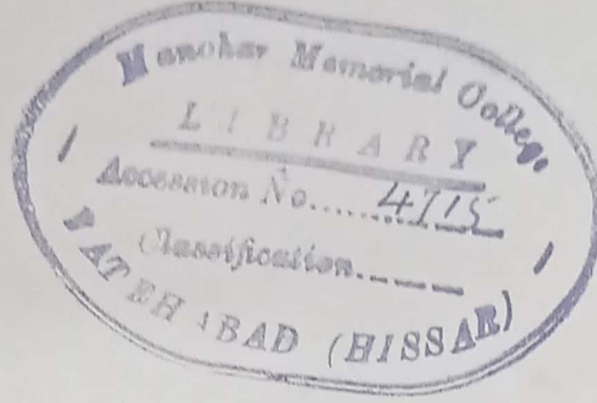


विक्रय प्रशासन एवं प्रबन्ध

[SALES ADMINISTRATION & MANAGEMENT]



डॉ. एस. सी. जैन
एम. कॉम., पी-एच. डी.
वाणिज्य विभाग
एस. आर. के. पोस्ट-ग्रेजुएट कॉलेज
फिरोजाबाद, आगरा

१६७६



साहित्य भवन : आगरा-3

विषय-सूची

अध्याय

पृष्ठ

प्रथम भाग

विपणन कार्य एवं सहकारी विपणन (Marketing Function and Cooperative Marketing)

१. परिचय (Introduction)
[विपणन की परिभाषा, विपणन का उद्देश्य, विपणन का महत्व, विपणन की प्रकृति एवं क्षेत्र। बाजार का अर्थ, बाजार का विकास, बाजार का वर्गीकरण, विपणन संगठन एवं व्यवहार का विकास। विपणन विधि, विपणन अध्ययन के तरीके, क्रेताओं व विक्रेताओं का वर्गीकरण, पदार्थों का वर्गीकरण।]
१-२४
२. विपणन कार्य (Marketing Functions)
[विपणन-कार्य का अर्थ, विपणन कार्यों का वर्गीकरण—विक्रय, क्रय, परिवहन, संग्रह, वित्त, जोखिम, बाजार सूचना एवं प्रमापीकरण। व्यापारिक क्रियाएँ।]
२५-३२
३. विक्रय एवं क्रय (Selling and Buying)
[विक्रय का अर्थ, विक्रय के कार्य—पदार्थ नियोजन एवं विकास, सम्पर्कीय, माँग उत्पत्ति, समझौता व संविदा जनित। क्रय का अर्थ, क्रय के कार्य—योजना क्रय, सम्पर्कीय, एकत्रीकरण, समझौता व संविदा जनित।]
३३-४०
४. परिवहन (Transport)
[प्रारम्भिक, परिवहन का महत्व, भारत में परिवहन के साधन—थल मार्ग, सिर पर बोझा, लद्दू पशु, बैलगाड़ी, मोटर ट्रक, रेल, नल, जलमार्ग व वायुमार्ग।]
४१-४६
५. संग्रह (Storage/Warehousing)
[संग्रह की परिभाषा, संग्रह की आवश्यकता, संग्रह के प्रकार, संग्रह व भण्डार, भण्डारों के प्रकार, संग्रह व विपणन। भारत में शीत संग्रहालय, भारत में भण्डार, भारत में वर्तमान भण्डार क्षमता, केन्द्रीय भण्डार निगम, निगम की नई योजना, राज्य भण्डार निगम—उत्तर प्रदेश राज्य भण्डार निगम, राजस्थान राज्य भण्डार निगम,

अध्याय
मण्डार नियमों की जासोचना, मण्डार नियमों की उन्नति के सुझाव ।]

५०-६४

६. सहकारी विपणन (Cooperative Marketing)
[सहकारी विपणन का अर्थ, सहकारी विपणन के उद्देश्य, सहकारिता के सिद्धान्त, सहकारी विपणन से लाभ, विदेशों में सहकारी विपणन की प्रगति ।]

६५-७१

७. भारत में सहकारी विपणन (Cooperative Marketing in India)

[भारत में सहकारी विपणन का संक्षिप्त इतिहास, भारत में सहकारी विपणन का संगठन, भारत में सहकारी विपणन की वर्तमान स्थिति, भारत में कृषि विपणन समितियाँ, गन्नापूति सहकारी समितियाँ, दुग्धपूति सहकारी यूनियन व समितियाँ, उत्तर प्रदेश में सहकारी विपणन, उत्तर प्रदेश में सहकारी विपणन की उन्नति के कारण, मध्य प्रदेश में सहकारी विपणन, भारत में सहकारी विपणन की सफलताएँ, भारत में सहकारी विपणन के दोष, उन्नति के सुझाव ।]

७२-६३

द्वितीय भाग

विक्रय एवं विक्रय संगठन
(Sales and Sales Organisation)

८. विक्रय एवं विक्रय नीति (Sales and Sales Policies)

[प्रारम्भिक, विक्री के ढंग—प्रत्यक्ष विक्री के माध्यम, स्वयं की दुकानें, स्वयं के विक्रेताओं द्वारा, डाक द्वारा, टेलीफोन द्वारा, प्रत्यक्ष प्रणाली के लाभ एवं हानियाँ । अप्रत्यक्ष : अप्रत्यक्ष विक्री के साधन—थोक विक्रेता, फुटकर विक्रेता, एजेन्सी । विक्रय एजेन्सियाँ विक्रय नीति । विक्रय नीति का क्षेत्र, नीति निर्धारण के सिद्धान्त ।]

६४-१०१

विक्रय मूल्य एवं मूल्य नीतियाँ (Sale Prices and Pricing Policies)

[प्रारम्भिक, विक्रय भावों या मूल्यों के लिए नियोजन, मूल्य निश्चित करते समय घटकों पर विचार, मूल्य नीतियाँ—मलाई उतारने वाली नीति, स्थिर मूल्य नीति, अधिकतम लाभ नीति, बाजार में पहुँचने वाली नीति, विक्री या विनियोग पर निश्चित प्रतिशत नीति, प्रतियोगियों को हतोत्साहित करने वाली नीति, प्रति-योगिता से मिलने वाली नीति, ग्राहक की देय क्षमता वाली नीति,

अध्याय

मूल्य नीतियों का विभाजन—लचनशीलता के आधार पर, प्रति-योगिता के आधार पर, विशेषता के आधार पर, क्षेत्रीय मूल्य नीति ।]

१०२-१०८

१०. विक्रय संगठन (Sales Organization)

[प्रारम्भिक, विक्रय संगठन को निर्धारित करने वाले घटक, विक्रय संगठन के कार्य, विक्रय संगठन के विभाग, विक्रय संगठन का प्रभावकारी होना, विक्रय संगठन का अन्य विभागों के साथ सहयोग, विक्रय संगठन के दोष ।]

१०९-११६

११. विक्रय प्रबन्धक (Sales Manager)

[प्रारम्भिक, विक्रय प्रबन्धक के गुण, उत्तरदायित्व, कर्तव्य, विक्रय प्रबन्धकों के प्रकार, बाटा में विक्रय संगठन ।]

१२०-१२८

१२. विक्रेता का चुनाव (Selection of Salesman)

[प्रारम्भिक, विक्रेताओं का चुनाव किसके द्वारा, विक्रेताओं की मर्ती के स्रोत, विक्रेताओं की नियुक्ति प्रविधि, आवेदन-पत्र का नमूना, साक्षात्कार, मनोवैज्ञानिक जाँच, सन्दर्भ जाँच, डाकटरी जाँच, अन्तिम चुनाव, नियुक्ति-पत्र ।]

१३. विक्रेता का प्रशिक्षण (Training of Salesman)

[प्रारम्भिक, महत्त्व, प्रशिक्षण के उद्देश्य, प्रशिक्षण पाठ्यक्रम, प्रशिक्षण की विधियाँ—सामूहिक, व्यक्तिगत, प्रशिक्षण से लाभ, हानियाँ, उत्तम प्रशिक्षण योजना के लक्षण ।]

१४. विक्रेता को पारिश्रमिक (Remuneration to Salesman)

[प्रारम्भिक, पारिश्रमिक योजना, योजना के उद्देश्य, मुख्य लक्षण, पारिश्रमिक को प्रभावित करने वाले तत्त्व, पारिश्रमिक देने की विधियाँ—सीधा वेतन, केवल कमीशन, आहरण लेखा एवं कमीशन, लाभ-भाजन विधि, अन्य—कोटा योजना, विशेष कार्य-विधि, अन्य ।]

१५२-१६६

१५. विक्रय क्षेत्र एवं विक्रेता प्रतिवेदन (Sales Territories and Salesman's Report)

[विक्रय क्षेत्र, विक्रय क्षेत्रों का बँटवारा, विक्रय क्षेत्रों से लाभ, विक्रय क्षेत्र के आकार को प्रभावित करने वाले तत्त्व, विक्रय क्षेत्र बाँटते समय ध्यान देने योग्य बातें, विक्रय क्षेत्र स्थापित करने के तरीके, विक्रय क्षेत्रों में संशोधन । विक्रेता का प्रतिवेदन, प्रतिवेदन के प्रकार, प्रतिवेदनों का उपयोग, प्रतिवेदन का विश्लेषण ।]

१६७-१७५

[विपणन सूचनाओं का अर्थ, विपणन सूचनाओं का महत्त्व, विपणन सूचनाओं के कार्य, विपणन सूचनाओं पर नियन्त्रण, भारत में विपणन सूचनाएँ। विपणन अनुसन्धान का अर्थ, विपणन अनुसन्धान के उद्देश्य, विपणन अनुसन्धान का वर्गीकरण, विपणन अनुसन्धान के ढंग, भारत में विपणन अनुसन्धान।]

तृतीय भाग

विक्रय-कला एवं विक्रय कार्य
(Salesmanship and Sales Performance)

१७. विक्रय कला एवं विक्रेता (Salesmanship and the Salesman)

[विक्रय कला की परिभाषा, महत्त्व, विक्रय कला एवं विज्ञापन विक्रय कला एवं मनोविज्ञान, विक्रय कला के मुख्य तत्त्व या उद्देश्य। आदर्श विक्रेताओं के वैयक्तिक गुण, सफल विक्रेता पैदा होते हैं बनाये नहीं जाते, विक्रेताओं के प्रकार।]

१८. ग्राहक का अध्ययन (Study or Diagnosing the Customer)

[प्रारम्भिक, ग्राहक का वर्गीकरण—शर्मिला ग्राहक, उतावला ग्राहक, बहुभाषी ग्राहक, अमद्र ग्राहक, तर्कपूर्ण ग्राहक, शंकायुक्त ग्राहक, अभिमानी ग्राहक, चुप ग्राहक, स्त्री ग्राहक, बालक ग्राहक, विकृत ग्राहक, विशेष व्यवहार ग्राहक। ग्राहक सेवाएँ—लपेटने एवं पैकग करने की सेवा, सुपुर्दगी सेवाएँ, टेलीफोन या डाक आदेश सेवाएँ, व्यक्तिगत-सौदा सेवा, समायोजन सेवा।]

१९. विक्रय आरम्भ, विक्रय वार्तालाप एवं विक्रय समाप्ति (Sales Opening, Sales Talk and Sales Closing)

[ग्राहक द्वारा दुकान में प्रवेश के उद्देश्य, विक्रय आरम्भ, विक्रय आरम्भ के तरीके, विक्रय वार्तालाप के सिद्धान्त, विक्रय वार्तालाप की मुख्य बातें। ग्राहकों की आपत्तियाँ, आपत्तियों के उत्तर का सचित समय, आपत्तियों का पूर्व ज्ञान, आपत्तियों को पूरा करने के तरीके। विक्रय रुकावटों को दूर करना, माल का प्रदर्शन, प्रदर्शन कब किया जाय, प्रदर्शन किस प्रकार किया जाय, ग्राहक द्वारा जाँच। विक्रय समाप्ति, विक्रय समाप्ति की युक्तियाँ, विक्रय समाप्ति के ढंग, आदेश का प्रबन्ध। विक्रय के बाद सेवा।]

अध्याय
२०. सुझाव विक्रय (Suggestion Selling)

[सुझाव विक्रय का अर्थ, सुझाव विक्रय का विक्रेता, वस्तुओं के सुझाव—स्थानापन्न वस्तु के सुझाव, अतिरिक्त वस्तुओं के सुझाव।]

२१. प्रदर्शन (Display)

[प्रारम्भिक, प्रदर्शन के रूप—दुकान प्रदर्शन, बाह्य प्रदर्शन, सकेत चिन्ह प्रदर्शन, द्वार प्रदर्शन, प्रकाश प्रदर्शन, वातायन प्रदर्शन—वातायन की स्थिति, वातायन का चौखटा, वातायन का स्थान, वातायन काँच, वातायन में प्रदर्शित वस्तुएँ, वातायन का प्रकाश, अच्छे वातायन प्रदर्शन के सिद्धान्त, वातायन प्रदर्शन के प्रकार, वातायन में मूल्य पट्टिका का प्रयोग, वातायन का परिवर्तन, प्रमावी वातायन के मूल तत्त्व। आन्तरिक प्रदर्शन, आन्तरिक प्रदर्शन के प्रकार, आन्तरिक प्रदर्शन के लाभ, कार्य विधि प्रदर्शन।]

चतुर्थ भाग

विक्रय एवं व्यापार प्रवर्तन
(Sales & Trade Promotion)

२२. विक्रय प्रवर्तन (Sales Promotion)

[विक्रय प्रवर्तन की परिभाषा, विक्रय प्रवर्तन के उद्देश्य, विक्रय प्रवर्तनका महत्त्व, विक्रय प्रवर्तन नीति एवं संगठन, विक्रय प्रवर्तन नियोजन, एक अच्छी विक्रय प्रवर्तन योजना के तत्व, विक्रय प्रवर्तन की विधियाँ—ग्राहक प्रवर्तन; नमूने, कूपन, धन वापिसी प्रस्ताव, मूल्य में कमी, प्रीमियम प्रतियोगिताएँ एवं दाँव लगाना, ग्राहक प्रवर्तन के अन्य साधन—क्रियाकरण प्रदर्शन, विक्रय प्रवर्तन की सीमाएँ।]

२३. व्यापार प्रदर्शन (Trade Promotion)

[व्यापार प्रवर्तन का अर्थ, व्यापार प्रवर्तन की विधियाँ—मध्यस्थों को अधिक बेचने के लिए—क्रय भत्ता, पुनः खरीद भत्ता, गणना एवं पुनः गणना, मुफ्त माल। मध्यस्थों को विज्ञापन एवं प्रदर्शन में सहयोग करने के लिए—व्यापारिक भत्ता, डीलर सूची प्रवर्तन। उपभोक्ता एवं व्यापार प्रवर्तन में समन्वय।]

पंचम भाग

विज्ञापन
(Advertisement)

२४. विज्ञापन (Advertisement)

[प्रारम्भिक, विज्ञापन का अर्थ, विज्ञापन का उद्देश्य, विज्ञापन के

अध्याय
कार्य, प्रमुख कार्य, गौण कार्य, प्रचार एवं विज्ञापन, विज्ञापन एवं प्रकाशन। वैज्ञानिक विज्ञापन, वैज्ञानिक विज्ञापन के सिद्धान्त, वैज्ञानिक विज्ञापन की अवस्थाएँ। विज्ञापन के लाभ, अथवा उप-योगिता—उत्पादकों को लाभ, उपभोक्ताओं को लाभ, मध्यस्थों को लाभ, समाज को लाभ। विज्ञापन के दोष या आलोचनाएँ, विज्ञापन की सीमाएँ। [मिथ्या विज्ञापन।] २७६-२९६

२५. विज्ञापन एवं विक्रय (Advertisement and its relation in the Selling)

[प्रारम्भिक, विज्ञापन विक्रय उत्पन्न करता है, विज्ञापन शिक्षित करता है, विज्ञापन वितरण प्राप्त करता है, विज्ञापन विक्रय के कार्य में सहायता करता है, विज्ञापन माँग उत्पन्न करता है, विज्ञापन माँग बनाये रखता है, विज्ञापन विक्रय बढ़ाता है, विज्ञापन विक्रय लागत कम करता है, विज्ञापन उत्पादन लागत कम करता है, विज्ञापन फुटकर मूल्य घटाता है, विज्ञापन विक्रय की सम्भावनाएँ स्थापित करता है।] २९७-३०२

२६. विज्ञापन का मनोविज्ञान (Psychology of Advertisement)

[प्रारम्भिक, सफल विज्ञापन के मनोवैज्ञानिक तत्त्व। ध्याताकषण—रग एवं उदाहरण, स्थान, भावनाएँ, आकार, विरोधामात्र, तीव्रता, नवीनता, चाल। रुचि जाग्रत करना—प्रवृत्तियाँ, भावनाएँ, रग, शब्दों में एकता, नवीनता, उचित वातावरण, साम्य एवं तारतम्यता। इच्छा उत्पन्न करना, उद्देश्य प्राप्त करना—दुहराना, सुज्ञावात्मक, तुरन्त कार्यवाही की अपीलें, कूपन, जवाबी कांड, विचारों का संगम।] ३०३-३०९

२७. विज्ञापन के प्रकार (Types of Advertisement)

[प्रारम्भिक, विज्ञापन के प्रकार, निर्माता द्वारा विज्ञापन, थोक विक्रेता द्वारा विज्ञापन, फुटकर विक्रेता द्वारा विज्ञापन, डाक व्यापारी द्वारा विज्ञापन, सामूहिक या सहकारी विज्ञापन।] ३१०-३१५

२८. विज्ञापन अपील (Advertising Appeal)

[परिभाषा, अपीलों का वर्गीकरण—प्राथमिक एवं चुनी हुई अपीलें, भावात्मक एवं विवेकशील अपीलें, वस्तुगत एवं संस्थागत अपीलें, व्यक्तिगत एवं विज्ञापन अपीलें, अनुकूल एवं प्रतिकूल अपीलें। अपीलों का एक अन्य वर्गीकरण—मानवीय भावनाओं पर

अध्याय

आधारित अपीलों, कारणों पर आधारित अपीलों, कारणों पर आधारित अपीलों के मुख्य तत्त्व।] ३१६-३२४

२९. विज्ञापन के माध्यम (Media of Advertisement)

[प्रारम्भिक, विज्ञापन के साधन का चुनाव, चुनाव करते समय ध्यान देने योग्य बातें, विज्ञापन के विभिन्न माध्यम। समाचार-पत्रीय विज्ञापन—समाचारपत्र, समाचारपत्रीय विज्ञापन के गुण, दोष। पत्रिका विज्ञापन—सामान्य पत्रिकाएँ, विशिष्ट पत्रिकाएँ पत्रिका विज्ञापन के गुण, दोष।]

बाह्य विज्ञापन या दीवारी विज्ञापन, बाह्य विज्ञापन के रूप—विज्ञापनपत्र, विज्ञापन बोर्ड, विजली द्वारा सजावट, सैण्डविच बोर्ड विज्ञापन, बस-ट्रामगाड़ी विज्ञापन, आकाश लेख विज्ञापन, अन्य विज्ञापन, बाह्य विज्ञापन में सावधानियाँ, बाह्य विज्ञापन के गुण, दोष।

डाक द्वारा प्रत्यक्ष विज्ञापन, डाक द्वारा विज्ञापन के आवश्यक तत्त्व, डाक विज्ञापन की विशेषताएँ, डाक विज्ञापन सामग्री की तैयारी में ध्यान देने योग्य बात, डाक सूची, डाक विज्ञापन की सामग्री, डाक विज्ञापन के गुण, दोष।

अन्य विज्ञापन—रेडियो एवं टेलीविजन, सिनेमा एवं सिनेमा स्लाइड, मेले एवं प्रदर्शनियाँ, लाउडस्पीकर, प्रदर्शन वस्तु का मुफ्त वितरण, उपहार या भेंट, घटे हुए मूल्यों पर विक्रय भारत में विज्ञापन।] ३२५-३५६

३०. विज्ञापन सामग्री (Advertising Material)

[प्रारम्भिक, विज्ञापन का निर्माण, विज्ञापन प्रति का लेखन, विज्ञापन प्रति के प्रकार—इच्छित उत्तर के आधार पर, प्रस्तावित प्रोत्साहन के आधार पर, विज्ञापित वस्तु के आधार पर, रास्ता ग्रहण करने के आधार पर—कारण प्रति, मानवीय कल्याण प्रति, युक्तिकरण प्रति। अचञ्ची विज्ञापन प्रति के आवश्यक लक्षण, विज्ञापन प्रति में भावनाएँ, विज्ञापन प्रति के आवश्यक तत्त्व, विज्ञापन प्रति निर्माण में सावधानियाँ। चित्रों का चुनाव, चित्रों में निहित बातें, चित्रों का चुनाव करते समय निहित बातें, चित्रों के प्रयोग से लाभ। खाका निर्माण, खाका निर्माण के कार्य, खाका निर्माण के सिद्धान्त, खाका बनाते समय ध्यान देने योग्य बातें।] ३५७-३७१

३१. विक्रय एवं विज्ञापन व्ययों पर नियन्त्रण (Control on Sales and Advertising Expenses)

[बजट का अर्थ, व्यापारिक बजटों का वर्गीकरण—उत्पादन बजट, निर्माण बजट, वित्तीय बजट, विक्रय बजट, विज्ञापन बजट। विक्रय व्यय बजट, विक्रय व्यय बजट के मद, विक्रय व्यय बजट का नमूना। विज्ञापन व्यय बजट, विज्ञापन व्यय बजट के मद, विज्ञापन बजट का खाका, भारत में विज्ञापन व्यय बजटों का उपयोग, विज्ञापन एवं विक्रय व्यय को निर्धारित करने वाले तत्त्व। एक व्यवसाय की व्यय क्षमता, विज्ञापन एवं विक्रय व्ययों पर नियन्त्रण।]

३७२-३८३

३२. विज्ञापन विभाग एवं विज्ञापन एजेंसियाँ (Advertising Department and Advertising Agencies)

[विज्ञापन एजेंसी की परिभाषा, विज्ञापन एजेंसी के कार्य, विज्ञापन एजेंसी के प्रकार, विज्ञापन एजेंसी संगठन, विज्ञापन एजेंसी को पारिश्रमिक देने के ढंग, भारत में विज्ञापन एजेंसियाँ, विज्ञापन विभाग। विज्ञापन विभाग के कार्य, विज्ञापन विभाग का संगठन, विज्ञापन विभाग का अन्य विभागों से सम्बन्ध।]

३८४-३९२