



रिटेल स्टोर प्रचालन (RETAIL STORE OPERATION)

परिचय

रिटेल प्रचालन का अर्थ है स्टोर के कार्यों को बनाए रखने हेतु व्यक्ति के काम। इसमें सभी प्रकार की दुकानों (shops) में रिटेल बिक्री प्रतिनिधि और सुपरवाइजर शामिल हैं, जैसे कि केवल कुछ सहायक के साथ छोटे रिटेल स्टोर और अधिक संख्या में कर्मचारियों के साथ बड़े रिटेलर्स।

शॉपिंग का सामान्य अनुभव में माना जाता है कि रिटेल वाले स्थान पर जाने से पूर्व शॉपिंग की पूरी योजना बना लेनी चाहिए। कई बार किसी सामान या वस्तु को खरीदने का निर्णय उत्पादों के ले-आउट और डिस्प्ले को देखकर ले लिया जाता है न कि तैयार शॉपिंग सूची के कारण। रिटेल प्रचालन में काम करने वाले लोगों को समय समय पर निर्णय लेने होते हैं।

मुख्य रिटेल प्रचालन में शामिल हैं – वस्तु प्राप्त करना, भंडारण, इस की बिक्री, नकदी से निपटने, सुरक्षा और बचाव, ग्राहक सेवा, धनवापसी और रिटर्न, विजुअल मर्चेंडाइजिंग आदि। यदि छात्र किसी रिटेल क्षेत्र में रुचि रखते हैं तथा इस क्षेत्र में अपना कैरियर बनाना चाहते हैं, तो यह आवश्यक है कि उसके पास अच्छे संचार कौशल तथा कठिन ग्राहकों को संभालने की क्षमता होनी चाहिए।

इस इकाई में, छात्र रिटेल प्रचालन, रिटेलर्स के वर्गीकरण, ग्राहकों के लिए उचित रूप से प्रतिक्रिया और संवाद करने और वर्गीकृत रिटेलर्स के तरीकों का चयन करने के लिए सीखेगा।

एक विक्रेता के रूप में, स्टोर ऑपरेशन सहायक ग्राहकों को उत्पाद दिखाता है, सामान की विशेषताओं और उपयोगों का वर्णन करता है, और वित्तीय लेनदेन को पूरा करता है। माल को ऑर्डर करना, वस्तुओं की कीमत, माल का प्रदर्शन करना और मालसूची में स्टॉक का उचित स्तर बनाए रखना और वित्तीय रिपोर्ट और निगरानी कर्मचारी तैयार करना प्रबंधन प्रतिनिधि management representative का कर्तव्य है।

इस इकाई में, हमने चार सत्रों को शामिल किया है। इन सत्रों में, छात्र मूल रिटेल स्टोर प्रचालन करने में आश्वस्त होंगे, जो स्टोर प्रचालन सहायक की नौकरी की भूमिका job role में आवश्यक हैं।

पहले सत्र में रिटेल प्रचालन शामिल है – शेल्क्स को भरना। स्टोर प्रचालन को भरने के दौरान सहायक उत्पादों की सुरक्षित हैंडलिंग और उत्पादों की विभिन्न स्वरूप की सुरक्षा के तरीकों का पालन करते हैं। दूसरा सत्र उपयुक्त सूची के साथ स्टॉक के स्तर को बनाए रखने से संबंधित है। तीसरे सत्र में ग्राहकों के साथ प्रतिक्रिया और बातचीत करने का तरीका बताया जाता है तथा चौथे सत्र में रिटेलर्स के वर्गीकरण का वर्णन किया गया है।

सत्र 1 : रिटेल प्रचालन : शेल्फ को भरना

हमें अपने जीवन में कई बार अपनी जरूरतों को पूरा करने हेतु किराने, घरेलू सामान तथा अपनी रोजमर्रा की जरूरतों को पूरा करने के लिए दिन-प्रतिदिन के जीवन की जरूरतों को पूरा करने के लिए रिटेल स्टोर पर जाना होता है।

प्रत्येक गतिविधि को अच्छी तरह करना स्टोर प्रचालन सहायक का मूल कर्तव्य है, जो रिटेल स्टोर को अपनी बिक्री बढ़ाने में मदद करता है जैसे विभिन्न चैनलों से प्राप्त उत्पाद, बैंक ऑफिस से उत्पादों को फ्लोर एरिया के रैक तक ले जाना, शेल्फों को भरना, स्टॉक की स्थिति, उत्पादों को सुरक्षित रूप से प्रदर्शित करना और उत्पाद को नुकसान से बचाना।

रिटेल क्षेत्र का महत्व

रिटेल प्रचालन में रिटेल स्टोर में गतिविधियों की किस्मों को कवर किया जाता है :

शेल्फ को भरना : रिटेल प्रचालन का सबसे महत्वपूर्ण पहलू शेल्फों को भरना है। इसलिए, उन ग्राहकों को रिटेल स्टोर पर उपलब्ध उत्पादों की पूरी श्रृंखला दिखाई देती है।



चित्र 1.1 (क) : शेल्फ को भरना
स्रोत : <https://urlzs.com/hCMia>



चित्र 1.1 (ख) : शेल्फ को भरना
स्रोत : <https://urlzs.com/jEK9J>

स्टॉक को निर्देशों के अनुसार रखें : उच्च प्रबंधन से लिए गए निर्देशों के अनुसार स्टॉक को शेल्फ में रखें।

उत्पादों की सुरक्षित हैंडलिंग : रिटेल प्रचालन भी उत्पादों की सुरक्षित हैंडलिंग को कवर करता है ताकि रिटेल स्टोर में कोई नुकसान न हो।

नुकसान से बचाएं : स्टॉक को इस तरह संभालें कि काम पूरा होने पर स्टॉक उपकरण और परिसर का टूटने से बचाएं। उपकरण को स्टोर विभागों में वापस जाना चाहिए।

ये सभी प्रचालन स्टोर को अच्छी तरह से काम करने और बिक्री को बढ़ाने में आसान होते हैं।

स्टॉक की स्थिति (पोजिशनिंग) के लिए निर्देश (INSTRUCTIONS FOR POSITIONING STOCK)

प्रत्येक स्टोर प्रचालन सहायक उन्हें दी गई जिम्मेदारी के अनुसार काम करता है। स्टोर प्रचालन सहायक को दिए गए निर्देश के अनुसार स्टॉक को रखने की आवश्यकता है। जब वह स्टॉक की स्थिति का पता लगा रहा होता है तो वह भ्रमित हो जाता है।

यदि स्टोर प्रचालन सहायक को ऐसी विशेष समस्याओं का सामना करना पड़ता है, तो उसे तुरंत सही व्यक्ति से शेल्फ को भरने के लिए सलाह लेनी चाहिए। स्टोर प्रचालन सहायक जिम्मेदार व्यक्ति से भी पूछ सकते हैं, यदि स्टॉक की स्थिति के लिए निर्देश स्पष्ट नहीं हैं। निर्देश निम्नलिखित के बारे में हो सकते हैं :

- कौन से उत्पाद सामने रैक में आते हैं? कौन सा गोंडोला किस स्थान पर होता है?
- कौन से रैक किस उत्पाद के लिए उपयोग करते हैं, और रैक का चयन उत्पादों की प्रकृति पर निर्भर करता है?

उत्पादों को सुरक्षित रखने के लिए जो शेल में स्थित है

विशेष रूप से भारी पैकेज में प्राप्त होने पर सामान को अधिक सावधानी से संभालने की आवश्यकता होती है। वस्तुओं की हैंडलिंग किसी भी रूप में वस्तुओं या सामान को स्थानांतरित, पैकिंग तथा भंडारण करने की एक प्रक्रिया है। इससे रिटेल व्यापार की उत्पादकता को निर्धारित करने में मदद मिलती है। वस्तुओं की हैंडलिंग अन्य की तुलना में एक अत्यधिक मेहनत वाला काम है। इसलिए, माल को संभालने की लागत भी अधिक है।

वस्तुओं की प्रभावी हैंडलिंग के फायदे निम्नलिखित हैं :

- यूनिट में सामग्री हैंडलिंग की लागत को कम से कम किया जाता है।
- विनिर्माण समय को कम किया जाता है।
- वस्तुओं के प्रवाह के बेहतर नियंत्रण की दिशा में योगदान मिलता है।
- काम करने तथा सामग्रियों की आवाजाही (movement) में सुरक्षा में सुधार आता है।
अस्वीकृति अनुपात कम से कम किया जाता है।
- स्टोरेज से नुकसान में कमी आती है।

सामग्री हैंडलिंग गतिविधियाँ

रिटेल स्टोर में सामग्री से निपटने का प्राथमिक उद्देश्य या ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार माल को सॉर्ट करना है। तीन हैंडलिंग गतिविधियाँ हैं – प्राप्त करना, स्टोर में हैंडलिंग और शिपिंग।

(क) प्राप्त करना (Receiving) : जब सामग्री रिटेल स्टोर गोदाम तक पहुंचती है, तो यह प्राप्ति सहायक receiving assistant द्वारा प्राप्त की जाती है। प्राप्ति सहायक का मूल कर्तव्य ट्रक या परिवहन वाहन से वस्तुओं को उतारना है। उतराई आम तौर पर मैनुअल रूप से या आवश्यक उपकरण द्वारा की जाती है।

(ख) स्टोर में हैंडलिंग (In-store handling) : सामग्री हैंडलिंग के विभिन्न तरीके हैं। मैनुअल हैंडलिंग सामग्री को ले जाने और जगह से हटाने (moving) की प्रक्रिया है। हैंडलिंग सामग्री को अनुभवी और प्रशिक्षित कर्मचारियों द्वारा उचित उपकरणों के साथ किया जाना चाहिए। सामग्री को संभालने हेतु उपकरणों की श्रेणियाँ हैं, जैसे क्रेन, चलता हुआ ट्रक, स्लिंग, पैलेट जैक, फोर्कलिफ्ट, आदि।

सुरक्षा सामग्री से निपटने का एक बहुत महत्वपूर्ण पहलू है। सुरक्षित रूप से परिवहन की जाने वाली सामग्री को संभालने के लिए उपकरण काफी बड़ा होना चाहिए।



चित्र 1.2 (क) : स्टोर में हैंडलिंग



चित्र 1.2 (ख) : स्टोर में हैंडलिंग

स्रोत : <https://urlzs.com/K7j4B>

स्रोत : <https://urlzs.com/Vv5J5>

ग) खरीदारी (Shopping) : जब ग्राहक रिटेल स्टोर में प्रवेश करता है, तो स्टोर प्रचालन सहायक उसे स्टोर से सामान लेने और बिलिंग के लिए ले जाने हेतु शॉपिंग बैग, टोकरी या ट्रॉली प्रदान करते हैं। स्टोर प्रचालन सहायक को शॉपिंग बैग, टोकरी या ट्रॉली का सुझाव देने के बारे में सावधान रहना चाहिए, यदि ग्राहक कपड़े खरीद रहे हैं तो शॉपिंग बैग अच्छे हैं। यदि कुछ किराने की वस्तुएं ग्राहक खरीदते हैं, तो खरीदारी की टोकरी shopping basket प्रस्तावित की जा सकती है, लेकिन यदि ग्राहक किराने की पूरी श्रृंखला खरीदना चाहते हैं, तो खरीदारी ट्रॉली दी जा सकती है।



चित्र 1.3 : खरीदारी

शेल्स में सामान रखने से पहले टूट हुए सामान का पता लगाना

रिटेल स्टोर में वस्तुओं का टूटना और चोरी हो जाना बहुत सामान्य घटनाएं हैं। स्टॉक हैंडलिंग को इस तरह से किया जाना चाहिए जिससे कर्मचारियों के साथ-साथ रिटेल स्टोर के ग्राहक को भी नुकसान न हो। क्योंकि यह शेल्फ को भरने हेतु स्टोर प्रचालन सहायक की रोजमर्रा की गतिविधि है, कि वे उत्पादों को प्रदर्शन में व्यवस्थित करें, शेल्फ को फिर से भरें, शेल्फ की पुनःपूर्ति, एक्सपायर उत्पादों को स्थानांतरित करें, उन उत्पादों को प्रदर्शित करें जो पहली लाइन में समाप्त हो रहे हैं ताकि यह प्रतिशत बढ़ जाता है ।

पहली नज़र में, धारक की सुरक्षा जटिल लगती है, लेकिन यह वास्तव में विशेषज्ञों की सुरक्षा के बीच गलतफहमी का स्रोत है – क्योंकि ज्यादातर पारंपरिक रूप से लोडिंग सुरक्षा के कई यथार्थवादी कारकों के साथ कंपनियों की मदद करने के लिए पारंपरिक तरीके में एक स्पष्ट योजना नहीं है।

कार्य स्थल में शेल्फ भरने के बाद सफाई करना

रिटेल स्टोर में शेल्फ को भरने के बाद कार्यस्थल की सफाई करना। सफाई के गतिविधि क्षेत्र में काम करने वाले कई कार्मिक और शॉप को साफ बनाए रखते हैं। स्वच्छता और साफ सफाई की तकनीकें मानक ऑपरेटिंग तकनीकों का हिस्सा हैं जिसमें सुरक्षा कार्यक्रम शामिल हैं। अच्छी तरह नहीं धुले हुए क्षेत्र हानिकारक बैक्टीरिया को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाने की स्थिति बनाते हैं।

सफाई करना : सफाई फ्लोर, शेल्फ या रिटेल स्टोर के किसी भी हिस्से पर धूल, गंदगी या किसी अवांछित पदार्थ को हटाने की प्रक्रिया है। एक रिटेल स्टोर और शेल्फ पर रखे गए उत्पादों को साफ, धूल मुक्त रहना चाहिए। स्वच्छता मानक बनाए रखा जाना चाहिए, सफाई के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न डिटर्जेंट और तरल पदार्थों की देखभाल करना भी महत्वपूर्ण है, क्योंकि फ्लोर क्षेत्र, शेल्फ और शेल्फों में खाद्य पदार्थों की सफाई के विभिन्न तरीकों की आवश्यकता होती है तथा उपयुक्त रासायनिक या डिटर्जेंट का उपयोग किया जाना चाहिए।



चित्र : 1.4 (क) शेल्फ भरने के बाद कार्य क्षेत्र की सफाई स्रोत : <https://urlzs.com/sBXgr>

चित्र : 1.4 (ख) शेल्फ भरने के बाद कार्य क्षेत्र की सफाई स्रोत : <https://urlzs.com/hiiCX>

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

स्टोर प्रचालन सहायक के जॉब रोल का अध्ययन करने हेतु एक रिटेल आउटलेट पर जाएं।

आवश्यक सामग्रियां : पेन / पेंसिल, नोटबुक, जांचसूची (चेकलिस्ट) (अध्यापक को अपने कार्यों का निरीक्षण करने हेतु एक बड़े रिटेलिंग आउटलेट पर छात्र की विजिट की व्यवस्था करनी है)

प्रक्रिया :

1. अपने सहपाठियों के साथ समय पर स्टोर पर पहुँचें।
2. कार्यकारी से मिलें उसे विनम्रता से नमस्कार करें।
3. उसे अपनी विजिट का उद्देश्य बताएं और उसकी सहमति लें।
4. वर्किंग रिटेल स्टोर का निरीक्षण करें और नोट करें।
1. अधिकारियों से पूछें।
2. रिटेल प्रचालन सहायक की जिम्मेदारियां।
3. अधिकारियों की भावना।
4. ग्राहक के साथ व्यवहार करना।
5. कोई असाधारण स्थिति।
6. अपने सहपाठियों के साथ अपने नोट्स की समीक्षा करें और अधिकारियों से पुष्टि करें।
7. अपनी विजिट की एक रिपोर्ट तैयार करें।
8. कक्षा में रिपोर्ट पर चर्चा करें और सहपाठियों का सुझाव लें।
9. अध्यापक को रिपोर्ट जमा कराएं।

गतिविधि 2

शेल्फ को भरने के बाद सफाई की प्रक्रिया से परिचित होने के लिए रिटेल स्टोर पर जाएं।

आवश्यक सामग्रियां : पेन / पेंसिल, नोटबुक, और चेकलिस्ट

प्रक्रिया :

1. स्कूल खत्म होने के बाद रिटेल स्टोर पर जाएं।
2. कार्यकारी (एक्जिक्यूटिव) को नमस्कार करें और उनसे मिलें।
3. अपनी विजिट का उद्देश्य बताएं और उसकी सहमति लें।
4. स्टोर प्रचालन सहायकों द्वारा की गई सफाई प्रक्रिया का निरीक्षण करें।
5. उनमें उत्पादों को भरने के बाद शेल्फ की सफाई की प्रक्रिया पर ध्यान दें।
6. सफाई के लिए उपयोग किए जाने वाले सफाई उपकरण और डिटर्जेंट / तरल सामग्री को सूचीबद्ध करें।
7. दोस्तों के साथ चर्चा करें तथा कक्षा में समीक्षा करें।
8. अध्यापक की अनुमति लें और अपनी रिपोर्ट कक्षा में प्रस्तुत करें।
9. अपने सहपाठियों और अध्यापक को शामिल करने के सुझाव के बाद अंतिम रूप दें।
10. अपनी रिपोर्ट अध्यापक को जमा कराएं।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. यह प्रत्येक गतिविधि के लिए स्टोर प्रचालन सहायक का मूल प्रचालन है।
2. रिटेल प्रचालन का सबसे महत्वपूर्ण पहलू शेल्फ को करना है।
3. उच्च प्रबंधन से लिए गए निर्देशों के अनुसार शेल्फ में स्टॉक।
4. के अनुसार प्रत्येक स्टोर प्रचालन सहायक कार्य चिंता का विषय है।
5. सामान विशेष रूप से भारी पैकेज में प्राप्त होने पर अधिक सावधानी से होता है।
6. रिटेल स्टोर में सामग्री से निपटने का उद्देश्य ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार वस्तुओं को सॉर्ट करना होता है।

ख. बहु वैकल्पिक प्रश्न

1. तीन हैंडलिंग गतिविधियाँ :
 क) प्राप्त करना
 ख) स्टोर में हैंडलिंग
 ग) शिपिंग
 घ) उपरोक्त सभी
2. निम्नलिखित रिटेल प्रचालन रिटेल स्टोर में गतिविधियों की किस्मों को कवर नहीं करते हैं।
 क) शेल्फ को भरें

- ख) निर्देशों के अनुसार स्टॉक को रखें
- ग) उत्पादों की असुरक्षित हैंडलिंग
- घ) टूटने से बचाव
3. स्टोर प्रचालन सहायक जिम्मेदार व्यक्ति से भी पूछ सकता है कि स्टॉक की स्थिति के बारे में निर्देश स्पष्ट नहीं है या नहीं।
- क) पहले रैक में कौन से उत्पाद आते हैं
- ख) कौन सी गोंडोला किस स्थान पर है
- ग) क) और ख) दोनों
- घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
4. इनमें से कौन से वस्तुओं की प्रभावी हैंडलिंग के फायदे नहीं है :
- क) अस्वीकृति अनुपात को अधिकतम करना।
- ख) यूनिट में सामग्री की हैंडलिंग लागत को कम से कम करना।
- ग) विनिर्माण समय कम कर करना।
- घ) वस्तु प्रवाह के बेहतर नियंत्रण की दिशा में योगदान देना।
5. धुलाई प्रदाताओं को चार श्रेणियों में विभाजित किया जाता है :
- क) डिटर्जेंट
- ख) सॉल्वेंट और एसिड सफाई समाधान
- ग) घिसाई करने के साथ सफाई वाला घोल
- घ) उपरोक्त सभी
- ग. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत**
1. पांच मुख्य रिटेल प्रचालन हैं।
 2. ग्राहक रिटेल स्टोर पर उपलब्ध उत्पादों की पूरी श्रृंखला देखते हैं।
 3. रिटेल प्रचालन में उत्पादों की सुरक्षित हैंडलिंग को कवर नहीं किया जाता है ताकि रिटेल स्टोर में कोई नुकसान न हो।
 4. जब सामग्री रिटेल स्टोर से गोदाम तक पहुंचती है, तो यह स्टोर प्रबंधक द्वारा प्राप्त की जाती है।
 5. मैनुअल हैंडलिंग सामग्री को ले जाने और जगह से हटाने की प्रक्रिया है।
 6. सुरक्षा सामग्री से निपटने का एक बहुत महत्वपूर्ण पहलू है।

7. रिटेल स्टोर में नुकसान बहुत दुर्लभ घटना है।

घ. संक्षिप्त उत्तर वाले प्रश्न

1. रिटेल ऑपरेशंस से क्या अर्थ है?
2. रिटेलिंग का अर्थ और महत्व क्या है?

ङ. अपना निष्पादन जांच लें

1. रिटेलिंग के महत्व का प्रदर्शन।
2. रिटेल व्यापार में रिटेल आउटलेट के प्रकारों को बताना।
3. रिटेल व्यापार वातावरण के तहत विभिन्न रिटेल दुकानों के कार्यों का प्रदर्शन।

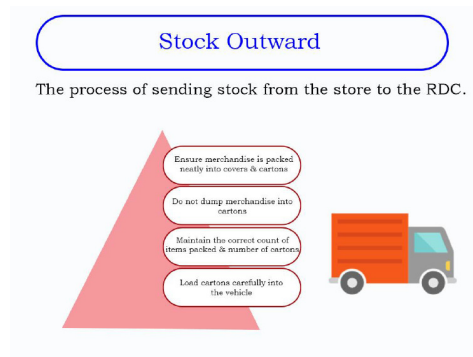
सत्र 2 : स्टॉक स्तर का रखरखाव

रिटेल स्टोर के संचालन में मूल और समय लेने वाला कार्य स्टॉक को अद्यतन रखता है। यद्यपि इसे बनाए रखने के लिए काम और आत्म-अनुशासन की आवश्यकता होती है, एक अच्छी स्टॉक प्रणाली ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए सरल बना देगी – एक सफल व्यापार की मुख्य वृद्धि में सहायक होगी।

स्टॉक नियंत्रण की विधियां **METHODS OF STOCK CONTROL**

स्टॉक को नियंत्रित करने की तीन मुख्य प्रणालियाँ इकाई नियंत्रण, वित्तीय नियंत्रण और संयोजन नियंत्रण हैं। वित्तीय नियंत्रण में, धन के संदर्भ में व्यापारिक आवश्यकताओं के विश्लेषण और नियोजन को विभिन्न वर्गीकरणों जैसे कि पुरुषों की टाई, ड्रेस शर्ट, स्पोर्ट शर्ट, अंडरवियर और पुरुष सामान विभाग में विभाजित किया जाता है। एक पूरे स्टोर के लिए स्टॉक और नियोजित बिक्री के कुल आंकड़े या यहां तक कि एक विभाग विशिष्ट वस्तुओं के संतुलित शेयरों की तलाश में थोड़ा मार्गदर्शन प्रदान करता है। उदाहरण हेतु, एक पूरे स्टोर के लिए अपेक्षित बिक्री, कुल स्टॉक और ऑर्डर के आंकड़े, क्रिसमस सीजन के लिए नेकटाई के लिए ऑर्डर देने का प्रयास करने वाले पुरुषों के लिए पुरुषों की पोशाकों के खरीदार के बजाय जानकारी पाने की कोशिश महत्व नहीं रखते हैं।

खरीदार को विशिष्ट जानकारी की आवश्यकता होती है, जिसमें पिछले वर्ष कितनी प्राइस लाइन बेची गई थीं तथा वर्तमान स्टॉक किस क्रम पर और ऑर्डर पर हैं। इकाई नियंत्रण का अर्थ वित्तीय नियंत्रण का और आगे परिशोधन करना है। व्यापक व्यापारिक वर्गीकरणों से निपटने के बजाय, इससे बेची गई इकाइयों के संदर्भ में, ऑर्डर पर और बिक्री के लिए अधिक विशिष्ट जानकारी प्रदान की जाती है।



चित्र 1.5 : स्टॉक आउटवर्ड की प्रक्रिया

यूनिट स्टॉक नियंत्रण UNIT STOCK CONTROL

इस विधि में, स्टॉक का नियंत्रण नकद निवेश के बजाय व्यापारियों की भौतिक इकाइयों द्वारा किया जाता है। समीक्षाधीन अवधि में जनता द्वारा खरीदे गए उत्पादों की तुलना स्टॉक की व्यापारिक विशेषताओं के साथ की जाती है। अन्य की तुलना में इस पद्धति का लाभ यह है कि इसका इस्तेमाल बेची जाने वाली वस्तुओं की विशेषताओं में बदलाव की निगरानी के लिए किया जा सकता है तथा उपयोगी रूप से निर्माण (मॉडल स्टॉक बिल्डिंग) हेतु इसका उपयोग किया जाता है। स्टॉक को भौतिक रूप से गिना जाता है और व्यापारिक उप-समूहों को स्टॉक को रोटेशन के आधार पर लिया जाता है।

यह विधि पूर्ण स्टॉक नियंत्रण प्रणाली नहीं है क्योंकि, यह आयोजित वस्तुसूची की लाभप्रदता को नियंत्रित नहीं कर सकती है। इसलिए नियंत्रण की वित्तीय प्रणालियों में इसकी आवश्यकता होती है। यह बाजार की निगरानी के कुछ सिस्टम द्वारा जांच न किए जाने पर इसकी कुछ उपयोगिता खो देता है। वस्तुओं को नियंत्रित करने की यह विधि जानकारी प्रदान करती है :

- स्टॉक की अवधि, जिससे जल्दी से मार्कडाउन आइटम और धीमे विक्रेताओं की ओर संकेत किया जाता है।
- वेंडर की जानकारी, जैसे विक्रेताओं के उत्पादों की बिक्री की क्षमता, शिपिंग में शिपिंग, रिटर्न की संख्या और लिया गया मार्कडाउन।
- रंगों, आकारों और अन्य कारकों द्वारा बिक्री, और उनके मौसमी बदलाव, जिससे भविष्य की खरीद हेतु एक महत्वपूर्ण सहायता हो सकती है।
- मॉडल स्टॉक योजनाओं, मूल स्टॉक सूचियों तथा कभी भी सूचियों से बाहर नहीं रहने वाले सामानों का उपयोग करने के लिए ग्राहकों की प्राथमिकताओं पर डेटा उनके लिए अद्यतन रखा जाना चाहिए तथा ग्राहक जो लेना चाहता है उसके लिए तैयार है।
- स्वचालित रिकॉर्डर बिंदु, जिसे स्टेपल मर्चेडाइज और कम्प्यूटरीकृत के लिए स्थापित किया जा सकता है।

सहयोग नियंत्रण COMBINATION CONTROL

जैसा कि नाम से ही स्पष्ट है, यह विधि इकाई और वित्तीय नियंत्रण का एक संयोजन है, और यद्यपि यह अधिक जटिल है, अधिकांश रिटेलर्स को स्टॉक में वित्तीय निवेश और वस्तुसूची दोनों इकाइयों को नियंत्रित करने से लाभ होगा। ऐसी वस्तुएं जो उच्च लाभ प्रदान करती हैं या जिन वस्तुओं की ग्राहक स्टॉक में होने की उम्मीद करते हैं, उन्हें संयोजन विधि द्वारा नियंत्रित किया जाना चाहिए क्योंकि स्टॉक-आउट मुनाफे को काफी हद तक कम कर देगा। समान रूप से, बहुत महंगी वस्तुओं को ओवरस्टॉक किया जाना वित्तीय समस्याएं पैदा कर सकता है।

स्टॉक को खत्म होने से पहले स्टॉक को फिर से भरना

फील्ड ऑफ रिटेल आउटलेट कार्य उन गतिविधियों से संबंध रखते हैं जो प्रत्येक दिन स्टोर का प्रदर्शन अच्छा बनाए रखते हैं। अच्छी तरह से संचालित दुकानों में, सब कुछ ध्यान में रखा जाता है, योजना बनाई जाती है, और कार्यान्वित की जाती है।



चित्र 1.6 : स्टॉक खत्म करने से पहले स्टॉक को बदलना

स्रोत : <https://bit.ly/2Y48kVz>

एक सूची प्रणाली का उपयोग करना : तीन मुख्य प्रकार के स्टॉक अनन्त स्टॉक, वास्तविक स्टॉक और मिश्रित स्टॉक हैं। अनन्त everlasting स्टॉक के साथ, मामलों को प्रत्येक बिक्री पर संशोधित किया जाता है। यह आज की स्वचालित पीओएस तकनीकों के साथ होता है। वास्तविक स्टॉक बहीखाता विधि के साथ, व्यापार वास्तव में अपने स्टॉक को मायने रखता है। एक मिश्रित कार्यक्रम के साथ, दोनों तकनीकों का उपयोग किया जाता है, जहां वास्तविक गणना स्वचालित कार्यक्रम के क्रॉसचेक प्रदान करती है।

स्टॉक के प्रबंधन के कई साधन हैं। सभी को यह तय करने के लिए कुशल कार्यक्रम प्रदान करने के लिए डिज़ाइन किया गया है कि कब, कितना और कितना सामान प्राप्त करना है।

अद्यतन स्टॉक नियंत्रण प्रणाली

कंप्यूटराइज्ड स्टॉक कंट्रोल तकनीक मैनुअल की समान संकल्पनाओं पर चलती है, लेकिन अधिक बहुमुखी हैं तथा ज्ञान को पुनर्प्राप्त करना आसान है। कोई भी स्टॉक मूल्यांकन जल्दी से प्राप्त

कर सकता है या यह पता लगा सकता है कि स्टॉक का कोई विशेष आइटम कितना अच्छा चल रहा है।

यदि रिटेलर्स के पास विभिन्न प्रकार के स्टॉक हैं, तो रिटेलर एक विधि या दो या अधिक के संयोजन का उपयोग कर सकता है।

- **न्यूनतम स्टॉक उपलब्ध** – रिटेलर उपलब्ध स्टॉक को पहचानता है तथा फिर उपलब्धता बनाए रखने हेतु स्टॉक को फिर से ऑर्डर करता है। इसे री-ऑर्डर स्टॉक लेवल के नाम से भी जाना जाता है।
- **स्टॉक मूल्यांकन** – रिटेलर के पास स्टॉक की नियमित समीक्षा होती है। प्रत्येक मूल्यांकन के बाद रिटेलर निर्दिष्ट चरण में रिटर्न स्टॉक तैयार करता है।
- **सही समय पर (जेआईटी)** – यह सबसे कम स्टॉक काटकर वेबसाइट के लिए बनाया गया है। आइटम तब प्रदान किए जाते हैं जब उनकी आवश्यकता होती है और तुरंत उपयोग किया जाता है। सेल-आउट का जोखिम है, इसलिए ग्राहकों को आश्वस्त होने की आवश्यकता है कि प्रदाता मांग पर वितरित कर सकते हैं।

स्टॉक नियंत्रण कार्यक्रम को बेहतर बनाने के लिए अन्य प्रक्रियाओं के साथ तकनीकों का उपयोग किया जा सकता है। उदाहरण के लिए :

- **री-ऑर्डर लीड-टाइम** – लेन-देन में डालने तथा इसे प्राप्त करने के बीच पर्याप्त समय की सुविधा प्रदान करता है।

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

रिटेल स्टोर पर जाएं और विभिन्न स्टॉक नियंत्रण प्रणालियों की पहचान करें।

आवश्यक सामग्रियां : पेन / पेंसिल, नोटबुक, चेकलिस्ट (अध्यापक को छोटे समूह में रिटेल शॉप का विजिट तय करनी होगी और छात्र को उनके अवलोकन के बारे में जांचसूची देनी होगी)

प्रक्रिया :

1. रिटेल स्टोर में उपयोग किए जाने वाले विभिन्न स्टॉक नियंत्रण प्रणालियों पर बिंदुओं की एक सूची तैयार करें और इसे ग्राहकों को दें।
2. छात्रों को आवश्यकता के अनुसार समूह दें।
3. समूह के साथ समय पर आउटलेट तक पहुंचें।
4. अधिकारियों का अभिवादन करें और उन्हें विजिट का उद्देश्य बताएं।
5. निम्नलिखित पर ध्यान दें और ध्यान दें :

- क. स्टॉक के स्तर की पहचान कैसे करें?
- ख. स्टॉक नियंत्रण प्रणाली।
- ग. स्टॉक खत्म करने से पहले स्टॉक को बदलना।
- घ. स्टॉक कंट्रोल सिस्टम को अपडेट करें।
- 6. अवलोकनों पर ध्यान दें; अपने सहपाठियों के साथ नोट्स पर चर्चा करें और समीक्षा करें।
- 7. कार्यकारी के परामर्श से अंतिम रूप दें।
- 8. एक रिपोर्ट तैयार करें तथा विषय के अध्यापक को भेजें।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. रिटेल स्टोर के प्रचालन में मूल और समय लेने वाला कार्य स्टॉक का है।
2. इस पद्धति में स्टॉक नियंत्रण, स्टॉक का नियंत्रण नकद निवेश के बजाय व्यापारिक इकाइयों द्वारा किया जाता है।
3. स्टॉक के कई अर्थ होते हैं।
4. रिटेलर के पास स्टॉक की समीक्षाएं हैं।
5. प्रत्येक मूल्यांकन रिटेलर चरण में रिटर्न स्टॉक तैयार करता है।
6. कोई भी मूल्यांकन जल्दी से प्राप्त कर सकता है या यह पता लगा सकता है कि स्टॉक का कोई विशेष आइटम कितनी अच्छी तरह कार्य कर रहा है।

ख. बहु वैकल्पिक प्रश्न

1. स्टॉक को नियंत्रित करने की तीन मुख्य प्रणालियाँ हैं
 - क) यूनिट कंट्रोल
 - ख) वित्तीय नियंत्रण
 - ग) संयोजन नियंत्रण
 - घ) उपरोक्त सभी
2. रिटेलर्स के पास विभिन्न प्रकार के स्टॉक हैं, तो रिटेलर्स एक विधि या दो या अधिक के संयोजन का उपयोग कर सकते हैं।

- क) न्यूनतम स्टॉक चरण
- ख) स्टॉक का मूल्यांकन
- ग) सही समय पर (जेआईटी)
- घ) उपरोक्त सभी

ग. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत

1. यूनिट नियंत्रण वित्तीय नियंत्रण का और परिशोधन है।
2. स्टॉक को भौतिक रूप से गिना जाता है और व्यापारिक उप-समूहों को स्टॉक में एक वर्ष में एक बार रोटेट किया जाता है।
3. स्वचालित रिकॉर्डर पॉइंट, जिसे स्टेपल मर्चेन्डाइज और कम्प्यूटरीकृत करने के लिए स्थापित किया जा सकता है।
4. सभी को यह तय करने के लिए कुशल कार्यक्रम प्रदान करने के लिए डिज़ाइन किया गया है कि कब, क्या और कितना मिलना है।
5. रिटेलर सबसे कम स्टॉक स्टेज को पहचानता है और स्टॉक को सबसे ज्यादा स्टेज मिलने पर री-ऑर्डर करता है।

घ. संक्षिप्त उत्तर वाले प्रश्न

1. स्टॉक नियंत्रण प्रणाली पर चर्चा करें।
2. स्टॉक खत्म करने से पहले स्टॉक की पूर्ति के बारे में बताएं?
3. स्टॉक नियंत्रण प्रणाली के अद्यतन पर चर्चा करें।

ङ. अपना निष्पादन जांच लें

1. स्टॉक खत्म करने से पहले रिप्लेसिंग स्टॉक का प्रदर्शन करें।
2. स्टॉक कंट्रोल सिस्टम को सावधानीपूर्वक पढ़ें और अपडेट करें।
3. रिटेल स्टोरों द्वारा उपयोग किए जाने वाले स्टॉक नियंत्रण प्रणाली को सूचीबद्ध करें।

सत्र 3 : ग्राहकों के प्रति प्रतिक्रिया देना और बातचीत करना

स्टोर प्रचालन सहायक का यह कर्तव्य होता है कि वह ग्राहकों से प्रतिक्रिया करने के लिए ग्राहकों की प्रतिक्रिया, शिकायत या सुझाव या स्टोर प्रचालन सहायक से सहायता मांगने वाले मुद्दों पर तुरंत प्रतिक्रिया दे। रिटेल स्टोर का मुख्य कार्य थोक (bulk) में उत्पादों को खरीदना और उन्हें कम मात्रा में अपने वास्तविक प्रयोक्ताओं को बेचना है।

रिटेल स्टोर को यह सुनिश्चित करना होगा कि वे उत्पाद, जो वे प्रस्तावित कर रहे हैं, ग्राहक की वर्तमान मांग के अनुकूल हैं। रिटेलर को अपने मौजूदा और साथ ही संभावित ग्राहकों के लिए उचित मीडिया / संचार के तरीके के चयन के बारे में सावधान रहना चाहिए। जबकि, यह ग्राहकों के प्रकारों पर निर्भर करता है कि, ग्राहकों के साथ बातचीत करने के लिए कौन सा तरीका सबसे अच्छा है।

संचार के तरीकों के बारे में चर्चा करने से पहले, हमें ग्राहकों के प्रकारों पर चर्चा करनी चाहिए। एक बार जब हम ग्राहक के प्रकारों को जान लेते हैं, तो इससे रिटेलर को ग्राहक के साथ बातचीत करने में मदद मिलेगी। वे इस प्रकार हैं :

वफादार ग्राहक (Loyal Customer) : वफादार ग्राहक वे हैं जिन्हें जब भी किसी चीज की आवश्यकता होगी, वे हमेशा आपके स्टोर पर जाएंगे। कई बार ग्राहक को पता होता है कि स्टोर में वह उत्पाद नहीं हो सकता है, लेकिन उस के बारे में राय लेना चाहते हैं, जहां से वे सामान खरीदते हैं कि उन्हें क्या चाहिए। वफादार ग्राहकों के लिए बेचने का दृष्टिकोण / तरीका : उन्हें उच्च मूल्य के उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करना जारी रखें। सेवा प्रभावशीलता और उनकी राय का मूल्यांकन करने हेतु अक्सर उनके साथ बातचीत करें।

चंचल ग्राहक (Fickle Customer) : इस प्रकार के ग्राहक आम तौर पर एक उत्पाद पर कीमत और उससे जुड़े सभी ऑफ़र मांगते हैं। वे वास्तव में प्रतियोगियों में से एक के वफादार ग्राहक हो सकते हैं, लेकिन केवल “सर्वश्रेष्ठ सौदा” के लिए खरीदारी करेंगे। चंचल ग्राहकों के लिए दृष्टिकोण / विधि बेचना चाहिए; सबसे पहले, बिक्री व्यक्ति को यह पहचानने की आवश्यकता है कि उन्हें अपने वर्तमान पसंदीदा विक्रेता के बारे में क्या पसंद है तथा उन्हें उस विक्रेता के बारे में क्या पसंद नहीं है। फिर एक ऐसी योजना बनाएं जो उनका विश्वास और निष्ठा हासिल करें। सकारात्मक तरीके से, यह दिखाएं कि आप उनके वर्तमान विक्रेता से बेहतर कैसे हैं।

काम को अपने तरीके से आगे बढ़ाने में मदद करने के लिए वर्तमान ग्राहकों से प्रशंसापत्र का उपयोग करने पर विचार करें। नए ग्राहक जो स्टोर के साथ एक महत्वपूर्ण व्यापार करते थे, लेकिन किसी कारण से अपना स्टोर बदल चुके हैं। कभी-कभी वे कीमतों की जांच करने के लिए आते हैं और इस प्रक्रिया में सिर्फ नाम के लिए कुछ सामान खरीदते हैं।

नए ग्राहकों को दृष्टिकोण / विधि बेचना; प्रतियोगियों को उनके बह जाने के मूल कारण की पहचान करना। फिर निर्धारित करें कि क्या रिटेलर अपनी वफादारी फिर से हासिल सकते हैं। इसके बाद, एक योजना बनाएं और उस पर अमल करें, जिससे आप में उनका विश्वास फिर से जा सके, जिसका अर्थ है कि वे आपके स्टोर से खरीदारी का महत्व समझते हैं।

नए ग्राहक : ये ग्राहक वे लोग हैं जिन्हें आप पहली बार देख रहे हैं। वे कई बार सीधे यह भी उल्लेख कर सकते हैं कि वे हाल ही में इस स्थान पर स्थानांतरित हुए हैं।

अधिक से अधिक रिटेलर्स को इन नए ग्राहकों के बारे में पता है; बेहतर मौका है कि उन्हें वफादार ग्राहकों में बदलना होगा। वफादार ग्राहकों के लिए बेचने दृष्टिकोण / विधि जो अपनाया जाना चाहिए; उसके लिए एक नया ग्राहक जोड़ने के लिए; उन लोगों की पहचान करें ताकि नए ग्राहक के बारे में अधिक से अधिक जानकारी इकट्ठा की जा सके।

ग्राहक के प्रश्नों के उत्तर और टिप्पणियाँ

व्यावसायिक रूप से उनके साथ काम करना : रिटेलर्स को यह समझना चाहिए कि वे किसी और की गतिविधियों को नियंत्रित नहीं कर सकते हैं। रिटेलर का अपनी गतिविधियों पर कुल नियंत्रण होता है। फिर भी, रिटेलर्स प्रभावित कर सकता है कि ग्राहक कुछ हद तक कैसे प्रतिक्रिया दें।

परेशान ग्राहकों से निपटना : जब कोई ग्राहक स्टोर प्रचालन सहायक को डराने की कोशिश करता है, तो उसे आराम से रहना चाहिए और पूछना चाहिए, “हम आपकी मदद कैसे कर सकते हैं?” इस प्रकार की तेजी से रिटेलर को एक बातूनी, सावधानीपूर्वक या हैरान ग्राहक से दूर जाने में मदद कर सकती है जो रिटेलर के प्रयासों का एकाधिकार बनाए रखता है।

विकल्प प्रस्ताव करने से पहले, ग्राहक से पूछें कि वह इस मुद्दे को कैसे सुलझाना चाहता है। जब भी संभव हो विकल्प प्रदान करें। “क्या आप प्रशासक के साथ बात करना चाहेंगे?”

यदि ग्राहक को संभाल नहीं पाते हैं तो प्रबंधन से संपर्क करें : किसी ऐसे व्यक्ति की मदद लें, जो अधिक जानता हो, शांत हो या जिसके पास अधिक ऊर्जा हो।

ग्राहकों से संबंधित बातचीत की जानकारी

क) उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी : रिटेलर का मूल और महत्वपूर्ण काम ग्राहकों को उत्पादों और सेवाओं के बारे में त्वरित जानकारी प्रदान करना है, जो ग्राहकों को सामानों की खरीद के बारे में उचित निर्णय लेने में मदद करता है। कभी-कभी इसमें ग्राहक अनुभव, उपभोक्ताओं द्वारा लिया गया समय, ग्राहक सेवाओं में सुधार भी शामिल होता है।

ख) जानकारी को पहचानना : रिटेल स्टोर में, रोज़ाना कई ग्राहक इसे देखने आते हैं, लेकिन हर आगंतुक ग्राहक के रूप में परिवर्तित नहीं होता है। इस लिए, रिटेलर्स को यह जानना चाहिए कि ग्राहकों को किस प्रकार की जानकारी उनके खरीदने के निर्णय के लिए चाहिए। यह जानकारी समझने के लिए जटिल हो सकती है अर्थात्; रिटेलर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वे पूरी तरह से समझते हैं या नहीं।

ग) कारणों की अपेक्षाएं या अपेक्षाएं पूरी नहीं हुई : जब एक लाभदायक कंपनी ग्राहकों की जरूरतों और अपेक्षाओं को पूरा करने में विफल रहती है, तो रिटेलर को अपने ग्राहकों के कारणों की व्याख्या करनी चाहिए कि वे उनकी जरूरतों या अपेक्षाओं को पूरा क्यों नहीं करते हैं। ग्राहकों की जरूरतों को पूरा न करने के कई कारण हैं जैसे उचित मांग की कमी, स्टॉक की वित्तीय कमी, एमआईएस और अप्रशिक्षित कर्मचारियों की कमी।

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

एक रिटेल स्टोर पर जाएं, ग्राहक से जानकारी के लिए कैसे बातचीत करें, इसकी पहचान करें।

आवश्यक सामग्रियां : पेन / पेंसिल, नोटबुक, चेकलिस्ट (अध्यापक को छोटे समूह में रिटेल शॉप का विजिट करने के लिए तय करना होगा और छात्र को उनके अवलोकन के बारे में जांचसूची देनी होगी)

प्रक्रिया :

1. रिटेल स्टोर में चेक किए जाने वाले बिंदुओं की एक सूची तैयार करें और उसे ग्राहकों को दें।
2. छात्रों को जरूरत के अनुसार समूह दें।
3. समूह के सदस्यों के साथ समय पर आउटलेट पर पहुंचें।
4. कार्यकारी से मिलें उसे विनम्रता से नमस्कार करें।
5. अपनी विजिट का उद्देश्य बताएं और उसकी सहमति लें।
6. निम्नलिखित पर ध्यान दें और ध्यान दें :
 - क. उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी।
 - ख. जानकारी को पहचानना।
 - ग. कारण या अपेक्षाएं पूरी नहीं होती हैं।
7. सभी टिप्पणियों पर ध्यान दें, दोस्त के साथ की गई चर्चा पर नोट्स बनाएं और समीक्षा करें।
8. कार्यकारी के परामर्श से अंतिम रूप दें।
9. एक रिपोर्ट तैयार करें और विषय के अध्यापक को भेजें।

गतिविधि 2

ग्राहक के साथ बातचीत करने और ग्राहक के प्रश्नों के उत्तर देने के तरीकों का प्रदर्शन करें।

आवश्यक सामग्रियां : 5 छात्रों का एक समूह भूमिका निभाने के लिए, पेन / पेंसिल, नोटबुक, चेकलिस्ट

प्रक्रिया :

1. छात्र निम्नानुसार भूमिकाओं को निष्पादित करेंगे
रिटेलर्स – 1
काउंटर कार्यकारी – 2
डिलीवरी बॉय – 1
ग्राहक – 1
2. छात्र प्रदर्शन की गई भूमिकाओं को निभाएगा
 - ग्राहक की शिकायत
 - नए उत्पाद
 - सामान बदलकर देने की नीति
 - नए सामानों के आगमन
3. शेष छात्र प्रदर्शन की गई भूमिकाओं पर अपने अवलोकनों को नोट करेंगे।
4. भूमिका निभाने के बाद कक्षा में चर्चा होती है।
5. अध्यापक सीखने का सारांश बनाएगा और सुझाव देगा।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. रिटेल स्टोर का मुख्य कार्य थोक में उत्पादों को खरीदना और उन्हें कम मात्रा में अपने को बेचना है।
2. यह ग्राहकों के पर निर्भर करता है कि ग्राहकों के साथ बातचीत करने के लिए कौन सा तरीका सबसे अच्छा है।
3. ग्राहक वे हैं जो हमेशा आपके स्टोर पर जाएंगे जब भी उन्हें किसी चीज की आवश्यकता होगी।
4. रिटेल स्टोर में, हर रोज़ कई ग्राहक इसे देखने आते हैं, लेकिन हर आगंतुक ग्राहक में नहीं जाता है।
5. रिटेल स्टोर को यह सुनिश्चित करना होगा कि उत्पाद, जो वे हैं,

ग्राहक की वर्तमान मांग के अनुकूल हैं।

ख. बहु वैकल्पिक प्रश्न

1. निम्नलिखित में से कौन सा ग्राहक का प्रकार नहीं है?
 - क) वफादार ग्राहक
 - ख) चंचल ग्राहक
 - ग) पुराने ग्राहक
 - घ) नए ग्राहक
2. निम्नलिखित में से कौन सी जानकारी ग्राहकों को बताई गई है?
 - क) उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी
 - ख) कारण या अपेक्षाएं पूरी नहीं हुईं
 - ग) क) और ख) दोनों
 - घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
3. निम्नलिखित में से कौन सा ग्राहक के सवालों और जवाबों से संबंधित है?
 - क) व्यावसायिक रूप से उनके साथ काम करना
 - ख) परेशान ग्राहकों से निपटना
 - ग) यदि ग्राहक को संभाल नहीं सकते तो प्रबंधन से संपर्क करें
 - घ) उपरोक्त सभी

ग. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत

1. रिटेल स्टोर को यह सुनिश्चित करना होगा कि वे उत्पाद, जो वे प्रस्तावित कर रहे हैं, ग्राहक की वर्तमान मांग के लिए उपयुक्त हैं।
2. चंचल ग्राहक का ग्राहक प्रकार कभी भी किसी उत्पाद पर कीमत और उससे जुड़े सभी ऑफर नहीं मांगता है।
3. रिटेलर्स प्रभावित कर सकते हैं कि ग्राहक कुछ हद तक कैसे प्रतिक्रिया करते हैं।
4. रिटेलर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वे पूरी तरह से समझते हैं या नहीं।
5. रिटेलर को अपने ग्राहकों के कारणों की व्याख्या नहीं करनी चाहिए कि वे अपनी आवश्यकताओं या अपेक्षाओं को पूरा क्यों नहीं करते हैं।
6. रिटेलर को अपने मौजूदा और साथ ही संभावित ग्राहकों के लिए उपयुक्त मीडिया /

संचार के तरीके के चयन के बारे में सावधान रहना चाहिए।

घ. संक्षिप्त उत्तर वाले प्रश्न

1. ग्राहकों के साथ बातचीत करने के उचित तरीकों पर चर्चा करें।
2. बताएं कि एसओए ग्राहक के प्रश्नों और टिप्पणियों का जवाब कैसे देता है।
3. विभिन्न मुद्दों के बारे में ग्राहकों को जानकारी के बारे में बताएं।

ङ. अपना निष्पादन जांच लें

1. ग्राहक के प्रश्नों, टिप्पणियों के साथ बातचीत करने के तरीकों का प्रदर्शन करें।
2. ग्राहकों को सूचनाओं का संचार कैसे करें, इसकी सूची बनाएं।

सत्र 4 : रिटेलर्स का वर्गीकरण

रिटेलर का मुख्य कार्य सामान खरीदना और वास्तविक ग्राहकों को बेचना है। वस्तु थोक में खरीदा जाएगा और एक लाभ लेकर कुछ भागों में बेचा जाएगा। रिटेलर को यह सुनिश्चित करना होगा कि जो सामान वे खरीद रहे हैं वह ग्राहकों के लिए वांछनीय है या मांग में है।

तय प्रभावों पर आधारित रिटेलर्स (RETAILERS BASED ON SIX FACTORS)

रिटेलर्स कई आधारों पर श्रेणीबद्ध किए जा सकते हैं। यह मूल्यांकन की जा रही विशेषताओं पर निर्भर करता है। छह कारकों के आधार पर, यहाँ हम रिटेलर्स का वर्गीकरण करते हैं, जो सीधे प्रमुख विपणन संबंधी निर्णयों से संबंधित हैं :

1. **लक्षित बाजार जहां सेवाएं देनी हैं** : बाजारों के प्रकार के आधार पर, रिटेलर उपभोक्ताओं को लक्षित करने का इरादा रखता है, जिसमें शामिल है;
 - **मास मार्केट (थोक बाजार)** : इस प्रकार के रिटेलर बाजार को बड़े आकार / प्रतिशत में लक्षित करते हैं। वे ग्राहकों की पसंद के उत्पाद बेचते हैं। रिटेलर्स के बीच प्रतिस्पर्धा प्रकृति में एकाधिकार है।
 - **स्पेशियलिटी मार्केट (खास बाजार)** : यह बाजार उन खरीदारों को लक्षित करता है, जो बड़े पैमाने पर बाजार से कुछ अलग लेना चाहते हैं जैसे कि उन्नत उत्पाद विकल्प या उच्च स्तर की ग्राहक सेवा।
 - **एक्सक्लूसिव मार्केट (विशेष बाजार)** : ये रिटेलर्स उन ग्राहकों को लक्षित करते हैं जो बहुत कम उत्पादों और उच्च अनुकूलित सेवा में अग्रिम सुविधाओं के साथ अनन्य उत्पाद चाहते हैं। हालांकि यह लक्ष्य बाजार स्वरूप में छोटा है।
2. **प्रस्तुत किए गए उत्पाद** : यह वर्गीकरण उन उत्पादों की ऑफरिंग और उत्पादों की गहराई के आधार पर किया गया है जो वे ले जाते हैं।

- **जनरल मर्चेडाइजर्स (आम व्यापारी) :** इस श्रेणी में, रिटेलर्स उत्पाद श्रेणियों की एक विस्तृत श्रृंखला रखते हैं। जबकि, एक विशेष उत्पाद लाइन के अंदर विभिन्न मदों की संख्या आम तौर पर प्रतिबंधित है।
 - **मल्टीपल लाइंस स्पेशियलिटी मर्चेडाइजर्स (कई प्रकार की विशेषता वाले व्यापारी) :** रिटेलर स्टॉक सीमित संख्या में उत्पाद, लेकिन श्रेणियों के अंदर वे सामान्य व्यापारियों की तुलना में अधिक चयन की पेशकश करते हैं। उदाहरण के लिए, उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स।
 - **सिंगल लाइन स्पेशियलिटी मर्चेडाइजर्स (एक प्रकार की विशेषता वाले व्यापारी) :** रिटेलर्स के पास सीमित प्रसाद है। कभी-कभी, यह एक उत्पाद पर लागू होता है।
3. **मूल्य निर्धारण नीति** मूल्य निर्धारण की कार्यनीति के अनुसार रिटेलर्स को वर्गीकृत किया गया।
- **डिस्काउंट मूल्य निर्धारण :** कम कीमत वाले उत्पादों को बेचा जाने वाला डिस्काउंट मूल्य निर्धारण। रिटेलर्स उच्च मात्रा में बिक्री करके अपना लाभ कमाते हैं और ग्राहकों को कम सेवाएँ प्रदान करते हैं।
 - **प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण :** प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण का उद्देश्य प्रतिस्पर्धी कीमतों पर उत्पादों की पेशकश करना है।
 - **फुल प्राइस प्राइसिंग :** इसे एमआरपी (मैक्स रिटेल प्राइस) भी कहा जाता है, इन प्राइस रिटेलर्स अपने प्रोडक्ट्स को बिना डिस्काउंट के टारगेट कस्टमर्स को बेचते हैं।
4. **प्रमोशनल फोकस के आधार पर :** रिटेलर्स को प्रचार तकनीक के आधार पर वर्गीकृत किया गया।
- **विज्ञापन :** कई रिटेलर्स को विज्ञापन के पारंपरिक तरीके मिलते हैं, जैसे कि समाचार पत्र या टेलीविजन।
 - **डायरेक्ट मेल :** पोस्टकार्ड / डिजिटल डाक द्वारा बढ़ावा देने के लिए छोटी स्थानीय कंपनियाँ सीधे मेल का उपयोग करती हैं।
 - **व्यक्तिगत बिक्री :** यह तब होती है जब रिटेलर्स उच्च मूल्य वाले सामान बेचते हैं।
5. **वितरण विधि पर आधारित :** रिटेलर्स विभिन्न प्रारूपों formats में बेचते हैं।
- क) स्टोर आधारित विक्रेता :** ये रिटेलर अपने उत्पादों को स्टोर्स के माध्यम से बेचते हैं। इन्हें कई श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है। रिटेल आउटलेट भौतिक रूप से एक या अधिक स्टोर से जुड़े होते हैं :
- **स्टैंड एलोन –** ये ऐसे रिटेल आउटलेट हैं जिनसे अन्य रिटेल आउटलेट जुड़े नहीं होते हैं।
 - **स्ट्रिप शॉपिंग सेंटर –** इस रिटेल व्यवस्था में दो या अधिक अधिक आउटलेट भौतिक रूप से जुड़े होते हैं अथवा भौतिक संसाधनों को साझा करते हैं (जैसे पार्किंग स्थल का साझा प्रयोग करते हैं)।

- **शॉपिंग एरिया** : यह रिटेल प्रचालनों का स्थानीय सेंटर होता है जिसमें कई रिटेल आउटलेट होते हैं जो भौतिक रूप से जुड़े भी हो सकते हैं और नहीं भी, लेकिन एक दूसरे के निकट होते हैं जैसे सिटी शॉपिंग डिस्ट्रिक्ट।
- **क्षेत्रीय शॉपिंग मॉल** : इसके अंतर्गत बड़ा स्व-नियंत्रित शॉपिंग एरिया होता है जहां पर आपस में जुड़े हुए कई आउटलेट होते हैं।

ख) नॉन-स्टोर विक्रेता : ऑनलाइन उत्पादों की बिक्री इस श्रेणी के तहत आती है। इस मामले में ग्राहक इलेक्ट्रॉनिक रूप से सामान खरीदता है।

- **ऑनलाइन विक्रेता** – इससे उपभोक्ता इंटरनेट के माध्यम से उत्पादों की खरीद कर सकता है। अधिकांश मामलों में डिलीवरी तीसरी-पार्टी शिपिंग सेवा द्वारा नियंत्रित की जाती है।
- **प्रत्यक्ष विपणनकर्ता** – जो रिटेलर्स मुख्यतः प्रत्यक्ष तरीकों से बिक्री कर रहे हैं, उनका एक प्रमुख स्थान होता है जहां पर ऑर्डर प्राप्त किए जाते हैं लेकिन वहां पर शॉपिंग नहीं की जा सकती। बल्कि, ऑर्डर मेल या फोन से प्राप्त किए जाते हैं।
- **वेंडिंग** – यद्यपि वेंडिंग मशीनों से खरीदारी करने के लिए ग्राहक को भौतिक रूप से किसी स्थान पर जाना होता है लेकिन इस प्रकार की रिटेलिंग को नॉन-स्टोर रिटेलिंग माना जाता है क्योंकि वेंडिंग प्रचालन विक्रेता कंपनी के व्यवसाय के स्थल पर स्थित नहीं होती है।

6. सेवा स्तर

रिटेलर्स ग्राहकों को न केवल वांछनीय उत्पादों और वहनीय मूल्यों से आकर्षित करते हैं अपितु ऐसी सेवाओं की पेशकश भी करते हैं जो खरीदारी के अनुभव में वृद्धि करते हैं। रिटेल सेवा के कम से कम तीन स्तर हैं :

- **सेल्फ सर्विस (स्वयं सेवा लेना)** – इसके अंतर्गत ग्राहक रिटेल खरीदारी से संबंधित अधिकांश अथवा सभी कार्य स्वयं करता है। कुछ ग्राहकों को सेल्फ सर्विस, लाभदायक लगती है लेकिन अन्य को इससे असुविधा होती है।
- **चुनी गई सेवा** – अधिकांश रिटेलर्स ग्राहकों को कुछ न कुछ सेवा प्रदान करते हैं। इसमें क्रय स्थल पर लेन देन की हैंडलिंग करना, उत्पाद चयन में सहायता देना, भुगतान योजनाओं की व्यवस्था करना, डिलीवरी करना इत्यादि शामिल है।
- **पूर्ण सेवा** – पूर्ण सेवा प्रदाता रिटेलर खरीदारी से जुड़े लगभग पहलुओं को हैंडल करने का प्रयास करता है और ग्राहक को केवल उस वस्तु का चयन करना होता है जो वह खरीदना चाहता है। जो रिटेलर्स पूर्ण – मूल्य नीति को अपनाते हैं वे अक्सर ग्राहक को मूल्यवर्धित सेवा प्रदान करने के लिए पूर्ण सेवा का विकल्प अपनाते हैं।

ऊपर के अलावा एक और भी संरचित तरीका है, जिसका वर्णन यहाँ दिया गया है :

स्वयं की संरचना पर उपलब्ध आधार

हम रिटेलर्स को उस व्यापार की स्वामित्व संरचना के आधार पर श्रेणीबद्ध भी कर सकते हैं :

- **व्यक्तिगत रूप से स्वामित्व और संचालित** : इस संरचना में, एक व्यक्ति बहुत छोटे स्टोर का मालिक होता है तथा कार्य को संचालित करता है। छोटे रिटेल स्टोरों के साथ रिटेल आउटलेट्स का एकल स्वामित्व होता है। जहाँ मोटर वाहन या फर्नीचर उद्योग में, एकल स्वामित्व में बहुत बड़े आउटलेट शामिल हैं।
- **कॉर्पोरेट चेन** : इसमें एक एकल इकाई के स्वामित्व और संचालित कई रिटेल आउटलेट्स होते हैं। सभी समान रिटेल गतिविधियों का प्रदर्शन करते हैं।
- **कॉर्पोरेट संरचना** : इस वर्गीकरण में गैर-स्टोर रिटेल क्षेत्र में सक्रिय बड़े रिटेलर्स को कवर किया जाता है।
- **अनुबंधित लाइसेंस और व्यक्तिगत रूप से संचालित (फ्रैंचाइजिंग)** : इस व्यवस्था में एक कानूनी समझौता शामिल होता है जहाँ रिटेल संकल्पना का मालिक ऑपरेटर को वित्तीय विचारों जैसे कि लाभ के प्रतिशत के बदले में मालिक की व्यापार की संकल्पना का कार्य करने की सुविधा प्रदान की जाती है। इस संरचना को रिटेल फ्रैंचाइजिंग कहा जाता है।

रिटेलर्स के सामने आने वाले मुख्य मुद्दे

ऐसी कुछ श्रेणियाँ हैं। रिटेलर्स को जरूरत और मापदंड के आधार पर विभिन्न तरीकों से वर्गीकृत किया जा सकता है। व्यवसाय में सफल होने के लिए रिटेलर्स को कई मुद्दों का सामना करना पड़ा। इस संबंध में प्रमुख मुद्दों में शामिल हैं :

- **ग्राहक संतुष्टि** : रिटेलर्स यह जानते हैं कि संतुष्ट ग्राहक वफादार होते हैं। रिटेलर्स संबंध बनाने के लिए कार्यनीति विकसित करते हैं। अधिक खरीदारी करने के लिए इसके अनुपात में दोबारा लौटने वाले ग्राहकों में वृद्धि होती है।
- **सही उत्पाद प्राप्त करने की क्षमता** : एक ग्राहक संतुष्ट तब माना जाता है यदि वे सही उत्पादों की जरूरत के अनुसार खरीदते हैं।
- **उत्पाद प्रस्तुतीकरण** : एक बार ग्राहकों को ऐसे उत्पाद प्राप्त होते हैं जो रुचि उत्पन्न करते हैं।
- **भीड़ बढ़ाना (ट्रैफिक बिल्डिंग)** – “ट्रैफिक” बढ़ाना, विभिन्न प्रकार की प्रचार तकनीकों से संबंधित है, जैसे विज्ञापन, स्थानीय समाचार पत्र या इंटरनेट, और विशेष प्रचार की गतिविधियाँ, जैसे उपहार वाउचर, कूपन। ग्राहकों की संख्या बढ़ाने के लिए या अधिकतम फुटफॉल के लिए विभिन्न आयोजन किए जाते हैं।

- **ले-आउट** : यह रिटेल स्टोर में टूल्स और उपकरण की व्यवस्था से संबंधित है, रिटेल लेआउट के रूप में जाना जाता है। यह अधिक से अधिक ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए इस तरह से बनाया जाता है।
- **स्थान** : उच्च दृश्यता और आसान पहुंच वाले अच्छी तरह से रखरखाव किए गए स्टोर कम लागत वाली साइटों की तुलना में काफी अधिक मूल्य वाले हो सकते हैं जहां कम ग्राहक आते हैं। स्थानों की लागत और लाभों के बीच व्यापार को समझना एक महत्वपूर्ण रिटेल निर्णय है।
- **प्रौद्योगिकी के साथ चलना** – इसने ग्राहक ज्ञान (जैसे, ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर), उत्पाद को ले जाने (जैसे, ट्रैकिंग के लिए आरएफआईडी – रेडियो फ्रीक्वेंसी आइडेंटिफिकेशन टैग का उपयोग), पॉइंट-ऑफ-परचेज (खरीद) (जैसे, स्कैनर, कियोस्क, स्व-सहित चेकआउट करना) के सभी क्षेत्रों में प्रवेश किया है। वेब प्रौद्योगिकियां (जैसे, ऑनलाइन शॉपिंग कार्ट, खरीदारी की सिफारिशें) और बहुत कुछ।

स्टोर प्रचालन सहायक

स्टोर प्रचालन में बिक्री, वस्तु प्रवाह का प्रबंधन, स्टोर रखरखाव, ग्राहक सेवा और लेनदेन प्रसंस्करण शामिल है। रिटेल में अधिकांश नौकरियां स्टोर प्रचालन के दायरे में आती हैं। बिक्री के फ्लोर पर वास्तविक बिक्री के सामान से लेकर यह सुनिश्चित करने हेतु कि स्टोर सुचारु रूप से चलता है, एक अंशकालिक फ्लोर सहायक के रूप में कैरियर शुरू किया जा सकता है और वह विभाग या स्टोर मैनेजर या यहां तक कि संचालन के निदेशक के पद तक जा सकता है।

स्टोर प्रचालन सहायक प्रशासनिक तथा ग्राहक सेवा जैसे विभिन्न कार्य करता है। वे ग्राहकों के सवालों का जवाब देते हैं और खाता अपडेट करते हैं। सहायक उत्पादों की समीक्षा करते हैं तथा ग्राहक के ऑर्डर पूरे करते हैं।

इस स्थिति में नए और मौजूदा स्टोर दोनों के लिए सभी स्टोर प्रचालन मुद्दों के लिए संचार संपर्क के प्राथमिक बिंदु के रूप में कार्य किया गया है। प्राथमिक नौकरी के कार्यों में प्रबंधन और नए और श्रृंखला स्टोर दोनों के लिए सभी आवश्यक स्टोर आपूर्ति की खरीद में सहायता करना शामिल है। स्टोर प्रचालन सहायक के पास ग्राहक को पसंद करने में एक महत्वपूर्ण हिस्से को प्रदर्शन करने और प्राप्त करने के लिए विभिन्न प्रकार के कार्य हैं।

स्टोर प्रचालन सहायक के कर्तव्य

स्टोर प्रचालन सहायक बिक्री सहयोगियों, बिक्री प्रचालन प्रबंधकों, मुख्य कार्यकारी अधिकारी (सीईओ) या मुख्य प्रचालन अधिकारी (सीओओ) की मदद करते हैं। वे अन्य कार्यकारी प्रबंधकों की सहायता भी कर सकते हैं। प्रचालन सहायकों को निपुण, प्रवीण, अत्यधिक प्रेरित होना चाहिए, काम के दबाव को सहन कर सकते हों और बहुत भरोसेमंद हो सकते हैं। उनके कर्तव्य निम्नानुसार हैं :

- रिटेल प्रचालन करने में प्रबंधक के बैक-अप के रूप में कार्य करना।

- संचालन प्रबंधक को सहायता प्रदान करना।
- आवश्यकतानुसार आंतरिक प्रचालन प्रक्रियाओं के दस्तावेज़ को अपडेट करना।
- टीम की बैठकों और फॉलो-अप को शेड्यूल करने हेतु प्रबंधक के साथ समन्वय करना।
- प्रचालन मुद्दों के प्रबंधन और समाधान में प्रबंधक का समर्थन करना।
- उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए प्रबंधक के साथ काम करना।
- ग्राहक बैठकों में भाग लेना और प्रचालन टीम को बैठक के मिनट वितरित करना।
- संबंधित कर्मियों को मेल और फैक्स सॉर्ट करें और वितरित करना।
- जरूरत पड़ने पर कॉरपोरेट दस्तावेज़ और रिपोर्ट स्टोर, फाइल और पुनर्प्राप्त करें।
- ऑर्डर, स्टोर और सभी कार्यालय आपूर्ति व्यवस्थित करें।
- आने वाले और बाहर जाने वाले पत्रों और पैकेजों का प्रबंधन करें।
- सामान्य कार्यालय प्रशासनिक और लिपिक कर्तव्यों का पालन करें।

इसके अलावा, स्टोर प्रचालन सहायक को ग्राहक को उसके द्वारा चुने गए उत्पादों के साथ बिलिंग काउंटर तक पहुंचने में मदद करनी चाहिए ताकि ग्राहक उत्पादों के लिए भुगतान कर सके। स्टोर ऑपरेशन सहायक, बिलिंग प्रक्रिया के दौरान बिलिंग सहायक को बिक्री बंद करने से पहले उत्पाद पर कोई प्रस्ताव या छूट देने में मदद करता है। उत्पाद की आवश्यकता के अनुसार वह पैकेजिंग सामग्री के उपयोग के बारे में रिटेलर्स को सुझाव देता है।

स्टोर प्रचालन सहायक की जिम्मेदारियां

स्टोर प्रचालन सहायक की जिम्मेदारियों में शामिल हैं :

- प्रशासनिक कर्तव्यों का पालन करना।
- सहायक कैशियर।
- महत्वपूर्ण फाइलों को युग्मित करना।
- कंपनी की नीतियों और प्रक्रियाओं के रिकॉर्ड का प्रबंधन।
- वस्तुओं की डिलीवरी की व्यवस्था करना।
- वित्तीय रिपोर्ट तैयार करना।
- वरिष्ठों को दी जाने वाली पूरे किए गए कार्यों की रिपोर्टिंग में होने वाली सभी असामान्य चीजों को शामिल करना।

मूल दक्षताओं की आवश्यकता

स्टोर प्रचालन सहायक के लिए आवश्यक मुख्य दक्षताएं निम्नानुसार हैं :

- उत्कृष्ट व्यावसायिक पारस्परिक संचार कौशल : मौखिक और लिखित।
- नेतृत्व, क्षेत्र तकनीशियनों से लेकर वरिष्ठ प्रबंधन और संगठन प्रधानाचार्यों के बीच प्रभावी संचार।

- स्व-स्टार्टर।
- टीम के वातावरण और व्यक्तिगत रूप से कुशलता से काम करते हैं।
- बहुत तेजी से और अनुकूल कार्य सेटिंग में काम करने में सक्षम।
- बातचीत के मजबूत कौशल।
- सकारात्मक व्यावसायिक और व्यक्तिगत व्यवहार।
- कड़ी मेहनत और परिणाम उन्मुख व्यक्तित्व।
- समस्या समाधान के असाधारण कौशल।
- सामानों की प्रकृति के अनुसार स्टोर ऑपरेशन सहायक की दक्षताओं में भिन्नता होती है।

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

विभिन्न प्रकार के रिटेल स्टोरों की पहचान करने हेतु बाजार का सर्वेक्षण।

आवश्यक सामग्रियां : नोटबुक, पेन / पेंसिल, चेकलिस्ट (अध्यापक द्वारा विभिन्न प्रकार के रिटेल स्टोर की उपलब्ध सूची तथा अवलोकन की जाने वाली सुविधाओं पर एक चेकलिस्ट को विकसित किया जाए)

प्रक्रिया :

1. स्टोर की सूची लें और शिक्षक से सूची की जांच करें।
2. विजिट के लिए 2-3 दोस्तों के समूह का गठन करें।
3. सूची में उल्लिखित सभी प्रकार के स्टोर पर जाएं।
4. कार्यपालक से मिलें, उसे नम्रता से नमस्कार करें।
5. अपनी विजिट के उद्देश्य को बताएं और उसकी सहमति लें।
6. नोट बुक में अनेक प्रकार के बाजारों के अलग अलग प्रकारों के बारे में लिखें।
7. संबंधित कार्यकारी के साथ बाजार के प्रकार की पुष्टि करें।
8. एक तुलनात्मक तालिका विकसित करें।
9. कक्षा में चर्चा करें और अध्यापक के साथ अंतिम रूप दें।
10. कक्षा में प्रदर्शित करें।

गतिविधि 2

रिटेल स्टोर में प्रमुख मुद्दों का अध्ययन तथा ग्राहक की उम्र के अनुसार बिक्री पूरी करने के बारे में भी सीखता है।

आवश्यक सामग्रियां : पेन / पेंसिल, नोटबुक, छह तथ्यों से संबंधित रिटेल दुकानों की चेकलिस्ट। (मूल गतिविधि 1 में छह स्टोरों का चयन किया गया)

प्रक्रिया :

1. 2-3 दोस्तों के साथ छुट्टी पर विजिट की योजना बनाएं।
2. स्टोर तक पहुंचें, कार्यकारी से मिलें और अभिवादन करें।
3. अपनी विजिट का उद्देश्य बताएं और उसकी सहमति लें।
4. निम्नलिखित से पूछें –
 - वस्तुओं के प्रकार के साथ सौदा।
 - वस्तु के डिमांड पोर्टर के बारे में पूछें।
 - श्रेणी के लिए अवसर के बारे में पूछें।
 - मुख्य समस्या के बारे में पूछें।
 - नोटबुक की आयु के अनुसार बिक्री पूरी करने का प्रबंधन कैसे करें?
5. नोटबुक में सब कुछ ध्यान से देखें।
6. कार्यकारी के साथ इसकी पुष्टि करें।
7. एक तालिका का विकास करना जिसमें इन्हें दिखाया जाए
 - चुनौतियां
 - अवसर
 - वस्तुओं का प्रकार
 - मांग की प्रवृत्ति
 - एक रिपोर्ट बनाएं और अध्यापक को जमा करें

गतिविधि 3

स्टोर प्रचालन को संभालते हुए स्टोर ऑपरेशन सहायक के विभिन्न कर्तव्यों और जिम्मेदारियों को समझने के लिए एक रिटेल स्टोर पर जाएं।

आवश्यक सामग्रियां :

पेन / पेंसिल, नोटबुक, और चेकलिस्ट

प्रक्रिया :

1. अपने सहपाठियों के साथ समय पर स्टोर पर पहुंचें।
2. कार्यपालक से मिलें उसे विनम्रता से नमस्कार करें।
3. उसे अपनी विजिट का उद्देश्य बताएं और उसकी सहमति लें।
4. काम कर रहे रिटेल स्टोर का निरीक्षण करें और नोट करें।
5. कार्यपालकों से पूछें :

- क. रिटेल प्रचालन सहायक का कर्तव्य।
 - ख. अधिकारियों की भावना।
 - ग. ग्राहक के साथ व्यवहार।
 - घ. कोई भी असाधारण स्थिति।
6. अपने सहपाठियों के साथ अपने नोट्स की समीक्षा करें और कार्यपालकों से पुष्टि करें।
 7. अपनी विजिट पर एक रिपोर्ट तैयार करें।
 8. कक्षा में रिपोर्ट पर चर्चा करें और सहपाठियों का सुझाव लें।
 9. अध्यापक को रिपोर्ट प्रस्तुत करें।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. वस्तु थोक में खरीदा जाएगा और पर भागों में बेचा जाएगा।
2. रिटेल व्यापारी आधार पर वर्गीकृत कर सकते हैं।
3. प्रकार के रिटेलर बाजार को बड़े आकार / प्रतिशत में लक्षित करते हैं।
4. प्रतिस्पर्धी का उद्देश्य प्रतिस्पर्धी कीमतों पर उत्पादों को प्रस्तावित करना है।
5. रिटेलर्स के पास सीमित है। कभी-कभी, यह एक उत्पाद पर लागू होता है।
6. एक ग्राहक यदि वे आवश्यकतानुसार सही उत्पाद खरीदते हैं।

ख. बहु वैकल्पिक प्रश्न

1. बाजारों के प्रकार के आधार पर, रिटेलर उपभोक्ताओं को लक्षित करना चाहता है, जिसमें शामिल नहीं है :
 - क) मास मार्केट
 - ख) स्पेशलिटी मार्केट
 - ग) विशेष बाजार
 - घ) स्थानीय बाजार
2. उत्पादों को प्रस्तावित और वे ले जाने वाले उत्पादों की गहराई के आधार पर वर्गीकरण;
 - क) जनरल मर्चेन्डाइजर्स
 - ख) मल्टीपल लाइन्स स्पेशलिटी मर्चेन्डाइजर्स
 - ग) सिंगल लाइन स्पेशलिटी मर्चेन्डाइजर्स
 - घ) उपरोक्त सभी

3. रिटेलर्स को मूल्य निर्धारण की कार्यनीति के अनुसार वर्गीकृत किया गया है। जो इसका हिस्सा नहीं है?
 क) डिस्काउंट प्राइसिंग
 ख) प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण
 ग) फुल प्राइस प्राइसिंग
 घ) आधी कीमत
4. प्रचार तकनीक के आधार पर रिटेलर्स को वर्गीकृत किया गया;
 क) विज्ञापन
 ख) डायरेक्ट मेल
 ग) पर्सनल सेलिंग
 घ) उपरोक्त सभी
5. रिटेल आउटलेटों को भौतिक रूप से एक या एक से अधिक दुकानों से जोड़ा जाता है, जो हैं :
 क) स्टैंड-अलोन
 ख) स्ट्रिप-शॉपिंग सेंटर
 ग) शॉपिंग एरिया
 घ) उपरोक्त सभी

ग. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत

1. रिटेलर का मुख्य कार्य अंतिम ग्राहकों से सामान खरीदना है।
2. उच्च मूल्य वाले उत्पादों को बेचने के लिए जाना जाने वाला डिस्काउंट मूल्य निर्धारण।
3. इन मूल्य पर इसे एमआरपी (न्यूनतम रिटेल मूल्य) भी कहा जाता है, रिटेलर्स अपने उत्पादों को बिना छूट के लक्षित ग्राहकों को बेचते हैं।
4. रिटेलर्स को पता है कि असंतुष्ट ग्राहक वफादार ग्राहक हैं।
5. रिटेल में अधिकांश नौकरियां स्टोर प्रचालन के दायरे के नीचे आती हैं।

घ. संक्षिप्त उत्तर वाले प्रश्न

1. विभिन्न कारकों के आधार पर रिटेलर पर चर्चा करें।
2. स्वामित्व संरचना की रिटेल श्रेणी की व्याख्या करें।
3. स्टोर प्रचालन सहायक की विशेषताओं की व्याख्या करें।
4. स्टोर प्रचालन सहायक के लिए आवश्यक मुख्य योग्यता पर चर्चा करें।

ङ. अपना निष्पादन जांच लें

1. स्टोर प्रचालन सहायक के लिए आवश्यक मुख्य योग्यता का प्रदर्शन करें।
2. स्टोर प्रचालन सहायक के कर्तव्यों और जिम्मेदारियों को सूचीबद्ध करें।