

खुदरा विक्रेता व्यापार में प्रतिवाद

कृषि कुंभ (अप्रैल, 2023),
खण्ड 02 भाग 11, पृष्ठ संख्या 40-41



खुदरा विक्रेता व्यापार में प्रतिवाद

सचिन कुमार वर्मा¹, आदित्य भूषण श्रीवास्तव², नीरज वर्मा³ एवं जयदीप कुमार⁴

शोध छात्र^{1,2}, परास्नातक छात्र³, कृषि अर्थशास्त्र विभाग⁴,

आचार्य नरेन्द्र देव कृषि एवं प्रोद्योगिकी विश्वविद्यालय, कुमारगंज अयोध्या, उत्तर प्रदेश, भारत।

Email Id: sachinssv974@gmail.com

उद्यमियों के पास खुदरा व्यापार स्वामित्व के कई रूप उपलब्ध हैं। प्रत्येक व्यवसाय मॉडल के पेशेवरों और विपक्षों की अपनी सूची होती है। शुरू करने के लिए खुदरा व्यापार के प्रकार का चयन इस बात पर निर्भर करता है कि आप व्यवसाय क्यों करना चाहते हैं, साथ ही साथ आपकी जीवनशैली, परिवार, व्यक्तित्व, मूल कौशल और बहुत कुछ। यहां कुछ मुख्य प्रकार के खुदरा स्वामित्व और प्रत्येक के लिए फायदे और नुकसान और समर्थन प्रणालियां दी गई हैं

1. स्वतंत्र खुदरा विक्रेता

एक स्वतंत्र रिटेलर वह होता है जो स्क्रेच से अपना खुद का व्यवसाय शुरू करता है। वे शुरुआत से लेकर अंत तक सब कुछ प्लान करते हैं, बिजनेस प्लानिंग के चरणों से लेकर जिस दिन वे अपने दरवाजे खोलते हैं। वे इस प्रक्रिया के दौरान उनकी मदद करने के लिए सलाहकारों, कर्मचारियों और अन्य लोगों को नियुक्त कर सकते हैं। एक स्वतंत्र रिटेलर के लिए कई अवसर उपलब्ध हैं।

लाभ:

उद्यमिता अपना खुद का व्यवसाय बनाने और जो आप चाहते हैं वह करने का एक शानदार तरीका है। आप अपना व्यवसाय कौन, कैसे या कहाँ स्थापित कर सकते हैं, इस पर कोई प्रतिबंध नहीं है। यह स्वतंत्रता उद्यमिता का सबसे बड़ा लाभ है। अपने खुद के व्यवसाय पर काम करना बहुत संतोषजनक हो सकता है।

हानि:

आरंभ करने में आसानी और लचीलेपन के कारण, एक में बहुत प्रतिस्पर्धा हो सकती है। एक निश्चित प्रकार के ग्राहक के लिए विशेष क्षेत्र। प्रत्येक

व्यावसायिक निर्णय स्वामी (ओं) पर निर्भर करता है। इस व्यवसाय मॉडल में कोई ब्रांडिंग, कोई पूर्व निर्धारित दिशानिर्देश और जोखिम का एक बड़ा सौदा नहीं है।

सहायता:

ऑनलाइन या विभिन्न सरकार और व्यापार द्वारा प्रायोजित लघु व्यवसाय संसाधनों के अलावा संगठनों, समर्थन के रास्ते में बहुत कुछ नहीं है।

2. मौजूदा खुदरा व्यापार

कोई व्यक्ति जो किसी मौजूदा व्यवसाय को विरासत में लेता है या खरीदता है, वह इसका स्वामित्व और जिम्मेदारी ले रहा है किसी और की मेहनत। नींव रखी जा चुकी है।

लाभ:

किसी मौजूदा व्यवसाय को खरीदने या पहले से स्थापित खुदरा स्टोर का स्वामित्व लेने का सबसे बड़ा लाभ समय है। ग्राहक आधार बनाने का समय, ब्रांडिंग स्थापित करने का समय, और क्रेडिट स्थापित करने में लगने वाला समय आम तौर पर सभी अतीत होता है जिसका अर्थ है कि अधिकांश कठिन भाग नए मालिक के पीछे है।

हानि:

मौजूदा व्यवसाय की एक नकारात्मक छवि या प्रतिष्ठा हो सकती है। जिसमें बहुत समय लगेगा पूर्ववत करें। वफादार ग्राहकों को स्वामित्व में बदलाव पसंद नहीं आ सकता है। पिछले मालिकों का कारण बना है प्रतिस्पर्धी व्यवसायों को खोलने से समस्याएं।

सहायता:

एक अच्छी तरह से स्थापित व्यवसाय में आमतौर पर प्रक्रियाओं या नीति नियमावली का एक लिखित सेट होता है। पहले से मौजूद स्टाफ

सदस्यों के पास नए मालिक का मार्गदर्शन करने में मदद करने का ज्ञान है।

3. मताधिकार

फ्रैंचाइजी खरीदना नाम, उत्पाद, अवधारणा और व्यवसाय योजना का उपयोग करने का अधिकार खरीदना है। फ्रैंचाइजी को एक स्थापित व्यवसाय से एक सिद्ध व्यवसाय मॉडल प्राप्त होगा।

लाभ:

सभी व्यवसाय संचालन प्रक्रियाएं स्थापित की गई हैं। फ्रैंचाइजी को मदद मिलती है एक नेटवर्क से और ग्राहक पहले से ही नाम से परिचित हो सकते हैं। मार्केटिंग रणनीति है पहले ही लगा दिया गया है। खुदरा कारोबार शुरू करने से जुड़े ज्यादातर जोखिम जोखिम भरे रहे हैं कम किया हुआ।

हानि:

फ्रैंचाइजी प्रत्येक वर्ष बिक्री के आधार पर शुल्क या रॉयल्टी का भुगतान करते हैं। स्टार्टअप लागत से संबंधित मताधिकार अधिक हो सकता है। फ्रैंचाइजी के मालिक होने का सबसे बड़ा नुकसान इसकी कमी है—लचीलापन और स्वतंत्रता।

सहायता:

फ्रैंचाइजर आमतौर पर एक चलाने के लिए आवश्यक सभी मार्केटिंग, प्रशिक्षण और चालू समर्थन प्रदान करते हैं सफल व्यापार।

4. डीलरशिप/व्यापार

खुदरा विक्रेताओं को लाइसेंस प्राप्त डीलरशिप का व्यवसाय मॉडल फ्रैंचाइजी के मिश्रण के रूप में मिल सकता है और स्वतंत्र खुदरा विक्रेता। लाइसेंसधारी के पास किसी ब्रांड को बेचने का अधिकार (कभी-कभी यह अनन्य होता है) होता है उत्पादों। फ्रैंचाइजी के विपरीत, डीलर विभिन्न प्रकार के ब्रांड बेच सकता है और आम तौर पर कोई शुल्क नहीं होता है लाइसेंसकर्ता को। डीलरशिप की अधिकृत विक्रेता के रूप में या उसके द्वारा पहचान की जा सकती है या नहीं भी की जा सकती है कंपनी का ट्रेडमार्क।

लाभ:

ग्राहक द्वारा कुछ ब्रांडिंग या उत्पाद के नाम की पहचान हो सकती है। डीलरशिप फ्रैंचाइजी की तुलना में संबंध बहुत अधिक लचीला है। के लिए यह एक अच्छा बिजनेस मॉडल हो सकता है

अंशकालिक खुदरा विक्रेता या जो खुदरा क्षेत्र में अभी शुरुआत कर रहे हैं।

हानि:

आरंभ करने में आसानी और लचीलेपन के कारण, एक में बहुत प्रतिस्पर्धा हो सकती है एक निश्चित प्रकार के ग्राहक के लिए विशेष क्षेत्र। स्वतंत्र रिटेलर की तरह, हर व्यवसाय निर्णय मालिक (ओं) पर निर्भर करता है। इस बिजनेस मॉडल में जोखिम भी काफी है।

सहायता:

डीलरशिप आमतौर पर अपना व्यवसाय स्थापित करने में सहायता प्राप्त नहीं करते हैं।

5. नेटवर्क मार्केटिंग

मल्टी-लेवल मार्केटिंग (डस्ड) या नेटवर्क मार्केटिंग एक व्यवसाय मॉडल है जहाँ की बिक्री होती है उत्पाद नेटवर्क में लोगों पर निर्भर करते हैं। न केवल एक उत्पाद बेचा जा रहा है, बल्कि अन्य सेल्सपर्सन को उसी उत्पाद या उत्पाद लाइन को बेचने के लिए भर्ती किया जा रहा है। यह शायद एक प्रकार नहीं है खुदरा कारोबार पर चर्चा करते समय शुरुआत में व्यवसाय के बारे में विचार किया जाएगा, लेकिन एमवे ने इसका इस्तेमाल किया यह मॉडल कई वर्षों तक काफी सफलतापूर्वक रहा।

लाभ:

इस प्रकार के व्यवसाय को संचालित करने के लिए आम तौर पर बहुत कम स्टार्टअप फंडिंग की आवश्यकता होती है। नेटवर्क मार्केटिंग पारंपरिक रिटेलिंग व्यवसायों से स्वतंत्रता प्रदान करती है और अधिक प्रदान करती है सभी प्रकार के लोगों के साथ बातचीत। समय निवेश करने के इच्छुक लोगों के लिए बड़ा मुनाफा हो सकता है निर्मित।

हानि

बहुत सारी अनैतिक बहु-स्तरीय विपणन योजनाएँ मौजूद हैं। कुछ प्रणालियों को उनकी आवश्यकता होती है डीलरों को उत्पादों को बेचने की तुलना में नए सदस्यों की भर्ती में अधिक रुचि लेनी चाहिए उपभोक्ता। स्टोरफ्रंट के बिना काम करना मुश्किल हो सकता है।

सहायता:

अधिकांश नेटवर्क मार्केटिंग सिस्टम प्रेरक सामग्री, प्रशिक्षण और सहायता प्रदान करते हैं।