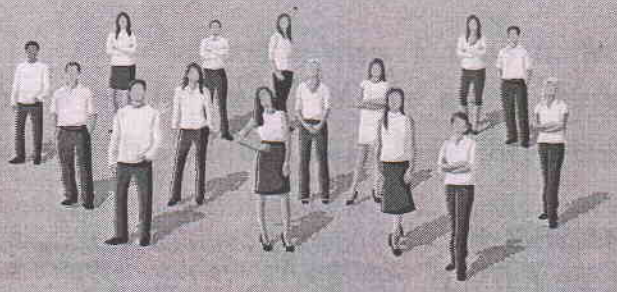


यूनिट 8

बिक्री हेतु उत्पादों को तैयार करना

Unit	Chapter
बिक्री हेतु उत्पादों को तैयार करना	उत्पादों को जानना
	बिक्री हेतु उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करना



यूनिट 8.1 उत्पादों को जानना

उद्देश्य

- उत्पादों की विभिन्न श्रेणियों से परिचित होना।

मॉड्यूल

8.1.1 उत्पादों को जानना

8.1.1 उत्पादों को जानना

उत्पादन प्रक्रिया का अन्तिम परिणाम उत्पाद होता है जिसे बाज़ार में आवश्यकता या माँग को पूरा करने के लिए बेचा या प्रस्तुत किया जाता है। यह उत्पाद किसी भी रूप में हो सकता है जैसे सामान, विचार, पद्धति या प्रणाली, वस्तु, या सेवा, जिसकी मदद से आवश्यकता या माँग को पूरा किया जा सके। मोटे तौर पर, एक उत्पाद मूर्त या अमूर्त विशेशताओं या गुणों, जैसे लाभ, सुविधाएं, कार्य, प्रयोजन, या उपयोग आदि का सम्मिश्रण या मेल होता है जिसे एक विक्रेता खरीददार को खरीदने के लिए प्रदान करता है। उत्पाद को कुशलतापूर्वक बेचने में सक्षम होने के लिए ट्रेनी ऐसोसिऐट को उन उत्पादों के विभिन्न प्रकारों की जानकारी होनी चाहिए जिन्हें दुकान या स्टोर पर बेचा जा रहा है।

एक विक्रेता होने के नाते, आप निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर देने में सक्षम होने चाहिए –

- आपके उत्पाद या सेवा का क्या उद्देश्य या प्रयोजन है? यह कौन सी ज़रूरतों को पूरा करता है?
- आप अपने उत्पाद के बारे में कैसे बताएंगे? इसका आकार, कार्य, मुख्य विशेषताएं, लाभ, उपयोग क्या हैं?
- उत्पाद या सेवा को ग्राहक के पास कैसे पहुंचाया जाता है?
- उत्पाद या सेवा की कीमत क्या है? क्या उत्पाद या सेवा कुछ शर्तें हैं?

एक विक्रेता के लिए यह जानना व समझना महत्वपूर्ण है कि उत्पाद कैसे बनता है, उत्पाद की कीमत क्या है, उत्पाद का प्रयोग कैसे किया जाना चाहिए, उत्पाद का प्रयोग कैसे किया जा सकता है, और कौन से उत्पाद एक साथ अच्छे से कार्य कर सकते हैं या करते हैं।

अपने उत्पाद के विषय में क्या जानना आवश्यक है –

- उत्पाद का मूल्य निर्धारण
- उत्पाद के स्टाइल्स, रंग, या उपलब्ध मॉडल
- उत्पाद का इतिहास
- उत्पाद की विशेष उत्पादन प्रक्रिया
- उत्पाद का उपयोग कैसे करें

- उत्पाद वितरण या ग्राहक तक पहुंचाना
- सर्विसिंग, वॉरंटी, और मरम्मत संबंधी जानकारी

उत्पाद की श्रेणियां

मोटे तौर पर, उपभोक्ता उत्पादों को दो श्रेणियों में बांटा जा सकता है – दीर्घकालिक या स्थायी (कनतंइसम) और अल्पकालिक या अस्थायी (दवद.कनतंइसम)। अल्पकालिक उत्पादों में फास्ट फूड, कन्फैक्शनरी और सिगरेट शामिल हैं जिन्हें थोक विक्रेताओं द्वारा रिटेल या खुदरा विक्रेताओं को बड़ी मात्रा में उपलब्ध कराया जाता है। दूसरी ओर, दीर्घकालिक उत्पाद वे उत्पाद हैं जिनका बार–बार और लम्बे समय के लिए उपयोग किया जा सकता है।

गुणों या प्रकृति के आधार पर उत्पादों का वर्गीकरण इस प्रकार किया गया है –

दीर्घकालिक या स्थायी उत्पादः जिन उत्पादों का जीवनकाल और उपयोग करने की अवधि लम्बी होती है, उन्हें दीर्घकालिक उत्पाद कहा जाता है। उदाहरण के लिए – फर्नीचर, बर्तन, इलेक्ट्रोनिक्स या बिजली से चलने वाले उत्पाद।

अर्द्ध–स्थायी उत्पादः जिन उत्पादों का जीवनकाल और उपयोग करने की अवधि सीमित होती है, उन्हें अर्द्ध–स्थायी उत्पाद कहा जाता है। उदाहरण के लिए – कपड़े, फुट वियर या जूते–चप्पल, कृत्रिम गहने, होम फर्निशिंग जैसे सोफा व परदे के कपड़े।

अल्पकालिक या अस्थायी उत्पादः जिन उत्पादों का जीवनकाल बहुत छोटा होता है और जल्दी खराब हो जाते हैं, उन्हें अल्पकालिक या अस्थायी उत्पाद कहा जाता है। उदाहरण के लिए – दूध, ब्रेड।

उपभोक्ता की खरीदने की आदत के अनुसार भी उत्पादों का वर्गीकरण किया जा सकता है –

आधारभूत उपभोक्ता उत्पादः जो उत्पाद मनुश्य की आधारभूत या बुनियादी ज़रूरतों के अंतर्गत आते हैं, उन्हें आधारभूत उत्पाद कहा जाता है। उदाहरण के लिए – दूध, ब्रेड, चीनी इत्यादि।

आकर्षक उपभोक्ता उत्पादः जिन उत्पादों को बिना किसी पूर्व योजना या बिना विचार किए जल्दबाजी में खरीदा जाता है, उन्हें आकर्षक उपभोक्ता उत्पाद उत्पाद कहा जाता है। उदाहरण के लिए – आलू चिप्स, कैंडी, आइसक्रीम, कोल्ड ड्रिंक्स इत्यादि।

शॉपिंग उपभोक्ता उत्पादः शॉपिंग उपभोक्ता उत्पाद वे उत्पाद हैं जिसमें उपभोक्ता वस्तु खरीदने से पहले विभिन्न मापदंडों, जैसे उत्पाद का मूल्य, ब्रांड, स्टाइल, और आराम के आधार पर उनका चयन और तुलना करता है। ये उत्पाद सुविधा के सामानों की तुलना में ज्यादा मंहगे होते हैं और उनके उपयोग करने की अवधि लंबी होती है। आम तौर पर, उपभोक्ता के लिए सामान बनाने वाली कंपनियां ग्राहक को अपनी ओर आकर्षित करने के लिए सक्रिय शॉपिंग क्षेत्रों में अपने स्टोर और शोरूम खोलने की कोशिश करती हैं। उत्पाद को लोकप्रिय बनाने के लिए उनका सारा ध्यान विज्ञापनों और मार्केटिंग पर होता है। कपड़े, टी.वी., रेडियो, फुट वियर, होम फर्निशिंग और गहने जैसे उत्पाद शॉपिंग उपभोक्ता उत्पादों की श्रेणी में आते हैं।

विशिष्ट उपभोक्ता उत्पादः जो उत्पाद अनूठे, असाधारण और भव्य विशेषताओं व गुणों वाले होते हैं, उन्हें विशिष्ट उपभोक्ता उत्पाद कहा जाता है। इस तरह के उत्पाद ज्यादातर समाज के उच्च वर्ग द्वारा खरीदे जाते हैं क्योंकि ये मंहगे होते हैं। इस तरह के उत्पाद आवश्यकता की श्रेणी के अंतर्गत नहीं आते हैं बल्कि व्यक्तिगत पसन्द या इच्छा के आधार पर उन्हें खरीदा जाता है। इन उत्पादों के अनूठे और विशेष गुण और ब्रांड ग्राहक को अपनी ओर आकर्षित करते हैं ताकि वे इन्हें खरीद सकें। उदाहरण के लिए – प्राचीन वस्तुएं, गहने, शादी के कपड़े, कार इत्यादि।

सैद्धान्तिक अभ्यास

1. उत्पाद केवल एक वस्तु है, सेवा नहीं –

   a) सही

   b) गलत

   c) ना सही, ना गलत

   d) इनमें से कोई नहीं

2. उत्पाद को बेचने के लिए एक ट्रेनी ऐसोसिएट को अवश्य करना चाहिए –

   a) ग्राहक को धोखा देना

   b) ग्राहक से झूठ बोलना

   c) उत्पाद के बारे में जानकारी होना

   d) इनमें से कोई नहीं

3. उत्पाद को बेचते समय एक ट्रेनी ऐसोसिऐट को अवश्य करना चाहिए –

   a) उत्पाद की विशेषताओं और लाभों के बारे में बताना

   b) ग्राहक को उत्पाद की कीमत बताना

   c) उत्पाद से जुड़ी किसी भी वारंटी या शर्तों के बारे में बताना

   d) ऊपर बताई गई सभी बातें

4. दूध को अल्पकालिक उत्पादों की श्रेणी में रखा गया है क्योंकि –

   a) यह मांसाहार है

   b) यह मजबूत नहीं है

   c) इसका जीवनकाल छोटा है और जल्दी खराब हो जाता है

   d) इनमें से कोई नहीं

5. कौन से उत्पादों को दीर्घकालिक उत्पादों की श्रेणी में रखा गया है –

   a) जो धातु से बने हैं

   b) जो केवल लकड़ी से बने हैं

   c) जिनका जीवनकाल और उपयोग की अवधि लंबी है

   d) इनमें से कोई नहीं

6. एक ग्राहक स्टोर में सब्जियां खरीदने आता है। बिल का भुगतान करते समय वह बिलिंग काउंटर पर आलू चिप्स का नया पैकेट देखता है और उसे खरीद लेता है। आलू चिप्स का पैकेट किस प्रकार का उत्पाद है?

   a) आधारभूत उत्पाद

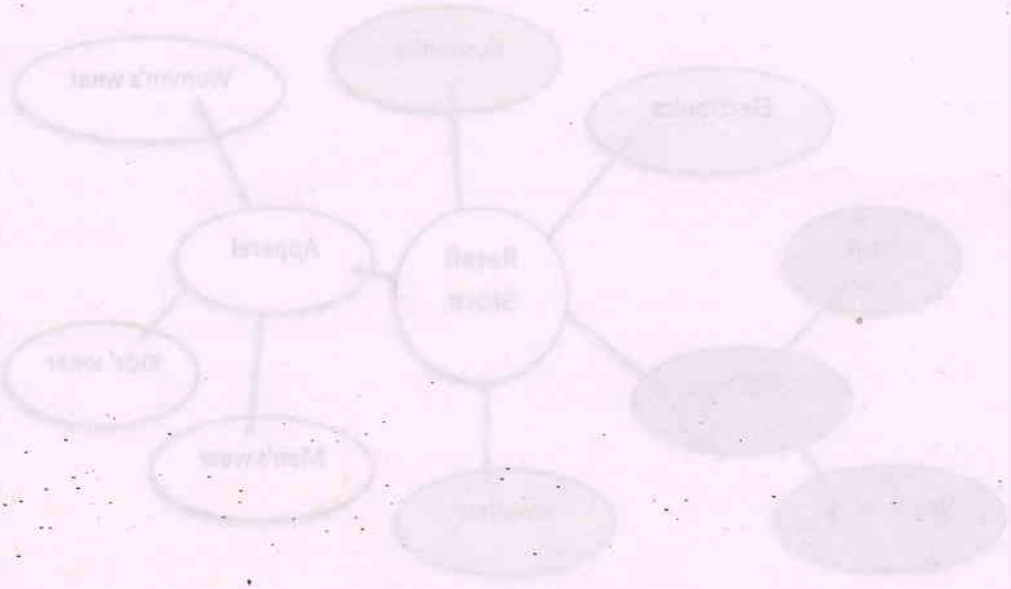
   b) इम्पल्स उपभोक्ता उत्पाद

   c) विशिष्ट उपभोक्ता उत्पाद

   d) इनमें से कोई नहीं

हमनें सीखा

- उत्पाद क्या है।
- उत्पाद के विषय में जानकारी।
- उत्पादों के प्रकार।



यूनिट 8.2 बिक्री हेतु उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करना

उद्देश्य

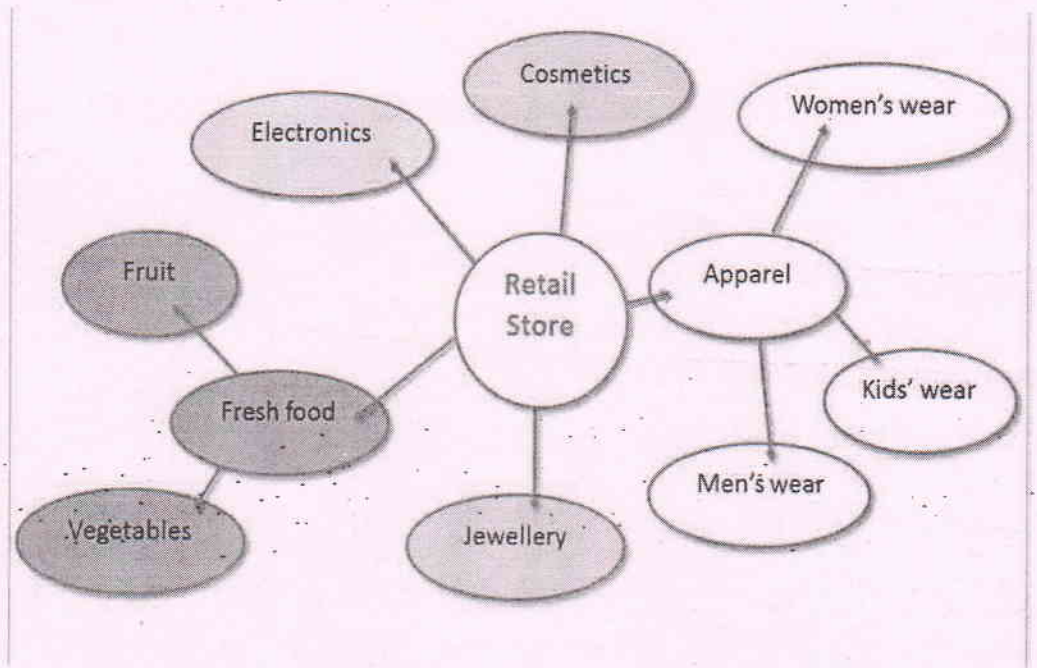
- बिक्री हेतु उत्पादों को इकट्ठा करना और उन्हें व्यवस्थित ढंग से रखना।

मॉड्यूल

8.2.1 बिक्री हेतु उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करना

8.2.1 बिक्री हेतु उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करना

एक रिटेल स्टोर में उत्पादों का संयोजन करने के लिए उत्पादों की विभिन्न श्रेणियों और स्टोर के विभिन्न विभागों को समझना आवश्यक है। उत्पादों के प्रकार, प्रोमोशन छूट, या योजना के आधार पर उनका संयोजन और उन्हें व्यवस्थित किया जाता है। एक आधुनिक रिटेल स्टोर में उत्पादों को नीचे दिखाए गए चित्र के अनुसार व्यवस्थित किया जाता है –



एक रिटेल स्टोर में अनेक विभाग होते हैं जिनमें उनसे सम्बन्धित उत्पादों को प्रदर्शित और बेचा जाता है। ये प्रमुख विभाग इस प्रकार हैं –

- वस्त्र और एक्सेसरीज़ या सहायक वस्तुएं (पुरुश, महिलाएं और बच्चे)
- सौन्दर्य प्रसाधन
- इलेक्ट्रोनिक्स
- परचून या किराने का सामान, या ग्रोसरीज़
- आभूषण या गहने

सौन्दर्य प्रसाधन विभाग

इस विभाग में सौन्दर्य और बालों की देखभाल से सम्बन्धित उत्पादों को रखा जाता है। इस विभाग के मुख्य उत्पाद हैं :





कलर कॉस्मेटिक या सौन्दर्य प्रसाधन

इन उत्पादों को बनाने वाली प्रमुख कंपनियां हैं – हिन्दुस्तान यूनिलीवर लिमिटेड, प्रोक्टर एण्ड गैम्बल, इमामी, गोदरेज, हिमालया और डाबर। कुछ प्रसिद्ध विदेशी ब्रांडस में लोरियल, गार्नियर, ऐस्टे लॉडर, ट्रेसीमी आदि शामिल हैं।





आभूषण विभाग

इस विभाग में रत्नों, हीरों, और गले का हार, कंगन आदि जैसे गहनों को प्रदर्शित और बेचा जाता है।





उपभोक्ता दीर्घकालिक उत्पादों व इलेक्ट्रोनिक्स की विभिन्न श्रेणियां:

- उपभोक्ता इलेक्ट्रोनिक्स – वीसीडी/डीवीडी, होम थियेटर, म्यूज़िक प्लेयर, कलर टेलीविज़न, कैमरा, कैमकॉर्डर, पोर्टेबल ऑडियो, हाइ–फाइ इत्यादि
- घरेलू इलेक्ट्रिकल उत्पाद – डिशवॉशर, ऐअर कंडीशनर, वॉटर हीटर, वॉशिंग मशीन, फ्रिज, वैक्यूम क्लीनर, किचन अपलायन्स, नॉन–किचन अपलायन्स, माइक्रोवेव, बिल्ट–इन–अपलायन्स, टम्बल ड्रायर, व्यक्तिगत देखभाल के उत्पाद इत्यादि।
- सूटकेस
- घड़ियां
- मोबाइल फोन

उत्पादों के विभिन्न प्रकारों और स्टोर के विभिन्न विभागों के बारे में स्पष्ट रूप से जानने के बाद उत्पादों के संयोजन और उन्हें व्यवस्थित ढंग से रखने के तरीकों को समझने की आवश्यकता है। उत्पादों को व्यवस्थित ढंग से रखना, बेचे जा रहे उत्पादों के प्रकार पर निर्भर करता है। उन्हें व्यवस्थित ढंग से रखना किसी योजना या छूट पर भी निर्भर करता है। जो उत्पाद किसी विशेष योजना या छूट के तहत हैं, आम तौर पर ग्राहक को आकर्षित करने के लिए उन्हें मुख्य रूप से प्रदर्शित किया जाता है और साथ में उससे सम्बन्धित विभाग में भी रखा जाता है। उदाहरण के तौर पर, यदि स्टोर में कपड़े किसी छूट के तहत हैं तो उन्हें स्टोर के सबसे महत्वपूर्ण व केन्द्रीय स्थान पर प्रदर्शित किया जाता है और उन्हें उनके विभाग में भी प्रदर्शित किया जाता है। प्रदर्शन हेतु उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करते समय कुछ महत्वपूर्ण बातों को ध्यान में रखा जाना चाहिए –

- उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करते समय व्यक्तिगत और उत्पादों की सुरक्षा का ध्यान रखना चाहिए। उत्पादों और कर्मचारियों, दोनों को किसी तरह से हानि न पहुंचे, इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए।
- उत्पादों को इकट्ठा करने के बाद यह सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि प्रदर्शन के लिए उत्पादों को सही मात्रा या संख्या में और सही उत्पादों को ही इकट्ठा किया गया है।
- उत्पादों को व्यवस्थित ढंग से स्टोर में रखने के लिए अलग–अलग उपकरणों और औज़ारों की आवश्यकता हो सकती हैं, जैसे ट्रॉली, लिफ्ट, बैग, पेंचकस, प्लास या प्लायर्स इत्यादि। ऐसोसिऐट को इन उपकरणों और औज़ारों के साथ भली–भांति परिचित होना आवश्यक है।
- यदि किसी वस्तु के साथ निर्माता के द्वारा निर्देश भी दिए गए हैं तो उन्हें ध्यान से पढ़ना चाहिए और उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करते समय उनका पालन किया जाना चाहिए।
- उत्पादों को सुरक्षित ढंग से व्यवस्थित किया जाना चाहिए ताकि आसानी से उनका उपयोग हो सके और

किसी भी प्रकार से किसी को हानि न हो।

- उत्पादों का संयोजन और व्यवस्थित करते समय कोई भी कठिनाई है तो सुपरवाइज़र को तुरन्त सूचित किया जाना चाहिए।
- किसी भी प्रकार की क्षति या धूल–मिट्टी की जांच के लिए प्रदर्शित उत्पादों का नियमित रूप से निरिक्षण किया जाना चाहिए ताकि यह पता चल सके कि वे प्रदर्शन के योग्य हैं या नहीं। जिन उत्पादों की शेल्फ लाइफ या उनके उपयोग की एक निश्चित समय सीमा है, तो प्रदर्शन से पहले ऐसे उत्पादों की एक्सपायरी डेट या बेस्ट बिफोर को जांच लेना चाहिए। जिन उत्पादों की एक्सपायरी डेट समाप्त हो गई है, ऐसे उत्पादों को प्रदर्शित नहीं किया जाना चाहिए।
- यदि कोई उत्पाद क्षतिग्रस्त या टूटा हुआ है तो उसे प्रदर्शन से तुरन्त हटाया जाना चाहिए। इन उत्पादों के साथ क्या करना चाहिए, इसके लिए ऐसोसिऐट को स्टोर के दिशा निर्देशों का पालन करते हुए सुपरवाइज़र की सहायता लेनी चाहिए।
- प्रदर्शन के लिए उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित करते समय अनावश्यक पैकिंग और बेकार सामान इकट्ठा हो जाता है। ऐसे अनावश्यक सामान को सुरक्षित ढंग से हटाया जाना चाहिए और कूड़ेदान में फेंक दिया जाना चाहिए।

सैद्धान्तिक अभ्यास

1. एक आधुनिक रिटेल स्टोर में सामान या उत्पादों को उनके प्रकार और ..... के आधार पर व्यवस्थित किया जाता है।

   a) उत्पाद का प्रकार

   b) कुछ नहीं

   c) योजना/छूट

   d) इनमें से कोई नहीं

2. निम्नलिखित में से कौन सा एक आधुनिक रिटेल स्टोर का उत्पाद विभाग नहीं है?

   a) अति विशिष्ट देखभाल के उत्पाद

   b) सौन्दर्य प्रसाधन

   c) उपभोक्ता दीर्घकालिक उत्पाद और इलेक्ट्रोनिक्स

   d) आभूशण

3. यदि कोई उत्पाद किसी योजना या छूट के तहत है तो उसे केवल स्टोर के मुख्य स्थान पर ही प्रदर्शित किया जाना चाहिए।

   a) सही

   b) गलत

   c) गलत, उत्पाद के विभाग में भी प्रदर्शित किया जाना चाहिए

   d) इनमें से कोई नहीं

4. प्रदर्शन के लिए उत्पादों को व्यवस्थित करते समय आपको पता चलता है कि उत्पाद की उपयोग करने की समय सीमा समाप्त हो गई है। ऐसी स्थिति में एक सेल्स ऐसोसिऐट होने के नाते आपको क्या करना चाहिए?

a) उत्पाद को प्रदर्शन के लिए रखना चाहिए, लेकिन ग्राहक को समय सीमा समाप्त होने के बारे में बता देना चाहिए

b) प्रदर्शन से तुरन्त हटा देना चाहिए

c) प्रदर्शन के लिए रखना चाहिए और उसे बेच देना चाहिए

d) इनमें से कोई नहीं

5. अनावश्यक सामान को जला देना चाहिए।

a) सही

b) गलत, कूड़ेदान में फेंकना चाहिए

c) गलत, बाहर फेंकना चाहिए

d) इनमें से कोई नहीं

हमनें सीखा

- उत्पादों का संयोजन और उन्हें व्यवस्थित ढंग से रखना।
- एक स्टोर के विभिन्न विभागों की जानकारी।
- संयोजन और व्यवस्थित करने के लिए उपकरणों की जानकारी।
- अनावश्यक पैकिंग को सुरक्षित तरीके से फेंकना।