यूनिट 1.1 परिचय

उद्देश्य

- प्रोग्राम का महत्त्व।
- एक–दूसरे को जानना।

मॉड्यूल



1.1.1 प्रोग्राम का महत्त्व

इस प्रोग्राम के द्वारा निम्न बातों का अवलोकन करने में सुविधा होगी –

- रिटेल इंडस्ट्री
- अपने कार्य का प्रदर्शन प्रभावी रूप से करने के लिए व्यावहारिक, व्यवसायिक व तकनीकी कौशल का होना।
- देख–भालकर सौदा करना (विजुअल मर्केंडाइजिंग)।
- उत्पादों को बिक्री के लिए तैयार करना।
- ग्राहक से संपर्क।
- कार्यस्थल पर स्वास्थ्य, सुरक्षा व बचाव।

हमनें सीखा

- प्रोग्राम का महत्त्व और उद्देय।
- मेल–जोल बढ़ाना।
- आपेक्षाओं का पता लगाना।

यूनिट 1.2 भारत में रिटेल इंडस्ट्री

उद्देश्य

- रिटेल इंडस्ट्री का संक्षिप्त विवरण।
- इंडस्ट्री में मुख्य कंपनी और संचालकों को जानना।

मॉड्यूल

1.2.1 भारत में रिटेल इंडस्ट्री

1.2.2 मुख्य कंपनी और संचालक

1.2.3 शासकीय समितियाँ

1.2.1 भारत में रिटेल इंडस्ट्री

- भारतीय रिटेल इंडस्ट्री संगठित और असंगठित संस्थाओं में बंटा हुआ है।
- भारत में रिटेल इंडस्ट्री इतना बढ़ रहा है कि यह देश का सबसे बड़ा इंडस्ट्री बनने जा रहा है, इसकी माप देश की GDP (सकल घरेलू) का 22% है और रोजगार का 8% है।
- यह सबसे गतिशील इंडस्ट्री है। कई कंपनियां भारत और विदेशों से इस बाजार में उतर रहे हैं।
- अमेरिका में स्थित एक परामर्श कम्पनी के (A.T. Kearney) अनुसार रिटेल में निवेश के लिए भारत चौथे स्थान पर है।
- हाल में ही भारतीय सरकार ने मल्टी–ब्रांड रिटेल में 51% सीधे विदेशी निवेश (FDI) की अनुमति दी है, जिसके द्वारा विदेशी कंपनियां भी भारतीय इंडस्ट्री में प्रवेश कर सकते हैं।
- देश में आधुनिक संगठित रिटेल व्यापार के बढ़ते हुए हमारी पारंपरिक असंगठित संस्थाएं खत्म नहीं हुई हैं और अभी भी उनकी माप भारतीय रिटेल बाजार में 92% हैं।
- आधुनिक रिटेल व्यापार की बढ़ोत्तरी ने शॉपिंग सेन्टर, बहुतल मॉल और बड़े–बड़े कॉम्प्लेक्स संगठित किये हैं जो शॉपिंग, मनोरंजन और खान–पान एक की छत के नीचे उपलब्ध कराते हैं।
- अंतर्राष्ट्रीय मल्टी ब्रांड रिटेल व्यापारी जैसे – वॉमार्ट, केअरफोर और टेस्को व एक ब्रांड वाले व्यापारी जैसे – IKEA, नाइक, और एप्पल के पास भारतीय रिटेल बाजार में प्रवेश करने के लिए बड़ी योजनाएं व बड़े निवेश हैं।

1.2.2 मुख्य कंपनियां

भारतीय रिटेल उघोग में मुख्य कंपनियां निम्नलिखित हैः

पैन्टालून रिटेल लिमिटेड और बिग बाजार (फ्यूचर ग्रुप का उपक्रम)	पैन्टालूनः 20 लाख से अधिक वर्गफुट रिटेल में 35 शहरों में 65 स्टोर्स और 21 फैक्टरी आउटलेट्स। बिग बाजारः भारत में 200 से अधिक सुपर बाजार।
शॉपर्स स्टॉप (रहेजा ग्रुप का उपक्रम)	32.1 लाख वर्गफुट से अधिक रिटेल में 23 शहरों और 51 स्टोरों में फैली है।
स्पेन्सर्स रिटेल (RP – SG ग्रुप का भाग)	लगभग 10 लाख वर्गफुट रिटेल में 45 शहरों और 200 स्टोरों में फैली हैं।
लाइफस्टाइल रिटेल (लैंडमार्क ग्रुप का उपक्रम)	लगभग 15 लाइफस्टाइल और आठ होम–सेन्टर स्टोर।
भारती रिटेल	74 ईजी डे स्टोर्स जिनके पास 2.5 अरब डॉलर निवेश करने को योजनाएं हैं और अगले पाँच साल में देश में 100 लाख वर्गफुट रिटेल में बढ़ाना चाहते हैं।
आदित्य बिरला	575 स्टोर्स से अधिक जिनका कर लगभग 2000 करोड़ रूपये मार्केट में है। हाल में ही पैन्टालून ने रिटेल में शेयर खरीदे है।
टाटा ट्रेंड	59 वेस्टसाइड स्टोर, 13 स्टार सुपर बाजार और 26 लैंडमार्क बुक स्टोर।

इस उघोग के सभी हिस्सेदारों, रिटेल ग्रुप, सरकार और ग्राहकों की कार्य प्रणाली को सही ढंग से चलाने के लिए एक समिति बनाई गई है जिसका नाम भारतीय रिटेल व्यापारी संघ है (RAI)। भारत में रिटेल व्यापार को बढ़ाना और उसे आधुनिक बनाना ही इस संघ का मुख्य धेय है।

रिटेल व्यापार में कौशल विकास के लिए भारतीय रिटेल संघ ने समिति (RASCI) भी बनाई गई है। यह भारत सरकार द्वारा वित्तपोशित है (इसे चलाने के लिए पैसा भारत सरकार देती है)। और यह RAI की तरफ से मुख्य रिटेल व्यापारियों की सहयोगी है। रिटेल उघोग में कौशल पाने के लिए RASCI एक मिला–जुला श्रोत है। औघोगिक राय पाना, ट्रैनिंग संस्थाएं, शैक्षिक संस्थान, प्रमाणित करने वाली संस्थाएं (सर्टिफाइंग बॉडीज) कर्मचारियों, विद्यार्थियों या काम ढूँढने वालों के लिए भी रिटेल उघोग में कौशल के विकास के लिए यह एक प्रमुख श्रोत है।

हमनें सीखा

- रिटेल इंडस्ट्री पर एक झलक।
- नई प्रवृत्तियां।
- इंडस्ट्री के लिए शासकीय समितियाँ।
- मुख्य कंपनियों के बारे में।

सैद्धान्तिक अभ्यास: आपेक्षाओं को जानना

1. रिटेल उघोग भारत में लगभग 8% रोजगार देता है। सही या गलत?
   a) सही
   b) गलत
   c) ना सही न गलत
   d) इनमें से कोई नहीं
2. ..... रिटेल भारत में, भारतीय रिटेल उघोग बाजार की 92% से अधिक माप रखता है।
   a) संगठित
   b) असंगठित
   c) मिली–जुली
   d) इनमें से कोई नहीं
3. इनमें से कौन सी भारत में मुख्य कम्पनी नहीं हैं।
   a) फ्यूचर ग्रुप
   b) टाटा ग्रुप
   c) वॉलमार्ट
   d) लाइफस्टाइल रिटेल
4. RAI का पूर्ण रूप क्या है ?
   a) इंडोनेशिया का रिटेल व्यापारी संघ
   b) रिटेल व्यापारी का सहयोगी उघोग
   c) भारतीय रिटेल व्यापारी के सहयोगी
   d) भारतीय रिटेल व्यापारी संघ
5. भारतीय सरकार ने मल्टी–ब्रांड रिटेल में 51% FDI की अनुमति दी है, इसका क्या मतलब है?
   a) विदेशी रिटेल कम्पनी भारत में मल्टी–ब्रांड स्टोर्स में 51% तक निवेश कर सकती है।
   b) विदेशी रिटेल खिलाड़ी अपने उत्पाद भारत में 51% की छूट पर बेच सकते है।
   c) विदेशी
   d) भारतीय रिटेल व्यापारियों का संघ
6. RASCI का उद्देश्य है।
   a) अधिक सामान बेचना
   b) रिटेल के लिए स्किल्स विकसित करना
   c) अधिक रिटेल स्टोर खोलना
   d) इनमें से कोई नहीं

यूनिट 1.3 रिटेल का परिचय

उद्देश्य

- रिटेल को समझना।
- रिटेल का वर्गीकरण।

मॉड्यूल

1.3.1 रिटेल क्या है?

1.3.2 रिटेल का प्रारूप

1.3.1 रिटेल क्या है?

- रिटेल का अर्थ है किसी व्यक्ति या कम्पनी के उत्पाद या सेवाएं ग्राहकों को बेचना।
- रिटेल उपलब्धता की कड़ी का एक अहम हिस्सा है। इस विधि में एक संस्था उत्पाद बनाने वाली कम्प से उत्पाद खरीदती है और फिर उन्हें सीधा उपभोक्ताओं को बेच देती है।
- रिटेल करने वाले लोग सीधे फैक्ट्री या थोक विक्रेताओं से माल खरीदते हैं और उसे छोटी मात्राओं उपभोक्ताओं को बेच देते हैं।
- एक लोकल किरयाना स्टोर से लेकर बिग बाजार और विशाल मेगा मार्ट तक, सभी रिटेल व्यापार में

रिटेल के लाभ

- निर्माताओं के लिए उत्पाद बेचना आसान हो जाता है।
- एक ही जगह पर विभिन्न किस्मों के उत्पादों के विकल्प होते हैं।
- ग्राहक को अच्छी सेवा दी जा सकती है।

रिटेल का वर्गीकरण

- रिटेल उद्योग को दो मुख्य हिस्सों में बांटा जा सकता हैं – संगठित और असंगठित संस्थाएं।
- शॉपिंग मॉल्स, डिपार्टमेंटल स्टोर्स, सुपर बाजार, सभी संगठित संस्थानों के भाग हैं। यह युवाओं को रोज प्रदान करने के साथ–साथ ग्राहकों को सुखद अनुभव प्रदान कराते हैं।
- असंगठित संस्थाएं एक पारंपरिक रिटेल का एक प्रकार है।
- असंगठित संस्थाओं में हमारे पड़ोस के किराना स्टोर या पान की दुकानें आती हैं।

संगठित संस्थाएं	असंगठित संस्थाएं
इसमें बड़े माल्स, सुपर बाजार इत्यादि आते हैं।	इसमें छोटी या मध्यम श्रेणी की दुकानें जैसेः किराना स्टोर, पान की दुकानें इत्यादि आते हैं।
सभी सामान व्यवस्थित तरीके से साफ–स्वच्छ वातावरण में बेचा जाता है।	यहाँ सामान अस्वच्छ वातावरण में बेचा जाता है।
इन स्टोरों के मालिक बड़ी कम्पनियों के निर्माता होते हैं।	ये स्टोर किसी व्यक्ति या किसी एक परिवार के होते हैं।
इनका लक्ष्य ऊपरी मध्यमवर्गीय और उच्च वर्ग के लोग होते हैं।	इनका लक्ष्य मध्यम वर्ग और मध्यम से नीचे के वर्ग के लोग होते हैं।
भारत में ये सिर्फ शहरों में होते हैं।	यह देश के सभी क्षेत्र में होते हैं।
सामान की क्वालिटी अच्छी होती है।	सामान की क्वालिटी कुछ कम अच्छी होती है।
यहाँ सामान का मूल्य अधिक होता है।	यहाँ सामान का मूल्य संगठित संस्थाओं के मुकाबले कम होता है।

1.3.2 रिटेल स्टोर के प्रकार

रिटेल स्टोर/आउटलेट/शोरूम अलग प्रकार के हो सकते हैं। स्टोर का क्षेत्रफल व सामान के प्रकार के हिसाब से रिटेल स्टोर को वर्गीकृत किया गया है –

- सुविधाजनक स्टोर – इन स्टोरों में कुछ हदतक खाने पीने का सामान और दूसरी सुविधाजनक चीज़ें मिलती हैं। जैसे – पेट्रोल पंप पर इन एड आउट स्टोर।





- पारंपरिक सुपर बाजार – यह वे स्टोर हैं जहाँ खाने का सामान, किराने का सामान या मीट इत्यदि के अलग विभाग होते हैं। जैसे – फूड बाज़ार आदि।

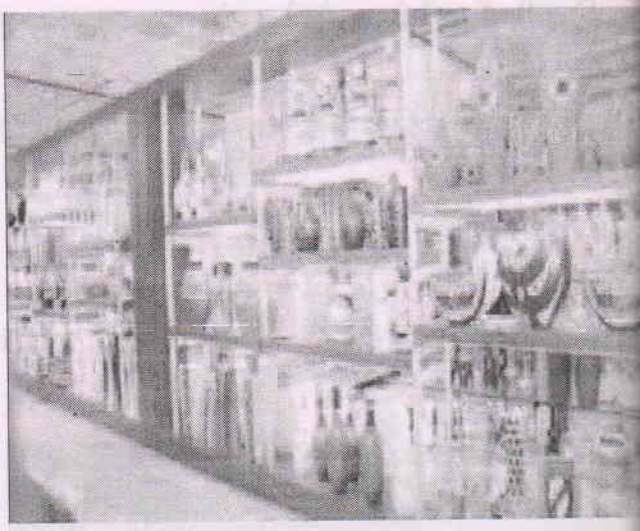
- मिल–जुले स्टोर – यहाँ सुपर बाज़ार के उत्पाद व सामान्य पहनने वाले सामान मिलते हैं। जैसे– बिग बाज़ार आदि।





- हाईपर मार्केट या सुपर सेन्टर – यह एक प्रकार के मिले–जुले स्टोर होते हैं लेकिन यहाँ सुपर बाज़ार स्कीम के तहत दी जाने वाली छूट प्रदान की जाती हैं।

- स्पेश्यलटी स्टोर – ये स्टोर एक ही प्रकार के सामान जैसे कपड़ें, खिलोने, फर्नीचर इत्यादि बेचते हैं। जैसे – बाटा स्टोर, PC ज्वैलर्स।





- फुल–फाइन छूट स्टोर – ये स्टोर बहुत सारे उत्पाद को उनकी तय मूल्य से भी कम दरों पर बेचते हैं जैसे – मेगा मार्ट, वॉल मार्ट।

बिना स्टोर का रिटेल

जब कोई उत्पाद या सेवा बिना किसी स्टोर की मदद के बेचा जाता है तो इसे बिना स्टोर का रिटेल कहते हैं। इस तरह की रिटेलिंग के निम्न प्रकार है –

- डायरेक्ट मार्केटिंग – इस प्रकार की रिटेलिंग में ग्राहक को किसी उत्पाद या सेवा से पत्र, विज्ञापन, केबल टी.वी., रेडियो, मैगज़ीन और समाचार पत्र द्वारा अवगत कराया जाता है। इसके बाद यदि ग्राहक को कोई उत्पाद पसंद आता है तो वह उसे पत्र, फोन या कम्प्यूटर द्वारा आर्डर करके मंगा सकता है। जैसे एशियन स्काई शॉप, टेली–ब्रान्ड्स इत्यादि।





- डायरेक्ट सेलिंग – यहाँ ग्राहक के घर या दफ्तर जाकर उनसे सीधा फोन पर या मिलकर संपर्क बनाया जाता है। जैसे – वैक्यूम क्लीनर्स, सौन्दर्य प्रसाधन, मैगज़ीन, समाचार पत्र और अन्य घरेलू उत्पाद।

- विक्रय मशीन – यह भी रिटेलिंग का एक रूप है। इस प्रकार की मशीन में सिक्का या कार्ड डालने पर ग्राहकों को उत्पाद प्रदान किया जाता है।





- ई–कॉमर्स – सामान व उत्पादों का इंटरनेट के द्वारा बेचना या उनकी जानकारी देना ई–कॉमर्स कहलाता है। जैसे – फ्लिपकार्ट.कॉम, जबोंग.कॉम इत्यादि।

हमनें सीखा

- रिटेल इंडस्ट्री पर एक झलक।
- नई प्रवृत्तियां।
- इंडस्ट्री के लिए शासकीय समितियाँ।
- मुख्य कंपनियों की जानकारी।

सैद्धान्तिक अभ्यास

1. रिटेल का पूर्ण अर्थ क्या है ?
   a) सामान फिर से इस्तेमाल करना
   b) सामान व सेवाओं को ग्राहकों को बेचना
   c) पुराने सामान को फिर से बनाना
   d) इनमें से कोई नहीं
2. रिटेल के दो वर्ग क्या है ?
   a) संगठित और अ संगठित
   b) सुपर बाज़ार और हाईपर बाज़ार
   c) एक या मिला हुआ
   d) इनमें से कोई नहीं
3. ..... ग्रामीण क्षेत्र में एक प्रकार का रिटेल है ।
   a) संगठित
   b) मिला–जुला
   c) असंगठित
   d) इनमें से कोई नहीं
4. एक स्टोर सिर्फ जेवर बेचता है। वह किस प्रकार का स्टोर हैं?
   a) छूट देने वाला स्टोर
   b) हाईपर बाज़ार
   c) सुविधाजनक स्टोर
   d) स्पेश्यलटी स्टोर
5. इंटरनेट द्वारा उत्पाद बेचने को कहते है:
   a) विक्रय मशीन
   b) सीधा बेचना
   c) ई–कॉमर्स
   d) इनमें से कोई नहीं