



# प्रतिभागी पुस्तिका

क्षेत्र  
रसद (लॉजिस्टिक्स)

उपक्षेत्र  
कूरियर और मेल सेवा

पेशा  
रिटेल और औद्योगिक बिक्री

संदर्भ आईडी: **LSC/Q3035, Version 3.0**  
**NSQF Level 5**



ईबुक तक पहुंचने के लिए इस क्यूआर कोड  
को स्कैन/क्लिक करें

प्रमुख प्रेषक कार्यकारी

इस पुस्तिका के प्रायोजक हैं:

लोजिस्टिक स्किल परिषद

लोजिस्टिक स्किल परिषद का पता है:

पता – संख्या 480 ए, 7 वां तल,

खिवराज काम्प्लेक्स,

2 अन्ना सलाई, नंदनम, चेन्नई 600035

ईमेल– [reena@lsc-india.com](mailto:reena@lsc-india.com)

वेब– [www.lsc-india.com](http://www.lsc-india.com)

फोन– 044 48514607



यह लाइसेंस दूसरों को यह अधिकार देता है कि वह आपके काम को रीमिक्स कर सकें और अपने काम को आपके काम के आधार पर बना सकें, मगर यह तभी सम्भव है जब आपको इसका श्रेय दिया जाए और उन्हीं शर्तों पर उनके नए कामों को लाइसेंस प्रदान किया जाए। यह लाइसेंस अकसर कॉपी-राइट मुक्त और ओपन सोर्स लाइसेंस माना जाता है। आपके काम पर आधारित अन्य सभी काम उसी लाइसेंस के आधार पर आगे बढ़ेंगे। इसी लाइसेंस को विकीपीडिया द्वारा प्रयोग किया जाता है और यह सभी से आशा की जाती है कि जो लाइसेंस विकीपीडिया प्रयोग कर रहा है, तो वहां से सामग्री लेने वाले उसी का प्रयोग करेंगे।





श्री नरेंद्र मोदी  
भारत के प्रधान मंत्री

“कौशल निर्माण का अर्थ है बेहतर भारत। यदि हमें भारत को विकास की तरफ ले जाना है तो कौशल विकास हमारा लक्ष्य होना चाहिए।”



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

is hereby issued by the

**LOGISTICS SECTOR SKILL COUNCIL**

for the

**SKILLING CONTENT : PARTICIPANT HANDBOOK**

Complying to National Occupational Standards of

Job Role/ Qualification Pack: **'Key Consignor Executive'** QP No. **'LSC/Q3035,V3.0 NSQF Level 5'**

Date of Issuance: 27/01/2022

Valid up to: 27/01/2025

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

Authorised Signatory  
(Logistic Sector Skill Council of India)

## आभार

हम निम्नलिखित संगठनों का इस प्रतिभागी हस्तपुस्तिका की विषयवस्तु की अनुमति देने के लिए और इस प्रकार योग्यता पैक (क्यूपी) और राष्ट्रीय व्यावसायिक मानक (एनओएस) के आधार पर कौशल विकास में योगदान देने के लिए आभार व्यक्त करते हैं।



## इस पुस्तक के बारे में

इस प्रतिभागी हस्तपुस्तिका को मुख्य प्रेषक कार्यकारी के लिए योग्यता पैक (क्यूपी) के प्रशिक्षण की सुविधा के लिए डिज़ाइन किया गया है। यह शिक्षार्थियों को कूरियर संचालन में प्रमुख विषयों से संबंधित आवश्यक ज्ञान प्रदान करती है जिसमें ग्राहकों के साथ व्यवहार करना, ग्राहकों के साथ संबंध बनाए रखना, उनके प्रश्नों के उत्तर देना, नए ग्राहकों से संपर्क करना, ग्राहकों की उपस्थिति और अनुपस्थिति पर उनके साथ व्यवहार करना, नकदी संग्रहण, कागली कार्रवाई, बाद के कार्य, एक डिलिवरी वातावरण में मानव संसाधन का प्रबंधन और खातों का रखरखाव शामिल है।

यह पुस्तिका विस्तार से बताती है कि इस पद पर नियुक्त ग्राहकों के साथ बातचीत करते हैं और ग्राहकों की जरूरतों को कैसे समझते हैं, नए ग्राहकों को कैसे प्राप्त करते हैं और मौजूदा ग्राहकों को कैसे संभालते हैं और टीम के अंदर सौहार्दपूर्वक काम करने में संगठन की जरूरतों को कैसे पूरा करते हैं।

यह पुस्तिका प्रौद्योगिकी में वर्तमान प्रगति और उद्योग पर इसके प्रभाव के बारे में नवीनतम जानकारी भी प्रदान करती है। विविधता, विविध दृष्टिकोणों और कूरियर सेवा की वर्तमान भावना को समझने के लिए कई मॉड्यूल को संशोधित किया गया है।

हैंडबुक को 4 एनओएस में बांटा गया है। एनओएस व्यावसायिक मानक हैं जिन्हें उद्योग जगत के नेताओं द्वारा विभिन्न भूमिकाओं के लिए समर्थन और सहमति दी गई है। एनओएस एक प्रशिक्षु सहयोगी की नौकरी/भूमिका के लिए आवश्यक शैक्षिक, प्रशिक्षण और अन्य मानदंडों पर आधारित होते हैं।

### इस पुस्तिका की मुख्य विशेषताएं:

- (1) यह सीखने में आसान तरीके से कूरियर संचालन की अवधारणा पर चर्चा करता है।
- (2) यह बिक्री अवधारणाओं को अंतःक्रियात्मक और पेशेवर तरीके से प्रस्तुत करता है।
- (3) यह शिक्षार्थियों को एक पेशेवर बिक्री वातावरण में खुद की कल्पना करने का अवसर देता है।

## प्रयोग किए गए चिह्न



सीखने के प्रमुख परिणाम

सीखने के प्रमुख परिणाम प्रत्येक मॉड्यूल के शुरू में दिए गए हैं। ये उन महत्वपूर्ण क्षेत्रों का सारांश प्रस्तुत करते हैं जिन्हें प्रशिक्षु प्रत्येक मॉड्यूल में कवर करेंगे।



सुझाव

जब भी संभव होता है, प्रत्येक मॉड्यूल में सुझावों को शामिल किया गया है। वे अधिगमकर्ताओं को चर्चा के अंतर्गत एक विशेष विषय पर अतिरिक्त समझ प्रदान करते हैं।



चरण

ये चरणबद्ध तरीके से एक विशिष्ट प्रक्रिया के लिए निर्देश प्रदान करते हैं।



नोट

प्रत्येक मॉड्यूल के अंत में दिया गया स्थान दिया गया है जहां प्रशिक्षुओं इस विषय से संबंधित प्रमुख बिंदुओं की सूची बना सकता है।



अवधि

इसका संबंध प्रत्येक मॉड्यूल को पूरा करने के लिए निर्धारित समय से है। प्रत्येक मॉड्यूल के शुरू में घण्टों की संख्या का उल्लेख किया गया है।



इकाई के उद्देश्य

इन्हें प्रत्येक मॉड्यूल के अंतर्गत प्रत्येक इकाई की शुरुआत में सूचीबद्ध किया गया है। वे उन महत्वपूर्ण क्षेत्रों को दर्शाते हैं जिन्हें अधिगमकर्ता प्रत्येक इकाई में कवर करेगा।

## विषय सूची

क्रम संख्या	मॉड्यूल और इकाई	पृष्ठ संख्या
1.	<b>परिचय</b>	1
	इकाई 1.1 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन क्या है?	3
	इकाई 1.2 कोर्स के बारे में	7
	इकाई 1.3 कूरियर सेवा में गतिविधियां	16
	इकाई 1.4 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की भूमिकाएं	22
2.	<b>आवश्यक ज्ञान (एलएससी / एन3036)</b>	29
	इकाई 2.1 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के लिए आवश्यक ज्ञान	31
3.	<b>बिक्री की गतिविधियों के लिए योजना (एलएससी / एन3036)</b>	47
	इकाई 3.1 दैनिक योजना बनाएं	49
	इकाई 3.2 बैठक के लिए तैयारी	52
4.	<b>बिक्री संबंधी गतिविधियों को करना (एलएससी / 3037)</b>	57
	इकाई 4.1 वर्तमान ग्राहक संबंध का निर्माण	59
	इकाई 4.2 व्यावसायिक विकास के माध्यम से बिक्री बढ़ाना	62
5.	<b>बिक्री के बाद गतिविधियां (एलएससी / एन3038)</b>	67
	इकाई 5.1 संभावित ग्राहकों तक पहुंचना	69
	इकाई 5.2 बाजार संबंधी बुद्धि का विकास और बिक्री प्रक्रिया पर नजर रखना	73
6.	<b>बचाव, सुरक्षा, स्वास्थ्य और अन्य सॉफ्ट कौशल (एलएससी / एन3042)</b>	77
	इकाई 6.1 कार्यस्थल पर अपनाई जाने वाले सुरक्षा निर्देश	79
	इकाई 6.2 वाहन सुरक्षा विधियां	84
	इकाई 6.3 कौशल विकास	99
7.	<b>रोजगार कौशल (DGT/VSQ/N0102) (60 घंटे)</b>	
	नए रोजगार कौशल पर पुस्तक निम्नलिखित स्थान पर उपलब्ध है	
	<a href="https://eskillindia.org/NewEmployability">https://eskillindia.org/NewEmployability</a>	
	ईबुक तक पहुंचने के लिए नीचे दिए गए QR कोड स्कैन करें	









## 1. परिचय

- इकाई 1.1 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन क्या है?
- इकाई 1.2 कोर्स के बारे में
- इकाई 1.3 कूरियर सेवा में गतिविधियां
- इकाई 1.4 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की भूमिकाएं



## सीखने के प्रमुख परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी निम्न में सक्षम होंगे:

1. आपूर्ति श्रृंखला और रसद प्रबंधन पर चर्चा करना
2. कूरियर उद्योग और उसमें अवसरों की चर्चा करना
3. अपनी नौकरी की भूमिकाओं और जिम्मेदारियों को परिभाषित करना
4. कूरियर सेवाओं में गतिविधियों का वर्णन करना
5. कूरियर सेवा के महत्व की व्याख्या करना
6. कूरियर उद्योग में संगठनात्मक संरचना का वर्णन करना
7. कूरियर उद्योग में रोजगार के अवसरों का वर्णन करना
8. पारंपरिक डाक सेवा और आधुनिक कूरियर प्रणाली के बीच अंतर को पहचान करना
9. कूरियर परिवहन की व्याख्या करना
10. ई-कॉमर्स सामग्री के परिवहन का वर्णन करना
11. प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के कार्यों का वर्णन करना

## इकाई 1.1— आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन

### इकाई के उद्देश्य

इस इकाई के अंत में प्रतिभागी निम्न में सक्षम होंगे:

1. आपूर्ति श्रृंखला और रसद प्रबंधन को परिभाषित करना
2. कूरियर सेवा के महत्व की व्याख्या करना
3. कूरियर उद्योग में संगठनात्मक संरचना का वर्णन करना
4. कूरियर उद्योग में रोजगार के अवसरों का वर्णन करना

### 1.1.1 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन क्या है?

आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन में उत्पाद या सेवा की उत्पत्ति के बिंदु से लेकर उपभोग के बिंदु तक सभी गतिविधियां शामिल हैं। इसमें ग्राहकों की मांग को पूरा करने की योजना और निष्पादन भाग शामिल है।

**आपूर्ति श्रृंखला की परिभाषा:** स्रोत से अंतिम उपभोक्ता तक सामग्री का परिवहन आपूर्ति श्रृंखला कहलाता है। आपूर्ति श्रृंखला में खरीद, निर्माण, भंडारण, परिवहन, ग्राहक सेवा; मांग योजना, आपूर्ति योजना और आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन शामिल है। (स्रोत: सीआईआई—आईएल, एससीएम प्रो, मॉड्यूल 1)

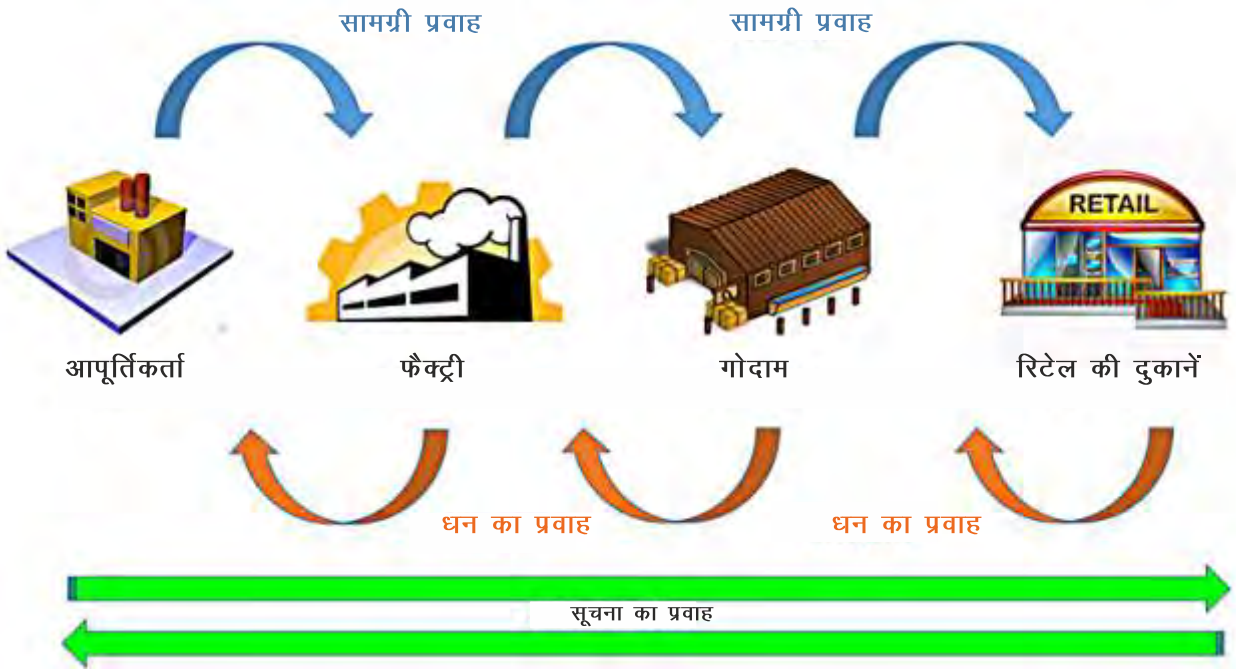
आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन एक एकीकृत कार्य है जिसमें कम्पनी के अंदर और विभिन्न कम्पनियों के बीच व्यवसाय के प्रमुख कार्यों और प्रक्रियाओं को एक समान और कार्यप्रदर्शन करने वाले व्यवसायिक मॉडल को विकसित किया जाता है।

### 1.1.2 रसद प्रबंधन क्या है?

रसद प्रबंधन आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन का वह हिस्सा है जो वस्तुओं के भण्डारण, सेवाओं और संबंधित सूचना के उत्पत्ति के बिंदु और खपत के बिंदु के बीच सक्षम, प्रभावी अग्रेषण और वापसी के प्रवाह और भण्डारण की योजना बनाता है, उन्हें लागू करता है और नियंत्रित करता है ताकि उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं को पूरा किया जा सके। (स्रोत: सीएससीएमपी)

आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन मूल रूप से तीन प्रवाहों को सुनिश्चित करता है:

- क. उत्पाद प्रवाह / सेवा प्रवाह
- ख. सूचना प्रवाह
- ग. वित्तीय / धन का प्रवाह



चित्र 1.1.1: आपूर्ति श्रृंखला प्रवाह

उत्पाद प्रवाह आपूर्तिकर्ता से ग्राहकों और किसी ग्राहक से वापसी के मामले और सेवाओं की आवश्यकताओं के मामले में ग्राहक से निर्माता तक माल का परिवहन है।

सूचना प्रवाह में डिलीवरी की स्थिति को अपडेट करने के साथ-साथ आपूर्तिकर्ताओं और निर्माताओं के बीच जानकारी साझा करना शामिल है। सूचना प्रवाह वास्तविक समय के आधार पर होना चाहिए, जिसमें कोई विकृति और देरी नहीं होनी चाहिए ताकि मांग को पूरा किया जा सके। आपूर्ति श्रृंखला के अंदर सूचना में आपूर्ति श्रृंखला के सदस्यों के बीच अंतिम उपभोक्ताओं की प्राथमिकताओं के संबंध में बाजार संबंधी संदेशों को शामिल किया जाता है।

वित्त प्रवाह पहले दो प्रवाहों का परिणाम है जिसमें क्रेडिट शर्तें, भुगतान कार्यक्रम और माल और स्वामित्व अधिकार व्यवस्था शामिल है।

नोट 

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

### 1.1.3 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन से परिचय

एक आपूर्ति श्रृंखला सुविधाओं और वितरण विकल्पों का एक नेटवर्क है जो सामग्री की खरीद, इन सामग्रियों को मध्यवर्ती और तैयार उत्पादों में बदलने और ग्राहकों को इन तैयार उत्पादों के वितरण के कार्य करता है। आपूर्ति श्रृंखला सेवा और निर्माण दोनों संगठनों में मौजूद है, हालांकि श्रृंखला की जटिलता विभिन्न उद्योगों और फर्मों तक भिन्न हो सकती है।

आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन को आम तौर पर पूरी तरह से लंबवत एकीकृत फर्मों के बीच देखा जाता है, जहां संपूर्ण सामग्री प्रवाह एक ही फर्म के स्वामित्व में होता है और जहां प्रत्येक चैनल सदस्य स्वतंत्र रूप से संचालित होता है। इसलिए श्रृंखला के विभिन्न खिलाड़ियों के बीच समन्वय इसके प्रभावी प्रबंधन की कुंजी है।

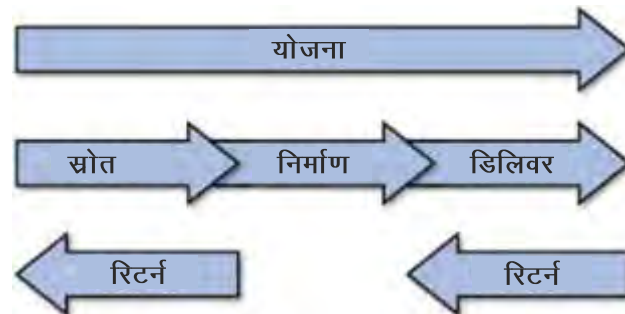
नीचे एक एकल उत्पाद के लिए एक बहुत ही सरल आपूर्ति श्रृंखला का एक उदाहरण दिया गया है, जहां कच्चे माल को आपूर्तिकर्ताओं से खरीदा जाता है, एक ही चरण में तैयार माल में परिवर्तित किया जाता है, और फिर वितरण केंद्रों और अंततः ग्राहकों तक पहुंचाया जाता है। यथार्थवादी आपूर्ति श्रृंखलाओं में साझा घटकों, सुविधाओं और क्षमताओं के साथ कई अंतिम उत्पाद शामिल होते हैं।



चित्र 1.1.2: आपूर्ति श्रृंखला का प्रवाह

आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन के घटक

आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन के आधारभूत पांच घटक निम्नलिखित हैं:



चित्र 1.1.3: आपूर्ति श्रृंखला प्रवाह

#### 1. योजना:

यह एससीएम का रणनीतिक हिस्सा है। आपको अपने उत्पाद या सेवा के लिए ग्राहकों की मांग को पूरा करने के लिए प्रयोग किए जाने वाले सभी संसाधनों के प्रबंधन के लिए एक रणनीति की आवश्यकता है। योजना का एक बड़ा हिस्सा आपूर्ति श्रृंखला की निगरानी के लिए मेट्रिक्स का एक सेट विकसित कर रहा है ताकि यह कुशल हो, लागत कम हो और ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता और मूल्य प्रदान करे।

## 2. स्रोत:

उन आपूर्तिकर्ताओं को चुनें जो आपके उत्पाद को बनाने के लिए आवश्यक वस्तुओं और सेवाओं को वितरित करेंगे। आपूर्तिकर्ताओं के साथ मूल्य निर्धारण, डिलिवरी और भुगतान प्रक्रियाओं के लिए एक सेट का विकास करें और निगरानी और संबंधों में सुधार के लिए एक मैट्रिक्स का निर्माण करें। आपूर्तिकर्ताओं से प्राप्त माल सूची और सेवाओं के प्रबंधन के लिए प्रक्रियाओं को एक साथ रखें, जिनमें शिपमेंट को प्राप्त करना, उनका सत्यापन करना, उन्हें अपनी निर्माण सुविधाओं में स्थानांतरित करना और आपूर्तिकर्ता के भुगतान को अधिकृत करना।

## 3. निर्माण:

यह निर्माण का चरण है। उत्पादन, जांच, पैकेजिंग और डिलिवरी की तैयारी के लिए आवश्यक गतिविधियों को शेड्यूल करें। आपूर्ति श्रृंखला के सबसे अधिक तीव्र भाग के रूप में गुणवत्ता स्तरों, उत्पादन आउटपुट और श्रमिकों की गतिविधि का मूल्यांकन करें।

## 4. डिलिवर करना:

यह वह हिस्सा है जिसे कई अंदरूनी सूत्र रसद के रूप में संदर्भित करते हैं। ग्राहकों से ऑर्डर प्राप्त करने का समन्वय करें, गोदामों का एक नेटवर्क विकसित करें, ग्राहकों को उत्पाद भेजने के लिए वाहन चुनें और भुगतान प्राप्त करने के लिए एक चालान प्रणाली स्थापित करें।

## 5. वापसी

आपूर्ति श्रृंखला का समस्याग्रस्त भाग ग्राहक से आपूर्तिकर्ता को वापस कर दिया जाता है। ग्राहकों से दोषपूर्ण और अतिरिक्त उत्पाद वापस प्राप्त करने और वितरित उत्पादों के साथ समस्या वाले ग्राहकों की सहायता करने के लिए एक नेटवर्क बनाएं।

नोट



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## इकाई 1.2: कोर्स के बारे में

### इकाई के उद्देश्य



इस इकाई के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

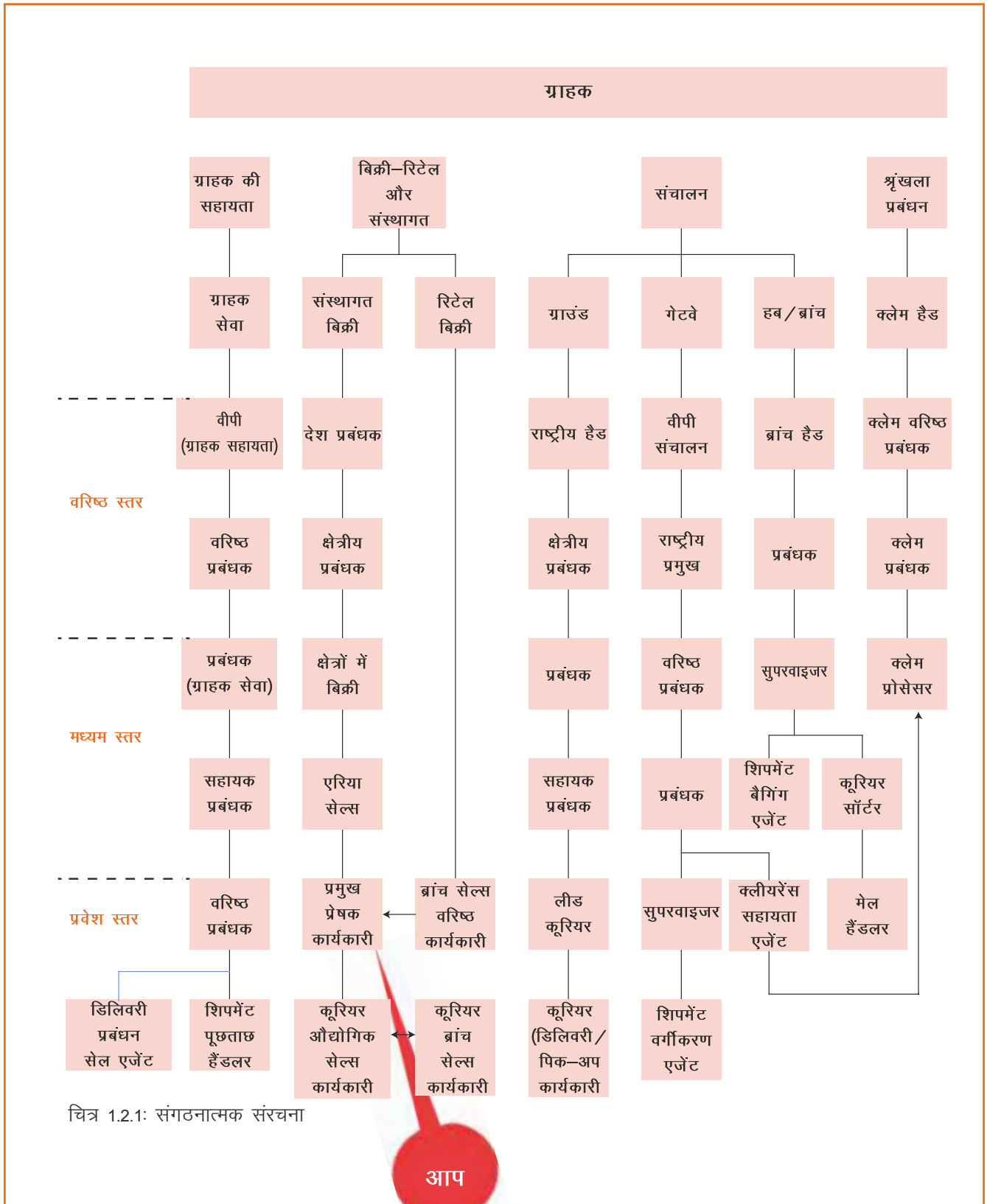
1. कूरियर उद्योग में संगठनात्मक संरचना की व्याख्या करना
2. कूरियर सेवा की व्याख्या करना
3. पारंपरिक डाक सेवा और आधुनिक कूरियर प्रणाली के बीच अंतर की पहचान करना
4. प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के उद्देश्यों को परिभाषित करना और संगठनात्मक संरचना की व्याख्या करना

### 1.2.1 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी

उत्पादों की मांग और वैश्विक आपूर्ति श्रृंखला में व्यापार करने में आसानी के कारण कूरियर उद्योग बहुत तेज गति से बढ़ रहा है और ई-कॉमर्स स्पेस में उछाल के साथ उद्योग ने देश के आर्थिक विकास पर प्रभाव डाला है। तकनीकी नवाचारों और प्रतिस्पर्धाओं के कारण इस उद्योग में तेजी से बदलाव हो रहा है। इसके कारण विभिन्न उद्योगों में विभिन्न खिलाड़ियों के लिए कूरियर उद्योग को रुचि के क्षेत्र के रूप में परिवर्तित कर दिया है। कूरियर उद्योग में शामिल विभिन्न नौकरी भूमिकाओं के साथ, प्रमुख प्रेषक कार्यकारी एक ऐसा व्यक्ति होता है जो ग्राहक से मिलने और व्यवसाय को विकसित करने और ग्राहक के साथ संबंध बनाए रखने के लिए जिम्मेदार होता है। यह एक महत्वपूर्ण कार्य भूमिका है क्योंकि इस बिंदु पर ग्राहकों की संतुष्टि और विश्वसनीयता शुरू होती है, जिसके लिए ग्राहकों की आवश्यकताओं को समझना होता है और निर्धारित समय में ग्राहकों की मांग को पूरा करना होता है।

मुख्य प्रेषक कार्यकारी वह व्यक्ति होता है, जो प्रमुख ग्राहकों के साथ मिलकर काम करता है और मौजूदा प्रमुख ग्राहकों के साथ संबंध बनाए रखने और उनके साथ व्यावसायिक अवसरों को विकसित करने के लिए जिम्मेदार होता है।

इस नौकरी के लिए ग्राहकों को संभालने और ग्राहकों की जरूरतों को पहचानने के लिए एक समझ, व्यवसाय को और विकसित करने के लिए उनकी प्रतिक्रियाओं पर सकारात्मक प्रतिक्रिया देने की आवश्यकता होती है। यह भी महत्वपूर्ण है कि संबंध इस तरह से बनाए रखा जाना चाहिए कि ग्राहक कंपनी के साथ व्यापार को संभालने में सकारात्मक महसूस करे।





### 1.2.1 कोर्स के उद्देश्य

इस पाठ्यक्रम का मुख्य उद्देश्य व्यक्ति को यह समझाना है कि नए ग्राहकों की पहचान कैसे करें, ग्राहकों का प्रबंधन कैसे करें और कूरियर कंपनी के मौजूदा ग्राहकों को कैसे संभालें।

- ग्राहक सूचना के सही स्रोत की पहचान कैसे करना और उन्हें संप्रेषित करना
- सही लीड की पहचान करना और उन्हें व्यावसायिक अवसरों में बदलना।
- बिक्री संचालन पर नियंत्रण करना, जब लीड व्यवसाय में रुचि रखते हैं
- एक नया ग्राहक डेटाबेस बनाने और उसे प्रबंधित करने के लिए प्रमाणित तकनीकों का प्रयोग करना
- ग्राहकों को छूट देना और ऑफर लागू करना और व्यवसाय में सफलता प्राप्त करने के लिए प्रबंध करना
- एक सही ग्राहक चुनने में सूचित निर्णय लेना
- संचालन में उत्पादकता और प्रदर्शन को मापने के लिए प्रमाणित तरीके
- शिकायतों को सकारात्मक तरीके से संभालने के ठोस तरीके और व्यावसायिक सेटिंग में नेतृत्व तकनीकों को सफलतापूर्वक लागू करना और आगे बढ़ना
- अपनी खुद की प्रभावशीलता और अपनी जिम्मेदारियों के प्राथमिक क्षेत्रों का मूल्यांकन करना जिन्हें आपको ध्यान में रखना चाहिए
- यह जानना कि आप अपनी कंपनी की समग्र तस्वीर में कैसे फिट होते हैं और अपनी छवि को अपग्रेड करने के तरीके
- अपने बॉस, साथियों और कर्मचारियों के साथ संचार की लाइनों को बेहतर बनाने के लिए कार्यान्वयन में आसान परिवर्तन करना।

### 1.2.3 एक कूरियर सेवा क्या है?

‘एक कूरियर सेवा वह है जो संदेश, पैकेज, सामान और मेल को घर-घर, स्थानीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पहुंचाती है, पिकअप और डिलीवरी सेवाएं तेजी से प्रदान करती हैं जो सामान्य मेल सेवा से अधिक सुरक्षित और वैकल्पिक हैं। यह उनकी गति, सुरक्षा, निगरानी सेवा और विशेषज्ञता के लिए जाना जाता है।

प्राचीन समय में समय पर संदेश देने के लिए धावक और घर लौटने वाले कबूतरों और घोड़ों पर सवारों का इस्तेमाल किया जाता था। मशीनीकृत कूरियर सेवाओं के विकास से पहले, पैदल संदेशवाहक शारीरिक रूप से मीलों दौड़कर अपने गंतव्य तक जाते थे। गंतव्य तक पहुंचने में लगने वाला समय दिनों और हफ्तों में होता था। जैसे-जैसे लॉजिस्टिक्स का विकास शुरू हुआ, डिलीवरी में लगने वाला समय कम होता गया। इस तरह डाक सेवा शुरू हुई। इसके अलावा एक प्रिमियम सेवा के रूप में अधिक तेज डिलीवरी प्रदान करने के लिए कूरियर उद्योग की शुरुआत हुई।

आजकल कूरियर केवल समय सेवाओं के रूप में विकसित हो गया है, जहां एक बार जब पैकेज तैयार हो जाता है, तो पिकअप किया जाता है और इसके बाद पैकेज की यात्रा शुरू हो जाती है और विशिष्ट समय में गंतव्य तक पहुंच जाता है। यह कम से कम समय में ग्राहक तक पहुंचने के अंतिम उद्देश्य के साथ हवाई, ट्रक, रेल से लेकर मोटरसाइकिल और साइकिल तक परिवहन के लगभग सभी साधनों का उपयोग करता है।



चित्र 1.2.2: पारंपरिक डाक प्रणाली

पारंपरिक मेल सेवाओं को धीमी डिलीवरी के समय के लिए जाना जाता है और यदि आइटम बड़े या भारी हैं तो उनके लिए लागत आ सकती है, कूरियर एक सही विकल्प प्रतीत होता था और सामान्य डाक की तुलना में थोड़ा अधिक महंगा होने के बावजूद यह कुछ प्रकार की डिलीवरी के लिए फायदेमंद भी है।

भारत में लॉजिस्टिक्स उद्योग तेजी से विकसित हो रहा है और भारत का लॉजिस्टिक्स क्षेत्र त्वरित विकास के लिए तैयार है, जो जीडीपी पुनरुद्धार, परिवहन बुनियादी ढांचे में तेजी, ई-कॉमर्स का विकास, जीएसटी कार्यान्वयन और 'मेक इन इंडिया' जैसी अन्य पहलों के कारण हुआ है।



चित्र 1.2.3: पारंपरिक डाक प्रणाली

### कूरियर उद्योग

110 अरब डॉलर का रसद और आपूर्ति श्रृंखला उद्योग 15 प्रतिशत से 20 प्रतिशत की दर से बढ़ रहा है। यह वैश्विक औसत 10 प्रतिशत से करीब दोगुना है। जबकि तेजी से बढ़ता ई-कॉमर्स क्षेत्र निश्चित रूप से विकास के चालकों में से एक है, और कुछ संगठित खिलाड़ी इस क्षेत्र में आए हैं, रसद और आपूर्ति श्रृंखला क्षेत्र में विकास की समग्र क्षमता कई मूलभूत कारणों से उच्च बनी हुई है।



चित्र 1.2.4: बढ़ता हुआ क्षेत्र

इस क्षेत्र में कुछ गतिशीलताएं हैं जो बदल रही हैं जैसे देश में बुनियादी ढांचे की समग्र गुणवत्ता खराब है, और यह क्षेत्र काफी हद तक असंगठित और अत्यधिक खंडित है। कुल मिलाकर, भारत सरकार का देश में बुनियादी ढांचे में सुधार करने का एक एक घोषित लक्ष्य है। बेहतर सड़क परिवहन, स्टोरेज और वेयरहाउसिंग इंफ्रास्ट्रक्चर निश्चित रूप से इस क्षेत्र को बढ़ावा देगा।

इसके अलावा कई संगठित खिलाड़ी उद्योग में प्रवेश कर रहे हैं, जो संस्थागत पूंजी, प्रक्रियाओं, बड़े पैमाने की अर्थव्यवस्था, और लागत और परिचालन क्षमता लाने में मदद करेगा। नई प्रौद्योगिकियां (जैसे ड्रोन, रोबोटिक्स और इन्वेंट्री मैनेजमेंट प्लेटफॉर्म) भी रसद और आपूर्ति श्रृंखला क्षेत्र के संचालन के तरीके में परिवर्तन लाएंगी।

### बाजार अवलोकन

लॉजिस्टिक्स और वेयरहाउसिंग उद्योग का राजस्व 2015-2019 के दौरान 10.7 प्रतिशत की सीएजीआर से बढ़ने का अनुमान है। 3 पीएल, ई-कॉमर्स लॉजिस्टिक्स और कोल्ड चेन भविष्य की विकास दर के आधार पर भारत में लॉजिस्टिक्स और वेयरहाउसिंग उद्योग के 3 सबसे बड़े खंड हैं। कूरियर और कार्गो उद्योग रसद और आपूर्ति श्रृंखला उद्योग का एक मजबूत और तेजी से बढ़ता हुआ घटक है। 2011-12 में 10,870 करोड़ रुपये (करीब 2.2 अरब डॉलर) मूल्य के कूरियर उद्योग के सालाना 10-15 प्रतिशत की दर से बढ़ने की उम्मीद है। भारत में अकेले ई-कॉमर्स लॉजिस्टिक्स उद्योग 2019 तक 2 बिलियन अमरीकी डालर से अधिक तक पहुंचने की उम्मीद है। भारत में कूरियर बाजार वर्तमान में अत्यधिक खंडित है, जहां सरकारी कम्पनी (इंडिया पोस्ट), ग्लोबल इंटीग्रेटर्स (जैसे फेडेक्स और डीएचएल), और बड़े संगठित खिलाड़ी (ब्लू डार्ट, फर्स्ट फ्लाइट, डीटीडीसी, गति आदि) कई अन्य असंगठित खिलाड़ियों के साथ सह-अस्तित्व में हैं।



चित्र 1.2.5: बाजार अवलोकन

दूर-दराज के क्षेत्रों और नए विकासशील शहरी समूहों की मांग को पूरा करने की आवश्यकता को देखते हुए कार्गो परिवहन में अवसर समान रूप से बढ़े हैं। भारत में वर्तमान में डीएचएल, ब्लू डार्ट और एल्बी उद्योग के राजस्व में 70 प्रतिशत का योगदान करने वाली प्रमुख कम्पनियाँ हैं।

#### चुनौतियाँ और अवसर

भारत में एक लाख से अधिक पिन कोड हैं, लेकिन उनमें से केवल 10,000 ही संगठित कूरियर कंपनियों के माध्यम से जुड़े हुए हैं। इसलिए, स्थानीय या असंगठित खिलाड़ियों पर भारी निर्भरता है, जो अधिक स्थापित और संगठित कंपनियों के साथ-साथ सीधे उनकी सेवाओं की तलाश करने वाले व्यक्तियों को अंतिम मील की कनेक्टिविटी प्रदान करते हैं।



चित्र 1.2.6: अवसर के रूप में चुनौतियाँ

जैसे-जैसे ई-कॉमर्स इन वर्तमान में कम सेवा उपलब्धता वाले बाजारों में प्रवेश करता है, राष्ट्रीय और साथ ही क्षेत्रीय कंपनियों को इन बाजारों की लागत को प्रभावी ढंग से सेवा देने के लिए बुनियादी ढांचे, संसाधनों और प्रक्रियाओं का निर्माण शुरू करना होगा।

इसके अलावा, यह देखते हुए कि इस खंडित बाजार में अधिकांश कंपनियां छोटी हैं, उनके पास ब्रांड निर्माण और उपभोक्ता आउटरीच में निवेश के लिए बजट सीमित है। परिणामस्वरूप विशिष्ट सेवाओं के बारे में जागरूकता कम है। अधिकांश ग्राहकों को विशिष्ट सेवाओं के बारे में पता नहीं होता है जो कुछ कूरियर कंपनियां प्रदान करती हैं।

उदाहरण के लिए, यदि आप किसी प्रियजन को आम का पार्सल भेजना चाहते हैं, तो सभी कूरियर कंपनियां ऑर्डर स्वीकार नहीं करती हैं। डीएचएल उन कुछ सेवाओं में से एक है जो इस सेवा को 'मैंगो एक्सप्रेस' के नाम से पेश करते हैं। इसी तरह, यह छात्रों के लिए 'यूनिवर्सिटी एक्सप्रेस' सेवा प्रदान करता है। लेकिन फिर भी ग्राहक को कैसे पता चलेगा जब तक कि वे कई कूरियर कंपनियों के चक्कर लगाने की असुविधा से नहीं गुजरते? बढ़ते वैश्वीकरण और महाद्वीपों में माल की सोर्सिंग के साथ, माल दुलाई में समान चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है, जहां कूरियर का उपयोग सस्ता नहीं है।

इसी तरह, ग्राहक के दृष्टिकोण से एक कूरियर कंपनी द्वारा प्रदान की जाने वाली विभिन्न सेवाओं के संदर्भ में कोई पारदर्शिता और स्पष्टता नहीं है। कूरियर कंपनियों द्वारा दी जाने वाली विभिन्न सेवाओं में ऑन-बोर्ड कूरियर सेवाएं, व्यक्तिगत कूरियर सेवाएं, उसी दिन कूरियर सेवाएं, मानक कूरियर सेवाएं, ओवर नाइट कूरियर सेवाएं इत्यादि शामिल हैं, और इनमें आने वाली लागत आपके द्वारा चुनी गई सेवा के आधार पर भिन्न होती है।



चित्र 1.2.7: भूमण्डलीकृत विश्व

उदाहरण के लिए यदि आपको एक कूरियर भेजने की आवश्यकता है, तो आप बस अपने आस-पास एक कूरियर कंपनी के कार्यालय में जाते हैं और उन्हें बताते हैं कि आपको एक कूरियर डिलीवर करना है। आपको एक रसीद सौंपी जाती है; आप भुगतान करते हैं और खुश हैं कि काम हो गया है। लेकिन क्या आपने यह पूछने की जहमत नहीं उठाई कि क्या यह डिलीवरी इतना पैसा खर्च किए बिना की जा सकती थी? ठीक है, अगर आपको विकल्पों के बारे में पहली बार में कोई जानकारी नहीं थी, तो आप क्यों करेंगे? जैसा कि आप जानते हैं, यदि आप बहुत जल्दी में नहीं हैं, तो अपना पैकेज भेजें यदि आप इसे 1 के बजाय 3 दिनों में वितरित कर सकते हैं। कूरियर शुल्क काफी कम हो सकता है!



चित्र 1.2.8: कूरियर उद्योग में प्रगति

इसके अतिरिक्त केवल इन सेवाओं के बारे में जागरूकता ही उपयोगी साबित नहीं हो सकती है क्योंकि ग्राहक को अभी भी भौतिक रूप से विभिन्न कूरियर कंपनियों के सभी कार्यालयों में जाकर या उन्हें व्यक्तिगत रूप से ऑनलाइन जांच कर यह देखने के लिए अपने शोध चक्र से गुजरना होगा। कूरियर कंपनी उनकी विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा कर सकती है।

इसके अलावा, जब तक कूरियर कंपनी आपको अपने ऑर्डर के स्थान और स्थिति को ऑनलाइन ट्रैक करने की अनुमति नहीं देती है, तब तक इसे जानने के लिए नियमित रूप से अनुसरण करना एक और असुविधाजनक बिंदु हो सकता है। यदि आपने कई सेवा प्रदाताओं का उपयोग किया है, तो उनके व्यक्तिगत पोर्टल पर उन्हें ट्रैक करना एक बुरे सपने के समान होगा।

#### आगे का मार्ग

ग्राहकों के लिए अनुभव को सुगम और परेशानी मुक्त बनाने के लिए कूरियर स्पेस में बहुत कुछ किया जा सकता है। सही समाधान महत्वपूर्ण समय और ऊर्जा बचाने में मदद कर सकता है जो वर्तमान में प्रक्रिया में जाता है, और ग्राहकों के लिए एक बड़ा वरदान बन जाता है।



चित्र 1.2.9: आगे का मार्ग

ई-कॉमर्स ने कूरियर उद्योग का चेहरा बदल दिया है

ऑनलाइन शॉपिंग में उछाल के परिणामस्वरूप भारतीय ई-कॉमर्स उद्योग फल-फूल रहा है। ई-टेलिंग खुदरा उद्योग में नवीनतम चर्चित शब्द है। सकारात्मक खरीदारी अनुभव एक ऑनलाइन खुदरा वातावरण में उपभोक्ता विश्वास में सुधार करने के लिए एक महत्वपूर्ण कदम है जिससे बार-बार खरीदारी को प्रेरित किया जा सके।



चित्र 1.2.10: ईकॉमर्स का विकास



चित्र 1.2.11: ईकॉमर्स का विकास

नोट्स




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## इकाई 1.3 कूरियर सेवा में गतिविधियां

### इकाई के उद्देश्य

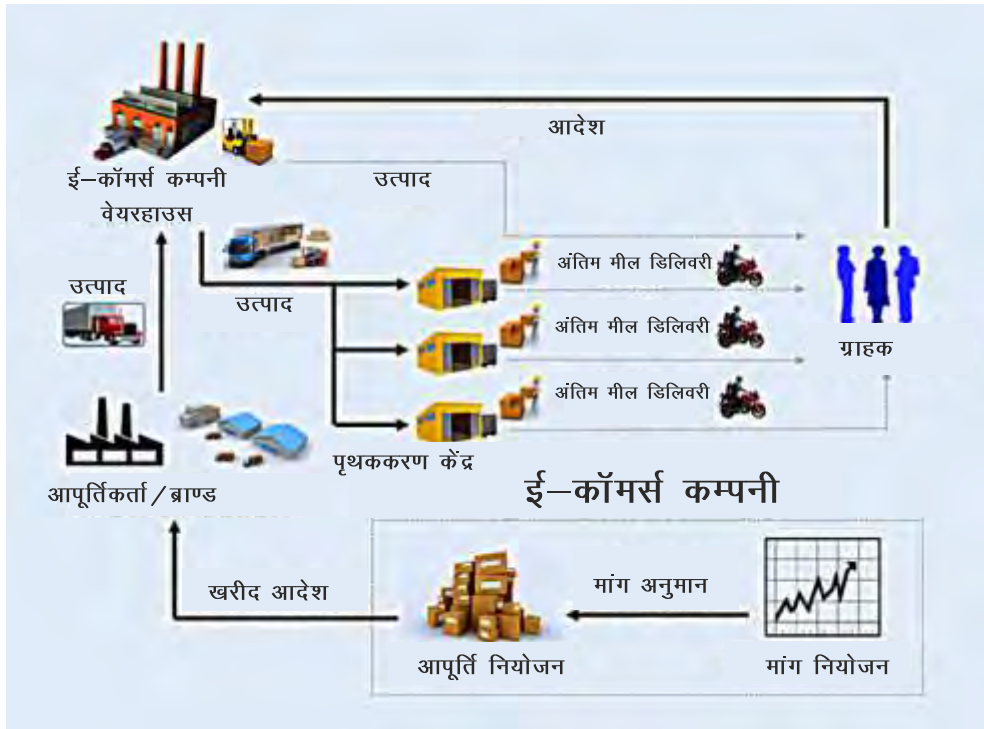


इस इकाई के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्नलिखित में सक्षम होंगे:

1. कूरियर सेवा में गतिविधियों की व्याख्या करना
2. कूरियर के आवागमन की व्याख्या करना
3. ई-कॉमर्स सामग्री के आवागमन का वर्णन करना

### 1.3.1 कूरियर गतिविधियां

कूरियर गतिविधि संगठन ए से पार्सल / दस्तावेज के संग्रह के साथ पिकअप प्रक्रिया के रूप में शुरू होती है और इसे कूरियर डिपो / वितरण केंद्र के माध्यम से अपने आपूर्ति श्रृंखला नेटवर्क के साथ संगठन बी को वितरित करती है।



चित्र 1.3.1: ई-कॉमर्स सामग्री संचलन

ग्राहक कंप्यूटर / मोबाइल के सामने एक ऑर्डर देता है और निर्माता या रिटेलर या ई-कॉमर्स वेयरहाउस से वे पार्सल को कूरियर सेवा प्रदाता को सौंप देते हैं। फिर कूरियर सेवा प्रदाता पार्सल को ग्राहक के तक ले जाने की जिम्मेदारी लेता है।

कूरियर सेवा की गतिविधियों में ग्राहक के स्थान से पैकेज लेना, भेजे जाने वाले पैकेजों का समेकन, आने वाले पैकेजों का समेकन, मार्ग के आधार पर पैकेजों को छांटना, पैकेजों की डिलीवरी, भुगतान प्राप्त करना (यदि सीओडी विकल्प चुना है), वापसी को संभालना और पैकेज की डिलीवरी तक शिपमेंट की स्थिति को अपडेट करना शामिल है।



कूरियर गतिविधियों में अपनाए जाने वाले चरण 



चरण 1: डिलिवरी केंद्र से बाहर जाने वाले सामान का समेकन



चरण 2: वितरण केंद्र पर आने वाले सामान को अलग करना



चरण 3: छांटना-रूट के आधार पर



चरण 4: भुगतान को प्राप्त करना

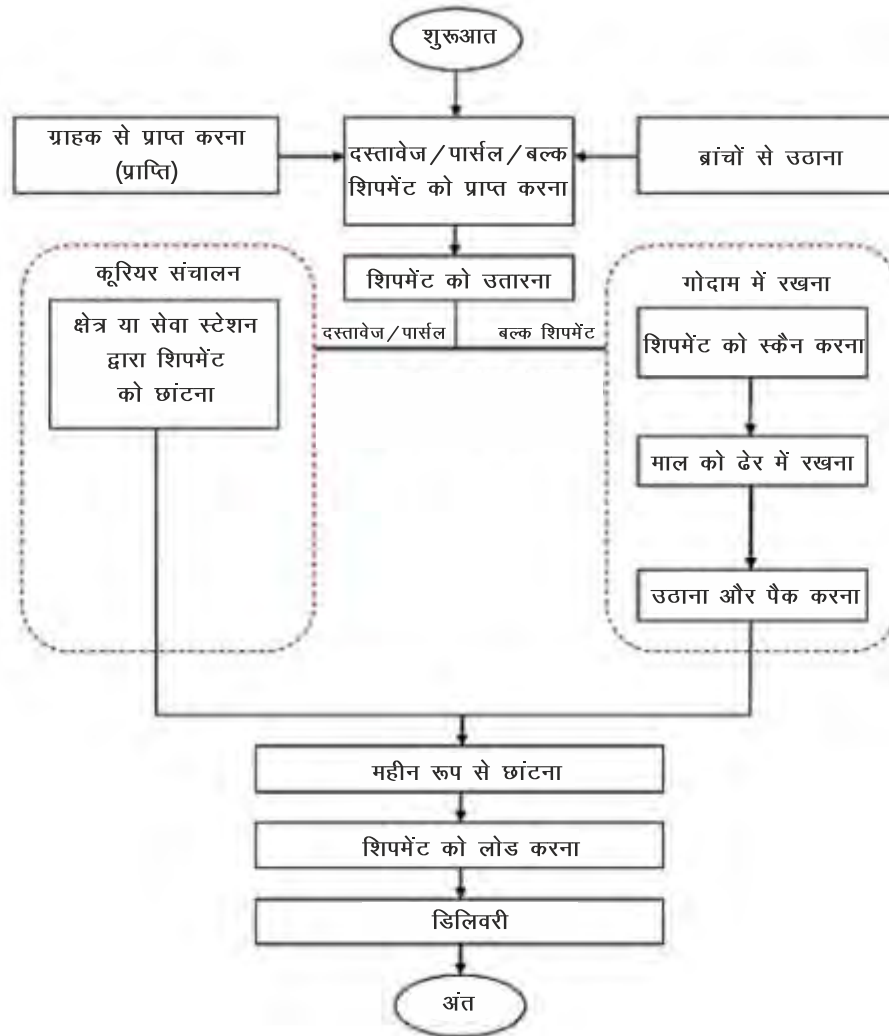


चरण 5: पैकेज की डिलिवरी



चरण 6: पैकेज को उठाना

### 1.3.2 कूरियर में गतिविधियां



चित्र 1.3.2: कूरियर में गतिविधियां

#### उठाने की गतिविधि

उठाने की गतिविधि का अर्थ है एक ग्राहक के स्थान से पार्सल और दस्तावेजों को संग्रहित करने की प्रक्रिया। इस गतिविधि में शामिल कार्यों में स्टेशनों/केंद्रों से वाहन को ग्राहक के कार्यालय या घरों तक (उठाए जाने की मांग होने पर) चलाना (जैसे मोटर साइकल या वैन) शामिल है।



चित्र 1.3.3: उठाने की गतिविधि

### संग्रह करने वाले वाहन से माल को उतारने की गतिविधि

संग्रहित किए गए पार्सलों को छांटने की प्रक्रिया के लिए केंद्र तक ले जाया जाता है। इस स्तर पर गतिविधियों में संग्रह करने वाले वाहन से पार्सलों को उतारना शामिल है। इस प्रक्रिया में चालक/केंद्र कर्मिक पार्सलों को वाहन से उतारते हैं और हब प्रोसेस सिस्टम (कन्वेयर) में ले जाते हैं। शामिल गतिविधियां हैं भारी सामान को उठाना और हाथ से संभालना।



चित्र 1.3.4 भार उतारना

### शिपमेंट के चयन की गतिविधियां

चयन एक प्रक्रिया है जिसमें अलग किए गए माल को जोन, स्थान और रूट के अनुसार अलग अलग किया जाता है। कर्मचारी शिपमेंट बार कोड को स्कैन करते हैं और उसके बाद शिपमेंट को गंतव्य और डिलिवरी जोन के अनुसार अलग करते हैं। बार कोड को स्कैन करने के बाद केंद्र परिचालन कर्मचारी पार्सल प्राप्तकर्ताओं के पते के अनुसार हाथ से छांटते हैं।



चित्र 1.3.5 शिपमेंट के चयन की गतिविधियां

## गोदाम की गतिविधियां

### स्कैन करने की गतिविधियां

गोदाम संचालक पैकेज के बार कोड को स्कैन करेगा ताकि रैकिंग सिस्टम में पैकेजों को व्यवस्थित करने से पहले उनका चयन (पैलेट के रूप में रखना) क्षेत्र वार, ग्राहक, आइटमों के प्रकार और तिथि (भण्डारण अवधि) के अनुसार किया जा सके।



चित्र 1.3.6: स्कैन करने की गतिविधि

### स्तरीकृत भण्डारण गतिविधियां

विशिष्ट समय सारिणी के अनुसार वितरण से पहले पैकेज और खुली वस्तुओं को टियर स्टोरेज (रैकिंग सिस्टम) पर व्यवस्थित किया जाता है। रैकिंग सिस्टम पर पैकेज की व्यवस्था करने के लिए इन गतिविधियों के लिए गोदाम संचालकों को उठाने वाले उपकरण (जैसे फोर्कलिफ्ट, पहुंच ट्रक, स्टेकर, आदि) संचालित करने की आवश्यकता होती है।



चित्र 1.3.7: चयन करने की गतिविधियां



चित्र 1.3.8: पैक करने की गतिविधियां

### उठाने और पैक करने की गतिविधियां

उठाने और पैक करने की गतिविधि एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें गोदाम संचालकों को रैकिंग सिस्टम से पैकेजों को उतारना होता है। इसके बाद ग्राहकों के आदेश के अनुसार पैकेजों को फिर से क्रमबद्ध किया जाता है। इसके बाद पैकेज संबंधित ग्राहकों को वितरित किए जाते हैं।

### वितरण गतिविधियाँ

डिलीवरी गतिविधियां एक ऐसी प्रक्रिया है जहां ट्रकों, वैन और मोटरसाइकिल जैसे वाहनों के माध्यम से या संबंधित कूरियर कंपनी द्वारा नियुक्त एजेंटों और ठेकेदारों के माध्यम से ग्राहकों को शिपमेंट वितरित किया जाता है।

### लाइन के माध्यम से वितरण

लाइन के माध्यम से डिलिवरी एक लंबी दूरी की डिलीवरी है जिसमें क्षेत्रों के अनुसार सर्विस स्टेशनों के लिए ट्रकों का उपयोग किया जाता है। ड्राइवर पैकेज को ट्रक में लोड करने और गंतव्य पर पैकेज उतारने के लिए भी जिम्मेदार हैं।



चित्र 1.3.9: लाइन के माध्यम से डिलिवरी

### स्थानीय वितरण (छोटी दूरी)

स्थानीय वितरण को प्रत्यक्ष डिलीवरी भी कहा जाता है। प्रत्यक्ष डिलीवरी वहां होती है जहां कूरियर स्टेशन से ग्राहक के स्थान पर एक छोटे ट्रक, वैन या मोटरसाइकिल का उपयोग करके अपने संबंधित मार्गों के अंदर भेजा जाता है।



चित्र 1.3.10: स्थानीय वितरण

नोट




---



---



---



---



---



---

## इकाई 1.4 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की भूमिकाएं

### इकाई के उद्देश्य



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की भूमिकाओं की व्याख्या करना
2. शामिल कार्यों का वर्णन करना
3. कूरियर सेवाओं में उपलब्ध रोजगार के अवसरों का वर्णन करना
4. उद्योग में काम करने के लिए आवश्यक शर्तों को जानना

### 1.4.1 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी – भूमिकाएं

प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की भूमिकाओं में नए ग्राहकों की पहचान करने, ग्राहकों को प्रबंधित करने और कूरियर कंपनी के साथ संबंधों में शामिल मौजूदा ग्राहकों को संभालने का ज्ञान शामिल है।

- बिजनेस लीड बनाना
- ग्राहकों से मिलना
- मौजूदा ग्राहकों की प्रतिक्रिया को नोट करना
- मौजूदा ग्राहकों के साथ व्यापार वृद्धि के बेहतर अवसर तलाशना
- व्यवसाय में सुधार के लिए रणनीतिक योजना बनाना
- नए व्यवसाय को परिवर्तित करने के अवसरों की पहचान करने से ग्राहक प्राप्त होते हैं
- बाजार का बारीकी से अनुसरण करना और प्रतिस्पर्धा का अवलोकन करना
- ओवरटेक करने और प्रतिस्पर्धा को पूरा करने के तरीकों की पहचान करना
- भविष्य की जरूरतों को पूरा करने के लिए रणनीतिक योजना
- वर्तमान स्थिति और लक्ष्य पूरे होने पर मुख्यालय को रिपोर्ट करना
- बाजार की जरूरतों को पूरा करने के लिए लगातार सुधार करना

### 1.4.2 कार्यों का विवरण

- बिक्री योजना और व्यवसाय विकास के अवसर उत्पन्न करना
- बैठकों की तैयारी
- मौजूदा ग्राहक संबंध बनाना
- व्यवसाय विकास के माध्यम से बिक्री करना
- संभावित ग्राहकों के प्रतिक्रिया जानना
- मार्केट इंटेलिजेंस बनाना और बिक्री प्रक्रियाओं पर नजर रखना

### 1.4.3 कूरियर सेवाओं में रोजगार के अवसर

कूरियर सेवाओं के कार्यों में प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की भूमिकाएँ व्यापक हैं। विभिन्न प्रकार की कूरियर सेवाएँ हैं और इसलिए, नौकरी के अवसर भी कई हैं। विभिन्न प्रकार के नौकरी प्रदाता निम्नलिखित हैं

#### 1. वाहक

- डीएचएल, यूपीएस, फेडेक्स, आदि।



चित्र 1.4.1: दुनिया भर में कूरियर कंपनियाँ

#### 2. ई-कॉमर्स

उदाहरण—फ्लिपकार्ट, स्नैप डील, अमेजन, मित्रा आदि



चित्र 1.4.2: कुछ प्रमुख ई-कॉमर्स कंपनियाँ

### 3. फूड डिलिवरी

उदाहरण – ज़ोमैटो, फूड पांडा, स्विगी



चित्र 1.4.3: फूड डिलिवरी कंपनियां



चित्र 1.4.4: फूड डिलिवरी कार्यकारी

### भारत में कुछ कूरियर कंपनिया

<p>1. भारतीय डाक सेवा</p>	
<p>2. डीएचएल एक्सप्रेस इंडिया प्रा. लि.</p>	



3. ब्लू डार्ट एक्सप्रेस लिमिटेड



4. फर्स्ट फ्लाइट कूरियर लिमिटेड



5. फेडएक्स इंडिया



6. डीटीडीसी कूरियर एण्ड कार्गो लिमिटेड



7. टीएनटी एक्सप्रेस



8. गति लिमिटेड



9. ओवरनाइट एक्सप्रेस लिमिटेड



10. द प्रोफेशनल कूरियर नेटवर्क लिमिटेड





### सारांश



इस अध्याय में आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन के आधारभूत ज्ञान की चर्चा की गई है। इसके अतिरिक्त कूरियर उद्योग की समीक्षा की गई है और इसके संरचनात्मक ढांचे की भी चर्चा की गई है। कूरियर में विभिन्न सेवाओं की व्याख्या की गई है। प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के लिए कार्य भूमिकाओं और अवसरों की चर्चा की गई।

### अभ्यास



1. एक मोबाइल फोन उत्पादन कम्पनी के लिए बैटरी प्रदाता को ..... कहा जाता है।
2. रसद प्रबंधन का अर्थ है अंतिम ग्राह को सही.....के साथ ..... सही .....पर .....सही में.  
..... सही .....पर..... प्रदान करना।
3. कुछ कूरियर कम्पनियों और इ-कॉमर्स कम्पनियों के नाम बताएं।
4. प्रमुख प्रेषक कार्यकारी .....को पूरा करता है और व्यापार अवसरों को बढ़ाता है।
5. प्रमुख प्रेषक कार्यकारी वर्तमान और ..... ग्राहकों को मिलता है।

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



<https://www.youtube.com/watch?v=eu0lugAMgqk>

रसद क्या है



<https://www.youtube.com/watch?v=MBBDUvLVLKs>

आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन



## 2. आवश्यक ज्ञान

इकाई 2.1 प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के लिए आवश्यक ज्ञान



## सीखने के प्रमुख परिणाम

इस मॉड्यूलके अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. संगठनात्मक आवश्यकताओं की व्याख्या करना
2. कोडिंग सिस्टम का वर्णन करना
3. संदर्भ संख्या का पता लगाना
4. लेबलिंग सिस्टम में अंतर करना
5. पिन कोड की कुंजी डालना
6. बारकोड खोजना
7. प्राथमिक सुरक्षा जिम्मेदारी बताना
8. कोडिंग सिस्टम को समझकर पैकेज / कंसाइनमेंट का पता लगाना
9. पैकेज पर प्रयुक्ता लेबल की व्याख्या करना
10. पिन कोड अंक क्या इंगित करते हैं यह विस्तार से समझाना

## यूनिट 2.1 – प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के लिए आवश्यक ज्ञान

### इकाई उद्देश्य



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. आवश्यक समझ पर सहमत होना
2. कोडिंग, लेबलिंग, संदर्भ संख्या और बारकोड के बारे में जानना
3. विभिन्न लेबलिंग, उसके संकेतों और प्रतीकों का निरीक्षण करना
4. पिन कोड प्रणाली का अनुशरण करना

### 2.1.1 संगठनात्मक ज्ञान

प्रत्येक संगठन अलग होता है और उनकी प्रक्रियाएं अलग होती हैं। इसलिए एक कूरियर कार्यकारी के रूप में नौकरियों की प्राथमिकता व्यवसाय और उन उत्पादों, उनके नियम और गतिविधि करने की प्रक्रिया को समझना है। प्रत्येक खेप के लिए आवश्यक प्रक्रिया भी अलग-अलग होगी। इसलिए संगठन के मानकों से परिचित होना आवश्यक है।

एक बार जब माल डिपो से बाहर हो जाता है, जब तक वह ग्राहक तक नहीं पहुंच जाता तब तक सभी पैकेजों के लिए कूरियर कार्यकारी जिम्मेदार होता है। कभी-कभी सामान के गुम होने या चोरी होने से नियमों का उलंघन हो सकता है। किसी भी अनधिकृत व्यक्ति को किसी भी पैकेज या दस्तावेज, शीट या मोबाइल उपकरणों को देखने या संभालने की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए और इसका रखरखाव प्राथमिक सुरक्षा जिम्मेदारी होगी।

### 2.1.2 कोडिंग सिस्टम की समझ

पैकेज / कंसाइनमेंट के स्थान को ट्रैक और ट्रेस करने के लिए, कोडिंग सिस्टम का उपयोग किया जाता है। इस प्रणाली का उपयोग माल के आवागमन के मार्ग की पहचान करने के लिए किया जाता है। पैकेज के अंदर गाड़ी के प्रकार, स्थान, माल के प्रकार (रासायनिक, चिकित्सा उत्पाद, आदि) को समझने के लिए कोडिंग सिस्टम भी हैं।

कोडिंग प्रणाली इस प्रकार से होगी

1. नंबर –123456789
2. अल्फा न्यूमेरिक– सी6578डबल्यूएन 98
3. बारकोड– 2डी और 3डी बारकोड
4. आरएफआईडी

### 2.1.3 शिपिंग संदर्भ संख्या की समझ

यह बुकिंग के दौरान कूरियर कंपनी द्वारा प्रदान किया गया एक अनूठा नंबर है। माल की बुकिंग पर कूरियर कंपनी द्वारा प्रदान की गई रसीद में यह संदर्भ संख्या उपलब्ध होती है। यह ग्राहक और शिपर को ऑनलाइन पोर्टल पर दर्ज किए जाने पर स्थिति को ट्रैक करने और समझने में मदद करेगा।



एयरवे बिल  
नम्बर/संदर्भ  
संख्या

चित्र 2.1.1: टीएनटी के वे बिल नम्बर

### 2.1.4 लेबलिंग की समझ

लेबलिंग पैकेज के अंदर माल के संबंध में एक आरेखीय संचार होता है और यह इस बारे में एक महत्वपूर्ण संचार है कि पैकेज को कैसे संभालना है। यह एक महत्वपूर्ण कौशल और लेबलिंग के आधार पर कार्यों को समझने और निष्पादित करने की क्षमता है। लेबलिंग एक सचित्र प्रतिनिधित्व करता है जो पैकेज के अंदर माल के गुणों के बारे में संक्षिप्त विवरण के रूप में किसी भी पैकेज पर दिखाई देता है।



चित्र 2.1.2: पैकेज पर प्रयुक्त लेबल



### 2.1.5 पिन कोड को समझना

पोस्टल इंडेक्स नंबर को पिन कोड भी कहा जाता है जिसका उपयोग मेल को औपचारिक रूप से छांटने और डिलीवर करने के लिए किया जाता है। पिन कोड भारतीय डाक द्वारा उपयोग किए जाने वाले डाकघर का 6 अंकों का कोड है।

देश में 9 पिनकोड क्षेत्र हैं। पहले 8 भौगोलिक क्षेत्र हैं और नौवा सेना डाक सेवा के लिए आरक्षित है। पहला अंक क्षेत्रों में से एक को इंगित करता है। पहले 2 अंक एक साथ उप क्षेत्र या डाक सर्कल में से एक को इंगित करते हैं। पहले 3 अंक एक साथ एक छँटाई / राजस्व जिले को दर्शाते हैं। अंतिम 3 अंक वितरण डाकघर को संदर्भित करते हैं।

चौथा अंक उस मार्ग का प्रतिनिधित्व करता है जिस पर छँटाई जिले में एक वितरण कार्यालय स्थित है।

अंतिम दो अंक 01 से शुरू होने वाले छँटाई जिले के अंदर वितरण कार्यालय का प्रतिनिधित्व करते हैं

पिन का पहला अंक निम्न को इंगित करता है:

प्रथम अंक	राज्य	शामिल राज्य
1	उत्तर	दिल्ली, हरियाणा, पंजाब, हिमाचल प्रदेश और जम्मू और कश्मीर
2	उत्तर	उत्तर प्रदेश और उत्तरांचल
3	पश्चिम	राजस्थान और गुजरात
4	पश्चिम	महाराष्ट्र, मध्य प्रदेश और छत्तीसगढ़
5	दक्षिण	आंध्र प्रदेश और कर्नाटक
6	दक्षिण	केरल और तमिलनाडु
7	पूर्व	पश्चिम बंगाल, उड़ीसा और पू वॉल्टर
8	पूर्व	बिहार और झारखंड
9	ए पी एस	सेना डाक सेवा

तालिका 1: पिन संकेतक



चित्र 2.1.3: वितरण सीमा

पिन के पहले 1/2 अंक	पोस्टल सर्कल
11	दिल्ली
80 से 85	बिहार और झारखंड
12 से 13	हरयाणा
14 से 15	पंजाब
16	चंडीगढ़
17	हिमाचल प्रदेश
18 से 19	जम्मू और कश्मीर
20 से 28	उत्तर प्रदेश और उत्तराखंड
30 से 34	राजस्थान तैजौंद
36 से 39	गुजरात
40	गोवा महाराष्ट्र
40 से 44	मध्य प्रदेश छत्तीसगढ़
45 से 48	तेलंगाना दिल्ली
49	बिहार और झारखंड हरयाणा
50	पंजाब

पिन के पहले 1/2 अंक	पोस्टल सर्कल
51 से 53	आंध्र प्रदेश
56 से 59	कर्नाटक
60 से 64	तमिलनाडु
67 से 69	केरल
682	लक्षद्वीप ( द्विप)
70 से 74	पश्चिम बंगाल
744	अंडमान व नोकोबार द्वीप
75 से 74	उड़ीसा
78	असम
79	अरुणाचल प्रदेश
793, 794, 783 123	मेघालय
795	मणिपुर
796	मिजोरम
799	त्रिपुरा

### तालिका 2: पिन संकेत

इस पिन कोड नंबर का उपयोग वितरण/पिकअप करने के लिए संबंधित शाखा कार्यालय को पैकेज या मेल की डिलीवरी/पिकअप की छंटाई और रूट करने के लिए किया जाता है।

### 2.1.6 बारकोड

बारकोड सिस्टम काम के प्रत्येक चरण के माध्यम से सामग्री को ट्रैक कर सकते हैं और प्रत्येक भाग या बैच पर विस्तृत रिकॉर्ड रख सकते हैं। बारकोड का उपयोग करके आप अपने पार्सल /माल को ट्रैक कर सकते हैं कि आइटम कहाँ पर हैं और कितनी वस्तुएँ आवागमन में हैं। एक बुनियादी इन्वेंट्री ट्रैकिंग सिस्टम में सॉफ्टवेयर और एक बारकोड स्कैनर या मोबाइल कंप्यूटर होता है



चित्र 2.1.4: 1डी बारकोड



चित्र 2.1.5: 2डी बारकोड

## 2.1.7 कूरियर ट्रैकिंग

भारत में कूरियर ट्रैकिंग वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से हम उस पार्सल की स्थिति के बारे में सही जानकारी प्राप्त कर सकते हैं जिसे हमने कोरियर किया था। यहां से ग्राहक ऑनलाइन कूरियर का पता लगाने के लिए चरणों प्राप्त कर सकते हैं।

किसी वस्तु को एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजने के लिए कूरियर सबसे अच्छे तरीकों में से एक है। भारत में कई कूरियर कंपनियां भारत हैं जो आइटम को सुरक्षा के साथ और सही समय पर भेजना सुनिश्चित करती हैं। कंपनियां दैनिक आधार पर और अधिक तकनीकी को अपनाती जा रही हैं जो ग्राहकों को उपयोग में आसान कई सुविधाएं प्रदान करने में मदद करती हैं। भारत में उन सुविधाओं में से एक है कूरियर ट्रैकिंग।

भारत में कूरियर ट्रैकिंग वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से हम उस पार्सल स्थान के बारे में सही जानकारी प्राप्त कर सकते हैं जिसे हमने कोरियर किया था। जब हम कोई आइटम भेजते हैं, तो कंपनी इस आइटम को समय पर वांछित गंतव्य पर भेजने के लिए एक मार्ग या पथ तैयार करती है। इस यात्रा के दौरान विभिन्न स्थानों पर आइटम भेजा और प्राप्त किया जाता है। ट्रैकिंग सिस्टम ग्राहक को यह जानने में मदद करता है कि पार्सल अभी तक कहां पहुंचा है।

कूरियर का ऑनलाइन पता लगाने के लिए कदम

कूरियर कंपनियां अपने ट्रैकिंग सिस्टम को नियमित रूप से अपडेट करती हैं। वे हर पार्सल का पूरा डेटा रखती हैं और इस डेटा के माध्यम से कंपनी ग्राहक को उस चीज की वास्तविक जानकारी मुहैया कराती है। पार्सल के वर्तमान स्थान को ट्रैक करना इतना आसान है कि आपको बस उस ट्रैकिंग नंबर का उपयोग करना होगा जो आपको बुकिंग के समय दिया गया था। निम्नलिखित सरल चरणों का पालन करें:

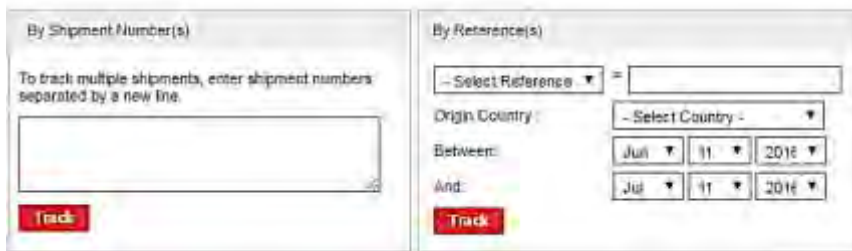
- सबसे पहले आपको संबंधित कंपनी की आधिकारिक वेबसाइट पर जाना चाहिए।
- ट्रैकिंग सिस्टम से संबंधित लिंक का चयन करें।
- अब एक नया पेज खुलेगा जिसमें आपसे कोरियर का ट्रैकिंग नंबर पूछा जाएगा।



चित्र 2.1.6: ट्रैकिंग

### शिपमेंट को ट्रैक करना

किसी भी समय अपने शिपमेंट को दुनियाभर में ट्रैक करें



चित्र 2.1.7: ट्रैकिंग

- आप बुकिंग के समय आपको सौंपी गई डाक रसीद से ट्रैकिंग नंबर प्राप्त कर सकते हैं।



चित्र 2.1.8: ट्रैकिंग नम्बर

- अब ट्रैकिंग नंबर भरें और कुछ वेबसाइट कैप्चा भरने का निर्देश देती हैं, दर्शकों को सही कैप्चा भरना होगा और उसके बाद गो बटन पर प्रेस करना होगा।

**Track Shipments**

Track your shipment(s) movements around the world at any time.

<p>By Shipment Number(s)</p> <p>To track multiple shipments, enter shipment numbers separated by a new line</p> <p><input type="text" value="Z20979409"/></p> <p><input type="button" value="Track"/></p>	<p>By Reference(s)</p> <p>- Select Reference - <input type="text"/></p> <p>Origin Country: - Select Country -</p> <p>Between: Jun 11 2016</p> <p>And: Jul 11 2016</p> <p><input type="button" value="Track"/></p>
---	---

चित्र 2.1.9: ट्रैक नंबर

**WEB TRACK™**

AWB No     REF No

For multiple queries use commas (,) eg: 821119864, 721119865, or [click here](#)

**How to track**

चित्र 2.1.10: वेब ट्रैक

- अंत में आप अपने आइटम का विवरण प्राप्त कर सकते हैं जिसे डिलिवर किया गया था

Status and Scans			
Location	Details	Date	Time *
<b>Waybill No :</b>			
Marathalli	Shipment Delivered	21-Aug-2014	11:00
Marathalli	Shipment Out For Delivery	21-Aug-2014	09:50
Marathalli	Delivery Attempted-Premises Closed	20-Aug-2014	11:40
Marathalli	Shipment Out For Delivery	20-Aug-2014	09:37
Marathalli	Delivery Attempted-Premises Closed	19-Aug-2014	11:10
Marathalli	Shipment Out For Delivery	19-Aug-2014	09:51
Marathalli	Delivery Attempted-Premises Closed	18-Aug-2014	14:00
Marathalli	Shipment Out For Delivery	18-Aug-2014	10:45
Marathalli	Delivery On Next Business Day	16-Aug-2014	16:12
Marathalli	Shipment Arrived	16-Aug-2014	15:59
Bangalore Hub	Shipment Further Connected	16-Aug-2014	15:03
Bangalore Hub	Shipment Arrived	16-Aug-2014	14:46
Bial Hub	Shipment Further Connected	16-Aug-2014	14:27
Bial Hub	Network Delay, Will Impact Delivery	16-Aug-2014	11:30
Bial Hub	Shipment Arrived	16-Aug-2014	09:19

चित्र 2.1.11: स्थिति की ट्रैकिंग

निम्नलिखित सरल चरणों के माध्यम से आप अपने द्वारा कोरियर किए गए पार्सल की सटीक स्थिति को ट्रैक कर सकते हैं।

नीचे कम सामान्य ट्रैकिंग बिंदुओं की सूची और उनका अर्थ दिया गया है।

- पूर्व जानकारी अनुपलब्ध:** पार्सल जानकारी अभी तक ऑनलाइन सिस्टम पर लोड नहीं की गई है। हालाँकि, पार्सल प्रवेश कर चुका है और अभी भी नेटवर्क के भीतर घूम रहा है।
- ऑर्डर जनरेट किया गया:** पार्सल को सिस्टम पर बुक कर लिया गया है लेकिन अभी तक एकत्र नहीं किया गया है।
- ‘नेशनल हब पर सॉर्ट किया गया’:** या **‘सॉर्टर के माध्यम से हब ट्रेलर’:** पार्सल को किसी नेशनल हब में सॉर्ट किया जा रहा है और जल्द ही आपके स्थानीय डिलीवरी डिपो के मार्ग में होगा।
- डिपो में प्राप्ति:** पार्सल संग्रह या वितरण डिपो में है, कृपया ट्रैकिंग जानकारी की जांच करें।
- डिपो में गलत रूट किया गया:** पार्सल गलत डिपो को भेज दिया गया है लेकिन फिर से रूट किया जाएगा। कृपया पार्सल को आपके स्थानीय कूरियर तक पहुंचने के लिए 48 घंटे का समय दें।
- वितरण के लिए बाहर/‘कूरियर से बाहर’ या ‘डिलीवरी के लिए बाहर’:** पार्सल डिलीवरी के लिए कूरियर को सौंपा गया है। कूरियर द्वारा पार्सल प्राप्त होने के बाद, आमतौर पर इसके बाद ‘कूरियर प्राप्त’ स्कैन किया जाएगा।
- कूरियर को प्राप्त हो गया है:** पार्सल डिलीवरी के लिए कूरियर के पास है।
- अग्रेसित किया गया:** कूरियर पार्सल वितरित करने में असमर्थ रहा है, लेकिन अगले कार्य दिवस पर फिर से प्रयास करेगा।
- पते की समस्या के कारण डिलीवर नहीं हुआ:** हमें आपका पार्सल डिलीवर करने में समस्या हुई है, यदि आप पार्सल के शिपर हैं, तो कृपया प्राप्तकर्ता के संपर्क विवरण के साथ हमसे संपर्क करें। यदि आप पार्सल के प्राप्तकर्ता हैं, तो कृपया अपने शिपर से संपर्क करें, वे आपकी ओर से इसे हल करने में सक्षम होंगे।

### 2.1.8 पैकेजिंग और लेबलिंग

जब अंतरराष्ट्रीय कूरियर की बात आती है तो उचित पैकेजिंग और लेबलिंग सबसे महत्वपूर्ण चीजों में से एक है। आपके लिए इसे आसान बनाने के लिए हमने कुछ शीर्ष युक्तियों को संकलित किया है।

#### बाहरी पैकेजिंग

##### कार्य के लिए सही पैकेजिंग का उपयोग करना

माल के सुरक्षित परिवहन के लिए बॉक्स में बंद करना निश्चित रूप से एक प्रभावी तरीका है – लेकिन सभी बक्से समान नहीं बनाए जाते हैं। पैक करने से पहले हमेशा जांच लें।

- स्थिर नालीदार बक्सों का उपयोग करें जिनके फ्लैप सही हों।
- संरचनात्मक कमजोरियों वाले बक्सों से बचें – जैसे छेद, फटा हुआ, अच्छी तरह से उपयोग किए गए आदि।
- सुनिश्चित करें कि आइटम के लिए पर्याप्त कुशनिंग प्रदान करने के लिए बक्से काफी बड़े हैं।
- खतरनाक सामानों के लिए केवल स्वीकृत पैकेजिंग का ही उपयोग करें।

#### आंतरिक पैकेजिंग

सही तरीके से लपेटें

अपनी वस्तुओं को खराब न होने दें – जब आंतरिक पैकेजिंग की बात आती है तो सामान्य ज्ञान का उपयोग करें ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि परिवहन के दौरान सब कुछ सुरक्षित है।

- बबल रैप, कटे हुए कागज, नालीदार कार्डबोर्ड और पॉलीस्टाइनिंग आंतरिक पैकेजिंग के सबसे आदर्श रूप हैं।
- सभी वस्तुओं को अलग-अलग लपेटें, और सुनिश्चित करें कि प्रत्येक आइटम के बीच पर्याप्त पैकिंग सामग्री हो ताकि पारगमन में एक साथ टकराने वाली वस्तुओं से होने वाले नुकसान से बचा जा सके।
- टेप और पैडिंग दोनों के साथ धारदार किनारों को सुरक्षित रखें।
- जहां आवश्यक हो 'नाजुक' स्टिकर का प्रयोग करें।
- नाजुक वस्तुओं के लिए 5/5 नियम याद रखें: दीवारों, आधार और बॉक्स के ऊपर से 5 सेमी और प्रत्येक वस्तु के चारों ओर 5 सेमी कुशनिंग।



चित्र 2.1.12: पैकेजिंग सहायक उपकरण

### एक्सप्रेस पैक

ईपैक के साथ कूरियर करने के लिए टिप्स

एक्सप्रेस पैक आइटम भेजने का एक त्वरित और आसान विकल्प है।

- कार्ड के दो मजबूत टुकड़ों के बीच रखकर सपाट वस्तुओं को खिसकने होने से रोकें।
- बाहरी पैकेजिंग क्षतिग्रस्त होने की स्थिति में भारी वस्तुओं को एक आंतरिक बैग या बॉक्स में सुरक्षित रूप से लपेटा जाना चाहिए।
- हमेशा अपने पैक को पूरी तरह से सील करना याद रखें।
- आप कभी भी सावधान नहीं हो सकते – गंतव्य पते को भी अंदर डालें।
- वजन 15 किलो से अधिक न होने की सलाह दें।
- खतरनाक सामान को ईपैक के माध्यम से नहीं भेजा जाना चाहिए।

### अधिकतम आयाम

स्केल की जाँच करें

स्वीकार्य अधिकतम वजन आम तौर पर भिन्न होता है और, स्वास्थ्य और सुरक्षा कारणों से, आपको 20 किग्रा से अधिक की किसी भी वस्तु पर 'सावधान: भारी वस्तु' स्टिकर लगाने की आवश्यकता होगी। भारी वस्तुओं के लिए वजन भी प्रत्येक बॉक्स पर लिखा जाना चाहिए ताकि हर कोई यह जान सके कि ऐसा करने से पहले वे क्या उठा रहे हैं।



चित्र 2.1.13: भारी का संकेत

### सुरक्षित रूप से सील करें

इसे बंद रखें

यह सुनिश्चित करने के लिए कि पैकेज और बॉक्स अलग न हों, सभी खुले भागों को सील करें। यह सामान्य ज्ञान है लेकिन बहुत से लोग इस प्रक्रिया में जल्दबाजी में बिना सोचे कुछ वस्तुओं को अपनी पैकेजिंग में रख सकते हैं।

- बॉक्स के ऊपर और नीचे दोनों तरफ पैकेजिंग टेप के दो या तीन स्ट्रिप्स का उपयोग करके बक्से को सुरक्षित रूप से बंद किया जाना चाहिए।
- सुनिश्चित करें कि आप मजबूत पैकिंग टेप का भी उपयोग करते हैं (आपके डेस्क पर डिस्पेंसर से सेलो टेप इसे नहीं काटेगा)।
- उपयोग करने के लिए पैकेजिंग टेप कम से कम 4 सेमी चौड़ा होना चाहिए



चित्र 2.1.14: बॉक्स को सील करें

### पते का लेबल

अनावश्यक वापसी से बचें

पूरे भारत में एक ही नाम के कई शहर और सड़कें हैं, जो आपके पते का पूरा विवरण नहीं होने पर डिलीवरी को मुश्किल बना सकते हैं। भेजे गए पार्सल को हमेशा एक विशिष्ट और पूर्ण पते के साथ लेबल करें।

- संपर्क नाम और फोन नंबर शामिल करें (क्षेत्र कोड के साथ)।
- याद रखें कि आइटम को हमेशा किसी भौतिक पते पर भेजें (कोरियर पीओ बॉक्स में डिलीवर नहीं करते हैं)।
- प्रयुक्ता बक्सों से सभी पुराने लेबल और स्टिकर हटाकर संभावित भ्रम से बचें।
- बॉक्स के पीछे एक पूर्ण वापसी पता और फोन नंबर लिखें, अगर इसे वापस करने की आवश्यकता है या प्रेषक से संपर्क किया गया है।



चित्र 2.1.15: वापसी का पता



## 2.1.9 निषिद्ध माल

### सुरक्षा पहले है

कूरियर कुछ खतरनाक सामान, जानवर, आभूषण, नकद, संवेदनशील उपकरण (जैसे वाउचर), बुलियन, सिक्के, कीमती पत्थर, प्राचीन वस्तुएँ, मूल कलाकृतियाँ या अन्य कीमती सामान वितरित नहीं कर सकता। यदि आपको खतरनाक सामान (जैसे पेंट, एरोसोल और बैटरी) भेजने की आवश्यकता है, तो इसे स्वीकार करने से पहले आपको खतरनाक सामान के लिए बनी नीति का पालन करना चाहिए।

- पिकअप बुक करने से पहले कृपया यह सुनिश्चित करने के लिए कूरियर कंपनी से संपर्क करें कि आप नेटवर्क के माध्यम से अपने आइटम का परिवहन कर सकते हैं।
- भेजे गए प्रत्येक आइटम में एक सही ढंग से भरा हुआ खतरनाक सामान घोषणा फॉर्म और मानक टिकट के साथ संलग्न एक डीजी टिकट होना चाहिए।
- सभी खतरनाक वस्तुओं को डीजी के विशेष वर्ग के लिए कानूनी आवश्यकताओं के अनुसार पैक किया जाना चाहिए।
- आपको यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि प्रत्येक खतरनाक सामान के लिए सही मार्किंग और लेबलिंग आवश्यकताओं को पूरा किया गया है – अधिक जानकारी के लिए माल के निर्माता से परामर्श करें।
- सेवा मानकों के अनुसार खतरनाक सामान वितरित करने का प्रयास हमेशा संभव नहीं हो सकता है।



चित्र 2.1.16: निषिद्ध वस्तुएँ



चित्र 2.1.17: कुछ निषिद्ध वस्तुओं की सूची

### 2.1.10 मैनुअल हैंडलिंग

मैनुअल हैंडलिंग को किसी ऐसी गतिविधि के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसमें किसी व्यक्ति, जानवर या चीज को उठाने, उतारने, धक्का देने, खींचने, ले जाने, पकड़ने या रोकने में किसी व्यक्ति द्वारा बल के उपयोग की आवश्यकता होती है। सामान्य तौर पर, मैनुअल हैंडलिंग शब्द को बल का उपयोग करके कुछ भी स्थानांतरित करने के रूप में परिभाषित किया जाता है। मैनुअल हैंडलिंग कार्यों को पीठ की चोट के मुख्य कारण के रूप में पहचाना जाता है। इसलिए, यह महत्वपूर्ण है कि चोट के जोखिम, विशेष रूप से पीठ की चोट से बचने के लिए मैनुअल हैंडलिंग प्रशिक्षण दिया जाए।

उचित मैनुअल हैंडलिंग तकनीक

### 2.1.11 मैनुअल हैंडलिंग के चरण



**चरण 1:** उठाने की योजना बनाएं। पहचानें कि लोड को कहाँ स्थानांतरित किया जाना चाहिए और यदि उपलब्ध हो तो उपयुक्त हैंडलिंग उपकरणों का उपयोग करें। निर्धारित करें कि क्या लोड अकेले स्थानांतरित किया जा सकता है या सहायता की आवश्यकता है। सुनिश्चित करें कि रास्ते में कोई बाधा न हो



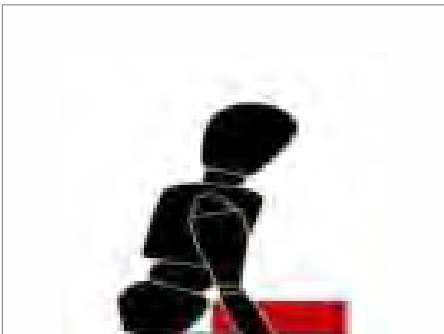
**चरण 2:** पैरों को अलग रखें और सुनिश्चित करें कि आप पूरी तरह से संतुलित हैं। भार आपके शरीर के जितना संभव हो उतना करीब होना चाहिए। अपने घुटने को मोड़ें न कि पीठ को। पीठ सीधी रखें



**चरण 3:** मजबूती से पकड़ें। इस्तेमाल किए जाने वाले दस्ताने के प्रकार पर विचार करें क्योंकि कुछ दस्तानों के लिए अतिरिक्त पकड़ बल की आवश्यकता होगी। मैनुअल हैंडलिंग गतिविधियों के लिए अनुशंसित दस्ताने पावर ग्रिप दस्ताने होते हैं।



**चरण 4:** झटका न दें और अचानक से हिलने-डुलने से बचें। धीरे से उठाएं और भार पर नियंत्रण रखें। पैरों को चलाएं और मुड़ते समय अपने शरीर को न मोड़ें



**चरण 5:** यदि लोड की सही स्थिति अनिवार्य है तो पहले इसे नीचे रखें, और इसके बाद इसे वांछित स्थिति में लाने के लिए समायोजित करें।



**चरण 6:** इसे उचित तरीके से रखें

## 2.1.12 ट्रॉलियों के प्रकार और हस्तचालित हैंडलिंग उपकरण

### रोल केज

रोल केज (रोल कंटेनर या रोल पैलेट के रूप में भी जाना जाता है) आमतौर पर वेयरहाउसिंग, भंडारण और वितरण में उपयोग किया जाता है। हड्डियों और मांसपेशियों की चोटों और अन्य चोटों निम्न के कारण आती हैं:

- लोड किए गए रोल केजों को, विशेष रूप से ढलानों पर, सीढ़ियों पर या असमान फर्श सतहों पर धकेलना/खींचना;
- रोल केजों के अतिसंतुलन को रोकने की कोशिश करना (और जहां यह सफल नहीं था वहां कुचलने से चोट लगना);
- रोल केजों का बार-बार लदान और उतराई;
- केजों को जोड़ने/विघटित करते समय हाथों का फँसना;
- रोल केज और दीवार, वाहन के किनारे आदि के बीच हाथों और शरीर के अन्य हिस्सों का फँसना;
- कैस्टर के नीचे पैर फँसना; तथा
- लोडिंग और अनलोडिंग के दौरान लॉरी (जैसे टेल लिफ्ट से) से गिरने वाले रोल केज, अक्सर सबसे गंभीर चोट का कारण बनते हैं।



चित्र 2.1.18: ट्रॉली

### ट्राली

नियोक्ताओं को कर्मचारियों के उपयोग के लिए डिज़ाइन की गई उपयुक्त ट्रॉली का चयन करने की आवश्यकता है। ट्रॉलियों को समतल, यहां तक कि सतहों पर उपयोग करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। यदि ढाल पर उपयोग किया जाता है, तो ट्रॉलियों के अनियंत्रित होने का खतरा हो सकता है, जिससे लोगों को चोट लग सकती है। ट्रॉलियों का उपयोग ग्रेडिएंट्स पर नहीं किया जाना चाहिए जब तक कि ऐसे जोखिमों को होने से रोकने के लिए कार्य की एक सुरक्षित प्रणाली नहीं अपनाई जाती है। नियोक्ताओं को ट्रॉलियों के उपयोग और ट्रॉली के निरीक्षण और रखरखाव के लिए एक प्रणाली के उपयोग पर एक मैनुअल हैंडलिंग मूल्यांकन करने की आवश्यकता है

### क) प्लेटफॉर्म ट्रक



चित्र 2.1.19: प्लेटफॉर्म ट्रक

ख) समायोजन योग्य ऊंचाई



चित्र 2.1.20: समायोज्य ऊंचाई टर्नटेबल

ग) मोबाइल कन्वेयर



चित्र 2.1.21: मोबाइल कन्वेयर

घ) वैक्यूम हॉइस्ट



चित्र 2.1.22: निर्वात हॉइस्ट

## नोट

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## अभ्यास

1. विभिन्न कोडिंग सिस्टम क्या होता हैं?
2. शिपिंग संदर्भ संख्या क्या होती है?
3. एक कूरियर पर्ची से शिपिंग संदर्भ संख्या की पहचान करें
4. पिनकोड क्या होता है?
5. बारकोड क्या होता है?
6. अलग-अलग लेबल लगाएं और छात्रों को प्रत्येक लेबल की व्याख्या करनी है।

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



<https://youtu.be/JEheyapVLHg>

बारकोड



<https://youtu.be/o-OnIRTVmh8>

कूरियर ट्रैकिंग



### 3. बिक्री की गतिविधियों के लिए योजना

इकाई 3.1 दैनिक योजना बनाना

इकाई 3.2 मिलने के लिए तैयारी



## सीखने के प्रमुख परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. ग्राहकों के बारे में जानकारी एकत्र करने के तरीके के बारे में बताना
2. संभावित ग्राहकों का मूल्यांकन करना
3. पता लगाएं कि ग्राहकों से मिलने से पहले कौन सी जानकारी एकत्र की जानी चाहिए
4. बाजार के रुझान की खोज
5. ग्राहकों का डेटाबेस इकट्ठा करना
6. बाजार की प्रवृत्तियों को पहचानने के तरीके का वर्णन करना
7. पिछले रिकॉर्ड से बिक्री के कच्चे डेटा का मूल्यांकन करना
8. असंतुष्ट ग्राहक और संतुष्ट ग्राहकों में अंतर करना
9. लक्ष्य का आकलन कैसे करें और अंतराल को कैसे मापें
10. मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखने के लिए विभिन्न रणनीतियों का मूल्यांकन करना
11. नए ग्राहकों को प्राप्त करने के लिए रणनीति तैयार करना
12. दिन की गतिविधियों की योजना बनाना और समय का प्रबंधन करना



## इकाई 3.1 दैनिक योजना बनाना

### इकाई के उद्देश्य

इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. बाजार के रुझान की पहचान करना
2. पिछले रिकॉर्ड से बिक्री के कच्चे डेटा का मूल्यांकन करना
3. असंतुष्ट ग्राहक और संतुष्ट ग्राहकों में अंतर करना

### 3.1.1 बाजार के रुझान को समझना

बाजार का रुझान इस बात की समझ है कि यह क्षेत्र कितना अच्छा प्रदर्शन कर रहा है। इसे आम तौर पर एक विशेष दिशा के रूप में चिह्नित किया जाता है जो यह समझने में सहायता करता है कि बाजार सकारात्मक या नकारात्मक प्रवृत्ति में प्रदर्शन कर रहा है।



चित्र 3.1.1: ऊपर और नीचे की ओर प्रचलन

मौसमी और गैर-मौसमी के आधार पर, प्रवृत्ति भिन्न हो सकती है, क्योंकि मौसमी समय के दौरान, बाजार अच्छा प्रदर्शन करेगा। ऐसे मौसमों के उदाहरण हैं बिक्री का मौसम।

जब बाजार नीचे की ओर प्रदर्शन कर रहा हो, तो हमेशा सेफ जोन में रहना बेहतर होता है और किसी भी जोखिम के साथ ओवरटेक नहीं करना चाहिए। ग्राहक से बाहर की अपेक्षा भी उसी पर आधारित होनी चाहिए। जब बाजार अच्छा प्रदर्शन नहीं कर रहा हो तो हम ग्राहक पर अधिक ऑर्डर के लिए दबाव नहीं डालेंगे।

जब रुझान अच्छा होता है, तो यह संकेत देता है कि बाजार में बहुत अधिक संभावनाएं उपलब्ध हैं। ग्राहक को अधिक ऑर्डर के लिए जोर देने के लिए कहने का यह सही समय होगा। यह सुनिश्चित करना भी आवश्यक है कि क्षमता का अच्छी तरह से उपयोग किया जाएगा और कंपनी पर बोझ नहीं होना चाहिए।

एक कूरियर संगठन के रूप में, कई ग्राहक होंगे और विभिन्न ग्राहकों के लिए, अलग-अलग मौसम और अलग-अलग चक्र होंगे। यह समझना आवश्यक है कि प्रत्येक माह के दौरान किस ग्राहक के पास बेहतर अवसर होंगे और जिसके आधार पर ग्राहकों की पहचान करने की योजना की पहचान की जानी चाहिए।

### 3.1.2 डाटा की समीक्षा

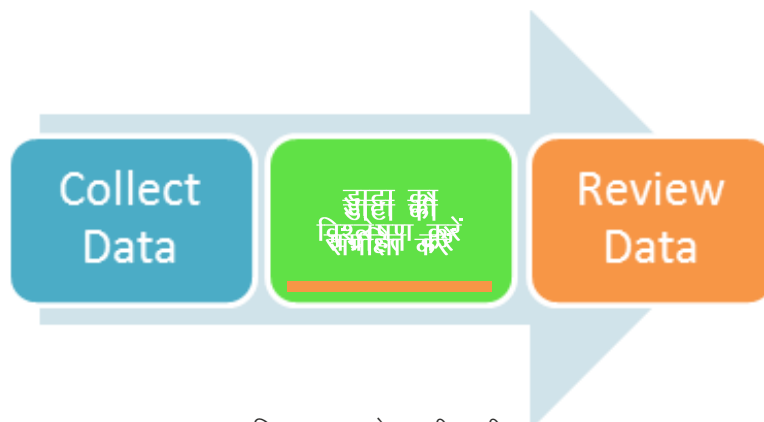
कंपनी के पास एक क्लाउंट डेटाबेस होगा जिसे हमेशा सुरक्षित रखा जाना चाहिए। चूंकि कंपनी के ग्राहक किसी भी व्यवसाय की कुंजी हैं और उनकी गोपनीयता बनाए रखना प्रमुख और बुनियादी नैतिकता होगी जिसका पालन करना होगा। यह पिछले प्रबंधकों और सहयोगियों की कड़ी मेहनत और समर्पण से होगा, इसलिए मौजूदा ग्राहकों के डेटाबेस को बनाए रखना आवश्यक है।



चित्र 3.1.2: डेटा की समीक्षा

व्यावसायिक प्रवृत्तियों की प्रकृति और वर्तमान व्यावसायिक प्रवृत्तियों के दायरे को समझकर, ग्राहक डेटा एकत्र करें। डेटा का विश्लेषण करें और समझें कि सभी संभावित ग्राहक कौन हैं, जिनका संगठन के साथ बेहतर संबंध है, जो सुधार महसूस करते हैं, जिनके पास हल करने के लिए प्रश्न होते हैं आदि। क्लाउंट डेटाबेस को प्रबंधित करें और उन ग्राहकों की वर्तमान स्थिति को समझने के लिए डेटा की समीक्षा करें जिन पर ध्यान देने की आवश्यकता है या जिसने पूछताछ की है। मौजूदा क्लाउंट की पहचान करें जो अभी भी जुड़ा हैं और पिछले क्लाउंट जो संगठनों के साथ थे और छोड़ गए, और नए क्लाउंट जो अधिक व्यवसाय देने के लिए पर्याप्त रूप से संभावना रखते हैं।

तार्किक कौशल के साथ मूल्यांकन करें और बेहतर ग्राहकों और बेहतर व्यावसायिक संभावित ग्राहकों को समझें



चित्र 3.1.3: डेटा की समीक्षा

ग्राहक की समीक्षा और जरूरतों के आधार पर, उन ग्राहकों की सूची तैयार करें जिनसे आप उस दिन मिलेंगे और जिन ग्राहकों को तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है।

उन ग्राहकों की सूची की पहचान करें जिनके पास आप जाकर मिलेंगे।

1. असंतुष्ट ग्राहक कौन हैं?
2. क्या दोस्तों, सहकर्मियों और पूछताछ से आपको कोई नई लीड मिली है?
3. सीआरएम डेटाबेस से उन ग्राहकों की सूची तैयार करें जिन पर तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है?
1. जिन ग्राहकों से आप बहुत पहले मिल चुके हैं



चित्र 3.1.4: ग्राहक संबंध प्रबंधन

कंप्यूटर और सॉफ्टवेयर का उपयोग बहुत उच्च स्तर पर किया जाता है और इसलिए ग्राहकों के बारे में डेटा प्राप्त करना आजकल बहुत आसान है। ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम), सॉफ्टवेयर वे हैं जो ग्राहक के व्यवहार को समझते हैं। यह संभावित ग्राहकों तक आसानी से पहचानने में मदद करता है और सही संभावित व्यवसाय का पता लगाने के लिए भी उपयोगी है। कृत्रिम बुद्धि और पूर्वानुमान तकनीकों की शुरुआत के कारण, सिस्टम सही संभावित ग्राहकों की भविष्यवाणी और पहचान करता है। इससे प्रमुख प्रेषक कार्यकारी की पहचान प्रक्रिया आसान हो जाती है।

लेकिन निर्णय आपको करना है क्योंकि कि आप व्यवसाय की जमीनी स्थिति को जानते हैं।

नोट 

---



---



---



---



---

## इकाई 3.2 मिलने के लिए तैयारी

### इकाई के उद्देश्य



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. लक्ष्य का आकलन कैसे करें और अंतराल को कैसे मापें यह बताना
2. मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखने के लिए विभिन्न रणनीतियों का मूल्यांकन करना
3. नए ग्राहक बनाने के लिए रणनीति तैयार करना
4. दिनभर की गतिविधियों की योजना बनाना और समय का प्रबंधन करना

### 3.2.1 ग्राहक खंड

**खुदरा बिक्री** – ये ऐसे ग्राहक होते हैं जो कम मात्रा में बिक्री करवाते हैं। व्यवसाय के संदर्भ में संगठन के साथ वे कम संख्या या मात्राओं का व्यवहार करते हैं। वे निरंतर या थोक नहीं हो सकते हैं, लेकिन एक वे स्थिर व्यवसाय में उपयोगी होंगे।

**संस्थागत बिक्री** – ये ऐसे ग्राहक होते हैं जो संगठन के साथ बड़ी मात्रा में व्यापार करते हैं। व्यापार की मात्रा या संख्या बहुत अधिक होगी और जरूरतें नियमित और निरंतर रहेंगी।

संस्थागत ग्राहक के किसी भी गिरावट से व्यापार में अधिक नुकसान होगा।

### 3.2.2 लक्ष्य का आकलन करना

एक प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के रूप में दोनों ग्राहक खंडों में नए ग्राहक प्राप्त करने के लिए प्रत्येक माह/प्रत्येक तिमाही/प्रति वर्ष के लिए एक लक्ष्य होगा



चित्र 3.2.1: लक्ष्य का आकलन करना

संगठन द्वारा आपके लिए निर्धारित लक्ष्य को समझें। निर्धारित लक्ष्य हमेशा उच्च होंगे और चुनौतीपूर्ण दिखते हैं लेकिन अधिक व्यवहार्य हैं। उचित योजना और क्रियान्वयन से लक्ष्य को पूरा करना हमेशा संभव होता है।

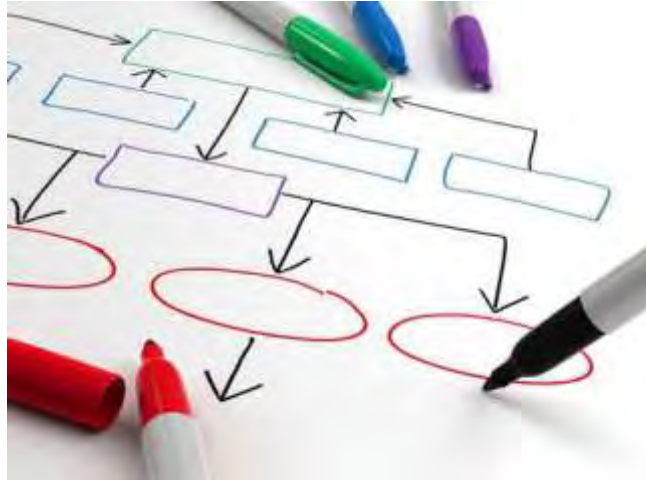
व्यवसाय में परिवर्तित लक्ष्यों के संदर्भ में वर्तमान उपलब्धियों के साथ स्वयं का मूल्यांकन करें। प्राप्ति के आधार पर, लक्ष्यों के बीच के अंतर की पहचान करें। योजना बनाएं और समझें कि कितना काम करना है और परिवर्तन करना है। दिन के लिए किस योजना के आधार पर काम करना और समझें कि दिन के लिए कितने ग्राहकों को मिलना है।

### 3.2.2 रणनीतियाँ बनाना

समझें कि लक्षित दर्शक कौन हैं, ग्राहक द्वारा कौन से प्रश्न पूछे जाएंगे, खुद को कैसे लैस किया जाए, अपने डिलिवरेबल्स को समझें, संबंधों को समझें और रणनीति तैयार करें।

रणनीतियों को संबंध वास्तव में ग्राहक के आदेशों को प्राप्त करने और सुचारु व्यापार प्रवाह सुनिश्चित करने से है। एक बार जब आप उन ग्राहकों के प्रकार और संख्या की पहचान कर लें जिनसे आप मिलने जा रहे हैं, तो प्रत्येक ग्राहक के लिए एक रणनीति बनाएं।

हर ग्राहक अलग होता है और उनकी हर जरूरत अलग होती है और समस्याएं भी अलग होती हैं। एक विशेष प्रकार के व्यवसाय को तैयार करना और समझना सभी परिस्थितियों में अच्छी तरह से काम नहीं करता है। इसलिए दिन की शुरुआत करने से पहले, प्रत्येक ग्राहक को समझ लें।



चित्र 3.2.2: रणनीतियाँ बनाना

प्रत्येक ग्राहक के आधार पर तैयारी करें (मौजूदा)

- ग्राहक पोर्टफोलियो खोलें और उस व्यवसाय को समझें जिसमें वे शामिल हैं
- पिछली विफलताओं या मुद्दों या संगठन के साथ प्रतिक्रिया पर शोध
- ग्राहक के निकट भविष्य में व्यावसायिक संभावनाओं की खोज करें
- नए प्रस्तावों या प्रचारों की तलाश करें जो ग्राहक के लिए उपयुक्त हों
- ग्राहक के साथ साझा की जाने वाली अच्छी चीजों की सूची तैयार करें (विकास, भविष्य के संचालन, आदि)

ग्राहक के आधार पर तैयारी करें (नए)

- यह समझने के लिए अनुसंधान करें कि वे किस प्रकार के व्यवसाय में शामिल हैं
- संभावित मात्रा क्या है जिसकी अपेक्षा की जाएगी?
- कौन से ऑफ़र और प्रचार योजनाएं साझा की जाएंगी और क्लाइंट के लिए सबसे उपयुक्त होंगी?
- संगठन के प्रदर्शन और व्यावसायिक संपर्क पर विवरण
- संगठन के बारे में प्रस्तुति जो ग्राहक की आवश्यकताओं के अधिक सटीक रूप से अनुकूल हो
- ग्राहक द्वारा पूछे जाने वाले संभावित प्रश्नों को जानें और तैयार करें
- अपने आउटरीच को स्पष्ट रूप से परिभाषित करने की तैयारी करें

### 3.2.3 विशिष्ट दिन के लिए समय योजना

किसी दिन के लिए योजना बनाना एक प्रमुख सतस्या और एक वास्तविक चुनौती है। हर ग्राहक अलग-अलग जगहों पर होता है और उनसे समय पर मिलना बहुत जरूरी है। दिन की योजना की शुरुआत पहले की गई प्रतिबद्धताओं और नियुक्तियों के विश्लेषण से होनी चाहिए जो पहले से तय की गई थीं।

बिक्री टीम का आबंटन ज्यादातर भौगोलिक क्षेत्र पर आधारित होगा और इसलिए मार्ग की योजना इस तरह से बनाएं कि आप मार्ग में अधिक ग्राहकों से मिलें।

बिना समय लिए ग्राहक के पास न जाएं। ग्राहकों से मिलने से पहले पुष्टि करना हमेशा बेहतर होता है। कभी-कभी ग्राहक व्यस्त होगा और उसे प्रतीक्षा करने की आवश्यकता होगी। कुछ परिस्थितियों में, आपको इंतजार करना पड़ता है और ग्राहक से मिलना पड़ता है और इसलिए अगले ग्राहक से मिलने में देरी हो सकती है। इसलिए पहले और दूसरे ग्राहक से मिलने के बीच पर्याप्त समय रखना हमेशा अच्छा होता है।



चित्र 3.2.3: दिन के लिए समय योजना

## मिलने का समय

	SATURDAY April 27, 2013	SUNDAY April 28, 2013	MONDAY April 29, 2013	TUESDAY April 30, 2013	WEDNESDAY May 1, 2013	THURSDAY May 2, 2013	FRIDAY May 3, 2013
8:00							8:00
8:30							8:30
9:00							9:00
9:30							9:30
10:00							10:00
10:30							10:30
11:00							11:00
11:30							11:30
12:00							12:00
12:30							12:30
1:00							1:00
1:30							1:30
2:00							2:00
2:30							2:30
3:00							3:00
3:30							3:30
4:00							4:00
4:30							4:30
5:00							5:00
5:30							5:30
6:00							6:00
6:30							6:30

चित्र 3.2.4 मिलने का समय

नोट




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

सारांश



इस अध्याय में ग्राहकों से मिलने की योजना बनाने और दिन के लिए सही ग्राहक खोजने के साथ-साथ दिन की तैयारी पर चर्चा की गई है। इस अध्याय में सही ग्राहक से मिलना और बिक्री योजना तैयार करना समझाया गया है। ग्राहक के डेटा की समीक्षा और पिछले बिक्री डेटा विश्लेषण को विस्तृत रूप से समझाया गया है।

अभ्यास



1. मार्केट ट्रेंड क्या है?
2. दो प्रकार के ग्राहक कौन से हैं?
3. आप किसके लिए (ग्राहकों के प्रकार) से मिलने के लिए समय निर्धारित करने को प्राथमिकता देंगे?
4. असंतुष्ट ग्राहकों का विश्लेषण कैसे करें?
5. आप एक दिन की योजना कैसे बनाएंगे?
6. विभिन्न मार्केटिंग परिदृश्यों की व्याख्या करें
7. भूमिका निर्वहन करते हुए और एक रणनीति तैयार करें कि ग्राहक से कैसे संपर्क किया जाए।

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



<https://youtu.be/T3cpQio764U>

ग्राहक संबंध प्रबंधन



<https://youtu.be/acnG92oToqw>

डेटा वेयरहास



<https://www.youtube.com/watch?v=7emUloowPI0>

व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण (पीपीई)







## 4. बिक्री की गतिविधियों को करना

- इकाई 4.1 – वर्तमान ग्राहकों से संबंध बनाना  
इकाई 4.2 – व्यवसाय विकास के माध्यम से  
बिक्री उत्पन्न करें



## सीखने के प्रमुख परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. संभावित ग्राहक से मिलने की योजना बनाना और उसकी पहचान करना
2. ग्राहक से मिलने का समय निर्धारित करने का तरीका बताना
3. ग्राहक की आवश्यकताओं को उनके व्यवसाय मॉडल के आधार पर पहचानना
4. ग्राहक की नब्ज जानना
5. कंपनी की सेवाएं प्रदान करना और समझाना
6. ग्राहक की जरूरतों और आवश्यकताओं को बताना
7. शामिल लागत को अलग करना और सेवाएं प्रदान करना
8. नकदी संग्रह प्रक्रियाओं का मूल्यांकन करना
9. वार्ता प्रक्रिया की व्याख्या करना

## इकाई 4.1 – वर्तमान ग्राहकों के साथ संबंध बनाना

### इकाई के उद्देश्य

इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. संभावित ग्राहक से मिलने की योजना बनाना और उसकी पहचान करना
2. क्लाइंट मीटिंग को ठीक करने का तरीका बताना
3. ग्राहक की आवश्यकताओं को उनके व्यवसाय मॉडल के आधार पर पहचानना
4. ग्राहक की नब्ज को पहचानना

### 4.1.1 मिलने के लिए ग्राहक का चयन करना

- मौजूदा ग्राहकों के डेटाबेस से संभावित ग्राहकों की पहचान करें
- संपर्क करने के लिए ग्राहक को प्राथमिकता दें
- पहचानें कि किस ग्राहक को तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है
- पहचानें कि किस ग्राहक में संगठन के साथ कारोबार बढ़ाने की क्षमता होगी
- उस ग्राहक की पहचान करें जिसके साथ आपकी पिछली कॉल बातचीत/संगठन संपर्क अच्छा है



चित्र 4.1.1: मिलने के लिए ग्राहक

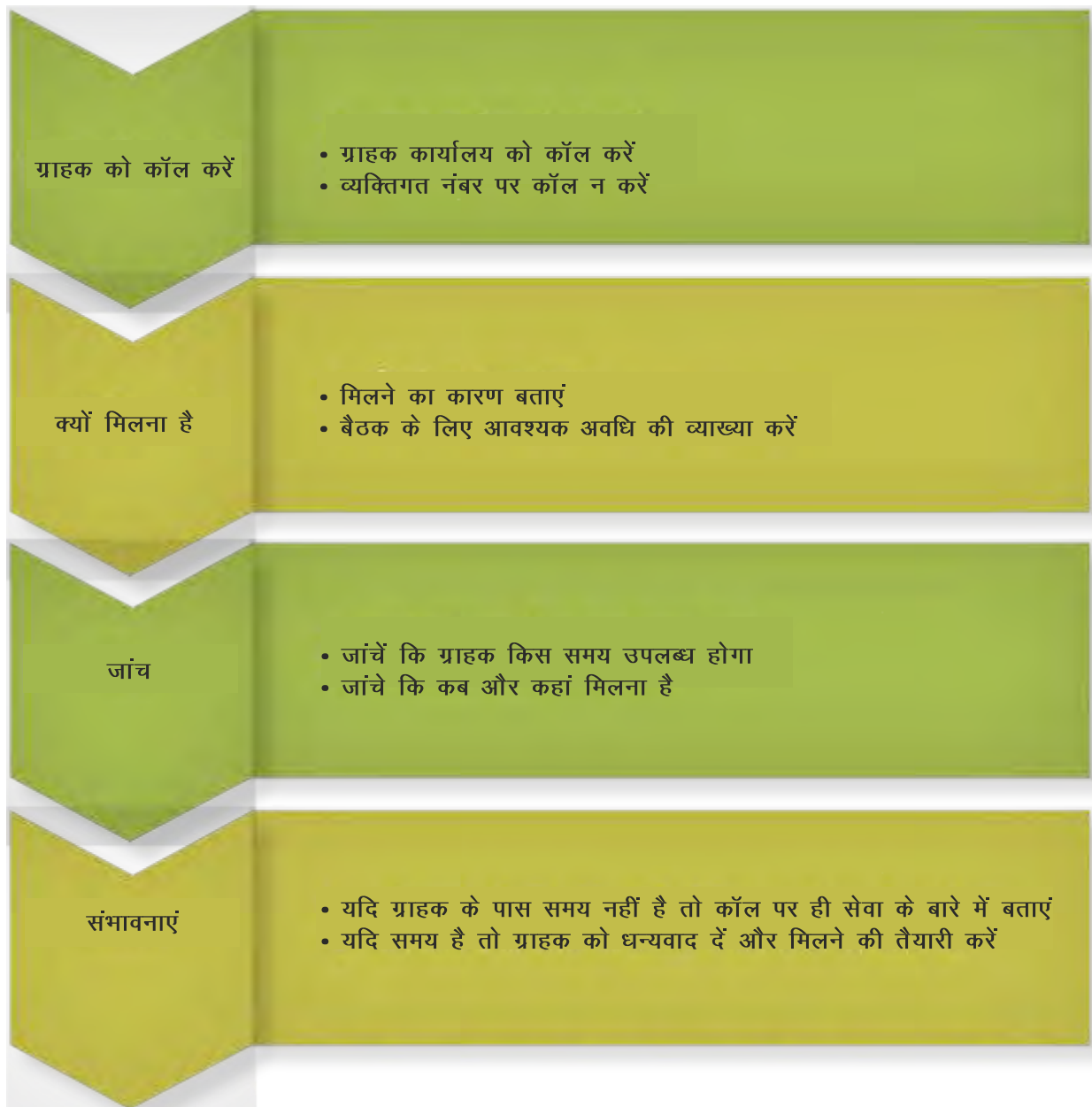
#### 4.1.2 ग्राहक के साथ मिटिंग निर्धारित करना

ग्राहकों के साथ मिलने का समय लिए बिना उनसे मिलना अच्छा तरीका नहीं है और अनैतिक है। पहले से समय निर्धारित करना और उनसे मिलने के लिए उनकी उपलब्धता को समझना चाहिए।

आम तौर पर, ग्राहक निम्न कारणों से व्यस्त होता है

- अन्य बैठकों के कारण
- दिन की व्यस्त गतिविधियां
- कार्यालय में अनुपस्थित
- अन्य संगठनात्मक प्रतिबद्धताओं के कारण मिलने का समय नहीं

इसलिए भ्रम और ग्राहक को व्यंग्यात्मक स्थिति में डालने से बचने के लिए, आपके आने से पहले ग्राहक के साथ संवाद करना हमेशा बेहतर होता है। क्लाइंट से मिलने के लिए किसी विशेष समय के साथ उचित समय निर्धारित करना हमेशा बेहतर होता है।



### 4.1.3 ग्राहक को समझाएं और ग्राहक की आवश्यकता को समझें

जब ग्राहक आमने-सामने बैठक के लिए अनुपलब्ध हो, तो कॉल द्वारा सेवाओं के बारे में बताने का प्रयास करें। एक तरह से यह किफायती है और यात्रा के समय की बचत करता है, लेकिन यह जांचना भी आवश्यक है कि ग्राहक कॉल के माध्यम से सेवाओं को समझ पाएगा या नहीं। केवल सरल मामलों में कॉल द्वारा ग्राहक को समझाने की कोशिश करें। लेकिन आमने-सामने बैठ कर बात करना बेहतर है।

कॉल पर प्रबंधित करें कि आप किस एजेंडा को समझाने की कोशिश कर रहे हैं और उत्पादों और सेवाओं पर संभावित प्रश्नों के साथ तैयार हो जाएं, वार्ता अतिरिक्त मूल्य वर्धित सेवाओं से संबंधित प्रश्नों पर होगी।

ग्राहक की नब्ज को समझना भी समान रूप से आवश्यक है कि क्या ग्राहक ऑर्डर लेने के लिए तैयार है या ग्राहक उत्पाद/सेवाओं से खुश है। व्यवसाय को आगे बढ़ाने और बातचीत करने के लिए ग्राहक को हर संभव तरीके से समझाएं।

परिणाम चाहे जो भी हो, क्लाइंट से फीडबैक और उनकी अपेक्षाओं को नोट करें।



चित्र 4.1.2: ग्राहक को कॉल करें और समझाएं

नोट 

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 4.2—व्यवसाय विकास के माध्यम से बिक्री उत्पन्न करें

### इकाई के उद्देश्य

इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी /शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. कंपनी की सेवाएं प्रदान करें और समझाना
2. ग्राहक की जरूरतों और आवश्यकताओं की व्याख्या करना
3. शामिल लागत को अलग करें और सेवाएं प्रदान करना
4. नकद संग्रहण प्रक्रियाओं का मूल्यांकन करना

### 4.2.1 ग्राहक से मिलने के चरण



चरण 1: समय के पाबंद रहें



चरण 2: अच्छी तरह से कपड़े पहने



चरण 3: सुदृढता से हाथ मिलाना



चरण 4: अपना परिचय दें



चरण 5: निरर्थक शब्दों का प्रयोग न करें



चरण 6: संगठित रहें

#### 4.2.2 सेवा और लाभों का वर्णन करना

सकारात्मक मूड के साथ शुरुआत करना हमेशा अच्छा होता है।

- अपनी यात्रा का उद्देश्य स्पष्ट करें
- कंपनी द्वारा दी जाने वाली सेवाओं के बारे में बताएं
- ग्राहक को संगठन के व्यापक विचार के बारे में समझाएं।
- क्लाइंट को संगठन के विकास और भविष्य की योजनाओं, अपने संबंधों और नेटवर्क के बारे में समझाएं।
- अपने अन्य संभावित ग्राहकों को समझाएं कि आप उनके व्यवसाय को सफलतापूर्वक कैसे प्रबंधित करते हैं।
- हमेशा सफलता की कहानियां रखें।
- विभिन्न प्रस्तावों और लाभों का वर्णन करें जो संगठन ने ग्राहकों के व्यवसाय के लिए योजना बनाई है



चित्र 4.2.1: सेवा और लाभों का वर्णन करें

#### 4.2.3 प्रश्नों को सुनें

एक बार स्पष्टीकरण के बाद या प्रस्तुति के बाद, क्लाइंट से पूछें कि क्या उनके पास कोई प्रश्न है।

ग्राहक अधिक सकारात्मक रूप से उनके लिए प्रासंगिक व्यवसाय और प्रक्रिया, इसकी दक्षता से संबंधित प्रश्न पूछेंगे। यह हमेशा अच्छा होता है कि आप उत्तर देने से पहले पर्याप्त होमवर्क तैयार करें।

ग्राहकों के साथ हो रही बैठकों और चर्चाओं के कार्यवृत्त को लिखें।



चित्र 4.2.2: प्रश्नों को सुनें

ग्राहक को उनकी आम सहमति समझाने दें। ग्राहक के सटीक प्रश्न को समझें और विनम्रता से उनका उत्तर दें। यदि कोई ग्राहक कुछ ऐसी जानकारी चाहता है जिसके बारे में आपको कोई जानकारी नहीं है, तो कृपया ग्राहक को समझाएं कि, आप इस प्रश्न को नोट कर लेंगे और आप अपने वरिष्ठों से चर्चा करेंगे और उनका उत्तर देंगे।

उन्हें एक विशेष समय सीमा के बारे में सूचित करें जिसके अंदर उन्हें उत्तर प्राप्त होगा।

#### 4.2.4 सेवाओं और लागत पर बातचीत करें

एक बार जब ग्राहक प्रश्नों से संतुष्ट हो जाएं, तो ग्राहक से उनके संभावित व्यावसायिक अवसर के बारे में पूछें। व्यापार की मात्रा को समझें और अनुमान लगाएं और प्रस्ताव रखें।

हमेशा बाजार लागत से सावधान रहें और आपके संगठन के शुल्कों से सावधान रहें। कीमत बहुत अधिक नहीं होनी चाहिए और बहुत कम नहीं होनी चाहिए। बहुत अधिक कीमत से आपको आदेश नहीं मिलेगा और बहुत कम सेवा की गुणवत्ता के कमजोर होने का एहसास कराएगा। कोटेशन के समय सभी मूल्य दिखाई देने चाहिए। हमेशा छिपे हुए शुल्कों के प्रकार को उजागर करने का प्रयास करें जो दिन-प्रतिदिन की गतिविधियों से जुड़े हो सकते हैं। इसे छिपाने से दीर्घकालिक संबंध खराब हो सकते हैं।

ग्राहक हमेशा समझौते के लिए आएंगे। समझौता दोनों पक्षों के लिए सही होनी चाहिए। समझें कि सबसे अच्छी कीमत क्या होगी जिसके लिए ग्राहक नीचे आएगा और उसमें से कीमत तय करेगा। ग्राहकों के नियमों और तरीकों को ध्यान से पढ़ने की कोशिश करें और एक निश्चित मूल्य के साथ आएँ जहां दोनों पक्षों को पारस्परिक लाभ होगा।



चित्र 4.2.3 सेवाओं और लागत का समझौता करें



#### 4.2.5 भुगतान प्राप्त करें

एक बार पुष्टि के बाद, यदि ग्राहक से कोई पूर्व भुगतान या जमा राशि एकत्र की जानी है, तो उसे संदर्भ विभाग से प्राप्त करें।

मौजूदा ग्राहकों के लिए प्रक्रिया के अनुसार बकाया भुगतान एकत्र करें।

संगठनों के बीच, नेट बैंकिंग, डीडी या चेक के रूप में बैंक से बैंक हस्तांतरण के संबंध में भुगतान की शर्तों पर बात करें और नकद लेनदेन से बचें।



चेक / डीडी

चित्र 4.2.4: भुगतान

भुगतान की रसीद प्रदान करें। ग्राहक को धन्यवाद दें और परिसर छोड़ दें।

#### सारांश



इस अध्याय में बैठक तय करने के तरीके और मिलने का समय तय करते समय क्या संवाद करना है, इसके बारे में बताया गया है। ग्राहक से मिलने के दौरान पालन किए जाने वाले शिष्टाचार की विस्तार से चर्चा की गई है। बैठक में किन बातों का ध्यान रखा जाए और बैठक को और अधिक उत्पादक कैसे बनाया जाए, इस पर आगे चर्चा की गई है।

#### अभ्यास



1. आप सही ग्राहक की पहचान कैसे करेंगे?
2. एक कूरियर कंपनी द्वारा प्रदान की जाने वाली सामान्य सेवाएं कौनसी हैं?
3. जब ग्राहक ऐसी जानकारी मांगता है, जिसके बारे में आपको जानकारी नहीं है, तो आप क्या करेंगे?
4. क्लाइंट को कॉल करने और मीटिंग फिक्स करने की भूमिका निर्वहन करें।
5. क्लाइंट को मीटिंग का उद्देश्य समझाएं।
6. क्लाइंट से अपना परिचय दें (रोल प्ले)
7. मूल्य पर समझौता करने के लिए ग्राहक और केसीई के रूप में भूमिका निर्वहन करें।

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



<https://youtu.be/kJjAk3L3pDU>

लक्षित दर्शक



<https://youtu.be/Lok5qDnWNxg>

बातचीत का कौशल





## 5 बिक्री के बाद की गतिविधियां

यूनिट 5.1 – संभावित ग्राहकों के साथ फोलोअप

यूनिट 5.2 – मार्केट इंटेलिजेंस और बिक्री प्रक्रिया की निगरानी



### सीखने के प्रमुख परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. पहचान सकेंगे कि उत्पन्न लीड से कैसे और कब संपर्क करना है
2. बातचीत के दौरान पालन किए जाने वाले शिष्टाचार की व्याख्या करना
3. ग्राहकों की रुचि का मूल्यांकन करना
4. संभावित ग्राहकों में अंतर करना
5. प्रतिस्पर्धियों की पहचान करना
6. बाजार प्रतिस्पर्धियों के साथ मुकाबलना करने की रणनीतियों का वर्णन करना
7. पेशकशों का मूल्यांकन करना
8. संबंधों को विकसित करने और निर्माण के नए तरीकों की खोज करना
9. टीम के निर्माण की व्याख्या करना

## यूनिट 5.1 –संभावित ग्राहकों के साथ फोलोअप

### इकाई उद्देश्य

इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी /शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. पहचान सकेंगे कि उत्पन्न लीड से कैसे और कब संपर्क करना है
2. बातचीत के दौरान पालन किए जाने वाले शिष्टाचार की व्याख्या करना
3. ग्राहकों की रुचि का मूल्यांकन करना
4. संभावित ग्राहकों में अंतर करना

### 5.1.1 लीड के साथ सम्पर्क

एक बार ग्राहकों को मिलने के बाद, संभावित ग्राहकों को समझना और आगे के व्यावसायिक सुधारों को विकसित करना आवश्यक है।

लीड्स – लीड्स सम्पर्कों से अलग होते हैं। संपर्क आपके ज्ञात लोग या किसी संगठन के सहयोगी हैं। लीड वे होते हैं जिनकी आपके व्यवसाय/सेवाओं में रुचि हो सकती है। वे आपको जान सकते हैं और ज्ञात और अज्ञात स्रोतों (इंटरनेट, व्यापार प्रदर्शनियों, सेमिनार, विज्ञापन, आदि) से आपसे संपर्क कर सकते हैं।



चित्र 5.1.1: ग्राहकों से संचार

समयबद्ध बातचीत हर समय पालन किया जाने वाला एक अनिवार्य शिष्टाचार है। भले ही ग्राहक की व्यवसाय में रुचि हो, अवांछित समय पर लगातार संचार और बहुत अधिक कॉल ग्राहक को संगठन के बारे में नकारात्मक दृष्टिकोण वाला बना सकते हैं। इससे वह व्यवसाय से दूर जा सकता है। इसलिए, समय पर संचार करना आवश्यक है।



चित्र 5.1.2 नाराज ग्राहक

#### क्या करें

- निश्चित आवृत्ति पर संचार करें
- फिर से कब बात करनी है, इसकी अनुमति लें
- बहुत विनम्र बातचीत करें
- दूसरों के उत्तर की प्रतीक्षा करें – ग्राहकों को पर्याप्त समय दें
- बातचीत के लिए सुविधाजनक समय को देखें
- अनुमति और रुचि लें
- फिर से बात करने के लिए पुष्टि प्राप्त करें
- संक्षिप्त बात करें।
- संचार करने से पहले अपने संदेश को स्पष्ट रूप से तैयार करें

#### क्या न करें

- जिद्दी न बनें
- बहुत अधिक या बहुत जल्दी संवाद न करें या उन्हें लगातार ईमेल न करें
- यदि ग्राहक ने मना किया है कि अभी आप बात नहीं कर सकते, तो बात न करें।
- गलत सूचना न दें
- जब तक आप एजेंडा के लिए तैयार न हों तब तक संवाद न करें
- तुरंत निर्णय न लें
- कुछ भी मान न लें, खुले रहें

### 5.1.2 लीड का विश्लेषण करें, रणनीति बनाएं और लीड योजनाओं को लागू करें

संचार के दौरान दी गई प्रतिक्रियाओं और रुचि के मूड के आधार पर संगठन के लिए रणनीतियां और एजेंडा तैयार करें।



चित्र 5.1.3: ग्राहक सुनता है

- क्या अगर ग्राहक सुनता है
- क्या वे उत्पाद/सेवा पर अधिक वास्तविक प्रश्न पूछते हैं



चित्र 5.1.4: वास्तविक प्रश्न



चित्र 5.1.5: प्रश्न

- क्या वे मोल भाव करने की कोशिश करते हैं
- क्या वे वापस बुलाते हैं



चित्र 5.1.6: वापिस कॉल

ये बहुत कम लक्षण हैं जो दर्शाते हैं कि ग्राहक की सेवा में रुचि हो सकती है। एक बार ग्राहक के मूड को समझने के बाद, रणनीति विकसित करने का प्रयास करें।

ग्राहक को प्रेरित रखने के लिए रणनीतियों का निर्माण आवश्यक है।

1. उन्हें ऑफर दें या छूट प्रदान करें
2. व्यवसाय के अवसरों को बढ़ाने की योजना का मूल्यांकन करें
3. बेहतर मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ बनाएं
4. कस्टमाइज्ड प्लान डिजाइन करें जो ग्राहक के लिए उपयुक्त हो
5. दीर्घकालिक आधार पर कार्यों और वार्ताओं पर विचार करें।
6. अच्छे अवसरों को ट्रिगर करने के लिए बातचीत को सहज और सकारात्मक तरीके से आगे बढ़ाएं

क्लाइंट के साथ संवाद करें और व्यावसायिक विचारों का प्रयोग करें। किसी ऐसे व्यापार सौदे को न छोड़ें, जिसके परिवर्तित होने की संभावना अधिक हो। मौजूदा ग्राहक को बनाए रखना हमेशा एक स्मार्ट विकल्प होता है। नए ग्राहकों को विश्वास दिलाना हमेशा कठिन होता है।

ग्राहक हमेशा ऑफर को महत्व देता है। अत्यधिक प्रतिस्पर्धा के कारण, ग्राहक मूल्य वर्धित सेवाओं और प्रस्तावों की अपेक्षा करता है।

### 5.1.2 नई व्यावसायिक विकास गतिविधियों को रिकॉर्ड करें

जब बातचीत का परिणाम सकारात्मक आ रहा हो और ग्राहक ने रुचि दिखाना शुरू कर दिया हो, तो प्रस्ताव का दस्तावेजीकरण करें।

अंतिम पुष्टि के बाद और ग्राहक से आपसी सहमति पर, इसे आवश्यक जानकारी के रूप में नोट करें और ग्राहक से इसकी रसीद प्राप्त करें। यह जानकारी या तो पक्षों के बीच एक ईमेल सम्पर्क के रूप में या एक समझौता ज्ञापन (समझौता ज्ञापन) के रूप में या एक प्रस्ताव के रूप में होगी। किसी भी मूल्य निर्धारण की जानकारी को दस्तावेज़ के रूप में बनाते समय, भुगतान शर्तों और करों (समावेशी या गैर समावेशी) को समझना और उनका उल्लेख करना आवश्यक है।



## यूनिट 5.2 –मार्केट इंटेलिजेंस का निर्माण करें

### इकाई उद्देश्य

इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी /शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. प्रतिस्पर्धियों की पहचान करना
2. बाजार प्रतिस्पर्धियों से मुकाबलना करने के लिए रणनीतियों का वर्णन करना
3. पेशकशों का मूल्यांकन करना
4. संघों को विकसित करने और बनाने के नए तरीकों की खोज करना
5. टीम बिल्डिंग की व्याख्या करना

### 5.2.1 प्रतिस्पर्धियों का विश्लेषण करना

चूंकि बाजार में प्रतिस्पर्धा होती है, इसलिए अन्य कंपनियों और उसके प्रदर्शन पर नजर रखना बहुत जरूरी है। प्रत्येक कंपनी बाजार में आने के लिए कड़ी मेहनत कर रही है और सर्वश्रेष्ठ बनने के लिए कई रणनीतियों का उपयोग कर रही है।

आजकल अत्यधिक प्रतिस्पर्धा के कारण, उद्योग में होना अपने आप में एक चुनौती है क्योंकि बहुत सारे संगठन दिन प्रतिदिन उभर रहे हैं। विदेशी कम्पनियां भी घरेलू बाजार में आ रही हैं और इसलिए प्रतिस्पर्धा कठिन हो जाती है।



चित्र 5.2.1: प्रतिस्पर्धियों का विश्लेषण करें

- वो प्रयोग करें जो प्रतिस्पर्धी करते हैं।
- यह विश्लेषण करने का प्रयास करें कि प्रतिस्पर्धियों की वृद्धि और बाजार हिस्सेदारी क्या है
- उन अपशिष्ट प्रथाओं को समाप्त करें जो परंपरागत रूप से पुरानी हैं और जिनका ग्राहकों के लिए कोई महत्व नहीं है
- प्रतिस्पर्धियों की वृद्धि और गिरावट को करीब से देखें
- प्रतिस्पर्धियों की गिरावट के कारणों को समझें
- प्रतिस्पर्धियों, उनके प्रदर्शन, उनके बाजार मूल्य, शेयर, वर्तमान विकास, भविष्य की योजनाओं आदि के बारे में रिपोर्ट एकत्र करें।
- ग्राहकों से आगे निकलने के लिए नई रणनीतियां अपनाएं

### 5.2.2 सेवा पेशकशों से परिचित हों

व्यापार की पुरानी प्रथाओं को हटा दें जो ग्राहक के लिए कोई मूल्य नहीं रखते हैं। ग्राहक के अनुकूल दृष्टिकोण लागू करें और ग्राहकों के लिए जानकारी प्राप्त करें, यह रिपोर्ट की जा सकती है, निगरानी के लिए सूचना, पिछला कार्यनिष्पादन, आदि।

यह समझें और परिचित हों कि क्या पेश करना है, प्रतिस्पर्धी क्या पेशकश करते हैं और ग्राहक क्या चाहता है। ग्राहक के साथ आवश्यकता से अधिक प्रतिबद्ध न हों और की गई कोई भी प्रतिबद्धता कंपनी की नीतियों से अलग नहीं होनी चाहिए।

उद्योग को समझें और जानें कि कौन सी सर्वोत्तम प्रथाओं का पालन किया जाता है और सर्वोत्तम प्रथाओं को शामिल करने का प्रयास करें।

प्रक्रियाओं और व्यापारिक अधिग्रहणा के लिए लीन, निरंतर सुधारों को लागू करें।

### 5.2.3 टीम को जानकारी देना

प्रतिस्पर्धियों के डेटा की उनके अच्छे कार्यों के बारे में समीक्षा करें और तुरंत अपने संगठन के साथ तुलना करें। प्रतिस्पर्धी के बारे में प्राप्त जानकारी का स्रोत नैतिक होना चाहिए और केवल सार्वजनिक स्रोतों से प्राप्त किया जाना चाहिए। प्रतिस्पर्धी से संबंधित स्रोतों से बचें जो व्यवसाय के लिए नैतिक मूल्य नहीं है।

आंतरिक बिक्री प्रदर्शन और प्रतिस्पर्धी डेटा को क्षेत्रीय कार्यालय या प्रमुख कार्यालय को साझा करें।



चित्र 5.2.2: टीम को जानकारी देना

आंतरिक बिक्री प्रदर्शन में निम्न शामिल हैं

- प्रति सप्ताह किए गए कॉल/भ्रमण
- उत्पन्न लीड
- राजस्व उत्पत्ति
- लक्ष्य बनाम उपलब्धि
- ग्राहक सेवा, ग्राहकों की संतुष्टि रिपोर्ट/फीडबैक
- पिछली कॉल और व्यावसायिक संभावनाएं
- नए बाजार के लिए रणनीतियाँ/विकास योजनाएँ
- बकाया, लंबित और भुगतान रिपोर्ट

प्रतियोगी के कार्य प्रदर्शन में निम्न शामिल हो सकते हैं:

- प्रतिस्पर्धियों की बाजार हिस्सेदारी
- बिक्री वृद्धि (व्यापार की मात्रा)
- पेशकश की गई सेवाएं और विविधता
- ब्रांडिंग संबंधी गतिविधियां
- प्रचार गतिविधियां
- प्रतिस्पर्धी का मूल्य निर्धारण
- प्रतिस्पर्धी का उत्पाद मूल्य
- प्रतिस्पर्धी उत्पाद/सेवाओं में शिकायतों को संभालना।



चित्र 5.2.3: प्रतियोगी

उपर्युक्त जानकारी के साथ किसी भी मूल्य वर्धित जानकारी, जो संगठन के अनुसार आवश्यक हो सकती है, को साझा और अपडेट किया जाता है।

मुख्यालय को रिपोर्ट जमा करने के साथ-साथ प्रगति पर नज़र रखना हमेशा बेहतर होता है। यह स्व-निर्देशिका लंबे समय में सुधार और प्रदर्शन करने सहायता करेगी।

### अभ्यास

1. मार्केट इंटेलिजेंस क्या है?
2. बाजार प्रतियोगी कौन होते हैं?
3. ग्राहक को स्मार्टि पत्र भेजने के लिए संचार के तरीके कौनसे हैं?
4. सफलता प्राप्त करने की कुछ रणनितियों का वर्णन करें।
5. एक संतुष्ट ग्राहक और एक असंतुष्ट ग्राहक के लिए प्रतिक्रिया साझा करने के लिए एक भूमिका निर्वहन करें।

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



<https://youtu.be/vRrBYNoIEw4>

संचार कौशल



<https://www.youtube.com/watch?v=sTMDBAV8FU0>

वेयरहाउस स्वास्थ्य और सुरक्षा खतरे





**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 6. बचाव, सुरक्षा, स्वास्थ्य और अन्य सॉफ्ट कौशल

- इकाई 6.1 – कार्यस्थल में पालन किए जाने वाले सुरक्षा निर्देश
- इकाई 6.2 – वाहन सुरक्षा विधियां
- इकाई 6.3 – कौशल विकास



**LSC/N3054**

## सीखने के प्रमुख परिणाम



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. सुरक्षा प्रक्रिया की पहचान करना
2. चालक सुरक्षा की व्याख्या करना
3. विकसित किए जाने वाले कौशलों के संबंध में ज्ञान प्राप्त करना
4. कार्य वातावरण में निकासी के लिए प्रक्रियाओं को जानना
5. कार्य वातावरण में सुरक्षा आवश्यकताओं को जानना
6. वाहन पार्किंग प्रक्रिया के बारे में जानकारी प्राप्त करना
7. सुरक्षा आवश्यकताओं का मूल्यांकन करना
8. सुरक्षित संचालन के लिए विकसित किए जाने वाले कौशलों को जानना
9. सड़क संकेतों और नियमों के महत्व की खोज करें

## यूनिट 6.1 –कार्यस्थल में पालन किए जाने वाले सुरक्षा निर्देश

### इकाई के उद्देश्य



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी /शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. स्वास्थ्य और सुरक्षा मानकों की व्याख्या करना
2. सुरक्षा के लिए मानक संचालन प्रक्रियाओं की व्याख्या करना
3. प्रक्रिया के दौरान सुरक्षित संचालन प्रक्रियाओं की पहचान करना

### 6.1.1 स्वास्थ्य और सुरक्षा

गोदाम के वातावरण में माल को लोड और अनलोड करते समय सुरक्षात्मक गियर, हेलमेट, काले चश्मे आदि सहित सभी सुरक्षा उपकरण पहनना बहुत आवश्यक है।



चित्र 6.1.1: सुरक्षा सहायता



चित्र 6.1.2: चलने की स्थितियाँ

एक कार्यकारी के रूप में ऐसे स्थान होते जहां आपको ग्राहक के पास पूरा बैग ले जाना होगा। कभी-कभी पूरा भार ढोना और लंबी दूरी तय करना भारी हो जाता था। इसलिए स्वस्थ का रखरखाव और नियमित कसरत थकान से बचने और फिट रहने में सहायता मिल सकती है।

आग लगने या आग लगने की घटना या जैविक रूप से खतरनाक स्थिति में आग या जैविक खतरे के सुरक्षा नियमों का पालन करें।



चित्र 6.1.3: अग्नि सुरक्षा



चित्र 6.1.4: सुरक्षा मास्क

ग्राहक के स्थान पर या डिपो में किसी भी आपातकालीन स्थिति या दुर्घटना या सुरक्षा के उल्लंघन के मामले में संगठन के मानक प्रोटोकॉल का पालन करें और कार्रवाई करें। यदि ग्राहक के स्थान पर आग लगती है, तो साइन बोर्ड का पालन करें और सुरक्षित क्षेत्र में पहुंचें।



चित्र 6.1.5: साइन बोर्ड



### 6.1.2 व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण (पीपीई)

पीपीई का चयन करने के दृष्टिकोण में कपड़ों और उपकरणों का एक 'पहनावा' शामिल होना चाहिए जो आसानी से एक उपयुक्त स्तर की सुरक्षा प्रदान करने के लिए एकीकृत होते हैं और किसी व्यक्ति को कूरियर संबंधी कार्यों को करने में सहायता करते हैं।

कूरियर कंपनियों को खतरों की पहचान करने और कर्मचारियों को उनकी कार्य गतिविधियों को करने के लिए उपयुक्त पीपीई प्रदान करने की आवश्यकता है।

कुछ उदाहरण इस प्रकार हैं:

1. पैर को चोट से बचाने के लिए सुरक्षा (सुरक्षा जूते); उदाहरण के लिए, गिरने या लुढ़कने वाली वस्तुएँ, वस्तुएँ जो जूते को चीर सकती हैं, फिसलना, पानी, रसायन और गर्मी (जलना)।
2. हाथों की सुरक्षा (दस्ताने की एक जोड़ी) रासायनिक अवशोषण, कटना, घर्षण या कटाव, जलन, छेद होना और कटने से बचाने के लिए।
3. सांस की सुरक्षा का अर्थ है धूल, धुएँ, गैस जैसे वायुजनित दूषित पदार्थों से रक्षा करना। एक डिस्पोजेबल फेसमास्क का उपयोग धूल भरे वातावरण के लिए किया जाता है और यह जहरीली धूल, वाष्प या जहरीली गैस के लिए उपयुक्त नहीं है।
4. कानों की सुरक्षा अत्यधिक शोर (85 डेसीबल से अधिक) से बचाने के लिए होता है और श्रमिकों को स्थायी क्षति से बचाने के लिए इसकी आवश्यकता है।
5. आँखों की सुरक्षा उड़ने वाली धूल, तरल, गैस / धुएँ / वाष्प, और प्रकाश / चकाचौंध जैसे रसायनों के छींटे से बचाने के लिए आवश्यक है।
6. सिर की सुरक्षा (सुरक्षा हेलमेट) गिरने वाली वस्तुओं और ऊपरी खतरों से बचाने के लिए आवश्यक है।

हब और गोदाम की आवश्यकता



चित्र 6.1.6: हब-पीपीई

पीपीई जो हब कर्मचारियों को प्रदान किया जाना चाहिए जैसे:

- दस्ताने
- सुरक्षा जूते
- बॉन्डी बैक सपोर्ट
- फेस मास्क आदि

### 6.1.3 मोटरसाइकिल की आवश्यकता

मोटरबाइक पर चलने वाले कर्मचारियों को प्रदान किए जाने वाले पीपीई निम्न हैं:

- साफ वाइजर वाला हेलमेट (आईएसआई द्वारा प्रमाणित)
- ढके हुए जूते
- चमकने वाली बनियान
- लंबी बाजू/आर्म कवर
- लम्बे पतलून
- फेस मास्क (वैकल्पिक)



चित्र 6.1.7 मोटरसाइकिल संबंधी पीपीई

### 6.1.4 लॉरी चालक और परिचारक की आवश्यकता

मोटरबाइक प्रयोग करने वाले कर्मचारियों को प्रदान किए जाने वाले पीपीई निम्नलिखित हैं

- सुरक्षा के जूते
- चमकने वाली बनियान
- बॉडी बैक सपोर्ट (लोड और अनलोड प्रक्रिया)
- फेस मास्क (धूल की स्थिति के लिए)

## ट्रक ड्राइवर पीपीई कार्ड



चित्र 6.1.8: पीपीई कार्ड

### 6.1.5 बचाव

चालक का एक वैध लाइसेंस होना चाहिए और इसे अपडेट किया जाना चाहिए। लोडिंग, अनलोडिंग या ट्रांजिट के दौरान या पैकेज के भंडारण के दौरान यदि कोई असुरक्षित स्थिति आती है तो उसकी रिपोर्ट करें। कंपनियां प्रत्येक प्रक्रिया के लिए मानक संचालन प्रक्रिया (एसओपी) का पालन करती हैं। यदि कोई आपात स्थिति होती है या कोई स्थिति उत्पन्न होती है, तो समस्या को हल करने के लिए एसओपी का पालन करें। किसी भी प्रकार की घटना के घटित होने के संदर्भ में प्रत्येक संगठन की कार्य योजना होती है। इसलिए, योजना के अनुसार ही योजना बनाएं और उसी के अनुसार काम करें।

हैंडलिंग की सुरक्षा प्रक्रिया में 'क्या करें और क्या न करें' के साथ पैकेजों को संभालना और रखरखाव शामिल हैं। इसलिए संगठन के अनुसार इस पर प्रासंगिक जानकारी एकत्र करना बहुत महत्वपूर्ण है।

यदि आपको कोई दुर्घटना या घटना का कारण मिलता है, तो उसे रोकने के लिए सुरक्षा उपाय सहित पर्यवेक्षक को इसके बारे में सूचित करें।

त्रुटियों के सामान्य कारणों की पहचान करें और प्रबंधक को संभावित समाधानों पर सुझाव दें।

#### सुरक्षित संचालन प्रक्रियाएं:

ये प्रक्रिया के दौरान किए जाने वाले चरणों के साथ विस्तृत निर्देश होते हैं। इसमें खतरों के बारे में जानकारी शामिल है और इससे कैसे कम किया जा सकता है।

संगठन के विशिष्ट क्षेत्रों में शामिल प्रत्येक व्यक्ति को इन प्रक्रियाओं का पालन करना चाहिए और आपात स्थिति के चरणों का पालन करना चाहिए।

काम शुरू करने से पहले गतिविधि क्षेत्र और उपकरणों का निरीक्षण करें और पुष्टि करें कि यह सुरक्षित स्थिति में है।



चित्र 6.1.9: सावधान

## इकाई 6.2—वाहन सुरक्षा विधियां

### इकाई के उद्देश्य

इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. वाहन सुरक्षा प्रक्रियाओं का वर्णन करना
2. वाहनों के पार्किंग निर्देशों की व्याख्या करना
3. पैकेज की सुरक्षा की जिम्मेदारी का वर्णन करना

### 6.2.1 वाहन प्रबंधन

नियोक्ता यह सुनिश्चित करने के लिए डिज़ाइन किया गया एक वाहन प्रबंधन कार्यक्रम प्रदान करेगा कि वाहन लगातार अच्छी स्थिति में हों और सड़क पर सुरक्षित हों। इस तरह के एक प्रबंधन कार्यक्रम प्रदान करने में अन्य बातों के साथ साथ निम्नलिखित मामलों को ध्यान में रखा जाएगा:

- दैनिक जांच;
- वाहन में दोषों को दर्ज करना और रिपोर्टिंग,
- सुरक्षा, रखरखाव और निरीक्षण योजनाएँ;
- सुरक्षा निरीक्षण, रखरखाव और मरम्मत सुविधाएँ;
- रखरखाव का रिकॉर्ड;
- रखरखाव और सुरक्षा निरीक्षण के लिए प्रशिक्षण और शिक्षा;
- वाहन लाइसेंस; तथा
- वाहन की सफाई।

#### दैनिक जांच

नियोक्ता के पास ड्राइवरों के लिए प्रतिदिन प्रत्येक वाहन की जांच करने के लिए एक प्रक्रिया होगी ताकि यह पता लगाया जा सके कि वाहन का कोई हिस्सा दोषपूर्ण है या नहीं, और सुरक्षा संबंधी दोषों को दूर करने के लिए तत्काल उपाय करें। दैनिक जांच करने से:

- सुनिश्चित होगा कि प्रत्येक चालक चलाए जाने वाले वाहन का यात्रा-पूर्व निरीक्षण करने के लिए जिम्मेदार है;
- सुनिश्चित होगा कि निरीक्षण करने वाला व्यक्ति वाहन को सड़क पर चलने योग्य के रूप में प्रमाणित करने में सक्षम है;
- न्यूनतम निरीक्षण आवश्यकताओं को निर्धारित करेगा।
- सुनिश्चित करेगा कि प्रत्येक चालक प्रत्येक कार्य सत्र के अंत में एक यात्रा-पश्चात् निरीक्षण करने के लिए जिम्मेदार है।

न्यूनतम जांच में निम्नलिखित शामिल हैं:

- वाहन के दस्तावेज;
- इंजन प्रणाली;
- ब्रेक प्रणाली;
- इंजन का स्टार्ट अप
- आंतरिक साफ-सफाई (विशेषकर बसें);
- टायर बदलने की किट (आपातकालीन); तथा
- प्राथमिक उपचार और अग्निशामक यंत्र।



चित्र 6.2.1: प्राथमिक उपचार और अग्निशामक

**वाहन के दोष को दर्ज करना और रिपोर्टिंग**

वाहन के दोष को दर्ज करना और रिपोर्ट करना वाहन में किसी भी खराबी का पता लगाने और हर मरम्मत के बाद जितनी जल्दी हो सके दर्ज करने और रिपोर्ट करने की प्रक्रिया है। नियोक्ता अपने द्वारा चलाए जाने वाले वाहन की स्थिति के बारे में नए नियोजित चालक को जानकारी देगा। प्रत्येक

दोष को दर्ज करना और रिपोर्टिंग निम्न को सुनिश्चित करेगी:

- दैनिक जांच में पाए जाने वाले किसी भी दोष को वाहन की खराबी रिपोर्ट में दर्ज किया जाता है, जिसे वाहन में रखा जाता है;
- यात्रा के दौरान या बाद में पाए जाने वाले दोषों को उसी तरह दर्ज किया जाता है; तथा सभी रिपोर्ट और रिकॉर्ड (ए) और (बी) को वाहन की मरम्मत और रखरखाव के लिए प्रबंधन को भेजा जाएगा।

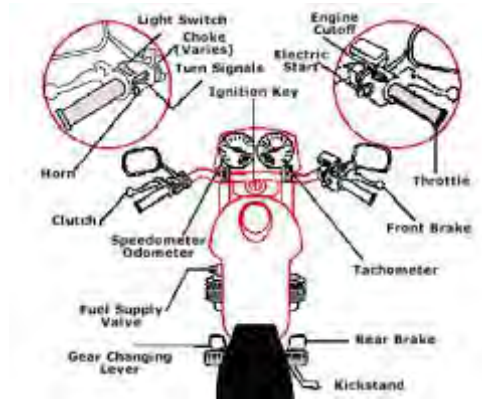
**सुरक्षा रखरखाव और निरीक्षण योजना**

एक सुरक्षा रखरखाव और निरीक्षण योजना निम्न को सुनिश्चित करेगी:

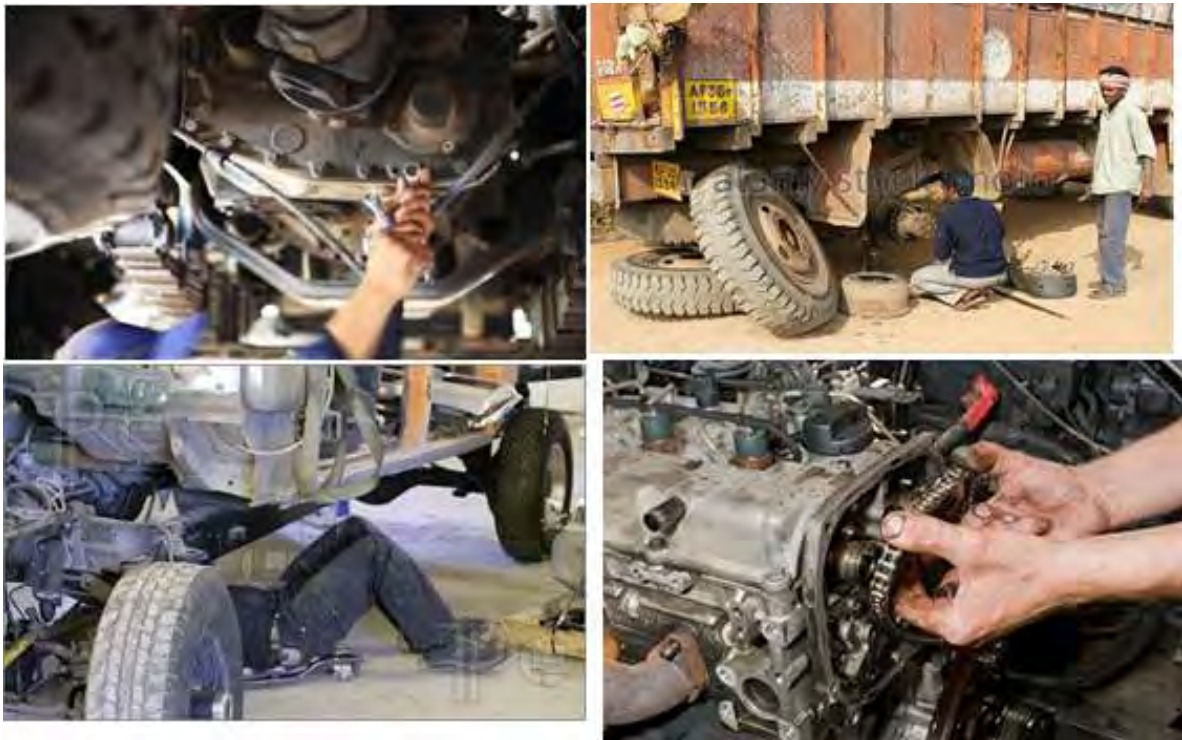
- वाहन निर्माता द्वारा प्रस्तावित एक निर्दिष्ट या योग्य पार्टी या अन्य पार्टी द्वारा समय-समय पर व्यापक रखरखाव;
- एक रखरखाव रिपोर्ट या मैकेनिक की रिकॉर्ड के रूप में दर्ज की गई रिपोर्ट ; तथा
- अधिकारियों द्वारा किसी भी वाहन में गंभीर समस्या पाए जाने पर तुरंत सड़क से हटा दिया जाएगा।

### सुरक्षा निरीक्षण, रखरखाव और मरम्मत सुविधाएं

नियोक्ता यह सुनिश्चित करेगा कि वाहन की मरम्मत, रखरखाव और सुरक्षा निरीक्षण के लिए सुविधाएं और उपकरण शामिल प्रक्रियाओं के लिए उपयुक्त हैं।



चित्र 6.2.2: सुरक्षा जांच



चित्र 6.2.3: सुरक्षा जांच

#### मरम्मत का रिकॉर्ड

नियोक्ता यह सुनिश्चित करेगा कि वाहनों के सभी सुरक्षा निरीक्षण, रखरखाव और मरम्मत को दर्ज किया गया है और ठीक से रखा गया है। रिकॉर्ड के विवरण में निम्नलिखित शामिल होना चाहिए:

- वाहन की दैनिक जांच;
- सड़क पर खराबी का पता चला;
- वाहन रखरखाव;
- वाहन की मरम्मत की गई;
- अधिकारियों द्वारा वाहन निरीक्षण;
- रखरखाव प्रक्रियाओं की समीक्षा करना; तथा
- उपयोग की जाने वाली सुविधाएं और उपकरण

### रखरखाव और सुरक्षा जांच के लिए प्रशिक्षण और शिक्षा

मरम्मत, रखरखाव और सुरक्षा जांच करने वाले कर्मचारी को पर्याप्त प्रशिक्षण दिया जाएगा। यह सुनिश्चित किया जाएगा कि वह वाहन उपकरणों की फिटिंग, मरम्मत, और रखरखाव और वाहनों के सुरक्षा निरीक्षण में कुशल है।

### वाहन चलाने का लाइसेंस

वाहन का प्रभारी चालक वाहन का लाइसेंस, वाहन और लोडिंग क्षमता के दस्तावेज एक विशेष फाइल में रखेगा। उक्त फाइल को आवश्यकता पड़ने पर जांच के लिए अधिकारियों के समक्ष प्रस्तुत किया जाएगा।

### वाहन की सफाई

वाहन की सफाई विशेष रूप से आंतरिक सफाई पर जोर दिया जाएगा। ड्राइवर यह सुनिश्चित करेंगे कि सीट, पर्दे, कूड़ेदान, मकड़ी के जालों, धूल और अन्य की दैनिक आधार पर जांच करके वाहन के इंटीरियर को हमेशा साफ सुथरा रखा जाए।



चित्र 6.2.4: वाहन की सफाई

### लोड की सुरक्षा

नियोक्ता को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि:

- किसी भी वाहन को उसकी निर्धारित क्षमता से अधिक या उस वाहन के लिए सकल भार की कानूनी सीमा से अधिक लोड नहीं किया जाना चाहिए।
- लोडिंग कार्य शुरू करने से पहले, यह सुनिश्चित करने के लिए वाहन के फर्श की जांच करें कि यह खुली वस्तुओं से मुक्त है, अच्छी स्थिति में है और लोड करने के लिए सुरक्षित है।
- भार को ठीक से सुरक्षित या व्यवस्थित किया जाना चाहिए ताकि वे परिवहन और उतराई दोनों के लिए सुरक्षित हों, ताकि अचानक ब्रेक लगने की स्थिति में वे आगे न खिसकें या मोड़ते समय एक तरफ न चलें।
- जहां तक संभव हो लोड का एक समान वितरण बनाए रखने के लिए लोडिंग/अनलोडिंग करें।
- परिवहन के दौरान स्थानांतरित होने वाले किसी भी भार की जांच करने और सुरक्षित रूप से निपटने के लिए एक प्रणाली को स्थापित करें।
- किसी भी लोड को बांधने वाली रस्सियों या पट्टियों आदि को ढीला करने से पहले, यह सुनिश्चित करने के लिए वाहन और लोड की जांच करें कि सामग्री या सामान गिरे नहीं।
- लिफ्ट ट्रकों का उपयोग करके एक तरफ से वाहनों को लोड और अनलोड करने के परिणामस्वरूप विपरीत दिशा में पैलेट अव्यवस्थित हो सकते हैं जिससे वे गिर सकते हैं। लोडिंग/अनलोडिंग के दौरान विपरीत साइड सुरक्षित होना चाहिए।

लोड सुरक्षित है यह सुनिश्चित करने के लिए ड्राइवर जिम्मेदार है और ट्रक ड्राइवरों को उठाने के लिए लोड की स्थिति पर निर्देश देना चाहिए।



चित्र 6.2.5: लोड सुरक्षा



## 6.2.2 वाहन – सुरक्षा



चित्र 6.2.6: वाहन चलाते समय मोबाइल फोन नहीं रखना



चित्र 6.2.7: यातायात नियमों का पालन करें



चित्र 6.2.8: सीट बेल्ट (ट्रक/वैन) और हेलमेट (दोपहिया) पहनें



चित्र 6.2.9: वाहन को साफ और स्वच्छ बनाए रखें



चित्र 6.2.10: गति सीमा को बनाए रखा जाना चाहिए



चित्र 6.2.11: सही स्थानों पर पार्किंग करें



चित्र 6.2.12: अनुचित पार्किंग और किसी भी उल्लंघन से जुर्माना लग सकता है और अंततः ग्राहक को शिपमेंट प्राप्त करने में देरी हो सकती

### 6.2.3 जोखिम वर्गीकरण

चालक की नियुक्ति प्रक्रिया

नियोक्ता चालक को सेवा में लेने से पहले उसकी पृष्ठभूमि की जांच करेगा। उसे निम्नलिखित कदम उठाने की आवश्यकता है:



चित्र 6.2.13: जोखिम वर्गीकरण

क) पुलिस और सड़क परिवहन विभाग (आरटीडी) जैसे जिम्मेदार अधिकारियों के डेटाबेस से ड्राइवर के रिकॉर्ड की जांच करें;

ख) चालक की योग्यता या कौशल स्तर पर प्रारंभिक परीक्षा आयोजित करना; तथा

ग) नियोक्ता द्वारा सेवा में लिए गए ड्राइवर की किसी भी अस्पताल या क्लिनिक या स्वास्थ्य केंद्र में स्वास्थ्य जांच आवश्यक होती है, और ऐसी स्वास्थ्य जांच की लागत नियोक्ता द्वारा वहन की जाएगी।

#### चालक वर्गीकरण

नियोक्ता ड्राइवरों को कई श्रेणियों में वर्गीकृत करते हैं: पेशेवर, कुशल और अर्ध-कुशल ड्राइवर। निम्नलिखित को ध्यान में रखा जाएगा:

क) लाइसेंस वर्गीकरण;

ख) कौशल, क्षमता (वाहन के प्रकार जैसे लॉरी, बस) और प्रदर्शन (उपभोक्ता प्रतिक्रिया) के आधार पर ड्राइवरों की श्रेणी।

#### ड्राइविंग प्रक्रिया

नियोक्ता अनिवार्य कार्यों के लिए एक चेकलिस्ट प्रदान करेंगे जिन्हें एक ड्राइवर को ड्राइविंग से पहले और ड्राइविंग करते समय, साथ ही साथ अपने गंतव्य तक पहुंचने के लिए करने की आवश्यकता होती है। इस तरह के अनिवार्य कार्यों में निम्न की आवश्यकता होती है:

क) ड्यूटी रोस्टर तैयार करते समय ड्राइवर के रिकॉर्ड की जांच वन-स्टॉप चेक सेंटर पर की जाती है;

ख) चालक स्वस्थ हैं और पौष्टिक आहार लेकर वाहन चलाते समय अच्छा महसूस करते हैं;

ग) ड्राइवर ऐसी कोई दवा नहीं लेते हैं जो ड्राइविंग में बाधा उत्पन्न कर सकती है (जैसे कि दवाएं जो नींद का कारण बनती हैं);

घ) ड्राइवरों की जांच एक योग्य जांचकर्ता द्वारा की जाएगी ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि वे ड्राइव करने के लिए उपयुक्त स्थिति में हैं;

ङ) ड्राइवर महत्वपूर्ण दस्तावेज साथ लाते हैं;

च) ड्राइवर चश्मा पहनते हैं यदि उन्हें चश्मा पहनने की आवश्यकता होती है;

छ) ड्राइवरों को यात्रा से कम से कम 30 मिनट पहले ड्यूटी के लिए रिपोर्ट करना होगा;

ज) ड्राइवर प्रवेश करते हैं और खुद को पर्यवेक्षक और चेकिंग रोस्टर को रिपोर्ट करते हैं;

झ) ड्राइवर यात्रा से पहले और बाद में चेकलिस्ट पर दैनिक वाहन जांच करते हैं; तथा

ट) ड्राइवर यह सुनिश्चित करते हैं कि वाहन में पर्याप्त ईंधन (पेट्रोल/डीजल) है, और यदि आवश्यक हो तो इसे फिर से भरना होता है, और सुरक्षा प्रक्रियाओं का अनुपालन किया जाता है



चित्र 6.2.14: वाहन की जांच



चित्र 6.2.15: वाहन की जांच

#### 6.2.4 क्या करें – सुरक्षित ड्राइविंग के सिद्धांत जो एक ड्राइवर को अपनाने चाहिए

- प्रत्येक यात्रा की योजना बनाएं ताकि चालक के पास गंतव्य तक पहुंचने के लिए पर्याप्त समय हो।
- लंबी यात्रा पर जाने से पहले पर्याप्त नींद लें और आराम करें।
- सुनिश्चित करें कि यात्रा से पहले वाहन का निरीक्षण किया गया है और वह सुरक्षित स्थिति में है।
- सुनिश्चित करें कि जूते गीले न हों, गाड़ी चलाने से पहले सीट और साइड मिरर को एडजस्ट करें।
- हमेशा सुरक्षा बेल्ट (यदि कोई हो) पहनें।
- हमेशा यातायात नियमों का पालन करें।
- निम्नलिखित का पालन करते हुए हमेशा सुरक्षित और जिम्मेदारी से वाहन चलाएं:
  - क. खतरे की पहचान करें
  - ख. जोखिम विश्लेषण
  - ग. निर्णय लेना
  - घ. दुर्घटनाओं को रोकना

- विभिन्न परिस्थितियों में अन्य सड़क उपयोगकर्ताओं के प्रति हमेशा जिम्मेदार, धैर्यवान और विचारशील रहें।
- स्टीयरिंग को हमेशा दोनों हाथों से पकड़ें।
- दुर्घटनाओं से बचने के लिए हमेशा वाहन चलाते समय खतरों या बाधाओं का अनुमान लगाएं और उन्हें पहचानें।
- पैदल यात्री क्रॉसिंग क्षेत्र के पास आने पर वाहन को धीमा करें।
- कम इस्तेमाल होने वाली सड़क पर गति कम करें।
- जरूरत पड़ने पर ही ओवरटेक करें।
- सड़क की स्थिति और मौसम के आधार पर गति को तदनुसार समायोजित करें।
- ड्राइविंग करते समय हमेशा पीछे देखने वाले शीशे और साइड मिरर को देखें ताकि पीछे के वाहन की स्थिति से अवगत रहें।
- ब्लाइंड स्पॉट से सावधान रहें।
- चौराहे पर पहुंचते समय अधिक ध्यान दें और सतर्क रहें।
- आवास क्षेत्रों, कारखाने, गांव और कोने के आसपास अतिरिक्त सावधान और सतर्क रहें।
- गाड़ी चलाते समय अगर नींद आ रही हो तो गाड़ी रोक दें और आराम करें।
- स्किडिंग और हाइड्रोप्लेनिंग से बचने के लिए सड़क गीली होने पर गति कम करें।
- बरसात के दिनों में अन्य वाहनों को पीछे चलते समय दूरी बढ़ाएं, लाइट जलाएं, वाहन को धीमा करें और सावधान रहें।
- एक कोने पर मुड़ने से पहले, गति कम करें, एक उपयुक्त गियर बदलें और बाईं ओर ड्राइव करें।
- अगर कोई वाहन जानबूझकर आपके वाहन को ओवरटेक करना चाहता है, तो अपने वाहन को धीमा करें और सड़क के बाईं ओर ड्राइव करें।
- ढलान पर जाते समय लो गियर, एग्जॉस्ट ब्रेक (यदि कोई हो) और फुट ब्रेक का प्रयोग करें।
- आस-पास की स्थिति जानने के लिए हमेशा साइड-व्यू मिरर देखें।
- हमेशा आगे की ओर देखें ताकि शीघ्र निर्णय लिया जा सके।
- सुनिश्चित करें कि लोग सिग्नल लाइट और वाहन के हॉर्न का उपयोग करके आपकी उपस्थिति को नोटिस करते हैं।
- वाहन का पीछा करते समय 4-सेकंड के नियम का अभ्यास करें।
- वाहन को पीछे करने से पहले सुनिश्चित करें कि कोई बाधा नहीं है, और पीछे देखने के दौरान पीछे देखने वाले मिरर और साइड-व्यू मिरर को देखें।
- यदि कोई समस्या हो या चेतावनी के संकेत लाल हो जाएं तो वाहन को रोक दें।
- सुनिश्चित करें कि पैकेज सुरक्षित रूप से रखा गया है और बंधा हुआ है ताकि वह से हिल न सके।

### 6.2.5 क्या न करें – सुरक्षित ड्राइविंग के लिए क्या नहीं करना चाहिए

- दवा लेने के बाद गाड़ी चलाना जिससे नींद आ सकती है
- वाहन चलाते समय नशीली दवाओं या शराब जैसे अवैध पदार्थों का सेवन करना
- भावनात्मक रूप से अस्थिर होने पर गाड़ी चलाना
- मोबाइल फोन या किसी अन्य उपकरण का उपयोग करना जो एकाग्रता को विचलित कर सकता है
- गति सीमा से तेज वाहन चलाना
- गलत लेन में गाड़ी चलाना
- निरीक्षण के दौरान असुरक्षित पाए जाने वाले वाहन को चलाना
- खतरनाक तरीके से और लापरवाही से वाहन चलाना
- ग्राहक को डिलीवर करने के लिए हड़बड़ी में गाड़ी चलाना
- सुस्ती महसूस करते हुए गाड़ी चलाना
- गाड़ी चलाते समय खाना
- दूसरे वाहन को असुरक्षित तरीके से ओवरटेक करना
- जब कोई अन्य वाहन आपको ओवरटेक करने का प्रयास करता है तो गति तेज करना
- रात में किसी अन्य वाहन के पीछे चलते समय या विपरीत होने पर हाई बीम लाइट का उपयोग करना
- अनुपयुक्त परिस्थितियों में चलना और अचानक रुक जाना
- बिना रुके गाड़ी चलाना
- हाईवे पर तेज़ लेन में गाड़ी चलाना
- घिस चुके टायरों के साथ वाहन चलाना
- गीली हालत में तेज गाड़ी चलाना
- ढलान पर जाते समय उच्च गियर का उपयोग करना
- वाहन के पीछे की स्थिति के बारे में निश्चित हुए बिना वाहन को पीछे करना

## 6.2.6 सुरक्षा और बचाव

### दुर्घटना की सूचना देना

व्यावसायिक सुरक्षा और स्वास्थ्य अधिनियम 1994 (अधिनियम 514) के अनुसार नियोक्ता को कार्यस्थल पर होने वाली किसी भी दुर्घटना, खतरनाक घटना, व्यावसायिक विषाक्तता और व्यावसायिक बीमारी के बारे में व्यावसायिक सुरक्षा और स्वास्थ्य कार्यालय के निकटतम विभाग को सूचित करने की आवश्यकता होती है। नियोक्ता को डीओएसएच को सबसे तेज माध्यम (जैसे टेलीफोन या फ़ैक्स) से सूचित करना चाहिए और स्वीकृत फॉर्म का उपयोग करके सात दिनों के अंदर एक रिपोर्ट भेजनी चाहिए।



चित्र 6.2.16: दुर्घटनाएं

जब किसी कर्मचारी की एक (1) वर्ष के अंदर किसी दुर्घटना के कारण या काम के सिलसिले में चोट लगने के कारण मृत्यु हो जाती है, तो नियोक्ता लिखित रूप में महानिदेशक को सूचित करेगा, और बताएगा कि दुर्घटना की सूचना पहले दी गई थी या नहीं।

### 6.2.7 आपातकालीन प्रतिक्रिया योजना

एक त्वरित और प्रभावी आपातकालीन प्रतिक्रिया योजना एक दुर्घटना के प्रभाव को कम करने में सक्षम होती है जिसके परिणामस्वरूप जीवन और संपत्ति को बचाने के अलावा मृत्यु या गंभीर चोट लगती है। इस प्रकार इसे नियोजित द्वारा उचित प्राथमिकता दी जाएगी। इसलिए, निम्नलिखित को उपलब्ध कराया जाएगा:

क) आपातकालीन प्रतिक्रिया प्रक्रिया जैसा कि पैराग्राफ 2.8 में उल्लिखित है;

ख) चालक और पर्यटक गाइड (पर्यटन बस के लिए) को प्राथमिक चिकित्सा और बुनियादी अग्निशमन और प्राथमिक चिकित्सा किट और उपचार प्रबंधन पर प्रशिक्षण दिया जाएगा;

ग) प्राथमिक चिकित्सा किट प्रत्येक वाहन और अन्य स्थानों जैसे टर्मिनल, वर्कशॉप और गोदाम के अंदर हर समय पर्याप्त मात्रा में और अच्छी स्थिति में उपलब्ध कराई जाएगी;

घ) वाहनों, टर्मिनलों और कार्यशालाओं में सक्रिय और प्रयोग करने योग्य अग्निशामक आसानी से दिखाई देने वाले और जल्दी प्राप्त करने योग्य स्थान पर रखे जाएंगे।



चित्र 6.2.17: दुर्घटना के दौरान गिरा हुआ सामान

ड) आपातकालीन उपकरण जैसे टॉर्च और खतरे के संकेत जैसे कि आपातकालीन शंकु और वाहन में लगाए गए त्रिकोण के संकेत;

च) प्रयोग करने योग्य स्पेयर टायर और टायर बदलने वाले उपकरण; तथा

छ) कर्मचारियों विशेष रूप से ड्राइवरों के लिए घटनाओं या दुर्घटनाओं की रिपोर्ट करने के लिए लिखित प्रक्रिया



## 6.2.8 यातायात के नियम



चित्र 6.2.18: यातायात के नियम

यह अधिनियम उन वाहनों के उपयोग को प्रतिबंधित करता है जो निर्माण, वजन, उपकरण, आयु प्रयोज्यता और उपयोग से संबंधित नियमों का पालन नहीं करते हैं। एक वाहन को पंजीकृत किया जाना चाहिए और इसका उपयोग करने से पहले एक वैध रोड टैक्स चुकाना चाहिए। वाहन पर रोड टैक्स एवं पंजीकृत वाहन संख्या प्रदर्शित की जानी चाहिए। चालक को वाहन तभी चलाना चाहिए जब उसके पास किसी विशिष्ट वाहन वर्ग के लिए अधिकृत वैध ड्राइविंग लाइसेंस हो। एक ड्राइवर के लिए एक विशिष्ट वाहन चलाने के लिए एक व्यावसायिक लाइसेंस की आवश्यकता होती है। यह सुनिश्चित करना नियोक्ता की जिम्मेदारी है कि नियुक्त किए गए चालक को केवल उसी वाहन को चलाने की अनुमति है जिसके लिए उसे लाइसेंस प्राप्त है। इस अधिनियम के अंतर्गत निर्दिष्ट कुछ अपराधों में अन्य के साथ साथ निम्नलिखित शामिल हैं:

- निर्धारित सीमा से अधिक वाहन चलाना;
- लापरवाह या खतरनाक ड्राइविंग से मौत का कारण बनना;
- लापरवाह और खतरनाक ड्राइविंग;
- लापरवाह और लापरवाही से वाहन चलाना जिसमें असावधानीवश वाहन चलाना शामिल है;
- शराब या नशीली दवाओं के प्रभाव में ड्राइविंग;
- जब वह अपनी बीमारी या अपंगता के बारे में जानता हो तो वाहन चलाना;
- वाहन के साथ सड़क को बाधित करना जिसमें निषिद्ध क्षेत्र में पार्किंग शामिल है;
- पंजीकृत मालिक की सहमति के बिना वाहन चलाना; तथा
- दुर्घटना में शामिल होने पर रुकना नहीं।

### 6.2.9 सुरक्षा

पैकेज में किसी संगठन या व्यक्ति की संवेदनशील जानकारी हो सकती है और इसलिए, पैकेजों की सुरक्षा करना एक प्रमुख जिम्मेदारी है।

1. सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन के ईमेल का लॉग इन आईडी और पासवर्ड साझा न करें
2. पैकेजों को लावारिस न रखें
3. अनधिकृत लोगों को पैकेज न सौंपें
4. अपने सामने सभी पैकेजों को अत्यंत सावधानी से संभालें



चित्र 6.2.19: सुरक्षा संकेत

नोट




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## इकाई 6.3 – कौशल विकास

### इकाई के उद्देश्य



इस मॉड्यूल के अंत में प्रतिभागी / शिक्षार्थी निम्न में सक्षम होंगे:

1. एक पेशेवर के लिए आवश्यक कौशल की व्याख्या करना
2. समस्या समाधान के कौशल को बढ़ाना
3. महत्वपूर्ण चिंतन कौशल का विकास करना
4. संप्रेषण कौशल में सुधार करना
5. कंप्यूटर कौशल सीखना

### 6.3.1 व्यावसायिक कौशल

#### योजना और संगठन

संगठन और योजना बनाना दो सबसे महत्वपूर्ण चीजें हैं जो आप अपने काम में अधिक कुशल और अधिक सफल होने के लिए कर सकते हैं। योजना और संगठन एक परियोजना के शुरू से लेकर पूरा होने तक आपका ध्यान केंद्रित करके कार्यालय में आपके समय का कुशल उपयोग करते हैं। कार्य और परियोजनाओं के लिए एक व्यापक योजना यह सुनिश्चित करती है कि आप सफलता के लिए सभी आवश्यक कदम उठाएं। संगठनात्मक उपकरण आपको गतिविधि की प्रगति पर नजर रखने में सहायता करते हैं। एक संगठनात्मक योजना अन्य टीम के सदस्यों के साथ सहयोग और सूचना साझा करने की सुविधा भी प्रदान करती है जो गतिविधियों को पूरा करने में भूमिका निभाते हैं।

- मात्रा, उपलब्ध समय, क्षमता, मार्ग और जनशक्ति के आधार पर योजना
- परिवहन, स्थान और माल के प्रकार के आधार पर, आवश्यक प्रपत्र और जाँच सूची तैयार करें
- इस रूप में आवश्यकताओं को समझें। कितना नकद ले जाना है? कौनसी स्टेशनरी को ले जाना है?
- शुरू करने से पहले ग्राहक के सही स्थान को समझने की कोशिश करें।
- ग्राहक के स्थान की तलाश करते समय बहुत अधिक गतिविधि न करें।
- ग्राहक से संपर्क करके उन्हें बताएं कि आप उन तक पहुंचने के लिए अपना उचित समय क्या निर्धारित कर रहे हैं। दिन के शुरू में उपलब्धता की जानकारी भी एकत्र करें।
- मात्रा, क्षमता के आधार पर मौसमी और गैर-मौसमी, व्यस्त और मंदी के समय के दौरान अतिरिक्त सहायक कर्मचारियों की योजना और भर्ती पर ध्यान देने की आवश्यकता है।
- निर्धारित समय सीमा के अंदर दिन की योजना को प्राथमिकता दें



चित्र 6.3.1: नियोजित मार्ग

### 6.3.2 योजना और आयोजन कौशल

हर किसी के सपने और लक्ष्य होते हैं, लेकिन आपको जो करना है उसकी योजना और आयोजन किए बिना आप कहीं नहीं पहुंचेंगे। कार्य की दुनिया में बिल्कुल वैसा ही है, जहां नियोजन और संगठनात्मक कौशल नियमित रूप से शीर्ष दस सबसे वांछनीय रोजगार कौशल में शामिल होते हैं।

योजना क्या है?

कार्य योजना एक ऐसी प्रक्रिया है जो आपको अपने विचारों पर ध्यान केंद्रित करने और किसी विशेष लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए आवश्यक कदमों पर निर्णय लेने में सहायता करती है। कार्यस्थल पर सभी स्तरों पर योजना बनाना महत्वपूर्ण है। आपको अपने कार्यों और समय की योजना स्वयं बनाने की आवश्यकता है। आपके प्रबंधक को आपके विभाग के लिए आवश्यक कार्यों और समय की योजना बनाने की आवश्यकता होगी। वरिष्ठ प्रबंधन को समग्र रूप से कंपनी के लक्ष्यों और उद्देश्यों की योजना बनाने की आवश्यकता होगी।

जैसा कि कहा जाता है – 'योजना में विफल होना, असफल होने की योजना है'।



चित्र 6.3.2: योजना और आयोजन कौशल

नियोक्ता को आपके पास नियोजन कौशल की आवश्यकता होती है क्योंकि उन्हें उन कार्यों को विभाजित करने में सक्षम होने की आवश्यकता होती है जो वे आपको प्रबंध करने योग्य भागों में प्रदान करते हैं। एक कार्य जिसे पूरा करने में पांच साल लगते हैं, यदि आप हर तीन महीने में हासिल करने का लक्ष्य रखते हैं तो यह करने में और अधिक सरल हो जाता है।

किसी कार्य को व्यवस्थित करने में सक्षम होना रोजगार के सभी स्तरों पर महत्वपूर्ण है। आपकी योजना बनाने और व्यवस्थित करने की क्षमता जितनी बेहतर होगी, आपको काम पर रखने की संभावना उतनी ही अधिक होगी।

आप कैसे दिखा सकते हैं कि आपके पास वे हैं?

एक प्रभावी योजना आपको एक ठोस समय सारिणी और स्पष्ट रूप से परिभाषित लक्ष्यों का एक सेट प्रदान करती है जो प्राप्त करने योग्य हैं। आप अपने सीवी पर या साक्षात्कार में अपनी नियोजन क्षमताओं को कई तरीकों से दिखा सकते हैं, जिनमें निम्न शामिल हैं:

- निबंध या लेखन की योजना बनाना
- यह स्पष्ट करना कि आपने किसी बैठक या कार्यक्रम का आयोजन कैसे किया
- यदि आपके पास एक वर्ष का अंतर है तो अपनी यात्रा के आयोजन में शामिल योजना का विवरण दें
- आपने अंशकालिक नौकरी में लक्ष्य कैसे प्राप्त किया

एक विशिष्ट लक्ष्य तक पहुँचने के लिए समय और आसपास की परिस्थितियों सहित स्वयं और/या दूसरों, और संसाधनों को प्रबंधित करने की क्षमता

व्यवहार संकेतकों में निम्न शामिल हैं: –

योजना बनाना

- किसी कार्य को पूरा करने के लिए आवश्यक समय और प्रयास का सटीक अनुमान लगाएं।
- सिस्टम और आवश्यक संसाधनों को पहचानें और व्यवस्थित करें।
- जिम्मेदारियों को निभाने के लिए व्यक्तिगत समय को व्यवस्थित करें।
- निर्धारित बैठकों/समय सीमा के लिए पर्याप्त तैयारी समय रखें।
- स्पष्ट, विशिष्ट मील के पत्थर और समय सीमा के साथ कार्यक्रम और समय सारिणी विकसित करें।
- स्वयं के लिए परिणामों और मील के पत्थर को मापने का तरीका अपनाएं।

कार्य की दुनिया में नियोजन का उपयोग कैसे किया जाता है?

कार्यस्थल पर सभी स्तरों पर नियोजन का उपयोग किया जाता है, जिसमें आप अपने दिन-प्रतिदिन के कार्यों को विभाजित करने से लेकर वार्षिक आधार पर कंपनी के लक्ष्यों तक शामिल हैं।

नियोजन का उपयोग यह सुनिश्चित करने के लिए भी किया जाता है कि सही कौशल वाले सही लोग उन परियोजनाओं पर काम कर रहे हैं जो कंपनी की जरूरतों के लिए सबसे उपयुक्त हैं।

प्राथमिकता देना

- महत्वपूर्ण कार्यों की पहचान करें।
- कार्यों को तार्किक क्रम में व्यवस्थित करें।
- अत्यावश्यक, महत्वपूर्ण और महत्वहीन कार्यों के बीच अंतर करते हुए व्यवस्थित रूप से प्राथमिकताएं स्थापित करें।
- कार्य योजनाओं, समय-सीमा आदि को नोट करने के लिए :किए जाने वाले कार्यों की सूची, कार्य योजना, या समान योजना उपकरणों का उपयोग करें।
- प्राथमिकताओं की निगरानी और समायोजन करें और/या चल रहे आधार पर कार्यों को समाप्त करें।

### 6.3.3 सकारात्मक दृष्टिकोण और टीम वर्क

स्रोत— जेम्स एलन जॉनसन द्वारा लिखित पाठ्यपुस्तक 'गाइड फॉर साइकोलॉजी ऑफ जेंडर'  
"आपका दृष्टिकोण जितना सकारात्मक होगा, आप उतना ही अधिक काम कर सकते हैं।"



चित्र 6.3.3: सकारात्मक मनोवृत्ति

मनोविज्ञान में एक दृष्टिकोण किसी व्यक्ति, स्थान, वस्तु या घटना (दृष्टिकोण वस्तु) के प्रति पक्ष या विपक्ष की अभिव्यक्ति है। प्रख्यात मनोवैज्ञानिक गॉर्डन ऑलपोर्ट ने एक बार अभिवृत्तियों का वर्णन किया इस प्रकार किया था, “ यह समकालीन सामाजिक मनोविज्ञान में सबसे विशिष्ट और अपरिहार्य अवधारणा है।” मनोवृत्ति का निर्माण किसी व्यक्ति के अतीत और वर्तमान से किया जा सकता है।

सामान्य भाषा में मनोवृत्ति मनोदशा की विशिष्ट अवधारणा को संदर्भित कर सकती है। एक दृष्टिकोण को लोगों, वस्तुओं, घटनाओं, गतिविधियों, विचारों, या आपके वातावरण में किसी भी चीज़ के सकारात्मक या नकारात्मक मूल्यांकन के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

आपका दृष्टिकोण आपकी उत्पादकता को निर्धारित करता है। लगभग किसी भी अन्य कारक से अधिक, वर्तमान स्थिति पर आपका दृष्टिकोण काम करने की आपकी क्षमता को प्रभावित करता है। यदि आपको अधिक उत्पादक बनने की आवश्यकता है तो सुनिश्चित करें कि आप अपना सकारात्मक दृष्टिकोण लाएं।

अभिवृत्ति आपकी उत्पादकता निर्धारित करता है। क्या आप बुरी स्थिति का सामना करते हुए भी सकारात्मक दृष्टिकोण रख सकते हैं? या क्या आप क्रोध, निराशा और शिकायत को अपने ऊपर हावी होने देते हैं?

जब आप विपरीत परिस्थितियों का सामना करते हैं, तो आप अपने मूड को और अधिक खराब होने दे सकते हैं या आप स्थिति के सकारात्मक पक्ष को देखना चुन सकते हैं।

### 6.3.4 अधिक उत्पादक बनने के तरीके

- **लोग सहायता करना चाहते हैं** – एक सकारात्मक दृष्टिकोण दूसरों को आपकी सहायता करने के लिए प्रोत्साहित करता है। कोई भी उस व्यक्ति के पास नहीं जाना चाहता जो मुसीबत के पहले संकेत पर चिल्ला रहा है और हार मान रहा है। फिर भी हर कोई उस व्यक्ति की सहायता के लिए आगे आना चाहता है जो बुरी चीज़ों के बावजूद मुस्कुरा रहा है और अपना सिर ऊंचा रखता है।
- **शिकायत करने में समय बर्बाद करने से बचना है** – शिकायत करने से कुछ नहीं होता। इसके बजाय, स्थिति को सुधारने के लिए कुछ करने की सकारात्मक कार्य में अपनी ऊर्जा लगाएं।
- **आपके ऊर्जा स्तर को उच्च रखता है** – एक सकारात्मक दृष्टिकोण आपको कठिन समय में भी ऊपर उठा सकता है। किसी भी स्थिति के उज्ज्वल पक्ष को देखकर अपने ऊर्जा स्तर को बढ़ाएं। कोई फर्क नहीं पड़ता कि चीज़ें कितनी बुरी हैं, कुछ ऐसा है जो आप सकारात्मक रूप से देख सकते हैं।
- **टीम वर्क का निर्माण करता है** – एक सकारात्मक दृष्टिकोण संक्रामक होता है। यह लोगों को एक साथ लाता है। दूसरे लोग ऐसे लोगों के आसपास रहना चाहते हैं जो सकारात्मक हों। सकारात्मक ऊर्जा एक टीम को एक साथ लाती है और स संबंध स्थापित करने में सहायक है।
- **आपके आत्मविश्वास को निर्धारित करता है** – जैसा कि हेनरी फोर्ड ने कहा था, ‘चाहे आपको लगता है कि आप कर सकते हैं या आपको लगता है कि आप नहीं कर सकते... आप सही हैं।’ आपका दृष्टिकोण आपके आत्मविश्वास को निर्धारित करता है और अंततः आप सफल हो सकते हैं या नहीं हो सकते हैं।
- **समस्याएँ खड़ी करने की बजाय सुलझाएँ** – क्या आपने कभी किसी कठिन परिस्थिति का मुस्कान के साथ सामना किया है? (अगली बार जब आप हवाई अड्डे पर फंस जाएं तो इसे आजमाएं।) सकारात्मक दृष्टिकोण कभी-कभी एक बुरी स्थिति को बदलने के लिए आवश्यक होता है। दूसरी तरफ, एक बुरा रवैया एक समस्या ला सकता है और जल्दी से इसे और भी खराब कर सकता है।
- **अच्छे निर्णय लेने में आपकी सहायता करता है** – क्रोध आपके निर्णय को धूमिल कर देता है। जब आप खुद को परेशान होने देते हैं, तो आप अच्छे निर्णय लेने की अपनी क्षमता को प्रभावित करते हैं। अपने सकारात्मक दृष्टिकोण को अपने दिमाग को साफ करने दें ताकि आप भावनाओं पर प्रतिक्रिया करने के बजाय उचित कार्रवाई कर सकें।
- सकारात्मक दृष्टिकोण परिणाम देता है। अपनी उत्पादकता बढ़ाने के लिए सकारात्मक दृष्टिकोण की शक्ति को कम न समझें। रवैया अक्सर कड़ी मेहनत जितना ही महत्वपूर्ण होता है।



चित्र 6.3.4: टीम वर्क का उदाहरण



चित्र 6.3.5: सकारात्मक दृष्टिकोण समस्याओं को हल करता है

### 6.3.5 समय प्रबंधन

‘समय प्रबंधन’ क्या है?

समय प्रबंधन उस तरीके को संदर्भित करता है जिसेसे आप यह व्यवस्थित करते हैं और योजना बनाते हैं कि आप विशिष्ट गतिविधियों पर कितना समय खर्च करते हैं।



चित्र 6.3.6: समय का प्रबंधन

समय प्रबंधन के बारे में सीखने के लिए अपने मूल्यवान समय को खर्च करना, इसे काम के लिए खर्च करने से अधिक समझदारी की बात नहीं लगती लेकिन इसके लाभ काफी हैं:

- अधिक उत्पादकता और दक्षता।
- एक बेहतर पेशेवर प्रतिष्ठा।
- कम तनाव।
- उन्नति के अवसरों में वृद्धि।
- जीवन और कैरियर के महत्वपूर्ण लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए अधिक अवसर।

अपने समय को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने में विफल रहने के कुछ बहुत ही अवांछनीय परिणाम हो सकते हैं:

- खत्म हो चुकी समय सीमा।
- अकुशल कार्य प्रवाह।
- काम की खराब गुणवत्ता।
- खराब पेशेवर प्रतिष्ठा और कार्य में रुकावट।
- तनाव का उच्च स्तर।

समय-प्रबंधन तकनीकों के बारे में सीखने में थोड़ा समय व्यतीत करने से वर्तमान में और आपके पूरे करियर में बहुत लाभ होगा।

समय प्रबंधन विशिष्ट गतिविधियों पर आप कितना समय व्यतीत करते हैं, इसे व्यवस्थित करने और योजना बनाने की प्रक्रिया है। अपने समय को अधिक कुशलता से प्रबंधित करने के बारे में जानने के लिए और भविष्य में अपना समय बचाने के लिए समय प्रबंधन लेखों के हमारे व्यापक संग्रह में कुछ समय खर्च करें।

### 6.3.6 अपने समय में महारत हासिल करना

- एक सप्ताह के लिए एक शेड्यूल बनाएं और अपने सभी विचारों, बातचीत और गतिविधियों को दर्ज करें। इससे आपको यह समझने में सहायता मिलेगी कि आप एक दिन में कितना कुछ कर सकते हैं और आपके कीमती पल कहां जा रहे हैं। आप देखेंगे कि वास्तव में परिणाम उत्पन्न करने में कितना समय व्यतीत होता है और कितना समय अनुत्पादक विचारों, वार्तालापों और कार्यों पर बर्बाद होता है।
- कोई भी गतिविधि या बातचीत जो आपकी सफलता के लिए महत्वपूर्ण है, उसके लिए एक समय निर्धारित किया जाना चाहिए।



चित्र 6.3.7: योजना का शेड्यूल बनाएं

किए जाने वाले कार्यों की सूचियां उस बिंदु लंबी हो जाती हैं जहां वे काम करने योग्य नहीं होते हैं। समय निर्धारण पुस्तकें काम आती हैं। अपने साथ अपॉइंटमेंट शेड्यूल करें और उच्च प्राथमिकता वाले विचारों, वार्तालापों और कार्यों के लिए समय ब्लॉक बनाएं। शेड्यूल करें कि वे कब शुरू और खत्म होंगे। इन अपॉइंटमेंट को रखने का अनुशासन रखें।

- अपना कम से कम 50 प्रतिशत समय उन विचारों, गतिविधियों और बातचीत में व्यतीत करने की योजना बनाएं जो आपके अधिकांश परिणाम उत्पन्न करते हैं।
- रुकावटों के लिए समय निर्धारित करें। आप जो कर रहे हैं, उससे दूर जाने के लिए समय की योजना बनाएं। उदाहरण के लिए, 'कार्यालय समय' होने की अवधारणा को लें। क्या 'कार्यालय का समय' 'नियोजित रुकावटें' कहने का दूसरा तरीका नहीं है?
- अपने दिन की योजना बनाने के लिए प्रतिदिन के पहले 30 मिनट का समय निकालें। अपना दिन तब तक शुरू न करें जब तक आप अपनी समय योजना पूरी नहीं कर लेते। आपके दिन का सबसे महत्वपूर्ण समय वह समय होता है जब आप समय निर्धारित करते हैं।
- प्रत्येक कॉल और कार्य से पांच मिनट पहले यह तय करें कि आप क्या परिणाम प्राप्त करना चाहते हैं। इससे आपको यह जानने में सहायता मिलेगी कि आपके शुरू करने से पहले सफलता कैसी दिखती है। और यह समय को भी धीमा कर देगा। प्रत्येक कॉल और गतिविधि के बाद यह निर्धारित करने के लिए पांच मिनट का समय लें कि आपका वांछित परिणाम प्राप्त हुआ है या नहीं। यदि नहीं, तो क्या कमी थी? आप अपनी अगली कॉल या गतिविधि में जो कमी है उसे आप कैसे पूरा करते हैं?
- जब आपको पूरी तरह से काम करना हो तो 'डू नॉट डिस्टर्ब' का संकेत लगाएं।





चित्र 6.3.8: डू नॉट डिस्टर्ब का संकेत

- केवल इसलिए फोन का उत्तर न देने क्योंकि यह बज रहा है, और केवल इसलिए ई-मेल का उत्तर न दें क्योंकि वे दिखाई देते हैं। इंस्टेंट मैसेजिंग को डिस्कनेक्ट करें। लोगों को तुरंत अपना ध्यान तब तक न दें जब तक कि आपके व्यवसाय में तत्काल मानवीय प्रतिक्रिया की पेशकश करना बिल्कुल महत्वपूर्ण न हो। इसके बजाय, ईमेल का जवाब देने और फोन कॉल वापस करने के लिए एक समय निर्धारित करें।
- फेसबुक और सोशल मीडिया के अन्य रूपों जैसे अन्य बाधित करने वाले माध्यमों को तब तक रोकें जब तक कि आप व्यवसाय उत्पन्न करने के लिए इन उपकरणों का उपयोग नहीं करते हैं।



चित्र 6.3.9: काम पर सोशल मीडिया का प्रयोग नहीं

- याद रखें कि सब कुछ करना असंभव है। यह भी याद रखें कि आपके विचारों, वार्तालापों और गतिविधियों का 20 प्रतिशत आपके परिणामों का 80 प्रतिशत उत्पादन करता है। चारों, वार्तालापों और गतिविधियों का 20 प्रतिशत आपके परिणामों का 80 प्रतिशत उत्पादन करता है।

### 6.3.7 समस्या समाधान

- कठिनाइयों और दबावों के क्षेत्र होते हैं। कठिन कार्य को संभालने के लिए ज्ञान प्राप्त करना प्रभावी प्रशिक्षण और अधिगम के द्वारा किया जाना चाहिए।
- साथी सहयोगियों की अनुपस्थिति के दौरान सेवारत क्षेत्रों में अतिरिक्त जिम्मेदारी सौंपी जाएगी। मानवशक्ति प्रबंधन प्रमुख मुद्दों में से एक है जिसका सामना नियमित रूप से होगा। अनुपस्थिति को संभालना दिन-प्रतिदिन की समस्या होगी। अनुपस्थिति के दौरान समायोजन के लिए अधीनस्थों के कौशल मैट्रिक्स के विश्लेषण को समझने की आवश्यकता होती है ताकि उनसे निपटने के लिए सही स्थानों पर समन्वय किया जा सके।
- कुछ समस्याएं नियमित होंगी और नियमित रूप से होती रहेंगी। इस प्रकार की समस्याओं की पहचान करें और कारणों की गहराई से जांच करें। त्रुटियों के कारणों की जांच करें और संभावित समाधान सुझाएं।



चित्र 6.3.10: समस्या समाधान

समस्याएँ इस बात के केंद्र में हैं कि बहुत से लोग प्रतिदिन काम पर क्या करते हैं। चाहे आप किसी क्लाइंट (आंतरिक या बाहरी) के लिए किसी समस्या का समाधान कर रहे हों, समस्याओं को हल करने वालों की सहायता कर रहे हों, या हल करने के लिए नई समस्याओं की खोज कर रहे हों, आपके सामने आने वाली समस्याएं बड़ी या छोटी, सरल या जटिल, और आसान या कठिन हो सकती हैं।

प्रत्येक प्रबंधक की भूमिका का एक मूलभूत हिस्सा उन्हें हल करने के तरीके खोजना है। इसलिए, आपकी सफलता के लिए एक आश्वस्त समस्या समाधानकर्ता होना वास्तव में महत्वपूर्ण है। उस आत्मविश्वास का अधिकांश हिस्सा किसी समस्या का सामना करते समय एक अच्छी प्रक्रिया से आता है। एक अच्छी विधि को अपनाने से आप समस्याओं को जल्दी और प्रभावी ढंग से हल कर सकते हैं। इसके बिना आपके समाधान अप्रभावी हो सकते हैं, कभी कभी परिणाम खराब आ सकते हैं।

#### किसी समस्या को हल करने के चार बुनियादी चरण हैं

<p>1. समस्या को परिभाषित करना।</p>	 <p>परिभाषित करें समस्या को परिभाषित करें</p>
<p>2. विकल्प का निर्माण करना</p>	

3. विकल्पों का मूल्यांकन और चयन



4. समाधान लागू करना



### 6.3.8 विश्लेषणात्मक कौशल

विश्लेषणात्मक चिंतन कार्यस्थल पर महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे आपको जानकारी इकट्ठा करने, स्पष्ट करने, कल्पना करने और जटिल समस्याओं को हल करने में सहायता करते हैं। व्यापक प्रशिक्षण के साथ कई बार ऐसा होगा जहां आपको विश्लेषणात्मक रूप से सोचने के लिए कहा जाएगा और सही या गलत उत्तर कंपनी के अंदर आपकी उर्ध्व गतिशीलता के संबंध में अंतर ला सकता है।

आप चाहते हैं कि आपके कर्मचारी और विशेष रूप से आपके बॉस को भरोसा हो कि आप सबसे अच्छी तरह से सूचित और सही निर्णय लेंगे। कुछ निर्णय आपके करियर को बना या बिगाड़ भी सकते हैं। इसलिए, अच्छी तरह से विकसित विश्लेषणात्मक चिंतन कौशल होना अत्यंत महत्वपूर्ण है।

विश्लेषणात्मक चिंतन के लिए आप इसका उपयोग सूचनाओं के जटिलताओं की एक श्रृंखला को तोड़ने के लिए करते हैं। आप एक समग्र निष्कर्ष, उत्तर या समाधान विकसित करने के लिए चरणबद्ध तरीके से सोचते हैं। आप एक कारण और एक प्रभाव डालने के उद्देश्य से विभिन्न दृष्टिकोणों से किसी चीज को देखते हैं। उदाहरण के लिए, आप यह निर्धारित करने का प्रयास कर सकते हैं कि कुत्ते अपनी पूंछ क्यों हिलाते हैं, और फिर वैज्ञानिक उत्तर देते हैं।

इसके अलावा, विश्लेषणात्मक सोच के साथ, आप अपने निष्कर्ष और विचार को आगे बढ़ाने के लिए तथ्यों का उपयोग करते हैं। दूसरी ओर आलोचनात्मक चिंतन एक राय आधारित चिंतन शैली है। विश्लेषणात्मक कौशल आपको समाधान खोजने के लिए अधिक फोकस और समायोजित दृष्टिकोण की ओर ले जाते हैं जहां महत्वपूर्ण चिंतन कौशल असीमित रूप से चल सकता है। जब आपको कोई जटिल-समस्या का समाधान खोजना होता है, तो आप अपने विश्लेषणात्मक कौशल का उपयोग करेंगे।

### 6.3.9 विश्लेषणात्मक कौशल विकसित करना

यदि आप चिंतित हैं कि आपके विश्लेषणात्मक कौशल बराबर नहीं हैं, तो कभी भी डरें नहीं। उन्हें समय और लगातार अभ्यास के साथ विकसित किया जा सकता है। एक मांसपेशी की तरह, जितना अधिक आप इसका उपयोग करते हैं, यह उतना ही मजबूत होता जाता है। शुरू करने का एक तरीका अधिक किताबें पढ़ना है। यह समाधान के लिए थोड़ा बहुत आसान लग सकता है लेकिन यह वास्तव में काम करता है। यह कैसे काम करता है? ठीक है, जब आप यथासंभव सक्रिय रूप से पढ़ते हैं तो यह सहायता करता है। अनुच्छेदों पर निष्क्रिय रूप से स्किमिंग करने और पृष्ठों को चरने के बजाय, कहानी के दोनों पक्षों को देखने का प्रयास करें। उदाहरण के लिए, यदि आप एक उपन्यास पढ़ रहे हैं, तो नायक, खलनायक और अन्य सहायक पात्रों के दृष्टिकोण से कथानक को देखने का प्रयास करें। इससे आपका दिमाग नए तरीके से सोचने लगता है, और आपकी उत्तेजना को बढ़ाता है। अलग तरह से सोचने से आपके दिमाग का विस्तार करने में सहायता मिलती है जो महत्वपूर्ण है।



चित्र 6.3.11: विश्लेषणात्मक कौशल विकसित करना

एक और अच्छा विकल्प है अपने गणितीय कौशल का निर्माण करना। कलन, बीजगणित और सांख्यिकी आदि सभी में तर्क और विश्लेषण का उपयोग किया जाता है। सही उत्तर प्राप्त करने के लिए आपको प्रत्येक समस्या को चरणबद्ध तरीके से देखना होगा। कभी-कभी, किसी समस्या का समाधान निकालने से पहले आपको कई बार काम करना पड़ता है। यह निराशाजनक हो सकता है, लेकिन आप केंद्रित अभ्यास के साथ बेहतर हो जाते हैं। आप उन्हें हल करने के लक्ष्य के साथ विभिन्न जटिलताओं पर भी काम कर सकते हैं।

सैर पर की कोशिश करें, और अपने आस-पास होने वाली हर चीज को देखें। यदि आप एक गिलहरी को देखते हैं तो यह निर्धारित करने का प्रयास करें कि वह क्या कर रही है, और फिर अपने आप से पूछें कि वह ऐसा क्यों कर रही है? यदि वह मेवा खा रहा है, या उसे खिलाया जा रहा है या शिकार किया जा रहा है? गिलहरी आराम कर रही है या देख रही है? अपनी टिप्पणियों के बाद, उन्हें अपने दिमाग में बसने दें। अगले दिन, अपने अवलोकन लिख लें। क्या आप अपने प्रश्न और उत्तर याद कर सकते हैं?



चित्र 6.3.12: सैर करना

### 6.3.10 निर्णय लेना

निर्णय लेना किसी भी इंसान के लिए एक दैनिक गतिविधि है। इसमें कोई अपवाद नहीं है। जब व्यावसायिक संगठनों की बात आती है तो निर्णय लेना एक आदत और एक प्रक्रिया भी है।



चित्र 6.3.13: निर्णय लेना

प्रभावी और सफल निर्णय से कंपनी को लाभ होता है और असफल लोगों को नुकसान होता है। इसलिए, किसी भी संगठन में कॉर्पोरेट निर्णय लेने की प्रक्रिया सबसे महत्वपूर्ण प्रक्रिया है।

निर्णय लेने की प्रक्रिया में हम कुछ संभावित विकल्पों में से एक कार्यविधि चुनते हैं। निर्णय लेने की प्रक्रिया में हम कई उपकरणों, तकनीकों और धारणाओं का उपयोग कर सकते हैं।

इसके अलावा, हम अपने निजी निर्णय ले सकते हैं या सामूहिक निर्णय को प्राथमिकता दे सकते हैं।

आमतौर पर निर्णय लेना कठिन होता है। अधिकांश कॉर्पोरेट निर्णयों में किसी अन्य पक्ष के साथ कुछ स्तर का असंतोष या संघर्ष शामिल होता है।

# 01

## समस्याओं की पहचान करें

प्रक्रिया में पहला कदम यह पहचानना है कि कोई निर्णय लिया जाना है।

निर्णय मनमाने ढंग से नहीं किए जाते हैं; वे एक विशिष्ट समस्या, आवश्यकता को संबोधित करने के प्रयास या अवसर के परिणामस्वरूप होते हैं।

एक खुदरा दुकान में एक पर्यवेक्षक यह महसूस कर सकता है कि उसके पास दिन की वर्तमान बिक्री की मात्रा की तुलना में बहुत अधिक कर्मचारी हैं, उदाहरण के लिए, उसे लागत को नियंत्रण में रखने का निर्णय लेने की आवश्यकता है।



चित्र 6.3.14: एक समस्या की पहचान करें

## 02

### जानकारी प्राप्त करें

एक बार निर्णय लेने की आवश्यकता वाले मुद्दे की पहचान करने के बाद प्रबंधक अपने विकल्पों को स्पष्ट करने के लिए कई प्रकार की जानकारी की तलाश करते हैं। प्रबंधक किसी समस्या के संभावित कारणों, इस मुद्दे में शामिल लोगों और प्रक्रियाओं और निर्णय लेने की प्रक्रिया में किसी भी बाधा को निर्धारित करने की कोशिश कर सकते हैं।

## 03

### मंथन समाधान

इस मुद्दे की पूरी समझ रखने के बाद प्रबंधक संभावित समाधानों की एक सूची बनाने के लिए आगे बढ़ते हैं। निर्णय की प्रकृति के आधार पर इस कदम में कुछ सेकंड से लेकर कुछ महीनों या औपचारिक सहयोगात्मक योजना तक कुछ भी शामिल हो सकता है।



चित्र 6.3.15: मस्तिष्क उद्वेलन

## 04

### एक विकल्प चुनें

प्रबंधक प्रत्येक संभावित समाधान के लाभ और सीमाओं को जांचते हैं, यदि आवश्यक हो तो अतिरिक्त जानकारी की तलाश करें और उस विकल्प का चयन करें जो उन्हें लगता है कि कम से कम लागत पर सफलता का सबसे अच्छा मौका है।

यदि आप पिछले सभी चरणों को अपने दम पर पूरा कर चुके हैं, तो बाहरी सलाह लेने पर विचार करें; दूसरी राय मांगना समस्या और आपके संभावित समाधानों पर एक नया दृष्टिकोण प्रदान कर सकता है।

# 05

## योजना लागू करें

जब आप अपने निर्णय को क्रियान्वित करते हैं तो खुद का अनुमान लगाने का समय नहीं होता है। एक बार जब आप एक विशिष्ट समाधान करने के लिए प्रतिबद्ध हो जाते हैं, तो अपने सभी कर्मचारियों को बोर्ड में शामिल करें और निर्णय को दृढ़ विश्वास के साथ लागू करें।

इसका मतलब यह नहीं है कि एक प्रबंधकीय निर्णय अधिनियमित होने के बाद बदल नहीं सकता है; विशेषज्ञ प्रबंधकों ने अपने निर्णयों के परिणामों का मूल्यांकन करने के लिए निगरानी प्रणाली स्थापित करते हैं।



चित्र 6.1.44: योजना को लागू करें

# 06

## परिणामों का मूल्यांकन करें

यहां तक कि सबसे अनुभवी व्यवसाय के मालिक भी अपनी गलतियों से सीख सकते हैं। एक छोटे व्यवसाय के स्वामी के रूप में आपके द्वारा लिए गए रणनीतिक निर्णयों के परिणामों की हमेशा निगरानी करें; अपनी योजना को आवश्यकतानुसार अनुकूलित करने के लिए तैयार रहें, या किसी अन्य संभावित समाधान को अपनाने के लिए तैयार रहें यदि आपका चुना हुआ समाधान आपकी अपेक्षा के अनुरूप काम नहीं करता है।

### 6.3.11 आलोचनात्मक चिंतन

पते खो जाने, गलत दिशा में ग्राहक का मार्गदर्शन करने, ग्राहकों की अनुपस्थिति और व्यस्त वातावरण ऐसी स्थितियाँ हैं जिन्हें संभालने के लिए बहुत अधिक तनाव और दबाव होगा। लेकिन हमेशा एक रास्ता मिल जाता है। इन परिस्थितियों के दौरान सोचने की प्रक्रिया आवेगी या भावनात्मक होने के बजाय अधिक उद्देश्यपूर्ण होनी चाहिए। किसी भी देरी/अतिरिक्त आदेश/दबाव की स्थितियों को दूर करने के लिए उन स्थितियों के दौरान दृष्टिकोण में लचीलेपन के साथ गंभीर सोच की आवश्यकता होती है।

कौशल इस तरह विकसित करें कि आप बिना किसी त्रुटि के किसी भी कार्य को पूरा करें। सोचने की प्रक्रिया सही होनी चाहिए और संचालन स्पष्ट होना चाहिए।



चित्र 6.3.16: आलोचनात्मक चिंतन

आलोचनात्मक चिंतन स्पष्ट और तर्कसंगत रूप से यह सोचने की क्षमता है कि क्या करना है या क्या विश्वास करना है। इसमें चिंतनशील और स्वतंत्रता से सोचने की क्षमता शामिल है। आलोचनात्मक चिंतन कौशल वाला कोई भी व्यक्ति निम्नलिखित कार्य करने में सक्षम होता है:-

- विचारों के बीच तार्किक संबंध को समझना
- तर्कों को पहचानना, निर्माण करना, और उनका मूल्यांकन करना
- तर्क में विसंगतियों और सामान्य गलतियों का पता लगाना
- समस्याओं को व्यवस्थित रूप से हल करना
- विचारों की प्रासंगिकता और महत्व को पहचानना
- अपने स्वयं के विश्वासों और मूल्यों के औचित्य पर चिंतन करना



चित्र 6.3.17: आलोचनात्मक चिंतन

आलोचनात्मक चिंतन केवल सूचना का संग्रह नहीं है। एक अच्छी स्मरणशक्ति वाला व्यक्ति और जो बहुत सारे तथ्यों को जानता है, जरूरी नहीं कि वह आलोचनात्मक चिंतन में अच्छा हो। एक आलोचनात्मक चिंतक जो कुछ जानता है उससे परिणाम निकालने में सक्षम होता है, और वह जानता है कि समस्याओं को हल करने के लिए सूचना का उपयोग कैसे करना है, और खुद को सूचित करने के लिए जानकारी के प्रासंगिक स्रोतों की तलाश करना है।

आलोचनात्मक चिंतन को तर्क-वितर्क करने या अन्य लोगों की आलोचना करना नहीं समझना चाहिए। यद्यपि आलोचनात्मक चिंतन कौशल का उपयोग भ्रांतियों और खराब तर्कों को उजागर करने में किया जा सकता है, लेकिन आलोचनात्मक चिंतन सहकारी तर्क और रचनात्मक कार्यों में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। आलोचनात्मक चिंतन हमें ज्ञान प्राप्त करने, अपने सिद्धांतों में सुधार करने और तर्कों को मजबूत करने में सहायता कर सकता है। हम कार्य प्रक्रियाओं को बढ़ाने और सामाजिक संस्थानों में सुधार के लिए आलोचनात्मक चिंतन का उपयोग कर सकते हैं।



चित्र 6.3.18: आलोचनात्मक चिंतन



कुछ लोगों का मानना है कि आलोचनात्मक चिंतन रचनात्मकता में बाधा डालता है क्योंकि इसके लिए तर्क और तर्कसंगतता के नियमों का पालन करना पड़ता है, लेकिन रचनात्मकता के लिए नियमों को तोड़ने की आवश्यकता हो सकती है। यह एक गलत धारणा है। आलोचनात्मक चिंतन 'आउट-ऑफ-द-बॉक्स' सोचने, आम सहमति को चुनौती देने और कम लोकप्रिय दृष्टिकोणों का अनुसरण करने से जुड़ा है। कुछ भी हो, आलोचनात्मक चिंतन रचनात्मकता का एक अनिवार्य हिस्सा है क्योंकि हमें अपने रचनात्मक विचारों का मूल्यांकन और सुधार करने के लिए महत्वपूर्ण चिंतन की आवश्यकता है।

### 6.3.12 आलोचनात्मक चिंतन का महत्व

आलोचनात्मक चिंतन एक डोमेन में सामान्य चिंतन कौशल है। हम जो कुछ भी करना चाहते हैं, उसमें स्पष्ट और तर्कसंगत रूप से सोचने की क्षमता महत्वपूर्ण है। यदि आप शिक्षा, अनुसंधान, वित्त, प्रबंधन या कानूनी पेशे में काम करते हैं, तो स्पष्ट रूप से आलोचनात्मक चिंतन महत्वपूर्ण है। लेकिन आलोचनात्मक चिंतन कौशल किसी विशेष विषय क्षेत्र तक ही सीमित नहीं हैं। अच्छी तरह से सोचने और समस्याओं को व्यवस्थित रूप से हल करने में सक्षम होना किसी भी करियर के लिए महत्वपूर्ण है।

नई ज्ञान अर्थव्यवस्था में आलोचनात्मक चिंतन बहुत महत्वपूर्ण है। वैश्विक ज्ञान अर्थव्यवस्था सूचना और प्रौद्योगिकी द्वारा संचालित है। किसी को भी परिवर्तनों से शीघ्रता और प्रभावी ढंग से निपटने में सक्षम होना चाहिए। नई अर्थव्यवस्था लचीले बौद्धिक कौशल, और समस्याओं को हल करने में सूचना के विश्लेषण करने और ज्ञान के विविध स्रोतों को एकीकृत करने की क्षमता की मांग करती है। अच्छे आलोचनात्मक चिंतन ऐसे चिंतन कौशल को बढ़ावा देती है, और तेजी से बदलते कार्यस्थल में बहुत महत्वपूर्ण है।

आलोचनात्मक चिंतन भाषा और प्रस्तुति कौशल को बढ़ाती है। स्पष्ट और व्यवस्थित रूप से सोचने से हम अपने विचारों को व्यक्त करने के तरीके में सुधार कर सकते हैं। लिखित सामग्री की तार्किक संरचना का विश्लेषण करने का तरीका सीखने में आलोचनात्मक चिंतन समझने की क्षमता में सुधार करता है।

आलोचनात्मक चिंतन रचनात्मकता को बढ़ावा देता है। किसी समस्या के रचनात्मक समाधान के लिए केवल नए विचारों का होना शामिल नहीं है। यह भी होना चाहिए कि उत्पन्न होने वाले नए विचार उपयोगी और कार्य के लिए प्रासंगिक हों। आलोचनात्मक चिंतन नए विचारों का मूल्यांकन करने, सर्वोत्तम विचारों का चयन करने और यदि आवश्यक हो तो उन्हें संशोधित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।



चित्र 6.3.19: आलोचनात्मक चिंतन

आत्म चिंतन के लिए आलोचनात्मक चिंतन महत्वपूर्ण है। एक सार्थक जीवन जीने और उसके अनुसार अपने जीवन की संरचना करने के लिए, हमें अपने मूल्यों और निर्णयों को सही ठहराने और आत्म चिंतन करने की आवश्यकता है। आलोचनात्मक चिंतन आत्म-मूल्यांकन की इस प्रक्रिया के लिए उपकरण प्रदान करता है।



चित्र 6.3.20: आलोचनात्मक चिंतन

अच्छा आलोचनात्मक चिंतन विज्ञान और लोकतंत्र का आधार है। विज्ञान में प्रयोग और सिद्धांत की पुष्टि में तर्क के महत्वपूर्ण उपयोग की आवश्यकता है। कार्यस्थल पर उचित काम जो व्यक्ति ग्राहकों की प्राथमिकताओं और व्यावसायिक साधनों के बारे में सोच सकता है, वह अपनी कार्यभूमिका के साथ उचित न्याय करता और पूर्वाग्रहों को दूर करता है।

### 6.3.13 संप्रेषण

ग्राहक के साथ संवाद करते समय एक बहुत ही पेशेवर शिष्टाचार में संवाद करना बहुत आवश्यक है। कुछ ग्राहक कॉल से बच सकते हैं, या जवाब देने में कठिन हो सकते हैं या पते/समस्याओं को संप्रेषित करने में एक से अधिक बार कॉल करने पर चिढ़ जाते हैं।

यह सुनिश्चित करने के लिए कि ग्राहक प्रश्नों को समझता है और प्रश्नों का उत्तर देता है, कर्मचारियों द्वारा संप्रेषण का एक पेशेवर तरीका अपनाना चाहिए। टेलीफोन पर शिष्टाचार विनम्र होना चाहिए और कारण या स्थिति की व्याख्या करना चाहिए और ग्राहक को आपका प्रश्न समझ में आना चाहिए और इसे हल करना चाहिए।



चित्र 6.3.21: क्रोधित ग्राहक



चित्र 6.3.22: पता पूछने में धैर्य

व्यवसाय की सफलता के लिए अच्छा स्टाफ संप्रेषण आवश्यक है। सबसे बुनियादी स्तर पर, जो कर्मचारी यह नहीं जानते हैं कि उनसे क्या अपेक्षित है, वे शायद ही कभी अपनी क्षमता के अनुसार प्रदर्शन करते हैं।

प्रभावी संप्रेषण एक दो-तरफा सड़क है। सहायक को बिना किसी हिचकिचाहट के अपनी चिंताओं को ग्राहकों / प्रबंधन को बताने के लिए तैयार रहना चाहिए

ग्राहक और संगठन दोनों के साथ हमेशा स्पष्ट रूप से संवाद करें कि क्या आवश्यक है, क्या अपेक्षित है और क्या बताया जाना चाहिए। यह समझने के लिए संप्रेषण नियमित और स्पष्ट होना चाहिए कि प्रक्रियाएं सुचारु रूप से हो रही हैं। बेहतर टीम निर्माण और प्रभावी संचालन के लिए सलाह लें और साथियों और जूनियर्स का मार्गदर्शन करें। साथ ही, संयुक्त रूप से संगठन के लक्ष्यों को प्राप्त करके एक महान टीम खिलाड़ी बनें।

### 6.3.14 संप्रेषण कौशल

संप्रेषण केवल सूचनाओं के आदान-प्रदान से कहीं अधिक है। यह जानकारी के पीछे की भावना और उद्देश्यों को समझने के बारे में है। प्रभावी संप्रेषण भी दोतरफा मार्ग है। यह न केवल इस प्रकार से संदेश भेजना है कि वह आपकी अपेक्षा के अनुसार प्राप्तकर्ता को समझ में आए, बल्कि इसमें यह भी आवश्यक है कि आप भी जो कुछ वापिस उत्तर मिला है उसे सही प्रकार से समझें।

आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले शब्दों से के अतिरिक्त, प्रभावी संप्रेषण कौशल के एक समूह को संयुक्त करता है जिसमें अशाब्दिक संप्रेषण, व्यस्त सुनना, तनाव का प्रबंधन, मुखरता से संवाद करने की क्षमता, और अपनी खुद की भावनाओं को पहचानने और समझने की क्षमता शामिल है।



चित्र 6.3.23: सम्प्रेषण द्वारा अभिव्यक्ति

प्रभावी संप्रेषण वह गोंद है जो आपको दूसरों के साथ अपने संबंधों को गहरा करने और टीम वर्क, निर्णय लेने और समस्या समाधान में सुधार करने में सहायता करता है। यह आपको बिना टकराव या विश्वास को तोड़े नकारात्मक या कठिन संदेशों को भी संप्रेषित करने में सक्षम बनाता है।

चूंकि प्रभावी सम्प्रेषण एक सीखा जाने वाला कौशल है, यह तब अधिक प्रभावी होता है जब यह सूत्रबद्ध होने की बजाय स्वाभाविक हो।

### 6.3.15 प्रभावी पारस्परिक संप्रेषण में बाधाएं

#### तनाव और अनियंत्रित भावनाएं

जब आप तनावग्रस्त या भावनात्मक रूप से अभिभूत होते हैं, तो आप अन्य लोगों को गलत समझ सकते हैं, भ्रमित करने वाले या गैर-मौखिक संकेत भेज सकते हैं, और गलत व्यवहार को अपना सकते हैं। बातचीत जारी रखने से पहले शांत होने के लिए कुछ समय निकालें।

#### ध्यान की कमी:

जब आप मल्टीटास्किंग कर रहे हों तो आप प्रभावी ढंग से संवाद नहीं कर सकते। यदि आप योजना बना रहे हैं कि आप आगे क्या कहने जा रहे हैं, दिवास्वप्न देख रहे हैं, लिखित संदेशों की जाँच कर रहे हैं, या कुछ और सोच रहे हैं, तो आप बातचीत में अशाब्दिक संकेतों को प्रयोग नहीं कर पाएंगे। आपको पल-पल के अनुभव पर ध्यान केंद्रित करने की आवश्यकता है।



चित्र 6.3.24: ध्यान भटकना

#### शरीर की असंगत भाषा:

अशाब्दिक संप्रेषण को जो कहा जा रहा है उसे सुदृढ़ करना चाहिए, न कि इसका विरोध करना चाहिए। यदि आप एक बात कहते हैं, लेकिन आपकी बॉडी लैंग्वेज कुछ और कहती है, तो आपके श्रोता को लगेगा कि आप झूठ बोल रहे हैं। उदाहरण के लिए, आप अपना सिर को ना में हिलाते हुए 'हां' नहीं कह सकते।

#### नकारात्मक शारीरिक भाषा:

यदि आप जो कहा जा रहा है उससे असहमत या उसे नापसंद करते हैं, तो आप दूसरे व्यक्ति के संदेश का विरोध करने के लिए नकारात्मक बॉडी लैंग्वेज का उपयोग कर सकते हैं, जैसे कि अपनी बाजूओं को क्रॉस करना, आंखों के संपर्क से बचना, या अपने पैरों को टैप करना। आपको सहमत होने की ज़रूरत नहीं है, या यहाँ तक कि जो कहा जा रहा है, उसे पसंद नहीं है, लेकिन दूसरे व्यक्ति को रक्षात्मक बनाए बिना प्रभावी ढंग से संप्रेषण करने के लिए नकारात्मक संकेत भेजने से बचना महत्वपूर्ण है।

### 6.3.16 एक ध्यानपूर्ण श्रोता बनें

लोग अक्सर इस बात पर ध्यान केंद्रित करते हैं कि उन्हें क्या कहना चाहिए, लेकिन प्रभावी संप्रेषण में बात करना कम और सुनना अधिक महत्वपूर्ण है। अच्छी तरह से सुनने का अर्थ केवल संप्रेषित किए जा रहे शब्दों या सूचनाओं को समझना ही नहीं है, बल्कि उन भावनाओं को भी समझना है जिन्हें वक्ता संप्रेषित करने का प्रयास कर रहा है।

ध्यान से सुनने और केवल सुनने के बीच एक बड़ा अंतर है। जब आप वास्तव में सुनते हैं तो आप जो कहा जा रहा है उसमें ध्यान देते हैं। आप किसी की आवाज़ में सूक्ष्म स्वरों को सुनेंगे जो आपको बताएंगे कि वह व्यक्ति कैसा महसूस कर रहा है और वो किन भावनाओं को समझाने की कोशिश कर रहे हैं। जब आप एक ध्यान से सुनने वाले श्रोता होते हैं, तो आप न केवल दूसरे व्यक्ति को बेहतर ढंग से समझ पाएंगे, बल्कि आप उस व्यक्ति को सुनने और समझने का भी एहसास कराएंगे, जो आपके बीच एक मजबूत, गहरा संबंध बनाने में सहायता कर सकता है।

इस तरह से संप्रेषण करने से आप एक ऐसी प्रक्रिया का भी अनुभव करेंगे जो तनाव को कम करती है और शारीरिक और भावनात्मक सहजता में सहायता करती है। उदाहरण के लिए, यदि आप जिस व्यक्ति से बात कर रहे हैं वह शांत है, तो ध्यान से सुनना आपको भी शांत करने में सहायता करेगा। इसी तरह, यदि व्यक्ति उत्तेजित है, तो आप उसे ध्यान से सुनकर और उसे समझा हुआ महसूस कराकर उसे शांत करने में सहायता कर सकते हैं।

### 6.3.17 आप एक ध्यानपूर्ण श्रोता कैसे बनते हैं?

यदि आपका लक्ष्य दूसरे व्यक्ति को पूरी तरह से समझना और उसके साथ जुड़ना है तो ध्यानपूर्वक सुनना अक्सर स्वाभाविक रूप से आएगा। यदि ऐसा नहीं होता है तो निम्न विधियों का प्रयास करें। जितना अधिक आप उनका अभ्यास करेंगे दूसरों के साथ आपकी बातचीत उतनी ही संतोषजनक और सफल होगी।

- **वक्ता पर पूरा ध्यान दें:**

उसकी शारीरिक भाषा, आवाज का स्वर और अन्य अशाब्दिक संकेतों पर ध्यान दें। स्वर भावनाओं को व्यक्त करता है, इसलिए यदि आप अन्य चीजों के बारे में सोच रहे हैं, तो टेक्स्ट संदेशों की जांच कर रहे हैं या डूडलिंग कर रहे हैं, तो आप लगभग निश्चित रूप से अशाब्दिक संकेतों और बोले जा रहे शब्दों के पीछे के भावों को याद कर रहे हैं। और अगर बात करने वाला व्यक्ति इसी तरह विचलित होता है, तो आप इससे भटक जाएंगे। यदि आपको कुछ वक्ताओं पर ध्यान केंद्रित करने में कठिनाई होती है, तो उनके शब्दों को अपने दिमाग में दोहराने का प्रयास करें—यह उनके संदेश को सुदृढ़ करेगा और आपको केंद्रित रहने में सहायता करेगा।



चित्र 6.3.25: फोकस

- **अपने दाहिने कान पर ध्यान दें:**

मस्तिष्क के बाईं ओर बात को समझने और भावनाओं दोनों के लिए प्राथमिक प्रोसेसिंग केंद्र होते हैं। चूंकि मस्तिष्क का बायाँ भाग शरीर के दाएँ भाग से जुड़ा होता है, इसलिए अपने दाहिने कान की सहायता करने से भावनात्मक बारीकियों का बेहतर पता लगाने में सहायता मिल सकती है। अपने पोस्चर को सीधा रखने की कोशिश करें, अपनी दुड़डी को नीचे करें, और अपने दाहिने कान को स्पीकर की ओर झुकाएं—इससे मानव स्वर की उच्च आवृत्तियों को समझना आसान हो जाएगा जिसमें जो कहा जा रहा है उसकी भावनाएं भी शामिल हैं।

- **बातचीत में बाधा डालने या बातचीत को अपनी चिंताओं पर पुनर्निर्देशित करने का प्रयास करने से बचें:**

कुछ ऐसा कहकर, 'अगर आपको लगता है कि यह बुरा है, तो मैं आपको बता दूँ कि मेरे साथ क्या हुआ था।' सुनना, बात करने के लिए अपनी बारी की प्रतीक्षा करने के समान नहीं है। यदि आप आगे जो कहने जा रहे हैं, तो आप किसी के कहने पर ध्यान केंद्रित नहीं कर सकते। अक्सर, वक्ता आपके चेहरे के भाव पढ़ सकता है और जान सकता है कि आपका दिमाग कहीं और है।



चित्र 6.3.26: बाधाओं से बचें

- **जो कहा जा रहा है उसमें अपनी रुचि दिखाएं:**

कभी-कभी सिर हिलाएँ, उस व्यक्ति की ओर मुस्कुराएँ, और सुनिश्चित करें कि आपका पोस्चर खुला और आमंत्रित करने वाला है। वक्ता को 'हाँ' या 'उह' जैसी छोटी मौखिक टिप्पणियों के साथ जारी रखने के लिए प्रोत्साहित करें।

- **निर्णय को अलग रखने का प्रयास करें**

किसी के साथ प्रभावी ढंग से संवाद करने के लिए, आपको उन्हें पसंद करने या उनके विचारों, मूल्यों या विचारों से सहमत होने की आवश्यकता नहीं है। हालाँकि, आपको किसी व्यक्ति को पूरी तरह से समझने के लिए अपने निर्णय को अलग रखने और दोष और आलोचना को रोकने की आवश्यकता है। सबसे कठिन सम्प्रेषण, जब सफलतापूर्वक किया जाता है, तो किसी के साथ सबसे असंभावित और गहरा संबंध बन सकता है।

- **अपनी राय दें:**

यदि कोई डिस्कनेक्ट प्रतीत होता है, तो संक्षिप्त करते हुए बताएँ कि क्या कहा गया है। 'मैं जो सुन रहा हूँ वह यह है' या 'लगता है जैसे आप कह रहे हैं' जैसे वाक्यांश प्रतिक्रिया देने के अच्छे तरीके हैं। वक्ता ने जो शब्दशः कहा है, उसे केवल दोहराएँ नहीं, हालाँकि आप थोड़ा अजीब लगेंगे। इसके बजाय, बताएं कि वक्ता के शब्दों का आपके लिए क्या अर्थ है। कुछ बिंदुओं को स्पष्ट करने के लिए प्रश्न पूछें: 'जब आप कहते हैं तो आपका क्या मतलब है ...' या 'क्या आपका यही मतलब है?'



चित्र 6.3.27: प्रतिक्रिया दें

### 6.3.18 अशाब्दिक संकेतों पर ध्यान दें

जब हम उन चीजों के बारे में सम्प्रेषण करते हैं जिनकी हम परवाह करते हैं, तो हम ऐसा मुख्य रूप से अशाब्दिक संकेतों का उपयोग करते हुए करते हैं। अशाब्दिक सम्प्रेषण, या शरीर की भाषा, में चेहरे के भाव, शरीर की गति और हावभाव, आँखों से संपर्क, मुद्रा, आपकी आवाज़ का स्वर और यहाँ तक कि आपकी मांसपेशियों में तनाव और श्वास शामिल हैं। जिस तरह से आप किसी अन्य व्यक्ति को देखते हैं, सुनते हैं, हिलते हैं और प्रतिक्रिया करते हैं, वह उन्हें अकेले शब्दों की तुलना अधिक बताता है।



चित्र 6.3.28: चेहरे के संकेत

अशाब्दिक सम्प्रेषण को समझने और उपयोग करने की क्षमता विकसित करने से आपको दूसरों के साथ जुड़ने, आप जो कहना चाहते हैं उसे समझाने, चुनौतीपूर्ण परिस्थितियों को नकारने और घर और काम पर बेहतर संबंध बनाने में सहायता मिल सकती है।

- आप शारीरिक भाषा—बाहों को बिना क्रॉस किए, खुले रुख के साथ खड़े होकर या अपनी सीट के किनारे पर बैठकर, और जिस व्यक्ति से आप बात कर रहे हैं, उसके साथ आँखों का संपर्क बनाए रखते हुए प्रभावी सम्प्रेषण कर सकते हैं।
- आप अपने अशाब्दिक संदेशों को बढ़ाने या उस पर बल देने के लिए शारीरिक भाषा का भी प्रयोग कर सकते हैं या अपने संदेश को देने के लिए अपनी हथेलियों से प्रहार कर सकते हैं।

### सुझाव



#### अशाब्दिक सम्प्रेषण को समझने के तरीके में सुधार

- व्यक्तिगत मतभेदों का ज्ञान रखें

विभिन्न देशों और संस्कृतियों के लोग विभिन्न अशाब्दिक सम्प्रेषण के संकेतों का उपयोग करते हैं, इसलिए शरीर के हावभाव को समझते समय उम्र, संस्कृति, धर्म, लिंग और भावनात्मक स्थिति को ध्यान में रखना महत्वपूर्ण है। उदाहरण के लिए, एक अमेरिकी किशोर, एक दुखी विधवा और एक एशियाई व्यवसायी में अलग अलग अशाब्दिक संकेतों के होने की संभावना होगी।

• **अशाब्दिक संप्रेषण संकेतों को एक समूह के रूप में देखना:**

एक ही हावभाव या अशाब्दिक संकेत पर निर्भर न रहें। आंखों के संपर्क से लेकर आवाज के स्वर से लेकर बॉडी लैंग्वेज तक, आपको प्राप्त होने वाले सभी अशाब्दिक संकेतों पर विचार करें। उदाहरण के लिए, व्यक्ति ध्यान से भटक सकता है और आंखों के संपर्क से बच सकता है, या बिना मतलब के अपनी बाजूओं को क्रॉस कर सकता है। किसी व्यक्ति को बेहतर समझने के लिए संकेतों पर समग्र रूप से विचार करें।

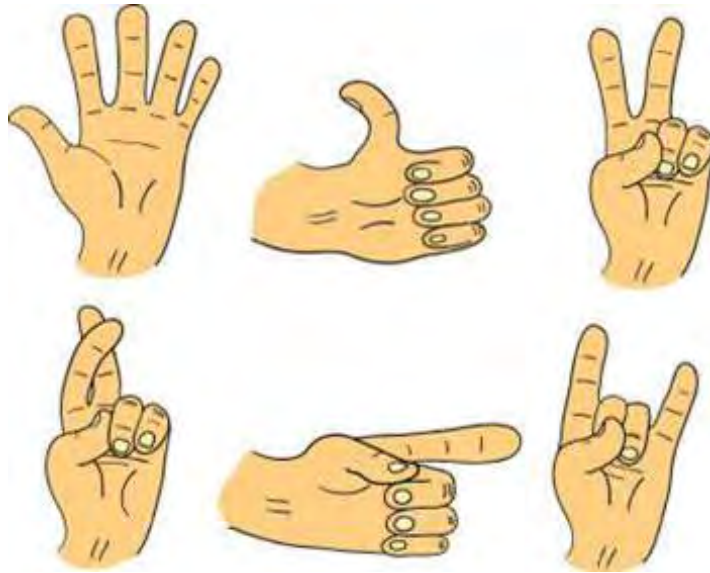
**सुझाव**



**अशाब्दिक संप्रेषण को बेहतर बनाने की विधियां**

- अशाब्दिक संकेतों का प्रयोग करें जो आपके शब्दों से मेल खाते हों:

अशाब्दिक संप्रेषण को जो कहा जा रहा है उसे सुदृढ़ करना चाहिए, न कि इसका प्रतिरोध। यदि आप एक बात कहते हैं, लेकिन आपकी बॉडी लैंग्वेज कुछ और कहती है, तो आपके श्रोता को लगेगा कि आप झूठ बोल रहे हैं। उदाहरण के लिए, आप अपना सिर ना में हिलाते हुए हां नहीं कह सकते।



चित्र 6.3.29: हाथों से सम्प्रेषण

- **संदर्भ के अनुसार अपने अशाब्दिक संकेतों को समायोजित करें:**

उदाहरण के लिए जब आप किसी बच्चे को संबोधित कर रहे हों, तब आपकी आवाज़ का स्वर अलग होना चाहिए, जब आप वयस्कों के समूह को संबोधित कर रहे हों तो अलग होना चाहिए। इसी तरह, जिस व्यक्ति के साथ आप बातचीत कर रहे हैं उसकी भावनात्मक स्थिति और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि को ध्यान में रखें।

- **सकारात्मक भावनाओं को व्यक्त करने के लिए शारीरिक भाषा का प्रयोग करें:**

यदि आप किसी स्थिति के बारे में घबराए हुए हैं – जैसे नौकरी के लिए साक्षात्कार, महत्वपूर्ण प्रस्तुति, या पहली मुलाकान, तो आप आत्मविश्वास का संकेत देने के लिए सकारात्मक बॉडी लैंग्वेज का उपयोग कर सकते हैं, भले ही आप इसे महसूस नहीं कर रहे हों। अपने सिर को झुकाए हुए, सिर को नीचे किए हुए, या कुर्सी पर फिसलने के बजाय, अपने कंधों को को सीधा करते हुए, मुस्कुराते हुए और आंखों के संपर्क को बनाए रखते हुए, और एक मजबूत हैंडशेक देने की कोशिश करें। यह आपको अधिक आत्मविश्वासी महसूस कराएगा और दूसरे व्यक्ति को अच्छा महसूस कराएगा।



### 6.3.19 तनाव को नियंत्रण में रखें

प्रभावी ढंग से संवाद करने के लिए, आपको अपनी भावनाओं के बारे में जागरूक होने और उन पर नियंत्रण रखने की आवश्यकता है। और इसका मतलब है कि तनाव को प्रबंधित करना सीखना। जब आप पर दबाव होता है, तो आप अन्य लोगों को गलत तरीके से समझ सकते हैं, भ्रमित करने वाले या गैर-मौखिक संकेत भेज सकते हैं, और गलत तरीके से व्यवहार कर सकते हैं।



चित्र 6.3.30: अशाब्दिक शारीरिक लक्षण

आपने कितनी बार अपने जीवनसाथी, बच्चों, बॉस, दोस्तों, या सहकर्मियों के साथ असहमति के दौरान तनाव महसूस किया है और फिर कुछ ऐसा कहा या किया है जिसका आपको बाद में पछतावा हुआ? यदि आप तनाव को जल्दी से दूर कर सकते हैं और शांत स्थिति में लौट सकते हैं, तो आप न केवल इस तरह के पछतावे से बचेंगे, बल्कि कई मामलों में आप दूसरे व्यक्ति को भी शांत करने में सहायता करेंगे। यह केवल तभी होता है जब आप शांत और आराम की स्थिति में होते हैं। आप यह जान पाएंगे कि क्या स्थिति में प्रतिक्रिया की आवश्यकता है, या चुप रहना बेहतर होगा।

### 6.3.20 दबाव के अंतर्गत शांत रहना

नौकरी के लिए इंटरव्यू, बिजनेस प्रेजेंटेशन, हाई-प्रेशर मीटिंग या किसी प्रियजन के परिवार से परिचय जैसी स्थितियों में, अपनी भावनाओं को प्रबंधित करना, अपने धरातल पर सोचना और दबाव में प्रभावी ढंग से संवाद करना महत्वपूर्ण है। निम्नलिखित सुझाव सहायता कर सकते हैं:



चित्र 6.3.31: प्रेशर के दौरान शांत रहें

- रुक कर सोचने के लिए स्वयं को समय देने के की रणनीति का प्रयोग करें। किसी प्रश्न को दोहराया जाए, या उत्तर देने से पहले किसी कथन का स्पष्टीकरण मांगें या प्रश्न को दोहराने के लिए कहें।
- अपने विचार एकत्र करने के लिए रुकें। जरूरी नहीं कि मौन एक बुरी चीज है—रुकने से आप अपनी प्रतिक्रिया में जल्दबाजी करने की तुलना में अधिक नियंत्रण में हो सकते हैं।

- एक बिंदु का निर्माण करें और एक उदाहरण या जानकारी प्रदान करें। यदि आपकी प्रतिक्रिया बहुत लंबी है या आप कई बिंदुओं के बारे में सोचते हैं, तो आपका श्रोता आप में रुची खो सकता है। एक बिंदु को समझाने के बाद उदाहरण दें और फिर श्रोता की प्रतिक्रिया का आकलन करके बताएं कि क्या आपको दूसरा बिंदु बनाना चाहिए।
- अपने शब्दों को स्पष्ट रूप से बोलें। कई मामलों में आपके बोलने का तरीका उतना ही महत्वपूर्ण हो सकता है जितना आप कहते हैं। स्पष्ट रूप से बोलें, एक समान स्वर बनाए रखें और आँखों से संपर्क करें। अपनी बॉडी लैंग्वेज को रिलैक्स और ओपन रखें।
- सारांश के साथ समाप्त करें और फिर रुकें। अपनी प्रतिक्रिया को संक्षिप्त करें और फिर रुक जाएं। भले ही कमरे में सन्नाटा हो जाए। आपको सन्नाटा दूर करने के लिए बोलते नहीं रहना है।

### 6.3.21 नाव से निपटना

जब बातचीत गर्म होने लगती है, तो भावनात्मक तीव्रता को कम करने के लिए आपको कुछ त्वरित और तत्काल करना चाहिए। हालांकि, इस समय तनाव को जल्दी से कम करना सीखकर, आप सुरक्षित रूप से किसी भी मजबूत भावनाओं का सामना कर सकते हैं जो आप अनुभव कर रहे हैं, अपनी भावनाओं को नियंत्रित कर सकते हैं और उचित व्यवहार कर सकते हैं। जब आप जानते हैं कि जागरूकता की एक शांत, ऊर्जावान स्थिति को कैसे बनाए रखा जाए – भले ही कुछ परेशान करने वाला हो – तो आप भावनात्मक रूप से उपलब्ध और आकृषित बन सकते हैं।

संप्रेषण के दौरान तनाव से निपटना

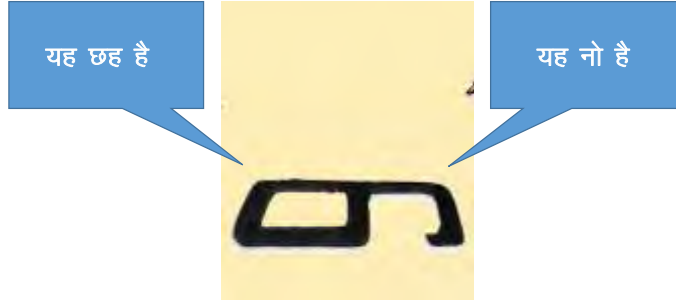
- **पहचानें कि आप कब तनावग्रस्त हो रहे हैं।** यदि आप संवाद करते समय तनावग्रस्त हैं तो आपका शरीर आपको बताएगा। क्या आपकी मांसपेशियां या आपका पेट तंग और/या पीड़ादायक हैं? क्या आपके हाथ बंधे हुए हैं? क्या आपकी सांस उथली है? क्या आप सांस लेना 'भूल' रहे हैं?



चित्र 6.3.32: तनाव को पहचानें

- बातचीत जारी रखने या इसे स्थगित करने का निर्णय लेने से पहले शांत होने के लिए कुछ समय निकालें।
- कुछ गहरी सांसों लेकर, मांसपेशियों को कसकर और आराम देकर, या सुखद, संवेदी छवि को याद करके तनाव को जल्दी से प्रबंधित करें। इंद्रियों के माध्यम से तनाव को तेजी से और मजबूती से दूर करने का सबसे अच्छा तरीका है: दृष्टि, ध्वनि, स्पर्श, स्वाद और गंध। लेकिन प्रत्येक व्यक्ति संवेदी इनपुट के लिए अलग तरह से प्रतिक्रिया करता है, इसलिए आपको ऐसी चीजें खोजने की जरूरत है जो आपके लिए सुखदायक हों।
- स्थिति में हास्य की तलाश करें। जब उचित रूप से उपयोग किया जाता है, तो हास्य संप्रेषण करते समय तनाव को दूर करने का एक शानदार तरीका है। जब आप या आपके आस-पास के लोग चीजों को बहुत गंभीरता से लेने लगते हैं, तो कोई चुटकुला या मनोरंजक कहानी साझा करके मूड को हल्का करने का तरीका खोजें।
- समझौता करने के लिए तैयार रहें। कभी-कभी, यदि आप दोनों थोड़ा झुक सकते हैं, तो आप एक सुखद बीच का रास्ता ढूँढ पाएंगे। यदि आप महसूस करते हैं कि दूसरा व्यक्ति आपकी तुलना में किसी चीज की अधिक परवाह करता है, तो समझौता करना आपके लिए आसान हो सकता है और भविष्य में अच्छा संबंध बनाने का एक अच्छा निवेश हो सकता है।

- यदि आवश्यक हो तो असहमत होने के लिए सहमत हों, और स्थिति से समय निकालें ताकि हर कोई शांत हो सके। एक त्वरित ब्रेक लें और स्थिति से दूर हट जाएं। यदि संभव हो तो बाहर टहलने जाएं, या कुछ मिनट ध्यान में बिताएं। शारीरिक हलचल या अपने संतुलन को पुनः प्राप्त करने के लिए एक शांत जगह खोजने से तनाव को जल्दी से कम किया जा सकता है।



चित्र 6.3.33: असहमत होने के लिए सहमति

### 6.3.22 अपनी बात को मुखरता से कहें

प्रत्यक्ष, मुखर अभिव्यक्ति स्पष्ट संप्रेषण में सहायक है और आत्म-सम्मान और निर्णय लेने को बढ़ावा देने में सहायता कर सकती है। मुखर होने का अर्थ है अपने विचारों, भावनाओं और जरूरतों को खुले और ईमानदार तरीके से व्यक्त करना, और साथ ही अपने लिए खड़े होना और दूसरों का सम्मान करना। इसका अर्थ शत्रुतापूर्ण, आक्रामक या मांग करना नहीं है। प्रभावी संप्रेषण हमेशा दूसरे व्यक्ति को समझने के लिए होता है, न कि किसी तर्क को जीतने या दूसरों पर अपनी राय थोपने के लिए।

मुखरता में सुधार करने के लिए निम्न पर ध्यान दें:

- अपने आप को और अपनी राय को महत्व दें। वे उतने ही महत्वपूर्ण हैं जितने कि किसी और के।
- अपनी जरूरतों और चाहतों को जानें। दूसरों के अधिकारों का उल्लंघन किए बिना उन्हें व्यक्त करना सीखें।
- नकारात्मक विचारों को सकारात्मक तरीके से व्यक्त करें। गुस्सा होना ठीक है, लेकिन आपको सम्मानजनक भी होना चाहिए।
- सकारात्मक प्रतिक्रिया प्राप्त करें। प्रशंसाओं को शालीनता से स्वीकार करें, अपनी गलतियों से सीखें, जरूरत पड़ने पर सहायता मांगें।
- 'नहीं' कहना सीखें। अपनी सीमाएं जानें और दूसरों को आपका फायदा न उठाने दें। विकल्पों की तलाश करें ताकि परिणाम के बारे में सभी को अच्छा लगे।



चित्र 6.3.34: ना कहना सीखें

### 6.3.23 सुनने और बोलने का कौशल

सुनना संप्रेषण प्रक्रिया में संदेशों को सटीक रूप से प्राप्त करने और व्याख्या करने की क्षमता है। सुनना सभी प्रकार के संप्रेषण की कुंजी है, प्रभावी ढंग से संदेशों को सुनने की क्षमता के बिना गलत समझा जा सकता है – संप्रेषण टूट जाता है और संदेश भेजने वाला आसानी से निराश या परेशान हो सकता है।



चित्र 6.3.35: सुनना

यदि आप किसी संप्रेषण कौशल में पारंगत होना चाहते हैं तो वह है सुनना।

सुनना इतना महत्वपूर्ण है कि कई शीर्ष नियोक्ता अपने कर्मचारियों के लिए श्रवण कौशल प्रशिक्षण प्रदान करते हैं। यह आश्चर्य की बात नहीं है। सुनने का अच्छा कौशल बेहतर ग्राहक संतुष्टि, कम गलतियों के साथ अधिक उत्पादकता, सूचनाओं के आदान-प्रदान में वृद्धि में सहायक है, जो बदले में अधिक रचनात्मक और नवीन कार्य को जन्म दे सकता है।

सुनने के अच्छे कौशल का हमारे निजी जीवन में भी लाभ होता है, जिनमें निम्नलिखित शामिल हैं:

- अधिक संख्या में मित्र और सामाजिक नेटवर्क, बेहतर आत्म-सम्मान और आत्मविश्वास, स्कूल में उच्च ग्रेड और शैक्षणिक कार्य और यहां तक कि बेहतर स्वास्थ्य और सामान्य कल्याण।
- अध्ययनों से पता चला है कि बोलने से रक्तचाप बढ़ता है, लेकिन ध्यान से सुनने से इसे कम किया जा सकता है।

### “सुनना श्रवण के समान नहीं है”

श्रवण से तात्पर्य उन ध्वनियों से है जो आप सुनते हैं, जबकि सुनने के लिए इससे अधिक अन्य बातों की आवश्यकता होती है: इसके लिए ध्यान की आवश्यकता होती है। सुनने का अर्थ है न केवल कहानी पर ध्यान देना, बल्कि इसे कैसे बताया जाता है, भाषा और आवाज का उपयोग, और दूसरा व्यक्ति अपने शरीर का उपयोग कैसे करता है। दूसरे शब्दों में, इसका अर्थ मौखिक और गैर-मौखिक दोनों संदेशों से अवगत होना है। प्रभावी ढंग से सुनने की आपकी क्षमता इस बात पर निर्भर करती है कि आप इन संदेशों को किस हद तक समझते हैं।



चित्र 6.3.36: सुनना और श्रवण

कई सफल लीडर और उद्यमी अपनी सफलता का श्रेय प्रभावी सुनने के कौशल को देते हैं। रिचर्ड ब्रैनसन अक्सर विर्जिन की सफलता के पीछे सुनना मुख्य कारकों में से एक के रूप में मानते हैं।

हम सुनने में बहुत समय लगाते हैं

वयस्क व्यक्ति अपने समय का औसतन 70 प्रतिशत किसी न किसी प्रकार के संप्रेषण में व्यतीत करते हैं, इसमें से 30 प्रतिशत बोलने, 16 प्रतिशत पढ़ने और 9 प्रतिशत लेखन की तुलना में औसतन 45 प्रतिशत सुनने में व्यतीत होता है। (एडलर, आर, तथा अन्य 2001)।

### 6.3.24 सुनने के दस सिद्धांत

एक अच्छा श्रोता केवल वही नहीं सुनेगा जो कहा जा रहा है, बल्कि वह भी सुनेगा जो अनकहा रह गया है या केवल आंशिक रूप से कहा गया है।

प्रभावी रूप से सुनने में शारीरिक भाषा का अवलोकन करना और मौखिक और गैर-मौखिक संदेशों के बीच विसंगतियों को देखना शामिल है।

उदाहरण के लिए, यदि कोई आपसे कहता है कि वे अपने जीवन से खुश हैं, लेकिन दाँत पीसकर या उनकी आँखों में आँसू भर रहे हैं, तो आपको यह विचार करना चाहिए कि मौखिक और गैर-मौखिक संदेश परस्पर विरोधी हैं, शायद उनका कहने का अर्थ वह नहीं है जो वे कह रहे हैं।

# 01

## बात करना बंद करें

‘अगर हमें सुनने से ज्यादा बोलना होता, तो हमारे पास दो जीभ और एक कान होता।’— मार्क टवेन।

बात न करें बल्कि सुनें। जब कोई और बात कर रहा हो तो सुनें कि वे क्या कह रहे हैं, बीच में न बोलें, टिप्पणियां न करें या उनके उनके वाक्य स्वयं समाप्त न करें।

रुको, बस सुनो।

जब दूसरे व्यक्ति ने बात करना समाप्त कर दिया है, तो आपको यह सुनिश्चित करना पड़ सकता है कि आपने उनका संदेश सही ढंग से प्राप्त किया है।

# 02

## स्वयं को सुनने के लिए तैयार करें

आराम करें: व्यक्ता पर ध्यान दें।

अन्य बातों को दिमाग से निकाल दें।

मानव मन अन्य विचारों से आसानी से विचलित हो जाता है – दोपहर के भोजन के लिए क्या है, मुझे मेरी ट्रेन पकड़ने के लिए किस समय निकलने की आवश्यकता है, क्या बारिश होने वाली है – अन्य विचारों को दिमाग से निकालने की कोशिश करें और संदेशों पर ध्यान केंद्रित करें।

# 03

## स्पीकर को आराम से रखें

बेझिझक बोलने में स्पीकर की सहायता करें:  
 उनकी जरूरतों और चिंताओं को याद रखें।  
 उन्हें जारी रखने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए सिर हिलाएँ या अन्य इशारों या शब्दों का उपयोग करें।  
 आँखों से संपर्क बनाए रखें लेकिन घूरें नहीं – दिखाएँ कि जो कुछ कहा जा रहा है उसे आप सुन रहे हैं और समझ रहे हैं।

# 04

## विकर्षणों को दूर करें

जो कहा जा रहा है उस पर ध्यान दें:  
 लापरवाह न बनें, कागजों में फेरबदल न करें, खिड़की से बाहर न देखें, अपने नाखूनों को को न चबाएं या इसी तरह के अन्य व्यवधानों से बचें।  
 ये व्यवहार सुनने की प्रक्रिया को बाधित करते हैं और वक्ता को संदेश भेजते हैं कि आप ऊब चुके हैं

# 05

## सहानुभूति

दूसरे व्यक्ति के दृष्टिकोण को समझने की कोशिश करें:  
 मुद्दों को उनके नजरिए से देखें।  
 पूर्वकल्पित विचारों को छोड़ दें।  
 खुले दिमाग से हम वक्ता के साथ पूरी तरह से सहानुभूति रख सकते हैं।  
 यदि वक्ता कुछ ऐसा कहता है जिससे आप असहमत हैं तो प्रतीक्षा करें और प्रतिवाद करने के लिए एक तर्क तैयार करें लेकिन दूसरों के विचारों और राय के लिए खुला दिमाग रखें।

# 06

## धैर्य रखें

एक विराम, या एक लंबा विराम, का अर्थ यह नहीं है कि वक्ता ने अपनी बात समाप्त कर ली है: धैर्य रखें और वक्ता को अपने समय में चलने दें, कभी-कभी यह तय करने में समय लगता है कि क्या कहना है और कैसे बोलना है।  
बोलने वाले के वाक्य को कभी भी बाधित या स्वयं पूरा न करें।

# 07

## व्यक्तिगत पूर्वाग्रह से बचें

परेशान न हों और उस व्यक्ति की आदतों या तौर-तरीकों से विचलित न हों और उस बात पर ध्यान दें जो वह वास्तव में कह रहा है।  
हर किसी का बोलने का तरीका अलग होता है – उदाहरण के लिए कुछ लोग दूसरों की तुलना में अधिक घबराहट में या शर्मिले होते हैं, कुछ क्षेत्रीय उच्चारण के साथ बोलते हैं या वे अत्यधिक हाथ हिलाते हैं, कुछ लोग बात करते समय गति करना पसंद करते हैं – अन्य लोग शांत बैठना पसंद करते हैं।  
जो कहा जा रहा है उस पर ध्यान दें और वितरण की शैलियों को अनदेखा करने का प्रयास करें।

# 08

## स्वर को सुनें

वॉल्यूम और लहजा दोनों ही किसी की बात में इजाफा करते हैं:  
एक अच्छा वक्ता श्रोताओं का ध्यान आकृषित करने के लिए अपने लाभ के लिए वॉल्यूम और टोन दोनों का उपयोग करेगा; हर कोई कुछ स्थितियों में स्वर और आवाज की वॉल्यूम का उपयोग करेगा – इससे आपको यह समझने में सहायता मिलती है कि क्या कहा जा रहा है।

# 09

## विचारों को सुनें केवल शब्द नहीं

आपको पूरी तस्वीर प्राप्त करने की आवश्यकता है, न कि केवल अलग-अलग भाग और टुकड़े: सुनने के सबसे कठिन पहलुओं में से एक यह दूसरों के विचारों को प्रकट करने के लिए सूचनाओं के टुकड़ों को एक साथ जोड़ने की क्षमता हो सकता है। उचित एकाग्रता के साथ, विकर्षणों से बचना और ध्यान केंद्रित करना आसान हो जाता है।

# 10

## अमौखिक संप्रेषण के लिए प्रतीक्षा करें और देखें

हावभाव, चेहरे के हावभाव, और आंखों की गतिविधि महत्वपूर्ण हो सकती है:

हम केवल अपने कानों से ही नहीं सुनते बल्कि हमारी आंखों से भी सुनते हैं—अशाब्दिक संप्रेषण के माध्यम से प्रदान की जा रही अतिरिक्त सूचना को देखते हैं और समझते हैं।

### 6.3.25 ग्रूमिंग और शिष्टाचार

- यदि चिकित्सा पेशेवर द्वारा अन्यथा निर्दिष्ट नहीं किया जाता है तो प्रतिदिन स्नान करें। आप चाहें तो नहा लें।
- डिओडरेंट लगाएं। यदि आप एलर्जी से पीड़ित हैं तो एक संवेदनशील या एल्यूमीनियम मुक्त डिओडरेंट चुनें।
- दांतों को नियमित रूप से ब्रश करें। दिन में कम से कम दो बार होना चाहिए; एक बार सुबह और एक बार रात में।
- जरूरत पड़ने पर बाल धोएं। युवाओं लोगों या सीधे बालों वाले लोगों को रोजाना बाल धोने की आवश्यकता हो सकती है जबकि बहुत घुंघराले बालों वाले अन्य लोगों को ऐसा कम बार करने की आवश्यकता हो सकती है क्योंकि दैनिक रूप से बाल धोने से उनके बाल सूख सकते हैं और महत्वपूर्ण पोषक तत्व छीन सकते हैं।
- बालों को कट और स्टाइल में रखें। अच्छी तरह से कटे हुए बाल आपको एक आत्मविश्वास से भरी छवि पेश करने में सहायता करते हैं।
- आवश्यकतानुसार बाल शेव करें। यदि आपको लगता है कि यह आवश्यक है तो अपना चेहरा, पैर और बगल शेव करें।
- नाखून ट्रिम करें। छोटे नाखून ज्यादा अच्छे लगते हैं। यदि आपके नाखून लम्बे हैं, तो उन्हें अच्छी स्थिति में रखें। लड़कियां इन्हें पेंट भी कर सकती हैं।



चित्र 6.3.37: ग्रूमिंग



- साफ कपड़े पहनें। तत्काल उपचार के लिए हमेशा दाग वाले कपड़ों को हटा दें।
- साफ और पॉलिश किए हुए जूते पहनें। जूते हमेशा पहली चीज होती है जिसे बहुत से लोग देखते हैं। वे एक व्यक्ति के बारे में बहुत कुछ बताते हैं।
- एक अच्छा परफ्यूम प्रयोग करें। यदि संभव हो तो एक डिजाइनर परफ्यूम लगाएं। हालांकि, इस बात से अवगत रहें कि कुछ लोगों अधिकांश प्रकार की गंधों को अत्यधिक नापसंद कर सकते हैं। लगभग किसी को भी लैवेंडर से एलर्जी नहीं होती है, इसलिए लेत का प्रयोग करें (लड़कों के लिए रोजमैरी)।
- पया और धन्यवाद कहने से बात बन जाती है। मिलने वाले हर व्यक्ति के साथ अक्सर उनका उपयोग करें— वे केवल विशेष अवसरों के लिए नहीं हैं।
- दरवाजे की घंटी बजाने के बाद, एक पैर पीछे हटें। यह दरवाजा खोलने वाले व्यक्ति को कुछ सांस लेने की जगह देता है।
- कॉल करते समय हमेशा पहले खुद का परिचय दें। 'नमस्ते, यह एक्स है। क्या मैं वाई के साथ बात कर सकता हूँ?'
- अगर आपसे पूछा जा रहा है, 'क्या यह एक्स है?' सही प्रतिक्रिया है, 'यह वही है।' जब तक आप किसी डॉक्टर, आपके बच्चे के शिक्षक, आदि से आपातकालीन कॉल की अपेक्षा नहीं कर रहे हैं— काम के दौरान इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों का कोई स्थान नहीं होना चाहिए।

### 6.3.26 कंप्यूटर कौशल

कंप्यूटर कौशल के साथ खुद को प्रशिक्षित करना आजकल आवश्यक है, क्योंकि अधिकांश संगठन विभागों को एकीकृत करने और दस्तावेजों को प्रिंट करने के लिए ईआरपी सॉफ्टवेयर का उपयोग करते हैं। इस तरह वे त्रुटियों से बचने के साथ-साथ समय भी बचाते हैं और अपनी प्रक्रियाओं पर उनका उच्च नियंत्रण होता है। आजकल कोई भी सॉफ्टवेयर एप्लीकेशन सीखना अनिवार्य होता जा रहा है और इसलिए ज्ञान विकसित करने से काम आसान हो जाता है। इसके अलावा, संगठन और प्रबंधक उन्हें कंप्यूटर के माध्यम से रिपोर्ट करने की उम्मीद करते हैं, इसलिए बुनियादी अनुप्रयोगों वाले कंप्यूटरों के ज्ञान की सिफारिश की जाती है। उनमें से कुछ निम्नलिखित हैं:

- एक्सेल – रिपोर्टिंग के लिए
- वर्ड – दस्तावेज़ तैयार करने के लिए
- आउटलुक – ईमेल संप्रेषण के लिए
- पावरपॉइंट – प्रस्तुतियों के लिए।

एक कार्यकारी के रूप में आवश्यक कंप्यूटर कौशल निम्नलिखित हैं:

- ईआरपी टूल से ग्राहक डेटा शीट डाउनलोड करें
- लॉगिन करने के लिए, रूट विवरण, ग्राहक और शिपमेंट जानकारी प्राप्त करने के लिए हैंडहेल्ड डिवाइस का प्रयोग।
- प्रक्रिया के बाद सूचना को समय के साथ सॉफ्टवेयर में फीड करना
- रिपोर्ट बनाना



चित्र 6.3.38: कंप्यूटर कौशल

हार्डवेयर जो आमतौर पर कार्यकारी द्वारा उपयोग किया जाते हैं:

1. हैंडहेल्ड डिवाइस



चित्र 6.3.39: हाथ से चलने वाला डिवाइस

2. जीपीएस या ब्लूटूथ डिवाइस

3. मोबाइल फोन

4. ट्रैकिंग डिवाइस



चित्र 6.3.40: ट्रैकिंग डिवाइस

5. बारकोड स्कैनर



चित्र 6.3.41: बारकोड स्कैनर

इन उपकरणों को कैसे संभालना है, इस पर विशेष प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए

जब कंप्यूटर के साथ किसी भी तकनीकी समस्या को हल करने की आवश्यकता होती है, तो एक तकनीकी आईटी टीम होती है जो तुरंत समस्या को हल करेगी। कंप्यूटर की समस्याओं के कारण किसी भी तरह की देरी से काम में देरी होगी और इसलिए, मुद्दों को हल करने के लिए महत्व दिया जाना चाहिए।

### ईआरपी क्या है?

एंट्रप्राइज रिसोर्स प्लानिंग (ईआरपी) एक ऐसा सॉफ्टवेयर है जो एक कंपनी में सभी विभागों और कार्यों को एक कंप्यूटर सिस्टम पर एकीकृत करने का प्रयास करता है जो उन सभी विभागों की विशेष जरूरतों को पूरा करता है। ईआरपी एक कंपनी को अपनी अधिकांश व्यावसायिक प्रक्रियाओं को स्वचालित और एकीकृत करने की अनुमति देता है, जिसमें उत्पाद योजना, खरीद, उत्पादन नियंत्रण, इन्वेंट्री नियंत्रण, आपूर्तिकर्ताओं और ग्राहकों के साथ बातचीत, ग्राहक सेवा की डिलीवरी और ऑर्डर को ट्रैक करना, सामान्य डेटा और प्रथाओं को साझा करना शामिल है। इसमें संपूर्ण उद्यम, और वास्तविक समय के वातावरण में जानकारी का उत्पादन और उपयोग करना भी शामिल है। ईआरपी निर्णय निर्माताओं को समय पर, विश्वसनीय और सुसंगत ढंग से आवश्यक जानकारी के बारे में उव्यापक दृष्टिकोण रखने में सक्षम बनाता है।



चित्र 6.3.42: उद्यम संसाधन योजना

### ईआरपी— परिभाषा

एंट्रप्राइज रिसोर्स प्लानिंग सिस्टम एक पूरी तरह से एकीकृत बिजनेस मैनेजमेंट सिस्टम है जो उद्यम के लॉजिस्टिक्स, प्रोडक्शन, फाइनेंस, अकाउंटिंग और मानव संसाधन जैसे कार्यात्मक क्षेत्रों को शामिल करता है। यह लोगों, सामग्री, धन और मशीन जैसे संसाधनों का इष्टतम उपयोग करने के लिए संचालन प्रक्रियाओं और सूचना प्रवाह को व्यवस्थित और एकीकृत करता है। एंट्रप्राइज रिसोर्स प्लानिंग पूरे उद्यम के लिए

- एक डेटाबेस,
- एक एप्लीकेशन
- एक यूजर इंटरफेस

प्रदान करता है, जहां एक बार असमान प्रणालियों ने निर्माण, वितरण, वित्त और बिक्री को शामिल किया जाता है।

### ईआरपी का विकास:

लगातार बढ़ते कारोबारी वातावरण में उद्योग से निम्नलिखित अपेक्षाएं की जाती हैं:

- आक्रामक लागत नियंत्रण पहल
- उत्पाद या ग्राहक के आधार पर लागत/राजस्व का विश्लेषण करने की आवश्यकता है
- बदलती व्यावसायिक आवश्यकताओं के प्रति प्रतिक्रिया करने का लचीलापन
- अधिक सूचित प्रबंधन निर्णय लेना
- व्यापार करने के तरीकों में बदलाव

कुछ बाधाओं को पार करने और विकास प्राप्त करने के लिए एक या एक से अधिक एप्लीकेशनों और नियोजन प्रणालियों को व्यापार जगत में पेश किया गया है। वे निम्नलिखित हैं:

- प्रबंधन सूचना प्रणाली (एमआईएस)
- एकीकृत सूचना प्रणाली (आईआईएस)
- कार्यकारी सूचना प्रणाली (ईआईएस)
- कॉर्पोरेट सूचना प्रणाली (सीआईएस)
- एंटरप्राइज वाइड सिस्टम्स (ईडब्ल्यूएस)
- सामग्री संसाधन योजना (एमआरपी)
- निर्माण संसाधन योजना (एमआरपी ॲ)

ईआरपी एमआरपीआईआई (निर्माण आवश्यकता योजना) प्रणाली के रूप में जाना जाता है जो विक्रेता, ग्राहक और निर्माता के बीच लैन, वैन और इंटरनेट आदि जैसे नेटवर्क का उपयोग करके सूचना के एकीकरण के साथ विकसित किया गया है।

एमआरपी ॲ प्रणाली एमआरपी (सामग्री आवश्यकता योजना) प्रणाली से विकसित हुई की गई है। एमआरपी एक ऐसी तकनीक है जो दी गई उत्पाद संरचना के लिए मास्टर प्रोडक्शन शेड्यूल (एमपीएस) से प्राप्त अंतिम उत्पाद मांगों को पूरा करती है, जिसे बिल ऑफ मैटेरियल (बीओएम) से हाथ में इन्वेंट्री पर विचार करते हुए नियोजित ऑर्डर के शेड्यूल में लिया जाता है।

**एमआरपी ॲ में कई कमियां हैं।**

- मुख्य समस्या यह है कि यह संसाधनों को प्रभावी ढंग से साझा करने के लिए विभिन्न कार्यात्मक क्षेत्रों को प्रभावी ढंग से एकीकृत करने में सक्षम नहीं है।
- पारंपरिक एप्लीकेशन प्रणालियाँ, जिन्हें संगठन आमतौर पर नियोजित करते हैं, प्रत्येक लेनदेन को अलग से मानते हैं
- वे विशिष्ट कार्यों की मजबूत सीमाओं के आसपास निर्मित होते हैं जिन्हें पूरा करने के लिए एक विशिष्ट एप्लीकेशन से अपेक्षा की जाती है।

एक ईआरपी के लिए, यह इन लेनदेन को अलग से एकल गतिविधियों के रूप में मानना बंद कर देता है और उन्हें व्यापार को बनाने वाली आपस में जुड़ी प्रक्रियाओं का हिस्सा मानता है।



चित्र 6.3.43: गुण और दोष

### सक्षम बनाने वाली तकनीकें:

- आधुनिक सूचना प्रौद्योगिकी अवसंरचना के बिना ईआरपी प्रणाली के बारे में सोचना संभव नहीं है।
- ऐसा कहा जाता है कि, पहले के ईआरपी सिस्टम केवल विशाल मेनफ्रेम कंप्यूटर के साथ काम करने के लिए बनाए गए थे।
- पीसी का नया युग, क्लाउंट सर्वर प्रौद्योगिकी का आगमन और स्केलेबल रिलेशनल डेटाबेस मैनेजमेंट सिस्टम (आरडीबीएमएस)
- अधिकांश ईआरपी सिस्टम थ्री टियर क्लाउंट सर्वर आर्किटेक्चर की शक्ति का उपयोग करते हैं।
- ईआरपी सिस्टम के लिए अन्य महत्वपूर्ण सक्षम प्रौद्योगिकियां वर्कफ़्लो, वर्क ग्रुप, ग्रुप वेयर, इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज (ईडीआई), इंटरनेट, इंटरनेट, डेटा वेयरहाउसिंग आदि हैं।

### ईआरपी विशेषताएं

वास्तविक ईआरपी सॉल्यूशन के लिए योग्यता प्राप्त करने के लिए किसी भी प्रणाली में कुछ प्रमुख विशेषताएं होनी चाहिए। ये विशेषताएं निम्न हैं:

1. लचीलापन: एक उद्यम की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए एक ईआरपी प्रणाली लचीली होनी चाहिए। क्लाउंट सर्वर तकनीक ईआरपी को ओपन डेटाबेस कनेक्टिविटी (ओडीबीसी) के माध्यम से विभिन्न डेटाबेस बैक एंड पर चलाने में सक्षम बनाती है।
2. मॉड्यूलर और ओपन: ईआरपी सिस्टम में ओपन सिस्टम आर्किटेक्चर होना चाहिए। इसका मतलब यह है कि किसी भी मॉड्यूल को अन्य मॉड्यूल को प्रभावित किए बिना जब भी आवश्यक हो, इंटरफेस या अलग किया जा सकता है। सिस्टम के विषम संग्रह वाली कंपनियों के लिए इसे कई हार्डवेयर प्लेटफॉर्म का समर्थन करना चाहिए। इसे कुछ तीसरे पक्ष के ऐडऑन का भी समर्थन करना चाहिए।
3. व्यापक: यह विभिन्न संगठनात्मक कार्यों में सक्षम होना चाहिए और व्यावसायिक संगठनों की एक विस्तृत श्रृंखला के लिए उपयुक्त होना चाहिए।
4. कंपनी के अतिरिक्त: यह संगठनात्मक सीमाओं तक सीमित नहीं होना चाहिए, बल्कि संगठन की अन्य व्यावसायिक संस्थाओं के लिए ऑनलाइन कनेक्टिविटी में सक्षम होना चाहिए।
5. सर्वोत्तम व्यावसायिक व्यवहार: इसमें दुनिया भर में लागू होने वाली सर्वोत्तम व्यावसायिक प्रक्रियाओं का संग्रह होना चाहिए। एक ईआरपी पैकेज कंपनी की रणनीति, संस्कृति और संगठन पर अपना तर्क लागू करता है।

### ईआरपी की विशेषताएं:



चित्र 6.3.44: ईआरपी की विशेषताएं

ईआरपी की कुछ प्रमुख विशेषताएं और व्यापार प्रणाली के लिए जो ईआरपी क्या कर सकता है:

- ईआरपी मल्टी प्लेटफॉर्म, विभिन्न सुविधाएं, विभिन्न तरीकों के निर्माण, एक से अधिक मुद्राएं, और एक से अधिक भाषाओं की सुविधाएं प्रदान करता है।
- यह रणनीतिक और व्यावसायिक नियोजन गतिविधियों, परिचालन योजना और निष्पादन गतिविधियों, सामग्री और संसाधनों के निर्माण का समर्थन करता है।
- ईआरपी निर्माण, बिक्री और वितरण, देय, प्राप्य, सूची, खाते, मानव संसाधन, खरीद आदि जैसे सभी कार्यात्मक क्षेत्रों को कवर करता है।
- ईआरपी मुख्य गतिविधियां करता है और ग्राहक सेवा को बढ़ाता है, जिससे कॉर्पोरेट छवि में वृद्धि होती है।
- ईआरपी सभी संगठनों में सूचना के अंतर को समाप्त करता है।
- ईआरपी न केवल विभागों में बल्कि समान प्रबंधन के अंतर्गत कंपनियों में भी सिस्टम का पूर्ण एकीकरण प्रदान करता है।
- ईआरपी बेहतर परियोजना प्रबंधन का समाधान प्रदान करता है।
- ईआरपी इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (ईएफटी), इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज (ईडीआई), इंटरनेट, इंटरनेट, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, ई-कॉमर्स आदि जैसी नवीनतम तकनीकों को प्रदान करता है।
- ईआरपी अधिकांश व्यावसायिक समस्याओं जैसे सामग्री की कमी, उत्पादकता में वृद्धि, ग्राहक सेवा, नकदी प्रबंधन, सूची संबंधी समस्याओं, गुणवत्ता की समस्याओं, शीघ्र वितरण आदि की समस्याओं को समाप्त करता है।
- ईआरपी बेहतर निर्णय लेने के लिए निर्णय सहायक प्रणाली, कार्यकारी सूचना प्रणाली, डेटा माइनिंग और आसान कार्य प्रणाली जैसे बुद्धिमान व्यावसायिक उपकरण प्रदान करता है।

### कंपनियां ईआरपी क्यों लेती हैं?

1. वित्तीय जानकारी को एकीकृत करना: जब सीईओ कंपनी के समग्र प्रदर्शन को समझने की कोशिश करता है, उसे सच्चाई के कई अलग-अलग संस्करण मिल सकते हैं। ईआरपी सच्चाई का एक ही संस्करण बनाता है जिस पर सवाल नहीं उठाया जा सकता क्योंकि हर कोई एक ही प्रणाली का उपयोग कर रहा है।
2. ग्राहक आदेश की जानकारी को एकीकृत करना: ईआरपी सिस्टम वह स्थान है जहां ग्राहक आदेश उस समय से उपलब्ध रहता है जब ग्राहक सेवा प्रतिनिधि एक आदेश प्राप्त करता है जब तक कि वित्त विभाग एक चालान नहीं भेजता। इस बिंदु पर सूचना को ट्रैक किया जाता है, पता लगाया जाता है और जब भी आवश्यक हो साझा किया जाता है। एक सॉफ्टवेयर सिस्टम में इस जानकारी को रखने से कंपनियां ऑर्डर को अधिक आसानी से ट्रैक कर सकती हैं, और एक साथ कई अलग-अलग स्थानों के बीच निर्माण, इन्वेंट्री और शिपिंग का समन्वय कर सकती हैं।
3. निर्माण प्रक्रियाओं का मानकीकरण और गति: निर्माण कंपनियां-विशेष रूप से विलय और अधिग्रहण चाहने वाली कंपनियां-अक्सर यह पाती हैं कि कंपनी में कई व्यावसायिक इकाइयां अलग-अलग तरीकों और कंप्यूटर सिस्टम का उपयोग करके एक ही लेनदेन/रिकॉर्डिंग/रिपोर्ट बनाती हैं। ईआरपी सिस्टम एक निर्माण प्रक्रिया के कुछ चरणों को स्वचालित करने के लिए मानक तरीकों को उपलब्ध करते हैं।
4. इन्वेंट्री कम करना: ईआरपी निर्माण प्रक्रिया को अधिक सुचारू रूप से प्रवाहित करने में सहायता करता है, और यह कंपनी के अंदर आदेश को पूरा करने की प्रक्रिया में सुधार करता है। इससे उत्पादों (कार्य-प्रगति सूची) को बनाने के लिए उपयोग की जाने वाली सामग्रियों की सूची कम हो सकती है, और यह गोदामों और शिपिंग डॉक पर तैयार सूची को कम करने और ग्राहकों को डिलीवरी की बेहतर योजना बनाने में सहायता कर सकता है।
5. एचआर संबंधी सूचना का मानकीकरण: विशेष रूप से कई व्यावसायिक इकाइयों वाली कंपनियों में एचआर के पास कर्मचारियों के समय पर नज़र रखने और उनके साथ लाभों और सेवाओं के बारे में संवाद करने के लिए एक एकीकृत, सरल तरीका नहीं हो सकता है। ईआरपी इसे प्रदान कर सकता है।

### ईआरपी के लाभ:



चित्र 6.3.45: ईआरपी के लाभ

ईआरपी पैकेजों को लागू करने से प्राप्त कुछ लाभ निम्नलिखित हैं:

- देय खाता संभालने वाले कर्मचारी को चालान और भुगतान प्रक्रिया पर नियंत्रण प्रदान करता है और इस तरह उनकी उत्पादकता को बढ़ाता है और इन कार्यों के लिए कंप्यूटर कर्मियों पर उनकी निर्भरता को समाप्त करता है।
- सूचना को शीघ्रता से दर्ज करने और पुनः प्राप्त करने के लिए ऑन-लाइन प्रारूप प्रदान करके दस्तावेजों को कम करता है।
- मासिक के बजाय दैनिक पोस्टिंग की अनुमति देकर सूचना की समयबद्धता में सुधार करता है।
- विस्तृत सामग्री के साथ सूचना की अधिक सटीकता, बेहतर प्रस्तुति, लेखापरीक्षकों के लिए संतोषजनक।
- बेहतर लागत नियंत्रण।

- ग्राहकों के साथ तेज से प्रतिक्रिया और फोलो अप
- नकदी का अधिक कुशल संग्रह, जैसे, ग्राहकों द्वारा भुगतान में देरी में भौतिक कमी।
- बेहतर निगरानी और प्रश्नों का त्वरित समाधान।
- व्यापार संचालन और बाजार की स्थितियों में बदलाव के लिए त्वरित प्रतिक्रिया में सहायता करता है।
- अपनी व्यावसायिक प्रक्रिया में सुधार करके प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करने में सहायता करता है।
- विभिन्न देशों में दूरस्थ स्थानों और शाखाओं में आपूर्ति-मांग संबंध में सुधार करता है।
- सभी अनुप्रयोगों द्वारा प्रयोग करने योग्य एकीकृत ग्राहक डेटाबेस प्रदान करता है।
- विभिन्न प्रकार की कर संरचनाओं, इनवॉइसिंग योजनाओं, बहु मुद्राओं, बहु-अवधि लेखांकन और भाषाओं का समर्थन करके अंतर्राष्ट्रीय संचालन में सुधार करता है।
- पूरे उद्यम में सूचना की उपलब्धता और प्रबंधन में सुधार करता है।

ईआरपी ई-कॉमर्स के साथ कैसे फिट बैठता है?



चित्र 6.3.46: ईकॉमर्स ईआरपी



यह माना जाता है कि आदेश की जानकारी केवल आपके कर्मचारी हैंडल करेंगे, जो सॉफ्टवेयर में एम्बेडेड तकनीकी शब्दजाल के साथ उच्च प्रशिक्षित और सहज हैं। लेकिन अब ग्राहक और आपूर्तिकर्ता उसी जानकारी की उपलब्धता की मांग कर रहे हैं जो आपके कर्मचारियों को ईआरपी सिस्टम के माध्यम से मिलती है – जियमें ऑर्डर की स्थिति, इन्वेंट्री स्तर और चालान समाधान जैसी चीजें शामिल हैं।

ई-कॉमर्स का अर्थ है कि आईटी विभागों को ईआरपी सिस्टम तक पहुंच के दो नए चैनल बनाने की जरूरत है।

- एक ग्राहकों के लिए (जिसे व्यवसाय-से-उपभोक्ता के रूप में जाना जाता है)
- एक आपूर्तिकर्ताओं और भागीदारों के लिए (व्यवसाय से व्यवसाय)।

ये दो ऑडियंस आपके ईआरपी सिस्टम से दो अलग-अलग प्रकार की जानकारी चाहते हैं।

### ई-कॉमर्स में ईआरपी के लाभ

ई-कॉमर्स अपेक्षाकृत कम लागत में उत्पाद बेचने का सबसे अच्छा तरीका है। अक्सर व्यवसाय के मालिक ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म और ईआरपी सिस्टम का अलग-अलग उपयोग करते हैं, जिससे सूचनाओं का भण्डार बन जाता है और वे एक एकीकृत प्रणाली के लाभों से चूक जाते हैं। बिना किसी मानवीय संपर्क के सीधे अपने ईआरपी सिस्टम से ई-कॉमर्स डेटा प्राप्त करने की कल्पना करें, यह आपको कई लाभ प्रदान करता है।

आइए उन 7 प्रमुख लाभों पर एक नजर डालते हैं जो आपके ईकामर्स स्टोर में एक एकीकृत ईआरपी सिस्टम प्रदान करता है:

**1. स्वयं सेवा सुविधा को बढ़ाता है:** ईआरपी सिस्टम से स्टोर फ्रंट तक रियल-टाइम डेटा की उपलब्धता, ग्राहकों को उपलब्ध इन्वेंट्री, नवीनतम आदेश की स्थिति और ट्रैकिंग नंबरों के साथ शिपमेंट को ट्रैक करने की अनुमति देता है। यह आपके संचालन की लागत को कम करने में सहायता करता है और आपके स्टोर के सामने ग्राहकों के अनुभव को बेहतर बनाता है।



चित्र 6.3.47: स्वयं सहायता कार्य

**2. बिक्री की जानकारी के द्वारा अपनी सूची लागत कम करता है:** सभी वेब बिक्री जानकारी तुरंत आपके ईआरपी सिस्टम में दिखाई देगी। इन वेब लेनदेन के आधार पर ईआरपी आइटम इन्वेंटरी को भी अपडेट किया जाएगा। सबसे अधिक अपडेट वेब बिक्री जानकारी और सूची के साथ, ईआरपी उपयोगकर्ता खरीद की उचित योजना बना सकता है और इस प्रकार सूची लागत को कम कर देता है।



चित्र 6.3.48: इन्वेंटरी

**3. वेब आधारित लेनदेन में ईआरपी में वित्तीय रिपोर्ट तैयार करना:** ई-कॉमर्स एप्लिकेशन बिक्री पर वित्तीय रिपोर्ट तैयार करने में सक्षम होती हैं। लेकिन ईआरपी के साथ एकीकरण व्यापारी को बैलेंस शीट, पी/एल स्टेटमेंट, ट्रायल बैलेंस, कैश फ्लो इत्यादि तैयार करने की क्षमता प्रदान करता है जो पूरे संगठन में वित्तीय जानकारी में पारदर्शिता लाता है।



चित्र 6.3.49: वित्तीय रिपोर्ट

**4. बढ़ी हुई आंतरिक उत्पादकता:** क्योंकि एकीकृत प्रणाली कई व्यावसायिक प्रक्रियाओं को सुव्यवस्थित करती है, इसने इन प्रक्रियाओं में मानव संसाधन की भागीदारी को कम कर दिया है। वेब बिक्री आदेश वास्तविक समय में ईआरपी सिस्टम में एकीकृत किए जाएंगे, बैंक ऑफिस ईआरपी उपयोगकर्ता तुरंत ऑर्डर को ट्रैक कर सकते हैं और आगे की प्रक्रिया शुरू कर सकते हैं। इस प्रकार इस एकीकरण के माध्यम से आदेश चक्र कम हो जाता है।



चित्र 6.3.50: उत्पादकता में वृद्धि

**5. कम मानव भागीदारी:** डेटा का पुराना होना और त्रुटि: एकीकरण के साथ, वेब ग्राहक विवरण, वेब ऑर्डर, भुगतान और शिपिंग जानकारी को ईआरपी सिस्टम में एकीकृत किया जाएगा, इसी तरह आइटम और इन्वेंटरी विवरण ईआरपी से ई-कॉमर्स पोर्टल पर अपलोड किए जा सकते हैं, इसलिए किसी भी तरह से यह एकीकरण डेटा को फिर से दर्ज करने की आवश्यकता को समाप्त कर देगा। इस प्रकार एकीकृत समाधान मानव भागीदारी, डेटा की अधिकता और दो मंचों पर गलती को कम करता है।



चित्र 6.3.51: मानवीय भागीदारी को कम करना

**6. ग्राहक संतुष्टि में बढ़ोतरी:** ईआरपी सिस्टम से वेब में उत्पाद जानकारी, इन्वेंट्री उपलब्धता विवरण, ऑर्डर ट्रैकिंग विवरण आदि को प्राप्त करने में अधिक आसानी होती है, ग्राहकों की संतुष्टि का स्तर बहुत बढ़ जाता है और यह व्यवसाय के लिए परिचालन संबंधी परेशानी को कम करता है।



चित्र 6.3.52: ग्राहक संतुष्टि

**7. आपके व्यवसाय का बेहतर नियंत्रण:** ई-कॉमर्स और ईआरपी व्यवसाय प्रक्रियाओं का एकीकरण व्यापार मालिकों को उनके व्यवसाय का बेहतर नियंत्रण प्रदान करता है और वहां प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करता है।



चित्र 6.3.53: नियंत्रण

**ईआरपी सिस्टम कितने प्रकार के होते हैं?**

आपके ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म के आकार के आधार पर ईआरपी सिस्टम का आकार और संरचना अलग-अलग होगी। चूंकि ऑनलाइन खुदरा उद्योग आजकल डिजिटल रूप से संचालित होता है, इसलिए ईआरपी सिस्टम व्यवसाय की नींव के महत्वपूर्ण घटकों के संबंध में निगरानी, प्रबंधन और दृश्यता को बढ़ा सकता है। आपके ईआरपी सॉफ्टवेयर को संचालन के अन्य पहलुओं के साथ एकीकृत करने की आवश्यकता है, हालांकि, अन्यथा यह प्रभावी नहीं होगा।

ईआरपी मॉड्यूल दो प्रकार के होते हैं:

- परिसर में: परिसर में ईआरपी सिस्टम किसी विशेष व्यवसाय के वास्तविक स्थान पर सर्वरों की एक श्रृंखला है। कुछ कंपनियां साइट पर बुनियादी ढांचा रखना पसंद करती हैं ताकि वे किसी भी समस्या को अपने हिसाब से ठीक कर सकें। इसके अलावा, कुछ व्यवसाय क्लाउड सुरक्षा के डर से कंपनी की जानकारी को प्रदान करना पसंद नहीं करते हैं।



चित्र 6.3.54: परिसर बनाम क्लाउड

- क्लाउड-आधारित: एक सेवा के रूप में ईआरपी, या क्लाउड में ईआरपी तब होता है जब कोई कंपनी अपने सभी एकीकृत डेटा को तीसरे पक्ष के विक्रेता द्वारा होस्ट किए गए बड़े पैमाने के भण्डारण में संग्रहीत करती है। ये सेवाएं एक अग्रिम शुल्क लेती हैं, लेकिन भागीदार कंपनी के लिए कोई रखरखाव और उन्नयन लागत नहीं आती है। क्लाउड-आधारित विकल्प अधिक लचीला समाधान प्रदान करते हैं और क्लाउड ईआरपी का उपयोग करने वाले व्यवसायों के लिए एक फुर्तिले कार्यक्षेत्र का निर्माण करते हैं।

#### यह ईकॉमर्स से कैसे संबंधित है?

चूंकि ईआरपी को एक ही छत के नीचे होता है और अन्य परिचालन कार्यक्रमों के साथ एकीकृत किया जाता है, इसलिए ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म सूचनाओं को तेजी से और आसानी से एक्सेस कर सकते हैं। इसके परिणामस्वरूप व्यवसाय बेहतर विश्लेषण और रिपोर्टिंग की प्रक्रिया कर सकते हैं – ये ग्राहक प्रवृत्तियों और जहां कंपनियों को अधिक ध्यान देने की आवश्यकता होती है उस क्षेत्र की पहचान करने में सहायता करते हैं। उदाहरण के लिए, ईआरपी यदि वित्तीय रिकॉर्ड के साथ एकीकृत है, तो यह इस बात की पहचान करने में सहायता कर सकता है कि कौन, क्या और कब खरीद रहा है। इसके अलावा यह ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर के साथ एकीकृत होने पर कम ग्राहक प्रतिधारण दरों को भी प्रस्तुत कर सकता है।

ईआरपी एनालिटिक्स और रिपोर्टिंग के अलावा कई अन्य तरीकों से ईकॉमर्स से संबंधित है। ऑनलाइन रिटेल एक मल्टीस्टेप ऑपरेशन है, और किसी भी आकार के ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म मजबूत ईआरपी सॉफ्टवेयर के माध्यम से ऑर्डर की पूर्ति, शिपिंग और निर्माता इन्वेंट्री को भी ट्रैक कर सकते हैं। संक्षेप में ईआरपी एक ऐसा मंच है जो सभी महत्वपूर्ण सूचनाओं को एक ही, उपयोगकर्ता के अनुकूल स्थान पर रखता है। आंतरिक दृश्यता बढ़ाने, ग्राहक संबंधों में सुधार और कंपनी को विकसित करने के लिए व्यवसाय ईआरपी में निवेश करते हैं। ईआरपी ईकॉमर्स प्लेटफॉर्म से संबंधित है जिसमें यह आपके मौजूदा ढांचे के साथ एकीकृत हो सकता है और सभी व्यावसायिक कार्यों में और अंतर्दृष्टि प्रदान कर सकता है।



चित्र 6.3.55: ईआरपी ई-कॉमर्स को बेहतर बनाता है

ई-कॉमर्स के नजरिए से, ईआरपी एक ऑपरेशन के समान तत्वों को बेहतर बनाने में सहायता कर सकता है, विशेष रूप से क्लाउड में। छोटे व्यवसाय अपने निर्माता के ईआरपी सिस्टम के साथ एकीकृत हो सकते हैं और वर्कफ़्लो की बेहतर निगरानी कर सकते हैं और आपूर्ति श्रृंखला में अपने विनिर्माण भागीदारों के साथ संवाद कर सकते हैं। ईकॉमर्स ऑपरेशन में बैक-एंड लॉजिस्टिक्स एक जटिल प्रणाली है, लेकिन ईआरपी तकनीक निर्माताओं और ईकॉमर्स वेबसाइटों के लिए समान रूप से वर्कफ़्लो और व्यावसायिक फुर्ती में नाटकीय रूप से सुधार कर सकती है।

नोट 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 6.3.27 एक्सेल का ज्ञान

#### माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल

माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस में कई प्रकार के उपकरण होते हैं जो लोगों को कई व्यक्तिगत और व्यावसायिक उद्देश्यों को पूरा करने में सहायता करते हैं। माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल शायद सभी ऑफिस एप्लीकेशनों में सबसे बहुमुखी और व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है। कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप कौन सा करियर चुनते हैं, आपको अपने व्यावसायिक उद्देश्यों को पूरा करने के लिए एक्सेल का उपयोग करने की आवश्यकता होगी, जिनमें से कुछ दैनिक हो सकते हैं। यह अध्याय एक्सेल वर्कबुक की कमांड और सुविधाओं तक पहुँचने के लिए एक्सेल एप्लिकेशन का एक परिचय प्रदान करता है।

#### एक्सेल शुरू करना

निम्नलिखित चरण एक्सेल एप्लिकेशन को शुरू करने में आपका मार्गदर्शन करेंगे।

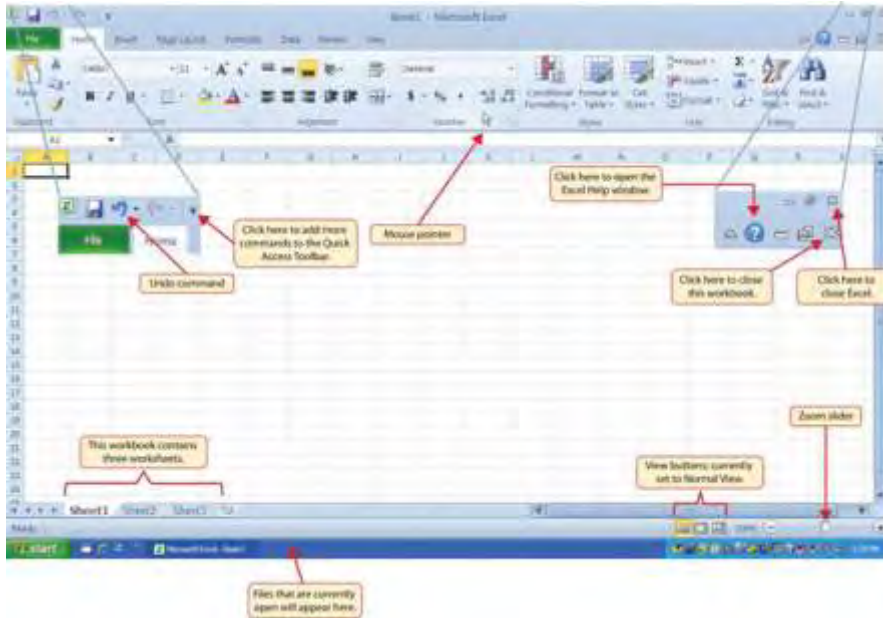
1. अपने कंप्यूटर स्क्रीन के निचले बाएँ कोने पर स्टार्ट बटन पर क्लिक करें।
2. स्टार्ट मेन्यू के नीचे बाईं ओर ऑल प्रोग्राम्स पर क्लिक करें।
3. स्टार्ट मेन्यू पर माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस फोल्डर पर क्लिक करें। यह माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एप्लीकेशनों की सूची को खोलेगा।
4. माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल 2010 विकल्प पर क्लिक करें। यह एक्सेल एप्लिकेशन शुरू करेगा।



चित्र 6.3.56: एक्सेल शुरू करना

### एक्सेल वर्कबुक

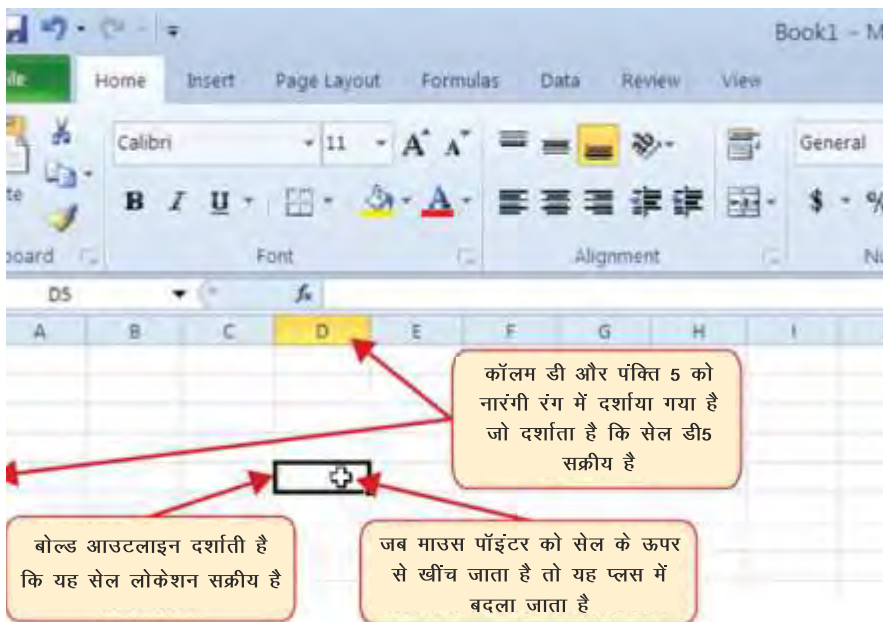
एक्सेल शुरू होने के बाद, आपकी स्क्रीन पर एक खाली वर्कबुक खुल जाएगी। वर्कबुक एक एक्सेल फाइल है जिसमें एक या अधिक वर्कशीट होती हैं (कभी-कभी स्प्रेडशीट के रूप में संदर्भित किया जाता है)। कितनी नई कार्यपुस्तिकाएँ खोली गई हैं, इसके आधार पर कार्यपुस्तिका को एक फाइल नाम से निर्दिष्ट किया जाएगा। जैसे बुक 1, बुक 2, बुक 3, आदि। नीचे दिया गया चित्र एक्सेल शुरू करने के बाद एक खाली वर्क बुक को दर्शाता है।



चित्र 6.3.57: एक्सेल वर्कबुक

### सेल लोकेशन को सक्रिय करना

एक्सेल वर्कशीट में डेटा दर्ज और प्रबंधित किया जाता है। वर्कशीट में कई आयत होते हैं जिन्हें सेल कहा जाता है जहां संख्यात्मक और गैर-संख्यात्मक डेटा दर्ज किया जाता है। एक्सेल वर्कशीट में प्रत्येक सेल का एक पता होता है, जिसे एक कॉलम अक्षर और उसके बाद एक पंक्ति संख्या द्वारा परिभाषित किया जाता है।



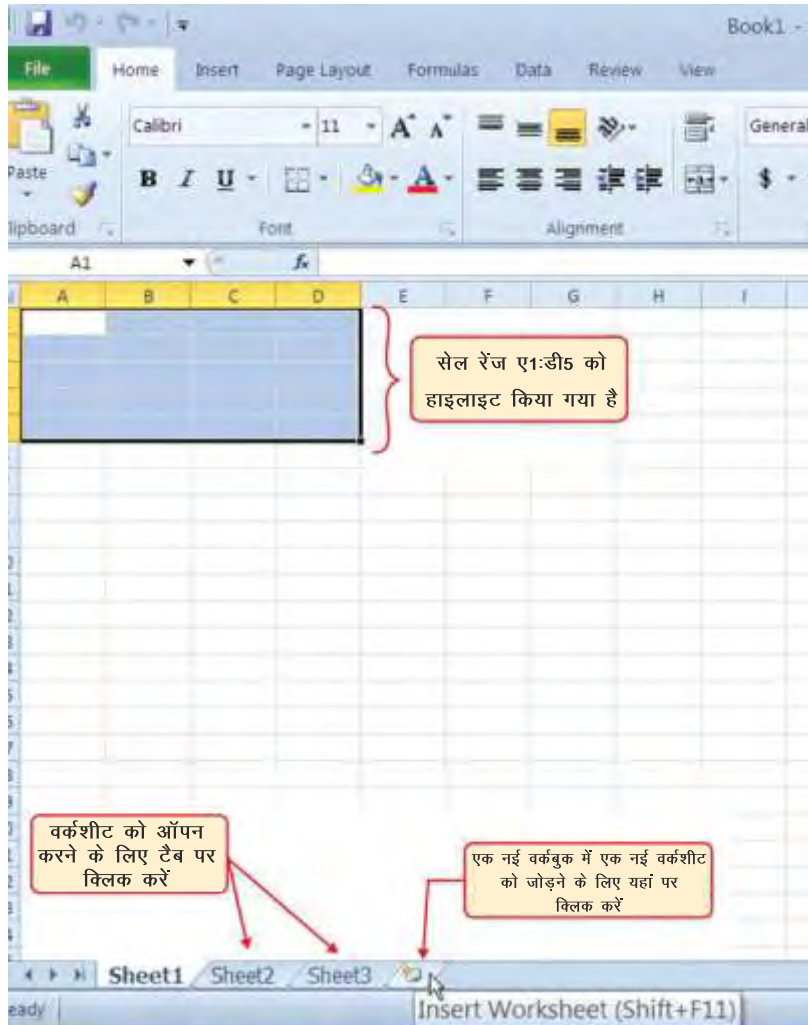
चित्र 6.3.58: सेल स्थान को सक्रिय करना



1. माउस पॉइंटर को सेल ए1 में ले जाएं।
2. बाएँ माउस बटन को क्लिक करें और दबाए रखें और माउस पॉइंटर को वापस सेल डी5 पर खींचें।
3. माउस का बायाँ बटन छोड़ें। आपको कई सेलों को हाइलाइट करते हुए देखना चाहिए, जैसा कि नीचे दिए गए चित्र में दिखाया गया है

“कोशिकाओं की एक श्रृंखला को हाइलाइट करना”। इसे एक्सेल श्रेणी के रूप में संदर्भित किया जाता है और इसे निम्नानुसार प्रलेखित किया जाता है: ए1:डी5

कॉलन द्वारा अलग किए गए किन्हीं दो सेल स्थानों को सेल रेंज के रूप में जाना जाता है। पहली सेल रेंज का ऊपरी बायां कोना है, और दूसरी सेल रेंज का नीचला दायां कोना है।

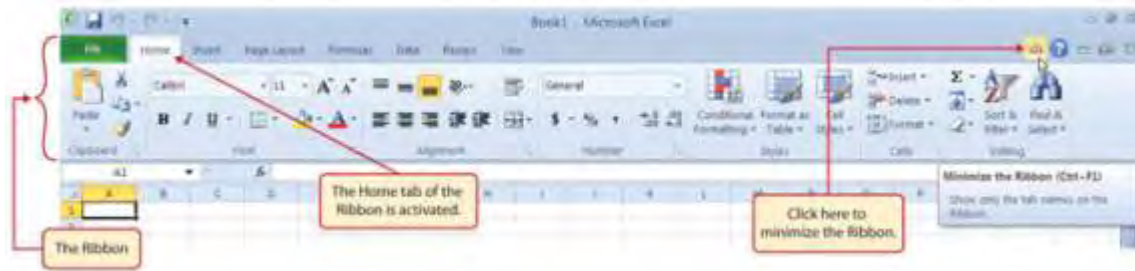


चित्र 6.3.59: सेल रेंज को हाइलाइट करना

4. वर्कशीट के नीचे शीट 3 वर्कशीट टैब पर क्लिक करें। इस प्रकार आप किसी वर्कबुक के अंदर एक वर्कशीट को खोल सकते हैं।

### एक्सेल रिबन

एक्सेल की विशेषताएं और कमांड रिबन में पाए जाते हैं, जो एक्सेल स्क्रीन का ऊपरी क्षेत्र है जिसमें शीर्ष पर कई टैब होते हैं। प्रत्येक टैब एक्सेल कमांड के एक अलग सेट तक पहुंच प्रदान करता है। नीचे दिया गया चित्र रिबन के होम टैब में उपलब्ध कमांड को दिखाता है। रिबन के प्रत्येक टैब के लिए कमांड अवलोकन रिबन के प्रत्येक टैब में पाए जाने वाले आदेशों का अवलोकन प्रदान करता है।



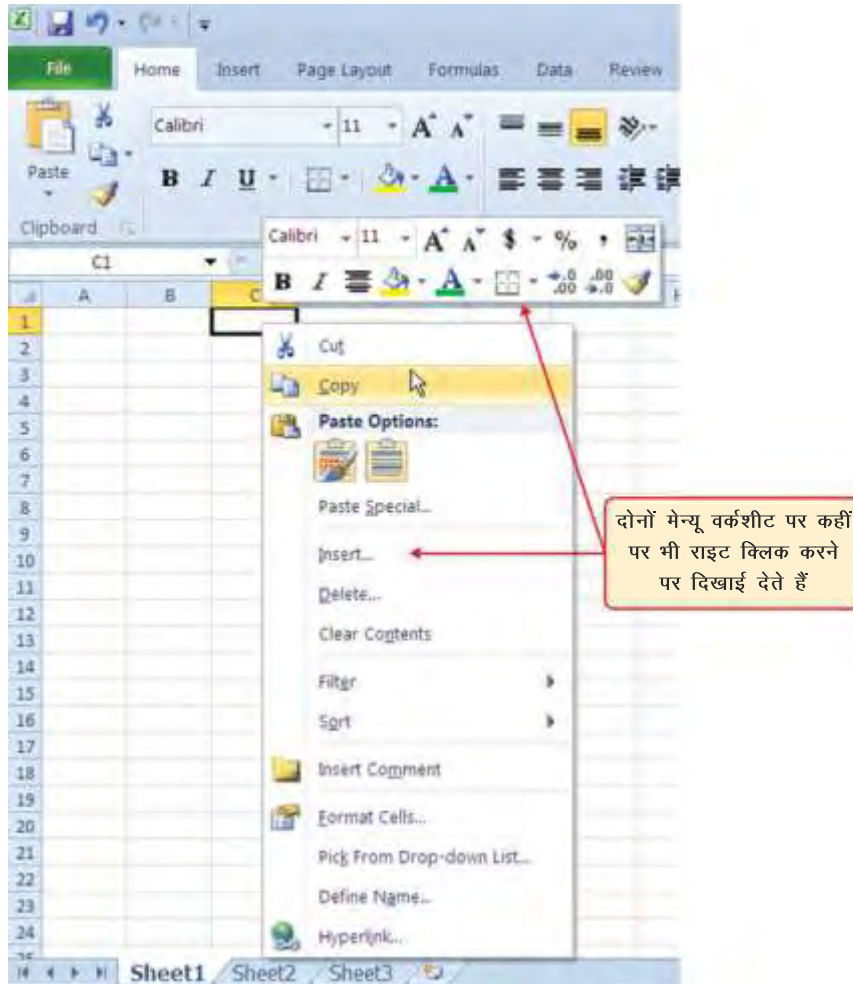
चित्र 6.3.60: एक्सेल के लिए रिबन

चित्र में दिखाया गया रिबन भरा हुआ है, या अधिकतम है। एक पूर्ण रिबन होने का लाभ यह है कि जब आप वर्कशीट तैयार कर रहे होते हैं तो कमांड हमेशा दिखाई देते हैं। हालाँकि, आपके कंप्यूटर के स्क्रीन आयामों के आधार पर, हो सकता है कि आपके वर्कशीट पर बहुत अधिक लंबवत स्थान है। यदि ऐसा है, तो आप चित्र में दिखाए गए बटन पर क्लिक करके रिबन को छोटा कर सकते हैं। जब छोटा किया जाता है, तो रिबन केवल टैब दिखाएगा, कमांड बटन नहीं। जब आप किसी टैब पर क्लिक करते हैं, तो कमांड बटन तब तक दिखाई देंगे जब तक आप एक कमांड का चयन नहीं करते या अपनी वर्कशीट पर कहीं भी क्लिक नहीं करते हैं।

टैब का नाम	कमांड का विवरण
फाइल	इसे एक्सेल वर्कबुक के बैकस्टेज व्यू के रूप में भी जाना जाता है। इसमें नई एक्सेल वर्कबुक खोलने, बंद करने, सेव करने और बनाने के लिए सभी कमांड शामिल हैं। इसमें प्रिंट कमांड, दस्तावेज़ विशिष्टताएं, ई-मेलिंग विकल्प और सहायता सुविधाएँ शामिल हैं। इस टैब में डिफॉल्ट सेटिंग्स और विकल्प भी मिलते हैं।
होम	इसमें सबसे अधिक उपयोग किए जाने वाले एक्सेल कमांड शामिल हैं। इस टैब में कट, कॉपी, पेस्ट और पंक्तियों और स्तंभों को सम्मिलित करने और हटाने की कमांड के साथ फॉर्मेटिंग कमांड पाए जाते हैं।
इनसर्ट	इसे चार्ट, चित्र, शेप, पिवट टेबल, इंटरनेट लिंक, प्रतीक या टेक्स्ट बॉक्स जैसे आइटमों को सम्मिलित करने के लिए उपयोग किया जाता है।
पेज लेआउट	इसमें प्रिंटिंग के लिए वर्कशीट तैयार करने के लिए उपयोग किए जाने वाले कमांड शामिल हैं। वर्कशीट पर ग्रिडलाइन्स को दिखाने और प्रिंट करने के लिए उपयोग किए जाने वाले कमांड भी शामिल हैं।
फार्मुला	एक वर्कशीट में गणितीय कार्यों को जोड़ने के लिए कमांड शामिल हैं। गणितीय सूत्रों के एडिटिंग के लिए उपकरण भी शामिल हैं।
डेटा	माइक्रोसॉफ्ट एक्सेस, टेक्स्ट फाइलें, या इंटरनेट जैसे बाहरी डेटा स्रोतों के साथ कार्य करते समय उपयोग किया जाता है। इसमें सॉर्टिंग कमांड और परिदृश्य टूल भी शामिल हैं।
रिव्यू	स्पेलिंग और ट्रैक चेंज सुविधाएँ शामिल हैं। वर्कशीटों या वर्कबुक को पासवर्ड से सुरक्षित रखने के लिए सुरक्षा सुविधाएँ भी शामिल हैं।
व्यू	किसी वर्कबुक के दृश्य स्वरूप को समायोजित करने के लिए उपयोग किया जाता है। सामान्य कमांड में जूम और पेज लेआउट दृश्य शामिल हैं।

### मेनू पर राइट-क्लिक करें

इसके अलावा, आप वर्कशीट पर कहीं भी राइट क्लिक करके भी कमांड एक्सेस कर सकते हैं। चित्र में राइट-क्लिक मेनू में उपलब्ध कमांड का एक उदाहरण दिखाया गया है।



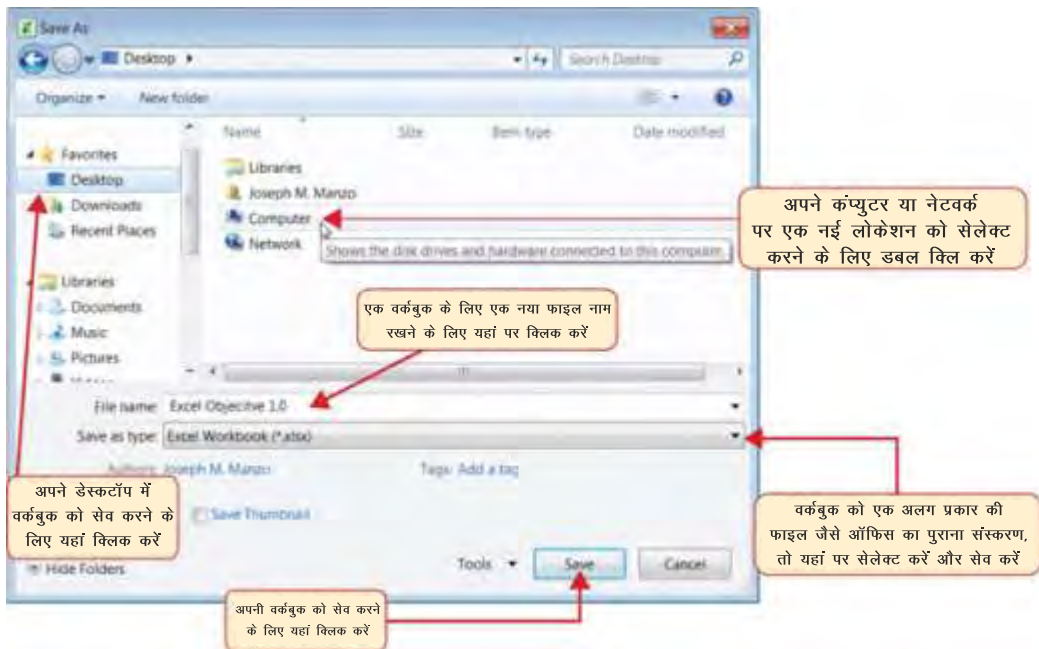
दोनों मेन्यू वर्कशीट पर कहीं पर भी राइट क्लिक करने पर दिखाई देते हैं

चित्र 6.3.61: मेनू पर राइट-क्लिक करें

### वर्कबुक को सेव करना (किसी प्रारूप में सेव करना)

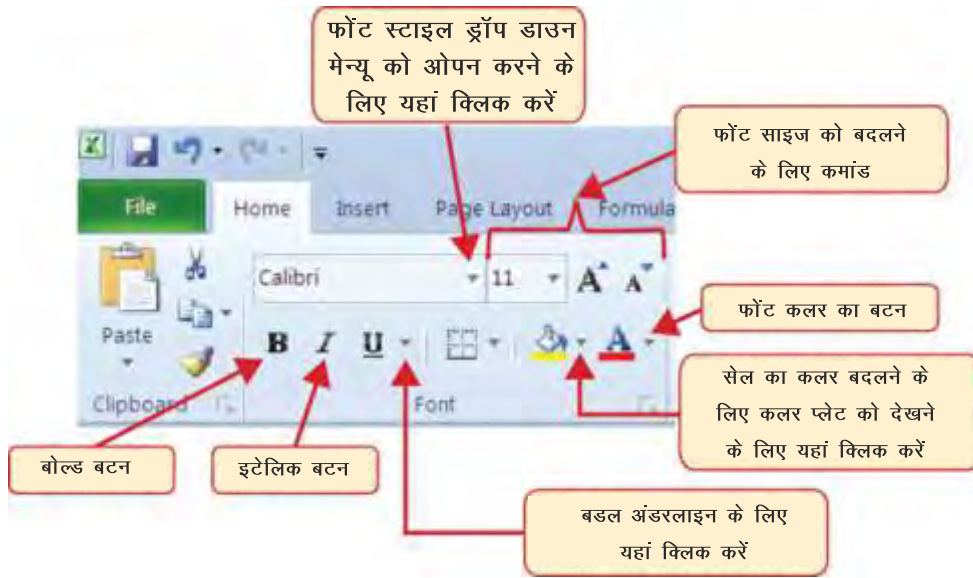
एक बार जब आप एक नई वर्कबुक बना लेते हैं, तो आपको फाइल का नाम बदलना होगा और इसे सेव करने के लिए अपने कंप्यूटर या नेटवर्क पर एक स्थान को चुनना होगा। निम्नलिखित चरण एक नई वर्कबुक को सेव करने और इसे एक फाइल का नाम प्रदान करने के बारे में बताते हैं:

1. अगर आपने पहले से ऐसा नहीं किया है तो एक्सेल शुरु करें। आपकी स्क्रीन पर एक खाली वर्कबुक दिखाई देनी चाहिए।
2. फाइल टैब पर क्लिक करें।
3. बैकस्टेज व्यू विंडो के ऊपरी बाईं ओर स्थित इस सेव एज बटन पर क्लिक करें, जैसा कि नीचे चित्र में दिखाया गया है। इससे सेव एज डायलॉग बॉक्स खुल जाएगा।
4. सेव एज डायलॉग बॉक्स के नीचे फाइल नाम बॉक्स में क्लिक करें।
5. वर्कबुक का वर्तमान फाइल नाम निकालने के लिए बैकस्पेस कुंजी का उपयोग करें।
6. फाइल का नाम टाइप करें: एक्सेल ऑब्जेक्टिव 1.0।
7. यदि आप इस फाइल को अपने डेस्कटॉप पर सेव करना चाहते हैं तो सेव एज डायलॉग बॉक्स के बाईं ओर स्थित डेस्कटॉप बटन पर क्लिक करें। यदि आप इस कार्यपुस्तिका को अपने कंप्यूटर या नेटवर्क पर किसी भिन्न स्थान पर सेव करना चाहते हैं, तो कंप्यूटर विकल्प पर डबल क्लिक करें, जैसा कि नीचे दिए गए चित्र में दिखाया गया है और अपना पसंदीदा स्थान चुनें।
8. सेव एज डायलॉग बॉक्स के निचले दाएं भाग पर सेव बटन पर क्लिक करें।



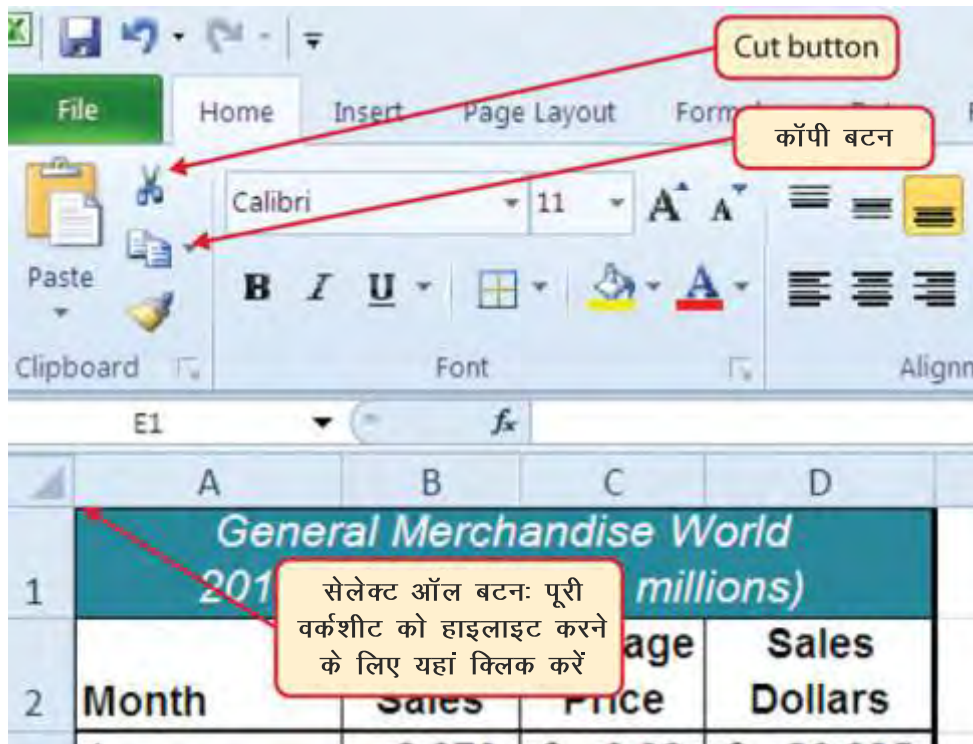
चित्र 6.3.62: सेव एज डायलॉग बॉक्स

टेक्सट



चित्र 6.3.64: टेक्सट

क्लिपबोर्ड कॉपी और पेस्ट



चित्र 6.3.65: कॉपी और पेस्ट

### शीट का नाम बदलें

खाली वर्कशीट जोड़ने के लिए यहां पर डबल क्लिक करें

वर्कशीट टैब का नाम बदलने के लिए

क्रम बदलने के लिए क्लिक करें और वर्कशीट टैब को खींचें

12	October	1,180	\$ 19.99	\$ 23,562
13	November	1,800	\$ 17.49	\$ 31,416
14	December	3,560	\$ 14.99	\$ 53,370
15	<b>Total Sales</b>	<b>20,755</b>		<b>\$ 291,864</b>
16				

चित्र 6.3.66: सेल में रंग भरना

### सेल में रंग भरना

फॉन्ट साइज को बढ़ाना

फिल कलर प्लेट को ओपन करने के लिए इस डाउन एरो पर क्लिक करें

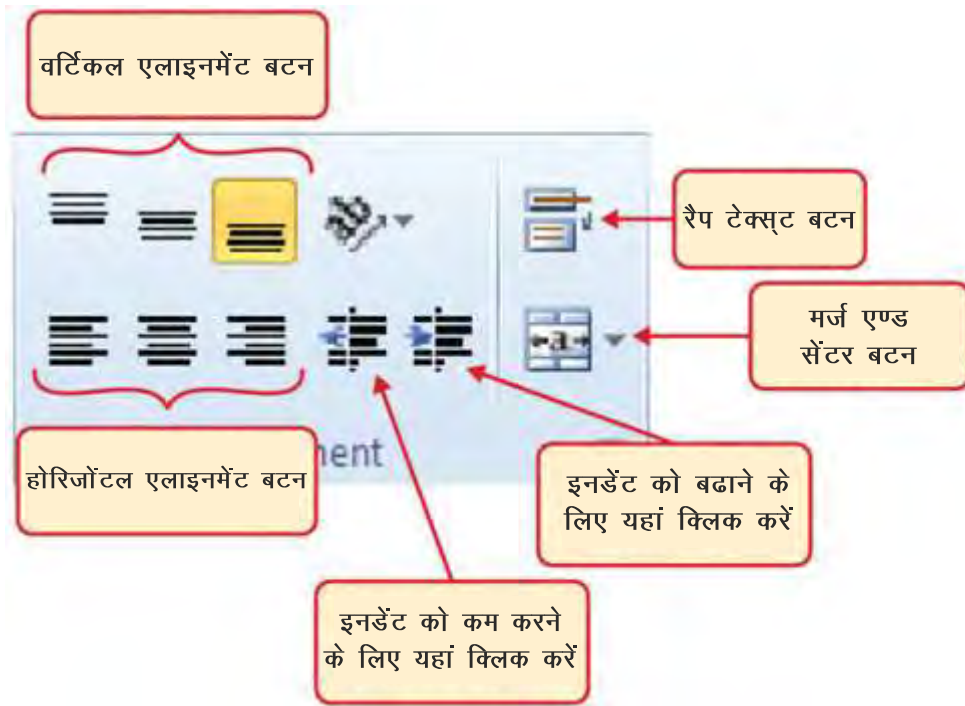
जब कलर प्लेट पर पॉइंटर को खींचा जाता है तो हाइलाइट की गई सेल का रंग बदल जाता है।

फिल कलर प्लेट

1				
2	Month	Unit Sales Av		
3	January	2,670	\$	
4	February	2,160	\$	
5	March	515	\$	
6	A		\$	
7	M		\$	14.99 \$ 15,405

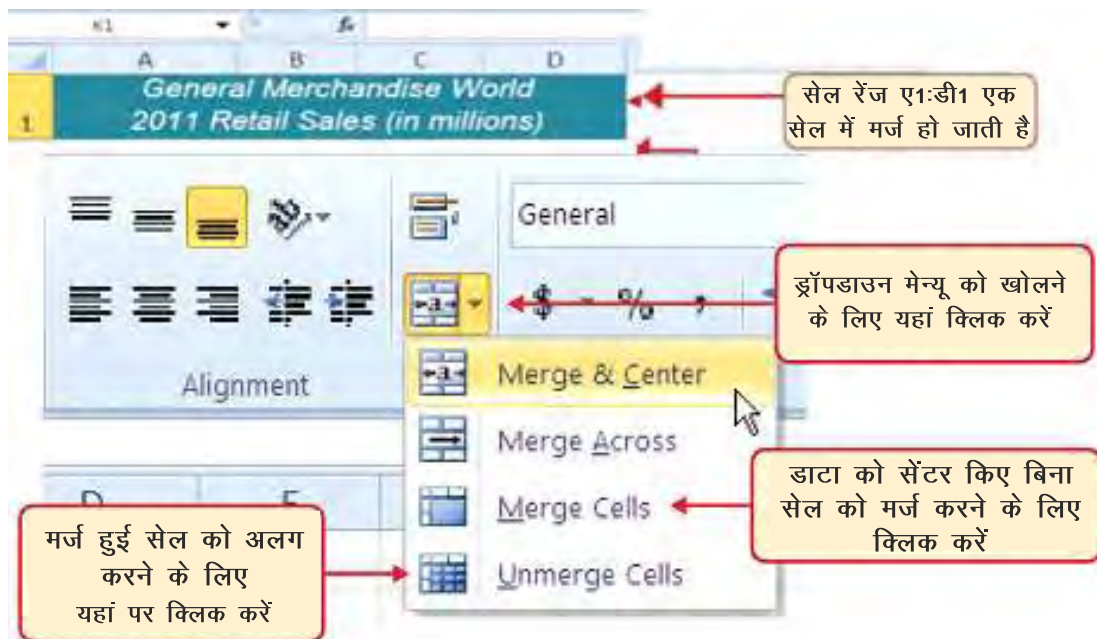
चित्र 6.3.67: रंग पैलेट भरना

### सेल का एलाइनमेंट



चित्र 6.3.68: सेल का एलाइनमेंट

### सेल को मर्ज करना



चित्र 6.3.69: एक या अधिक सेल्स को मर्ज करना

सेल को बॉर्डर करना

The screenshot shows the Microsoft Excel interface with the 'Home' tab selected. The 'Borders' icon in the Font group is highlighted, and its dropdown menu is open. The menu lists various border options such as Bottom Border, Top Border, Left Border, Right Border, No Border, All Borders, Outside Borders, Thick Box Border, Bottom Double Border, Thick Bottom Border, Top and Bottom Border, Top and Thick Bottom Border, Top and Double Bottom Border, Draw Borders, Draw Border, Draw Border Grid, Erase Border, Line Color, Line Style, and More Borders... Red arrows point from text boxes to specific options in the menu.

Annotations in Hindi:

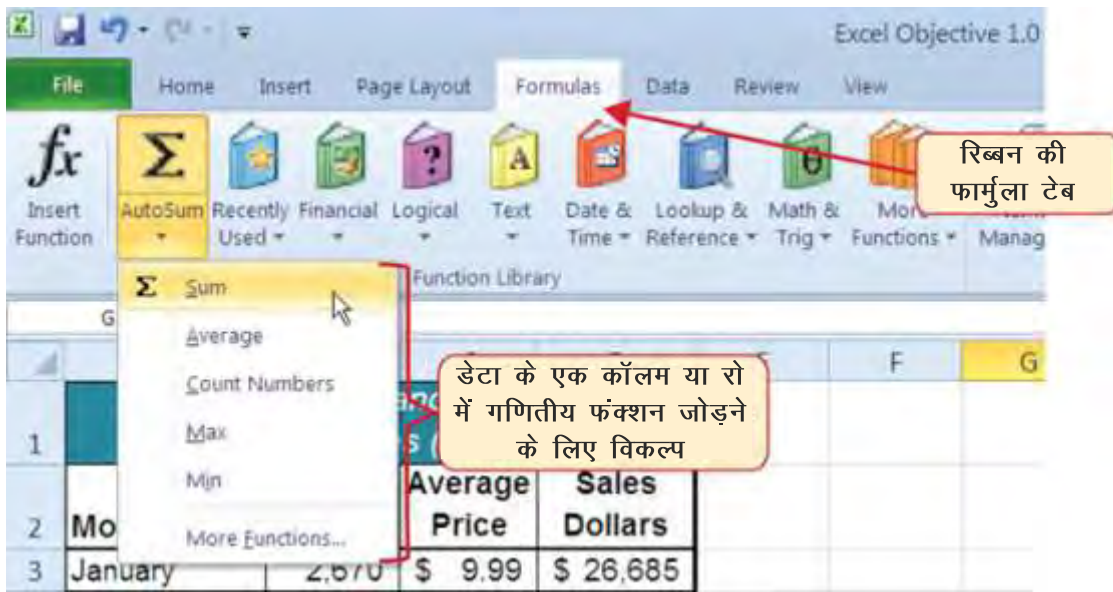
- बॉर्डर ड्रॉप डाउन बॉक्स को ओपन करने के लिए इस ऐरो पर क्लिक करें
- हाइलाइट की गई सेल रेंज की सभी लाइनें हटाने के लिए यहां क्लिक करें
- हाइलाइट की गई सेल रेंज की वर्टिकल और होरिजॉटल लाइन हटाने के लिए यहां क्लिक करें
- हाइलाइट की गई सेल रेंज की वर्टिकल और होरिजॉटल लाइन को लागू करने के लिए यहां क्लिक करें
- फॉर्मेट डायलॉग बॉक्स के बॉर्डर को ओपन करने के लिए यहां पर क्लिक करें
- चुने हुए बॉर्डर विकल्प हाइलाइट की गई सेल रेंज पर लागू हो जाएंगे

चित्र 6.3.70: सेल बॉर्डर



### ऑटो सम

1. शीट में सेल को सक्रिय करें
2. रिबन के फार्मुला टैब पर क्लिक करें।
3. फंक्शन लाइब्रेरी ग्रुप ऑफ कमांड्स में ऑटो सम बटन के नीचे डाउन एरो पर क्लिक करें। ध्यान दें कि ऑटो सम बटन रिबन के होम टैब में कमांड के एडिट समूह में भी पाया जा सकता है।

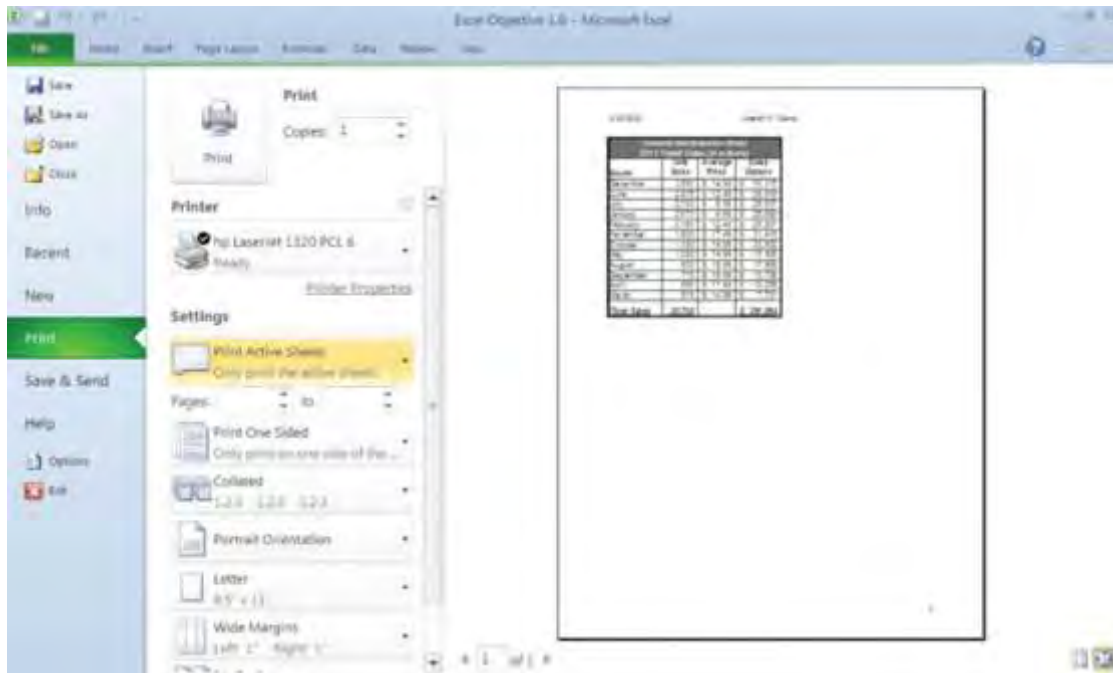


चित्र 6.3.71: ऑटो सम

4. ड्रॉप डाउन मेन्यू में ऑटो सम पर क्लिक करें
5. एक्सेल युनिट सेल्स कॉलम की वैल्यूज का कुल योग कर देगा

### वर्कशीट और वर्कबुक को प्रिंट करना

1. वर्कशीट टैब पर लेफ्ट क्लिक करके यूनिट सेल्स रैंक वर्कशीट खोलें।
2. रिबन पर फाइल टैब पर क्लिक करें।
3. बैकस्टेज व्यू के बाईं ओर प्रिंट विकल्प पर क्लिक करें। बैकस्टेज व्यू के दाईं ओर आप अपने प्रिंट किए जा रहे वर्कशीट का परिच्यु देख पाएंगे।



चित्र 6.3.72: प्रिंट परिच्यु

4. बैक स्टेज व्यू के प्रिंट खण्ड में प्रिंट एक्टिव शीट पर क्लिक करें।
5. ड्रॉप डाउन लिस्ट से प्रिंट एंटायर वर्कबुक विकल्प पर क्लिक करें। जब प्रिंट बटन पर क्लिक किया जाता है तो पूरी वर्कशीट प्रिंट हो जाएगी।
6. परिच्यु विंडो के निचले भाग में नेक्स्ट पेज ऐरो पर क्लिक करें।
7. प्रिंट बटन पर क्लिक करें।
8. रिबन के होम टैब पर क्लिक करें।
9. एक्सेल ऑब्जेक्टिव 1.0 वर्कबुक को सेव और बंद करें।

उद्योग में मापे गए अन्य सामान्य कार्यप्रदर्शन संकेतक निम्नलिखित हैं:

क्र.सं.	मैट्रिक्स	परिभाषा	आकलन
1.	समय पर शिपमेंट	नियोजित समय पर शिप किए गए ऑर्डर का प्रतिशत। (भेजने का अर्थ है गोदी से दूर, और अपने अंतिम गंतव्य के लिए पारगमन में)। ध्यान दें कि जहाज का समय ग्राहक द्वारा परिभाषित किया जा सकता है, या यह शिपर द्वारा निर्धारित किया जा सकता है ताकि समय पर डिलीवरी को समायोजित किया जा सके	समय पर शिप किए गए ऑर्डर की संख्या / शिप किए गए ऑर्डर की कुल संख्या
2.	कुल आदेश साइकल अवधि	ग्राहक द्वारा ऑर्डर प्लेसमेंट और ग्राहक द्वारा ऑर्डर रसीद के बीच औसत एंड टू एंड टाइम।	गैर-कार्य दिवसों को छोड़कर: (ग्राहक से प्राप्त समय आदेश-आदेश का समय) / शिप किए गए आदेशों की संख्या का योग
3.	आंतरिक आदेश साइकल अवधि	ग्राहक से ऑर्डर प्राप्त होने और आपूर्तिकर्ता द्वारा ऑर्डर भेजने के बीच का औसत आंतरिक समय। ध्यान दें कि ऑर्डर शिपमेंट को डॉक के बाहर, शिपिंग कन्वेंशन पर और ट्रांजिट के लिए तैयार के रूप में परिभाषित किया गया है।	गैर-कार्य दिवसों को छोड़कर: (समय आदेश शिपमेंट – ग्राहक से प्राप्त समय आदेश) / भेजे गए आदेशों की संख्या का योग।
4.	परफेक्ट ऑर्डर इंडेक्स	एक संकलन स्कोर जो एक सम्पूर्ण आदेश के 4 प्रमुख घटकों में से प्रत्येक के परिणाम को मापता है: <ul style="list-style-type: none"> <li>• समय पर वितरित</li> <li>• पूरा भेज दिया गया</li> <li>• बिना क्षति के भेज दिया</li> <li>• सही दस्तावेजीकरण</li> </ul>	सम्पूर्ण आदेश इंडेक्स (पीओआई) को परफेक्ट ऑर्डर के प्रत्येक घटक को एक दूसरे से गुणा करके निर्धारित किया जाता है। उदाहरण के लिए, यदि कोई कंपनी सही ऑर्डर के सभी 4 मीट्रिक (समय पर, पूर्ण, क्षति रहित और सटीक दस्तावेजीकरण) में 95 प्रतिशत प्राप्त कर रही है, तो परिणामी पूर्ण आदेश इंडेक्स 81.4 प्रतिशत होगा
5.	बिक्री हानि (प्रतिशत एसकेयू स्टॉक आउट)	एक महत्वपूर्ण जोखिम संकेतक: स्टॉक आउट होने के कारण बिक्री का कितना प्रतिशत नुकसान हुआ।	डॉलर की बिक्री जो नहीं हुई (अर्थात वे बैकऑर्डर नहीं बने) / कुल बिक्री

क्र.सं.	मैट्रिक्स	परिभाषा	आकलन
6.	कुल ऑर्डर के प्रतिशत के रूप में बैक ऑर्डर और/या कुल ऑर्डर के प्रतिशत के रूप में बैक ऑर्डर और/या बैकऑर्डर कुल डॉलर/इकाइयों के प्रतिशत के रूप में	कुल ऑर्डर का वह हिस्सा जो स्टॉक की उपलब्धता की कमी के कारण होल्ड और शिप किया गया है। लाइनों द्वारा या पीओ द्वारा, इकाइयों द्वारा या डॉलर के मूल्य से मापा जा सकता है।	<ul style="list-style-type: none"> <li>होल्ड किए गए और शिप नहीं किए गए ऑर्डर की संख्या / ऑर्डर की कुल संख्या</li> <li>होल्ड किए गए ऑर्डर और शिप नहीं की गई ऑर्डर लाइनों की संख्या / ऑर्डर लाइनों की कुल संख्या</li> <li>ऑर्डर डॉलर या होल्ड की गई और शिप नहीं की गई इकाइयों की संख्या / ऑर्डर डॉलर या इकाइयों की कुल संख्या</li> </ul>
7.	डॉक-टू-स्टॉक चक्र समय घंटों में	डॉक-टू-स्टॉक साइकल समय माल को भेजने के लिए आवश्यक समय (आमतौर पर घंटों में मापा जाता है) के बराबर होता है। साइकल का समय तब शुरू होता है जब माल आपूर्तिकर्ता से आता है और सामानों को गोदाम में डाल दिया जाता है और सूची प्रबंधन प्रणाली में दर्ज किया जाता है।	किसी निश्चित समय अवधि के लिए: सभी आपूर्तिकर्ता प्राप्तियों / आपूर्तिकर्ता प्राप्तियों की कुल संख्या के लिए घंटों में चक्र समय का योग
8.	प्रति घंटे प्राप्त आपूर्तिकर्ता आदेश	प्रति व्यक्ति घंटे संसाधित आपूर्तिकर्ता आदेशों में संचालन प्राप्त करने की उत्पादकता को मापता है	प्राप्त करने में संसाधित कुल आपूर्तिकर्ता आदेश / प्राप्त करने के लिए परिचालन में काम किए गए कुल व्यक्ति घंटे
9.	प्रतिघण्टा प्राप्त लाइन और पुटअवे	संसाधित और पुट-अवे प्रति व्यक्ति घंटा में संचालन प्राप्त करने की उत्पादकता को मापता है	कुल प्राप्त लाइनें और पुट-अवे / रिसेविंग ऑपरेशन में काम के कुल व्यक्ति घंटे

क्र.सं.	मैट्रिक्स	परिभाषा	आकलन
10.	कुल ऑर्डर के प्रतिशत के रूप में बैक ऑर्डर और/या कुल ऑर्डर के प्रतिशत के रूप में बैक ऑर्डर और/या बैकऑर्डर कुल डॉलर/इकाइयों के प्रतिशत के रूप में	कुल ऑर्डर का वह हिस्सा जो स्टॉक की उपलब्धता की कमी के कारण होल्ड और शिप किया गया है। लाइनों द्वारा या पीओ द्वारा, इकाइयों द्वारा या डॉलर के मूल्य से मापा जा सकता है।	<ul style="list-style-type: none"> <li>होल्ड किए गए और शिप नहीं किए गए ऑर्डर की संख्या / ऑर्डर की कुल संख्या</li> <li>होल्ड किए ऑर्डर और शिप नहीं की गई ऑर्डर लाइनों की संख्या / ऑर्डर लाइनों की कुल संख्या</li> <li>ऑर्डर डॉलर या होल्ड की गई और शिप नहीं की गई इकाइयों की संख्या / ऑर्डर डॉलर या इकाइयों की कुल संख्या</li> </ul>
11.	डॉक-टू-स्टॉक चक्र समय घंटों में	डॉक-टू-स्टॉक साइकल समय माल को भेजने के लिए आवश्यक समय (आमतौर पर घंटों में मापा जाता है) के बराबर होता है। साइकल का समय तब शुरू होता है जब माल आपूर्तिकर्ता से आता है और सामानों को गोदाम में डाल दिया जाता है और सूची प्रबंधन प्रणाली में दर्ज किया जाता है।	किसी निश्चित समय अवधि के लिए: सभी आपूर्तिकर्ता प्राप्तियों / आपूर्तिकर्ता प्राप्तियों की कुल संख्या के लिए घंटों में चक्र समय का योग
12.	प्रति घंटे प्राप्त आपूर्तिकर्ता आदेश	प्रति व्यक्ति घंटे संसाधित आपूर्तिकर्ता आदेशों में संचालन प्राप्त करने की उत्पादकता को मापता है	प्राप्त करने में संसाधित कुल आपूर्तिकर्ता आदेश / प्राप्त करने के लिए परिचालन में काम किए गए कुल व्यक्ति घंटे
13.	प्रतिघण्टा प्राप्त लाइन और पुटअवे	संसाधित और पुट-अवे प्रति व्यक्ति घंटा में संचालन प्राप्त करने की उत्पादकता को मापता है	कुल प्राप्त लाइनें और पुट-अवे / रिसेविंग ऑपरेशन में काम के कुल व्यक्ति घंटे
14.	बिक्री के प्रतिशत के रूप में वितरण लागत	कुल बिक्री के सापेक्ष वितरण की लागत। संचालन वेयरहाउसिंग प्रक्रिया में शामिल गतिविधियों का प्रबंधन, गतिविधियाँ, ट्रैक इन्वेंट्री परिनियोजन, इनबाउंड डिलीवरी प्राप्त करना, निरीक्षण करना और स्टोर करना, उत्पाद की उपलब्धता को ट्रैक करना, डिलीवरी के लिए उत्पाद चुनना, पैक करना और शिप करना, इन्वेंट्री सटीकता को ट्रैक करना, तीसरे पक्ष के रसद भंडारण और शिपिंग को ट्रैक करना है।	कुल वितरण लागत/कुल बिक्री

क्र.सं.	मैट्रिक्स	परिभाषा	आकलन
15.	सीओजीएस के प्रतिशत के रूप में वितरण लागत	सीओजीएस के सापेक्ष वितरण की लागत। कुल वितरण परिचालन लागत के हिस्से के रूप में गतिविधियाँ शामिल हैं— प्रबंधन गतिविधियाँ, ट्रेक इन्वेंट्री नियोजन, इनबाउंड डिलीवरी प्राप्त करना, निरीक्षण करना और स्टोर करना, उत्पाद की उपलब्धता को ट्रैक करना, डिलीवरी के लिए उत्पाद चुनना, पैक करना और शिप करना, इन्वेंट्री सटीकता को ट्रैक करना, थर्ड-पार्टी लॉजिस्टिक्स स्टोरेज को ट्रैक करना और शिपिंग।	कुल वितरण लागत / कुल सीओजीएस (कॉर्पोरेट आय विवरण के आधार पर)
16.	कुल इन्वेंटरी के प्रतिशत के रूप में इन्वेंटरी का कम होना	कुल इन्वेंट्री के सापेक्ष सभी इन्वेंट्री के टूटने, चोरी और गिरावट की मात्रा। आमतौर पर मूल्य के संदर्भ में कहा गया है; इकाइयाँ नहीं।	योग (टूटने, चोरी, होने सभी इन्वेंट्री में गिरावट का मूल्य) / सभी इन्वेंट्री का कुल मूल्य
17.	कच्चे माल की सूची	कच्चे माल की आपूर्ति की खपत से पहले उत्पादक दिनों की संख्या	सकल कच्चे माल की सूची का मूल्य / आरएम उपयोग का औसत दैनिक मूल्य
18.	तैयार माल की सूची	संयंत्रों और गोदामों में तैयार माल की सूची की औसत बिक्री के दिन	औसत एफजी इन्वेंट्री मूल्य (डॉलर) / औसत दैनिक बिक्री डॉलर प्रति माह
19.	औसत गोदाम क्षमता	एक विशिष्ट समय (मासिक या वार्षिक) में उपयोग की जाने वाली वेयरहाउस क्षमता की औसत मात्रा।	उपयोग की गई औसत क्षमता / उपलब्ध औसत क्षमता
20.	पीक वेयरहाउस क्षमता	निर्दिष्ट पीक सीजन के दौरान उपयोग की जाने वाली गोदाम क्षमता की मात्रा।	उपयोग की गई पीक क्षमता / उपलब्ध क्षमता
21.	हनिर्कॉम्ब प्रतिशत	यह मापता है कि वेयरहाउस के अंदर वास्तविक घन उपयोग को कितनी अच्छी तरह प्रबंधित किया जाता है। विशेष रूप से महत्वपूर्ण है जहां स्लॉट केवल आंशिक रूप से भरे हुए हो सकते हैं। एक उदाहरण है, यदि 1 इकाई किसी स्थान पर है, और इसमें 10 के लिए जगह है, तो उस स्लॉट/बिन स्थान के लिए उपयोग 10 प्रतिशत है।	वास्तविक घन उपयोग / कुल उपलब्ध गोदाम घन स्थिति
22.	इन्वेंटरी गणना की सटीकता (यूनिट / डॉलर वार) और / या इन्वेंटरी गणना सटीकता (स्थान के अनुसार प्रतिशत)	रिपोर्ट की गई इन्वेंट्री की तुलना में भौतिक इन्वेंट्री की सटीकता (स्थान और इकाइयों के अनुसार) को मापता है: यदि वेयरहाउस प्रबंधन प्रणाली दर्शाती है कि किसी भाग की 10 इकाइयाँ स्लॉट बी0029 में हैं, तो इन्वेंट्री गणना सटीकता इंगित करती है कि कोई व्यक्ति उस स्थान पर कितनी बार जा सकता है और पाते हैं कि यह भौतिक गणना प्रणाली से मेल खाती है।	1 – (इकाइयों या डॉलर में पूर्ण विवरण का योग / इकाइयों या डॉलर में कुल सूची का योग) 1 – (त्रुटि वाले स्थानों की संख्या का योग / गणना किए गए स्थानों की कुल संख्या)

क्र.सं.	मैट्रिक्स	परिभाषा	आकलन
23.	ऑर्डर लेने की शुद्धता	यह ऑर्डर लेने की प्रक्रिया की सटीकता को मापता है जहां शिपमेंट से पहले त्रुटियों को पकड़ा जा सकता है जैसे पैकेजिंग के दौरान।	सही ढंग से पिक किए गए ऑर्डर / कुल पिक किए गए ऑर्डर
24.	सामग्री हैंडलिंग के दौरान क्षति	सीओजीएस के प्रतिशत के रूप में हैंडलिंग/भंडारण से क्षतिग्रस्त सामग्री के मूल्य को मापता है	हैंडलिंग/भंडारण/सीओजीएस से क्षतिग्रस्त सामग्री का मूल्य
25.	प्रयुक्त उपकरण / फोर्कलिफ्ट क्षमता	उपकरण/फोर्कलिफ्ट के लिए लॉग अप समय की मात्रा	कुल समय जिसमें उपकरण का उपयोग किया जाता है / उपयोग के लिए नियोजित उपलब्ध कुल समय
26.	वार्षिक कार्यबल टर्नओवर	वह दर जिस पर स्थायी कर्मचारियों को बदला जाता है (आकस्मिक या मौसमी श्रम को छोड़कर)।	अवधि की शुरुआत में नए कर्मचारियों की संख्या / पिछली अवधि की शुरुआत में कर्मचारियों की कुल संख्या
27.	ऑर्डर की समय पर डिलीवरी का प्रतिशत	सहमत समय पर अपने अंतिम गंतव्य पर पहुंचने वाले आदेशों का प्रतिशत नोट: 'समय पर' की कई परिभाषाएं हैं, और 'समय' एक विशिष्ट घंटे या दिन, या समय की एक विंडो हो सकती है। 'सहमत' का अर्थ है कि ग्राहक और शिपर डिलीवरी के समय के लिए एक सामान्य प्रतिबद्धता के रूप में या खरीद आदेश या अनुबंध के हिस्से के रूप में सहमत हुए हैं	समय पर डिलीवर किए गए ऑर्डर की संख्या / शिप किए गए ऑर्डर की कुल संख्या

### नोट

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

### सरांश

इस अध्याय में प्रतिभागी स्वास्थ्य, सुरक्षा और बचाव की आवश्यकताओं को समझते हैं जिनकी आवश्यकता कार्यों को करते समय होती है। कार्यों को निरंतर पूरा करने के लिए कार्यकारी के लिए आवश्यक और विकसित किए जाने वाले कौशलों का भी वर्णन किया गया है। ये कौशल और प्रक्रियाएं व्यक्ति की कार्यों को बेहतर तरीके से करने में सहायता करते हैं।








### अभ्यास

1. वाहन का रखरखाव .....और..... करना चाहिए।
2. क्या दस्तावेजों को उपेक्षित छोड़ा जा सकता है? क्यों?
3. क्या दस्तावेज तीसरे पक्ष को दिए जाएंगे? क्यों?



अनुलग्नक

यूनिट में दिए गए क्यू आर कोड का विवरण

क्र. सं.	मोड्यूल का नाम	यूनिट का नाम	विषय का नाम	URL	प्रष्ठ संख्या	क्यू आर कोड
1.	मोड्यूल 1 – परिचय	यूनिट 1.1 – लॉजिस्टिक्स क्या है	1.1.1 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=eu0LugAMgqk">https://www.youtube.com/watch?v=eu0LugAMgqk</a>	28	 रसद क्या है
2.	मोड्यूल 1 – परिचय	यूनिट 1.1 – सप्लाई चेन मैनेजमेंट क्या है	1.1.2 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MBBDUvLVLKs">https://www.youtube.com/watch?v=MBBDUvLVLKs</a>	28	 आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन
3.	मोड्यूल 2 – आवश्यक ज्ञान	यूनिट 2.1 – प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के लिए आवश्यक ज्ञान	2.1.6 बारकोड	<a href="https://youtu.be/JEhEvapVLHg">https://youtu.be/JEhEvapVLHg</a>	46	 बारकोड
4.	मोड्यूल 2 – आवश्यक ज्ञान	यूनिट 2.1 – प्रमुख प्रेषक कार्यकारी के लिए आवश्यक ज्ञान	2.1.6 कूरियर ट्रैकिंग	<a href="https://youtu.be/o-OnIRTVmh8">https://youtu.be/o-OnIRTVmh8</a>	46	 कूरियर ट्रैकिंग
5.	मोड्यूल 3 – बिक्री की गतिविधियों के लिए योजना	यूनिट 3.1 – दैनिक योजना बनाना	3.1.2 डाटा की समीक्षा	<a href="https://youtu.be/T3cpQio764U">https://youtu.be/T3cpQio764U</a>	56	 ग्राहक संबंध प्रबंधन
6.	मोड्यूल 3 – बिक्री की गतिविधियों के लिए योजना	यूनिट 3.2 मिलने के लिए तैयारी	3.2.2 लक्ष्य का आकलन करना	<a href="https://youtu.be/acnG92oToqW">https://youtu.be/acnG92oToqW</a>	56	 डेटा वेयरहास
7.	मोड्यूल 3 – बिक्री की गतिविधियों के लिए योजना	यूनिट 3.2 – व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण	3.2.1 व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7emUloowPIQ">https://www.youtube.com/watch?v=7emUloowPIQ</a>	56	 व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण (पीपीई)
8.	मोड्यूल 4 – बिक्री की गतिविधियों को करना	यूनिट 4.1 – वर्तमान ग्राहकों से संबंध बनाना	4.1.1 मिलने के लिए ग्राहक का चयन करना	<a href="https://youtu.be/kJIAk3L3pDU">https://youtu.be/kJIAk3L3pDU</a>	66	 लक्षित दर्शक
9.	मोड्यूल 4 – बिक्री की गतिविधियों को करना	यूनिट 4.2 – व्यवसाय विकास के माध्यम से बिक्री उत्पन्न करें	4.2.4 सेवाओं और लागत पर बातचीत करें	<a href="https://youtu.be/Lok5qDnWNxg">https://youtu.be/Lok5qDnWNxg</a>	66	 बातचीत का कौशल
10.	मोड्यूल 5 – बिक्री के बाद की गतिविधियां	यूनिट 5.1 – संभावित ग्राहकों के साथ फोलोअप	5.1.2 लीड का विश्लेषण करें, रणनीति बनाएं और लीड योजनाओं को लागू करें	<a href="https://youtu.be/vRrBYNoIEw4">https://youtu.be/vRrBYNoIEw4</a>	76	 संचार कौशल
11.	मोड्यूल 5 – दिन के अंत की गतिविधियों को पूर्ण करना	यूनिट 5.3 व्यावसायिक/पर्यावरणीय स्वास्थ्य और सुरक्षा	5.3.1 स्वास्थ्य और सुरक्षा	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sTMDBAV8FU0">https://www.youtube.com/watch?v=sTMDBAV8FU0</a>	76	 वेयरहाउस स्वास्थ्य और सुरक्षा खतरे



ईबुक तक पहुंचने के लिए इस क्यूआर कोड को स्कैन/क्लिक करें



**Address :** पता – संख्या 480 ए, 7 वां तल,  
खिवराज काम्प्लेक्स, 2अन्ना सलाई, नंदनम, चेन्नई 600035  
**Email :** ईमेल– [reena@lsc-india.com](mailto:reena@lsc-india.com)  
**Web :** वेब– [www.lsc-india.com](http://www.lsc-india.com)  
**Phone :** फोन– 044 48514607  
**CIN No. :**

Price: ₹



978-1-111-22222-45-7