरीदारी करते हैं और जब आप बिक्री करते हैं तो इन्वेंट्री को कम करते हैं। यदि आप मैन्युअल रूप से इन्वेंट्री ट्रैक कर रहे हैं, तो चुनें कि आप कितनी बार अपनी पूरी इन्वेंट्री की गणना करेंगे और अपने रिकॉर्ड को अपडेट करेंगे। आपको इसे हर साल कम से कम एक बार करना चाहिए, लेकिन आपके द्वारा सूचीबद्ध इन्वेंट्री के प्रकार के आधार पर, आप अपनी इन्वेंट्री को सप्ताह में या महीने में एक बार जितनी बार चाहें गिन सकते हैं और अपडेट कर सकते हैं। यदि आप इलेक्ट्रॉनिक इन्वेंट्री सिस्टम का उपयोग कर रहे हैं, तो आपके पास संभवतः आपके सिस्टम को आपके कैश रजिस्टर से कनेक्ट करने और निरंतर इन्वेंट्री रिकॉर्डिंग का उपयोग करने का विकल्प होगा।

- यदि आप मैन्युअल रूप से इन्वेंट्री ट्रैक कर रहे हैं, तो आप चुन सकते हैं कि आप नई इन्वेंट्री खरीदते समय अपने इन्वेंट्री रिकॉर्ड्स को अपडेट करें या नहीं, या बस अपने सभी इन्वेंट्री को नियमित अंतराल पर गिनें और फिर अपडेट करें। आप खरीद के लिए अद्यतन करते हैं या नहीं, आपको नियमित गणना करनी चाहिए।
- यदि आपके पास बहुत सारी इन्वेंट्री है और इसे नियमित रूप से गिनना अवास्तविक है, तो चक्र मायने रखता है। साइकिल की गिनती व्यक्तिगत इन्वेंट्री समूहों की गिनती है, इसलिए आप सब कुछ नहीं गिनते हैं, लेकिन आपकी साइकिल गणना योजना के भाग के रूप में, आप हमेशा अपने समूहों के माध्यम से घूम रहे हैं और उनमें से कुछ को हर बार गिनते हैं। यह सब कुछ आप लगातार गिनती के बिना सटीक इन्वेंट्री रिकॉर्ड बनाए रखने के लिए एक प्रभावी तरीका हो सकता है।



2. आवधिक इन्वेंट्री समायोजन करें। हर बार जब आप एक गणना करते हैं, तो वर्तमान मात्रा को प्रतिबिंबित करने के लिए अपने रिकॉर्ड किए गए इन्वेंट्री स्तरों को समायोजित करें। यदि आप एक मैन्युअल सिस्टम का उपयोग करते हैं, तो अपनी इन्वेंट्री में प्रत्येक आइटम को आपके द्वारा वर्तमान मात्रा के साथ अपडेट करें। यदि आप एक इलेक्ट्रॉनिक प्रणाली का उपयोग करते हैं, तो यह निश्चित रूप से आपको समायोजन के प्रदर्शन के चरणों के माध्यम से मार्गदर्शन करेगा, लेकिन आप अपनी गिनती के आधार पर अपने प्रत्येक आइटम के लिए इन्वेंट्री स्तर को बढ़ाने या कम करने का एक ही कार्य करेंगे।
- तर्कशक्ति के लिए अपनी इन्वेंट्री के उपयोग की निगरानी के लिए यह एक अच्छा समय है। यदि आपकी इन्वेंट्री का स्तर आपकी अपेक्षा से बहुत कम है, तो ऐसा क्यों है? विचार करें कि क्या आप चोरी के कारण इन्वेंट्री खो रहे हैं, या यदि आपके संचालन को आपकी अपेक्षा से अधिक आपूर्ति की आवश्यकता है।
 - याद रखें कि सभी इन्वेंट्री का नुकसान चोरी से नहीं है। क्षति या दोष के कारण आप इन्वेंट्री भी खो सकते हैं, इसलिए नुकसान की एक मामूली राशि की उम्मीद है। चोरी, क्षति, दोष, आदि के कारण इन्वेंट्री के नुकसान को संकोचन कहा जाता है, और आपको उचित त्रुटि के लिए अनुमति देते समय संकोचन को कम करने का लक्ष्य रखना चाहिए।

अंश 3

इन्वेंट्री नियंत्रण स्थापित करना



1. अपनी इन्वेंट्री नियंत्रण आवश्यकताओं को निर्धारित करें। यदि आपके पास कर्मचारी हैं, तो आप चोरी या दुरुपयोग के खिलाफ अपनी इन्वेंट्री को सुरक्षित करना चाह सकते हैं। आपके द्वारा स्थापित नियंत्रण का स्तर आपके इन्वेंट्री से जुड़े मूल्य और जोखिम पर आधारित होना चाहिए। यदि आपकी इन्वेंट्री में नुस्खे की दवा, गोला-बारूद, या अन्य खतरनाक सामान शामिल हैं, तो आपको मजबूत नियंत्रण विकसित करना चाहिए। यदि आपकी इन्वेंट्री में भोजन, पेय, या अन्य कम लागत वाली चीजें हैं, तो आपके नियंत्रण कम कठोर हो सकते हैं क्योंकि आपकी इन्वेंट्री जोखिमपूर्ण नहीं है। याद रखें कि आपकी इन्वेंट्री पर नियंत्रण रखना संभव है - आपके नियंत्रण जितने जटिल होंगे, उनके प्रदर्शन के साथ जुड़े श्रम की लागत उतनी ही अधिक होगी। आपके नियंत्रणों को आपकी व्यावसायिक आवश्यकताओं को प्रतिबिंबित करना चाहिए।



2. अपनी इन्वेंट्री को व्यावसायिक गतिविधि से अलग करें। जहां आप व्यवसाय करते हैं, वहां से अपनी इन्वेंट्री को एक अलग स्थान पर संग्रहीत करके, आप यह सुनिश्चित करते हैं कि यह हर समय आसानी से उपलब्ध या दृश्यमान नहीं है। उदाहरण के लिए, आपकी कॉफी शॉप के पिछले हिस्से में आपके पास एक बड़ा फ्रिज और फ्रीज़र हो सकता है, और कर्मचारी उस फ्रिज से बार में दूध ला सकते हैं जब उन्हें ज़रूरत हो। एक अलग भंडारण क्षेत्र होने से आपकी इन्वेंट्री का ट्रैक रखना आसान हो सकता है।



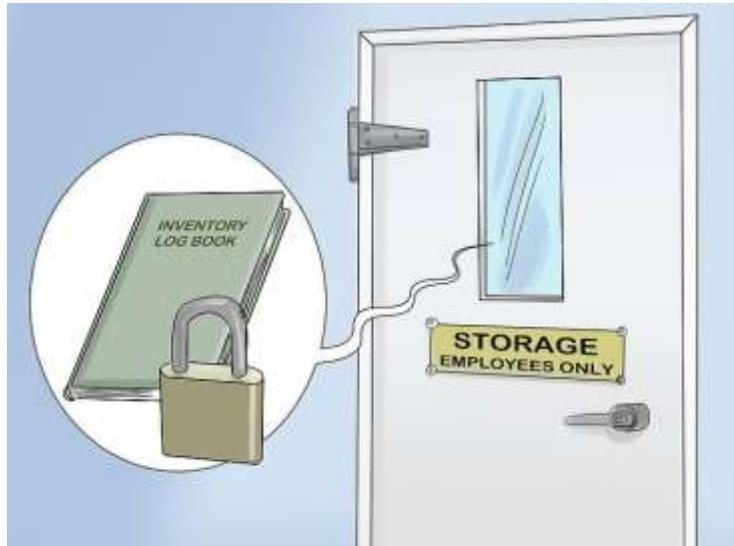
3. अपने इन्वेंट्री स्टोरेज एरिया में पहुंच को प्रतिबंधित करें। यह आपके इन्वेंट्री स्टोरेज रूम के बाहर "केवल कर्मचारी" साइन होने के रूप में सरल हो सकता है, या किसी कुंजी या कर्मचारी बैज की आवश्यकता के रूप में जटिल हो सकता है। आपकी इन्वेंट्री में प्रतिबंधित पहुंच का स्तर उन वस्तुओं से संबंधित जोखिमों को प्रतिबिंबित करना चाहिए जो आपके हाथ में हैं। बिक्री के लिए कई इन्वेंट्री सिस्टम एक बंद इन्वेंट्री स्टोरेज रूम तक पहुंच के लिए पासवर्ड या बैज स्वाइप की आवश्यकता के द्वारा प्रतिबंधित पहुंच प्रदान करते हैं।



4. इन्वेंट्री का उपयोग रिकॉर्ड करें। जब आप अपने व्यवसाय में उपयोग के लिए एक इन्वेंट्री से बाहर निकालते हैं तो आपको कर्मचारियों की आवश्यकता पड़ सकती है। रिकॉर्डिंग का एक सरल रूप एक चेक-आउट शीट है, इसलिए कर्मचारी अपना नाम, दिनांक और इन्वेंट्री की मात्रा लिखते हैं। रिकॉर्ड किए गए इन्वेंट्री उपयोग का एक और अधिक जटिल रूप कंप्यूटर एक्सेस सिस्टम है, जहां कर्मचारियों को अपनी अद्वितीय आईडी के साथ लॉग इन करना होगा और प्रत्येक इन्वेंट्री आइटम को स्कैन करना होगा जिसे वे खींचते हैं।
- रिकॉर्डिंग तब विशेष रूप से महत्वपूर्ण है जब आपकी इन्वेंट्री खतरनाक या उच्च मूल्य है। जब चीजों को हटा दिया गया था तब लॉग रखना चोरी को कम कर सकता है और यह सुनिश्चित करेगा कि आपके पास इसका रिकॉर्ड होगा कि किसने लिया क्या लिया और कब लिया।



5. इन्वेंट्री ऑडिट और साइकल काउंट करें। यदि आप एक इन्वेंट्री सिस्टम का उपयोग करते हैं जो आपके द्वारा बिक्री किए जाने के बाद हर बार अपने इन्वेंट्री वॉल्यूम को अपडेट करता है, तो आप यादृच्छिक इन्वेंट्री ऑडिट कर सकते हैं और ऑडिट में गणना की तुलना आपके इन्वेंट्री सिस्टम में दर्ज राशि से कर सकते हैं। आवधिक भौतिक गणना यह सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक है कि लेखांकन रिकॉर्ड और भौतिक सूची सहमत हैं। प्रभावी होने के लिए आपको प्रत्येक इन्वेंट्री समूह का ऑडिट करने की आवश्यकता नहीं है, आप हर बार ऑडिट करने के लिए कुछ अलग समूह चुन सकते हैं। उन आइटम्स पर ध्यान दें, जो ऑडिट के दौरान लगातार चल रहे हैं, और इन वस्तुओं तक पहुँच को प्रतिबंधित करने पर विचार करें।



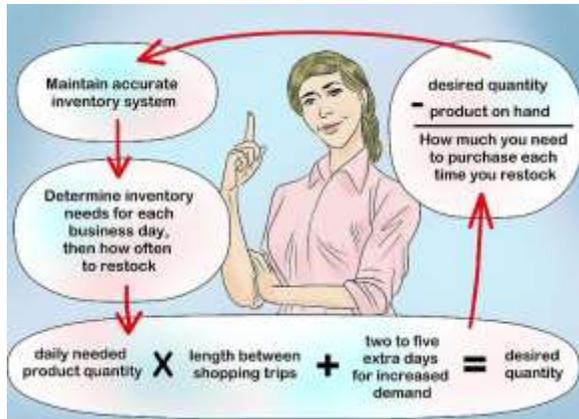
6. इन्वेंट्री सिस्टम नियंत्रण स्थापित करें। जो भी आप अपनी इन्वेंट्री के स्तर को रिकॉर्ड करने के लिए उपयोग करते हैं, उसे नियंत्रित किया जाना चाहिए, ताकि किसी को गलत तरीके से या गलती से अपने रिकॉर्ड को बदलने से रोक सकें। यदि आप एक इलेक्ट्रॉनिक इन्वेंट्री सिस्टम का उपयोग करते हैं, तो सुनिश्चित करें कि आपने एक सुरक्षित उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड सेट किया है जो केवल आप जानते हैं। अन्य कर्मचारियों को प्रदान करें, जो सिस्टम की अद्वितीय लॉगिन जानकारी तक पहुंचते हैं। यदि आप इन्वेंट्री का ट्रैक रखने के लिए एक्सेल स्प्रेडशीट का उपयोग करते हैं, तो स्प्रेडशीट को एक सुरक्षित कंप्यूटर पर स्टोर करें, जिसकी केवल आपके पास पहुंच हो। इसी तरह, यदि आप एक नोटबुक का उपयोग करते हैं, तो उस नोटबुक को सुरक्षित स्थान पर रखें। यह कर्मचारियों को इन्वेंट्री चोरी करने और फिर चोरी को कवर करने के लिए अपने इन्वेंट्री रिकॉर्ड को बदलने से रोकेगा।



7. बातों को पूरा करना। यदि आपके कर्मचारी जानते हैं कि आप इन्वेंट्री सटीकता के बारे में गंभीर हैं और विसंगतियों की जांच करेंगे, तो वे आपके सिस्टम को गंभीरता से लेने और उसका पालन करने की अधिक संभावना होगी। इसे स्पष्ट करने के लिए, अपने इन्वेंट्री सिस्टम पर अपने सभी कर्मचारियों को पर्याप्त प्रशिक्षण प्रदान करें, और इन निर्देशों का पालन करने के लिए अपने कर्मचारियों को जवाबदेह रखें। कर्मचारियों को आपके पास इन्वेंट्री पर नियंत्रण के बारे में सूचित करें और उन्हें बताएं कि आप चोरी और दुरुपयोग के लिए इन्वेंट्री स्तरों की निगरानी करने की योजना बनाते हैं। इन सबसे ऊपर, इन्वेंट्री सटीकता को गंभीरता से लें। सबसे खराब चीज जो आप कर सकते हैं वह है कर्मचारियों के लिए आपकी इन्वेंट्री के बारे में एक आकस्मिक रवैया - यदि आप इसे गंभीरता से नहीं लेते हैं, तो वे निश्चित रूप से नहीं करेंगे।

अंश 4

अपने इन्वेंट्री को फिर से स्टॉक करना



1. अपने क्रय चक्र की योजना बनाएं। एक सटीक इन्वेंट्री सिस्टम होने का सबसे बड़ा लाभ यह है कि आप अपनी खरीद की योजना उसी के अनुसार बना सकते हैं, इसलिए आपको जरूरत से ज्यादा इन्वेंट्री स्टोर नहीं करनी है। निर्धारित करें कि प्रत्येक व्यावसायिक दिन के लिए आपको प्रत्येक उत्पाद समूह की कितनी आवश्यकता है, और फिर तय करें कि आप कितनी बार (साप्ताहिक, मासिक, आदि) रिस्टॉक करेंगे। अपनी खरीदारी यात्राओं के बीच लंबाई से दैनिक आवश्यक उत्पाद की मात्रा को गुणा करें, और बड़ी हुई मांग के लिए दो से पांच अतिरिक्त दिन जोड़ें। यह है कि किसी उत्पाद को खरीदने के बाद आपको कितने की जरूरत है - यह आपकी व्यवसाय की जरूरतों को पूरा करने के लिए पर्याप्त है, जब तक कि आपकी अगली खरीद नहीं हो जाती, साथ ही थोड़ी अतिरिक्त (आमतौर पर दो से पांच दिन)। यह निर्धारित करने के लिए कि आपको हर बार खरीदारी करने के लिए कितनी मात्रा की आवश्यकता होती है, आपको यह जानना होगा कि आपके पास वर्तमान में कितना उत्पाद है, और उस मात्रा को अपनी वांछित मात्रा से घटाएं।

- आपके उत्पादों की मांग में उतार-चढ़ाव जितना अधिक होता है, उतना ही अतिरिक्त उत्पाद आपके पास होना चाहिए जो आपके व्यवसाय को चलाने के लिए आवश्यक है।
- इन्वेंट्री स्तर पर निर्णय लेते समय, आपको शेड्यूल से आगे निकलने पर अधिक उत्पाद प्राप्त करने की कठिनाई पर भी विचार करना चाहिए। यदि आप एक कॉफी शॉप हैं और आप कम ऑर्डर कर रहे हैं, तो कुछ अतिरिक्त गैलन दूध खरीदना मुश्किल नहीं है। दूसरी ओर, यदि आप एक दंत चिकित्सक हैं जो नाइट्स ऑक्साइड की आपूर्ति का आदेश दे रहे हैं, तो आप हाथ पर अधिक अतिरिक्त उत्पाद रखना चाह सकते हैं, क्योंकि खत्म होने से अधिक समस्या होगी।
- एक उदाहरण के रूप में, कल्पना कीजिए कि हेयर ड्रेसर के रूप में, आप आम तौर पर एक दिन में एक बोतल शैम्पू का उपयोग करते हैं, और आप महीने में केवल एक बार रिस्टॉक करना चाहेंगे। इसका मतलब है कि रिस्टॉक के बाद आप 33 बोतल शैम्पू (महीने के प्रत्येक दिन के लिए 31, और दो अतिरिक्त) लेना चाहते हैं। जब नया शैम्पू ऑर्डर करने का समय आता है, तब भी आपके पास शैम्पू की सात बोतलें बची रहती हैं। आप 33 में से सात घटाते हैं, और शैम्पू की 26 बोतलें ऑर्डर करते हैं।



2. स्वचालित करने के अवसरों की तलाश करें। यदि आपने इन्वेंट्री प्रबंधन प्रणाली में निवेश किया है, तो कई विशेषताएं हैं जिनका उपयोग आप अपनी खरीदारी को प्रबंधित करने के लिए भी कर सकते हैं। यदि आप बल्क क्रय यात्राएं नहीं करना चाहते हैं, और इसके बजाय कई विक्रेताओं से ऑर्डर लेते हैं जो आपके पास पहुंचते हैं, तो आप जब भी किसी विशिष्ट समूह में कम मात्रा में पहुंचते हैं, तो आपको सूचित करने के लिए अपनी इन्वेंट्री प्रणाली को प्रोग्राम कर सकते हैं। कुछ सिस्टम आपके लिए इन्वेंट्री ऑर्डर भी करेंगे, बस आपके हाथ में आपूर्ति के स्तर के आधार पर। यह विधि मैनुअल इन्वेंट्री और खरीदारी की तुलना में अधिक महंगी है, लेकिन बहुत सारे इन्वेंट्री वाले एक बड़े व्यवसाय में, यह महत्वपूर्ण समय और सिरदर्द को बचा सकता है।

- जैसे ऊपर दिए गए शैम्पू उदाहरण में, यदि आपके पास एक स्वचालित इन्वेंट्री सिस्टम है जहां आप प्रत्येक बोतल को स्कैन करते हैं जैसे ही आप इसे स्टोरेज से बाहर लाते हैं, तो आपका सिस्टम आपको शैम्पू की रिस्टॉक खरीद को स्वचालित करने की अनुमति दे सकता है। आप अपने विक्रेता से 30 नई शैम्पू की बोतलें ऑर्डर करने के लिए सिस्टम को प्रोग्राम करते हैं जब भी आप इन्वेंट्री में पांच बोतलों के नीचे आते हैं।
- यहां तक कि अगर आप स्वचालित रूप से खरीदारी नहीं करते हैं, तो जब आपका उत्पाद खत्म होता है, तो आपका इन्वेंट्री सिस्टम आपको सतर्क कर सकता है। मैनुअल ऑर्डर करने के लिए आप इन अनुस्मारक का उपयोग कर सकते हैं, बजाय हमेशा विशिष्ट अंतराल पर रखने के।



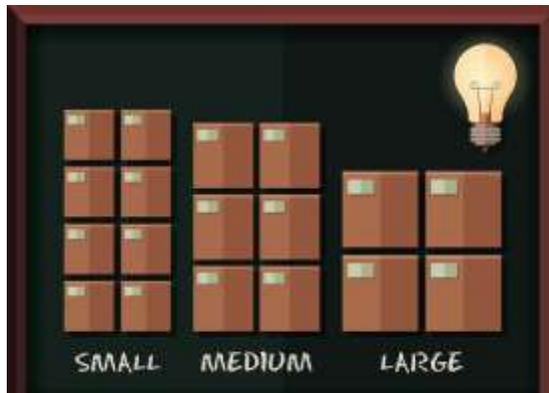
3. अपने अनुभव के आधार पर अपनी खरीदारी को समायोजित करें। जैसा कि आप समय के साथ अपना व्यवसाय चलाते हैं, आपको अपनी इन्वेंट्री जरूरतों की भविष्यवाणी करने में अधिक से अधिक सटीक मिलेगा। यदि आप नियमित रूप से नोटिस करते हैं कि आपके पास खरीदारी करने के लिए जाने पर आपके पास बहुत सारे उत्पाद हैं, तो अपने आवश्यक इन्वेंट्री स्तर को कम करें। आप केवल अपनी आवश्यकता से थोड़ी अधिक मात्रा चाहते हैं, क्योंकि आप अपने अप्रयुक्त इन्वेंट्री के भंडारण और संभावित अपशिष्ट लागत के लिए भुगतान करते हैं।

इन्वेंट्री सिस्टम कैसे विकसित किया जाए

एक प्रभावी इन्वेंट्री सिस्टम किसी भी खुदरा या विनिर्माण संचालन का एक अनिवार्य घटक है। एक खुदरा इन्वेंट्री सिस्टम का प्राथमिक उद्देश्य वेयरहाउस या स्टोररूम में संग्रहीत उत्पादों, आपूर्ति, और सामग्रियों की भौतिक गणना को सही ढंग से बनाए रखना है। एक बार स्थापित होने के बाद, एक इन्वेंट्री सिस्टम को संग्रहीत माल को नियंत्रित करने और बनाए रखने के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है, यह सुनिश्चित करने के लिए कि इन्वेंट्री खराब या चोरी नहीं हुई है।

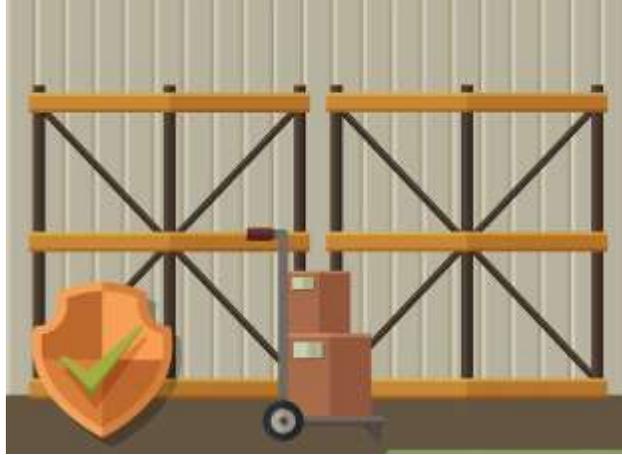
अंश 1

गणना को सुगम बनाने के लिए भंडारण की व्यवस्था का विकास करना



1. काउंटरों को ध्यान में रखते हुए आविष्कार किए जा रहे उत्पादों को व्यवस्थित करें। इन्वेंट्री सिस्टम की प्रभावशीलता उस सटीकता पर बहुत निर्भर करती है जिसके साथ इन्वेंट्री किए जा रहे आइटम गिने जाते हैं। उत्पादों या माल की गलत गणना अक्सर अन्य मुद्दों के बीच लेखांकन, बिक्री पर नज़र रखने, अधिक-आदेश और अति-उत्पादन में विसंगतियों का कारण बनती है। एक अक्षम भंडारण प्रणाली भी प्रक्रिया को पूरा करने में लगने वाले समय को बढ़ाकर ट्रैकिंग इन्वेंट्री की लागत को काफी प्रभावित करेगी।

- अपनी इन्वेंट्री को एक्सेस करने, अलग करने और गिनने में आसान बनाने पर ध्यान दें। दृश्यता, लेबलिंग में आसानी और सरल संगठन प्रदान करने पर काम करें ताकि आपके काउंटर प्रत्येक आइटम तक जल्दी से पहुंच सकें।



2. भंडारण आवश्यकताओं पर विचार करें। अपनी इन्वेंट्री को स्टोर करने के लिए आवश्यक भौतिक आयामों की गणना करें। यह आपके उत्पादों या सामग्रियों और आपकी विक्री की मात्रा के आधार पर एक संपूर्ण वेयरहाउस या एक छोटी अलमारी हो सकती है। आपको तापमान या नमी नियंत्रण जैसे भंडारण के लिए आवश्यक किसी विशेष स्थिति पर भी विचार करना चाहिए।

- विशेष रूप से खतरनाक या नियंत्रित वस्तुओं के लिए कुछ प्रकार की इन्वेंट्री को स्टोर करने के लिए आपको किस प्रकार की आवश्यकता होती है, यह तय करने वाले राज्य या संघीय कानून भी हो सकते हैं।



3. प्रत्येक आइटम को स्पष्ट रेखा प्रदान करने के लिए भंडारण अलमारियों को डिज़ाइन करें। संग्रहीत किए जा रहे उत्पादों को व्यवस्थित करें ताकि इन्वेंट्री लेने के लिए जिम्मेदार लोग आसानी से प्रत्येक व्यक्तिगत आइटम तक पहुंच और गणना कर सकें। सब कुछ लेबल करें ताकि इसे आसानी से पहचाना जा सके और इन्वेंट्री को उचित क्षेत्र में रखा जा सके।

- उन संग्रहणों के प्रकार के आधार पर भंडारण अलमारियों और डिब्बे को चुनें और सेट करें जिन्हें आप उनमें संग्रहीत करेंगे। जब आप चुनते हैं तो आवश्यक आकार, ऊंचाई और डिब्बे या अलमारियों की विशेष विशेषताओं पर विचार करें।

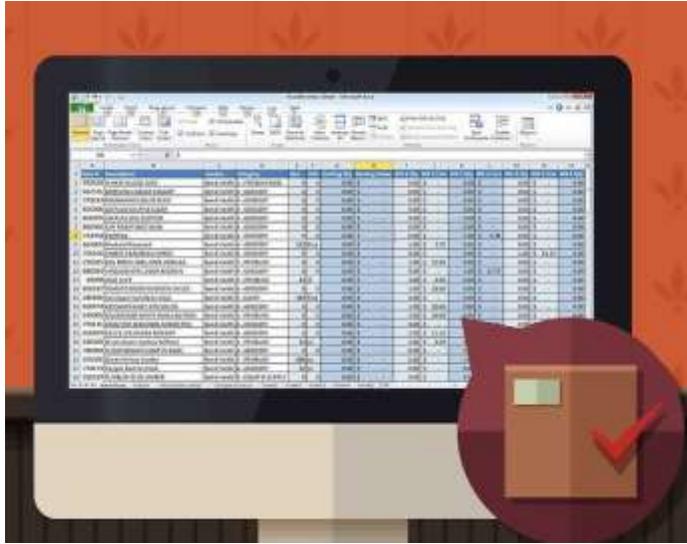
- उदाहरण के लिए, इस बारे में सोचें कि आपकी इन्वेंट्री से भरा एक शेल्फ कितना भारी होगा और उस वजन की आवश्यकता को पूरा करने या उससे अधिक होने वाली शेल्फिंग सिस्टम का चयन करेगा।
- ध्यान रखें कि स्टोर अलमारियों पर रखी गई इन्वेंट्री को एक इन्वेंट्री सिस्टम में भी गिना जाना चाहिए।
- उपयोग की आसानी को बेहतर बनाने के लिए आप स्लॉटिंग का भी उपयोग कर सकते हैं। स्लॉटिंग एक कुशल तरीके से इन्वेंट्री के प्लेसमेंट को संदर्भित करता है। उदाहरण के लिए, आमतौर पर एक साथ भेजे जाने वाले आइटम को बेयरहाउस में एक दूसरे के करीब रखा जा सकता है।
- इसके अलावा, इन्वेंट्री को ऐसे सेट किया जाना चाहिए कि उच्चतम टर्नओवर वाली इन्वेंट्री सबसे अधिक सुलभ हो। स्लॉटिंग की शुरुआत से योजना बनाई जानी चाहिए और फिर समय के साथ संशोधित करके नई वस्तुओं और मांग या संचालन में बदलाव के लिए जिम्मेदार होना चाहिए। आदर्श रूप से, स्लॉटिंग को साप्ताहिक या यहां तक कि दैनिक रूप से पुनर्निर्मित किया जाना चाहिए।
- आपको जल्दी से जल्दी बेकार की चीजों से छुटकारा पाने के बारे में भी विचार करना चाहिए। इनकी बिक्री के अवसर कम होते हैं और कई बार इन वस्तुओं को स्टोर करने के लिए आपको उनकी कीमत से अधिक खर्च करना पड़ता है।



4. एक बारकोड प्रणाली पर विचार करें। यदि आपके पास बड़ी मात्रा में इन्वेंट्री है, तो आपको प्रत्येक आइटम को नाम से संदर्भित किए बिना अपनी इन्वेंट्री को ट्रैक करने के लिए किसी तरह की आवश्यकता होगी। ऐसा करने का सबसे सरल तरीका बारकोड प्रणाली है। एक स्कैनर प्राप्त करें जिसका उपयोग आप अपनी इन्वेंट्री को अंदर और बाहर स्कैन करने और इन्वेंट्री काउंट्स करने के लिए कर सकते हैं। हालांकि, यदि आपके पास बहुत कम आइटम या प्रकार के आइटम हैं, तो आप एक साधारण दृश्य प्रणाली का उपयोग करने में सक्षम हो सकते हैं। आप तब बारकोड प्रणाली पर स्विच कर सकते हैं यदि आपका दृश्य सिस्टम अधिक समय लेने वाला या गलत हो जाता है।

- सुनिश्चित करें कि स्कैनर आपके पर्यावरण के लिए बनाया गया है। उदाहरण के लिए, एक अस्पताल को स्कैनरों की आवश्यकता हो सकती है जो निष्फल हो सकते हैं।
- आप अलमारियों या रिक्त स्थान को लेबल करने के लिए एक बारकोड प्रिंटर की भी आवश्यकता होती है जहां उस बारकोड के साथ आइटम संग्रहीत किया जाता है।

- यदि आप एक छोटा ऑपरेशन चलाते हैं, तो आप केवल एक ऐप डाउनलोड करने का विकल्प चुन सकते हैं जो आपके कर्मचारियों के मोबाइल फोन को स्कैनर में बदल सकता है।



5. प्रत्येक इन्वेंट्री के मास्टर रिकॉर्ड के रूप में सेवा करने के लिए इन्वेंट्री स्प्रेडशीट को प्रारूपित करें। एक्सेल, पेज जैसे प्रोग्राम में स्प्रेडशीट खोलें। स्प्रेडशीट में कॉलम का उपयोग करके अपनी श्रेणियों का निर्माण करें, पंक्तियों में पृष्ठ के नीचे अपनी इन्वेंट्री आइटम सूचीबद्ध करें। एक प्रभावी इन्वेंट्री सिस्टम में निम्नलिखित कॉलम शीर्षक श्रेणियां शामिल होनी चाहिए:

- वर्तमान तिथि को रिकॉर्ड करने के लिए "गणना की तारीख" नामक एक कॉलम का उपयोग करें।
- अंतिम गणना से इस आइटम की मात्रा रिकॉर्ड करने के लिए "पिछली मात्रा" कॉलम का उपयोग करें।
- प्रत्येक आइटम के लिए कुल गणना रिकॉर्ड करने के लिए "हाथ पर मात्रा" कॉलम का उपयोग करें।
- माप की एक इकाई शामिल करें।
- गिने जा रहे आइटम का विवरण प्रदान करने के लिए "उत्पाद विवरण" कॉलम का उपयोग करें।
- अनुमानित मांग को पूरा करने के लिए हाथ पर आवश्यक वस्तुओं की मात्रा का वर्णन करने के लिए "बिल्ड-टू" कॉलम का उपयोग करें।
- पूर्व अवधि के दौरान बेची गई वस्तुओं की मात्रा का वर्णन करने के लिए "बिक्री मात्रा" कॉलम का उपयोग करें।
- कुल बिक्री की लागत के प्रतिशत के रूप में प्रत्येक आइटम की लागत का प्रतिनिधित्व करने के लिए "बिक्री प्रतिशत की लागत" कॉलम का उपयोग करें।
- अगली बिक्री अवधि की मांग को पूरा करने के लिए खरीद या उत्पादन करने के लिए स्वचालित रूप से वस्तुओं की संख्या का उत्पादन करने के लिए "उत्पादन या फिर से ऑर्डर करने की मात्रा" कॉलम का उपयोग करें।
- आप अपने इन्वेंट्री स्तरों को प्रबंधित करने के लिए क्विकबुक या पीचट्री जैसे अकाउंटिंग सॉफ्टवेयर का भी उपयोग कर सकते हैं।

अंश 2

बुक इन्वेंटरी से भौतिक इन्वेंटरी का मिलान करना



1. स्प्रेडशीट में उपयुक्त कॉलम में प्रत्येक श्रेणी के लिए डेटा दर्ज करें। "बिल्ड-टू" स्थापित करने के लिए आदेशित मात्रा से बेची गई मात्रा को घटाएं। फिर आने वाली अवधि के लिए इन्वेंट्री को समायोजित करने के लिए सही मात्रा निर्धारित करने के लिए "बिल्ड-टू" की मात्रा से हाथ पर मात्रा को घटाएं। कच्चे माल और घटकों सहित सभी प्रकार के इन्वेंट्री आइटम के लिए डेटा दर्ज करना न भूलें।



2. इन्वेंट्री संकोचन के लिए डेटा समायोजित करें। इन्वेंट्री सिकुड़न का मतलब बस नियमित व्यापार संचालन के दौरान इन्वेंट्री लॉस है। चोरी, अप्रचलन, खराब होने, या क्षति के कारण इन्वेंट्री खो सकती है। इन्वेंटरी संकोचन एक भौतिक इन्वेंट्री काउंट और इन्वेंट्री काउंट के बीच अंतर को किताबों में अंतिम बार दर्ज करेगा। यदि आप इन्वेंट्री लेने से पहले किसी भी संकोचन को पहचानते हैं, तो इसे तुरंत अपनी इन्वेंट्री स्प्रेडशीट में रिकॉर्ड करना सुनिश्चित करें।



3. इन्वेंट्री और प्रशासनिक कर्तव्यों को अलग करें। इन्वेंट्री प्रबंधन को भौतिक गणना प्रबंधन और इन्वेंट्री काउंटिंग और मूवमेंट और प्रशासनिक कर्तव्यों जैसे उचित संबंधित कागजी कार्रवाई और लेखांकन की फाइलिंग दोनों की आवश्यकता होगी। बड़ी कंपनियों में, इन प्रक्रियाओं को अलग-अलग विभागों या टीमों द्वारा संभाला जाएगा। हालांकि, यहां तक कि सबसे छोटे व्यवसायों में, आपके पास प्रत्येक पक्ष को संभालने के लिए एक अलग व्यक्ति होना चाहिए। इससे चोरी का खतरा कम हो जाता है।

अंश 3

नियमित अंतराल पर इन्वेंट्री लेना



1. अपने इन्वेंट्री कर्मचारियों को प्रशिक्षित करें। आपकी इन्वेंट्री और इन्वेंट्री सिस्टम पर काम करने वाले लोग आपके इन्वेंट्री सिस्टम का सबसे महत्वपूर्ण पहलू हैं। यदि वे अप्रशिक्षित या अनिश्चित हैं जो किसी कार्य को करने वाले हैं, तो आपकी इन्वेंट्री प्रबंधन दक्षता और सटीकता को नुकसान होगा। इन्वेंट्री प्रबंधन प्रक्रिया के हर पहलू पर अपने कर्मचारियों को प्रशिक्षित करें, जिसमें प्रत्येक बिंदु पर क्या किया जाना है, किसे करना है और इसे कैसे प्रलेखित किया जाना चाहिए। यदि आवश्यक हो, तो इन नीतियों को लिखें ताकि कर्मचारी एक गाइड का उल्लेख कर सकें। यह निराशा और इन्वेंट्री के कुप्रबंधन को रोकने में मदद करेगा।



2. इन्वेंट्री की गणना दैनिक, साप्ताहिक या मासिक गणना करें। जिस आवृत्ति के साथ इन्वेंट्री ली जाती है, उसका इन्वेंट्री सिस्टम की सटीकता पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ेगा। ऑपरेशन के प्रकार के बावजूद, हालांकि, कुछ प्रकार के संचालन को दूसरों की तुलना में अधिक नियमित इन्वेंट्री अंतराल की आवश्यकता होगी। उदाहरण के लिए, एक ऑटो डीलरशिप को डिपार्टमेंट स्टोर या फूड-सर्विस ऑपरेशन के रूप में इन्वेंट्री अंतराल की समान आवृत्ति की आवश्यकता नहीं होगी।

- सबसे महत्वपूर्ण वस्तुओं पर ध्यान दें। अपने आइटम को तीन श्रेणियों में विभाजित करें, जिसके आधार पर वे कितनी बार बेचते हैं।

- उदाहरण के लिए, अपने उच्च प्राथमिकता वाले आइटम को उन वस्तुओं के रूप में सेट करने का प्रयास करें जो आपकी बिक्री का 80 प्रतिशत बनाते हैं। फिर, आप कम बार बेची जाने वाली वस्तुओं के लिए मध्यम प्राथमिकता और निम्न प्राथमिकता श्रेणियां बना सकते हैं।
- एक बार जब आप ऐसा कर लेते हैं, तो आप अपने उच्च प्राथमिकता वाले आइटम पर अपने अधिकांश प्रयासों को केंद्रित कर सकते हैं। इस प्रयास में गिनती, पूर्वानुमान बिक्री और रिऑर्डर करना शामिल है।
- एक बार यह पूरा हो जाने के बाद, आप अपने माध्यम और कम प्राथमिकता वाली वस्तुओं के लिए अतिरिक्त समय का उपयोग कर सकते हैं। ऐसा करने से आप कम प्रदर्शन वाली वस्तुओं पर समय बर्बाद करने से बचेंगे।



3. दो काउंटरों में इन्वेंट्री काउंट लें। यह इन्वेंट्री की गयी वस्तुओं की भौतिक गणना करते समय मानवीय त्रुटि की मात्रा को काफी कम कर सकता है। भौतिक इन्वेंट्री लेने में उपयोग के लिए मास्टर रिकॉर्ड के अनुरूप पेपर इन्वेंट्री शीट प्रिंट आउट करें।

- एक व्यक्ति को जोर से नंबरों को बुलाकर भौतिक गणना करना चाहिए।
- अन्य काउंटर मास्टर इन्वेंट्री स्प्रेडशीट में उपयुक्त क्षेत्र में संख्याओं को दर्ज करेंगे, जैसा कि उन्हें कहा जाता है।
- हालांकि, यह जरूरी नहीं कि एक ही समय में किया जाना चाहिए। इन्वेंट्री को बस अलग-अलग व्यक्तियों द्वारा दो बार लिया जा सकता है।
- फिर ली गई इन्वेंट्री की सटीकता सुनिश्चित करने के लिए आंकड़ों की तुलना की जा सकती है।

अंश 4

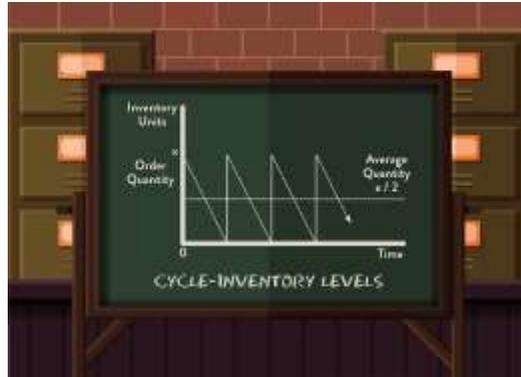
इन्वेंट्री प्रबंधन में सुधार



1. इन्वेंट्री डेटा का विश्लेषण करें। आप इन्वेंट्री जानकारी का विश्लेषण करके अपने इन्वेंट्री प्रबंधन में सुधार कर सकते हैं।

विशेष रूप से, आप यह समझने के लिए काम कर सकते हैं कि आपको एक निश्चित समय में कितनी इन्वेंट्री ले जाने की आवश्यकता है और जब आपको अधिक ऑर्डर करना चाहिए। इस समय के दौरान आपके द्वारा खोले गए दिनों की संख्या से बेची जाने वाली वस्तुओं की अपनी वार्षिक या त्रैमासिक लागत को विभाजित करके बेची गई वस्तुओं की अपनी दैनिक लागत की गणना करके शुरू करें। फिर, इस मात्रा से अपने वर्तमान इन्वेंट्री मान को विभाजित करें। परिणाम आपके औसत इन्वेंट्री निवेश की अवधि है।

- यह आंकड़ा दर्शाता है कि आपकी खरीदी गई इन्वेंट्री को बिक्री में बदलने में कितना समय लगता है, औसतन।
- फिर आप थोड़ी मात्रा में इन्वेंट्री ऑर्डर करके या ग्राहकों से त्वरित भुगतान प्राप्त करने के लिए काम करके इस आंकड़े को कम कर सकते हैं।
- आप महीने के लिए अपनी बिक्री द्वारा अपने इन्वेंट्री मूल्य को विभाजित करके अपनी इन्वेंट्री को बिक्री अनुपात में भी पा सकते हैं। यह मान समय पर देखें कि यह बढ़ रहा है या घट रहा है।
- बिक्री अनुपात में एक बढ़ती हुई इन्वेंट्री का मतलब है कि आप बहुत अधिक इन्वेंट्री खरीद रहे हैं, जबकि एक घटने का मतलब है कि आपको अधिक खरीदना चाहिए।



2. अपनी इन्वेंट्री स्तरों का अनुकूलन करें। लाभ को अधिकतम करने और नुकसान को कम करने के लिए इन्वेंट्री स्तरों को प्रभावी ढंग से प्रबंधित किया जाना चाहिए और सही स्तर पर रखा जाना चाहिए। बहुत अधिक इन्वेंट्री रखने से अप्रचलन, क्षति, और खराब होने का खतरा बढ़ जाता है, जबकि पर्याप्त साधन खो जाने के कारण बिक्री के अवसर नहीं रहते। अपनी इन्वेंट्री का अनुकूलन करने के लिए, पिछले अवधि के आधार पर बिक्री अनुमानों के साथ शुरू करें। फिर, प्रवृत्तियों और मौसम के लिए समायोजित करें। उदाहरण के लिए, यदि आप शेष वर्ष की तुलना में गिरावट में अधिक बिक्री का अनुभव करते हैं, तो आप इन महीनों के लिए अपनी इन्वेंट्री को समायोजित करना चाह सकते हैं।



3. इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर को लागू करें। इन्वेंट्री स्प्रेडशीट का उपयोग करते समय एक छोटे व्यवसाय के लिए काम किया जा सकता है, किसी भी प्रकार के बड़े या उच्च-वॉल्यूम उद्यम को एक समर्पित इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर की आवश्यकता होगी।

ये कार्यक्रम आपको उपयोगी विश्लेषण और ट्रेकिंग प्रदान करते हुए इन्वेंट्री, ऑर्डर और अन्य डेटा का प्रबंधन करने की अनुमति देते हैं। आदर्श रूप से, आपका सिस्टम एकीकृत सिस्टम बनाने और आपके कुछ कार्यों को स्वचालित करने के लिए आपके अन्य व्यावसायिक सॉफ्टवेयर के साथ एकीकृत हो सकता है।

- इन्वेंट्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर पैकेजों पर शोध करें जो आपकी आवश्यकताओं के अनुरूप हों। लोकप्रिय प्रदाताओं में ओरेकल और एसएपी शामिल हैं।
- सॉफ्टवेयर की आपकी पसंद आपकी विशिष्ट आवश्यकताओं (मात्रा, इन्वेंट्री का प्रकार, आदि), आपके बजट और आपके रूपांतरण समय (आप एक नई तकनीक को लागू करने में कितना समय लगा सकते हैं) पर निर्भर करेगा।



4. नुकसान को कम करने के प्रयास करें। इन्वेंटरी संकोचन आम तौर पर छोटा होता है, लेकिन व्यवस्थित रूप से कम नहीं होने पर पर्याप्त नुकसान के लिए लेखांकन को समाप्त कर सकता है। अपने वेयरहाउस या भंडारण क्षेत्रों के आसपास सुरक्षा को बढ़ाकर चोरी को रोकने के लिए काम करें। एक कैमरा सिस्टम स्थापित करके और संदिग्ध ग्राहकों पर नज़र रखकर अपने स्टोर में चोरी को कम करें। आप एक अलार्म सिस्टम भी सेट कर सकते हैं जो आपके आइटम पर लेबल या आरएफआईडी टैग के प्रति प्रतिक्रिया करता है।
 - उन लोगों के लिए उत्पाद क्षेत्रों तक पहुंच को प्रतिबंधित करके कर्मचारियों द्वारा संभावित चोरी को कम करें पूरी तरह से होने की जरूरत है।
 - अपनी इन्वेंट्री गणना प्रथाओं के शीर्ष पर रहकर खराब होने वाले नुकसान को कम करें। इन्वेंट्री को शेल्फ में डालने के लिए पुराने स्टॉक को साइकल करना याद रखें।

इन्वेंट्री डेटाबेस कैसे बनाएं

माइक्रोसॉफ्ट (एमएस) एक्सेस एक डेटाबेस बनाकर इन्वेंट्री असेसमेंट टूल बनाने के लिए एक बहुमुखी तरीका प्रदान करता है जो एक नज़र में इन्वेंट्री संख्या प्रकट करेगा। आंतरिक संसाधन, जैसे कि ट्यूटोरियल, उपयोगकर्ताओं को एक्सेस में डेटाबेस बनाने में मदद कर सकते हैं, लेकिन कुछ बुनियादी कदम अभी भी लागू होते हैं। एक्सेस में इन्वेंट्री डेटाबेस बनाने के लिए इन मूलभूत चरणों का उपयोग करें।

कदम

1. व्यवसाय की जरूरतों पर विचार करें।

- एमएस एक्सेस के साथ इन्वेंट्री डेटाबेस को लागू करने से पहले इस संसाधन को एक गैर-तकनीकी दृष्टिकोण से कैसा दिखना चाहिए, इसके बारे में सोचें।

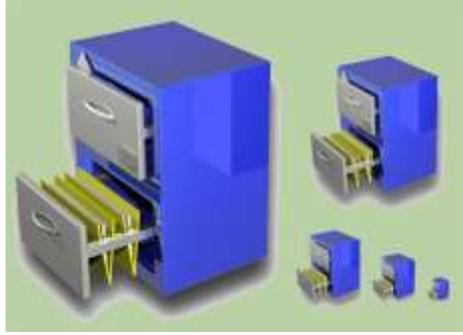


- इन्वेंट्री डेटाबेस को लागू करने के लिए स्केच, मॉकअप और अन्य संसाधन विकसित करें। इस बारे में सोचें कि कौन से प्रमुख विवरणों की आवश्यकता होगी, साथ ही साथ सॉफ्टवेयर का उपयोग कौन करेगा, और तदनुसार योजना बनाएं। इसमें यह विचार करना शामिल है कि इन्वेंट्री के कौन से पहलू सबसे अधिक लागू होते हैं। उदाहरण के लिए, आप विचार कर सकते हैं कि क्या उम्र के कारक वस्तुओं के लिए कारोबार को प्रभावित कर सकते हैं, या क्या उत्पादों में विभिन्न छोटे अंतरों पर ध्यान देने की आवश्यकता है।



- एक समग्र सॉफ्टवेयर आर्किटेक्चर के भीतर अपने एमएस एक्सेस टूल को लागू करने का तरीका जानें। कभी-कभी, सास या क्लाउड उत्पादों के साथ व्यवसायों को यह सोचने की जरूरत है कि उनके एमएस एक्सेस डेटाबेस अन्य कार्यक्रमों के साथ कैसे इंटरैक्ट करेंगे। इस मुद्दे के माध्यम से काम करने के लिए कुशल आईटी कर्मचारियों पर भरोसा करने।



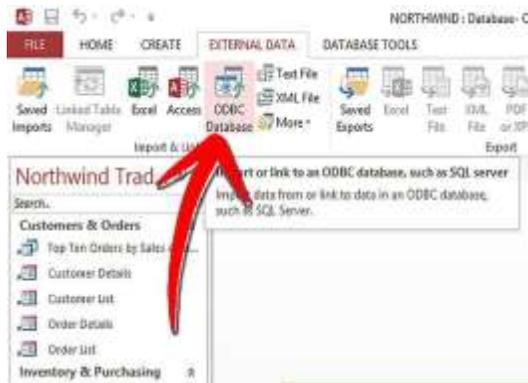


4. अपने एमएस एक्सेस डेटाबेस का निर्माण समाप्त करें, अपने नोट्स और अन्य मार्गदर्शन के अनुसार इसे ठीक करें।

- क्षेत्रों के बीच संबंध जोड़ना या स्थापित करना। यह पता लगाएं कि डेटाबेस का उपयोग करते समय आपको किन मूल्यों को वापस करना होगा और उन्हें स्टोर करने के लिए एक रणनीतिक तरीका बनाना होगा। विशेषज्ञ कई क्षेत्रों में डुप्लिकेट डेटा के खिलाफ सलाह देते हैं। इसके बजाय, सवाल के साथ एक से अधिक फ़ील्ड पर वापस जाने का एक तरीका ढूंढें।



5. जानकारी के साथ इन्वेंट्री डेटाबेस को स्थापित करें।



6. उपयुक्त के रूप में अन्य तकनीक के लिए एमएस एक्सेस इन्वेंट्री डेटाबेस को लिंक करें। कुछ उन्नत डेटाबेस प्रबंधक डेटाबेस के लिए सवालों की संरचना करने के लिए माईएसक्यूएल या अन्य डेटाबेस टूल जैसी तकनीकों का उपयोग करते हैं। यह आपके डेटाबेस हैंडलिंग स्थिति पर लागू हो भी सकता है और नहीं भी।

- आवश्यक के रूप में विशेष डेटाबेस प्रबंधकों के लिए उन्नत काम नियुक्त करें। कई कंपनियां और व्यवसाय इन व्यक्तियों को डेटाबेस के उच्च कार्यों को संभालने के लिए नियुक्त करते हैं। सुनिश्चित करें कि सही स्टाफ कार्यान्वयन आपके तैयार उत्पाद को सबसे सटीक रूप से संभालने के लिए है।



S

संचालन प्रबंधन में सुधार के लिए दृष्टिकोण

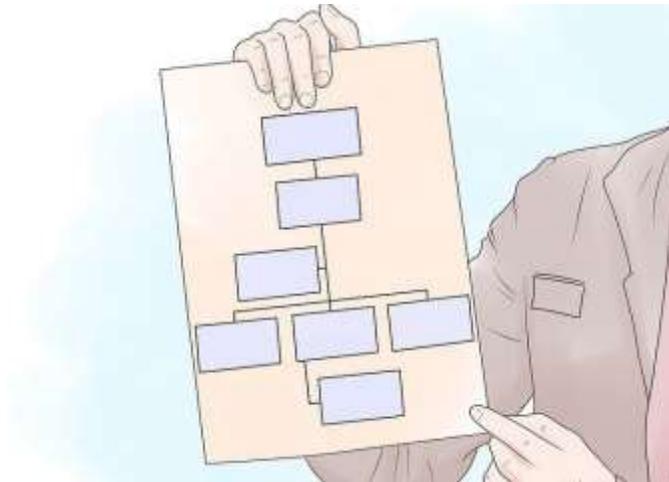
संचालन और सुव्यवस्थित संचालन किसी भी उद्यम की परिचालन दक्षता में सुधार के प्रमुख तत्वों में से एक है। यह सावधानीपूर्वक निर्मित अध्याय परिचालन अनुकूलन के सभी महत्वपूर्ण तरीकों का पता लगाता है और कंपनियों द्वारा सामना की जाने वाली कुछ प्रमुख चुनौतियों का खुलासा करता है।

मानक संचालन प्रक्रिया कैसे लिखें

एक मानक संचालन प्रक्रिया (एसओपी) एक दस्तावेज है जिसमें किसी कार्य को निष्पादित करने के बारे में चरण-दर-चरण जानकारी शामिल है। एक मौजूदा एसओपी को बस संशोधित और अद्यतन करने की आवश्यकता हो सकती है, या आप एक परिदृश्य में हो सकते हैं जहां आपको खरोंच से एक लिखना होगा। यह कठिन लगता है, लेकिन यह वास्तव में सिर्फ एक चेकलिस्ट है।

अंश 1

अपने एसओपी का प्रारूपण



1. अपना प्रारूप चुनें। एसओपी लिखने का कोई सही या गलत तरीका नहीं है। हालांकि, आपकी कंपनी के पास संभवतः कई एसओपी हैं जिन्हें आप दिशानिर्देशों के प्रारूपण के लिए संदर्भित कर सकते हैं, यह रेखांकित करते हुए कि वे इसे कैसे पसंद करते हैं। यदि ऐसा है, तो पहले से मौजूद एसओपी को टेम्पलेट के रूप में उपयोग करें। यदि नहीं, तो आपके पास कुछ विकल्प हैं:

- एक सरल कदम प्रारूप। यह नियमित प्रक्रियाओं के लिए है जो कम हैं, कुछ संभावित परिणाम हैं, और काफी हद तक इस बिंदु पर हैं। आवश्यक दस्तावेज और सुरक्षा दिशानिर्देशों के अलावा, यह वास्तव में सरल वाक्यों की एक बुलेट सूची है जो पाठक को बताती है कि क्या करना है।

- एक पदानुक्रमित चरणों का प्रारूप। यह आम तौर पर लंबी प्रक्रियाओं के लिए होता है - दस से अधिक चरणों वाले, बनाने, स्पष्टीकरण और शब्दावली के कुछ निर्णय शामिल होते हैं। यह आमतौर पर मुख्य चरणों की एक सूची है जिसमें सभी एक बहुत ही विशेष क्रम में प्रतिस्थापित होते हैं।
- एक फ्लोचार्ट प्रारूप। यदि प्रक्रिया संभावित परिणामों की लगभग अनंत संख्या वाले नक्शे की तरह अधिक है, तो एक फ्लोचार्ट आपका सबसे अच्छा दाव हो सकता है। यह वह प्रारूप है जिसके लिए आपको तब विकल्प चुनना चाहिए जब परिणाम हमेशा अनुमानित न हों।



2. अपने दर्शकों पर विचार करें। आपके एसओपी लिखने से पहले ध्यान में रखने के लिए तीन मुख्य कारक हैं:

- आपके दर्शकों का पूर्व ज्ञान क्या वे आपके संगठन और उसकी प्रक्रियाओं से परिचित हैं? क्या वे शब्दावली जानते हैं? आपकी भाषा को पाठक के ज्ञान और निवेश से मेल खाना चाहिए।
- आपके दर्शकों की भाषा क्षमता। क्या कोई मौका है कि जो आपकी भाषा नहीं बोलते हैं वे आपके एसओपी को "पढ़ेंगे"? यदि यह एक समस्या है, तो बहुत सारे एनोटेट चित्रों और आरेखों को शामिल करना एक अच्छा विचार है।
- आपके दर्शकों का आकार। यदि एक साथ कई लोग आपकी एसओपी (अलग-अलग भूमिकाओं में) पढ़ रहे हैं, तो आपको दस्तावेज़ को एक नाटक में बातचीत की तरह अधिक प्रारूपित करना चाहिए: उपयोगकर्ता 1 कार्रवाई पूरी करता है, इसके बाद उपयोगकर्ता 2, और इसी तरह आगे बढ़ता है। इस तरह, प्रत्येक पाठक यह देख सकता है कि सुचारू मशीन में वह एक अभिन्न कॉग है।



3. अपने ज्ञान पर विचार करें। यह इस बात से उबलता है: क्या आप इसे लिखने वाले सबसे अच्छे व्यक्ति हैं? क्या आप जानते हैं कि प्रक्रिया क्या है? यह गलत कैसे हो सकता है? इसे सुरक्षित कैसे बनाया जाए? यदि नहीं, तो आप इसे किसी और को सौंपने से बेहतर हो सकते हैं। एक खराब-लिखित - या, अधिक क्या, गलत - एसओपी न केवल उत्पादकता को कम करेगा और संगठनात्मक विफलताओं को जन्म देगा, बल्कि यह असुरक्षित भी हो सकता है और आपकी टीम से पर्यावरण तक किसी भी चीज पर प्रतिकूल प्रभाव डाल सकता है। संक्षेप में, यह वह जोखिम नहीं है जो आपको लेना चाहिए।

- यदि यह एक ऐसी परियोजना है जिसे आपको सौंपा गया है, जिसे आप पूरा करने के लिए मजबूर (या बाध्य) महसूस करते हैं, तो मदद के लिए दैनिक आधार पर प्रक्रिया को पूरा करने वालों से पूछने में संकोच न करें। साक्षात्कार का आयोजन किसी भी एसओपी-निर्माण प्रक्रिया का एक सामान्य हिस्सा है।



4. एक छोटी या लंबी फॉर्म एसओपी के बीच तय करें। यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति के समूह के लिए एसओपी लिख रहे हैं या अपडेट कर रहे हैं, जो प्रोटोकॉल, शब्दावली आदि से परिचित हैं, और सिर्फ एक छोटी और तड़क-भड़क वाली एसओपी से लाभान्वित होंगे, जो एक चेकलिस्ट की तरह है, तो आप इसे संक्षिप्त रूप में लिख सकते हैं।

- मूल उद्देश्य और प्रासंगिक जानकारी (तिथि, लेखक, आईडी # आदि) के अलावा, यह वास्तव में चरणों की एक छोटी सूची है। जब कोई विवरण या स्पष्टीकरण की आवश्यकता नहीं होती है, तो यह जाने का तरीका है।



5. अपने एसओपी उद्देश्य को ध्यान में रखें। यह स्पष्ट है कि आपके संगठन में एक प्रक्रिया है जो बार-बार दोहराती रहती है। लेकिन क्या कोई विशिष्ट कारण है कि यह एसओपी विशेष रूप से उपयोगी है? क्या इसके लिए सुरक्षा पर जोर देना जरूरी है? अनुपालन के उपाय? क्या इसका उपयोग प्रशिक्षण के लिए या दिन-प्रतिदिन के आधार पर किया जाता है? यहां कुछ कारण बताए गए हैं कि आपकी टीम की सफलता के लिए आपका एसओपी क्यों आवश्यक है:

- अनुपालन मानकों को पूरा करने के लिए
- उत्पादन आवश्यकताओं को अधिकतम करने के लिए

- प्रक्रिया को सुनिश्चित करने के लिए पर्यावरण पर कोई प्रतिकूल प्रभाव नहीं पड़ता है
- सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए
- यह सुनिश्चित करने के लिए कि सब कुछ शेड्यूल के अनुसार हो
- विनिर्माण में विफलताओं को रोकने के लिए
- प्रशिक्षण दस्तावेज के रूप में इस्तेमाल किया जाना है
 - यदि आप जानते हैं कि आपके एसओपी को किस पर जोर देना चाहिए, तो उन बिंदुओं के आसपास अपने लेखन की संरचना करना आसान होगा। यह देखना भी आसान है कि आपका एसओपी कितना महत्वपूर्ण है।

अंश 2

अपना एसओपी लिखना



1. आवश्यक सामग्री को कवर करें। सामान्य तौर पर, तकनीकी एसओपी में प्रक्रिया के अलावा चार तत्व शामिल होंगे:

- शीर्षक पेज। इसमें 1) प्रक्रिया का शीर्षक, 2) एक एसओपी पहचान संख्या, 3) जारी करने की तिथि या संशोधन, 4) एसओपी एजेंसी / डिवीजन / शाखा का नाम, और 5) एसओपी तैयार करने और अनुमोदित करने वालों के हस्ताक्षर लागू होता है। यह तब तक फॉर्मेट किया जा सकता है जब तक आपको जानकारी स्पष्ट है।
- विषय - सूची। यह केवल तभी आवश्यक है जब आपका एसओपी काफी लंबा हो, जिससे संदर्भ में आसानी हो। एक साधारण मानक रूपरेखा वही है जो आप यहां पा रहे हैं।
- गुणवत्ता आश्वासन / गुणवत्ता नियंत्रण। यदि यह जांच नहीं की जा सकती है तो एक प्रक्रिया एक अच्छी प्रक्रिया नहीं है। आवश्यक सामग्री और विवरण प्रदान करें ताकि पाठक यह सुनिश्चित कर सकें कि उन्होंने वांछित परिणाम प्राप्त किए हैं। इसमें प्रदर्शन मूल्यांकन नमूने जैसे अन्य दस्तावेज़ शामिल हो सकते हैं या नहीं भी हो सकते हैं।
- संदर्भ। सभी उद्धृत या महत्वपूर्ण संदर्भों को सूचीबद्ध करना सुनिश्चित करें। यदि आप अन्य एसओपी का संदर्भ देते हैं, तो पक्का परिशिष्ट में आवश्यक जानकारी संलग्न करें।

- आपके संगठन का इससे भिन्न प्रोटोकॉल हो सकता है। यदि आपके पास पहले से ही मौजूद एसओपी हैं, तो आप इस संरचना को छोड़ सकते हैं, और जो पहले से मौजूद है, उसका पालन कर सकते हैं।



2. प्रक्रिया के लिए, सुनिश्चित करें कि आप निम्नलिखित को कवर करते हैं:

- स्कोप और प्रयोज्यता। दूसरे शब्दों में, प्रक्रिया के उद्देश्य, उसकी सीमाओं और इसका उपयोग कैसे किया जाता है, इसका वर्णन करें। मानकों, नियामक आवश्यकताओं, भूमिकाओं और जिम्मेदारियों, और आदानों और आउटपुट को शामिल करें।
- कार्यप्रणाली और प्रक्रियाएं। मुद्दे का मांस - आवश्यक विवरण के साथ सभी चरणों को सूचीबद्ध करें, जिसमें आवश्यक उपकरण शामिल हैं। अनुक्रमिक प्रक्रियाओं और निर्णय कारकों को कवर करें। "क्या अगर" और संभावित हस्तक्षेप या सुरक्षा विचारों पर ध्यान दें।
- शब्दावली का स्पष्टीकरण। समरूप, संक्षिप्त और सभी वाक्यांशों की पहचान करें जो आम बोलचाल में नहीं हैं।
- स्वास्थ्य और सुरक्षा चेतावनी। अपने स्वयं के अनुभाग में सूचीबद्ध होना और कदमों के साथ जहां यह एक मुद्दा है। इस सेक्शन पर ग्लॉस न लगाएं।
- उपकरण और आपूर्ति। क्या और कब, कहां उपकरण, उपकरणों के मानक, आदि की पूरी सूची।
- चेतावनी और हस्तक्षेप। मूल रूप से, एक समस्या निवारण अनुभाग। कवर करें कि क्या गलत हो सकता है, इसके लिए क्या देखना है, और अंतिम, आदर्श उत्पाद में क्या हस्तक्षेप हो सकता है।
 - इन विषयों में से प्रत्येक को अपने स्वयं के अनुभाग को (आमतौर पर संख्याओं या अक्षरों द्वारा निरूपित किया गया है) अपने एसओपी को चिंताजनक और भ्रमित करने और आसान संदर्भ के लिए अनुमति देने के लिए रखें।
 - यह किसी भी तरह से एक विस्तृत सूची नहीं है; यह सिर्फ प्रक्रियात्मक हिमशैल का सिरा है। आपका संगठन अन्य पहलुओं को निर्दिष्ट कर सकता है जिन पर ध्यान देने की आवश्यकता है।



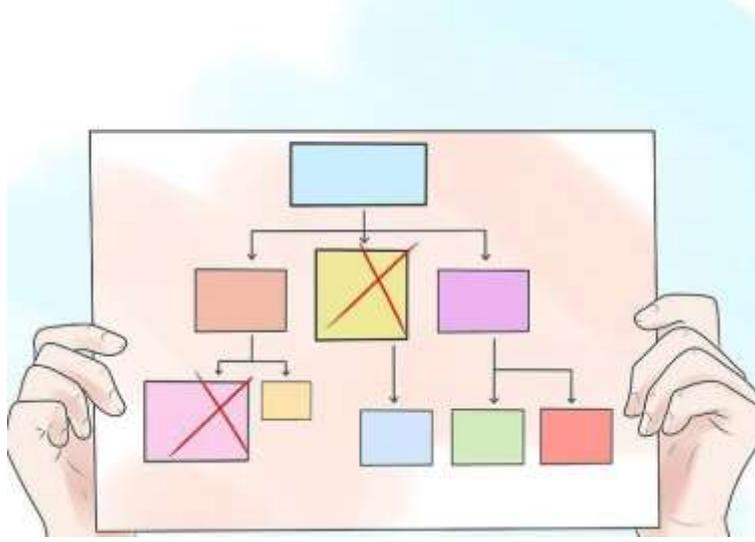
3. अपने लेखन को संक्षिप्त और पढ़ने में आसान बनाएं। ऑड्स आपके दर्शक हैं जो इसे मनोरंजन के लिए पढ़ना पसंद नहीं करते हैं। आप इसे छोटा और स्पष्ट रखना चाहते हैं - अन्यथा उनका ध्यान भटक जाएगा या उनको दस्तावेज़ भयानक लगेगा। सामान्य तौर पर, अपने वाक्यों को यथासंभव छोटा रखें।

- यहां एक बुरा उदाहरण है: सुनिश्चित करें कि आप इनका उपयोग शुरू करने से पहले सभी हवा के झोंकों से धूल को साफ करते हैं।
- यहां एक अच्छा उदाहरण है: उपयोग करने से पहले एयर शाफ्ट से सभी धूल को वैक्यूम करें।
- सामान्य तौर पर, "आप" का उपयोग न करें। इसे निहित किया जाना चाहिए। सक्रिय आवाज़ में बोलें और अपने वाक्यों को कमांड क्रियाओं के साथ शुरू करें।



4. यदि आवश्यक हो, तो प्रक्रिया में शामिल कर्मियों का साक्षात्कार करें कि वे कार्य को कैसे निष्पादित करते हैं। आखिरी चीज जो आप करना चाहते हैं वह एक एसओपी लिखनी है जो सीधे सादे गलत है। आप अपनी टीम की सुरक्षा, उनकी प्रभावकारिता, उनके समय से समझौता कर रहे हैं, और आप एक स्थापित प्रक्रिया अपना रहे हैं और इसे कोई ध्यान नहीं दे रहे हैं - आपके टीम के साथी थोड़ा आक्रामक हो सकते हैं। यदि आपको प्रश्न पूछने की आवश्यकता है! आप इसे सही चाहते हैं।

- बेशक, यदि आप नहीं जानते हैं, तो सभी भूमिकाओं और जिम्मेदारियों को कवर करते हुए, कई स्रोतों से पूछें। एक टीम सदस्य मानक संचालन प्रक्रिया का पालन नहीं कर सकता है या कोई अन्य केवल विलेख के एक हिस्से में शामिल हो सकता है।



5. आरेख और फ्लोचार्ट के साथ पाठ के बड़े हिस्से को तोड़ें। यदि आपके पास एक या दो चरण हैं जो विशेष रूप से डराने वाले हैं, तो अपने पाठकों पर किसी प्रकार के चार्ट या आरेख के साथ इसे आसान बनाएं। यह पढ़ना आसान बनाता है और यह सब समझने की कोशिश करने से मन को एक संक्षिप्त अंतराल देता है। और यह आपके लिए अधिक पूर्ण और अच्छी तरह से लिखा हुआ दिखाई देगा।

- अपने एसओपी को बल्क करने के लिए इन्हें शामिल न करें; यदि आवश्यक हो या भाषा के अंतर को पाटने की कोशिश करने पर ही ऐसा करें।



6. सुनिश्चित करें कि प्रत्येक पृष्ठ पर नियंत्रण दस्तावेज़ संकेतन है। आपका एसओपी शायद कई एसओपीएस में से एक है - इस वजह से, उम्मीद है कि आपके संगठन में एक निश्चित संदर्भ प्रणाली के भीतर सब कुछ सूचीबद्ध करने वाले कुछ बड़े डेटाबेस हैं। आपका एसओपी इस संदर्भ प्रणाली का हिस्सा है, और इसलिए इसे खोजने के लिए किसी प्रकार के कोड की आवश्यकता है। वह जगह जहां संकेतन आता है।

- प्रत्येक पृष्ठ में ऊपरी दाहिने हाथ के कोने में (अधिकतर प्रारूपों के लिए) एक संक्षिप्त शीर्षक या आईडी #, एक संशोधन संख्या, तिथि और "# का # पृष्ठ" होना चाहिए। आपको अपने संगठन की प्राथमिकताओं के आधार पर एक फुटनोट की आवश्यकता हो सकती है (या ये फुटनोट में हैं)।

अंश 3

सफलता और सटीकता सुनिश्चित करना



1. प्रक्रिया का परीक्षण करें। यदि आप अपनी प्रक्रिया का परीक्षण नहीं करना चाहते हैं, तो आपने शायद इसे पर्याप्त रूप से नहीं लिखा है। प्रक्रिया के एक सीमित ज्ञान (या सामान्य पाठक का एक प्रतिनिधि) के साथ किसी को अपने मार्गदर्शन करने के लिए अपने एसओपी का उपयोग करें। उन्होंने कौन से मुद्दे चलाए? यदि कोई है, तो उन्हें संबोधित करें और आवश्यक सुधार करें।

- आपके एसओपी का परीक्षण करने में मुट्टी भर लोगों का होना सबसे अच्छा है। विभिन्न व्यक्तियों के पास अलग-अलग मुद्दे होंगे, जो विभिन्न प्रकार की (उम्मीद के मुताबिक उपयोगी) प्रतिक्रियाओं के लिए अनुमति देते हैं
- किसी ऐसे व्यक्ति पर प्रक्रिया का परीक्षण करना सुनिश्चित करें, जिसने पहले कभी ऐसा नहीं किया है। पूर्व ज्ञान वाला कोई भी व्यक्ति अपने ज्ञान पर भरोसा करता होगा, ताकि वह आपके काम को प्राप्त कर सके और इस तरह उद्देश्य को हरा सके।



2. उन लोगों द्वारा एसओपी की समीक्षा करें जो वास्तव में प्रक्रिया करते हैं। दिन के अंत में, यह वास्तव में मायने नहीं रखता कि आपके बॉस एसओपी के बारे में क्या सोचते हैं। यह वे हैं जो वास्तव में वह काम करते हैं जो इसके लिए मायने रखता है। इसलिए इससे पहले कि आप अपने काम को उच्च स्तर पर प्रस्तुत करें, अपना सामान उन लोगों को दिखाएं जो काम करते हैं (या करेंगे)। वे क्या सोचते हैं?

- उन्हें शामिल करने के लिए अनुमति देना और ऐसा महसूस करना कि वे इस प्रक्रिया का हिस्सा हैं, जिससे आप इस एसओपी को स्वीकार करने की अधिक संभावना बना पाएंगे, जिस पर आप काम कर रहे हैं। और उनके पास अनिवार्य रूप से कुछ अच्छे विचार होंगे!



3. अपने सलाहकारों और गुणवत्ता आश्वासन टीम द्वारा एसओपी की समीक्षा करें। एक बार जब टीम आपको आगे बढ़ा देती है, तो इसे अपने सलाहकारों को भेजें। संभवतः उनके पास वास्तविक सामग्री पर स्वयं कम इनपुट होंगे, लेकिन वे आपको बताएंगे कि क्या यह स्वरूपण आवश्यकताओं को पूरा करता है, यदि आपके द्वारा कुछ भी याद किया जाता है, और यह सिस्टम में सभी आधिकारिक और इनपुट बनाने के लिए प्रोटोकॉल है।

- स्वीकृतियों के ऑडिट ट्रेल्स को सुनिश्चित करने के लिए दस्तावेज़ प्रबंधन प्रणालियों का उपयोग करके अनुमोदन के लिए एसओपी को रूट करें। यह संगठन से संगठन में भिन्न होगा। मूल रूप से, आप दिशा-निर्देशों और नियमों को पूरा करना चाहते हैं।
- हस्ताक्षर आवश्यक होंगे और आजकल अधिकांश संगठनों को इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर स्वीकार करने में कोई समस्या नहीं है।



4. स्वीकृति मिलते ही, अपना एसओपी लागू करना शुरू करें। इसमें प्रभावित कर्मियों के लिए एक औपचारिक प्रशिक्षण को निष्पादित करना शामिल हो सकता है (जैसे कक्षा प्रशिक्षण, कंप्यूटर-आधारित प्रशिक्षण, आदि) या इसका मतलब हो सकता है कि आपका पेपर बाथरूम में लटका हुआ है। जो भी हो, वहां अपना काम ले जाएं! आपने इसके लिए काम किया। मान्यता के लिए समय!

- सुनिश्चित करें कि आपका एसओपी चालू रहता है। यदि यह कभी पुराना हो जाता है, तो इसे अपडेट करें, अपडेट को फिर से अनुमोदित और प्रलेखित करें, और आवश्यकतानुसार एसओपी को फिर से वितरित करें। आपकी टीम की सुरक्षा, उत्पादकता और उस पर सफलता की बाता।

स्पष्ट निर्देश कैसे लिखें

यदि आप एक शिक्षक या तकनीकी लेखक हैं, तो आपको शायद हर दिन निर्देश लिखना होगा। लेकिन कई अन्य लोगों के लिए, स्पष्ट निर्देश लिखना मुश्किल हो सकता है। आप एक महत्वपूर्ण कदम छोड़ सकते हैं क्योंकि आप मानते हैं कि आपके पाठक स्वचालित रूप से ऐसा करेंगे, या आप अपने पाठकों को एक चरण में बहुत सारी कार्रवाइयों को शामिल करके भ्रमित कर सकते हैं। स्पष्ट निर्देश लिखने के लिए, पहले यह सुनिश्चित कर लें कि आप कार्य को कैसे पूरा करें। अपने निर्देशों का अक्षरशः पालन करें ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि वे कार्य को पूरा करेंगे।

अंश 1

टास्क को समझना



1. आवश्यक सामग्री इकट्ठा करें। जब आप निर्देश लिख रहे हों, तो आपको सबसे पहले व्यक्तिगत रूप से कार्य से परिचित होना चाहिए। वे सभी उपकरण और आपूर्ति प्राप्त करें जिनकी आपको आवश्यकता होगी और उन्हें लगभग उसी क्रम में रखना होगा जिसकी आपको आवश्यकता होगी।

- जरूरत की हर चीज लिख लें। जब आप अपने निर्देश लिखते हैं, तो आप उन उपकरणों या सामग्रियों की सूची को शामिल करना चाह सकते हैं जो कार्य को पूरा करने के लिए आवश्यक हैं।



2. कार्य स्वयं करें। यहां तक कि अगर आपने कई बार सफलतापूर्वक कार्य पूरा कर लिया है, तब भी अपने निर्देशों को लिखने से पहले अपने आप से चलना एक अच्छा विचार है, इसलिए आप कुछ भी नहीं भूलते हैं।

- यदि आप कार्य से परिचित हैं, तो आप शॉर्ट कट लेने के लिए प्रवृत्त हो सकते हैं। अपने निर्देशों के लिए, सुनिश्चित करें कि आप कोई भी कदम नहीं छोड़ते हैं या आपके पाठक के पास कोई जानकारी नहीं छोड़ सकते हैं।
- किसी को नुस्खा बताने के संदर्भ में सोचें। यदि आप अक्सर पकवान बनाते हैं, तो आप बस दृष्टि से जान सकते हैं कि कितना घटक जोड़ना है। यदि आप किसी और को बता रहे हैं, तो उन्हें सटीक माप की आवश्यकता होगी।



3. एक विस्तृत रूपरेखा बनाएं। जब आप कार्य करते हैं, एक पल के लिए यह लिख लें कि आपने क्या किया है। यह आपको निर्देशों को तार्किक क्रम में रखने में मदद करता है। यदि आप चरणों को लिखते समय कार्य कर रहे हैं, तो आप जानते हैं कि वास्तव में क्या करना है और कब करना है।



4. अपने दर्शकों को परिभाषित करें। एक ही कार्य के लिए निर्देश अलग-अलग तरीकों से लिखे जा सकते हैं, जो आपके निर्देशों का पालन करने के लिए पढ़ने और प्रयास करने के आधार पर लिखा जाएगा। आप वयस्कों की तुलना में किशोरों के लिए अलग तरह से लिखेंगे।

- यह कार्य पूरा करने के लिए आपके दर्शकों के कारण को भी प्रभावित करता है। उद्देश्य अलग हो सकता है यदि आप एक प्रोजेक्ट पर काम करने वाले युवा छात्रों के लिए लिख रहे हैं, जैसा कि उन वयस्कों के विपरीत है जिन्हें काम के लिए कार्य पूरा करने की आवश्यकता है।



5. संक्षिप्त परिचय ड्राफ्ट करें। परिचय आपके पाठकों को बताता है कि आपके निर्देश उन्हें क्या करने में सक्षम करेंगे और यदि वे सभी निर्देश पूरा करते हैं तो अंतिम परिणाम क्या होगा। ध्यान रखें कि अधिकांश लोग परिचय को छोड़ देंगे, या अधिकांश स्क्रीम पर, इसलिए परिचय में महत्वपूर्ण जानकारी या मुख्य चेतावनी शामिल न करें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप मूंगफली का मक्खन और जेली सैंडविच बनाने के बारे में निर्देश लिख रहे हैं, तो आप संक्षेप में उल्लेख कर सकते हैं कि मूंगफली का मक्खन और जेली एक पौष्टिक और सरल विकल्प है जो बच्चों को दोपहर के भोजन या दोपहर के नाश्ते के लिए पसंद है।
- यदि आपको परिचय में एक महत्वपूर्ण चेतावनी शामिल करना आवश्यक लगता है, तो आपको इसे अपने कदमों में अन्य लोगों को भी शामिल करना चाहिए जिन्होंने परिचय को छोड़ दिया था।

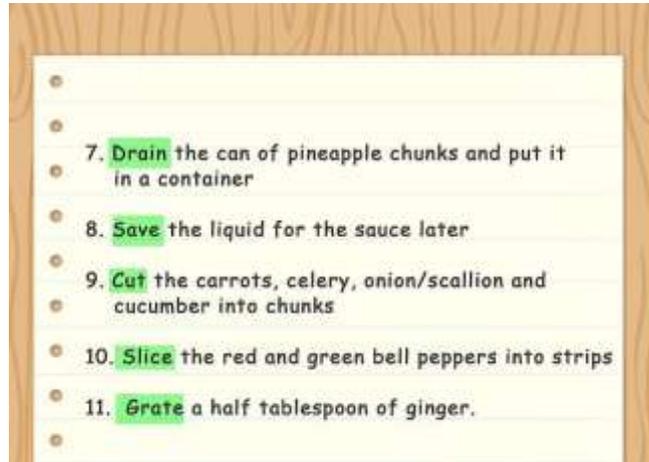
अंश 2

अपने निर्देश लिखना



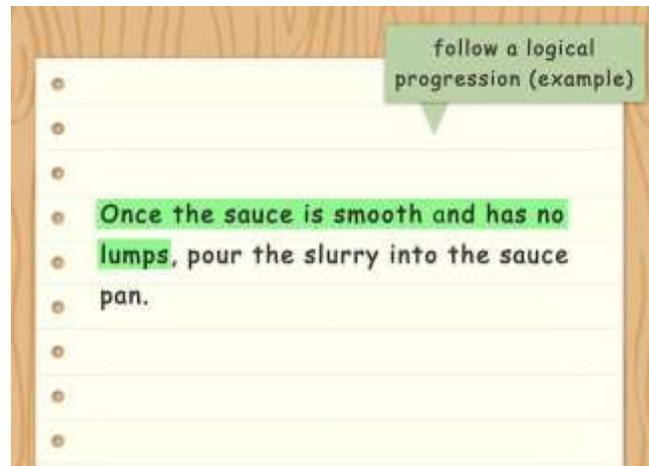
1. कार्य को बेबी चरणों में विभाजित करें। प्रत्येक चरण में एक ही कार्रवाई होनी चाहिए, कई नहीं। यदि आपके पास प्रति चरण एक या दो से अधिक वाक्य हैं, तो संभवतः इसे छोटे, कम जटिल चरणों में तोड़ा जा सकता है।

- उदाहरण के लिए, मान लें कि आप कुत्ते को कैसे चलना है, इस पर निर्देश लिख रहे हैं। एक कदम जो कहता है "कुत्ते के कॉलर को उसकी गर्दन के चारों ओर रखें और पट्टा संलग्न करें" एक यौगिक कदम है जिसमें दो क्रियाएं शामिल हैं: कुत्ते के कॉलर पर और पट्टे को कॉलर को संलग्न करना। इसके बजाय, "एक कदम के रूप में कुत्ते के कॉलर को बांधें" और दूसरे चरण के रूप में "लीथ को पट्टे पर संलग्न करें" लिखें।



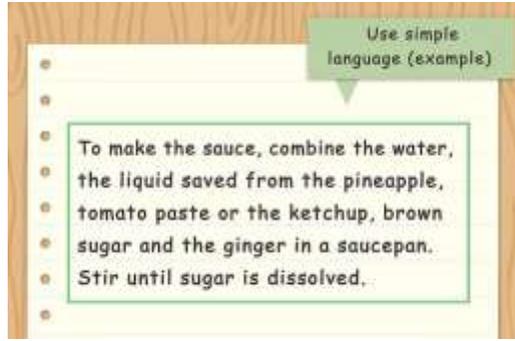
2. क्रिया शब्द के साथ प्रत्येक चरण प्रारंभ करें। आपके द्वारा लिखा गया हर कदम कार्रवाई योग्य होना चाहिए। ऐसी क्रियाओं का उपयोग करें, जो आपके पाठकों को उस कार्य को पूरी तरह से दिखाती हैं, जो उन्हें कार्य के उस चरण को पूरा करने के लिए करना चाहिए।

- किसी को क्या करना चाहिए, क्या नहीं, यह किसी को क्या सोचना या जानना चाहिए, इसके संदर्भ में अपने निर्देशों को शब्द दें।
- उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आप कुत्ते के चलने के निर्देश लिख रहे हैं और आपके पास कुत्ते के कॉलर के फिट पर एक कदम है। इस चरण के लिए, "कॉलर के फिट की जांच करें" या "कुत्ते की गर्दन को मापें" "कुत्ते के कॉलर के आकार को जानें" की तुलना में अधिक कार्रवाई योग्य हैं।



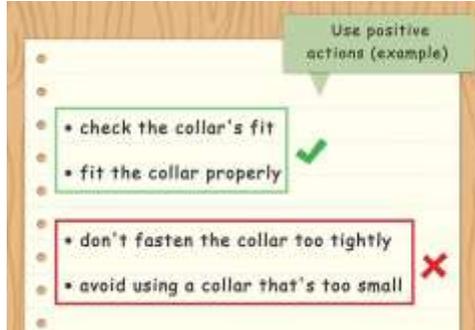
3. एक तार्किक प्रगति का पालन करें। मान लें कि आपका पाठक सीधे कूदने जा रहा है और जैसे ही पहला कदम पढ़ता है, वह कार्य पर काम करना शुरू कर देता है। आमतौर पर वे अंत तक सभी तरह से आपके निर्देशों को पढ़ने नहीं जाते हैं। यदि आपके पाठकों को किसी चरण को पूरा करने के लिए कुछ जानना आवश्यक है, तो उस जानकारी को चरण के साथ ही शामिल करें।

- यदि किसी विशेष चरण में कोई अंतर्निहित खतरा है, तो इस चेतावनी को कदम के साथ ही शामिल करें, न कि आपके परिचय में या आपके निर्देशों के अंत में जब यह बहुत देर हो चुकी हो।
- जहां उपयुक्त हो, वहां गाइड शामिल करें, जब आपके पाठक को पता चल जाएगा कि उन्होंने सही तरीके से कदम उठाया है। उदाहरण के लिए, आप अपने पाठक से कह सकते हैं कि "आपके कुत्ते का कॉलर ठीक से फिट बैठता है यदि आप कॉलर के पीछे और अपने कुत्ते की गर्दन के बीच दो उंगलियां रख सकते हैं"।



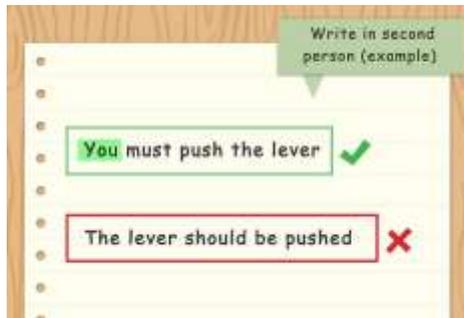
4. अपने शब्दों को ध्यान से चुनें। सरल भाषा का उपयोग करें जिसे कोई भी समझ सकता है। ज्यादातर मामलों में आप किसी भी शब्दजाल या तकनीकी शब्दों से बचना चाहते हैं। यदि आपको एक तकनीकी शब्द का उपयोग करना है, तो एक छोटी और सरल परिभाषा प्रदान करें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप कानूनी ब्रीफ फाइल करने के बारे में निर्देश लिख रहे हैं, तो आपको कुछ तकनीकी कानूनी शब्दों का उपयोग करने की आवश्यकता हो सकती है। पहले प्लेन-लैंग्वेज परिभाषा रखें, फिर बाद में अदालतों में इस्तेमाल होने वाले शब्द दें।



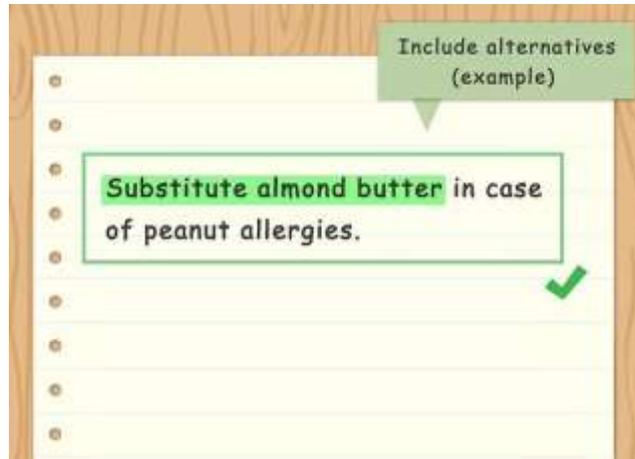
5. सकारात्मक कार्रवाई का उपयोग करें। आम तौर पर, अपने पाठकों को यह बताना बेहतर होता है कि उन्हें कार्य पूरा करने के लिए क्या करना चाहिए, बजाय इसके कि वे क्या न करें। जैसा कि कोई व्यक्ति निर्देश पढ़ता है, वे कार्य को पूरा करने की मानसिकता में हैं। यदि आप उन्हें बताना शुरू करते हैं कि क्या नहीं करना है, तो वे भ्रमित हो सकते हैं और वैसे भी कर सकते हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आप कुत्ते के चलने के निर्देश लिख रहे हैं, यह कहना बेहतर है कि "कॉलर के फिट की जांच करें" या "कॉलर को ठीक से फिट करें" के बजाय "कॉलर को बहुत तेज़ी से न जकड़ें" या "बहुत छोटे कॉलर का उपयोग करने से बचें"।



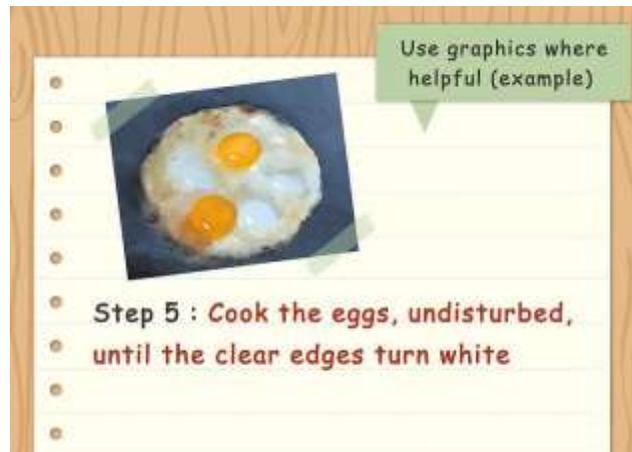
6. मध्यम पुरुष में लिखें। सर्वनाम "आप" आपको अपने पाठक को सीधे संबोधित करने की अनुमति देता है और भ्रम से बचा सकता है। जब आप सर्वनाम "आप" का उपयोग करते हैं, तो पाठक को ठीक से पता होता है कि उन्हें कार्य पूरा करने के लिए क्या करना चाहिए, और क्या अनुमान लगाना होगा।

- उदाहरण के लिए, यदि आपने लिखा है कि "लीवर को धक्का दिया जाना चाहिए," आप अपने पाठक को यह सोचकर छोड़ देते हैं कि लीवर को धक्का देना चाहिए। "आपको लीवर को धक्का देना चाहिए" या "लीवर को धक्का दें" इसमें कोई संदेह नहीं है कि यह कुछ ऐसा है जो आपके पाठक को करना चाहिए।



7. विकल्प शामिल करें। कुछ कार्यों के लिए, एक चरण या चरणों के समूह को पूरा करने का एक से अधिक तरीका होगा। चरण के साथ विकल्प प्रदान करें ताकि पाठक यह चुन सकें कि वे कार्य को कैसे पूरा करना चाहते हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आप मूंगफली का मक्खन और जेली सैंडविच बनाने के बारे में निर्देश लिख रहे हैं, तो आप उन अन्य स्प्रेड को शामिल करना चाह सकते हैं जिनका उपयोग किया जा सकता है: "मूंगफली एलर्जी के मामले में बादाम मक्खन से बदली करें"।



8. जहां मददगार हो वहां ग्राफिक्स का इस्तेमाल करें। आपने वाक्यांश "एक तस्वीर एक हजार शब्दों के लायक है" सुना होगा। जब स्पष्ट निर्देश लिखने की बात आती है, तो कभी-कभी एक चित्र या आरेख आपके पाठक के लिए एक विशेष कार्रवाई को और अधिक समझने योग्य बना देगा।

- अधिक तकनीकी निर्देशों के लिए, सुनिश्चित करें कि पाठक स्पष्ट रूप से देख सकता है कि चित्र में क्या चल रहा है, और कार्रवाई टूल या हाथों से अस्पष्ट नहीं है।

अंश 3

अपने निर्देशों का परीक्षण करना



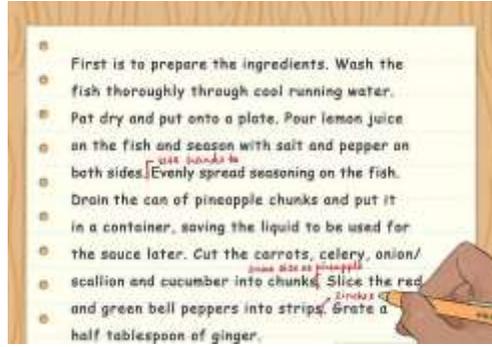
1. अपने निर्देशों को भागों में व्यवस्थित करें। कुछ जटिल कार्यों में एक से अधिक भाग होते हैं। यदि आप किसी बड़े कार्य के लिए निर्देश लिख रहे हैं जिसमें कई छोटे हिस्से शामिल हैं, तो उन्हें अलग-अलग वर्गों में अलग करें।

- यदि आप अपने निर्देशों को क्रमबद्ध कर रहे हैं, तो प्रत्येक अनुभाग के साथ क्रमांकन शुरू करें। आपके निर्देशों का पालन करने वाला पाठक प्रत्येक भाग को पूरा करने के बाद उपलब्धि की भावना महसूस करेगा।
- यहां तक कि अगर आपके कार्य में कोई अर्ध-स्वतंत्र भाग नहीं है, तो भी आप इसे बड़ी संख्या में चरणों में विभाजित करना चाहते हैं। बहुत से कदम आपके पाठकों के लिए भारी पड़ सकते हैं।



2. लिखित रूप में अपने निर्देशों का प्रयास करें। यदि आप लिखित रूप में अपने निर्देशों का पालन नहीं कर सकते हैं, तो कोई भी उनका अनुसरण करने में सक्षम नहीं होगा। अपने निर्देशों को पूरा करने के लिए दोस्तों को सूचीबद्ध करें और आपको बताएं कि क्या उन्हें कुछ भी गड़बड़ लग रहा है।

- आपको कई बार अपने निर्देशों का परीक्षण करना पड़ सकता है, खासकर यदि वे लंबे या जटिल हैं।



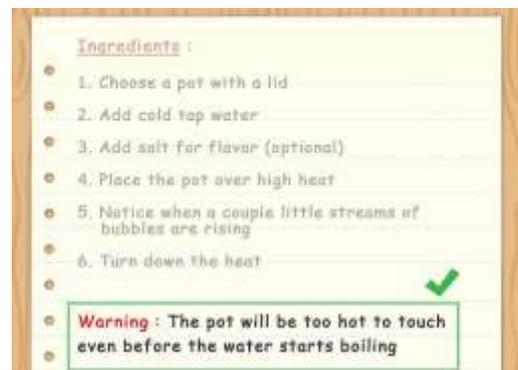
3. अपने निर्देशों को ध्यान से संपादित करें। टाइपोस और व्याकरण संबंधी त्रुटियां अन्यथा स्पष्ट लेखन को बर्बाद कर सकती हैं, जिससे आपके निर्देशों का पालन करना कठिन हो जाता है। उन्हें पढ़कर सुनिश्चित करें कि वे त्रुटि-मुक्त हैं।

- यदि आपको अपने संपादन कौशल पर भरोसा नहीं है, तो आप अपने निर्देशों को देखने के लिए एक मित्र प्राप्त करना चाहते हैं।



4. आवश्यक उपकरणों या आपूर्ति की एक सूची शामिल करें। विशेष रूप से यदि किसी कार्य के लिए विशिष्ट उपकरण या सामग्री की आवश्यकता होती है, तो एक सूची आपके पाठकों के लिए सहायक हो सकती है। सूची को अपने निर्देशों की शुरुआत की ओर रखें ताकि आपके पाठक कार्य शुरू करने से पहले सामग्री एकत्र कर सकें।

- इसे कुकबुक में एक रेसिपी की तरह समझें। रेसिपी हमेशा शुरुआत में सामग्री और कुकवेयर की एक सूची प्रदान करती है, इसलिए आप पकवान बनाना शुरू करने से पहले इन सभी चीजों को इकट्ठा कर सकते हैं।



5. जहां उपयुक्त हो, चेतावनी दें। अपने निर्देशों का परीक्षण करने के बाद, आप महसूस कर सकते हैं कि जब आपने पहली बार अपने निर्देश लिखे थे, तब आपके लिए छिपे हुए खतरे नहीं थे। अपने पाठकों को इन खतरों से सचेत करें ताकि वे सावधानी बरत सकें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप पानी को उबालने के तरीके के बारे में निर्देश लिख रहे हैं, तो आप एक चेतावनी शामिल करना चाह सकते हैं कि पानी को उबालने से पहले ही बर्तन बहुत गर्म हो जाएगा।

प्रबंधन को प्रस्ताव कैसे लिखें

यदि आप प्रक्रियात्मक सुधार, अतिरिक्त आय की संभावनाओं, या अधिक किफायती होने के तरीकों का प्रस्ताव करना चाहते हैं, तो प्रबंधन को लिखना उपयोगी है। आप एक प्रस्ताव भी लिख सकते हैं यदि आप कुछ नोटिस करते हैं जो आपको लगता है कि बदलना होगा। यदि आप अपनी कंपनी के प्रबंधन को एक प्रस्ताव लिखना चाहते हैं, तो आवश्यक जानकारी इकट्ठा करने के लिए समय निकालें। अपने सहकर्मियों द्वारा अपने विचारों को चलाने के लिए देखें कि क्या वे सहमत हैं। चतुराई से प्रबंधन तक पहुंचें।

अंश 1

अपने प्रस्ताव को तैयार करना



1. अपने विचार या समस्या का निर्धारण करें। चाहे आप संचालन को सुव्यवस्थित करने या लागत को कम करने के बारे में लिखना चाहते हैं, यह पता लगाएं कि प्रमुख मुद्दा क्या है। अक्सर, यह विचार आपको स्पष्ट हो सकता है। यदि, हालांकि, आप एक निशान या समस्या निवारण करने की कोशिश कर रहे हैं, तो चौकस रहें।



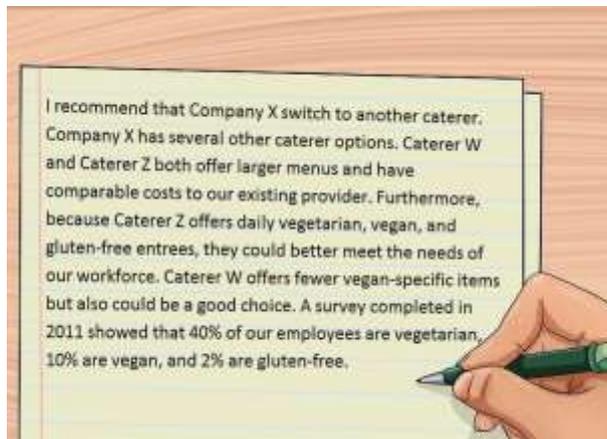
2. अपना शोध करें। प्रस्ताव लिखने से पहले, सभी तथ्यों की जांच करना सुनिश्चित करें। सहकर्मियों, प्रबंधकों, या ग्राहकों से संबंधित लोगों से बात करें। ऐसी ही कंपनियों के बारे में पढ़ें और देखें कि वे क्या करते हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आपको लगता है कि प्रबंधन को अपने कैटरर को बदलना चाहिए, तो रसोई कर्मचारियों से पहले बात करें। वे क्या सोचते हैं? क्या उन्होंने अलग-अलग कैटरर्स के साथ दूसरी जगहों पर काम किया है? आपके सहकर्मी क्या सोचते हैं? हो सकता है कि आपका असहमति गुणवत्ता के बजाय व्यक्तिगत स्वाद का मामला हो।



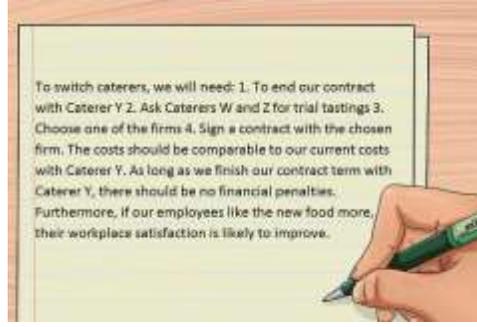
3. एक समस्या वर्णन लिखें। अपना प्रस्ताव शुरू करने के लिए, वर्तमान में क्या हो रहा है, उसका वर्णन करें। सभी प्रासंगिक तथ्यों (जो शामिल है, दिनांक, स्थान) को शामिल करें। इस भाग में, निर्णय जारी न करें; बल्कि, बस चीजों को समझाएं जैसे वे हैं।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं "कंपनी एक्स पिछले सात वर्षों से कैटरर वाई का उपयोग कर रही है। इस समय के दौरान, उपलब्ध पेड़ों की संख्या पांच से घटकर दो हो गई है। कुछ दिनों के साथ शाकाहारी भोजन की मात्रा में भी कमी आई है।"



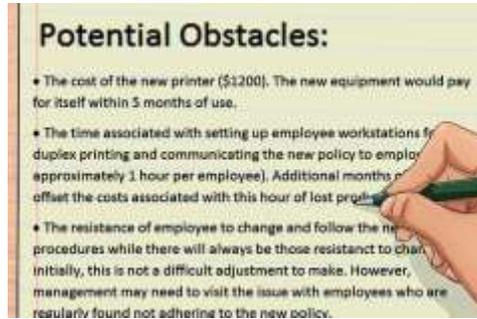
4. अपना उपाय बताएं। समस्या की पहचान करने के बाद, विशेष रूप से लिखें कि आप क्या करने का प्रस्ताव करते हैं। अपने प्रमुख बिंदु के साथ लीड करें। आपके शोध के आधार पर आपके निष्कर्ष क्या हैं, दिखाएं।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "मैं सुझाव देता हूँ कि कंपनी एक्स दूसरे कैटरर पर स्विच करें। कंपनी एक्स में कई अन्य कैटरर विकल्प हैं। कैटरर डब्ल्यू और कैटरर जेड दोनों बड़े मेन्यू पेश करते हैं और हमारे मौजूदा प्रदाता के लिए इसकी तुलनात्मक लागत है। इसके अलावा, क्योंकि कैटरर जेड दैनिक शाकाहारी, और ग्लूटेन मुक्त प्रवेश प्रदान करता है, वे हमारे कार्यबल की जरूरतों को बेहतर ढंग से पूरा कर सकते हैं। कैटरर डब्ल्यू बहुत कम शाकाहारी-विशिष्ट आइटम प्रदान करता है, लेकिन यह भी एक अच्छा विकल्प हो सकता है। 2011 में संपन्न एक सर्वेक्षण से पता चला कि हमारे कर्मचारियों में से 40% शाकाहारी हैं, 10% वीगन हैं, और 2% ग्लूटेन मुक्त हैं।"



5. एक योजना की रूपरेखा बनाएं। प्रत्येक चरण और उसके संबंधित कार्यान्वयन समय या लागत का वर्णन करें। आप जो जानते हैं और जो दिखता है, उसके साथ स्पष्ट रहें। गिने हुए चरणों को लिखने पर विचार करें। फिर अधिक विवरण प्रस्तुत करें। अपने परिवर्तन के मूल्य को नजरअंदाज न करें लेकिन सुझाव दें कि आपको क्या लगता है कि परिणाम क्या हो सकते हैं।

- कैटरर्स को स्विच करने के लिए, हमें आवश्यकता होगी: 1. कैटरर वार्ड के साथ अपने अनुबंध को समाप्त करने के लिए 2. कैटरर्स डब्ल्यू और जेड से परीक्षण के लिए पूछें 3. फर्मों में से एक चुनें 4. चुने हुए फर्म के साथ एक अनुबंध पर हस्ताक्षर करें। लागत हमारी वर्तमान लागतों की तुलना कैटरर वार्ड के साथ होनी चाहिए। जब तक हम कैटरर वार्ड के साथ अपना अनुबंध अवधि समाप्त करते हैं, तब तक कोई वित्तीय दंड नहीं होना चाहिए। इसके अलावा, अगर हमारे कर्मचारी नए भोजन को अधिक पसंद करते हैं, तो उनके कार्यस्थल की संतुष्टि में सुधार होने की संभावना है।

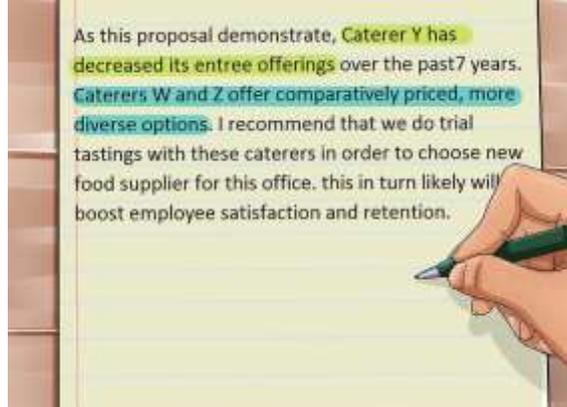


6. संभावित आपत्तियों का उल्लेख करें। अपनी योजना के लिए किसी भी संभावित अड़चन के बारे में अपनी जागरूकता दिखाएं। क्या कर्मचारियों के बीच विरोध होगा? उदाहरण के लिए, कुछ लोग आपके वर्तमान कैटरर से प्यार कर सकते हैं। क्या आपको किसी सरकारी एजेंसी को यह विश्वास दिलाना होगा कि आपका नया उत्पाद विचार सुरक्षित है? उन कदमों के बारे में बात करें जिन्हें आप अपने प्रोजेक्ट के अन्य लोगों को समझाने के लिए करेंगे।



7. आवश्यक सामग्री और / या कर्मियों का उल्लेख करें। यदि आपके परिवर्तन के लिए सामग्रियों की खरीद या नए कर्मचारियों को काम पर रखने की आवश्यकता है, तो चरणों के बाद इसे शामिल करें। इसके अलावा, आवश्यक समय का उल्लेख करें, क्योंकि वह भी एक संसाधन है। एक प्रकार की चेकलिस्ट बनाएं। उदाहरण के लिए आप लिख सकते हैं:

- जरूरत है: कैटरर मूल्यांकन के लिए उप-समिति (कंपनी के विभिन्न हिस्सों से 4 लोग), चखने के लिए 2 घंटे, रिपोर्ट लिखने के लिए 3 घंटे।



8. प्राथमिक लाभ के साथ समापन करें। आप जो भी बदलाव लागू करने की योजना बना रहे हैं, उसे एक बार अंत में दोहराएं। अपने तीन मुख्य बिंदुओं का पुनः उपयोग करें और फिर एक समापन वाक्य प्रस्तुत करें। इसे अपने कार्यकारी सारांश के रूप में सोचें। उदाहरण के लिए:

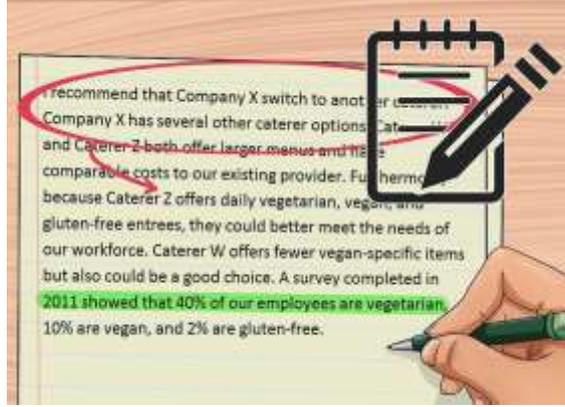
- "जैसा कि यह प्रस्ताव प्रदर्शित करता है, कैटरर वाई ने पिछले सात वर्षों में अपनी आकर्षक पेशकशों में कमी की है। कैटरर्स डब्ल्यू और जेड तुलनात्मक रूप से कीमत, अधिक विविध विकल्प प्रदान करते हैं। मेरा सुझाव है कि हम इस कार्यालय के लिए एक नया खाद्य आपूर्तिकर्ता चुनने के लिए इन कैटरर्स के साथ चखने का परीक्षण करें। यह बदले में कर्मचारी संतुष्टि और प्रतिधारण को बढ़ावा देगा"
- विशिष्ट मौद्रिक या मात्रात्मक लाभ का उल्लेख करें। उदाहरण के लिए, क्या आपका नवाचार लागत में कटौती करेगा? ऐसा बोलें।
- गुणात्मक लाभ को रेखांकित करें। कभी-कभी कंपनी ऐसे तरीकों से लाभ उठाती है जिसे हम कठिन तथ्यों या संख्याओं के साथ निर्धारित नहीं कर सकते हैं। यदि आप कर्मचारी खुशी में वृद्धि करेंगे, तो इसका उल्लेख करें। ये सुधार केवल मात्रात्मक के रूप में मूल्यवान हो सकते हैं।

अंश 2

अपना प्रस्ताव साझा करना



1. इसे पढ़ने के लिए एक सहकर्मी प्राप्त करें। अधिमानतः, एक सहकर्मी को पढ़ने और आपको अपने प्रस्ताव पर प्रतिक्रिया देने के लिए कहें। शायद वे सहमत हैं। यदि वे नहीं करते हैं, तो उनकी आपत्तियों के बारे में सोचें। यदि आपको लगता है कि वे मान्य हैं और शायद आपके प्रस्ताव को ओवरराइड करते हैं, तो संशोधन पर विचार करें। इसके बजाय, यदि आप उनके बिंदुओं की वैधता देखते हैं, लेकिन असहमत हैं, तो अपनी भावनाओं को अपने आपत्ति खंड में जोड़ें।



2. संशोधित करें। एक बार जब आप अपने प्रस्ताव को तैयार कर लेते हैं और एक मित्र ने इसे पढ़ा है, तो इसे प्रवाह, व्याकरण, सटीकता और शब्द गणना के लिए संशोधित करें। आप एक प्रस्ताव के बहुत लंबे समय तक नहीं चाहते हैं या आपके प्रबंधक इसे नहीं पढ़ सकते हैं! यदि संभव हो तो एक से दो पृष्ठों का लक्ष्य करें।



3. इसे प्रबंधन को जमा करें। आपको लगता है कि आपका प्रस्ताव तैयार होने के बाद, यह निर्धारित करें कि आपको किस व्यक्ति को इसे प्रस्तुत करना चाहिए। कुछ संगठनों में, यह स्पष्ट है कि प्रभारी कौन है और निर्णय लेता है। अधिक पार्श्व संरचनाओं वाली अन्य कंपनियों में, यह जानने के लिए मुश्किल हो सकता है कि वास्तविक निर्णयकर्ता कौन हैं। सही व्यक्ति को निर्धारित करने के लिए अपनी फर्म में पृष्ठभूमि अनुसंधान का एक सा करें।

- एक बार जब आप जानते हैं कि वह व्यक्ति कौन है, तो देखें कि क्या एक व्यक्ति की बैठक संभव है। आम तौर पर, लोग आमने-सामने बोलने पर बेहतर बदलाव के अनुरोधों का जवाब देते हैं। अन्यथा, एक पेपर कॉपी या यदि संभव न हो, तो एक ईमेल भेजें।

प्रक्रिया पेटेंट कैसे लिखें

एक प्रक्रिया पेटेंट एक पेटेंट है जो उत्पादन के एक विशिष्ट तरीके को शामिल करता है, आमतौर पर औद्योगिक क्षेत्र में। संयुक्त राज्य पेटेंट और ट्रेडमार्क कार्यालय के साथ दायर, एक प्रक्रिया पेटेंट (जिसे अक्सर "मैथड पेटेंट" कहा जाता है) पेटेंट धारक को प्रक्रिया की बिक्री और कार्यान्वयन पर सभी अधिकारों की गारंटी देगा, साथ ही प्रक्रिया द्वारा उत्पादित किसी भी उत्पाद के लिए एक दावा। क्योंकि पेटेंट आवेदन लिखना एक जटिल और समय लेने वाली प्रक्रिया है, आगे बढ़ने से पहले आवश्यक दस्तावेज को जानना महत्वपूर्ण है। ये चरण एक प्रक्रिया पेटेंट लिखने का एक अवलोकन प्रदान करेंगे।

कदम



1. जितनी जल्दी हो सके अपने सभी शोध, परीक्षण और विचारों को दर्ज करें।

- यूएस पेटेंट कार्यालय यह पता लगाना चाहेगा कि आपकी प्रक्रिया की अवधारणा और परीक्षण में शामिल सब कुछ अकेले आपका काम था। अपने काम की एक जर्नल रखें, किसी भी रीडिंग या शोध की कतरनों को इकट्ठा करें, और जो कुछ भी आप करते हैं उसे सुनिश्चित करें।
- विचारों का पेटेंट नहीं कराया जा सकता। अपनी पद्धति के लिए एक पेटेंट सुरक्षित करने के लिए, आपको यह दिखाने की आवश्यकता है कि आपकी प्रक्रिया व्यावहारिक है और इसका परीक्षण किया गया है।



2. विचार चरण से आगे बढ़ें और अपनी प्रक्रिया का परीक्षण करें।



3. हर महीने अपने आप को कोई भी संबंधित दस्तावेज मेल करें।

- हालांकि यह एक सटीक पत्रिका रखने के लिए कोई विकल्प नहीं है, किसी भी मेल पर पोस्टमार्क जो आप स्वयं भेजते हैं वह आपकी प्रक्रिया के विकास के लिए एक समयरेखा स्थापित करेगा, जो कि पेटेंट कार्यालय को आश्चस्त करने में महत्वपूर्ण होगा कि विचार आपका है।



4. एक बार आपकी प्रक्रिया पूरी होने के बाद सभी संबंधित दस्तावेज़, परीक्षण लॉग, चित्र और तकनीकी जानकारी इकट्ठा करें।



5. एक पेटेंट खोज का संचालन करें, या तो एक वकील के माध्यम से या अपने दम पर।

- पेटेंट की बड़ी संख्या को देखते हुए, पेटेंट के समान हो सकता है जिसके लिए आप आवेदन कर रहे हैं। इन पेटेंटों को पहचानें और अपने खुद के आवेदन को ध्यान में रखते हुए ध्यान दें कि आपका दूसरों से अलग कैसे है।
- अनंतिम पेटेंट आवेदनों को औपचारिक आवेदन में आवश्यक शपथ या दावों वाले अनुभाग की आवश्यकता नहीं होती है, लेकिन दस्तावेज जैसे चित्र और परीक्षा परिणाम की आवश्यकता होती है। इस एप्लिकेशन को पहले सबमिट करने से आप "पेटेंट लंबित" के रूप में अपनी प्रक्रिया का दावा कर सकेंगे, और औपचारिक आवेदन तैयार करते समय दूसरों को अपने तरीके को पेटेंट करने से रोकेंगे।



6. पेटेंट कार्यालय को एक अनंतिम पेटेंट आवेदन जमा करें।



7. प्रारूपण के निर्देशों के लिए पेटेंट कार्यालय से परामर्श करें और औपचारिक पेटेंट आवेदन प्रस्तुत करें।

- इस आवेदन को प्रक्रिया की एक पृष्ठभूमि, इसके उद्देश्य का सारांश, और यह दावा कर सकता है कि यह क्या कर सकता है और यह अन्य पेटेंट प्रक्रियाओं से कैसे अलग है। इसके अलावा, आपको एक शपथ शामिल करने की आवश्यकता है कि विधि के निर्माण में जाने वाले सभी काम आपके अपने थे।

आईटी चेंज मैनेजमेंट प्रोग्राम कैसे विकसित करें

चेंज मैनेजमेंट प्रोग्राम (सीएमपी), जिसे आमतौर पर चेंज कंट्रोल प्रोसेस या चेंज कंट्रोल मैनेजमेंट प्रोसेस के रूप में जाना जाता है, एक औपचारिक प्रक्रिया है जिसका उपयोग यह सुनिश्चित करने के लिए किया जाता है कि उत्पाद या सिस्टम में परिवर्तन नियंत्रित और समन्वित तरीके से प्रस्तुत किए जाते हैं (जैसा कि आईएसओ 20000 द्वारा परिभाषित किया गया है)। सीएमपी को संगठनात्मक परिवर्तन प्रबंधन (ओसीएम) के साथ भ्रमित नहीं होना चाहिए, जो नई व्यावसायिक प्रक्रियाओं के प्रभावों का प्रबंधन करता है, जिसमें सिस्टम रोल आउट और आईटी पहल से उपजी संगठनात्मक संरचना में परिवर्तन, या एक उद्यम के भीतर सांस्कृतिक परिवर्तन शामिल हैं। संक्षेप में, ओसीएम परिवर्तन के पक्ष में लोगों का प्रबंधन करता है।

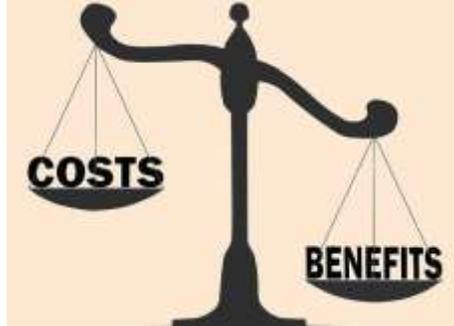
सीएमपी का उद्देश्य, यह सुनिश्चित करना है कि शासन की मानकीकृत प्रक्रिया का उपयोग करके किसी कंपनी की सूचना प्रौद्योगिकी प्रणाली में परिवर्तनों का नकारात्मक प्रभाव कम से कम हो। कुछ बदलाव वैकल्पिक नहीं हैं। यदि, उदाहरण के लिए, बार कोड मानक बदल रहा है, तो आपको अनुकूलित करना होगा; यदि कोई कर ढांचा बदल जाता है, तो आपके पास एक परिवर्तन होना चाहिए। फिर भी, इस प्रकार के सभी परिवर्तन अभी भी शासन के अधीन हैं।

यह कभी भी ऐसा नहीं होना चाहिए कि सिस्टम में या कुछ ओवरसाइट के बिना प्रक्रियाओं के लिए तदर्थ परिवर्तन किए जाएं। यह विचार वरिष्ठ प्रबंधन के साथ उत्पन्न होना चाहिए और कंपनी में सभी को बिना किसी अपवाद के साथ पारित किया जाना चाहिए। उच्चतम स्तर पर समर्थन के बिना, सीएमपी समय और धन की बेकार बर्बादी है। उचित समर्थन के साथ, यह कार्यक्रम आपकी कंपनी को कुछ बहुत ही महंगी त्रुटियों से बचाएगा।

कदम



1. चेंज फॉर रिक्वेस्ट फॉर चेंज (आरएफसी): यह समस्या प्रबंधन से उत्पन्न हो सकता है जहां कोई समस्या या संबंधित समस्याओं की एक श्रृंखला की पहचान की जाती है और भविष्य में होने वाले प्रभावों को रोकने (या कम करने) के लिए एक शमन परिवर्तन आवश्यक है। आरएफसी भी एक व्यावसायिक निर्णय के परिणामस्वरूप उत्पन्न हो सकती है जिसमें सहायक प्रौद्योगिकी के लिए कुछ संशोधन (जोड़ना, हटाना, बदलना) की आवश्यकता होगी। बाहरी प्रभावों (अर्थात् सरकारी नियमों या व्यावसायिक भागीदारों द्वारा किए गए परिवर्तन) के कारण आरएफसी भी आवश्यक हो सकता है।



2. व्यवसाय परिवर्तन स्वीकृति प्राप्त करें: परिवर्तन करने का निर्णय आम तौर पर एक व्यावसायिक निर्णय होता है, जहां लागत बनाम लाभ को तौला जाता है। यहां तक कि उन स्थितियों में जहां परिवर्तन कड़ाई से बुनियादी ढांचा उन्मुख (घटक या प्रणाली की विफलता) है, पैसा खर्च करने का निर्णय आईटी विभाग के साथ नहीं, बल्कि व्यवसाय के साथ रहता है। ऐसे अवसर होते हैं जब प्रक्रियाओं को पहले से विकसित करने के लिए विकसित किया जाता है जैसे कि आपातकालीन प्रणाली के रखरखाव जैसे परिवर्तन, लेकिन प्राधिकरण के समय की परवाह किए बिना, निर्णय अभी भी व्यवसाय प्रबंधन के साथ रहता है।



3. विकास परियोजना आरंभ करें: परिवर्तन का विकास (परीक्षण सहित) एक आईटी-निर्देशित कार्य है। आपातकालीन परिवर्तन (सर्वर डाउन होने की स्थिति में) उन कार्यों को आमतौर पर पूर्व निर्धारित किया जाता है। जब एक नई प्रणाली विकसित की जाती है, तो व्यापार उपयोगकर्ताओं और आईटी टीम के बीच एक सहयोगी प्रयास है।

सिस्टम आईटी द्वारा डिज़ाइन किए गए हैं, डिज़ाइन को आईटी द्वारा विकसित व्यापार भागीदारों (उपयोगकर्ताओं) द्वारा अनुमोदित किया गया है, आईटी और उपयोगकर्ताओं के संयोजन से परीक्षण किया गया है, और अंतिम उत्पाद दोनों द्वारा अनुमोदित है। नए प्रभावों को ध्यान देना होगा कि नए बदलाव मौजूदा सिस्टम पर हो सकते हैं।

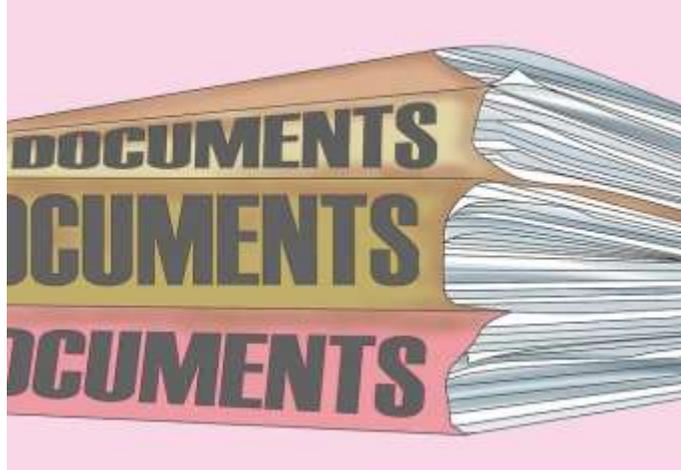


4. चेंज मैनेजमेंट गेट पास करें: चेंज एडवाइजरी बोर्ड (सीएबी) उत्पादन में डालने से पहले सभी परिवर्तनों की समीक्षा करता है। आम तौर पर, सीएबी में विभिन्न दृष्टिकोणों, पृष्ठभूमि और विशेषज्ञता के क्षेत्रों वाले लोगों का एक समूह शामिल होगा। उनका कार्य एक प्रक्रिया और शासन के दृष्टिकोण से परिवर्तन की समीक्षा करना है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि सभी पूर्वाभासित जोखिमों की पहचान की गई है और उन्हें कम कर दिया गया है, और यह कि प्रतिपूरक तकनीक जोखिम के किसी भी तत्व (गलत हो सकती है) के लिए जगह में हैं। विकास टीम और परिवर्तन प्रायोजक सीएबी में परिवर्तन प्रस्तुत करेंगे। जोखिम का मूल्यांकन फोकस होगा। कार्यान्वयन रणनीतियों, प्रभावित हितधारकों के लिए संचार, बैकअप योजना और कार्यान्वयन के बाद की निगरानी ऐसे तत्व हैं जिन पर सीएबी को ध्यान केंद्रित करने की आवश्यकता होती है। सीएबी यह निर्धारित करने के लिए ज़िम्मेदार नहीं है कि क्या परिवर्तन उचित है - यह निर्णय पहले ही किया जा चुका है। यदि परिवर्तन प्रभावी है, तो सीएबी यह निर्धारित करने के लिए भी ज़िम्मेदार नहीं है। फिर, यह कड़ाई से एक व्यावसायिक निर्णय है।



5. परिवर्तन को लागू करें: यदि सीएबी परिवर्तन को मंजूरी नहीं देता है, तो कारण सूचीबद्ध हैं (यह हमेशा होता है क्योंकि कुछ जोखिमों को कम नहीं किया गया है या संचार की योजना नहीं बनाई गई है) और विकास टीम को उन मुद्दों को ठीक करने के लिए समय दिया जाएगा और सीएबी के समक्ष एक बैठक को फिर से शुरू किया जाएगा। यदि परिवर्तन को मंजूरी दी जाती है, तो कार्यान्वयन निर्धारित है। यह आम तौर पर मामला नहीं है कि सीएबी कार्यान्वयन पर दर्शाया गया है, हालांकि यह संभव है कि सीएबी के कुछ सदस्यों के पास विशेषज्ञता है जो कार्यान्वयन के दौरान आवश्यक है,

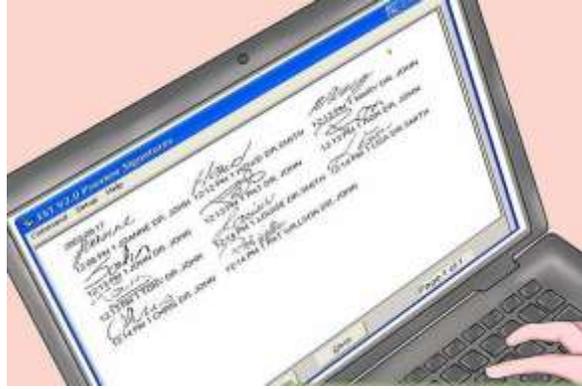
लेकिन वे आधिकारिक सीएवी प्रतिनिधियों के रूप में उपस्थित नहीं होंगे, बल्कि विषय विशेषज्ञ (एसएमई) के रूप में। परिवर्तन कैसे लागू किया जाता है, चेकलिस्ट और कदम पूर्वनिर्धारित हैं और सीएवी द्वारा अनुमोदित और अनुमोदित किए गए हैं। पूरी प्रक्रिया को पूरी तरह से प्रलेखित किया जाना चाहिए और अनुमोदित प्रक्रिया का ठीक से पालन किया जाना चाहिए।



6. परिणाम की रिपोर्ट करें: या तो परिवर्तन को बिना किसी समस्या के सफलतापूर्वक लागू किया गया था, परिवर्तन को उन मुद्दों के साथ लागू किया गया था जिन्हें कार्यान्वयन के दौरान ठीक किया गया था, परिवर्तन को उन मुद्दों के साथ लागू किया गया था जिन्हें स्वीकार्य माना गया था, ऐसे मुद्दे सामने आए जो अस्वीकार्य थे और परिवर्तन को वापस ले लिया गया था, या सबसे खराब स्थिति में परिवर्तन को अस्वीकार्य मुद्दों के साथ लागू किया गया था और इसे वापस नहीं लाया जा सका। परिणाम जो भी हो, वह दस्तावेज और सीएवी में वापस आ गया है। सीएवी तब उस जानकारी को हितधारकों को वितरित करने और परिवर्तन प्रबंधन प्रणाली में उन परिणामों को संग्रहीत करने और बनाए रखने के लिए जिम्मेदार है (जो या तो एक स्वचालित डेटाबेस या पेपर फाइलिंग सिस्टम हो सकता है, लेकिन ऑडिट उद्देश्यों के लिए दस्तावेजों को बनाए रखा जाना चाहिए)।



7. लिंक समस्या प्रबंधन में परिवर्तन: उत्पन्न होने वाले मुद्दों की तुलना सीएवी परिवर्तनों के प्रलेखन से की जानी चाहिए ताकि किसी भी परिवर्तन के अप्रत्याशित प्रतिकूल प्रभावों को अलग किया जा सके। यह अक्सर ऐसा होता है कि किसी परिवर्तन के अवांछनीय प्रभावों को तुरंत नहीं देखा जाता है, लेकिन सहायक प्रणालियों में समस्याओं के उद्भव से पहचाना जाता है। उदाहरण के लिए, किसी डेटाबेस में कई फ्रील्ड्स को जोड़ने से उपयोगकर्ताओं पर प्रत्यक्ष नकारात्मक प्रभाव नहीं पड़ सकता है, लेकिन यह नेटवर्क प्रदर्शन को प्रभावित कर सकता है जो अन्य उपयोगकर्ताओं के लिए स्पष्ट होगा जो सीधे संशोधित सिस्टम के साथ शामिल नहीं हैं।



8. समय-समय पर सीएमपी का ऑडिट करें: प्रत्येक वर्ष कम से कम एक बार सीएमपी का एक ऑडिट यह सुनिश्चित करने के लिए आयोजित किया जाना चाहिए कि सभी परिवर्तन प्रलेखन बनाए और उपलब्ध हैं। प्रत्येक परिवर्तन अनुमोदन दस्तावेज़ की जांच यह सुनिश्चित करने के लिए की जानी चाहिए कि उचित हस्ताक्षर जगह में हैं और कार्यान्वयन के परिणाम ठीक से दस्तावेजीकृत हैं।

अपनी आईटी सेवा प्रबंधन प्रक्रिया में सुधार कैसे करें

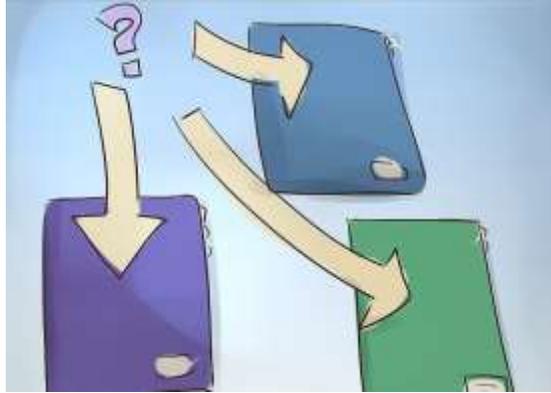
उत्पाद विकास आधारित कंपनियों या विनिर्माण उद्योगों में से अधिकांश यह महसूस करने या कल्पना करने में विफल रहते हैं कि ग्राहक अपने उत्पादों और सेवाओं पर कैसे प्रतिक्रिया देते हैं, एक बार एक तंग प्रतिस्पर्धी क्षेत्र में पहुंचाया जाता है। इस बारे में सोचना महत्वपूर्ण है, क्योंकि ग्राहक आपके उत्पादों के प्रति भावनात्मक रूप से कितनी अच्छी प्रतिक्रिया देते हैं, यह आपके व्यवसाय को लंबे समय में संचालित करता है। चीजों को एक अलग धारणा के साथ देखना, ग्राहक का, जो वास्तव में मायने रखता है। आपके द्वारा लागू किया जाने वाला मुख्य बिंदु आपकी सेवा के साथ और आपके ग्राहकों / उपयोगकर्ताओं / हितधारकों की प्राथमिकताओं और धारणाओं के साथ निरंतर संपर्क है, क्योंकि सेवा उद्योग में होने के नाते, सेवा हमेशा ग्राहकों के लिए ऑनलाइन सक्रिय, पहुंच योग्य होनी चाहिए। ग्राहक संतुष्टि सेवा प्रबंधन की प्रभावशीलता को मापने का एकमात्र तरीका है।

अंश 1

विगत प्रक्रिया का विश्लेषण करना



1. सभी (उच्च प्राथमिकता) पी 1 और पी 2 घटनाओं पर जानकारी एकत्र करें। आउटलेट सारांश और रिज़ॉल्यूशन डेटा की समीक्षा करें, और उन सभी टीमों के साथ एक बैठक की व्यवस्था करें जो उन मुद्दों को हल करने में शामिल थे।



2. सभी समान आउटेज को समूहबद्ध करें और उन्हें वर्गीकृत करें। आप विक्रेता, एप्लिकेशन नाम, ग्राहक (एलओबी) और समय के अनुसार वर्गीकृत करना चाहते हैं। इस प्रक्रिया के लिए, आपको निम्न करना होगा:

- पिछले एक साल में हुई सभी प्रमुख घटना समस्या बयानों / मामलों / मुद्दों को लीजिए।
- समूह के साथ घटना प्रकार और आउटेज के संबंध में समानताएं हैं।



3. घटनाओं के प्रत्येक समूह के मूल कारण का विश्लेषण करें। निर्धारित करें कि आउटेज क्यों हुआ। उदाहरण के लिए, आप पा सकते हैं कि पिछले एक साल में 4 बड़ी घटनाएं हुईं और 4 घटनाओं में से 3 घटनाएं सर्वर से संबंधित थीं।



4. जांचें कि आपकी टीम द्वारा प्रदान की गई फिक्स अस्थायी या स्थायी थीं या नहीं। इस तथ्य पर विचार करें कि कुछ सुधार स्थायी दिखते हैं, लेकिन समय के साथ आवर्ती में समस्या आती है (उदाहरण के लिए, सॉफ्टवेयर भेद्यता पैच अपडेट आदि)।

- यदि फिक्स स्थाई नहीं था, लेकिन एंड यूजर्स और क्लाइट्स फिक्स होने के बाद खुश थे और व्यवसाय जारी है, तो यह मत सोचिए कि आप पूरी तरह से सुरक्षित हैं, क्योंकि भविष्य में यह फिर से गलत हो सकता है। इसलिए इस सेवा आउटेज विश्लेषण अवधि के दौरान इसे पहचानें और काम करें।

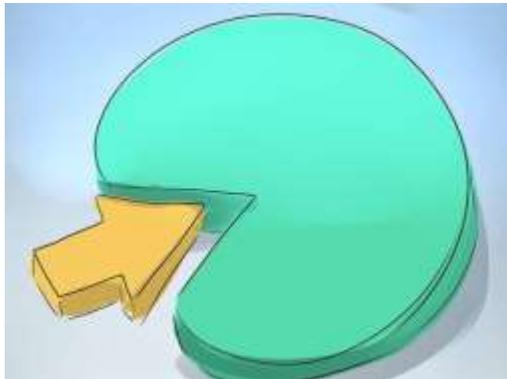


5. स्थायी समाधान के बारे में सोचें। अभ्यास और विश्लेषण या वास्तविक कार्यान्वयन के लिए, मौजूदा समस्याओं के लिए और पिछले समस्याओं के लिए स्थायी समाधान पर ध्यान केंद्रित करने से आपकी सेवा वितरण में सुधार करने में मदद मिल सकती है।

- यदि आपके पास अभी भी उस समस्या के लिए स्थायी समाधान देने की क्षमता / अवसर है जो आपने पहले के लिए एक अस्थायी समाधान प्रदान किया था, तो ऐसा करें। आपको परीक्षण करना है और इसे ट्रायल रन देना है, उपयोगकर्ता स्वीकृति परीक्षण करना है, और हितधारकों / ग्राहकों द्वारा हस्ताक्षरित योजना प्राप्त करना है। फिर एक ठीक दिन पूरी तरह से परिवर्तन प्रबंधन प्रक्रिया का पालन करने के बाद इस बदलाव को लागू करते हैं।
- समय का विश्लेषण करते हुए कि आपकी सेवा कहां कम हो रही है और पिछले मामलों में बेहतर काम किया जा सकता है, इससे आपको भविष्य में बेहतर सेवा प्रदान करने में मदद मिलेगी।

अंश 2

बेहतर प्रक्रिया के लिए ध्वनि सिद्धांतों को अपनाना



1. विशेष रूप से परेतो सिद्धांत के साथ "अस्थिर" समस्याओं से निपटें। ऐसे मामलों में जहां आप सेवा की समस्याओं के मूल कारण की पहचान करने में असमर्थ हैं, समस्या को छोटे टुकड़ों में विभाजित करें। परेतो सिद्धांत को याद करके एक विभाजन और रणनीति का उपयोग करें (जो कहता है कि 80% प्रभाव 20% कारणों से आते हैं)। हमेशा लोग, प्रक्रिया और प्रौद्योगिकी पर विचार करें।

- लोग: क्या यह एक सहयोगी दृष्टिकोण की कमी या आपके लोगों के बीच ज्ञान की कमी के कारण हुआ था? क्या वे इस तरह के आउटेज को रोकने के लिए सुसज्जित हैं?
- प्रक्रिया: क्या बहुत बड़ी प्रक्रिया या कर्मचारियों के बीच प्रक्रिया जागरूकता की कमी के कारण यह बड़ी कमी थी?
- प्रौद्योगिकी: क्या आपके पास घटना को हल करने के लिए उपकरणों का सही सेट है या नहीं?



2. समाधान का दस्तावेजीकरण करें। तकनीकी दल चुनौतियों को लेने और मुद्दों को जल्दी हल करने के लिए अधिक उत्साह दिखाने के लिए करते हैं। यहां एक महत्वपूर्ण बात यह है कि वे उस संकल्प को प्रलेखित करने के लिए उपेक्षा करते हैं या उस प्रमुख घटनाओं को हल करने के लिए लागू करते हैं। यह काफी स्वाभाविक है कि कुछ लोग समाधान का दस्तावेजीकरण करने के लिए किसी समस्या पर बहुत अधिक थके हुए और दग्ध महसूस करते हैं।

- दुर्भाग्यवश यह व्यवसाय की निरंतरता के मामले में उद्योगों के लिए बड़ा जोखिम है जब व्यक्ति दूर चले जाते हैं। यह अपरिहार्य हो जाता है कि कंपनियों को अपने समय और धन को नए / प्रतिस्थापन कर्मचारियों पर निवेश करने की आवश्यकता होती है जिन्हें बार-बार उसी समस्या को हल करने की आवश्यकता होती है। यदि समाधानों को प्रलेखित किया जाता है, तो उन्हें फिर से कुशलतापूर्वक उपयोग किया जा सकता है, और यहां तक कि सुधार भी किया जाता है।
- एक संसाधन (एक बिंदु व्यक्ति) को आवंटित करने पर विचार करें जो सभी तकनीकी लोगों की संकल्प गतिविधियों का दस्तावेजीकरण कर सकता है जब बड़ी घटनाएं होती हैं।



3. समय से पहले काम करें। अपनी टीम के लिए डमी समय सीमा और वर्चुअल डिलीवरी पॉइंट सेट करने पर विचार करें। यदि आपकी टीमों को वास्तविक आवश्यक तारीख से पहले सेवाओं / उत्पादों को वितरित करने के लिए कहा जाता है, तो ग्राहक के अंतिम परिणाम की उम्मीद करने से पहले उनके पास समस्याओं को हल करने का समय होगा।



4. विचार की गति से सेवा प्रदान करें। दक्षता और त्वरित ग्राहक संतुष्टि पर ध्यान दें। यह आसानी से लागू किया जा सकता है यदि आपके पास जानकारी उपलब्ध है या आपकी उंगलियों पर उपलब्ध ज्ञान है। ग्राहक और ग्राहक हमेशा "आपकी प्रतिक्रिया कितनी तेज़ और आपकी प्रतिक्रिया कितनी सही है" से प्रभावित होंगे।

प्रक्रिया सुधार को कैसे मापें

एक तरीका है कि व्यवसाय प्रतिस्पर्धी बने रहते हैं, उनकी प्रक्रियाओं में सुधार होता है, परिचालन और वित्तीय दोनों। ऐसा करने के लिए विशेष रूप से सुधार को मापने के लिए एक तरीके के निर्माण की आवश्यकता होती है। जैसा कि कहा जाता है, "जिसे मापा नहीं जा सकता उसे प्रबंधित नहीं किया जा सकता है।" इस समस्या को हल करने के लिए, व्यवसाय एक प्रक्रिया शुरू होने से पहले और बाद में एक प्रक्रिया का विवरण, एक प्रक्रिया के बारे में डेटा एकत्र करने के लिए, मैट्रिक्स का निर्माण करते हैं। इन मैट्रिक्स का विश्लेषण करने से डेटा मिलता है जो यह बताता है कि परिवर्तन ने प्रक्रिया में कितना सुधार किया है। आरंभ करने के लिए, पहले अपनी प्रक्रिया के लिए सबसे उपयुक्त मैट्रिक्स चुनना महत्वपूर्ण है।

अंश 1

अपनी प्रक्रिया सुधार प्रणाली को व्यवस्थित करना



1. परिभाषित करें कि क्या मापा जाना चाहिए। परिभाषित करें कि सुधार से आपका वास्तव में क्या मतलब है। क्या आप अपनी प्रक्रिया को अधिक विश्वसनीय, तेज़, अधिक कुशल, या किसी अन्य तरीके से बेहतर करना चाहते हैं? इससे परियोजना में स्पष्टता आती है। सुनिश्चित करें कि आपकी प्रक्रिया एक आउटपुट का उत्पादन करती है जिसे किसी तरह से मापा जा सकता है।

- उदाहरण के लिए, डिलीवरी की गति में सुधार करने के इच्छुक कंपनी समय को मापेगी। डेटा अंकीकरण करने वाली कंपनी, बैचों या प्रक्रिया आउटपुट में त्रुटियों का प्रतिशत माप सकती है।



2. अपनी परियोजना शब्दावली को सुसंगत बनाएं। स्थिरता और सटीकता सुनिश्चित करने के लिए आमतौर पर समझी गई परिभाषाओं का उपयोग करना सुनिश्चित करें। यह उन सूचनाओं की विश्वसनीयता की गारंटी देता है जो विभिन्न सुविधाओं या स्थानों के लोगों के बीच साझा की जाती हैं। मापी जा रही सभी चर की स्पष्ट परिभाषा प्रदान करके गलतफहमी को रोके।

- उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि कोई कंपनी दिनों में समय को माप रही है। एक ही कंपनी की विभिन्न शाखाएं "एक दिन" को विभिन्न तरीकों से परिभाषित कर सकती हैं। इसका मतलब केवल व्यावसायिक दिन, कोई 24 घंटे की अवधि या 8 घंटे का कार्य दिवस हो सकता है। इस प्रकार की विसंगतियां भ्रामक हो सकती हैं।



3. परिभाषित करें कि डेटा कैसे एकत्र किया जाना है। कंपनी भर में समान रूप से डेटा एकत्र किया जाना चाहिए। उदाहरण के लिए, यदि एक विभाग डेटा एकत्र करने के लिए यादृच्छिक नमूने का उपयोग करता है, तो अन्य सभी को करना चाहिए। अन्यथा उनके डेटा की तुलना करना असंभव होगा। इसके अलावा, माप की इकाइयों को परिभाषित किया जाना चाहिए। सुनिश्चित करें कि जहां भी आपका आउटपुट मापा जाता है, माप की इकाइयां समान हैं।

- उदाहरण के लिए, डिलीवरी की गति को मिनटों या घंटों में मापा जा सकता है, और एक को दूसरे में बदलने के लिए समय लेना अप्रभावी होगा।



4. गणना की सटीकता को मानकीकृत करें। इसका मतलब यह है कि आपके पास एक घंटे के लिए समय और दूसरे घंटे और सौवें घंटे में निर्दिष्ट करने का एक विभाग नहीं होना चाहिए। अन्यथा, मूल्यों में विस्तार के विभिन्न स्तर परिणामों को भ्रमित करेंगे। ध्यान रखें कि छोटी इकाइयां अधिक सटीक परिणाम देती हैं।

- उदाहरण के लिए, सभी विभागों को इस बात से सहमत होना चाहिए कि दशमलव को कैसे समाप्त किया जाए।

अंश 2

अपने प्रोजेक्ट के लिए राइट मैट्रिक्स चुनना



1. एक प्राथमिक मैट्रिक चुनें। प्राथमिक मैट्रिक प्रक्रिया सुधार के आउटपुट या लक्ष्य को परिभाषित करता है। उदाहरण के लिए, एक ऑटोमोबाइल कारखाना प्रति घंटे उत्पादित कारों की संख्या चुन सकता है। प्रक्रिया में सुधार पेश किए जाने से पहले, एक आधारभूत माप लिया जाता है। परियोजना के अंत में, प्रक्रिया को फिर से मापा जाता है। सुधार की मात्रा की गणना तब की जाती है।



2. अपने प्राथमिक मैट्रिक को व्यवसाय मैट्रिक से कनेक्ट करें। व्यवसाय मैट्रिक मापता है कि कैसे एक परिचालन सुधार कंपनी के लक्ष्यों में से एक को प्राप्त करता है। उदाहरण के लिए, यदि प्राथमिक मैट्रिक तेजी से उत्पाद का निर्माण करने के लिए है, तो व्यापार मैट्रिक में लाभ में वृद्धि या निश्चित लागत कम हो सकती है। प्राथमिक और व्यावसायिक मैट्रिक्स के बीच एक कारण और प्रभाव संबंध है। यह दर्शाता है कि प्राथमिक मैट्रिक में सुधार व्यवसाय के लिए अच्छा क्यों है।



3. अप्रत्याशित परिणामों की संभावना पर विचार करें। प्रक्रिया सुधार परियोजना के कारण संपार्श्विक क्षति हो सकती है। यदि प्राथमिक मैट्रिक मापता है कि क्या सुधार किया जाना चाहिए, तो एक और मैट्रिक, परिणामी मैट्रिक होना चाहिए, यह मापने के लिए कि क्या नहीं बदलना चाहिए। परिणामी मैट्रिक डेटा परियोजना से पहले, दौरान और बाद में एकत्र किया जाना चाहिए। किसी दिए गए प्रोजेक्ट में कई संभावित परिणामी मैट्रिक्स में से, केवल शीर्ष कुछ जो आउटपुट की गुणवत्ता को प्रभावित करते हैं, पर विचार किया जाना चाहिए।

- उदाहरण के लिए, डिलीवरी की गति में सुधार करने की कोशिश करने वाली कंपनी को मैला होने के कारण क्षतिग्रस्त उत्पादों में वृद्धि नहीं देखनी चाहिए। क्षतिग्रस्त उत्पादों का अनुपात इस मामले में परिणामी मैट्रिक होगा।



4. एक वित्तीय मैट्रिक स्थापित करें। पैसा बचाना कंपनी का प्राथमिक मैट्रिक नहीं हो सकता है। हालांकि, कंपनियों को सुधार प्रक्रियाओं के वित्तीय परिणामों पर नजर रखने की जरूरत है। यह परियोजना की लागत के लेखांकन के साथ भ्रमित नहीं होना चाहिए। बल्कि, वित्तीय मैट्रिक परियोजना के वित्तीय लाभ के विश्लेषण के लिए एक उपकरण होना चाहिए। कई कंपनियां परियोजना के पूरा होने के बाद एक साल तक वित्तीय मैट्रिक की निगरानी करना जारी रखती हैं।

- उदाहरण के लिए, कंपनी के राजस्व में वृद्धि के लिए विनिर्माण समय में सुधार की उम्मीद की जा सकती है। कंपनी राजस्व की निगरानी करेगी, साथ ही लाभ जैसे अन्य कारकों से, उस समय से परिवर्तन शुरू किए गए थे और यह मापने के लिए कि प्रक्रिया में परिवर्तन ने उन्हें कैसे प्रभावित किया।

अंश 3

डेटा एकत्र करना



1. समय को मापें। प्रक्रिया समय मापता है कि किसी उत्पाद या सेवा को बनाने के चरणों को पूरा करने में कितना समय लगता है। अन्य समय मैट्रिक्स किसी परियोजना के लिए मूल्य जोड़ने में लगने वाले समय को मापता है, या ग्राहक के अनुरोध पर प्रतिक्रिया देने में कितना समय लगता है। समय पर डिलीवरी में प्रतिशत की गणना शामिल हो सकती है।

- प्रक्रिया समय को कम करना बेहतर व्यवसाय के लिए एक सिद्ध रणनीति है। ऐसा करने से अधिक उत्पादन की अनुमति मिलती है और यह उत्पाद या सेवा को जल्द ही वितरित करता है। फर्नीचर निर्माण पर विचार करें। सभी चीजें समान होने के कारण, ग्राहक अपने नए सोफे या डाइनिंग रूम को बाद के बजाय जल्द ही सेट कर लेंगे। यदि आप प्रक्रिया के समय को कम कर सकते हैं, तो आप दोहराए गए आदेशों और नए व्यवसाय के लिए अपनी संभावनाओं को बेहतर बनाते हैं।



2. लागत को मापें। लागत मैट्रिक्स उत्पादन प्रक्रिया की कुल लागत का आकलन करते हैं। वे उत्पादन स्तर के सापेक्ष परिचालन लागत को भी मापते हैं। लागत प्रति लेनदेन एक इकाई का उत्पादन करने के लिए लागत को मापता है। लागत बचत उपाय प्रति लेनदेन लागत में कमी। श्रम बचत उत्पाद या सेवा का उत्पादन करने के लिए आवश्यक श्रम घंटों में कमी को मापती है।

- राजस्व घटने पर व्यवसायों के लिए लागत में कमी की रणनीति महत्वपूर्ण हो जाती है। उदाहरण के लिए, जब बैंक ऑफ अमेरिका ने 2011 में उधार और व्यापारिक राजस्व में गिरावट का अनुभव किया, तो उन्होंने शेयरधारकों को राजस्व जारी रखने के लिए अपने कार्यबल को कम करने का

फैसला किया। बैंक प्रबंधकों और सलाहकारों ने संगठन को समझौता किए बिना सबसे अधिक पैसा बचाने के लिए नौकरियों की पहचान करने के लिए लागत मैट्रिक्स का उपयोग करने का निर्णय लिया।



3. गुणवत्ता को मापें। गुणवत्ता मैट्रिक ग्राहक की संतुष्टि को मापते हैं। ग्राहकों की संतुष्टि का डेटा सर्वेक्षण, पंजीकृत शिकायतों और अन्य प्रतिक्रिया से एकत्र किया जा सकता है। गुणवत्ता मैट्रिक यह भी मूल्यांकन करती है कि क्या प्रक्रिया ग्राहक के लिए मूल्य बनाती है। वे त्रुटियों की आवृत्ति और फिर से काम करने की आवश्यकता को भी देखते हैं। दोष दर गलतियों के प्रतिशत को देखता है। प्रतिशत पूर्ण और सटीक दर मापता है कि कितनी बार कोई गलती नहीं होती है।

- स्वास्थ्य सेवा उद्योग गुणवत्ता मैट्रिक्स पर बहुत अधिक निर्भर करता है। गुणवत्ता में सुधार डेटा-चालित होना चाहिए। विश्लेषक वित्तीय और नैदानिक आंकड़ों को देखते हैं कि प्रदाताओं द्वारा स्वास्थ्य देखभाल कैसे वितरित की जाती है। वे प्रक्रिया को तोड़ते हैं और एक उच्च गुणवत्ता वाले नैदानिक परिणाम देने वाली प्रक्रिया बनाने के लिए अपशिष्ट या अतिरिक्त के क्षेत्रों को ढूंढते हैं। लागत में कमी मूल्यवान नहीं है जब तक कि यह प्रदान की गई गुणवत्ता के वर्तमान स्तर को बढ़ाती या बनाए नहीं रखती है।
- गुणवत्ता में सुधार की कुंजी प्रभावशीलता से समझौता किए बिना दक्षता में वृद्धि करना है। दक्षता किसी उत्पाद या सेवा को देने के लिए आवश्यक संसाधनों की मात्रा को संदर्भित करती है। प्रभावशीलता का तात्पर्य उत्पाद या सेवा के उद्देश्यों को कितनी अच्छी तरह हासिल करना है।



4. उत्पादन को मापें। आउटपुट मैट्रिक्स किसी निश्चित समय अवधि में उत्पादित उत्पादों या सेवाओं की मात्रा को मापते हैं। उत्पादन लक्ष्य ग्राहक की मांग के साथ संरेखित होना चाहिए। आउटपुट मैट्रिक्स बैकलॉग और अतिरिक्त इन्वेंट्री को भी देखते हैं। ये न्यूनतम होनी चाहिए। अंत में, प्रगति में काम किया जाता है। यह पाइपलाइन में उत्पादों या सेवाओं की संख्या निर्धारित करता है।

- विनिर्माण में उत्पादन बढ़ाने की एक रणनीति मानकीकृत कार्य है। उदाहरण के लिए, ऑटोमोबाइल उद्योग में, ऑटो निर्माताओं के पास कारों को असेंबल करने का एक मानक तरीका है। निर्माता उत्पादन बढ़ाने के लक्ष्य के साथ उत्पादन प्रक्रियाओं का मानकीकरण कर सकते हैं। मैट्रिक्स यह विश्लेषण करने में मदद कर सकते हैं कि निर्माता के लिए आउटपुट कितनी अच्छी तरह से प्रक्रिया में सुधार करता है। यदि नए मानकीकृत प्रक्रिया के साथ एक निश्चित समय में अधिक उत्पादों का उत्पादन किया जाता है, तो यह एक सफलता है।



5. प्रक्रिया जटिलता मापें। यह मैट्रिक माप करता है कि उत्पादन प्रक्रिया में कितने चरण हैं। यह भी देखता है कि हाथों को बदलने या पर्यवेक्षी अनुमोदन की आवश्यकता से प्रक्रिया कितनी बार धीमी हो जाती है। मूल्य-वर्धित प्रक्रिया चरणों की संख्या के साथ, प्रक्रिया चरणों की कुल संख्या की गणना की जाती है। ये ऐसे चरण हैं जो उत्पाद या सेवा को अधिक मूल्यवान बनाते हैं। लूप बैक, या किसी उत्पाद को सही त्रुटियों को वापस भेजने की संख्या को भी मापा जाता है।

- कंपनियों का उद्देश्य विकास को प्रोत्साहित करने, लागत को कम करने और रिटर्न बढ़ाने के लिए अपनी प्रक्रियाओं, संगठन, उत्पादों और सूचना प्रणालियों में जटिलता को कम करना है। मापने की प्रक्रिया जटिलता प्रबंधकों को यह पहचानने में मदद करती है कि उत्पाद या सेवाएं पूरी तरह से सबसे कम लागत पर ग्राहकों की जरूरतों को कैसे पूरा करती हैं। यह अत्यधिक जटिल प्रक्रियाओं में छिपी लागतों को प्रकट करने में मदद करता है। यह कंपनियों को यह पता लगाने की अनुमति देता है कि कौन से उत्पाद सबसे अधिक लाभदायक हैं, ग्राहक वास्तव में क्या महत्व रखते हैं और दक्षता के रास्ते में प्रक्रिया में अड़चनें कहाँ आ रही हैं।

व्यवसाय संचालन सुधार प्रयास को लीड कैसे करें

एक संगठन के भीतर परिवर्तन का प्रबंधन करने के लिए कई तरीके हैं। व्यवसाय प्रक्रिया में सुधार (बीपीआई) प्रयास संगठनों को उनकी नीतियों और प्रक्रियाओं को परिष्कृत करने में मदद करने के लिए डिज़ाइन किया गया है ताकि उनके ग्राहकों को बेहतर उत्पाद या सेवा मिल सके। प्रबंधकों और पर्यवेक्षकों को यह समझने की आवश्यकता है कि व्यवसाय प्रक्रिया में सुधार के प्रयासों का नेतृत्व कैसे किया जाए ताकि उनकी टीमों परिवर्तन के विभिन्न चरणों को और अधिक प्रभावी ढंग से नेविगेट कर सकें।

कदम



1. व्यवसाय प्रक्रिया सुधार विधि को समझें। बीपीआई प्रयास का लक्ष्य दो गुना है: ग्राहक अनुभव को बेहतर बनाने के लिए और व्यवसाय प्रथाओं और संचालन में सुधार करने के लिए। आपके बीपीआई प्रयास के भीतर विशिष्ट परियोजनाओं के लिए एक स्पष्ट शुरुआत और अंत होना चाहिए।

- अपनी वर्तमान प्रक्रियाओं की एक इन्वेंटरी लें।
- विभिन्न क्षेत्रों की पहचान करें जहाँ आप संभावित रूप से अपनी प्रक्रिया में सुधार कर सकते हैं। पहले जो होना चाहिए, उसे प्राथमिकता दें।
- इन क्षेत्रों में सुधार के लिए उठाए गए कदमों को सूचीबद्ध करके विशिष्ट लक्ष्यों और उद्देश्यों को पहचानें।
- संगठनात्मक परिवर्तन के लिए एक योजना बनाएं।
- सुनिश्चित करें कि नेतृत्व टीम के भीतर हर कोई अपनी भूमिका, विभिन्न विभाग कैसे शामिल हैं, और बीपीआई प्रयास की अपेक्षित समय सीमा और लागत जानता है।
- अपनी योजना की समीक्षा करें। सुनिश्चित करें कि यह यथार्थवादी है और आपके व्यवसाय के अन्य लोग इन परिवर्तनों के साथ ऑन-बोर्ड हैं।
- बदलाव के प्रयास का नेतृत्व करें। जो कुछ भी बदल रहा है और परिवर्तन को वारंट क्यों किया जाता है, उसके बारे में कर्मचारियों से स्पष्ट रूप से संवाद करें।
- व्यावसायिक प्रक्रियाओं में सुधार जारी रखें। संगठनों को हमेशा लागतों में कटौती करने और अपने ग्राहकों के लिए अनुभव में सुधार करने की कोशिश करनी चाहिए।



2. बदलाव की तैयारी करें। इससे पहले कि आप वास्तव में बीपीआई प्रयास को लागू करें, आपको अपने कार्यस्थल और अपनी टीम को उन परिवर्तनों के लिए तैयार होने की आवश्यकता है जो होने वाले हैं। इस चरण के दौरान नेतृत्व करने के लिए, आपको मजबूत बैठक प्रबंधन कौशल की आवश्यकता होगी। आपको प्रश्न पूछने और वार्तालाप शुरू करने की भी आवश्यकता होगी।

- बदलाव के लिए केस बनाएं। सीधा संबंध बनाएं कि इन परिवर्तनों का ग्राहक पर क्या प्रभाव पड़ेगा।
- व्यवसाय को ग्राहक के दृष्टिकोण से देखें और पहचानें कि इससे क्या बेहतर हो सकता है। उदाहरण के लिए, यह देखें कि आपका उत्पाद या सेवा किस प्रकार उपयोगकर्ता के अनुकूल है, यह निर्धारित करें कि क्या आप ग्राहकों की अपेक्षाओं को पूरा कर रहे हैं, और क्या आप मांग रखने में सक्षम हैं।
- बीपीआई प्रयास की देखरेख के लिए एक नेतृत्व टीम की नियुक्ति करके परिवर्तन के लिए सही वातावरण को बढ़ावा दें। इस टीम के लिए स्पष्ट रूप से निर्धारित लक्ष्य हैं।
- इस बदलाव को बनाने के तरीके विकसित करें, इसे घोषित करने के लिए एक संचार योजना, और इसे लागू करने के लिए एक शेड्यूल या समय रेखा।



3. बीपीआई प्रयास के माध्यम से अपनी टीम का नेतृत्व करें। जब यह वास्तव में परिवर्तन का नेतृत्व करने का समय आता है, तो अच्छे संचार, परियोजना प्रबंधन, अवलोकन और जागरूकता के साथ-साथ रणनीतिक सोच कौशल का अभ्यास करें।

- अतिरिक्त जानकारी एकत्र करें जो आपके बीपीआई प्रयास को प्रभावी ढंग से डिजाइन करने में आपकी मदद करेगी। संभावित बाधाओं की तलाश में पूरी तरह से रहें।
- यह सुनिश्चित करके परिवर्तन लागू करें कि टीम के उपयोग के लिए संसाधन उपलब्ध हैं।
- उन बाधाओं को संबोधित करें जो प्रक्रिया को धीमा या रोकना जारी रखते हैं।
- कर्मचारी मनोबल को उच्च रखने के लिए त्वरित जीत की पहचान करें और जश्न मनाएं।
- इस चरण के दौरान गति बनाए रखें या आप अपने संगठन के बाकी हिस्सों से तात्कालिकता खो देने का जोखिम उठाते हैं।



4. यह सुनिश्चित करते हुए कि लोग पुरानी प्रथाओं से पीछे नहीं हटते, आपके द्वारा किए गए परिवर्तन बनाए रखें।

- संगठन में दूसरों के साथ सहयोग करना जारी रखें।
- मान्यता प्रदान करें और बड़ी जीत का जश्न मनाएं।
- हाल ही में लागू किए गए परिवर्तनों की निगरानी करें और देखें कि वे कंपनी और ग्राहकों दोनों को कैसे प्रभावित कर रहे हैं।
- किसी भी समस्या क्षेत्रों को संबोधित करें और बीपीआई प्रयास को जारी रखने का प्रयास करें।

प्रोजेक्ट स्कोप कैसे लिखें

प्रोजेक्ट स्कोप "विशलिस्ट" के रूप में शुरू होता है। आपको अपने ग्राहक की व्यवसाय प्रक्रिया में वृद्धि या कला बड़े पैमाने पर सॉफ्टवेयर अनुप्रयोग प्रणाली के लिए प्रोजेक्ट स्कोप लिखने का काम सौंपा जा सकता है। अपेक्षित आउटपुट के बावजूद, कुछ निश्चित दिशा-निर्देश हैं, जिनका दायरा बढ़ाने के लिए निश्चित रूप से पालन करना चाहिए। यह विषय क्या, क्यों, कौन, कैसे, कहां और आखिर में, कब, का जवाब देकर गुंजाइश को परिभाषित करने वाला एक रणनीतिक दृष्टिकोण लेगा।

कदम



1. मन में एक अंत ("क्या") के साथ शुरू करें। स्टीफन कोवे ने अपनी सभी समय की क्लासिक पुस्तक "सेवन हैबिट्स ऑफ हाईली इफेक्टिव पीपल" में वर्णित सात आदतों में से, यह आदत किसी भी परियोजना की सफलता के लिए बिल्कुल महत्वपूर्ण है। जब आप अपने हितधारकों के साथ काम करते हैं, तो "उनके उत्पाद या सेवा को बाजार या संगठन में लाने की उम्मीद है?" जानिए इसके परिणाम और इसके सुनियोजित फायदे। यह महत्वपूर्ण मील का पत्थर है जिसे आपकी परियोजना को प्राप्त करने का लक्ष्य होगा।

- उदाहरण के लिए: मान लें कि आपके "क्या" सवाल के जवाब में, आपके ग्राहक ने आपको बताया कि वे उत्तरी अमेरिका और यूरोप में संभावित ग्राहक आधार के साथ, ऑनलाइन विजेट्स बेचने के लिए एक वेब-आधारित सॉफ्टवेयर रोल आउट करना चाहते हैं। इस विषय के माध्यम से हम इस उदाहरण के साथ जारी रखेंगे।



2. जानिए कि कोई विशेष उत्पाद या सेवा आपके ग्राहक के लिए क्यों महत्वपूर्ण है और आपके ग्राहक के ग्राहकों के लिए हो सकती है ("क्यों")। "आप क्यों पूछ सकते हैं ... ठीक है, यदि आप इस प्रश्न का उत्तर जानते हैं, तो आप इस तरह से गुंजाइश का मसौदा तैयार कर सकते हैं जो अंततः उत्पाद के डिजाइन को प्रभावित करेगा।

- ऊपर दिए गए उदाहरण के साथ जारी रखते हुए, आपके खोज सत्र में आपने पता लगाया कि आपके ग्राहक के ग्राहक दो-महाद्वीपों में फैले फुट-प्रिंट वाले बहु-राष्ट्रीय संगठन हैं। आपका ग्राहक उनके लिए उन विजेट्स का एक प्रमुख आपूर्तिकर्ता है। ग्राहक की संतुष्टि को बढ़ाते हुए उनकी आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन को सुव्यवस्थित करने और लागत को कम करने के लिए, आपके ग्राहक के लिए अपने व्यवसाय को ऑनलाइन स्थानांतरित करना महत्वपूर्ण है। आदेश अधिग्रहण, ऑर्डर प्रोसेसिंग और भुगतान संग्रह ये सभी पहलू उनकी लागत में कमी की रणनीति को संचालित करेंगे। एक बार जब आप इस स्तर के विवरण को जान लेते हैं, तो आपको उस दायरे की अतिरिक्त समझ प्राप्त हो जाती है कि अंतिम उत्पाद में ऑर्डर कैप्चर और भुगतान की रसीद के लिए एक उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस होना चाहिए, यह भी स्पष्ट हो जाएगा कि चूंकि उपयोगकर्ता आधार महाद्वीपों में फैला हुआ है, इसलिए आपको भुगतानों को संसाधित करते समय फ्रंट-एंड टूल और मुद्रा रूपांतरण पर अतिरिक्त भाषा की देखभाल करने की आवश्यकता हो सकती है।
- क्या आप देखते हैं कि डिजाइन को प्रभावित करने के लिए अपने दायरे में इन तथ्यों को पकड़ना कितना महत्वपूर्ण है?



3. जानिए परियोजना में अन्य प्रमुख हितधारक कौन हैं ("कौन")। परिभाषा के अनुसार हितधारक, एक व्यक्ति या एक संगठन है जिसका परियोजना में निहित स्वार्थ है; दूसरे शब्दों में, परियोजना के अस्तित्व का उनके दिन-प्रतिदिन के व्यवसाय और संभावित लाभ पर प्रभाव पड़ेगा। हमारे द्वारा लिए गए उदाहरण में हितधारकों के कुछ उदाहरण अंतिम उपयोगकर्ता हो सकते हैं, बैंक ऑफिस ऑर्डर प्रोसेसिंग यूनिट, एक शिपिंग कंपनी जो विजेट वितरित करेगी, एक तृतीय पक्ष भुगतान प्रोसेसर, आपके ग्राहक संगठन की वित्त इकाई जो बहुत स्पष्ट मैट्रिक्स और आदेशों की रिपोर्टिंग आदि की तलाश कर सकती है।

यह गुंजाइश को कैसे प्रभावित करता है? जैसा कि आप उस एप्लिकेशन के विभिन्न उपयोगकर्ता आधारों का आकलन करते हैं जिसे आपका ग्राहक बनाना चाहता है, आपको महसूस होगा कि यह एप्लिकेशन प्राथमिक ग्राहकों के ऊपर आपके ग्राहक संगठन के कई और क्षेत्रों को छूने वाला है। आप यह भी ध्यान देंगे कि बैंक ऑफिस प्रोसेसिंग आवश्यकताएं हैं। चूंकि बाहरी भुगतान प्रोसेसर शामिल हैं, इसलिए आपको अपने दायरे में कनेक्टिविटी, नेटवर्किंग और भुगतान गेटवे आवश्यकताओं को शामिल करना होगा। प्रमुख हितधारकों में से किसी एक के लापता होने से परियोजना की सफलता पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ सकता है।



4. एक गहरी सांस लें - यह "कैसे" के लिए समय है। आप इस परियोजना से संपर्क करने जा रहे हैं यह वह सवाल है जिसे आप अपना अधिकांश समय खोज सत्र के दौरान खर्च करेंगे। "कैसे" का जवाब देना आपको डिज़ाइन के सबसे करीब लाएगा और आपको महसूस करवा सकता है कि आप अपने "कम्फर्ट ज़ोन" से बाहर कदम रख रहे हैं, लेकिन ऐसा नहीं है। उच्च स्तर पर उत्पाद वितरण के "कैसे" के बारे में जानना महत्वपूर्ण है क्योंकि जब आप "क्या", "क्यों" और "कौन" पर जानकारी एकत्र करते हैं, तो आप गुंजाइश का हिस्सा दस्तावेज करते हैं। हालांकि, ग्राहकों का कहना है कि ऐसे देशों में से एक है जहां क्रेडिट कार्ड प्रसंस्करण व्यापक रूप से स्वीकार नहीं किया जाता है या यदि क्रेडिट कार्ड के माध्यम से भुगतान किया जाता है तो उसके पास पर्याप्त मात्रा में चार्जबैक है। जाहिर है कि यह आपके ग्राहक के लिए वित्तीय समझ नहीं हो सकता है।

- इस बिंदु पर, आपकी भूमिका यह पहचानने की नहीं है कि बैकल्पिक भुगतान प्रसंस्करण समाधान क्या हो सकता है, बल्कि यह आपके लिए नोट करना महत्वपूर्ण होगा कि परियोजना की सफलता के लिए एक बैकल्पिक भुगतान प्रसंस्करण विधि आवश्यक होगी और यह परियोजना के दायरे पर सीधा प्रभाव है।



5. अगला "जहां" पर विचार करें। किसी भी परियोजना के लिए महत्वपूर्ण सफलता कारकों में से एक इसकी स्थान रणनीति है। परियोजना कहां विकसित होने जा रही है? सहायक प्रणालियां कहां आयोजित होने वाली हैं?

बैंक ऑफिस ऑपरेशन जैसे ऑर्डर प्रोसेसिंग, पैकेजिंग, अकाउंटिंग आदि कहां स्थित होंगे? किसी भी ग्राहक सेवा केंद्र के बारे में क्या? गुंजाइश के नजरिए से, "जहां" को जानना महत्वपूर्ण है क्योंकि यह रणनीतिक साझेदारी को प्रभावित कर सकता है जो आपके ग्राहक को चल रहे व्यवसाय के लिए प्रतिभा और प्रबंधन कर्मचारियों को स्थापित करने की आवश्यकता हो सकती है। आपकी परियोजना योजना तब तक पूरी नहीं होती है जब तक कि क्षमता योजना पूरी नहीं हो जाती है और मानव पूंजी पूल की पहचान नहीं हो जाती है। स्कोप में "जहां" को शामिल करना एक प्रोजेक्ट प्लान की नींव है, जिसका सफल प्रभाव होगा।



6. अपनी परियोजना के "कब" पर विचार करें। अगर एक सवाल है कि आपका ग्राहक इस बात को लेकर बहुत उत्सुक है कि "कब" इस परियोजना को वितरित किया जाएगा। आपकी खोज के आधार पर आपके द्वारा परिभाषित किया गया दायरा उस पर सीधा प्रभाव डालता है कि वह कब फलित हो सकता है। वैकल्पिक रूप से, आप अपने ग्राहक से पूछ सकते हैं कि "कब" वे इसे वितरित करना चाहते हैं। विरोधाभासी लगता है, अगर आप जानते हैं कि आपके ग्राहक किस स्तर की परियोजना की डिलीवरी का पीछा कर रहे हैं, तो आप गुंजाइश की बातचीत करने के लिए बेहतर तैनात रहेंगे।

- उदाहरण के लिए वापस जाएं, "ग्राहक" ने आपके ग्राहक का उल्लेख करने के दौरान उत्तर अमेरिका और यूरोप में होंगे। जिन चीजों को आप शामिल करने के लिए कहते हैं उनमें से एक फ्रंट-एंड टूल में बहु भाषा समर्थन है। फिर क्लाइंट इधर-उधर हो जाता है और छह महीने में प्रोजेक्ट डिलीवर करने की मांग करता है। आप कह सकते हैं कि यह संभव है, आप केवल पहले कट में अंग्रेजी के लिए "प्रोजेक्ट स्कोप" को कम करने की सलाह देते हैं और बाद के रोलआउट में आप अन्य भाषा समर्थन शुरू करेंगे। "कब" का उत्तर देना प्रोजेक्ट स्कोप को समायोजित करने की कुंजी है जो क्लाइंट के लिए पूछ रहा है की तुलना में अधिक या कम शामिल है। यह आपके ग्राहकों की अपेक्षाओं को प्रबंधित करने और उनकी निचली रेखा को सकारात्मक रूप से प्रभावित करने का एक शानदार तरीका भी है।