

# रिटेल/खुदरा

सहायक पुस्तिका

2024-25

कक्षा नौवीं



RETAIL ROLE PLAY



RETAIL INTERNSHIP



RETAIL CUSTOMER HANDLING



राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्

वरुण मार्ग, डिफेंस कॉलोनी, नई दिल्ली - 110024

**RETAIL**  
**(रिटेल / खुदरा)**  
**Class IX-2024-25**



स्वाध्यायान्मा प्रमदः

**State Council of Educational Research & Training, Delhi**  
Varun Marg, Defence Colony, New Delhi - 110024

**मुख्य सलाहकार**

**डॉ. रीता शर्मा**, निदेशक, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली  
**डॉ. नाहर सिंह**, संयुक्त निदेशक (शैक्षणिक), राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली

**सलाहकार**

**बिमला कुमारी**, डी.डी.ई, वोकेशनल शिक्षा, दिल्ली  
**राकेश बल**, ओ.एस.डी., वोकेशनल ब्रांच, दिल्ली  
**संजीव कुमार गौड़**, ओ.एस.डी., वोकेशनल ब्रांच, दिल्ली

**नोडल अधिकारी**

**सुश्री रमन अरोड़ा**, सहायक प्रोफेसर, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली

**विषय समन्वयक**

**डॉ. कौशिका पुष्कर रावत**, मंडलीय शिक्षा एवं प्रशिक्षण संस्थान कड़कड़ूमा, दिल्ली

**लेखक एवं समीक्षक समूह**

**कविता शर्मा**, व्यावसायिक प्रशिक्षक, विषय विशेषज्ञ, दिल्ली व्यावसायिक विभाग  
**आकाश छिकारा**, व्यावसायिक विशेषज्ञ, जी.बी.एस.एस.एस. कराला  
**वैशाली**, व्यावसायिक विशेषज्ञ, जी.एस.के.वी. कृष्णानगर  
**सुरभि द्विवेदी**, व्यावसायिक विशेषज्ञ, आर.एस.के.वी. न्यू अशोक नगर  
**सुनीता गुलिया**, विषय विशेषज्ञ, दिल्ली व्यावसायिक विभाग  
**आशीष कुमार**, विषय विशेषज्ञ, दिल्ली व्यावसायिक विभाग

**प्रकाशन अधिकारी**

**डॉ. मुकेश यादव**, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली

**प्रकाशन दल**

**श्री दिनेश कुमार शर्मा**, ए.एस.ओ., राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली  
**सुश्री फ़ौजिया**, (बी.आर.पी.), राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली  
**श्रीमति राधा**, राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली

**प्रकाशित :** राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्, दिल्ली

**डिज़ाइन :** राज प्रिंटेर्स, ए-9, सेक्टर बी-2, ट्रॉनिका सिटी, लोनी, गाज़ियाबाद (यू.पी.)

**Dr. Rita Sharma**  
Director SCERT



स्वाध्यायान्मा प्रमदः

**STATE COUNCIL OF EDUCATIONAL  
RESEARCH and TRAINING**

(An autonomous Organisation of GNCT of Delhi)

Varun Marg, Defence Colony, New Delhi-110024

Tel.: +91-11-24331356

E-mail : dir12scert@gmail.com

Date : 18/7/2024

D.O. No. : F.1001/MS/DPN/23-24/60

**संदेश**

“राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020” व्यावसायिक शिक्षा को मुख्यधारा की शिक्षा के साथ जोड़ने की ओर एक सकारात्मक कदम है। विद्यार्थियों के लिए भाषा, कला और संस्कृति के साथ व्यावसायिक कौशल सीखना भी अनिवार्य है जो उनके समग्र विकास में सहयोगी होगा।

इसी दिशा में राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद, दिल्ली (SCERT Delhi) ने राष्ट्रीय कौशल योग्यता फ्रेमवर्क (NSQF) पर आधारित विषयों में से दस व्यावसायिक विषयों एवं रोजगार कौशल में शिक्षकों के लिए सहायक सामग्री का निर्माण किया है इस सहायक सामग्री में विषय-वस्तु से संबंधित गतिविधियाँ, क्रियाकलाप, केस स्टडी तथा विभिन्न मूल्यांकन/ आकलन रणनीतियाँ सरल भाषा में प्रस्तुत की गई हैं।

आशा है कि ये सहायक पुस्तकें शिक्षकों एवं विद्यार्थियों के लिए उपयोगी सिद्ध होंगी तथा पठन - पाठन प्रक्रिया को रोचक एवं प्रभावी बनाने में दिशा प्रदान करेंगी। इसके अतिरिक्त ये विद्यार्थियों को 21 वीं सदी के व्यवसायिक कौशल और चुनौतियों से निपटने के लिये सक्षम बनाने में योगदान करेंगी।

डॉ. रीता शर्मा  
निदेशक





**Dr. Nahar Singh**  
Joint Director (Academic)

## State Council of Educational Research and Training

(An autonomous Organisation of GNCT of Delhi)

Tel. : +91-11-24336818, 24331355, Fax : +91-11-24332426  
Tel.: +91-11-24331355, Fax : +91-11-24332426  
E-mail : jdsccertdelhi@gmail.com

Date : 18/07/2024

D.O. No. : F.11(2)/JDB/msc/SCERT/2024-25/469

### संदेश

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 आत्मनिर्भर भारत के निर्माण में एक सार्थक पहल है। इसमें समग्रता की दृष्टि का परिचय देते हुए व्यावसायिक शिक्षा, कौशल शिक्षा, हस्तकला, लोक विद्या इत्यादि के पाठ्यक्रम में स्थानीय व्यावसायिक ज्ञान के समावेशन और विद्यार्थियों के चरित्र निर्माण एवं व्यक्तित्व के समग्र विकास पर बल देने की बातें कही गई हैं,

इसी को ध्यान में रखते हुए राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद, दिल्ली (SCERT Delhi) ने कक्षा नवीं के दस व्यावसायिक विषयों एवं रोजगार कौशल में शिक्षकों के लिए सहायक सामग्री का निर्माण किया है – औटोमोटिव (Automotive), सूचना एवं प्रौद्योगिकी (Information Technology), वित्तीय बाजार का परिचय (Introduction to Financial Market), पर्यटन से परिचय (Introduction to Tourism), खुदरा (Retail), सौन्दर्य एवं कल्याण (Beauty and Wellness), खाद्य उत्पाद (Food Production), स्वास्थ्य देखभाल सेवाएं (Healthcare Services), मल्टीस्किल फाउंडेशन कोर्स (Multi Skill Foundation Course) एवं शारीरिक गतिविधि प्रशिक्षक (Physical Activity Trainer)। इसके अतिरिक्त रोजगार कौशल (Employability Skills) पर एक पुस्तिका है जो सभी दस विषयों के लिए समान है इसमें संचार कौशल (Communication Skills), स्व-प्रबन्धन कौशल (Self Management), आई.सी.टी. कौशल (ICT Skills), उद्यमशीलता कौशल (Entrepreneurship Skills) and हरित कौशल (Green Skills) इत्यादि के बारे में जानकारी दी गई है।

आशा है ये सहायक पुस्तकें कहीं-न-कहीं आत्मनिर्भरता की दिशा में आगे बढ़ने का मार्ग प्रशस्त करेंगी।

  
डॉ नाहर सिंह  
संयुक्त निदेशक

## प्रस्तावना

प्रस्तुत हिंदी पुस्तिका उपयुक्त उद्देश्यों की पूर्ति का सराहनीय प्रयास है, इस पाठ्यपुस्तक में सम्मिलित विषय वस्तु का गहन अनुसंधान, समीक्षा, और विषय विशेषज्ञों द्वारा परीक्षण किया गया है, ताकि सटीकता, प्रासंगिकता, और निर्धारित पाठ्यक्रम के साथ संरेखण सुनिश्चित किया जा सके। हम खुदरा प्रबंधन में पाठ्यपुस्तक की सामग्री की गुणवत्ता और प्रासंगिकता सुनिश्चित करने के लिए की गई सावधानीपूर्ण प्रक्रिया की पुष्टि करते हैं। यह सुनिश्चित करते हुए हम हर्षित हैं कि सामग्री अद्यतन ज्ञान पर आधारित है और वर्तमान उद्योग प्रवृत्तियों को दर्शाती है। विशेषज्ञों की प्रतिक्रिया और सुझाव अवश्य ही सामग्री को परिष्कृत करने और समस्त विसंगतियों को संबोधित करने में महत्वपूर्ण थे। पुस्तक को निर्धारित पाठ्यक्रम के साथ सावधानीपूर्वक संरेखित किया गया है, एवं शैक्षणिक कार्यक्रमों में सहज एकीकरण को सुनिश्चित करते हुए खुदरा प्रबंधन का अध्ययन कर रहे छात्रों की आवश्यकता को पूर्ण करने का समुचित प्रयास किया गया है। यद्यपि त्रुटियाँ/सुधार संभावित है। अतः आपके सुझाव इस पुस्तिका को और बेहतर बनाने में सहायक होंगे। हम उन सभी सहभागियों के प्रति आभार व्यक्त करते हैं जो इस पुस्तिका के लेखन एवं प्रकाशन में प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से जुड़े रहे। हम आपके सहयोग एवं सुझावों का स्वागत करते हैं।

लेखन मण्डल

# विषय सूची

इकाई	विवरण	पृष्ठ संख्या
1.	<b>खुदरा बिक्री का परिचय</b>	<b>01-20</b>
	सत्र 1: (रिटेल) खुदरा बिक्री की बुनियादी बातें	01
	सत्र 2: संगठित और असंगठित खुदरा बिक्री	07
	सत्र 3: स्टोर और गैर-स्टोर खुदरा बिक्री	11
	सत्र 4: भारतीय और वैश्विक खुदरा विक्रेता	17
2.	<b>माल की प्राप्ति और भण्डारण</b>	<b>21-42</b>
	सत्र 1: वस्तुओं का वर्गीकरण	21
	सत्र 2: भंडार तक भंडारण प्राप्त करने और भेजने की प्रक्रिया	27
	सत्र 3: खुदरा परिचालन में माल का भंडारण	33
	सत्र 4: सामान सौंपने की प्रक्रिया	39
3.	<b>रिटेल स्टोर्स में भंडारण का स्तर</b>	<b>43-56</b>
	सत्र 1: खुदरा स्टोर में भंडारण का स्तर	43
	सत्र 2: भंडारण हैंडलिंग के लिए आवश्यक दस्तावेज	46
	सत्र 3: भंडारण स्थान की रिपोर्टिंग	50
	सत्र 4: उपकरण संभालना	53
4.	<b>ग्राहक सेवा</b>	<b>57-74</b>
	सत्र 1: ग्राहक की आवश्यकताएँ और सेवा	57
	सत्र 2: प्रभावी ग्राहक सेवा	64
	सत्र 3: संगठन मानक	68
	सत्र 4: ग्राहक अपेक्षा	72

## इकाई - 1 खुदरा बिक्री का परिचय

### सत्र -1 (रिटेल) खुदरा बिक्री की बुनियादी बातें

#### रिटेल क्या है?

खुदरा या रिटेल एक व्यापारिक सौदा है जिसमें विक्रेता ग्राहकों को उनकी आवश्यकता के अनुसार छोटी मात्रा में सामान बेचता है।

'रिटेल' शब्द फ्रेंच शब्द "रि-टेलर" से लिया गया है जिसका अर्थ है-काटना या विभाजित करना। इस प्रकार खुदरा बिक्री का अर्थ है-कम मात्रा में सामान बेचना। आसान शब्दों में, खुदरा बिक्री का कार्य किसी व्यक्ति या फर्म द्वारा अंतिम उपभोक्ताओं को उत्पाद बेचना है।

खुदरा बिक्री में न केवल मूर्त वस्तुओं की बिक्री शामिल है बल्कि व्यक्तिगत ग्राहकों को सेवाओं की बिक्री भी शामिल है।

सेवा खुदरा विक्रेताओं के उदाहरण ड्राई क्लीनर्स, सौन्दर्य सैलून, स्वास्थ्य केन्द्र, स्पा, दर्जी की दुकान आदि हो सकती है।



#### खुदरा बिक्री की अवधारणा (Concept of Retail)

खुदरा बिक्री को समझने और परिभाषित करने के कई तरीके हैं। अधिकांश अंतिम उपभोक्ता सामान या सेवाओं की विषय के व्यावसायिक संबंधों के रूप में खुदरा बिक्री पर जोर देते हैं।



## एक खुदरा विक्रेता के विभिन्न कार्य (Functions of Retailer)

**खरीदना (Buying)**- एक खुदरा विक्रेता ग्राहक की मांग का अनुमान लगाने के बाद विभिन्न थोक विक्रेताओं से कई प्रकार के सामान खरीदता है। वह प्रत्येक थोक व्यापारी से सर्वोत्तम माल का चयन करता है और सभी सामानों को एक स्थान पर लाता है। इस तरह, वह सामान खरीदने और इकट्ठा करने के दोहरे कार्य करता है।

**भंडारण (Storage)**- एक खुदरा विक्रेता माल का तैयार भंडारण रखता है और उन्हें अपनी दुकान में प्रदर्शित करता है।

**बेचना (Selling)**- खुदरा विक्रेता उपभोक्ता की माँग और पसंद के अनुसार कम मात्रा में सामान बेचता है।

**पैकिंग (Packing)**- विक्रेता वस्तुओं का श्रेणीकरण करता है और उपभोक्ताओं की सुविधा के लिए छोटे-छोटे भागों में माल पैक करता है।

**परिवहन (Transportation)**- खुदरा विक्रेता अक्सर थोक विक्रेताओं और निर्माताओं से सामान अपनी दुकानों तक ले जाते हैं।

**सूचना (Information)**- खुदरा विक्रेता उपभोक्ताओं को नए उत्पादों और पुराने उत्पादों के उपयोग के बारे में ज्ञान देते हैं। वे उपभोक्ताओं को वस्तुओं के बेहतर विकल्प के बारे में सलाह भी देते हैं। वे थोक विक्रेताओं और निर्माताओं को बाजार की जानकारी भी प्रदान करते हैं।



## रिटेलर के कुछ बुनियादी कार्य हैं:

- (i) **थोक को छोटी मात्रा में तोड़ना:** लंबी दूरी के परिवहन की लागत को कम करने के लिए, निर्माता बड़ी मात्रा में माल भेजते हैं; खुदरा विक्रेताओं सहित बिचौलिए इन बड़े पैकेजों को खोलते हैं और उपभोक्ताओं को ज़रूरत के अनुसार बहुत कम मात्रा में उत्पाद उपलब्ध कराते हैं।
- (ii) **ग्राहकों को उत्पाद और सेवा की जानकारी प्रदान करना:** खुदरा विक्रेता या विक्रेता जानकारी का एक महत्वपूर्ण स्रोत है, उसे विशेष रूप से उपलब्ध विभिन्न ब्रांडों (brands), विशेषताओं और कार्य प्रणालियों के बारे में विक्रेता को बेचे जा रहे उत्पाद के बारे में जानकारी होती है।
- (iii) **ग्राहक सेवाएँ प्रदान करना:** खुदरा विक्रेता अपने ग्राहकों को विभिन्न सेवाएँ प्रदान करते हैं। इनमें मुफ्त होम डिलीवरी, उपहार रैपिंग, क्रेडिट सुविधा और बिक्री के बाद की सेवाएँ शामिल हो सकती हैं।
- (iv) **उपभोक्ताओं के लिए सुविधाजनक, आरामदायक और सुखद खरीदारी अनुभव बनाना:** खुदरा विक्रेता का उद्देश्य उपभोक्ता को आवश्यक उत्पाद आसानी से उपलब्ध कराना है। इससे स्थान उपयोगिता उत्पन्न होती है। इसके अलावा, जब खुदरा दुकानों के अंदर का माहौल अनुकूल और सुखद होता है तो ग्राहकों की संख्या बढ़ जाती है। हल्का संगीत बजाना, उचित रोशनी, आवाजाही के लिए बड़ी जगह बनाना, विनम्र और अच्छे कपड़े पहनने वाले कर्मचारी आदि ग्राहकों के लिए सकारात्मक माहौल बनाते हैं।
- (v) **ग्राहकों की जरूरतों के बारे में उत्पादकों को फीडबैक प्रदान करना:** ग्राहकों के साथ प्रत्यक्ष बातचीत के साथ, खुदरा विक्रेताओं को ग्राहकों की जरूरतों की अच्छी समझ होती है। फीडबैक के रूप में यह जानकारी उत्पादकों द्वारा उत्पाद सुधार में बहुत योगदान दे सकती है।



## खुदरा विक्रेताओं की आवश्यकताएँ एक खुदरा विक्रेता को चाहिए:

- दुकान ऐसे स्थान पर स्थापित करें जहां ग्राहक आकर्षित हों।
- ग्राहकों की जरूरत का सामान भंडारण कर लें।
- बेची जाने वाली वस्तुओं की कीमत और गुणवत्ता में प्रतिस्पर्धी।
- आर्थिक रूप से मजबूत।
- माल की अधिक भंडारण या कम भंडारण से सावधान रहें।
- रुझानों की स्थिति के साथ अद्यतन रहें।
- बाज़ार और उसका बिक्री को बढ़ावा देने के लिए आकर्षक विंडो डिस्प्ले और काउंटर डिस्प्ले सुनिश्चित करें।
- ग्राहकों के लिए हमेशा सुलभ रहें।

## ग्राहकों को खुदरा विक्रेता की सेवाएँ

- अपनी आवश्यकता के अनुसार उचित मूल्य पर कम मात्रा में सामान बेचना।
- उपभोक्ता की मांग को पूरा करना और आवश्यक भंडारण उपलब्ध कराना।
- उपभोक्ता को सामान खरीदने हेतु आवश्यक जानकारी उपलब्ध कराना।
- क्षति के लिए प्रतिस्थापन स्थितियों का मार्गदर्शन करना।
- ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए वस्तुओं का प्रदर्शन करना।
- नियमित एवं विश्वसनीय ग्राहकों को ऋण सुविधा प्रदान करना।

इस बिंदु पर, थोक व्यापारी शब्द को समझना आवश्यक है। एक थोक व्यापारी वितरण चैनलों में एक महत्वपूर्ण माध्यम है। थोक का अर्थ है व्यावसायिक उपयोग के लिए या पुनर्विक्रय उद्देश्य के लिए सामान बेचना। दूसरे शब्दों में, थोक विक्रेता उपभोक्ताओं को नहीं, बल्कि खुदरा विक्रेताओं को सामान दोबारा बेचते हैं। आम तौर पर, थोक विक्रेता बड़ी मात्रा में सामान बेचते हैं। थोक विक्रेता निर्माता और खुदरा विक्रेता के बीच एक कड़ी के रूप में कार्य करता है।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. खुदरा बिक्री का कार्य उत्पादों और सेवाओं को किसी व्यक्ति या फर्म द्वारा अंतिम \_\_\_\_\_ को बेचना है।
2. \_\_\_\_\_ को बेचे जा रहा उत्पाद के बारे में अच्छी तरह से जानकारी होनी चाहिए।
3. रिटेलर का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता को उसकी जरूरत के उत्पाद सुविधाजनक तरीके से उपलब्ध कराना है, इससे \_\_\_\_\_ बनती है।
4. यह जानकारी उत्पाद को \_\_\_\_\_ द्वारा उत्पाद सुधार में बहुत योगदान देती है।
5. उपभोक्ताओं को उनकी आवश्यकता के अनुसार \_\_\_\_\_ कीमतों पर कम मात्रा में सामान बेचना।
6. थोक विक्रेता खुदरा विक्रेताओं और \_\_\_\_\_ के बीच एक कड़ी के रूप में कार्य करते हैं।

### ख. बहुविकल्पीय प्रश्न

1. खुदरा व्यापार का उद्देश्य है \_\_\_\_\_  
 (क) साझेदारी के लिए जाएं (ख) अधिकतम पदोन्नति करें  
 (ग) अन्य इलाकों तक विस्तार करें (घ) ग्राहक को सामान बेचना
2. एक खुदरा स्टोर मुख्य रूप से खुदरा बिक्री में \_\_\_\_\_ बिक्री करता है।  
 (क) मात्रा (ख) स्थान  
 (ग) स्थान (घ) मूल्य
3. 'थोक' शब्द का अर्थ माल की बिक्री है, व्यवसायिक उपयोग के लिए या \_\_\_\_\_ उद्देश्य के लिए।  
 (क) बिक्री (ख) पुनर्विक्रय  
 (ग) बिक्री के बाद (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं



## ग. बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

1. 'रिटेलिंग' शब्द एक व्यापारिक सौदे को संदर्भित करता है जिसमें विक्रेता ग्राहक की आवश्यकता के अनुसार बड़ी मात्रा में (समान) बेचता है।
2. खुदरा विक्रेता की यह गतिविधि ग्राहकों के लिए मूल्यवर्धन या उपयोगिता नहीं बनाती है।
3. थोक विक्रेता उपभोक्ताओं को नहीं बल्कि खुदरा विक्रेताओं को दोबारा माल बेचते हैं।
4. फीडबैक के रूप में जानकारी उपभोक्ता द्वारा उत्पाद सुधार में बहुत योगदान दे सकती है।
5. एक थोक विक्रेता निर्माता और खुदरा विक्रेता के बीच एक कड़ी के रूप में कार्य करता है।

## घ. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. 'खुदरा' शब्द से आप क्या समझते हैं?
2. खुदरा विक्रेता की कौन सी गतिविधियाँ ग्राहकों के लिए मूल्यवर्धन या उपयोगिता पैदा करती हैं?

## ड. दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. एक खुदरा विक्रेता की आवश्यकताएँ क्या हैं?
2. ग्राहक के लिए खुदरा विक्रेता की सेवाओं की सूची बनाएं।



## सत्र 2 - संगठित और असंगठित खुदरा बिक्री

खुदरा उद्योग दो भागों से बना है-संगठित और असंगठित खुदरा बिक्री।

**संगठित खुदरा बिक्री (Organised Retailing)**- संगठित खुदरा बिक्री का तात्पर्य एक संगठित और वैज्ञानिक तरीके से व्यवसाय चलाने से है। संगठित खुदरा बिक्री उपभोक्ताओं के लिए एक उल्लेखनीय लाभ लेकर आई है और इसमें विकास की एक बड़ी संभावना है जो देश में उच्च GDP योगदान और रोजगार पैदा करती है।



संगठित खुदरा व्यापार एक व्यवसाय को व्यवस्थित और वैज्ञानिक तरीके से चलाना है। संगठित खुदरा बिक्री से उपभोक्ताओं के लिए उल्लेखनीय लाभ हैं और इसमें रोजगार सृजन और देश की सकल घरेलू उत्पाद की समग्र वृद्धि की क्षमता है।

संगठित खुदरा बिक्री में सभी वस्तुएँ एक ही छत के नीचे रखी जाती हैं और बड़ी संख्या में ब्रांड और विभिन्न प्रकार के उत्पाद भी एक ही स्थान पर उपलब्ध होते हैं।

आज, संगठित खुदरा बिक्री की विशेषता आराम, शैली और गति है। यह ग्राहक को खुदरा बिक्री के साथ-साथ अधिक विविधता, सुविधा और आराम प्रदान करती है।

**असंगठित खुदरा बिक्री (Unorganised Retailing)**- असंगठित खुदरा बिक्री में ऐसी इकाइयाँ शामिल हैं जो किसी सांविधिक निकाय व कानूनी प्रावधान द्वारा पंजीकृत नहीं है और जो नियमित तौर पर खातों का रख-रखाव नहीं करती है।

असंगठित खुदरा व्यापार किराना स्टोर जैसे छोटे पारिवारिक व्यवसाय के रूप में चलाया जाता है। छोटे पारिवारिक व्यवसाय की विशेषताएँ हैं:

- पर्याप्त बुनियादी ढांचे का अभाव
- आधुनिक तकनीक का अभाव
- फंडिंग (वित्त)की कमी
- कुशल जनशक्ति का अभाव



असंगठित खुदरा बिक्री में वे खुदरा इकाइयाँ शामिल हैं जो किसी कानूनी या कानूनी निकाय द्वारा पंजीकृत नहीं हैं और जो नियमित आधार पर खाते का रख रखाव नहीं कर रही हैं। असंगठित क्षेत्र आकार में छोटा और अधिकतर बिखरा हुआ है। इसमें संचालन के लिए कोई निश्चित स्थान नहीं है।

असंगठित क्षेत्र में पारंपरिक इकाइयाँ जैसे हाट, मंडी, मेला या किराना और पानवाला, अन्य, जैसे फल विक्रेता, सब्जी विक्रेता, मोची आदि शामिल हैं।

### संगठित और असंगठित खुदरा के बीच अंतर

संगठित और असंगठित खुदरा के बीच अंतर को तालिका में उजागर किया गया है:-

क्र.सं.	विवरण	संगठित खुदरा	असंगठित खुदरा
1.	वस्तुओं की विविधता	बड़ा	निम्न
2.	रिटेल आउटलेट का आकार	बहुत बड़ा	बहुत छोटा
3.	कर्मचारियों की संख्या	बहुत ज्यादा	बहुत कम
4.	पूंजी की आवश्यकता	बहुत अधिक	बहुत कम
5.	नियोजन के निबंधन	नियमित, सुनिश्चित और सरकार के नियंत्रण में	छोटा, बिखरा हुआ और सरकार के नियंत्रण में नहीं
6.	शैली	निगमित	एकल व्यापार
7.	खुदरा विक्रेता का नेटवर्क	विशाल और अनेक शाखाओं के माध्यम से संचालित होता है	एक इकाई में एकविशेष इलाके तक सीमित
8.	खुदरा बिक्री	बड़ी मात्रा	छोटी मात्रा

## क. रिक्त स्थान भरें

- पानवाला या किराना दुकान \_\_\_\_\_ खुदरा बिक्री के अंतर्गत आती है।
- \_\_\_\_\_ खुदरा दुकानों में बड़ी संख्या में ब्रांड उपलब्ध कराये जाते हैं।
- \_\_\_\_\_ खुदरा बिक्री में सभी वस्तुएँ एक ही छत के नीचे रखी जाती हैं।

## ख. बहुविकल्पीय प्रश्न

- संगठित रिटेलिंग के अंतर्गत सबसे आम लक्षण हैं \_\_\_\_\_  
 (क) ब्रांडों और उत्पादों की संख्या बड़ी है (ख) खरीद क्रेडिट आधार पर होती है  
 (ग) कुछ कर्मचारी मौजूद हैं (घ) सभी (क), (ख) और (ग)
- असंगठित खुदरा व्यापार अधिकतर यहीं तक सीमित है  
 (क) विशेष इलाका (ख) विभिन्न शाखाएँ  
 (ग) दुकानों की श्रृंखला (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं



3. पूंजी की आवश्यकता अधिक है

(क) असंगठित खुदरा

(ख) संगठित खुदरा

(ग) दोनों (क) और (ख)

(घ) उपरोक्त में से कोई नहीं

### ग. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. किस प्रकार का खुदरा व्यवसाय अनेक खुदरा प्रारूपों से संबंधित है?
2. आराम, स्टाइल और स्पीड, इनसे बिजनेस में क्या बदलाव आया है?

### घ. दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. खुदरा क्षेत्र में किस सुधार से संगठित क्षेत्र की शुरुआत हुई?



## सत्र 3 - स्टोर और गैर-स्टोर खुदरा बिक्री

भारत में, अंतिम उपभोक्ताओं तक विभिन्न उत्पाद पहुँचाने के लिए विभिन्न प्रकार के खुदरा स्टोर मौजूद हैं। खुदरा बिक्री स्टोर या गैर-स्टोर खुदरा बिक्री हो सकती है। स्टोर के रूप में वर्गीकृत स्टोर खुदरा बिक्री जब सामान और सेवाएँ किसी भौतिक स्थान या स्टोर से बेची जाती हैं, तो इसे स्टोर रिटेलिंग कहा जाता है। स्टोर रिटेलिंग के वर्गीकरण का आधार स्वामित्व और पेश किया गया माल है।



स्वामित्व और पेश किया गया माल, ये दो स्टोर रिटेलिंग के वर्गीकरण के आधार हैं।

### 1. स्टोर रिटेलिंग स्वामित्व के आधार पर: –

- (क) **स्वतंत्र रिटेलर:** एक व्यक्ति जो परिवार के सदस्यों या सहायकों के साथ स्वामित्व और संचालन करता है। उसका ग्राहकों के साथ सीधा संपर्क है। उदाहरण के लिए, स्थानीय बनिया/किराना स्टोर के मालिक और पानवाला। वह दुकान के स्थान और उत्पाद मिश्रण के आधार पर खुदरा रणनीति तय करता है।
- ख) **चेन रिटेलर या कॉर्पोरेट रिटेल चेन:** जब किसी एकल मालिक द्वारा एक महत्वपूर्ण संख्या में आउटलेट संचालित किए जाते हैं, तो इसे रिटेल चेन कहा जाता है। चेन खुदरा विक्रेताओं को उसी प्रकार से उत्पादों, स्टोर पर्यावरण, और बिक्री प्रचार की पेशकश करते हैं। उदाहरण के लिए, रिलायंस, बाटा, एरो, लुई फिलिप, फूड वर्ल्ड, आदि।

- ग) **मताधिकार / फ्रैंचाइज़ी:** एक फ्रैंचाइज़ी एक कंपनी (फ्रैंचाइज़र) और स्टोर के मालिक (फ्रैंचाइज़ी) के बीच एक कानूनी अनुबंध है, जो स्टोर मालिक को एक स्थापित नाम के तहत व्यापार करने की अनुमति देता है। उदाहरण के लिए, मैकडॉनल्ड्स, पिज्जा हट, वैन हसेन, आदि।
- (घ) **उपभोक्ता सहकारी समितियाँ:** एक उपभोक्ता सहकारी समिति सदस्य ग्राहकों द्वारा संचालित एक खुदरा स्टोर है। यह प्रकार काफी हद तक असंतुष्ट उपभोक्ताओं के कारण उत्पन्न होता है जिनकी आवश्यकताएँ मौजूदा खुदरा विक्रेताओं द्वारा पूरी नहीं की जाती हैं। उदाहरण के लिए, मुंबई में अपना बाजार, आदि।

## 2. स्टोर खुदरा बिक्री की पेशकश के आधार पर: -

- (क) **सुविधा भंडार:** ये आवासीय क्षेत्रों में स्थित छोटे आकार के स्टोर हैं। वे लंबे समय तक खुले रहते हैं और सीमित उत्पादों जैसे अंडे, ब्रेड, दूध, सब्जियाँ आदि की पेशकश करते हैं।
- (ख) **सुपरमार्केट:** सुपरमार्केट एक बड़े खुदरा स्टोर हैं जिसमें उपभोक्ता उत्पाद, ज्यादातर भोजन, घरेलू उपयोग की वस्तुएँ और कम सीमांत लाभ वाले किराने की बिक्री होती है। यह स्व-सेवा शैली पर काम करता है, लेकिन इसका कारोबार उच्च होता है। यह न्यूनतम सेवाएँ प्रदान करता है और नकदी (कैश एंड कैरी) के आधार पर काम करता है।
- (ग) **हाइपरमार्केट:** यह आमतौर पर गंतव्य स्थानों पर एक बहुत बड़ी दुकान है। वे ग्राहकों को उनकी कम कीमत की पेशकश, अद्वितीय रेंज और अन्य ऑफ़र के साथ काफी बड़े क्षेत्र से आकर्षित करने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। यह स्व-सेवा शैली का अनुसरण करता है।
- (घ) **विशेषता भंडार:** एक प्रकार के उत्पादों (माल) या सामान की एक पंक्ति (फर्नीचर, आभूषण, घरेलू उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक्स, खेल, घरेलू उपकरण, आदि) में विशेषज्ञता वाले स्टोर को विशेष स्टोर के रूप में कहा जाता है।
- (ङ) **डिपार्टमेंटल स्टोर:** डिपार्टमेंटल स्टोर वे स्टोर होते हैं जो एक ही छत के नीचे कई तरह के सामान पेश करते हैं, जो केंद्रीय स्थानों या व्यस्त इलाके में स्थित होते हैं। विभिन्न विभागों और माल के विशाल भंडार को बनाए रखने के लिए पूंजी की आवश्यकता होती है। यह विकेंद्रीकृत खरीद और केंद्रीकृत बिक्री का एक संयोजन है। वे इन दुकानों के अंदर रेस्तरां स्थापित करते हैं और होम डिलीवरी सेवाएं भी प्रदान करते हैं।
- (च) **कैटलॉग शोरूम:** कैटलॉग रिटेलर्स आमतौर पर हार्ड गुड्स (हाउस वेयर, कंज्यूमर इलेक्ट्रॉनिक्स, आदि) के विशेषज्ञ होते हैं। एक ग्राहक शोरूम का दौरा करता है और आइटम की कोड संख्या का उल्लेख करते हुए कैटलॉग का उपयोग करके उत्पादों की अपनी पसंद बनाता है।

## नॉन स्टोर रिटेलिंग

जब वस्तुओं और सेवाओं को भौतिक स्थान या स्टोर के बिना बेचा जाता है, तो इसे गैर-स्टोर खुदरा बिक्री कहा जाता है। नॉन-स्टोर रिटेलिंग उपभोक्ता के साथ सीधा संबंध रखती है। गैर-स्टोर खुदरा बिक्री का वर्गीकरण प्रत्यक्ष व्यक्तिगत संपर्क और प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया विपणन है।



### 1. प्रत्यक्ष व्यक्तिगत संपर्क

डायरेक्ट सेलिंग में अंतिम उपभोक्ता के साथ आमने-सामने (डायरेक्ट) संपर्क होता है। उदाहरण के लिए, सौंदर्य प्रसाधन, आभूषण, घरेलू उपकरण, शैक्षिक सामग्री, पोषण संबंधी उत्पाद, आदि इस प्रकार की खुदरा बिक्री पार्टि की योजना या मल्टीलेवल नेटवर्क का अनुसरण करते हैं। वे किसी पार्टि या ग्राहकों को आमंत्रित करने पर प्रदर्शन करते हैं और मास्टर डिस्ट्रीब्यूटर्स की तरह काम करते हैं, जो अपने ग्राहकों को कमीशन के आधार पर नियुक्त करते हैं।

### 2. प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया विपणन

ग्राहक गैर-व्यक्तिगत मीडिया जैसे मेल, कैटलॉग, फोन के माध्यम से पेश किए जाने वाले उत्पादों/सेवाओं से अवगत हो जाता है; जबकि टेलीविजन या इंटरनेट को प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया विपणन कहा जाता है। इसमें उपभोक्ताओं के साथ संचार के विभिन्न प्रकार शामिल हैं:

(क) **मेल ऑर्डर रिटेलिंग:** इस रिटेलिंग में ग्राहकों के लिए लक्ष्य कैटलॉग विकसित करने के लिए रिटेलिंग ग्राहक डेटाबेस का उपयोग किया जाता है।



- (ख) **टेलीविज़न शॉपिंग:** इस तरह की रिटेलिंग में टेलीविज़न पर, उत्पाद की कीमत, और गारंटी या वारंटी के साथ उत्पाद को बढ़ावा दिया जाता है। विभिन्न शहरों के लिए फोन नंबर दिए गए हैं जहां से उत्पादों को ऑर्डर किया जा सकता है, और होम-डिलीवरी की जा सकती है। उदाहरण के लिए, टेलीब्रांड, एक प्रोग्राम जो आमतौर पर फिटनेस और स्वास्थ्य उत्पादों को प्रस्तुत करता है।
- (ग) **ई-शॉपिंग:** यह प्रारूप ग्राहक को इंटरनेट का उपयोग करने वाली वेबसाइटों के माध्यम से अपने घर से आराम से मूल्यांकन करने और खरीदने की अनुमति देता है। उत्पादों को ऑनलाइन भुगतान के बाद वितरित किया जाता है।
- (घ) **टेलीमार्केटिंग:** टेलीमार्केटिंग, उत्पादों या सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए, टेलीफोन के माध्यम से ग्राहकों के साथ संचार है। उदाहरण के लिए, क्रेडिट कार्ड बेचने वाले बैंक, प्रवेश पाने वाले शिक्षण संस्थान।

## स्टोर रिटेल और नॉन-स्टोर रिटेल के बीच अंतर।

SI No.	Store retail (स्टोर खुदरा)	Non-store retail (गैर दुकान खुदरा)
1	वस्तुओं और सेवाओं को भौतिक स्थान या स्टोर से बेचा जाता है।	वस्तुओं और सेवाओं को भौतिक स्थान या स्टोर के बिना बेचा जाता है।
2	वर्गीकरण का आधार स्वामित्व और माल की पेशकश है।	वर्गीकरण का आधार प्रत्यक्ष व्यक्तिगत संपर्क और प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया विपणन है।
3	यह उपभोक्ता के साथ एक अप्रत्यक्ष संबंध को अपनाता है।	यह उपभोक्ता के साथ सीधा संबंध अपनाता है।
4	ग्राहक शोरूम का दौरा करता है और उत्पादों की अपनी पसंद बनाता है।	मेल, कैटलॉग, फोन, टेलीविज़न या इंटरनेट जैसे गैर-व्यक्तिगत माध्यम से पेश किए जाने वाले उत्पादों या सेवाओं के बारे में ग्राहक जागरूक हो जाता है।
5	रिटेलर उत्पादों की व्यवस्था करता है।	ज्यादातर कंपनियां ग्राहकों को उनके घर पर उत्पादों का जवाब देने और भेजने के लिए अपने टोल-फ्री नंबर देती हैं।
6	मल्टीपल चैनल शामिल हैं।	ग्राहक के लिए प्रत्यक्ष है।

7	ऑफ़र स्टोर या बाज़ार में दिखाई देते हैं।	इंटरनेट ऑफ़र/ऑनलाइन के माध्यम से दिखाया गया है
8	खुदरा विक्रेता उत्पादों के विनिमय के लिए जिम्मेदार है।	ई-रिटेलर उत्पादों के आदान-प्रदान के लिए जिम्मेदार है।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

- जब एक ही मालिक द्वारा महत्वपूर्ण संख्या में आउटलेट संचालित किए जाते हैं, तो इसे \_\_\_\_\_ कहा जाता है
- फ्रेंचाइजी स्टोर \_\_\_\_\_ और के \_\_\_\_\_ बीच एक अनुबंध है।
- हाइपरमार्केट स्टोर \_\_\_\_\_ और \_\_\_\_\_ का एक संयोजन है।
- \_\_\_\_\_ न्यूनतम सेवाएं प्रदान करता है और कैश एंड कैरी के आधार पर संचालित होता है।
- \_\_\_\_\_ में, पूरे भंडारण पर लाभ या हानि की गणना की जाती है।

### ख. बहुविकल्पीय प्रश्न

- स्वतंत्र खुदरा विक्रेता \_\_\_\_\_ के साथ अपना व्यवसाय संचालित करता है  
 (क) साझेदार (ख) पेशेवर  
 (ग) कुछ स्थानीय लोग/परिवार के सदस्य (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
- कॉर्पोरेट खुदरा श्रृंखला को \_\_\_\_\_ भी कहा जाता है।  
 (क) फ्रेंचाइजी (ख) चेन रिटेलर  
 (ग) स्वतंत्र खुदरा विक्रेता (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
- विशेष दुकानों ने \_\_\_\_\_ को बहुत स्पष्ट रूप से परिभाषित किया है।  
 (क) निर्माता (ख) प्रतिस्पर्धी  
 (ग) लक्ष्य बाजार (घ) दोनों (क) और (ख)

## ग. निम्नलिखित में से सत्य या गलत बताइये

1. एक विशेष प्रकार के माल में विशेषज्ञता रखने वाले स्टोर को डिपार्टमेंटल स्टोर कहा जाता है।
2. जब सामान और सेवाएँ किसी भौतिक स्थान या स्टोर से बेची जाती हैं, तो इसे स्टोर रिटेलिंग कहा जाता है।
3. खुदरा विक्रेता जो आमतौर पर कठोर वस्तुओं में विशेषज्ञ होते हैं, कैटलॉग खुदरा विक्रेता के नाम जाने जाते हैं।
4. टेलीफोन के माध्यम से ग्राहकों से संवाद करना ई-शॉपिंग के अंतर्गत आता है।
5. इंटरनेट का उपयोग करके वेबसाइटों के माध्यम से सामान खरीदना ई-शॉपिंग का एक हिस्सा है।

## घ. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. एक स्वतंत्र खुदरा विक्रेता कौन है?
2. फ्रेंचाइजिंग क्या है?
3. सुपरमार्केट क्या है?
4. डिपार्टमेंटल स्टोर क्या है?
5. टेलीविज़न शॉपिंग क्या है?

## ड. दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. स्टोर रिटेलिंग क्या है?
2. नॉन स्टोर रिटेलिंग क्या है?
3. स्टोर रिटेल और नॉन-स्टोर रिटेल के बीच अंतर।



## सत्र 4 - पुनर्वास

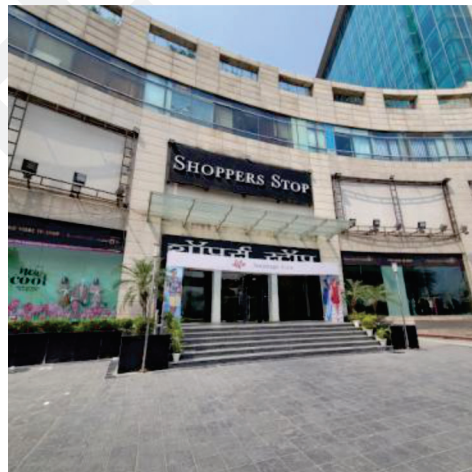
### भारतीय और वैश्विक खुदरा विक्रेता

आय में वृद्धि के साथ भारतीय आबादी की क्रय शक्ति बढ़ रही है, और इससे खुदरा दुकानों की संख्या में वृद्धि हुई है। विभिन्न शहरी क्षेत्रों में टाटा (टाटा ट्रेट), आर पी जी ग्रुप (फूड वर्ल्ड, म्यूजिक वर्ल्ड और हेल्थ एंड ग्लो), आई टी सी (लाइफस्टाइल), रहेजस (शॉपर्स स्टॉप), हीरा नंदानी (हाइक) जैसे खुदरा खिलाड़ियों के लिए एक शानदार अवसर है।

### कुछ प्रमुख भारतीय खुदरा (Indian retail) समूह/श्रृंखलाएँ देश में सक्रिय कुछ प्रमुख समूह

#### शॉपर्सस्टॉप (Shoppers Stop)

शॉपर्स स्टॉप लिमिटेड एक खुदरा कंपनी है, जिसका स्वामित्व के रहेजा कॉर्प समूह के पास है। भारत के 38 शहरों में कपड़े, सहायक उपकरण, हैंडबैग, जूते, आभूषण, सुगंध, सौंदर्य प्रसाधन, स्वास्थ्य और सौंदर्य उत्पाद, घरेलू साज-सज्जा और सजावट उत्पादों के 83 स्टोर हैं। कंपनी तीन व्यावसायिक खंड संचालित करती है- खुदरा परिचालन, संपत्ति विकल्प और अन्य।



#### डी मार्ट (D Mart)

एवेन्यू सुपरमार्ट्स लिमिटेड, डी मार्ट, एक भारतीय खुदरा निगम है जो भारत में सुपरमार्केट की एक श्रृंखला संचालित करता है। इसकी स्थापना राधाकिशन दमानी द्वारा 2002 में की गई थी जब इसका पहला स्टोर पवई, मुंबई में खोला गया था। 14 दिसंबर 2023 तक, भारत के 14 राज्यों में इसके 341 स्टोर हैं।





## आदित्य बिड़ला फैशन एंड रिटेल लिमिटेड (पैंटालून)

आदित्य बिड़ला फैशन एंड रिटेल लिमिटेड (पैंटालून) मुख्य रूप से कपड़े, चमड़े के उत्पाद और जूते का कारोबार करती है। भारत में इसके लगभग 130 रिटेल स्टोर हैं।



## रिलायंस (Reliance)

रिलायंस रिटेल रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड की सहायक कंपनी है। 2006 में स्थापित और मुंबई में स्थित, यह राजस्व के मामले में भारत का सबसे बड़ा खुदरा विक्रेता है। इसके खुदरा आउटलेट खाद्य पदार्थ, किराने का सामान, परिधान और जूते, जीवन शैली और गृह सुधार उत्पाद, इलेक्ट्रॉनिक सामान और कृषि उपकरण और इनपुट प्रदान करते हैं। कंपनी के आउटलेट सब्जियां, फल और फूल भी उपलब्ध कराते हैं। रिलायंस रिटेल उपभोक्ता वस्तुओं, उपभोक्ता टिकाऊ वस्तुओं, यात्रा सेवाओं, ऊर्जा, मनोरंजन और अवकाश, और स्वास्थ्य और कल्याण उत्पादों के साथ-साथ शैक्षिक उत्पादों और सेवाओं पर ध्यान केंद्रित करता है।]



## वी-मार्ट रिटेल लिमिटेड(V-Mart Retail Limited)

वी-मार्ट रिटेल लिमिटेड ने 2003 में गुजरात में पहले रिटेल स्टोर के रूप में वैल्यू-फॉर-मनी रिटेल सेगमेंट में काम किया। 2006 में, नाम बदल कर वी-मार्ट रिटेल प्राइवेट कर दिया गया। वी-मार्ट स्टोर परिधान, सामान्य माल और किराना सामान पेश करते हैं। 14 राज्यों और केंद्रशासित प्रदेशों के 149 शहरों में उनके 179 स्टोर हैं।



## वैश्विक खुदरा बिक्री (Global Retail)

विश्व स्तर पर, खुदरा बिक्री एक विशाल और उच्च विनियमित क्षेत्र है। वैश्विक खुदरा विक्रेताओं को भी इसमें अवसर मिलता है। उदाहरण - चीन और भारत जैसे मजबूत और उभरते बजारों वाले देश।



अवैश्विक स्तर पर काम करने वाली कंपनियों के कुछ प्रसिद्ध उदाहरण-इंटेल, फेसबुक, टोयोटा, आईबीएम, लोरियल, और डोमिनोज हैं।

## टॉप दस ग्लोबल रिटेलर्स

1. वॉलमार्ट (Walmart)
2. कास्टको (Costco)
3. क्रोगर (Kroger)
4. बॉलग्रीन (Walgreen)
5. टेस्को (Tesco)
6. कैरेफोर (Carrefour)
7. एमेज़ोन.कॉम (Amazon.com)
8. मेट्रो (Metro)
9. द होम डिपो (The Home Depot)

## 10. टारगेट कॉर्पोरेशन (Target Corporation)

### वैश्विक खुदरा रुझान

नए बाजारों में प्रवेश करने और व्यापार के अवसरों के लाभ उठाने के लिए संगठनों को वर्तमान में वैश्विक खुदरा विक्री में प्रचलित प्रवाह को समझने की आवश्यकता है। व्यावसायिक संस्थाओं द्वारा अपनाए गए वैश्विक विपणन के कुछ सबसे हालिय रुझान निम्न हैं-

1. अंतर्राष्ट्रीय
2. सेवा पेशकशों में सुधार
3. बुटोक
4. मास मर्चेन्डाइजर्स
5. खुदरा प्रारूप प्रवासन
6. निजी ब्रांड विस्ता

### अपनी प्रगति जाँचें

#### क. रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ सबसे बड़ा बढ़ने वाला खुदरा स्टोर और राजस्व जेनरेटर है।
2. शॉपर्सस्टॉप \_\_\_\_\_ एक रिटेल कंपनी है।

#### ख. लघुउत्तरीय प्रश्न

1. भारतीय और वैश्विक खुदरा विक्रेताओं के बीच अंतर करें।
2. भारतीय खुदरा विक्रेताओं के बीच प्रमुख खिलाड़ियों की सूची बनाएं।
3. शीर्ष पांच वैश्विक खुदरा विक्रेताओं के नाम बताएँ।



## इकाई -2

### माल की प्राप्ति और भण्डारण

#### सत्र 1: वस्तुओं का वर्गीकरण

#### माल का मतलब

वस्तुएँ उपयोगिताओं का बंडल हैं, जो स्वाभाविक रूप से उपयोगी और अपेक्षाकृत दुर्लभ मूर्त वस्तु हैं, जैसे कृषि, विनिर्माण, निर्माण या खनन गतिविधियों से उत्पादित लेख, वस्तु, माल, सामग्री, आपूर्ति, माल। अर्थशास्त्र की दृष्टि से इसे वस्तु कहा जाता है।

#### वस्तुएँ दो प्रकार की होती हैं- किफायती और मुफ्त वस्तुएँ।

- जो वस्तुएँ धन से प्राप्त की जा सकती हैं, उन्हें किफायती वस्तुएँ कहा जाता है
- जो वस्तुएँ स्वतंत्र रूप से उपलब्ध होती हैं, वे निःशुल्क वस्तुएँ कहलाती हैं।

#### माल के प्रकार

खुदरा परिचालन में दो प्रकार के सामान बेचे जाते हैं

- उपभोक्ता वस्तुएँ
- औद्योगिक वस्तुएँ
- उपभोक्ता वस्तुओं

उपभोक्ता वस्तुएँ वे हैं जो उपभोक्ताओं द्वारा उपभोग के लिए तैयार हैं, जैसे कपड़े या भोजन।

- औद्योगिक वस्तुएँ

एक खुदरा संगठन आगे के उत्पादन या व्यवसाय में उपयोग के लिए सामान खरीदता है, इन्हें औद्योगिक सामान कहा जाता है। औद्योगिक सामान के लिए नहीं हैं अंतिम उपभोग लेकिन तैयार माल के उत्पादन के लिए उद्योगों या फर्मों द्वारा उपयोग किए जाने वाले घटक हैं।

#### इसके अलावा, उपभोक्ता वस्तुओं के प्रकार हैं नीचे वर्गीकृत किया गया है

**उपभोक्ता सामान:** – उपभोक्ता वस्तुएं वे हैं जो उपभोक्ताओं द्वारा उपभोग के लिए तैयार हैं, जैसे कि कपड़े या भोजन।





(क) **सुविधा के सामान (Convenience goods):** उपभोक्ता को आसानी से उपलब्ध होने वाले सामान, बिना किसी अतिरिक्त प्रयास के सुविधा के सामान कहलाते हैं। इन सामानों का नियमित रूप से सेवन किया जाता है और अक्सर खरीदा जाता है। उदाहरण के लिए, फास्ट मूविंग कंज्यूमर गुड्स (FMCG), जैसे कि भोजन, कन्फेक्शनरी, दूध, आदि। सुविधा के सामानों को स्टेपल गुड्स और इम्पल्स गुड्स में वर्गीकृत किया जा सकता है।

(i) **स्टेपल माल (Staple goods) :** वे सामान जो ग्राहक की बुनियादी जरूरतों को पूरा करते हैं, स्टेपल सामान कहलाते हैं। उदाहरण के लिए, रोटी, मक्खन, दूध, चीनी, आदि।

(ii) **आवेगहीन माल (Impulse goods) :** बिना पूर्व योजना के खरीदे गए सामानों को आवेग माल कहा जाता है। उदाहरण के लिए, चॉकलेट, शीतल पेय, वेफर्स, आदि।



(ख) **खरीदारी का सामान (Shopping goods):** उपभोक्ताओं द्वारा सुविधा के सामान के रूप में खरीदारी का सामान अक्सर खरीदा या खाया नहीं जाता है। खरीदारी का सामान प्रकृति में महंगा और अर्ध-टिकाऊ है। उदाहरण के लिए, कपड़े, जूते, टीवी, रेडियो, घरेलू सामान, आभूषण आदि।





- (ग) **विशेष वस्तुएँ (Special Goods):** वे वस्तुएँ जो विशिष्ट, असामान्य और विशेष हैं, विशेष वस्तुएँ कहलाती हैं। उदाहरण के लिए, प्राचीन वस्तुओं, उच्च और लक्जरी ऑटोमोबाइल, शादी के कपड़े, आदि।

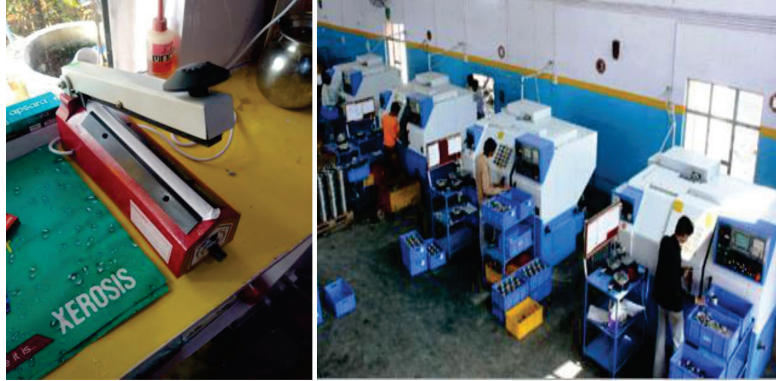


- (घ) **बिना सोचे-समझे माल (unsought goods):** बाजार में उपलब्ध सामान, लेकिन ग्राहक उनके बारे में नहीं जानते हैं या जब तक जरूरत न हो, तब तक उन्हें खरीदने के बारे में नहीं सोचते हैं, बीमा के रूप में अनसोल्ड माल कहा जाता है।

उपर्युक्त के अलावा, खुदरा सामानों को भी टिकाऊ, अर्ध-टिकाऊ और गैर-योग्य वस्तुओं में वर्गीकृत किया गया है।

- (क) **टिकाऊ माल (Durable goods):** जिन सामानों को बार-बार खरीदने की जरूरत नहीं होती है क्योंकि वे लंबे समय तक चलने के लिए बने होते हैं, टिकाऊ सामान कहलाते हैं।
- (ख) **सेमी-ड्यूरैबल कंज्यूमर गुड्स (Semi durable goods):** वे सामान जो बहुत लंबे समय तक नहीं चलते उन्हें सेमी-ड्यूरैबल गुड्स कहा जाता है। उदाहरण के लिए, कपड़े, फर्नीचर, जूते, आभूषण, घर का सामान आदि।
- (ग) **नॉन-ड्यूरैबल कंज्यूमर गुड्स (Non durable goods):** वे सामान जो तत्काल खपत के लिए होते हैं और प्रकृति में खराब होते हैं, उन्हें नॉनड्यूरल गुड्स कहा जाता है। उदाहरण के लिए, सब्जियां, फल, दूध, रोटी, आदि।

**औद्योगिक वस्तुएँ:** – एक खुदरा संगठन व्यापार में आगे उत्पादन या उपयोग के लिए सामान खरीदता है, इन्हें औद्योगिक माल कहा जाता है। औद्योगिक सामान अंतिम उपभोग के लिए नहीं हैं, बल्कि उद्योगों या फर्मों द्वारा तैयार माल के उत्पादन के लिए उपयोग किए जाने वाले घटक हैं। इन्हें तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है- सामग्री और पुर्जे, पूँजी। आइटम, आपूर्ति और औद्योगिक सेवाएँ।



- (क) **सामग्री और भागों (Material and Parts):** यह औद्योगिक उत्पादन की बुनियादी इकाई है। इसका उपयोग तैयार माल के उत्पादन के लिए किया जाता है।
- (ख) **कैपिटल गुड्स (Capital goods):-** कैपिटल गुड्स किसी संगठन के कामकाज को सुचारू बनाते हैं। उदाहरण के लिए, कार्यालय सामान।
- (ग) **आपूर्ति :** आपूर्ति दिन-प्रतिदिन के ऑपरेशन से मिलती है लेकिन तैयार उत्पाद का हिस्सा नहीं बनती।
- (घ) **औद्योगिक सेवाएँ (Industrial services):** औद्योगिक सेवाओं का उपयोग व्यवसाय को सुचारू रूप से चलाने में किया जाता है। औद्योगिक सेवाएँ आंतरिक और बाह्य रूप से उपलब्ध हो सकती हैं, जैसे रखरखाव सेवाएँ, मरम्मत सेवाएँ, मशीनरी मरम्मत और व्यावसायिक सलाहकार सेवाएँ।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ उपयोगिताओं का समूह है, जो स्वाभाविक रूप से उपयोगी और अपेक्षाकृत दुर्लभ मूर्त वस्तु हैं।
2. जो वस्तुएँ दुर्लभ होती हैं उन्हें \_\_\_\_\_ वस्तुएँ कहा जाता है।
3. वस्तुएँ दो प्रकार की होती हैं, उपभोक्ता और \_\_\_\_\_।
4. सुविधाजनक वस्तुओं को स्टेपल गुड्स और में वर्गीकृत किया जा सकता है \_\_\_\_\_ चीज़ें।

5. खुदरा संगठन आगे \_\_\_\_\_ या व्यवसाय में उपयोग के लिए सामान खरीदता है।
6. जो वस्तुएँ अद्वितीय और विशेष होती हैं उन्हें \_\_\_\_\_ उपभोक्ता वस्तुएँ कहा जाता है।

## ख. बहुविकल्पीय प्रश्न

1. माल का अर्थ है मूर्त वस्तु, जैसे
 

क) लेख	ख) वस्तु
ग) सामग्री	घ) सभी (क), (ख) और (ग)
2. उपभोक्ता वस्तुओं से तात्पर्य उन वस्तुओं से है जो अंतिम उपभोग के लिए होती हैं
 

क) थोक व्यापारी	ख) उपभोक्ता
ग) निर्माता	घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
3. औद्योगिक वस्तुओं में शामिल हैं
 

ए) सामग्री और भाग	ख) पूंजीगत वस्तुएं
ग) आपूर्ति	घ) सभी (क), (ख) और (ग)
4. औद्योगिक सेवाओं में शामिल हैं
 

ए) रखरखाव सेवाएँ	ख) मरम्मत सेवाएँ
ग) मशीनरी मरम्मत और व्यापार सलाहकार सेवाएं	घ) सभी (क), (ख) और (ग)।

## ग. निम्नलिखित सही हैं या गलत

1. वस्तु का अर्थ अमूर्त वस्तु से है।
2. उपभोक्ता और औद्योगिक सामान के प्रकार हैं।
3. सुविधाजनक सामान का अर्थ है तेजी से बिकने वाले उपभोक्ता उत्पाद।
4. जिन वस्तुओं का जीवनकाल एवं उपयोग लम्बा नहीं होता, उन्हें क्या कहा जाता है? टिकाऊ वस्तुएं।
5. कपड़े अर्ध-टिकाऊ उपभोक्ता वस्तुएँ नहीं हैं।
6. पूंजीगत वस्तुओं में कार्यालय सहायक उपकरण शामिल होते हैं।

## घ. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. वस्तुएँ अपेक्षाकृत दुर्लभ मूर्त वस्तु हैं। क्यों?
2. उपभोक्ता वस्तुएँ कितने प्रकार की होती हैं?
3. मुख्य सुविधा उपभोक्ता वस्तुओं से आप क्या समझते हैं?
4. अर्ध-टिकाऊ सामान क्या हैं?
5. शॉपिंग सामान क्या हैं?

## ड. दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. औद्योगिक सेवाएँ व्यवसाय को सुचारू रूप से चलाने में मदद करती हैं। समझाएँ?
2. औद्योगिक के महत्वपूर्ण घटक कौन से हैं? व्याख्या करना।
3. विशिष्ट उपभोक्ता वस्तुओं की व्याख्या करें?
4. वस्तुओं को परिभाषित करें तथा विभिन्न प्रकार की वस्तुओं की व्याख्या भी करें?
5. आवेग वाली वस्तुएँ बिना माँगी गई वस्तुओं से किस प्रकार भिन्न हैं?



## सत्र 2: भंडार तक भंडारण प्राप्त करने और भेजने की प्रक्रिया

प्रत्येक खुदरा स्टोर में सामान प्राप्त करने के लिए एक प्राप्ति क्षेत्र होना चाहिए। जब सामान खुदरा स्टोर के पिछले कार्यालय में पहुंचता है, तो उन्हें कंटेनर, कार्टन, बक्से या अन्य में पैक किया जा सकता है, जबकि कुछ सामान हैंगर और पैलेट पर हो सकते हैं।



सामान प्राप्त करना बहुत सावधानी से और शीघ्रता से किया जाना चाहिए। एक खुदरा स्टोर संचालन सहायक के पास सामान को सावधानीपूर्वक संभालने के लिए संख्यात्मक कौशल होना चाहिए। उसे माल प्राप्त करने और भेजने के गलत रिकॉर्ड के परिणामों को जानना चाहिए।

खुदरा बिक्री का मुख्य कार्य आपूर्तिकर्ता से माल प्राप्त करना है। एक खुदरा स्टोर संचालन सहायक को अन्य कर्मचारियों के साथ खुदरा स्टोर द्वारा अपनाई जाने वाली प्राप्त करने की मानक प्रक्रिया का पालन करना चाहिए।

सामान प्राप्त करने की प्रक्रिया हर दुकान में अलग-अलग हो सकती है और उत्पाद की प्रकृति के साथ भी भिन्न हो सकती है।

**नीचे खुदरा स्टोर के प्राप्तकर्ता अनुभाग के कुछ व्यापक कार्यों पर चर्चा की गई है:**

- आने वाली सामग्री प्राप्त करें
- प्राप्त सामग्री की भौतिक जाँच करें



- शीघ्र एवं उचित निरीक्षण की व्यवस्था करें
- माल आवक नोट बनाएँ
- उपयोगकर्ता विभागों को उनके द्वारा आवश्यक सामग्रियों की उपलब्धता या अनुपलब्धता के बारे में सूचित करें
- अधिक आपूर्ति, कमी या दोषपूर्ण आपूर्ति के संबंध में खरीद अनुभाग को सूचित करें
- भंडारण के लिए सामग्री को उचित स्थानों पर पहुंचाएं
- रिकॉर्ड रखने की तैयारी करें



## माल प्राप्त करने के लिए आवश्यक प्रक्रिया

- माल प्राप्त करने के लिए आवश्यक प्रक्रिया में निम्नलिखित चरण शामिल हैं:
- खुदरा स्टोर के लिए माल की पहचान करना।
- खुदरा स्टोर के लिए ऑर्डर किए गए सामान की जाँच करना।
- माल के प्रेषण की पुष्टि करना।
- ऑर्डर और चालान के साथ माल प्राप्त करना।
- माल की मात्रा की जाँच, माल और कंटेनर की गुणवत्ता के बारे में विवरण।
- चालान पर हस्ताक्षर करने से पहले माल की पूरी तरह से जाँच।
- माल प्राप्त करने की प्रक्रिया के लिए मानक प्रावधान का पालन करना।
- इनवॉइस के खिलाफ प्राप्त माल को सही तरीके से टिक करना और सेल फ़्लोर पर उनकी तत्काल नियुक्ति।
- जल्द से जल्द संभव वितरण के लिए पूर्व-बेच सामान आवंटित करना।
- लदान / चालान के बिल में उल्लिखित मात्रा से मिलान करने के लिए डिब्बों की संख्या की पुष्टि करना।
- टूटी सील, लीक या आँसू सहित क्षति के संकेतों के लिए कंटेनरों की जाँच करना।
- प्राप्त माल के वजन की पुष्टि करना।

- माल के अनुसार वितरण पर्ची को चिह्नित करना।
- क्षतिग्रस्त या गलत माल के बारे में आपूर्तिकर्ता को अस्वीकार करना और सूचित करना।
- क्षतिग्रस्त माल की मरम्मत या बदलने की व्यवस्था करना।



## माल भेजने के लिए आवश्यक प्रक्रिया

स्टोर संचालन सहायक को स्टोर फ्लोर पर सामान भेजने की एक प्रक्रिया का पालन करना होता है। स्टोर सहायक को चाहिए:

- कागजी कार्रवाई से सावधान रहें।
- सुनिश्चित करें कि सही माल भेजा जाए।
- स्टोर फ्लोर पर मात्रा, विवरण और गुणवत्ता के मामले में सामानों को सही तरीके से भेजना।
- क्षतिग्रस्त उत्पादों को स्टोर फ्लोर पर भेजने से बचें।
- उत्पादों को भेजते समय सही पैकेजिंग सुनिश्चित करें।
- डिस्पैचिंग स्टाफ के बीच विश्वास पैदा करें और यह सुनिश्चित करें कि वे उत्पादों तक पहुंचने के लिए उपकरणों को सही ढंग से संभालें।
- दैनिक रिकॉर्ड किए गए माल को भेज दिया और उच्च प्राधिकरण को सूचित किया।
- सबूतों के साथ पूरे कागजी कार्रवाई को सही ढंग से बनाए रखें।

यह सुनिश्चित करना स्टोर कार्यकारी की ज़िम्मेदारी है कि स्टोर संचालन सहायक प्राप्त करने और भेजने की औपचारिकताओं का ध्यान रखे। सामान प्राप्त करने में अपनाई जाने वाली प्रक्रिया हर दुकान में अलग-अलग होती है।



## वितरित माल के प्रकार के संबंध में इनकार प्रक्रिया

जब सामान डिलीवरी के लिए आता है, तो वह सभी पहलुओं में सही होना चाहिए जैसे सील टूटी नहीं होनी चाहिए, और कंटेनर फटा या लीक नहीं होना चाहिए। यदि डिलीवरी कर्मचारी जल्दी में है और इंतजार नहीं कर सकता है, तो उसे लिखना चाहिए 'अनियंत्रित' और हस्ताक्षर करने चाहिए। यदि पैकेज क्षतिग्रस्त दिखता है तो कार्यपालिका दो प्रकार से व्यवहार कर सकती है:-

1. उत्पाद लेने से इंकार करना।
2. उत्पाद स्वीकार करें, डिलीवरी एक्जीक्यूटिव को क्षतिग्रस्त सामान के बारे में अवगत कराएं और डिलीवरी कागजी कार्रवाई पर क्षतिग्रस्त लिखकर डिलीवरी नोट पर हस्ताक्षर करें।

दोनों ही तरीकों में रिटेलर को सप्लायर को फोन कर नुकसान की जानकारी देनी चाहिए। खुदरा विक्रेता को क्षतिग्रस्त सामान की डिलीवरी पर एक रिपोर्ट भी बनानी चाहिए और एक प्रति आपूर्तिकर्ता को भेजनी चाहिए और दूसरी प्रति व्यक्तिगत रिकॉर्ड के लिए रखनी चाहिए। खुदरा विक्रेता आपूर्तिकर्ता को तुरंत फोन कॉल के माध्यम से भी सूचित कर सकता है।

यदि आपूर्तिकर्ता उत्पादों को बदलने के लिए तैयार है, तो डिलीवरी कार्यकारी को इसके बारे में सूचित करें, क्योंकि सामान की डिलीवरी और ग्राहकों की संतुष्टि से संबंधित सभी समस्याओं को हल करना आपूर्तिकर्ता की जिम्मेदारी है।

**स्टोर रिटर्न की समस्या को कम करने के लिए कुछ सरल कदम इस प्रकार हैं।**

- **हमेशा रिटेलर की वापसी नीति की जाँच करें:-** ऑनलाइन खरीदारी करते समय रिटेलर की पॉलिसी की जाँच करना महत्वपूर्ण है।
- **रसीदों पर टैग रखें:-** खरीद की रसीद संलग्न करें और यह सुनिश्चित करने तक कोई टैग न हटाएं कि आप इसे रखने जा रहे हैं।
- **रिटर्न के लिए तैयार:-** रिटेलर को माल के लिए रिटर्न अनुरोध प्राप्त करने के लिए तैयार रहना चाहिए और इसके लिए आवश्यक व्यवस्था करनी चाहिए।
- **भावना को समझें:-** बिक्री लोगों के साथ बातचीत करें।
- **माल वापस करने में देरी:-** कई खुदरा विक्रेताओं के पास रिटर्न लेने के लिए एक निश्चित समय अवधि होती है, जब खरीदारी होती है।



4. \_\_\_\_\_ के लिए/ कंटेनरों की जाँच करें।  
क) रिसाव, टूट-फूट, टूटी सीटों सहित क्षति      ख) बिक्री मंजिल पर प्राप्त करना  
ग) पैकिंग का समय      घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
5. क्षतिग्रस्त या गलत सामान \_\_\_\_\_ हैं।  
क) ठीक से पैक नहीं किया गया      ख) ठीक से पैक किया गया  
ग) कम दाम में मिल गया      घ) सभी (क) , (ख)और (ग)

### सी. बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

- विक्रय तल पर रखने से पहले माल पर सही ढंग से लेबल नहीं लगाया जाता है।
- माल को वास्तविक मात्रा, सही विवरण और उल्लिखित गुणवत्ता के साथ स्टोर फ्लोर पर सही ढंग से भेजा जाना चाहिए।
- पहले से बेचे गए सामान को जल्द से जल्द डिलीवरी के लिए आवंटित किया जाता है।
- प्राप्त माल का वजन सत्यापित करना आवश्यक नहीं है।
- यह पुष्टि करना महत्वपूर्ण है कि कार्टन की संख्या लदान बिल में उल्लिखित मात्रा से मेल खाती है या नहीं।

### डी. लघु उत्तरीय प्रश्न

- एक स्टोर संचालन सहायक क्षतिग्रस्त सामान से कैसे निपटता है?
- 'खुदरा विक्रेता'की वापसी नीति से आप क्या समझते हैं?
- उत्पाद की कमी या अधिक आपूर्ति के बारे में पर्यवेक्षक को रिपोर्ट करना महत्वपूर्ण है? क्यों?
- माल प्राप्त करने की प्रक्रिया समझाइये।





## सत्र 3: खुदरा परिचालन में माल का भंडारण

### भंडारण का अर्थ

उत्पादन और माल की अंतिम खपत के बीच एक अंतर है। भंडारण खुदरा बिक्री का मूल कार्य है जिसमें उत्पादन से लेकर अंतिम बिक्री तक माल रखना शामिल है। भंडारण का अर्थ है उपभोक्ता द्वारा आवश्यक अंतिम उपभोग तक उसके सभी वास्तविक गुणों और गुणों को बनाए रखने के लिए सामानों की उचित व्यवस्था।



### भंडारण की क्या आवश्यकता

भंडारण एक खुदरा संगठन में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। भंडारण के कुछ कारण हैं:

- आज का समय प्रतिस्पर्धी है हर ग्राहक विभिन्न प्रकार के सामानों द्वारा अपनी जरूरतों को पूरा करना चाहता है। इसलिए, प्रत्येक खुदरा विक्रेता को माल की पर्याप्त व्यवस्था पर ध्यान देना चाहिए।
- कई उत्पादों या वस्तुओं का नियमित रूप से सेवन किया जाता है, लेकिन कई उत्पाद मौसमी आधार पर उत्पादित होते हैं। इस तरह के उत्पादों या वस्तुओं के लिए खुदरा विक्रेता को सावधान रहना चाहिए और पूरे साल के लिए कमोडिटी को स्टोर करना चाहिए।
- कुछ उत्पादों या वस्तुओं का उत्पादन नियमित रूप से किया जाता है, लेकिन मौसम के अनुसार इनका सेवन किया जाता है। ऐसी हालत में रिटेलर को उत्पाद आसानी से मिल सकता है और माल को स्टोर करने की आवश्यकता नहीं है।
- कई उत्पादों या वस्तुओं को अतिरिक्त देखभाल की आवश्यकता होती है। जैसे दवाओं का भंडारण।

- कच्चे माल का भंडारण ऐसी जगह किया जाना चाहिए जहाँ से उत्पाद आसानी से मिल सकें। बिना रुके निरंतर उत्पादन को सक्षम करने के लिए कच्चे माल को संग्रहित किया जाना है।
- वस्तुओं की माँग माल की माँग के अनुसार बदलती रहती है।

## वस्तुओं के भंडारण की तकनीक

दुकानदार या स्टोर संचालन सहायक द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न तकनीकें इस प्रकार हैं:

1. **शेल्विंग और रैकिंग (Shelving and Racking)**- खुदरा स्टोर की आवश्यकता के अनुसार शेल्विंग और रैकिंग की जानी चाहिए। सुनिश्चित करें कि-

1. अलमारियाँ और रैक समतल रहे। खुदरा विक्रेता अलमारियों और रैकों को स्थापित करते समय निर्माताओं द्वारा दिए गए निर्देशों का पालन करता है।
2. अलमारियाँ और रैकिंग दिवार से सटी हो।
3. खुदरा विक्रेता दुर्घटनाओं से बचने के लिए भंडारण विभाग में सामान का भंडारण करते समय सुरक्षा सीढ़ी प्रदान करता है।
4. खुदरा कर्मचारियों की आवाजाही के लिए पर्याप्त जगह होनी चाहिए। अलमारियों और रैक से सामान उपकरण का उपयोग किया जाता है।
5. व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण का उपयोग किया जाता है।
6. सामान तार्किक रूप में रखा जाता है। उदाहरण के लिए, सबसे भारी उत्पाद को सबसे नीचे रखें।
7. आम सामान या वस्तुएँ आसानी से उपलब्ध है।



2. **पैलेट्स (Pallets)**- यदि पैलेट्स का उपयोग रैकिंग इकाइयों के साथ किया जाता है तो क्षतिग्रस्त या बुरी तरह से निर्मित पैलेटों का उपयोग नहीं करना चाहिए जो माल का भार सहन नहीं कर सकता है।

- सामग्री के लिए अनुपयुक्त पैलेट का उपयोग करे।
- पैलेटों पर सामग्री की खराब हैंडलिंग।

3. खतरनाक या खतरनाक सामानों का भंडारण खतरनाक सामानों के भंडारण के लिए विशेष देखभाल और ध्यान देने की जरूरत है। एक खुदरा विक्रेता को चाहिए-

खतरनाक या खतरनाक सामानों का भंडारण करते समय निर्माता द्वारा दिए गए सुरक्षा छाता शीट पर दिए गए निर्देशों का पालन करें। खतरनाक पदार्थों की सीमित मात्रा ही रखें। असंगत पदार्थों को अलग रखें। कंटेनर से खतरनाक पदार्थों के रिसाव को रोके।

- कंटेनर से किसी तरह के रिसाव या छलकाव की नियमित जाँच करें।
- सुनिश्चित करें कि कर्मचारी खतरनाक पदार्थों को संभालते समय व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण पहनें।



4. खुदरा स्टोर में भोजन को सुरक्षित रूप से संग्रहित करना-खाद्य और खानपान खुदरा व्यवसाय यह सुनिश्चित करते हैं की भोजन सुरक्षित रूप से संग्रहित किया जाता है। फुटकर दुकान खाद्य पदार्थों के सुरक्षित भंडारण के लिए स्टोर संचालन सहायक द्वारा निम्नलिखित कदम उठाए जाने चाहिए-

- सभी भंडारण क्षेत्रों में तापमान नियंत्रित करें।
- सूखे भोजन को अलग-अलग जगह पर रखें।
- समाप्ति तिथियों की जाँच करें।
- सुनिश्चित करें, भंडारण क्षेत्र साफ हो।
- रेफ्रिजरेटर को ओवरलोड न करें।



- खाद्य पैकेजिंग पर भंडारण निर्देशों का पालन करें।
5. वस्तुओं और सामग्रियों का सुरक्षित भंडारण-वस्तुओं और सामग्रियों का सुरक्षित रूप से संग्रहित किया जाना चाहिए। एक स्टोर संचालन सहायक को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि-
- सभी निकास मार्गों को चिह्नित किया गया हो।  
आग के जोखिम को कम करने के लिए निकास मार्गों को साफ रखा जाता है। निकास मार्ग के पास अग्निक्षमक थे होना चाहिए।  
ज्वलनशील वस्तुओं को ज्वलन के स्रोत, जैसे हीटर के पास संग्रहित न किया जाये।  
खतरनाक पदार्थ, जैसे-रसायन, उचित रूप से संग्रहित किए जाते हैं।
  - फिसलने से बचने के लिए सभी छलकाव साफ कर दिए जाये।
  - खुदरा स्टोर में बिखरे हुए सामान को साफ करने के लिए पर्याप्त उपकरण होने चाहिए।  
सामग्री के भंडारण या स्थानांतरण के लिए उनके स्टाफ सदस्यों को व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण प्रदान किए जाये।

## अपनी प्रगति जाँचें

### रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ उत्पादों को सही परिस्थितियों में सुरक्षित रखना और उनकी बर्बादी को कम करना आवश्यक है।
2. \_\_\_\_\_ संगठन में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
3. बिना रुके निरंतर उत्पादन को सक्षम करने के लिए \_\_\_\_\_ सामग्री का भंडारण करना पड़ता है।
4. बाजार में \_\_\_\_\_ और माल की आपूर्ति को समायोजित करने के लिए भंडारण की आवश्यकता होती है।





2. भंडारण का अर्थ है उत्पादन और उपभोग के बीच समय का अंतर।
3. भंडारण समय और स्थान दोनों उपयोगिताओं का निर्माण करता है।
4. शेल्फिंग और रैकिंग सामान रखने के लिए उपयुक्त होनी चाहिए।
5. प्रयुक्त सामग्री को भंडारण क्षेत्रों में वापस नहीं ले जाया जाना चाहिए।

### ई. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. उत्पादों की सुरक्षा और बर्बादी को कम करने में भंडारण कै से महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है?
2. भण्डारण की क्या आवश्यकता है?
3. पैलेट से आप क्या समझते हैं?
4. सामान संभालते समय व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण का उपयोग करना आवश्यक है। क्यों?
5. खतरनाक उत्पादों को संभालते और संग्रहीत करते समय खुदरा विक्रेता को किन बातों को ध्यान में रखना चाहिए?

## सत्र 4: सामान सौंपने की प्रक्रिया

सामान को अधिक सावधानी से संभाला जाता है, खासकर जब भारी पैकेजों के माध्यम से प्राप्त किया गया माल संभालना है।

किसी भी रूप में माल या वस्तुओं को ले जाने, पैक करने और भंडारण करने की प्रक्रिया खुदरा व्यापार की उत्पादकता निर्धारित करने में मदद करती है।



किसी भी अन्य ऑपरेशन की तुलना में माल प्रबंधन में अत्यधिक श्रम लगता है। इसलिए, माल की हैंडलिंग की लागत भी अधिक है

### माल के प्रभावी प्रबंधन के लाभ:

- इकाई सामग्री प्रबंधन लागत को कम करता है।
- विनिर्माण समय कम कर देता है।
- काम करने और सामग्रियों की आवाजाही में सुरक्षा में सुधार होता है।
- कम अस्वीकरण प्रदान करता है।
- भंडारण की कम आवश्यकता पड़ती है।

खुदरा में सामग्री ले जाना

जब सामग्री खुदरा स्टोर पर प्राप्त होती है तो उसे अपने संबंधित स्थान पर ले जाना पड़ता है। सामग्री के इस स्थानांतरण को रिटेल में सामग्री स्थानांतरण कहा जाता है।



## सामग्री प्रबंधन गतिविधियों के प्रकार:-

खुदरा स्टोर में सामग्री प्रबंधन का प्राथमिक उद्देश्य ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार सामान को छांटना है। मूल रूप से तीन प्रबंधन गतिविधियाँ हैं - प्राप्त करना, भंडारण प्रबंधन और शिपिंग।

- (क) **प्राप्त करना:** जब सामग्री स्टोर तक पहुंचती है, तो इसे खुदरा स्टोर संचालन सहायक द्वारा प्राप्त किया जाता है। स्टोर संचालन सहायक का मूल कर्तव्य ट्रक या परिवहन वाहन से सामान उतारना है। अनलोडिंग आमतौर पर मैनुअल रूप से की जाती है।
- (ख) **इन-स्टोर हैंडलिंग:** सामग्री हैंडलिंग के विभिन्न तरीके हैं। मैनुअल हैंडलिंग सामग्री को ले जाने और स्थानांतरित करने की प्रक्रियाओं में से एक है। सुरक्षा सामग्री प्रबंधन का एक बहुत ही महत्वपूर्ण पहलू है। उपयोग किए जाने वाले उपकरण इतने बड़े होने चाहिए कि परिवहन की जाने वाली सामग्री को सुरक्षित रूप से संभाल सकें। प्रबंधन की समस्याओं से बचने के लिए श्रमिकों की क्षमताओं का आकलन किया जाना चाहिए और फिर उसी के अनुसार कार्य सौंपा जाना चाहिए।
- (ग) **शिपिंग:** शिपिंग में परिवहन वाहनों पर ऑर्डर की जाँच करना और लोड करना शामिल है। प्राप्त करने की तरह, अधिकांश प्रणालियों में शिपिंग मैनुअल रूप से की जाती है।

## श्रमिकों के लिए विभिन्न संभावित खतरे

कार्यस्थल और आम से जुड़े विभिन्न खतरे हैं

खुदरा गतिविधियाँ जो चोट का कारण बन सकती हैं, जैसे सामान का गिरना, अनुचित उपकरणों और सामग्री का उपयोग इसके अलावा कुछ संभावित चोटें भी हैं जो सामग्री को मैनुअल रूप से संभालते समय हो सकती हैं, जो इस प्रकार हैं:



- फैक्चर
- कट







## इकाई -3 रिटेल स्टोर्स में भंडारण का स्तर

### सत्र 1: खुदरा स्टोर में भंडारण का स्तर

#### भंडारण

भंडारण लेवल एक रिटेल स्टोर पर अधिक और कम भंडारण से बचने के लिए सामग्रियों के प्रभावी नियंत्रण के लिए आवश्यक भंडारण का विभिन्न स्तर है।



#### भंडारण स्तर के प्रकार

मुख्य रूप से चार प्रकार के भंडारण स्तर हैं।

1. **न्यूनतम भंडारण स्तर:** यह ग्राहकों के असंतोष से बचने के लिए खुदरा द्वारा बनाए जाने वाले सामानों का न्यूनतम स्तर होना चाहिए।
2. **अधिकतम भंडारण स्तर:** यह माल का अधिकतम स्तर है जो खुदरा स्टोर द्वारा बनाए रखा जाता है। भंडारण के अधिकतम स्तर से परे, रिटेलर को अधिक माल का आदेश नहीं देना चाहिए, क्योंकि इससे वहन लागत में वृद्धि हो सकती है।

3. **री-ऑर्डर स्तर:** जब सामान की मात्रा एक निश्चित स्तर तक पहुंच जाती है तो नए उत्पादों की खरीद के लिए एक ताजा ऑर्डर भेजा जाता है। खुदरा विक्रेता माल को न्यूनतम स्तर तक पहुंचने से पहले एक आदेश देता है।
4. **खतरे का स्तर:** यदि भंडारण खतरे के स्तर को छूता है, तो भंडारण को बनाए रखने के लिए तत्काल कार्यवाही की जानी चाहिए, भले ही आवश्यक वस्तुओं की व्यवस्था करने में अतिरिक्त लागत आए।

## स्टॉकिंग के तहत

जब भंडारण न्यूनतम स्तर से नीचे चला जाता है तो उसे स्टॉकिंग कहा जाता है।

## स्टॉकिंग

जब भंडारण अधिकतम भंडारण स्तर को पार करता है तो इसे स्टॉकिंग कहा जाता है।

## भंडारण का स्तर जाँचने की प्रक्रिया:-

विभिन्न तरीकों का उपयोग करके इसे जाँचा जा सकता है: -

- (क) **भंडारण लेज़र:** भंडारण लेज़र भंडारण और इन्वेंट्री के भंडारण और राशि की जानकारी रखता है। यह विक्रेता मूल्य निर्धारण, बिक्री और मुनाफे के प्रतिशत की गणना करने में भी मदद करता है।
- (ख) **बिन कार्ड:** इसका उपयोग वस्तुओं की संख्या पर नज़र रखने के लिए किया जाता है।
- (ग) **कम्प्यूटरीकृत:** कम्प्यूटरीकृत भंडारण चेकिंग सिस्टम का उपयोग उन व्यवसायों द्वारा किया जाता है जो उपलब्ध भंडारण की लगातार अद्यतन सूची चाहते हैं।

**खुदरा क्षेत्र में भंडारण स्तर के प्रबंधन की आवश्यकता -** खुदरा क्षेत्र में भंडारण का स्तर बनाए रखने की आवश्यकता निम्न कारणों से उत्पन्न होती है: -



1. यह मौजूदा भंडारण स्तरों, ऑर्डर किए गए आइटम और उत्पादों के साथ-साथ पहले से ही बेची गई चीजों को प्रबंधित करने में मदद करता है।
2. यह ग्राहकों की मांग को पूरा करने के लिए उत्पादों की निरंतर आपूर्ति प्रदान करता है।
3. यह ग्राहक प्रतिधारण की अनुमति देता है।
4. ग्राहक भंडारण स्तरों को संभालकर वफादार ग्राहकों में परिवर्तित होते हैं।

## अपनी प्रगति जाँचें

### रिक्तस्थान भरें:-

1. उत्पाद बनाने, सेवाएँ प्रदान करने और व्यवसाय चलाने के लिए उपयोग की जाने वाली हर चीज़ \_\_\_\_\_ का हिस्सा है।
2. \_\_\_\_\_ स्तर ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए उत्पादों की एक स्थिर आपूर्ति प्रदान करता है।

### बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

1. पुनर्क्रमण स्तर न्यूनतम स्तर और अधिकतम स्तर के बीच होता है।
2. भंडारण स्तर को इन्वेंट्री नियंत्रण भी कहा जाता है।
3. किसी स्टोर में वस्तुओं की कमी ग्राहकों को कहीं और देखने के लिए मजबूर करती है।

### अपना प्रदर्शन जाँचें:-

- प्रश्न 1. भंडारण की परिभाषा लिखें।
- प्रश्न 2. भंडारण स्तर के प्रकार क्या हैं?
- प्रश्न 3. स्टॉकिंग के तहत क्या है?
- प्रश्न 4. भंडारण का स्तर कैसे जाँचें?
- प्रश्न 5. खुदरा क्षेत्र में भंडारण स्तर के प्रबंधन की आवश्यकता बताइए।



## सत्र 2: भंडारण हैंडलिंग के लिए आवश्यक दस्तावेज

### भंडारण कैरेक्टर

जो भंडारण प्राप्त करते समय अनलोडिंग प्रक्रिया शुरू करने से पहले एक स्टोर मैनेजर को पता होना चाहिए। अनलोडिंग प्रक्रिया शुरू करने से पहले, खुदरा स्टोर प्रबंधक को भंडारण विशेषताओं के बारे में पता होना चाहिए। एक रिटेलर को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि: –

1. खुदरा स्टोर की आवश्यकताओं के अनुसार भंडारण को क्रमबद्ध किया जाता है।
2. भंडारण खुदरा स्टोर की प्रक्रियाओं के अनुसार दर्ज किया गया है।
3. भंडारण को आवश्यक दस्तावेज के अनुसार जाँचा जाता है।
4. रिटेल स्टोर प्रक्रियाओं के अनुसार प्राप्त और चालान/ऑर्डर किए गए वास्तविक भंडारण के बीच अंतर की पहचान और रिपोर्ट की जाती है।
5. प्रासंगिक दस्तावेज खुदरा स्टोर प्रक्रियाओं के अनुसार पूरा हो गया है।
6. भंडारण स्तर प्राप्त करने और बनाए रखने के लिए खुदरा संगठन प्रणाली उपयुक्त होनी चाहिए।
7. आवश्यकता पड़ने पर सामान उपलब्ध होना चाहिए।

### भंडारण हैंडलिंग के लिए आवश्यक दस्तावेज

भंडारण संभालते समय आमतौर पर निम्नलिखित दस्तावेज तैयार किए जाते हैं-

1. **डिलीवरी नोट (Delivery Note)**- आमतौर पर डिलीवरी के समय सामान के साथ एक डिलीवरी नोट दिया जाता है। यह बताता है कि आपूर्तिकर्ता ने वास्तव में स्टोर पर क्या पहुँचाया है, डिलीवरी नोट से चेक किया जाता है।
2. **चालान (Invoice)**- चालान एक कानूनी दस्तावेज है जिसका उपयोग ग्राहक को माल भेजने और वितरित करने के समय किया जाता है। चालान में सामान के बारे में सारी जानकारी, जैसे-सामान की मात्रा और प्रकृति शामिल होती है। चालान एक बहुत ही महत्वपूर्ण दस्तावेज है, क्योंकि इसका उपयोग प्राप्तकर्ता कंपनी को बिल देने के लिए किया जाता है।
3. **प्रेषण/कंसाइनमेंट नोट (Consignment Note)**- कंसाइनमेंट नोट का उपयोग तब किया जाता है जब डिलीवरी किसी निजी वाहक को होती है। यह दिखाता है कि कौन-सा सामान डिलीवरी के लिए वाहक द्वारा जारी किया गया है।

4. **आंतरिक पैकिंग नोट (Internal Packing Note)-** आंतरिक पैकिंग नोट का उपयोग वितरित भंडारण का अधिक विवरण देने के लिए किया जाता है। यह बाहरी कंटेनरों, जैसे-बैग, कार्टन, ड्रम, बक्से और पैलेट का विवरण देता है। इसमें मात्रा, प्रकार, आकार, विशिष्टताएँ, रंग आदि की विशिष्ट जानकारी होनी चाहिए।
5. **इलेक्ट्रॉनिक डेटा सिस्टम (Electronic Data System)** कई खुदरा विक्रेता खेप या सामान प्राप्त करने के लिए एक विशेष कम्प्यूटर का उपयोग करते हैं, इसे स्वचालित सिस्टम कहा जाता है। स्वचालित प्रणालियाँ कागजी काम को कम करती है और छवि की जाँच और जानकारी स्थानांतरित करने में बहुत तेज होती है।

### एक स्वचालित प्रणाली की मुख्य विशेषताएँ

1. कंसाइनमेंट नोट कम्प्यूटर के माध्यम से भेजी गई डिलीवरी का प्रमाण है।
2. कंसाइनमेंट नोट में बारकोड होते हैं।
3. बारकोडिंग डिलीवरी लेबल।
4. शीघ्र मूल्य निर्धारण।





## भंडारण के स्तर की जाँच करने की प्रक्रिया (Procedure for Checking Stock Levels)

रिटेल स्टोर में विभिन्न वस्तुओं के भंडारण लेवल चेक करने की प्रक्रिया में यदि किसी भिन्नता या समस्या की पहचान हो जाती है तो स्टोर संचालन सहायक को सक्षम प्राधिकारी को सूचित किया जाना चाहिए जहाँ किसी भी भिन्नता या समस्या की पहचान की जाती है। कार्यस्थल प्रक्रियाओं की जाँच करें जो इस स्थिति पर लागू होती है।

**इसमें निम्नलिखित विकल्प शामिल हैं-**

1. प्रतिस्थाप
2. क्रेडिट
3. निपटान और क्रेडिट
- 4 "सैकंड" के रूप में बेचना
5. मरम्मत करना और आपूर्तिकर्ता को चार्ज लगाना
6. सप्लायर को रिटर्न करना

### एस की विशेषताएँ:-

**एस-ऑटोमेटेड सिस्टम की विशेषताएँ हैं: -**

1. खेप नोट एक कंप्यूटर के माध्यम से भेजे गए डिलीवरी का प्रमाण है।
2. कंसाइनमेंट नोट में बारकोड होता है।
3. बार कोडेड डिलीवरी लेबल।

### भंडारण प्राप्त करते समय क्षतिग्रस्त वस्तुओं के विचलन की रिपोर्ट

जब एक डिलीवरी गलत या क्षतिग्रस्त हो, तो एक क्षति या कमी रिपोर्ट को पूरा किया जाना चाहिए। यह भी शामिल हो:-

1. जिस तारीख को क्षतिग्रस्त माल प्राप्त हुआ था।
2. सामान डिलीवरी के दौरान होने वाली कमी।

3. क्या माल निर्धारित समय पर पहुंचने में विफल रहा।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. भंडारण को पोर्टेबल इलेक्ट्रॉनिक \_\_\_\_\_ डिवाइस का उपयोग करके या मैनुअल गिनती द्वारा जाँचा जा सकता है।
2. प्राप्त माल की जाँच में बताई गई मात्रा और विवरण के अनुसार \_\_\_\_\_ की जाती है।
3. \_\_\_\_\_ नोट में यह सूची बद्ध है कि निजी वाहक के माध्यम से क्या भेजा जाता है।
4. कई खुदरा विक्रेता आज सामान प्राप्त करने के लिए विशेष \_\_\_\_\_ का उपयोग करते हैं

### बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

1. चालान सामान्यतः माल के भार के साथ भेजे जाते हैं।
2. अधिक परिष्कृत इलेक्ट्रॉनिक प्रणालियों में एक स्वचालित पुनःव्यवस्थित फ़ंक्शन भी शामिल हो सकता है।

### प्रश्न

1. सामान संभालने में दस्तावेज़ीकरण क्यों आवश्यक है?
2. दस्तावेज़ीकरण करते समय किन तत्वों पर विचार किया जाना चाहिए?
3. भंडारण स्तर की जाँच करने की प्रक्रिया क्या है?
4. माल प्रबंधन में प्रमुख दस्तावेज़ क्या हैं?



## सत्र 3: भंडारण स्थान की रिपोर्टिंग

### फ्लोर प्लान की अवधारणाएँ

फ्लोर प्लान को बनाए रखना स्टोर संचालन सहायक के कर्तव्यों में से एक है। फ्लोर प्लान उस स्थान को इंगित करता है जहाँ सामान या उत्पाद और ग्राहक सेवा को एक साथ रखा जाता है और ग्राहक के लिए आवाजाही की जगह को भी इंगित करता है।



### स्थान आवंटन

स्थान आवंटित करने का अर्थ है एक विशिष्ट प्रकार का माल रखने और ग्राहक को सुविधा प्रदान करने के लिए एक विशेष स्थान आवंटित करना और ग्राहक को संतुष्ट करके बिक्री बढ़ाना और ग्राहक को सकारात्मक खरीद अनुभव देना।

### आवश्यक स्थानों के प्रकार

एक स्टोर में पाँच मुख्य प्रकार की फर्श की ज़रूरतें हैं, जो इस प्रकार हैं:

- (क) **पिछला कमरा:** पिछला कमरा वह स्थान है जहाँ अतिरिक्त माल संग्रहित किया जाता है।
- (ख) **कार्यालय और कार्यात्मक स्थान:** प्रत्येक खुदरा स्टोर में एक कार्यालय, एक ब्रेक रूम, एक प्रशिक्षण कक्ष और प्रबंधक और सहायक प्रबंधक के लिए एक कार्यालय और ग्राहकों और कर्मचारियों और शायद अन्य क्षेत्र के लिए बाथरूम की सुविधा होती है।
- (ग) **मुख्य बिक्री मंजिल के गलियारे, सेवा क्षेत्र और अन्य गैर-विक्रय क्षेत्र:** कुछ स्थानों को गैर-विक्रय कार्यों के लिए छोड़ दिया जाना चाहिए ताकि बड़ी संख्या में दुकानदार स्टोर के माध्यम से जा सकें। गलियारों के अलावा, ड्रेसिंग रूम, लेटेस्ट एरिया, सर्विस डेस्क और अन्य ग्राहक सेवा सुविधाओं के लिए स्थान दिया जाना चाहिए, जिनकी बिक्री नहीं की जा सकती है।
- (घ) **वॉल मर्चेन्डाइजिंग स्पेस:** दीवारें एक रिटेल स्टोर के बहुत महत्वपूर्ण तत्व हैं। बड़ी मात्रा में सामान या माल रखने वाले फिक्स्चर, साथ ही फर्श पर व्यापारियों के लिए दृश्य पृष्ठभूमि को दीवारों पर रखा जा सकता है।



- (ड) **फ्लोर मर्चेडाइजिंग स्पेस:** विभिन्न प्रकार के सामानों को प्रदर्शित करने के लिए विभिन्न प्रकार के फिक्स्चर का उपयोग किया जा सकता है। खुदरा विक्रेता को स्टोर की क्षमता और कार्यक्षमता के साथ व्यापारिक प्रस्तुति के बेहतर घनत्व के लिए खोज को संतुलित करना चाहिए। इसका कारण यह है कि अंतरिक्ष रिटेलर का अंतिम डराने वाला संसाधन है

## खुदरा विक्रेता उपलब्ध स्थान का उपयोग कैसे कर सकते हैं?

प्रत्येक प्रकार के रिक्त स्थान की समीक्षा करने के लिए, रिटेलर का लक्ष्य माल को रखने और दुकान-सक्षम होने के लिए उपलब्ध अंतरिक्ष के सबसे बड़े हिस्से को बनाना है। उपलब्ध स्थान का उपयोग करने के लिए कुछ सुझाव निम्नलिखित हैं:

1. स्थान को बचाने के लिए एक संभावना, विशेष रूप से एक छोटे से खुदरा स्टोर में दीवार पर टीवी को लटका देना है।
2. एक शोकेस की ऊंचाई भंडारण की जरूरतों और स्थान के अनुसार भिन्न हो सकती है जिसमें इसे रखा जाएगा।

## भंडारण स्थान की कमी के लिए रिपोर्टिंग आवश्यकताएँ

भंडारण स्थान की कमी हर खुदरा स्टोर में एक आम समस्या है। इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि खुदरा स्टोर में पहले से कितना भंडारण है, सामान रखने के लिए हमेशा अधिक जगह की आवश्यकता होती है। जिन समस्याओं को हल करने के लिए अक्सर कहा जाता है उनमें से एक खुदरा दुकानों में अधिक भंडारण स्थान ढूँढना और व्यवस्थित करना है।

भंडारण की कमी वस्तुओं के मूल्य में अस्पष्टीकृत अंतर है जो भौतिक गणना द्वारा निर्धारित होता है, और जो सामान रिकॉर्ड में दिखाया जाना चाहिए वह हाथ में होना चाहिए। जब भौतिक भंडारण लेने के दौरान पाए गए भंडारण का कुल मूल्य बुक वैल्यू से कम होता है तो भंडारण की कमी होती है, यानी भौतिक भंडारण की तुलना में बुक भंडारण की अधिकता होती है।

## कमी

**यह दो प्रकार की होती है-** वास्तविक (भौतिक) या प्रत्यक्ष (लिपिकीय)।

- (i) **वास्तविक कमी:** यह तब होता है जब सामान कई तरीकों से खो जाता है, जैसे चोरी, हानि, टूटना या खराब होना, अधिक जारी करना और कम आपूर्ति।
- (ii) **लिपिकीय कमी:** यह तब होता है जब रिसेप्शन पर माल की दोषपूर्ण जाँच के माध्यम से, वास्तव में

चालान और भुगतान की तुलना में कम मात्रा में माल स्वीकार किया जाता है। अप्रत्याशित भौतिक कमी को लोकप्रिय रूप से सिकुड़न या रिसाव के रूप में जाना जाता है।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क . रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ इंगित करता है कि माल और ग्राहक सेवा विभाग कहाँ स्थित हैं।
2. दीवारें \_\_\_\_\_ के सबसे महत्वपूर्ण तत्वों में से एक हैं।
3. किसी स्टोर में फर्श की \_\_\_\_\_ प्रकार की आवश्यकताएँ होती हैं।
4. ड्रेसिंग रूम, लेअवे एरिया, सर्विस डेस्क और अन्य ग्राहक सेवा सुविधाओं को \_\_\_\_\_ दिया जाना चाहिए।

### ख. बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

1. खुदरा स्टोर में भंडारण स्थान की कमी कोई समस्या नहीं लगती।
2. खरीदार बिक्री स्तर से सबसे अधिक परिचित हैं।
3. विभिन्न प्रकार के माल को प्रदर्शित करने के लिए फिक्स्चर का उपयोग नहीं किया जाता है।
4. जगह बचाने की एक संभावना, विशेष रूप से एक छोटे खुदरा स्टोर में, टीवी को दीवार पर लटकाना है।

### ग . लघु उत्तरीय प्रश्न

1. अंतरिक्ष खुदरा विक्रेताओं के लिए सबसे बड़ा डराने वाला स्रोत है। एक खुदरा विक्रेता स्थान का उपयोग कैसे कर सकता है?
2. फ्लोर प्लान क्या है?
3. स्थान का आवंटन क्या है?
4. रिक्त स्थान कितने प्रकार के होते हैं?
5. भंडारण स्थान की कमी की सूचना कैसे दी जा सकती है?





## सत्र 4: उपकरण संभालना

खुदरा स्टोर में प्रबंधन का प्राथमिक उद्देश्य ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार वर्गीकरण करना है। रिटेल में तीन बुनियादी हैंडलिंग गतिविधियाँ प्राप्त करना, स्टोरेज हैंडलिंग और शिपिंग हैं। माल का रख-रखाव अनुभवी और प्रशिक्षित कर्मचारियों द्वारा उचित उपकरणों के साथ किया जाना चाहिए। खुदरा दुकानों में उपयोग किए जाने वाले सामान प्रबंधन उपकरण क्रेन, मूविंग ट्रक, स्लिंग, फोर्कलिफ्ट, हैंड ट्रॉली और पैलेट जैक हैं।

### उपकरण को संभालने का अर्थ।

माल की लोडिंग और अनलोडिंग, भंडारण और बिक्री के लिए रिटेल स्टोर में विभिन्न प्रकार के उपकरण का उपयोग किया जाता है। सामान को सुरक्षित तरीके से संभालने के लिए उपकरण का उपयोग किया जाता है।

#### हैंडलिंग उपकरण के प्रकार हैं:

(क) **ट्रॉली:** स्टोर के आसपास माल के छोटे भार को स्थानांतरित करने के लिए ट्रॉली बहुत उपयोगी है। यह वास्तव में बहुत भारी सामान के लिए उपयुक्त नहीं है, क्योंकि अगर यह बहुत अधिक भार ले रहा है, तो इसे चारों ओर पहिया करना मुश्किल हो सकता है। ट्रॉली चोटों से बचने के लिए एक हैंडलिंग उपकरण है जो बड़े भार के मैनुअल हैंडलिंग के कारण हो सकता है।



(ख) **बैग:** सामान की खरीदारी और शिपिंग के समय बैग की आवश्यकता होती है। जब कोई ग्राहक किसी कपड़े की रिटेल स्टोर पर जाता है, तो रिटेल स्टोर द्वारा उनके खरीदे हुए सामान को रखने के लिए हैंडबैग उपलब्ध कराया जाता है। बिलिंग के बाद वे खरीदे गए सामान को रखने के लिए बैग भी प्रदान करते हैं।



- (ग) **टोकरी:** जब कोई ग्राहक कम मात्रा में सामान खरीदना चाहता है, तो वे ट्रॉली का उपयोग करने के बजाय एक छोटी टोकरी ले जा सकते हैं।



- (घ) **हैंड-हेल्ड स्कैनर:** हैंड-हेल्ड स्कैनर बिक्री प्रणाली के बिंदु से जुड़ा है ताकि यह सामानों के बारकोड को पढ़ सके और बिल बनाने में मदद कर सके।
- (ङ) **लेबलिंग मशीन:** कई स्टोर स्पष्ट, साफ लेबल बनाने के लिए एक छोटी लेबलिंग मशीन का उपयोग करते हैं जिसे वे अलमारियों या माल पर चिपका सकते हैं। लेबलर पर कीपैड का उपयोग करके, किसी भी चीज़ के लिए लेबल बनाए जा सकते हैं, यहां तक कि लेबल, विभिन्न रंगों के टेपों का उपयोग स्टोर में कुछ क्षेत्रों में रंग कोडिंग लागू करने के लिए किया जा सकता है।



- (च) **इलेक्ट्रॉनिक फंड ऑफ़ पॉइंट ऑफ़ सेल (EFTPOS) प्रिंटर पर हस्तांतरित:** यह लेनदेन प्राप्तियों को प्रिंट करने में मदद करता है। रसीद ग्राहक द्वारा उनकी खरीद और वित्तीय के संबंध में जाँच की जाती है। क्रेडिट कार्ड लेनदेन के दौरान, ग्राहकों को भुगतान को अधिकृत करने के लिए इस रसीद पर हस्ताक्षर करना होगा।
- (छ) **इलेक्ट्रॉनिक तराजू:** इलेक्ट्रॉनिक तराजू का उपयोग खुदरा स्टोर में सामानों की तौल के लिए किया जाता है, विशेषकर खाद्य विभाग में। इलेक्ट्रॉनिक तराजू न केवल वजन की गणना करते हैं, बल्कि सामान की कीमत (राशि) की भी गणना करते हैं। इसका उपयोग किसी वस्तु की कीमत उसके वजन के हिसाब से करने के लिए किया जाता है।

- (ज) **पैलेट:** रिटेल स्टोर्स के पास स्टोर से उत्पाद शिपिंग के लिए कई विकल्प हैं। पैलेट के माध्यम से खुदरा स्टोर में एक जगह से दूसरी जगह माल भेजा जा सकता है।



- (झ) **क्रेन:** एक क्रेन एक मशीन है जिसका इस्तेमाल सामान उठाने के लिए किया जाता है। यह सामान को क्षैतिज रूप से ले जाता है। क्रेन का मूल उपयोग भारी माल को एक स्थान से दूसरे स्थान तक उठाने के लिए होता है।
- (ञ) **फोर्कलिफ्ट:** यह एक सामग्री हैंडलिंग उपकरण है, जिसे लिफ्ट ट्रक, फोर्क ट्रक या फोर्कलिफ्ट ट्रक भी कहा जाता है। यह एक हैंडलिंग उपकरण है, जिसका उपयोग कम दूरी तक माल को स्थानांतरित करने और संभालने के लिए किया जाता है।

### हैंडलिंग उपकरण कई तरह से उपयोगी है, जैसे:

1. यह कवर करने के लिए उचित दूरी की पहचान करने में मदद करता है।
2. यह सामग्री की क्षति को कम करने में मदद करता है क्योंकि गुणवत्ता में सुधार होता है।
3. यह लोडिंग और अनलोडिंग के समग्र समय को कम करता है।
4. यह एक खुदरा स्टोर में सामग्री प्रवाह के नियंत्रण में सुधार करने में मदद करता है।
5. यह सुरक्षित काम की स्थिति में सुधार करने में मदद करता है।
6. यह एक खुदरा स्टोर में कर्मचारियों की उत्पादकता और दक्षता में सुधार करता है।
7. ग्राहक अपने समय और धन का बेहतर उपयोग कर सकते हैं।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ जिसका उपयोग किया जाता है वह इतना बड़ा होना चाहिए कि वह परिवहन किए जाने वाले भार को सुरक्षित रूप से संभाल सके।

2. स्टोर के चारों ओर माल के छोटे भार को ले जाने के लिए \_\_\_\_\_ बहुत उपयोगी है।
3. \_\_\_\_\_ खुदरा स्टोर में कर्मचारियों की उत्पादकता और दक्षता में सुधार करता है।
4. उचित संचालन उपकरणों के साथ \_\_\_\_\_ अपने समय और धन का बेहतर उपयोग कर सकते हैं।

### ख. बताएँ कि निम्नलिखित सही हैं या गलत

1. सुरक्षा सामग्री प्रबंधन का एक महत्वपूर्ण पहलू नहीं है।
2. उपकरण संभालने से खुदरा क्षेत्र में सामग्री प्रवाह नियंत्रण में सुधार करने में मदद मिलती है।
3. क्रेन का उपयोग केवल औद्योगिक प्रयोजन के लिए किया जाता है।
4. प्रायोगिक प्रशिक्षित कर्मचारियों के लिए उचित उपकरण का उपयोग किया जाता है।
5. शिपिंग में केवल परिवहन शामिल है।

### ग. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. उपकरणों को संभालने का क्या महत्व है?
2. विभिन्न प्रकार के हैंडलिंग उपकरण क्या हैं?
3. हैंडलिंग उपकरणों की आवश्यकता पर चर्चा करें।



## इकाई-4 ग्राहक सेवा

### सत्र 1: ग्राहक की आवश्यकताएँ और सेवा

#### ग्राहक और उपभोक्ता के बीच अंतर

हम अपने दैनिक जीवन की एक स्थिति के माध्यम से ग्राहक और उपभोक्ता दो शब्दावली के बीच अंतर को समझ सकते हैं। उदाहरण के लिए, एक गृहिणी किसी दुकान से कुछ घरेलू सामान खरीदती है। वह रिटेल आउटलेट की ग्राहक है। जब वह घर पहुँचती है तो परिवार के अन्य सदस्य भी उस सामान का उपयोग करते हैं, हालांकि उन्होंने इसे खरीदा नहीं है। गृहिणी सहित परिवार के सभी सदस्य जिन्होंने अपने व्यक्तिगत उपयोग के लिए उत्पादों का उपयोग किया है वे उपभोक्ता हैं। मार्केटिंग ग्राहकों को उपभोक्ता में बदलने में मदद करती है। संतुष्ट उपभोक्ता न केवल ग्राहक बनेंगे बल्कि विपणक और उनके उत्पादों और सेवाओं को भी बढ़ावा देंगे।



#### ग्राहकों की आवश्यकताओं और व्यवहार की पहचान करना

किसी भी ग्राहक का खरीदारी स्तर उनकी ज़रूरतों पर निर्भर करता है। ग्राहकों की ज़रूरतें वस्तुनिष्ठ हो सकती हैं (जैसे, भौतिक ज़रूरतें जैसे भोजन, आश्रय, कपड़े, आदि) या व्यक्तिपरक (जैसे, भावनात्मक, नैतिक, बौद्धिक और आध्यात्मिक ज़रूरतें जैसे अच्छा व्यवहार, आत्म-सम्मान, निष्पक्षता, आदि)। ग्राहक 'ज़रूरतें स्थान और आयु समूह के अनुसार बदलती रहती हैं।



ग्राहकों की ज़रूरतें सभी आधुनिक विपणन अवधारणाओं के लिए आधारशिला हैं।

प्रतिस्पर्धी लाभ हासिल करने के लिए निर्माता को उपभोक्ताओं की ज़रूरतों को समझने और उनका आकलन करने या पहचानने में उचित ध्यान, महत्व और देखभाल देनी होगी।

विपणक को ग्राहकों की ज़रूरतों को पहचानने, उन पर जोर देने और उन्हें संतुष्ट करने के लिए अपने सभी प्रयासों और रणनीतियों का उपयोग करना चाहिए।

## उत्पादों के प्रकार के आधार पर

ग्राहकों की ज़रूरतों को दो प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है: मूर्त और गैर-मूर्त उत्पादों की मांग।

(क) मूर्त उत्पाद: ये उत्पाद वे हैं जिन्हें छुआ और महसूस किया जा सकता है।

(ख) अमूर्त उत्पाद: ये उत्पाद वे हैं जिन्हें छुआ या महसूस नहीं किया जा सकता है।



## ग्राहक की बुनियादी ज़रूरतें

ग्राहक की बुनियादी ज़रूरतें निम्नलिखित हैं:

(क) **गर्मजोशी से स्वागत:** विक्रेता को ग्राहक का गर्मजोशी से स्वागत करना होगा और उसका शालीनता से स्वागत करना होगा। जब ग्राहक खुदरा विक्रेता या बिक्री सहयोगी से संपर्क करता है तो उसे उपेक्षित महसूस नहीं करना चाहिए।

- (ख) **समझ:** विपणक को ग्राहक की संतुष्टि के बिना किसी आलोचना या निर्णय के विचारों, अभिव्यक्तियों और परिस्थितियों, भावनाओं को समझने और सराहना करने की आवश्यकता है।
- (ग) **निष्पक्षता:** प्रत्येक ग्राहक चाहता है कि उसके साथ उचित व्यवहार किया जाए। ग्राहक बहुत नाराज़ और असंतुष्ट हो जाते हैं जब उन्हें लगता है कि खुदरा स्टोर में उन्हें उचित ध्यान नहीं दिया जा रहा है।
- (घ) **नियंत्रण:** नियंत्रण का अर्थ है ग्राहक की अपनी मांग को सकारात्मक परिणाम के साथ जल्द से जल्द पूरा करने की धारणा।
- (ङ) **विकल्प और विकल्प:** ग्राहक के लिए और अधिक विकल्प उपलब्ध होने चाहिए। ग्राहकों को उपलब्ध उत्पादों की विविधता के बारे में शिक्षित किया जाना चाहिए। फिर वे स्टोर में उपलब्ध वांछित उत्पादों और सेवाओं को खरीदना चुनेंगे।

## ग्राहक की ज़रूरतों की पहचान करने के लिए, खुदरा विक्रेता को ये तीन काम करने होंगे:

- ग्राहकों के साथ प्रभावी ढंग से संवाद करें और उनकी ज़रूरतों को पूरा करें।
- ग्राहकों की प्रतिक्रिया रिकॉर्ड करने के विभिन्न तरीकों की तलाश करें।
- विपणन, खरीद, बिक्री और बिक्री के संबंध में प्रभावी निर्णय लेने के लिए फीडबैक और अन्य जानकारी का प्रभावी उपयोग।

खुदरा संगठन में ऐसे कई कर्मचारी होते हैं, जो मुख्य रूप से ग्राहकों की संतुष्टि के लिए काम करते हैं, जिन्हें ग्राहक सेवा प्रतिनिधि कहा जाता है। खुदरा संगठन में खरीदारी प्रक्रिया के हर चरण में वे खरीदारी से पहले, खरीदारी के दौरान और बाद में ग्राहक सेवा प्रदान करते हैं।

## खुदरा क्षेत्र में ग्राहक सेवाओं की भूमिका

आज के परिदृश्य में प्रत्येक खुदरा विक्रेता खुदरा विक्रेता और ग्राहक के बीच एक बंधन के विकास के माध्यम से आकस्मिक ग्राहक को एक वफादार ग्राहक में बदलने की कोशिश कर रहा है। ग्राहक सेवा विपणक विशेष उत्पादों के साथ ग्राहकों की भावनाओं को समझने में सक्षम हैं और ग्राहक की खरीदारी की आदतों को समझने के लिए भी सक्षम हैं।

**एक सफल और प्रभावी ग्राहक सेवा के परिणामस्वरूप स्टोर के लिए ग्राहक के मूल्य में वृद्धि होती है।**

## एक अच्छी ग्राहक सेवा को निम्नलिखित पर ध्यान देना चाहिए:

- ग्राहक के साथ एक गतिशील संबंध बनाना।
- ग्राहक निष्ठा बनाने के लिए ग्राहक सेवा को एक प्रमुख तत्व बनाना।
- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ का निर्माण

प्रभावी ग्राहक सेवा के माध्यम से एक खुदरा विक्रेता ग्राहक के साथ मजबूत संबंध बनाए रख सकता है और एक आकस्मिक ग्राहक को एक वफादार ग्राहक में बदल सकता है। वफादार ग्राहक राजस्व के निरंतर सृजन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यही मूल कारण है कि कई खुदरा विक्रेता ग्राहक संतुष्टि के स्तर को बढ़ाने के लिए कड़ी मेहनत करते हैं।

## ग्राहक सेवा के तत्व

### ग्राहक सेवाओं के मूल तत्व जो इसे अच्छा बनाते हैं वे इस प्रकार हैं:

- (क) **संचार कौशल:-** सेल्समैन शुरू में ग्राहक का स्वागत करता है। जहाँ तक ग्राहक सेवा का सवाल है, पूरी बातचीत के दौरान ग्राहक रिटेल स्टोर के प्रति एक राय और रवैया बनाता है।
- (ख) **ग्राहकों के साथ प्रभावी 'आमने-सामने'बातचीत:-** बेशक, कई खुदरा दुकानों में, कर्मचारी ग्राहकों के साथ दैनिक आधार पर 'आमने-सामने'व्यवहार करते हैं, टेलीफोन संचार के विपरीत, जिसमें ग्राहक खुदरा विक्रेता और उसके प्रति उनके स्पष्ट रवैये का मूल्यांकन करने के लिए केवल एक इंद्रिय (ध्वनि) का उपयोग करते हैं। ग्राहकों के लिए, ये व्यक्तिगत मुलाकातें ग्राहकों को सभी पांच इंद्रियों में से कम से कम दो या अधिक का उपयोग करने की पेशकश करती हैं, जिस पर वे अपनी राय बना सकते हैं।
- (ग) **ग्राहकों को सुनने की कला:-** प्रभावी संचार केवल एकतरफ़ा प्रस्ताव नहीं है। ग्राहक के प्रति निर्देशित संचार महत्वपूर्ण है, लेकिन ग्राहक से संचार संभवतः और भी अधिक महत्वपूर्ण है।सेल्समैन को पता होना चाहिए कि ग्राहक वास्तव में क्या चाहता है। ग्राहक क्या कहता है (या क्या नहीं कहता) यह सुनना उतना ही आसान है। जाहिर है, इसे पूरा करने के लिए व्यक्ति को सुनने का अच्छा कौशल विकसित करना होगा।
- (घ) **ग्राहकों की शिकायतों को सुचारू रूप से संभालना:-** अनिवार्य रूप से, खुदरा स्टोर में बिक्री व्यक्ति को ऐसे ग्राहक का सामना करना पड़ता है जो नाराज, परेशान और अनुचित, असामान्य रूप से मांग कर रहा है, या उपरोक्त सभी। किसी भी प्रभावी ग्राहक सेवा कार्यक्रम में निम्नलिखित तरीके शामिल होंगे इस प्रकार के ग्राहक के साथ व्यवहार करना।

- ड) **एक नया, अलग दृष्टिकोण अपनाना:-** ग्राहक सेवा एक 'टीम' प्रयास है। अच्छी ग्राहक सेवा के लिए समर्पित कंपनी में, 'यह मेरा काम नहीं है' का रवैया नहीं होना चाहिए।
- च) **प्रभावशीलता की निगरानी और माप:-** प्रभावी ग्राहक सेवा के लिए निगरानी और माप करने के कई अनौपचारिक तरीके हैं। ग्राहकों से स्वयं पूछना कि उन्हें लगता है कि खुदरा स्टोर कितना अच्छा प्रदर्शन कर रहा है। इसे बुनियादी उपकरणों का उपयोग करके पूरा किया जा सकता है, जैसे ग्राहक संतुष्टि सर्वेक्षण कार्ड, ग्राहकों के साथ निकास साक्षात्कार आदि।

## ग्राहक सेवा के लाभ

ग्राहक सेवाएँ प्रदान करने के लाभ इस प्रकार हैं:

- ग्राहकों को बेहतर सेवा देने में मदद करता है।
- ग्राहक राजस्व बढ़ता है।
- नए ग्राहक प्राप्त करने में मदद करता है।
- उत्पादों को अधिक प्रभावी ढंग से बेचने में सहायता करता है।
- बिक्री स्टाफ को सौदे बंद करने में मदद करता है।
- मुनाफ़ा बढ़ाने के लिए ग्राहकों को बनाए रखता है।
- ग्राहक के वर्ग के आधार पर केंद्रित ग्राहक डिलीवरी और समर्थन में मदद करता है।

ग्राहकों के लिए प्रचार और वफादारी कार्यक्रमों की प्रभावशीलता बढ़ाने के लिए रणनीतिक समाधान डिजाइन करना खुदरा वातावरण में सबसे महत्वपूर्ण पहलू है।

## अपनी प्रगति जाँचें

### (क). रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ उपभोक्ता न केवल ग्राहक बनेंगे बल्कि रिटेल स्टोर को बढ़ावा भी देंगे।
2. जीवों (ग्राहक) को स्वस्थ जीवन जीने के लिए \_\_\_\_\_ आवश्यक है।
3. ग्राहकों को विभिन्न उत्पादों और सेवाओं के बारे में \_\_\_\_\_ की आवश्यकता है।

4. प्रमोशन और लॉयल्टी कार्यक्रमों की प्रभावशीलता बढ़ाने के लिए \_\_\_\_\_ समाधान डिजाइन करना।

## ख. बहुविकल्पीय प्रश्न

1. उत्पादों के आधार पर ग्राहकों को कितने प्रकारों में विभाजित किया जाना चाहिए?
- (क) दो (ख) तीन  
(ग) चार (घ) उपरोक्त में से कोई नहीं
2. मूर्त उत्पाद \_\_\_\_\_ हैं।
- (क) साबुन (ख) इलेक्ट्रॉनिक गैजेट्स  
(ग) साइकिल (घ) सभी (क) , (ख) और (ग) ।
3. ग्राहक सेवा ग्राहकों को सेवा का प्रावधान है \_\_\_\_\_।
- (क) खरीद से पहले (ख) खरीद के दौरान  
(ग) खरीद के बाद (घ) सभी (क) , (ख) और (ग)
4. कौन सा अच्छी ग्राहक सेवा का तत्व नहीं है?
- (क) संचार कौशल (ख) ग्राहकों को सुनने की कला  
(ग) प्रभावशीलता की निगरानी और माप (घ) ग्राहक के साथ बहस
5. निम्नलिखित में से कौन सा ग्राहक सेवाएँ प्रदान करने का लाभ नहीं है?
- (क) ग्राहक को बेहतर सेवा दें (ख) ग्राहक राजस्व में कमी  
(ग) नए ग्राहक प्राप्त करना (घ) उत्पादों को अधिक प्रभावी ढंग से बेचें

## ग. सही या गलत

1. ग्राहक वह है जो अपनी व्यक्तिगत आवश्यकता या जरूरत के लिए किसी उत्पाद या सेवाओं का उपभोग या उपयोग करता है।
2. ग्राहकों की जरूरतें सभी आधुनिक विपणन अवधारणाओं के लिए आधारशिला हैं।



3. ग्राहक की आवश्यकताओं को तीन प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है।
4. व्यवसायी को ग्राहक का गर्मजोशी और शालीनता से उसका स्वागत करना होगा।
5. कंपनियों ने अपने ग्राहक संतुष्टि स्तर को बढ़ाने के लिए कड़ी मेहनत नहीं की है।

### घ. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. ग्राहक कौन है?
2. नए ग्राहक प्राप्त करने में ग्राहक सेवा किस प्रकार सहायक है?
3. ग्राहकों की प्रतिक्रिया का क्या महत्व है?
4. प्रभावी संचार सरल एकतरफा प्रस्ताव नहीं है। समझाएं?
5. ग्राहकों के साथ मैत्री संबंध बनाने के क्या तरीके हैं?



## सत्र 2: प्रभावी ग्राहक सेवा

### प्रभावी ग्राहक सेवा

हमेशा याद रखें कि एक संतुष्ट ग्राहक खरीदारी के माध्यम से वर्षों तक खुदरा क्षेत्र में अधिक योगदान देता है और दूसरों को भी अनुशंसा करता है और संदर्भित करता है। आइए अब हम एक प्रभावी ग्राहक सेवा के विभिन्न पहलुओं को समझने का प्रयास करें।



### ग्राहकों के साथ प्रभावी ढंग से व्यवहार करें

अपने ग्राहक के साथ प्रभावी ढंग से व्यवहार करने के लिए, आपको यह करना होगा:-

- बेचे जा रहे माल का ज्ञान विकसित करें।
- आदर्श रूप से ग्राहकों को विभाग में प्रवेश करने के एक मिनट के भीतर स्वीकार करना/संपर्क करना।
- ग्राहक का स्वागत करते समय मिलनसार और उत्साही रहें।
- ग्राहकों से उनकी ज़रूरतें निर्धारित करने के लिए उचित प्रश्न पूछें।
- सुविधाओं और लाभों का वर्णन करते हुए ग्राहकों को माल की पेशकश करें।
- जहाँ भी संभव हो, ग्राहक की चयनित वस्तु के अलावा संबंधित माल भी बेचें।
- खुदरा स्टोर की नीति के अनुसार ग्राहकों की शिकायतों से निपटें।
- ग्राहकों के लिए विशेष ऑर्डर दें।

- भुगतान के सभी प्रकार के तरीकों का उपयोग करें।
- शिकायतों को विनम्रतापूर्वक और सहानुभूतिपूर्वक संभालें।

## ग्राहक संबंध बनाने के प्रभावी तरीके

एक खुदरा विक्रेता को पता होना चाहिए कि अच्छी सेवा प्रदान करने या बिक्री बढ़ाने के लिए ग्राहकों के साथ संबंध बनाना महत्वपूर्ण है। ग्राहक संबंध बनाने के लिए यहां कुछ सुझाव दिए गए हैं।

- (क) **अनुकूलनीय बनें:-** एक खुदरा विक्रेता को संबंध बनाने के लिए स्टोर दृष्टिकोण को परिभाषित करना चाहिए।
- (ख) **गति और नेतृत्व:-** यह तालमेल बनाने का एक और तरीका है। जब कोई ग्राहक किसी मुद्दे पर क्रोधित या अति उत्साहित हो जाता है, तो बिक्री व्यक्ति को ग्राहक के मामले में चिंता दिखानी चाहिए और इसे प्राथमिकता के आधार पर तेजी से हल करना चाहिए और अच्छी ग्राहक सेवाओं की ओर ले जाना चाहिए।
- (ग) **उन्हें सब कुछ बताने दें:-** जब कोई नाराज ग्राहक खुदरा स्टोर पर आता है, तो उसे अपनी समस्या बताने दें। अपनी समस्या बताने के बाद ग्राहक को आराम महसूस हो सकता है और फिर आप उनकी समस्या का समाधान कर सकते हैं।
- (घ) **दोबारा दोहराएँ:-** एक बार जब ग्राहक समस्या बताता है, तो ग्राहक को वाक्य या महत्वपूर्ण विवरण दोबारा दोहराएं, "ठीक है, बस संक्षेप में कहें...।" यह ग्राहक को आश्वस्त करता है कि संबंधित व्यक्ति ध्यान दे रहा है।
- (ङ) **पहले ग्राहक का नाम जानें:-** ग्राहक के साथ बातचीत शुरू करने से पहले शिकायत संख्या के बजाय ग्राहक का नाम पूछें। बिक्री व्यक्ति को ग्राहक के साथ मुद्दे पर चर्चा करते समय ग्राहक के नाम का उपयोग करना चाहिए।
- च) **ग्राहक की समस्या को खुदरा विक्रेता की समस्या बनाएं:-** खुदरा विक्रेता को ग्राहक की समस्या को अपनी समस्या के रूप में समझना चाहिए। ग्राहक और खुदरा विक्रेता के बीच अच्छे संबंध से ग्राहक दोबारा लौट आता है।
- (ज) **इसे ग्राहक के दृष्टिकोण से देखें:-** ग्राहक सेवा सहयोगी को खुद को ग्राहक के स्थान पर रखना चाहिए। यदि सहानुभूति दिखाने में कठिनाई हो रही है, तो ग्राहक को अपना करीबी दोस्त या परिवार का सदस्य समझें।



- (झ) **अपनी प्राथमिकताएँ साझा करें:-** ग्राहक के पास प्राथमिकताओं की एक सूची होती है। खुदरा विक्रेता ग्राहक को अपनी प्राथमिकता बनाता है और उनकी देखभाल करके उनकी चिंताओं को प्राथमिकता से संबोधित करता है।
- (ञ) **माफ़ी का मूल्य याद रखें:-** प्रत्येक खुदरा विक्रेता को माफ़ी का मूल्य पता होना चाहिए। यहाँ तक कि वे हर समय शिकायतों से निपटते हैं फिर भी उन्हें ग्राहक से माफ़ी मांगते समय बहुत सावधान रहना चाहिए।
- (ट) **रिटेलर के पास 'चीजें समान'होने की आवश्यकता नहीं है:-** कुछ खुदरा विक्रेताओं के पास अपने ग्राहकों के साथ कुछ भी समान नहीं है और इसलिए वे तालमेल बनाने में असमर्थ होंगे।
- (ठ) **जल्दबाजी न करें:-** कभी-कभी खुदरा विक्रेता नियमित आधार पर समस्याओं की पहचान कर सकता है और फिर समस्या को तुरंत ठीक करने में जल्दबाजी कर सकता है।
- (ड) **मुस्कुराएं:-** विक्रेता को हमेशा ग्राहक के साथ मुस्कुराहट के साथ बातचीत करनी चाहिए। ग्राहक ऐसी चीजों को नोटिस करते हैं।
- (ढ) **ग्राहक लाभ में व्यक्तिगत रुचि:-** खुदरा विक्रेता ग्राहक लाभ में व्यक्तिगत रुचि दिखाकर ग्राहक के साथ संबंध बना सकता है।
- (ण) **अच्छा सुनने का कौशल प्रदर्शित करें:-** प्रत्येक खुदरा विक्रेता को ग्राहक को यह आश्चस्त करके अपना सुनने का कौशल दिखाना चाहिए कि ग्राहक जो कह रहा है उसे दोहराकर आप सुन रहे हैं।
- (त) **ध्यान केंद्रित रखें:-** ग्राहक पर पूरा ध्यान केंद्रित रखें और उसका ध्यान न भटकाएँ।
- (थ) **सभी ग्राहक चैट नहीं करना चाहते:-** याद रखें कि नाराज ग्राहक कोई संबंध नहीं बनाना चाहेंगे। वे आपको बस यह बताना चाहेंगे कि समस्या क्या है, ताकि आप उसे ठीक कर सकें।



- (द) **धारणाओं से बचें:-** ग्राहक क्या कह रहा है, उसके बारे में अनुमान न लगाएँ - सक्रिय रूप से सुनें।
- (ध) **ऊंचे स्तर पर अंत:-** ग्राहक के जाने से पहले हमेशा उनसे पूछें कि क्या आप उनके लिए कुछ और कर सकते हैं। इससे पता चलता है कि आपकी प्राथमिकता सिर्फ कॉल खत्म करना नहीं, बल्कि अच्छी सेवा देना है।
- (न) **शिकायतों पर मुस्कुराएँ:-** विक्रेता को हमेशा मुस्कुराने की ज़रूरत है, तब भी जब ग्राहक शिकायत कर रहा हो। वे यह नहीं सुनना चाहते कि बिक्री करने वाले व्यक्ति का दिन ख़राब चल रहा है - वे केवल यह जानना चाहते हैं कि क्या खुदरा विक्रेता समस्या को हल करने में सक्षम होगा और फिर बदले में ग्राहक को मुस्कुराएगा।
- (य) **अनुचित चुटकुलों से सावधान रहें:-** हर किसी को हास्य से सावधान रहना चाहिए। कभी-कभी मज़ाकिया टिप्पणी का खतरा रहता है।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. हमेशा याद रखें कि एक \_\_\_\_\_ ग्राहक आपके व्यवसाय में वर्षों तक योगदान देगा।
2. \_\_\_\_\_ अच्छी सेवा प्रदान करने या बिक्री बढ़ाने के लिए फ़ोन पर ग्राहकों से संपर्क बनाना बहुत महत्वपूर्ण है।

### ख. बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

1. सभी ग्राहकों से एक ही शैली में संपर्क किया जाना चाहिए।
2. जब ग्राहक गुस्से में हो तो उसे बिना किसी रुकावट के गुस्सा निकालने दें।

### ग. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. एक खुदरा विक्रेता को एक अच्छा श्रोता क्यों होना चाहिए?
2. प्रत्येक खुदरा विक्रेता को माफ़ी का मूल्य पता होना चाहिए। विस्तार में बताना।
3. ग्राहक के साथ संबंध बनाना क्यों महत्वपूर्ण है?





## सत्र 3: संगठन मानक

### खुदरा क्षेत्र में कर्मचारियों की उपस्थिति के मानक

किसी संगठन में उपस्थिति के मानक को बनाए रखना सभी अधिकारियों और कर्मचारियों की व्यक्तिगत जिम्मेदारी है। प्रबंधक और पर्यवेक्षक यह सुनिश्चित करने के लिए जिम्मेदार हैं कि सभी कर्मियों फॉर्म में निर्धारित उपस्थिति के मानकों को प्राप्त करें और उन्हें जहां भी आवश्यक हो, सिफारिश और मार्गदर्शन देना चाहिए।



पहनावे और दिखावे के मानक संगठन को कई लाभ प्रदान करते हैं, जैसे संगठन के ब्रांड के साथ कर्मचारी की उपस्थिति का संरक्षण, नौकरी की भूमिका का व्यावसायीकरण, संगठनात्मक पहचान की भावना का निर्माण और स्वास्थ्य और सुरक्षा संबंधी चिंताएँ।

### कर्मचारियों की उपस्थिति के मानक इस प्रकार हैं:-

- (क) **समग्र उपस्थिति:-** खुदरा कर्मचारियों को अपनी उपस्थिति का मानक बनाए रखना चाहिए। काम का प्रकार पोशाक का औपचारिक मानक निर्धारित करता है।
- (ख) **ड्रेस कोड:-** कर्मचारियों का ड्रेस कोड उम्र, लिंग, धर्म और संस्कृति जैसे सभी पहलुओं में अद्वितीय होना चाहिए।
- (ग) **बाल:-** बाल अच्छी तरह से बंधे हुए और अच्छे रंगे हुए होने चाहिए। स्टोर के कर्मचारियों को अप्राकृतिक हेयर कलर से बचना चाहिए।
- (घ) **कंपनी के लोगो वाले पहचान पत्र:-** आईडी कार्ड में मुख्य रूप से कर्मचारी का नाम, फोटो, नौकरी का शीर्षक और पदनाम शामिल होता है।
- (ङ) **शारीरिक भाषा:-** शारीरिक भाषा को समझना व्यक्तिगत दिखावे का एक बहुत महत्वपूर्ण पहलू है। इसलिए स्टाफ की बॉडी लैंग्वेज प्रभावशाली होनी चाहिए।

(च) **सौंदर्य प्रसाधन:-** मेकअप सौम्य होना चाहिए, दखल देने वाला या अत्यधिक नहीं।

(छ) **टैटू:-** चौथाई, आधी और पूरी बांह के टैटू हमेशा ढके रहने चाहिए।



## पुरुष कर्मचारियों द्वारा बरती जाने वाली सावधानियाँ

रिटेल स्टोर के पूरे स्टाफ को स्टोर में दिखावे और व्यवहार के प्रति सतर्क रहना चाहिए।

**पुरुष कर्मचारियों के लिए सावधानियाँ नीचे दी गई हैं:**

- निर्धारित वर्दी साफ़ सुथरी तथा इस्त्री की हुई होनी चाहिए।
- बाल छोटे, साफ़ सुथरे होने चाहिए।
- किसी से क्लीन शेव लुक की उम्मीद की जाती है।
- नाखूनों को नियमित अंतराल पर साफ-सुथरे ढंग से काटा या काटा जाना चाहिए।
- आधिकारिक घंटों के दौरान झुमके और कंगन से बचें।

## महिला स्टाफ द्वारा बरती जाने वाली सावधानियां

**महिला कर्मचारियों के लिए सावधानियां नीचे दी गई हैं:**

- लंबे बालों वाली महिला कर्मचारियों को आधिकारिक घंटों के दौरान हर समय अपने बाल बांधने चाहिए।
- बालों पर कोई भी फूल लगाना वांछनीय नहीं है।
- गहरे रंग के नेल पेंट और लंबे नाखूनों से बचें।
- कोई भी भारी आभूषण नहीं पहनना चाहिए।
- लंबी बालियाँ, आवाज करने वाली पायल और चूड़ियां न पहनें।
- हल्का मेकअप लगाएं

## संगठन में व्यवहार

एक संतुष्ट ग्राहक अपनी खरीदारी और अन्य ग्राहकों को सिफ़ारिशों और रेफरल द्वारा वर्षों तक खुदरा राजस्व में योगदान देता है। आइए अब हम ग्राहकों, सहकर्मियों और वरिष्ठों के साथ प्रभावी व्यवहार और व्यवहार के विभिन्न पहलुओं को समझने का प्रयास करें।

## ग्राहकों के साथ व्यवहार

जैसा कि हम जानते हैं कि ग्राहक बाज़ार का राजा होता है, इसलिए रिटेल स्टोर के प्रत्येक कर्मचारी को ग्राहकों के साथ नरम व्यवहार करना चाहिए।

### कुछ दिशानिर्देश नीचे दिए गए हैं:

- प्रत्येक सेल्समैन को ग्राहक से मिलना, मिलना या बात करनी चाहिए।
- सभी के साथ सम्मान और गरिमा के साथ व्यवहार करें।
- स्टाफ को रुझानों, बाज़ार में हो रहे बदलावों, ग्राहकों की पसंद और आदतों के बारे में पता होना चाहिए।
- कर्मचारियों को अपने ग्राहकों की बात ध्यान से और ध्यान से सुननी चाहिए, सम्मान प्रदर्शित करना चाहिए।
- विक्रेता को ग्राहकों की छोटी और बड़ी संख्या दोनों पर चर्चा करने में सहज होना चाहिए।

## सहकर्मियों के साथ व्यवहार करना

सहकर्मियों के साथ व्यवहार करना एक बहुत ही महत्वपूर्ण पहलू है। यह सहकर्मियों के बीच संबंध बनाता है

- एक सेल्स पर्सन को संगठन में अपने सहकर्मियों के साथ शालीनता और विनम्रता से व्यवहार करना चाहिए।
- अत्यधिक प्रतिस्पर्धी होने से बचना चाहिए, यह एक नकारात्मक बात है। खुले तौर पर प्रतिस्पर्धी सहकर्मियों के खिलाफ़ काम करने की बजाय उनके साथ काम करने का प्रयास करें।
- सहकर्मियों के साथ गलतफहमी से बचें।
- अच्छे काम के लिए प्रतिस्पर्धी सहकर्मी की प्रशंसा करने का प्रयास करें।



- प्रतिस्पर्धा को व्यक्तिगत रूप से नहीं, बल्कि सकारात्मक रूप से लें।

## वरिष्ठों के साथ व्यवहार

पर्यवेक्षकों के साथ व्यवहार करना भी एक और बहुत महत्वपूर्ण पहलू है। यह अधीनस्थ और पर्यवेक्षक के बीच संबंध बनाता है। निकटतम वरिष्ठ अधीनस्थ का बॉस होता है। आमतौर पर, पर्यवेक्षक कर्मचारियों की तरह अधीनस्थों को नियंत्रित करते हैं।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. \_\_\_\_\_ व्यक्तिगत उपस्थिति का एक महत्वपूर्ण पहलू है।
2. चौथाई, आधी और पूरी आस्तीन \_\_\_\_\_ को हर समय ढका रहना चाहिए।

### ख. बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या गलत

1. बाल मानव बाल रंग से अप्राकृतिक रंग के नहीं होने चाहिए।
2. किसी कर्मचारी का ड्रेस कोड उम्र, लिंग, धर्म और संस्कृति जैसे सभी पहलुओं में अद्वितीय होना चाहिए।
3. फर्श पर झूलते झुमके, आवाज करती पायल और चूड़ियां पहनी जा सकती हैं।
4. स्टोर में केवल फ्रंटलाइन स्टाफ को ही हर दिन एक निर्धारित वर्दी पहननी चाहिए।
5. खुले तौर पर प्रतिस्पर्धी सहकर्मियों के खिलाफ काम करने की बजाय उनके साथ काम करने का प्रयास करें।

### ग. दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

1. कर्मचारियों की उपस्थिति के मानकों पर चर्चा करें।
2. रिटेल स्टोर में काम करते समय पुरुष और महिला कर्मचारियों को क्या सावधानियां बरतनी चाहिए?
3. रिटेल स्टोर में काम करते समय ग्राहकों, वरिष्ठों और सहकर्मियों के साथ कैसा व्यवहार करना चाहिए?



## सत्र 4: ग्राहक अपेक्षा

### ग्राहक अपेक्षा का अर्थ

ग्राहक की अपेक्षा उत्पादों या सेवाओं से प्राप्त कुल अनुमानित मूल्य है। यदि सामान के साथ ग्राहक का वास्तविक अनुभव कथित मूल्य से अधिक है, तो ग्राहक संतुष्ट होगा। यदि ग्राहक का वास्तविक अनुभव कथित मूल्य से कम है, तो ग्राहक असंतुष्ट या निराश होगा।



### ग्राहक अपेक्षा की पहचान करना

आधुनिक समय में ग्राहकों की अपेक्षाएं दिन-ब-दिन बढ़ती जा रही हैं। यदि खुदरा विक्रेता ग्राहकों की अपेक्षाओं को पूरा करने में असमर्थ है, तो उनका अस्तित्व अधिक समय तक नहीं टिक पाएगा और उनकी प्रतिष्ठा धूमिल हो जाएगी। ग्राहकों की अपेक्षाएँ समय, प्रयासों और ग्राहकों की ज़रूरतों के साथ बदलती रहती हैं। सूचना प्रौद्योगिकी नई ग्राहक अपेक्षाओं के लिए जिम्मेदार है।

### ग्राहकों की अपेक्षाओं को पहचानने के कुछ तरीके इस प्रकार हैं:

- (क) **अवधारणा वास्तविकता से मिलती है:-** प्रत्येक ग्राहक चाहता है कि उसकी अपेक्षाएं वास्तविकता से पूरी हों।
- (ख) **ग्राहकों के साथ बातचीत:-** ग्राहक के साथ बातचीत भी ग्राहक की ज़रूरतों और ग्राहकों की अपेक्षाओं को पहचानने का एक तरीका है। खुदरा क्षेत्र में ग्राहक प्रबंधन विभाग को परेशान करने वाले ग्राहकों के प्रबंधन के लिए नामित किया गया है।
- (ग) **समूह फीडबैक:-** एक समूह फीडबैक ग्राहकों के पूरे समूह के लिए भागों में फीडबैक के लिए मायने रखता है।
- (घ) **समुदाय से अंतर्दृष्टि प्राप्त करें:-** ग्राहकों की अपेक्षा जानने के लिए समुदाय सबसे अच्छा स्रोत है। बहुत से लोग सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं, जहां वे खुलकर और खुलकर अपनी बात रखते हैं। खुदरा विक्रेता वहां से फीडबैक लेते हैं और ग्राहकों की अपेक्षाओं की पहचान करते हैं। इस बारे में बात करना उनकी अपनी प्रेरणा है कि उन्हें क्या प्रेरित करता है, जिसका अर्थ यह भी है कि यदि वे ऐसा करते हैं, तो यह उनके और संगठन के लिए प्रासंगिक है।



## खुदरा विक्रेता से ग्राहकों की अपेक्षाएँ

नीचे ग्राहकों की नवीनतम अपेक्षाएँ दी गई हैं जो खुदरा स्टोरों द्वारा पूरी की जाती हैं:

1. **वस्तुओं या सेवाओं का व्यक्तिकरण:-** प्रत्येक ग्राहक खुदरा विक्रेता से व्यक्तिगत जानकारी चाहता है जो ग्राहक को खुदरा विक्रेता से जोड़ता है।
2. **अधिक विकल्प:-** प्रत्येक ग्राहक किसी उत्पाद में कई विकल्प चाहता है, जैसे उत्पाद की विविधता, गुणवत्ता, उपलब्धता और सस्ती कीमत।
3. **ध्यान से सुनें, तुरंत प्रतिक्रिया दें:-** प्रत्येक ग्राहक खुदरा विक्रेता की जानकारी शीघ्र और सटीक रूप से चाहता है। यहां तक कि प्रत्येक खुदरा विक्रेता को फीडबैक सिस्टम बनाए रखना चाहिए।
4. **फ्रंट-लाइनर्स को अधिक नियंत्रण दें:-** फ्रंट-लाइन सेवा अधिकारियों से अपेक्षा करने वाले ग्राहकों को समस्या के प्रकार को समझना चाहिए।

## ग्राहक की अपेक्षा की पुष्टि करें

ग्राहक की अपेक्षा की पहचान करने के बाद खुदरा संगठन के प्रतिनिधि को सबसे प्रभावी तरीके से इसकी पुष्टि करनी चाहिए, जो इस प्रकार है:

- ग्राहक को कॉल करके
- अतिरिक्त सेवाएँ प्रदान करके



## ग्राहक को उचित रूप से जवाब देना

ग्राहकों की जरूरतों की पहचान करना बिक्री प्रतिनिधि/कार्यकारी का एक बहुत ही महत्वपूर्ण कार्य है। ग्राहक की जरूरतों की पहचान करने के बाद प्रत्येक बिक्री प्रतिनिधि को तदनुसार और उचित रूप से प्रतिक्रिया देनी होगी।

1. **उनकी वास्तविक आवश्यकता का पता लगाएं:-** तुरंत प्रतिक्रिया देने से पहले, विक्रेता को एक पल के लिए रुकना चाहिए और ग्राहक के दृष्टिकोण से सोचना चाहिए। वे वह सुविधा क्यों चाहते हैं?
2. **ग्राहक की जरूरतों को पूरा करें:-** एक बार जब बिक्री प्रतिनिधि ग्राहकों की जरूरतों की पहचान कर लेता है तो उसे उसे पूरा करना होगा।

3. **उचित उत्पाद के साथ हमारे ग्राहकों की ज़रूरतों को पूरा करें:-** ग्राहकों की मांग के अनुसार उत्पाद सौंपें।
4. **एक ईमानदार स्पष्टीकरण दें:-** यदि उत्पाद की कमी है और इसे ग्राहक को प्रदान नहीं किया जा सकता है तो 'नहीं' कहें; पारदर्शी रहें और ईमानदार स्पष्टीकरण प्रदान करें।

## अपनी प्रगति जाँचें

### क. रिक्त स्थान भरें

1. आधुनिक समय में ग्राहकों की उम्मीदें \_\_\_\_\_ बढ़ रही हैं।
2. अधिकांश ग्राहक अभी भी व्यक्तिगत \_\_\_\_\_ अनुभव चाहते हैं।
3. प्रत्येक ग्राहक की ज़रूरतें उत्पाद में \_\_\_\_\_ की उपलब्धता पर निर्भर होती हैं।

### ख. बताएँ कि निम्नलिखित सत्य हैं या असत्य

1. 'उम्मीदें' खरीदारी की प्रत्याशित परिस्थितियाँ हैं।
2. ग्राहक सेवा निर्णय निर्माता अपेक्षाओं पर खरे उतरते हैं।
3. ग्राहक के साथ सेवा वार्तालाप भी ग्राहक की ज़रूरतों और अपेक्षाओं की जाँच है।
4. फीडबैक के लिए ग्राहकों के समूह के हिस्से को भागों में देखना समझ में आता है।

### ग. लघु उत्तरीय प्रश्न

1. ग्राहकों की अपेक्षाओं को पहचानने की आवश्यकता क्यों है?
2. खुदरा स्टोर ग्राहकों की अपेक्षाओं को कुशलता पूर्वक कैसे पूरा कर सकता है?
3. कोई ग्राहक को उचित प्रतिक्रिया कैसे दे सकता है?



नोट : इस पुस्तक में प्रयुक्त सामग्री एवं चित्र पूर्णतः शैक्षणिक उद्देश्य के लिए हैं, किसी व्यावसायिक उपयोग के लिए नहीं।

ISBN : 978-81-971736-8-4

राज्य शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद्  
वरुण मार्ग, डिफेंस कॉलोनी, नई दिल्ली - 110024