

9

આંતરિક વેપાર (Internal Trade)

આ પ્રકરણમાં તમે શું શીખશો ?

9.1 આંતરિક વેપાર

9.1.1 અર્થ

9.1.2 વેપારી પ્રવૃત્તિઓનું વગીકરણ

9.1.3 જથ્થાબંધ વેપાર

9.1.3.1 અર્થ

9.1.3.2 જથ્થાબંધ વેપારીની સેવાઓ

(A) જથ્થાબંધ વેપારીની

ઉત્પાદકને સેવાઓ

(B) જથ્થાબંધ વેપારીની છૂટક

વેપારીને સેવાઓ

9.2 છૂટક વેપાર

9.2.1 અર્થ

9.2.2 છૂટક વેપારીની સેવાઓ

9.2.2.1 છૂટક વેપારીની જથ્થાબંધ

વેપારી અને ઉત્પાદકને સેવાઓ

9.2.3 ફાયદા

9.2.4 મર્યાદાઓ

9.2.5 પ્રકાર

9.2.5.1 ફરતી દુકાનો

(A) ફેરિયા

(B) કામચલાઉ વેપારી

(C) નિશ્ચિત દિવસના વેપારી

(D) શેરી વિકેતા

9.2.5.2 સ્થાયી દુકાનો

(1) મોટા પાયા પરના

છૂટક વેપારીઓ

(A) ખાતાંવાળી દુકાનો

- લાક્ષણિકતાઓ

(B) સંકળાયેલી દુકાનો

- લાક્ષણિકતાઓ

(C) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો

(D) ફેન્ચાઈઝ

(E) સુપર માર્કેટ

(F) શૉપિંગ મોલ

9.2.5.3 વેચાડાની અન્ય પદ્ધતિઓ

(A) સ્વયંસંચાલિત વેચાણયેત્રો

(B) ટેલિ માર્કેટિંગ

(i) ટેલિફોનિક માર્કેટિંગ

(ii) ટેલિવિઝન માર્કેટિંગ

(C) ઈન્ટરનેટ માર્કેટિંગ

9.3 વેપારના પારિભૂતિક શબ્દો

(i) કેશ ઓન ડિલિવરી (COD)

(ii) ફી ઓન બોર્ડ (FOB)

(iii) માલની પડતર, વીમો અને ગાડાભાડું (CIF)

(iv) ભૂલચૂક લેવીએવી (E&OE)

9.4 ખાતાવાળી દુકાન અને સંકળાયેલી દુકાન વચ્ચેનો તફાવત

9.5 છૂટક વેપારી અને જથ્થાબંધ વેપારી વચ્ચેનો તફાવત

પ્રસ્તાવના

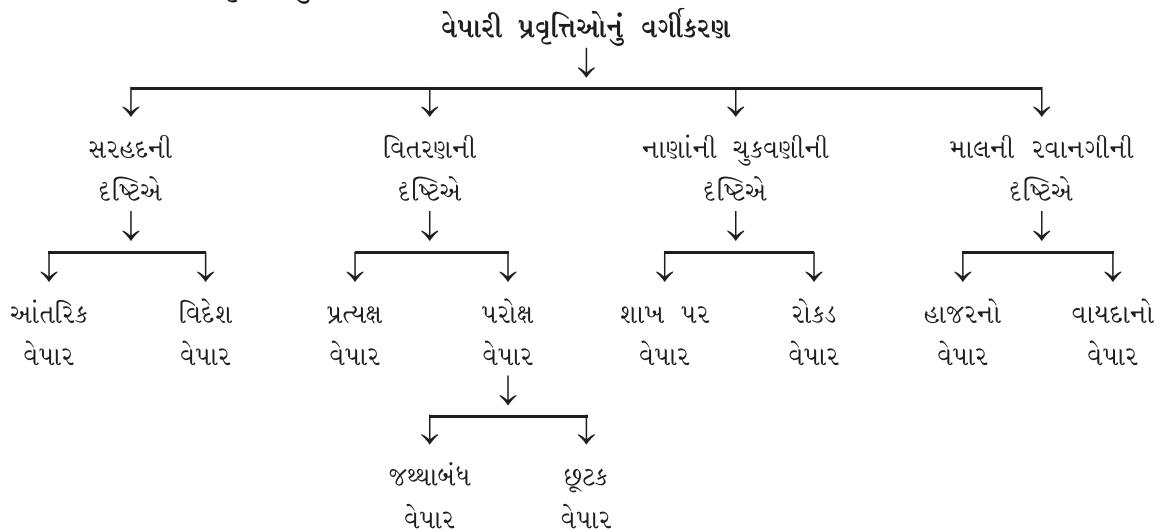
વેપાર એટલે વસ્તુ કે સેવાના બદલામાં વસ્તુ, સેવા કે નાણાંનો વિનિમય. વેપારનો હેતુ ગ્રાહકોને વસ્તુઓ કે સેવાઓ પૂરી પાડી નફો મેળવવાનો હોય છે. જો આવા વ્યવહારો દેશની ભૌગોલિક સીમાઓની અંદર જુદા જુદા વિસ્તારો, પ્રદેશો કે રાજ્યો વચ્ચે થતા હોય તો તેને આંતરિક વેપાર કહે છે. દેશમાં કુદરતી સાધનસંપત્તિની અસમાન વહેંચાણીને કારણે સમગ્ર દેશમાં વિવિધ પ્રકારના ઉત્પાદનો શક્ય નથી જેના કારણે ઉત્પાદકો દેશમાં જુદા જુદા વિસ્તારમાં પથરાયેલા ગ્રાહકો સુધી પોતાનું ઉત્પાદન પહોંચાડે છે. તેને આંતરિક વેપાર કહે છે.

9.1 આંતરિક વેપાર

9.1.1 અર્થ (Meaning) : દેશની ભૌગોલિક સીમાઓની અંદર થતો વેપાર એટલે આંતરિક વેપાર.

આંતરિક વેપારમાં જે-તે દેશનું ચલાણ, તોલમાપ, વેપારી રીતરસમો તેમજ કાયદાકીય બાબતો સમાન હોય છે. આંતરિક વેપારમાં માલની હેરફેર સરળ હોવાને કારણે સમય ઓછો લાગે છે અને જોખમ ઓછું હોય છે તેમજ ખરીદનાર અને વેચનાર વચ્ચે સંપર્ક સરળતાપૂર્વક રાખી શકાય છે.

9.1.2 વેપારી પ્રવૃત્તિઓનું વર્ગીકરણ :



9.1.3 જથ્થાબંધ વેપાર (Wholesale Trade) :

9.1.3.1 અર્થ : જે વેપારમાં વેપારી ઉત્પાદકો પાસેથી મોટા જથ્થામાં માલ ખરીદે છે અને છૂટક વેપારીઓને જરૂરિયાત મુજબ નાના જથ્થામાં માલનું વેચાણ કરે છે તેને જથ્થાબંધ વેપાર કહે છે. આમ, જથ્થાબંધ વેપારી એ ઉત્પાદક અને છૂટક વેપારી વચ્ચે કરી સમાન છે.



9.1.3.2 જથ્થાબંધ વેપારીની સેવાઓ (Services of Wholesaler) :

(A) જથ્થાબંધ વેપારીની ઉત્પાદકને સેવાઓ :

(1) મોટા જથ્થામાં વરદી (ઓર્ડર) : જથ્થાબંધ વેપારી અનેક છૂટક વેપારીઓ પાસેથી વરદી મેળવી ઉત્પાદકને મોટા જથ્થામાં વરદી આપે છે.

(2) બજારની માહિતી : જથ્થાબંધ વેપારી અનેક છૂટક વેપારીઓ પાસેથી ગ્રાહકોની વસ્તુની માંગ, અભિરુચિ, પસંદગી, ફેશન વગેરે માહિતી મેળવી ઉત્પાદક સુધી પહોંચાડે છે. તેથી ઉત્પાદક બજારની વર્તમાન પરિસ્થિતિથી વાકેફ થાય છે અને કેટલીક વખત માલના સંદર્ભમાં જરૂરિયાત મુજબ ફેરફાર સૂચવે છે.

(3) માલના સંગ્રહમાંથી મુક્તિ : જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદક પાસેથી મોટા જથ્થામાં માલ ખરીદી લે છે અને પોતાના ગોદામમાં સંગ્રહ કરે છે માટે ઉત્પાદક માલનો સંગ્રહ કરવો પડતો નથી.

(4) વેચાણની ચિંતામાંથી મુક્તિ : જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદક પાસેથી મોટા જથ્થામાં માલ ખરીદે છે. તેથી ઉત્પાદકને નાના જથ્થામાં માલના વેચાણમાંથી મુક્તિ મળે છે.

(5) મૂરીની છૂટ : જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદક પાસેથી ખરીદી કરતા પહેલાં ઘણી વાર અગાઉથી નાણાં ચૂકવે છે. તેથી ઉત્પાદકને મૂરીની છૂટ રહે છે.

(6) જોખમોમાંથી મુક્તિ : જથ્થાબંધ વેપારી ઉત્પાદક પાસેથી માલની ખરીદી કરી ગોદામમાં સંગ્રહ કરતો હોવાથી માલમાં ઘટ, બગાડ, માલનો નાશ વગેરે જોખમોમાંથી ઉત્પાદક મુક્ત રહે છે.

(B) જથ્થાબંધ વેપારીની છૂટક વેપારીને સેવાઓ (Services of Wholesaler to Retailer) :

(1) જરૂરિયાત પ્રમાણે માલ : જથ્થાબંધ વેપારી છૂટક વેપારીને જ્યારે જોઈએ ત્યારે પૂરતા જથ્થામાં માલ પૂરો પાડે છે. તેથી છૂટક વેપારીએ માલનો સંગ્રહ કરવો પડતો નથી.

(2) શાખ પર માલ : જથ્થાબંધ વેપારી છૂટક વેપારીને શાખ પર માલનું વેચાણ કરે છે. તેથી તેઓ ઓછી મૂડીએ વધુ વેપાર કરી શકે છે.

(3) આહેરાત બર્થમાં ઘટાડો : જથ્થાબંધ વેપારીએ કરેલ આહેરાત અને વેચાણવુદ્ધિના પ્રયત્નનો લાભ છૂટક વેપારીને મળે છે માટે છૂટક વેપારીના આહેરાત બર્થમાં ઘટાડો થાય છે.

(4) ફરિયાદોનો નિકાલ : છૂટક વેપારી ગ્રાહકો પાસેથી મળેલ માલ અંગેની ફરિયાદો જથ્થાબંધ વેપારી મારફતે ઉત્પાદક સુધી પહોંચાડી તેનો ઝડપી નિકાલ કરવામાં જથ્થાબંધ વેપારી મદદરૂપ થાય છે.

(5) જોખમોમાંથી મુક્તિ : જથ્થાબંધ વેપારી માલનો સંગ્રહ કરતો હોવાથી માલમાં ઘટ, બગાડ, માલને નુકસાન, ભાવમાં વધઘટ જેવાં જોખમોમાંથી છૂટક વેપારીને મુક્તિ અપાવે છે.

(6) માર્ગદર્શન : જથ્થાબંધ વેપારી પોતાના જ્ઞાન અને અનુભવનો લાભ છૂટક વેપારીને આપે છે. ખાસ કરીને માલનો ભાવ, તેનો ઉપયોગ અને વેચાણ અંગે માર્ગદર્શન આપે છે.

9.2 છૂટક વેપાર

9.2.1 અર્થ : જે વેપારમાં જથ્થાબંધ વેપારી કે ઉત્પાદક પાસેથી છૂટક અથવા મોટા જથ્થામાં માલ ખરીદી ગ્રાહકને જરૂરિયાત મુજબ માલનું વેચાણ કરે છે તેને છૂટક વેપાર કહેવામાં આવે છે. છૂટક વેપારી ગ્રાહકો સાથે પ્રત્યક્ષ સંપર્કમાં રહેતો હોવાથી તેઓની જરૂરિયાતોને સમજતો હોય છે. પરિણામે તે ગ્રાહકને ઉત્તમ સેવા આપવા પ્રયત્નો કરે છે. આમ, છૂટક વેપારી માલ-વિતરણના માર્ગમાં જથ્થાબંધ વેપારી અને ગ્રાહક વચ્ચે કરી સમાન છે.

9.2.2 છૂટક વેપારીની સેવાઓ :

9.2.2.1 છૂટક વેપારીની જથ્થાબંધ વેપારી અને ઉત્પાદકને સેવાઓ :

(1) બજાર અંગેની માહિતી : છૂટક વેપારી ગ્રાહક સાથે પ્રત્યક્ષ સંપર્કમાં રહેતો હોવાથી ગ્રાહકની વસ્તુની માંગ, અભિરૂચિ, પસંદગી વગેરે બાબતોને સમજતો હોય છે. તેથી આ માહિતી જથ્થાબંધ વેપારી મારફતે ઉત્પાદકો સુધી પહોંચાડે છે.

(2) આહેરાતમાં મદદરૂપ : છૂટક વેપારી ઉત્પાદક તથા જથ્થાબંધ વેપારીનાં બોર્ડ, ચોપાનિયાં, નમૂના વગેરે પોતાની દુકાન પર લગાવી તેઓની આહેરાત કરે છે.

(3) શાખપાત્રતામાં વધારો : છૂટક વેપારી સારી ગુણવત્તા અને વાજબી ભાવે માલ પૂરો પાડતા જથ્થાબંધ વેપારી કે ઉત્પાદકનો માલ ખરીદી ગ્રાહકોને વેચાણ કરે છે. પરિણામે બજારમાં તેઓની શાખપાત્રતામાં વધારો થાય છે.

9.2.3 ફાયદા :

(1) પસંદગીની તક : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકોની જરૂરિયાત મુજબની અનેક ઉત્પાદકોની વિવિધતાવાળી વસ્તુઓ રાખે છે. તેથી ગ્રાહકોને વસ્તુઓની પસંદગીની તક મળી રહે છે.

(2) ઘરે બેઠા માલ પૂરો પાડે છે : છૂટક વેપારમાં વેપારી કેટલીક વાર ગ્રાહકોને જરૂરિયાત મુજબ ઘરે બેઠા માલ પૂરો પાડવાની સેવા આપી તેઓનો સમય બચાવે છે.

(3) ગ્રાહકોની ફરિયાદોનો નિકાલ : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકો પાસેથી માલ અંગેની ફરિયાદો મેળવી જથ્થાબંધ વેપારી કે ઉત્પાદક સુધી પહોંચાડી તેનો ઝડપી નિકાલ કરવામાં મદદરૂપ થાય છે.

(4) ગ્રાહકોને શાખ પર વેચાણ : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકોના પ્રત્યક્ષ સંપર્કમાં રહેતો હોવાથી તેઓની આર્થિક સ્થિતિથી વાકેફ હોય છે. તેથી ગ્રાહકોને તે મુજબ જરૂરિયાત અનુસાર શાખ પર માલનું વેચાણ કરે છે.

(5) વેચાણ પછીની સેવાઓ : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકોને માલના વેચાણ પછીની સેવાઓ જેવી કે સમારકામ, નુકસાનીવાળો માલ પાછો લેવો કે બદલી આપવો વગેરે જેવી સેવાઓ પૂરી પાડે છે.

(6) ખરીદીના નિર્ણયમાં મદદરૂપ : છૂટક વેપારમાં વેપારી વસ્તુઓનું અસરકારક નિર્ધરણ કરી તેની ઉપયોગિતા, ગુણવત્તા, કિમત વગેરેની માહિતી આપે છે તેથી ગ્રાહકોને વસ્તુની ખરીદીનો નિર્ણય લેવામાં ઉપયોગી થાય છે.

(7) માલના સંગ્રહમાંથી મુક્તિ : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકોને જ્યારે જોઈએ ત્યારે જરૂરિયાત મુજબનો માલ પૂરો પાડે છે. પરિણામે ગ્રાહકોને માલના સંગ્રહમાંથી મુક્તિ મળે છે.

(8) ગ્રાહકોને માર્ગદર્શન : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકોને વસ્તુઓ અંગે માર્ગદર્શન આપે છે. ભવિષ્યમાં વસ્તુઓના ભાવ, વસ્તુનો પુરવઠો અને વસ્તુના વપરાશની રીત વગેરે અંગે માર્ગદર્શન આપે છે.

9.2.4 મર્યાદાઓ :

(1) વધુ મૂડીરોકાણ : છૂટક વેપારમાં વેપારી ગ્રાહકોને વસ્તુની પસંદગીની તક પૂરી પાડે છે. માટે તેને અનેક ઉત્પાદકની વિવિધ વસ્તુઓ રાખવી પડે છે. તેથી તેને વધુ મૂડીરોકાણ કરવું પડે છે.

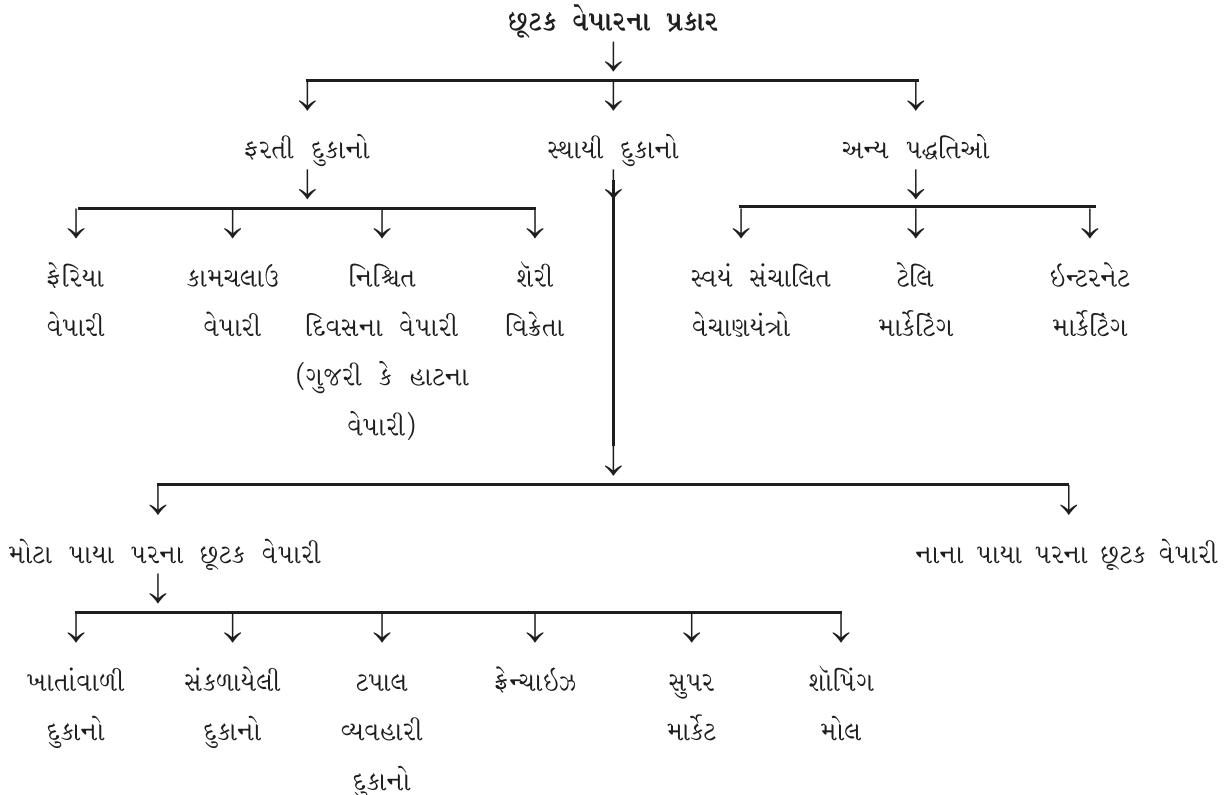
(2) નાશવંત વસ્તુઓ બગડી જવાનું જોખમ : કેટલીક વખત નાશવંત વસ્તુઓ જેવી કે ફળ, શાકભાજી, દૂધ, દૂધની બનાવટો જેવી વસ્તુઓ વેચાયા વિના પડી રહે છે ત્યારે બગડી જવાની શક્યતા રહે છે. જે નુકસાન છૂટક વેપારીએ ભોગવવું પડે છે.

(3) વસ્તુઓ અપ્રચલિત થવાનું જોખમ : કેટલીક વખત ગ્રાહકોની પસંદગી, અભિરુચિ, ફેશન કે ટેકનોલોજી બદલાઈ જવાને કારણે વસ્તુઓ અપ્રચલિત બને છે ત્યારે તેનો નિકાલ કરવા વસ્તુની પડતર કિમતે કે તેથી ઓછી કિમતે વેચાણ કરવું પડે છે.

(4) નુકસાન, ઘટ કે ભાવમાં વધ-ઘટનું જોખમ : છૂટક વેપારી વસ્તુઓને નુકસાન, માલમાં ઘટ કે વસ્તુના ભાવમાં વધારા-ઘટાડાનું જોખમ ઉઠાવે છે.

(5) પૂર્વગ્રહ : છૂટક વેપારમાં વેપારી કેટલીક વખત ઉત્પાદક કે તેઓની પેદાશ અંગે પૂર્વગ્રહ ધરાવતા હોવાથી તેવા ઉત્પાદકની વસ્તુઓનું વેચાણ કરતા નથી.

9.2.5 પ્રકાર :



9.2.5.1 ફરતી દુકાનો :

(A) ફરિયા : ફરિયાઓ માલ લઈને ગ્રાહકને જુદા-જુદા સ્થળે જેમ કે ઘર, રેલવે-સ્ટેશન, બસ-સ્ટેશન વગેરે જેવાં જાહેર સ્થળોએ માલ વેચતા હોય છે. સામાન્ય રીતે વર્તમાનપત્રો, શાકભાજી, ફળ તેમજ ઘરવપરાશી વસ્તુઓનું વેચાણ કરતા હોય છે. આવા ફરિયાઓ દુકાન કરતા માલ સસ્તી કિંમતે આપે છે. કારણ કે તેમની પડતર અને અન્ય ખર્ચાઓ ઓછા હોય છે.

(B) કામચલાઉ વેપારી : ચોક્કસ પ્રસંગો, તહેવારો કે મોસમ દરમિયાન ચોક્કસ વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે, તેને કામચલાઉ વેપારીઓ કહે છે, જેવા કે મેળામાં માલ વેચતા વેપારીઓ, ઉત્તરાયણ પર પતંગ-દોરા વેચનાર, દિવાળીમાં દારૂખાનાં વેચનાર તથા વિવિધ મોસમમાં રેઇનકોટ, છત્રી, ગરમ કપડાં વેચનાર વેપારી.

(C) નિશ્ચિત દિવસના વેપારી : કેટલાંક શહેરોમાં, નગરોમાં કે ગામમાં અઠવાડિયાના કે મહિનાના ચોક્કસ દિવસે અને નિશ્ચિત જગ્યા પર આવું બજાર ભરાય છે. જેમાં ઘણા બધા વેચનારાઓ અનેક પ્રકારની વસ્તુઓ વેચવા માટે લાવે છે. આવું બજાર આપો દિવસ ચાલે છે. તેને ગુજરી કે હાટ કહે છે.

(D) શેરી વિકેતા : શેરી વિકેતા ગ્રાહકોને જીવન-જરૂરિયાતની વસ્તુઓ ફુટપાથ પર વેચે છે અને તેની આજુભાજુમાં રહેતા શેરી, પોળ કે સોસાયટીના ગ્રાહકો તે વસ્તુઓ ખરીદે છે. દા.ત., શાકભાજી, ફળ વેચનાર.

9.2.5.2 સ્થાયી દુકાનો :

(1) મોટા પાયા પરના છૂટક વેપારીઓ :

(A) ખાતાંવાળી દુકાનો (Departmental Stores) : ખાતાંવાળી દુકાનોમાં મોટા પાયા પર છૂટક વેચાણ થાય છે. જેમાં અનેક પ્રકારની વસ્તુઓ એક જ સ્થળે ઉપલબ્ધ હોય છે. આવી દુકાનોમાં દરેક પ્રકારની વસ્તુઓના વેચાણ માટે અલગ ખાતું કે વિભાગ હોય છે. માટે તેને ખાતાંવાળી દુકાન કહે છે. આવી દુકાનોની માલિકી અને સંચાલન એક જ વ્યક્તિના હાથમાં હોય છે. આ પ્રકારની દુકાનોમાંથી મહાંદ્શે જીવન-જરૂરિયાતની વસ્તુઓથી લઈને મોજશોખની વસ્તુઓ ગ્રાહકો ખરીદી શકે છે.

લાક્ષણીકતાઓ :

(1) મોટા પાયા પર વેચાણ : ખાતાંવાળી દુકાનોમાં વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓનું મોટા પાયા પર છૂટક વેચાણ થાય છે.

(2) અલગ વસ્તુ માટે અલગ વિભાગ : ખાતાંવાળી દુકાનોમાં દરેક પ્રકારની વસ્તુઓનાં વેચાણ માટે અલગ વિભાગ હોય છે.

(3) માલિકી અને સંચાલન : ખાતાંવાળી દુકાનોની માલિકી અને સંચાલન એક જ વ્યક્તિના હાથમાં હોય છે.

(4) શહેરી વિસ્તારોમાં : ખાતાંવાળી દુકાનો ખાસ કરીને શહેરી વિસ્તારોમાં આવેલી હોય છે.

(5) કર્મચારીઓને તાલીમ : ખાતાંવાળી દુકાનોના કર્મચારીઓને ગ્રાહક સાથેના યોગ્ય વર્તન અને વેચાણવૃદ્ધિ માટે વિશિષ્ટ તાલીમ આપવામાં આવે છે.

(6) વધુ ખર્ચ : ખાતાંવાળી દુકાનોમાં માળખાગત સુવિધાઓ ઊભી કરવા અને તેની જળવણીમાં વધુ ખર્ચ થાય છે.

(7) ગ્રાહકોને સગવડ : ખાતાંવાળી દુકાનોમાં ગ્રાહકો માટે મનોરંજન, રેસ્ટોરન્ટ, વાઈ-ફાઈ જેવી સગવડો પૂરી પાડવામાં આવે છે.

(8) માર્ગદર્શન : ખાતાંવાળી દુકાનોના કર્મચારીઓ ગ્રાહકોને આવકાર આપી, વસ્તુઓનું નિર્દર્શન કરી, સલાહ-સૂચન આપી ગ્રાહકોને વસ્તુની પસંદગી માટે માર્ગદર્શન પૂરું પાડે છે.

(B) સંકળાયેલી દુકાનો (Chain Stores) : સંકળાયેલી દુકાનો મોટા પાયા પર છૂટક વેચાણ કરે છે. આવી દુકાનો એક જ માલિક દ્વારા જુદાં જુદાં સ્થળોએ કે શહેરોમાં શરૂ કરવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે આવી દુકાનોમાં જીવન-જરૂરિયાતની એક જ વર્ગની મર્યાદિત વસ્તુઓનું વેચાણ થાય છે અને દરેક દુકાનની બાધ્ય સજાવટ એક્સરખી હોય છે.

લાક્ષણિકતાઓ :

- (1) એક જ માલિક : સંકળાયેલી દુકાનોની માલિકી એક જ વ્યક્તિની હોય છે.
- (2) સજાવટ એક્સરખી : સંકળાયેલી દુકાનોની બાબુ સજાવટ એક્સરખી હોય છે.
- (3) કર્મચારીઓને તાલીમ : ધંધાકીય એકમની નીતિઓ, ગ્રાહકો સાથેનું વર્તન વગેરેમાં સામ્યતા જોવા મળે છે. આ માટે કર્મચારીઓને તાલીમ આપવામાં આવે છે.
- (4) કેન્દ્રિત સંચાલન : સંકળાયેલી દુકાનોનું સંચાલન એક જ સ્થળેથી એટલે કે મુખ્ય ઓફિસેથી થાય છે.
- (5) સમાન ઓળખ : સંકળાયેલી દુકાનોની બાબુ સજાવટ તથા કર્મચારીઓના ગણવેશ એક જ સરખા હોવાથી સમાન ઓળખ પ્રસ્થાપિત થાય છે.

(C) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો (Mail Order Shops) : ગ્રાહકોને તેમનાં સરનામે ટપાલ દ્વારા સૂચિપત્ર મોકલી તેમની પાસેથી વરદી મેળવાય છે. ત્યાર બાદ વસ્તુની સૌંપણી પણ ટપાલ મારફતે કરવામાં આવે છે અને વસ્તુનાં નાણાં વસ્તુની સૌંપણી વખતે જ ટપાલ દ્વારા વસૂલવામાં આવે છે. તેને ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો કહે છે.

દેશના દૂરદૂરના પ્રદેશોમાં રહેતા દરેક વર્ગના ગ્રાહકોને ઘરે બેઠા માલ પહોંચાડવામાં આવે છે. આવી દુકાનો મહદેંશે વજનમાં હલકી, ટકાઉ અને કીમતી વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે. ટૂંકમાં આવી દુકાનો વરદી મેળવવાથી માંડી નાણાં વસૂલવા સુધીની બધી જ પ્રવૃત્તિઓ ટપાલ મારફતે કરે છે.

(D) ફેન્ચાઈઝ (Franchise) : કોઈ ચોક્કસ ટ્રેડમાર્ક કે બ્રાન્ડ ધરાવતી કંપની સાથે કરાર કરીને તે જ કંપનીની વસ્તુ કે સેવા વેચવાની કે વસ્તુ બનાવીને વેચવાનો વિશેષાધિકાર આપવામાં આવે તેને ફેન્ચાઈઝ કહે છે.

આ પ્રકારની દુકાનો મોટા પાયા પર છૂટક વેચાણ કરે છે. તેઓની ધંધો કરવાની પદ્ધતિ, વસ્તુની ગુણવત્તા, દુકાનની સજાવટ મૂળ કંપની (Parent Company) જેવી જ હોય છે. સામાન્ય રીતે જો વસ્તુનું ઉત્પાદન કરીને વેચાણ કરવાનું હોય તો મૂળ કંપની કાચો માલ પૂરો પાડે છે. આ અંગે સતત નિરીક્ષણ કરી મૂળ કંપની સુધારાલક્ષી માર્ગદર્શન આપે છે. મૂળ કંપની પોતાનો ટ્રેડમાર્ક કે બ્રાન્ડનો ઉપયોગ કરવાની છૂટ આપે છે. તેના બદલામાં વેચનાર પાસેથી નક્કી કરેલ દરે વેચાણ પર રોયટ્ટી મેળવે છે.

મૂળ કંપની આવો અધિકાર લેનાર ધંધાકીય એકમના કર્મચારીઓને તાલીમ આપે છે. કેટલાંક નાસ્તાગૃહો, કમ્પ્યુટરની તાલીમ આપતાં કેન્દ્રો આ પદ્ધતિથી ગ્રાહકોને વસ્તુઓ કે સેવાઓ પૂરી પાડે છે. મૂળ કંપની જાહેરાત કરતી હોવાને કારણે ફેન્ચાઈઝ લેનારને જાહેરાતનો ખર્ચ ઓછો કરવો પડે છે.

(E) સુપર માર્કટ (Super Market) : સુપર માર્કટ મોટા પાયા પર છૂટક વેચાણ કરતી દુકાન છે. તેમાં વેચાતી વસ્તુઓ પ્રતિષ્ઠિત કંપનીઓ કે ઉત્પાદકો પાસેથી મોટા જથ્થામાં ખરીદી કરી ગ્રાહકોને વાજબી ભાવે વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે. આ પ્રકારના સ્ટોર્સ નાના દુકાનદારોને પણ આકર્ષે છે. સુપર માર્કટમાં તમામ પ્રકારની જીવન-જરૂરિયાતની વસ્તુઓનું વેચાણ કરવામાં આવે છે. દેશનાં વિવિધ મોટાં શહેર કે નગરમાં સુપર માર્કટ આવેલાં છે. બાંધકામની દસ્તિએ તેમનું કદ વિશાળ હોય છે.

(F) શોપિંગ મોલ (Shopping Mall) : આધુનિક સમયમાં ખાતાંવાળી દુકાનોમાં જે પરિવર્તન આવ્યું તે શોપિંગ મોલ તરીકે વિકાસ પાય્યું. શોપિંગ મોલનું બાંધકામ સુપર માર્કટ કરતાં વિશાળ હોય છે. તેમાં નાની-મોટી અનેક દુકાનો એક માલિક કે એક કરતાં વધુ માલિકી દ્વારા શરૂ કરવામાં આવે છે. શોપિંગ મોલમાં ગ્રાહકોને વિવિધ પ્રકારની બ્રાન્ડેડ જીવન-જરૂરિયાતની તથા મોજશોખની વસ્તુઓ એક સાથે એક જ સ્થળે મળે છે. અહીં વિવિધ પ્રકારની વેચાણ અભિવૃદ્ધિની દરખાસ્તો દ્વારા ગ્રાહકોને આકર્ષણાના પ્રયત્નો કરવામાં આવે છે. વિવિધ ઉત્પાદકોની એક્સરખી પેદાશો વચ્ચે હરીકાઈ તે શોપિંગ મોલનું વિશિષ્ટ લક્ષણ છે. તેથી ગ્રાહકોને પસંદગીની વિશાળ તકો મળી રહે છે. શોપિંગ મોલમાં ગ્રાહકો માટે આધુનિક સુવિધાઓ જેવી કે નાસ્તાગૃહ, બાળકો માટે મનોરંજન વિભાગ, વાઈ-ફાઈ, સિનેમાગૃહ વગેરે હોય છે.

9.2.5.3 વેચાણની અન્ય પદ્ધતિઓ :

(A) સ્વયંસંચાલિત વેચાણયંત્રો (Automatic Vending Machine) : આ એક પ્રકારનું વસ્તુઓનું વેચાણ કરનાર સ્વયં સંચાલિત યંત્ર છે. જેના દ્વારા વસ્તુઓનું છૂટક વેચાણ થાય છે. આ યંત્રમાં અગાઉથી વસ્તુઓ ગોઠવવામાં આવે છે. જેવી કે વર્તમાનપત્રો, ટંડાં પીણાં, આઈસકીમ, કોફી વગેરે વસ્તુઓ ખરીદવા માટે ગ્રાહકે ચલાણી સિક્કા યંત્રમાં નાખવા પડે છે. દરેક વસ્તુ માટે કેટલા સિક્કા યંત્રમાં નાખવા તે યંત્રની બાજુમાં જણાવેલ હોય છે. યંત્રમાં સિક્કો નાખતાં જરૂરી વસ્તુ યંત્રમાંથી બણાર આવે છે.

આ પ્રકારનાં યંત્રો ચોવીસ કલાક (24×7) સતત સેવા પૂરી પાડે છે. સ્વયંસંચાલિત વેચાણયંત્રોને કારણે સેલ્સમેનનો પગાર, તાલીમ વગેરે ખર્ચ ઘટી જાય છે. આ પ્રકારનાં યંત્રો હાલમાં શોપિંગ મોલ, હવાઈમથક, રેલવે-સ્ટેશન જેવાં જાહેર સ્થળોએ જોવા મળે છે. આ પ્રકારના યંત્રની શોધ ગ્રીક ઈજનેર અને ગણિતશાસ્ત્રી એલેક્ઝાન્ડ્રીઓ (Alexandria Hero) કરી હતી.

(B) ટેલિમાર્કટિંગ : ટેલિમાર્કટિંગને બે ભાગમાં વહેંચી શકાય છે :

(I) ટેલિફોનિક માર્કટિંગ : આ પદ્ધતિમાં સંભવિત ગ્રાહકોને ટેલિફોન કે મોબાઇલ દ્વારા સંપર્ક કરી ઉત્પાદિત વસ્તુ કે સેવા અંગે માહિતી પૂરી પાડવામાં આવે છે. ત્યાર બાદ રસ ધરાવતા ગ્રાહકોનો ટેલિફોન કે મોબાઇલ દ્વારા સમય મેળવી તેમના અનુકૂળ સમયે અને સ્થળે પ્રત્યક્ષ મુલાકાત લઈને માહિતી પૂરી પાડવામાં આવે છે. વેચાણ કરવાની આ પદ્ધતિને ટેલિફોનિક માર્કટિંગ કહે છે.

આ પદ્ધતિ લોન, વિરાણ, વીમાની સેવા, કેટિડ કાર્ડ વગેરે સેવાઓ માટે ઉપયોગી છે. મધ્યસ્થીઓ ન હોવાને કારણે વાજબી ભાવે વસ્તુઓ કે સેવાઓ મળી રહે છે અને ગ્રાહકોનો સમય બચે છે.

(II) ટેલિવિજન માર્કટિંગ : આ પદ્ધતિમાં ટેલિવિજન દ્વારા ગ્રાહકોને વિવિધ વસ્તુઓનું જીવંત નિર્દર્શન કરાવી વસ્તુ કે સેવાની સંપૂર્ણ માહિતી આપી ગ્રાહકોને આર્કષવામાં આવે છે. સાથે સાથે વસ્તુ કે સેવાની ખરીદી માટે ગ્રાહકને ફોન નંબર કે વેબસાઈટનું નામ આપવામાં આવે છે. ગ્રાહક તે પ્રમાણે સંપર્ક કરી વરદી આપી શકે છે. ગ્રાહકના ઘરે વસ્તુ પહોંચાડવામાં આવે છે. આ પદ્ધતિ દ્વારા ધરવપરાશની વસ્તુઓ તથા મોઝશોખ અને સુખસુવિધાવાળી વસ્તુઓનું વેચાણ કરવામાં આવે છે. આ વસ્તુઓનાં નાણાંની ચુકવણી બે રીતે કરી શકાય છે :

(1) કેટિડ/ડિબિટ કાર્ડ દ્વારા અગાઉથી ચુકવણી કરી શકાય.

(2) વસ્તુ જથારે ઘરે પહોંચાડવામાં આવે ત્યારે રોકડેથી ચુકવણી કરી શકાય.

મધ્યસ્થીઓ ન હોવાને કારણે વાજબી ભાવે વસ્તુઓ મળી રહે છે અને ગ્રાહકોનો સમય બચે છે.

(C) ઇન્ટરનેટ માર્કટિંગ : ઉત્પાદક પોતાની વસ્તુઓની જાહેરાત ઇન્ટરનેટનાં જુદાં જુદાં માધ્યમો જેવાં કે ઈ-મેઈલ, પોર્ટલ, બ્રાઉઝર ઉપર મૂકૃતા હોય છે. કેટલીક વાર તેમની પોતાની વેબસાઈટ પણ હોય છે. જેવી કે ફ્લીપકાર્ટ, સ્નેપડીલ, એમેઝોન ડોટ કોમ વગેરે.

ગ્રાહકો આવી જાહેરાતો જોઈને હરીફોની વસ્તુઓ સાથે સરખામણી કરી વસ્તુ અંગે પોતાની પસંદગી કરતા હોય છે અને ઇન્ટરનેટ દ્વારા જ વરદી આપતા હોય છે અને તેની ચુકવણી ઓન લાઈન અથવા કેશ ઓન ડિલિવરીથી ચુકવતા હોય છે.

વર્તમાન સમયમાં ગ્રાહકો ઇન્ટરનેટના માધ્યમ તરફ વધુ વળ્યા છે; કારણ કે વચ્ચેના મધ્યસ્થીઓ, શો-રૂમના ખર્ચ વગેરે ન હોવાને કારણે વસ્તુઓ સ્થાનિક બજારની સરખામણીમાં સસ્તા ભાવે મળે છે. સાથે સાથે ગ્રાહકોને વેચાણ પદ્ધીની સેવાઓ પણ મળે છે.

9.3 વેપારના પારિભાષિક શબ્દો :

(I) કેશ ઓન ડિલિવરી : COD (Cash on Delivery) : જથારે ઉત્પાદક કે વેચાણકર્તા ગ્રાહકને માલની સોંપણી કરે ત્યારે રોકડ ચુકવવામાં આવે તેને કેશ ઓન ડિલિવરી કહે છે.

(II) ફી ઓન બોર્ડ : FOB (Free on Board) : નિકાસકાર આયાતકારના બંદર સુધી માલ પહોંચાડવા માટે જે ખર્ચ ભોગવે તેને ફી ઓન બોર્ડ કહે છે.

(III) માલની પડતર, વીમો અને ગાડાભાડું : CIF (Cost, Insurance and Freight) : જે ભરતિયામાં માલની પડતર, વીમો અને વહન ખર્ચ ઉમેરવામાં આવે તેને CIF ભરતિયું કહે છે.

(IV) ભૂલચૂક લેવીદેવી : E&OE (Errors and Omissions Excepted) : સામાન્ય રીતે ભરતિયામાં ભૂલચૂક લેવીદેવી લખવામાં આવે છે તેનો અર્થ એ થાય છે કે હિસાબી કે નાણાકીય ગણતરીમાં કોઈ પણ પ્રકારની ભૂલચૂક હશે તો પહોંચ આપનાર માટે તે સ્વીકાર્ય બને છે.

9.4 ખાતાંવાળી દુકાન અને સંકળાયેલી દુકાન વચ્ચેનો તફાવત

અનુક્રમ નંબર	તફાવતના મુદ્દા	ખાતાંવાળી દુકાન	સંકળાયેલી દુકાન
(1)	હેતુ	ગ્રાહકોને અનેક પ્રકારની વસ્તુઓ એક જ સ્થળે પૂરી પાડવાનો છે.	વિવિધ સ્થળોએ ગ્રાહકોની નજીક જઈ વસ્તુઓ પૂરી પાડવાનો છે.
(2)	વેચાણની પદ્ધતિ	માલનું વેચાણ એક જ સ્થળે જુદા-જુદા વિભાગોમાં થાય છે.	માલનું વેચાણ વિવિધ સ્થળોએ શાખા દ્વારા થાય છે.
(3)	જોખમ	વેચાણની પ્રવૃત્તિ એક જ સ્થળે થતી હોવાથી જોખમ વધુ છે.	વેચાણની પ્રવૃત્તિ વિવિધ સ્થળોએ શાખા દ્વારા થાય છે, તેથી જોખમ પ્રમાણમાં ઓછું હોય છે.
(4)	માલનું વેચાણ	માલનું વેચાણ રોકડેથી કે હપ્તા ખરીદ પદ્ધતિ દ્વારા થાય છે.	માલનું વેચાણ રોકડેથી થાય છે.
(5)	ગ્રાહકોને પસંદગીની તક	ખાતાંવાળી દુકાનોમાં અનેક પ્રકારની વસ્તુઓનું વેચાણ થતું હોવાથી ગ્રાહકોને વસ્તુની પસંદગીની વિશાળ તક મળી રહે છે.	સંકળાયેલી દુકાનોમાં એક જ વર્ગની મર્યાદિત વસ્તુઓનું વેચાણ થતું હોવાથી પસંદગીની તક ઓછી મળે છે.

9.5 છૂટક વેપારી અને જથ્થાબંધ વેપારી વચ્ચેનો તફાવત

અનુક્રમ નંબર	તફાવતના મુદ્દા	છૂટક વેપારી	જથ્થાબંધ વેપારી
(1)	મૂડીરોકાણ	ધંધા માટે મૂડીરોકાણ ઓછું જોઈએ.	ધંધા માટે મૂડીરોકાણ વધુ જોઈએ.
(2)	ખરીદ-વેચાણ	નાના કે મોટા જથ્થામાં માલની ખરીદી કરી જરૂરિયાત પ્રમાણે ગ્રાહકોને છૂટક વેચાણ કરે છે.	મોટા જથ્થામાં માલની ખરીદી કરી છૂટક વેપારીઓને નાના જથ્થામાં માલનું વેચાણ કરે છે.
(3)	વિતરણ-કરી	ગ્રાહકો અને જથ્થાબંધ વેપારી વચ્ચે વિતરણ-કરી સમાન છે.	છૂટક વેપારી અને ઉત્પાદક વચ્ચે વિતરણ-કરી સમાન છે.
(4)	વસ્તુઓનું વેચાણ	અનેક ઉત્પાદકો કે જથ્થાબંધ વેપારીઓની વિવિધતાવાળી વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે.	મર્યાદિત ઉત્પાદકોની વિવિધતાવાળી વસ્તુઓનું વેચાણ કરે છે.
(5)	વેપારીઓની સંખ્યા	છૂટક વેપારીઓની સંખ્યા પ્રમાણમાં વધુ હોય છે.	જથ્થાબંધ વેપારીઓની સંખ્યા પ્રમાણમાં ઓછી હોય છે.

આ પ્રકરણમાં તમે શું શીખ્યા ?

આંતરિક વેપારનો અર્થ : દેશની બૌગોલિક સીમાઓની અંદર થતો વેપાર એટલે આંતરિક વેપાર.

જથ્થાબંધ વેપાર : જથ્થાબંધ વેપારમાં વેપારી ઉત્પાદકો પાસેથી મોટા જથ્થામાં માલ ખરીદે છે અને છૂટક વેપારીઓને જરૂરિયાત મુજબ નાના જથ્થામાં માલનું વેચાણ કરે છે તેને જથ્થાબંધ વેપાર કહે છે.

જથ્થાબંધ વેપારીની ઉત્પાદકને સેવાઓ : (1) મોટા જથ્થામાં ઓર્ડર (2) બજારની માહિતી (3) માલના સંગ્રહમાંથી મુક્તિ (4) વેચાણની ચિંતામાંથી મુક્તિ (5) મૂડીની છૂટ (6) જોખમોમાંથી મુક્તિ

જથ્થાબંધ વેપારીની છૂટક વેપારીને સેવાઓ : (1) જરૂરિયાત પ્રમાણે (2) શાખ પર માલ (3) આહેરાત-ખર્યમાં ઘટાડો (4) ફરિયાદોનો નિકાલ (5) જોખમોમાંથી મુક્તિ (6) માર્ગદર્શન

છૂટક વેપાર : અર્થ : જે વેપારમાં વેપારી જથ્થાબંધ વેપારી કે ઉત્પાદક પાસેથી છૂટક કે મોટા જથ્થામાં માલ ખરીદી ગ્રાહકને જરૂરિયાત મુજબ માલનું વેચાણ કરે તો તેને છૂટક વેપાર કહે છે.

છૂટક વેપારીની સેવાઓ

છૂટક વેપારીની જથ્થાબંધ વેપારી અને ઉત્પાદકને સેવાઓ : (1) બજાર અંગેની માહિતી (2) આહેરાતમાં મદદરૂપ (3) શાખપાત્રતામાં વધારો

ફાયદા : (1) ગ્રાહકોને પસંદગીની તક (2) ઘરે બેઠા માલ પૂરો પાડે છે (3) ગ્રાહકોની ફરિયાદોનો નિકાલ (4) ગ્રાહકોને શાખ પર વેચાણ (5) વેચાણ પદ્ધીની સેવાઓ (6) ખરીદીના નિર્ણયમાં મદદરૂપ (7) માલના સંગ્રહમાંથી મુક્તિ (8) ગ્રાહકોને માર્ગદર્શન

મર્યાદાઓ : (1) વધુ મૂડીરોકાણ (2) નાશવંત વસ્તુઓ બગડી જવાનું જોખમ (3) વસ્તુઓ અપ્રચલિત થવાનું જોખમ. (4) નુકસાન, ઘટ કે ભાવમાં ઘટાડાનું જોખમ (5) પૂર્વગ્રહ

પ્રકાર :

(A) ફરતી દુકાનો : (1) ફેરિયા (2) કામચલાઉ વેપારી (3) નિશ્ચિત દિવસના વેપારી (4) શેરી વિકેતા

(B) સ્થાયી દુકાનો :

મોટા પાયા પરના છૂટક વેપારીઓ

(1) ખાતાંવાળી દુકાનો :

લાક્ષણિકતાઓ : (1) મોટા પાયા પર વેચાણ (2) અલગ વસ્તુ માટે અલગ વિભાગ (3) માલિકી અને સંચાલન (4) શહેરી વિસ્તારોમાં (5) કર્મચારીઓને તાલીમ (6) વધુ ખર્ય (7) ગ્રાહકોને સગવડ (8) ગ્રાહકોને માર્ગદર્શન

(2) સંકળાયેલી દુકાનો

લાક્ષણિકતાઓ : (1) એક જ માલિક (2) બાધ્ય સજાવટ એક્સરખી (3) કર્મચારીઓને તાલીમ (4) કેન્દ્રિત સંચાલન (5) સમાન ઓળખ પ્રસ્થાપિત

(3) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો

(4) ફેન્ચાઈઝ

(5) સુપર માર્કેટ

(6) શોપિંગ મોલ

(C) વેચાણની અન્ય પદ્ધતિઓ

(1) સ્વયંસંચાલિત વેચાણયંત્રો

(2) ટેલિમાર્કટિંગ : (i) ટેલિફોનિક માર્કટિંગ (ii) ટેલિવિજન માર્કટિંગ :

(3) ઇન્ટરનેટ માર્કટિંગ

સ્વાધ્યાય

1. નીચેના પ્રશ્નોના જવાબનો સાચો વિકલ્પ પસંદ કરી લખો :

- (1) જથ્થાબંધ વેપારી અને ગ્રાહકો વચ્ચેની કરી એટલે...

(A) ઉત્પાદક	(B) દલાલ	(C) છૂટક વેપારી	(D) ગ્રાહક
-------------	----------	-----------------	------------
- (2) ઉત્પાદક અને છૂટક વેપારી વચ્ચેની કરી એટલે...

(A) ગ્રાહક	(B) જથ્થાબંધ વેપારી	(C) છૂટક વેપારી	(D) દલાલ
------------	---------------------	-----------------	----------
- (3) માલ-વિતરણના માર્ગમાં પ્રથમ મધ્યસ્થી કોણ છે ?

(A) જથ્થાબંધ વેપારી	(B) ઉત્પાદક	(C) છૂટક વેપારી	(D) ગ્રાહક
---------------------	-------------	-----------------	------------
- (4) ગ્રાહકો સાથે પ્રત્યક્ષ સંપર્ક ધરાવતો વેપારી એટલે...

(A) દલાલ	(B) જથ્થાબંધ વેપારી	(C) ઉત્પાદક	(D) છૂટક વેપારી
----------	---------------------	-------------	-----------------
- (5) ક્યા પ્રકારની દુકાનોમાં મધ્યસ્થીઓ હોતા નથી ?

(A) ખાતાંવાળી દુકાન	(B) ટપાલ વ્યવહારી દુકાન
---------------------	-------------------------

(C) સંકળાયેલી દુકાન	(D) જથ્થાબંધ વેપારીની દુકાન
---------------------	-----------------------------
- (6) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો કેવી વસ્તુઓ માટે અનુકૂળ નથી ?

(A) ક્રીમતી	(B) વજનમાં હલકી	(C) નાશવંત	(D) ટકાઉ
-------------	-----------------	------------	----------
- (7) એક જ સ્થળે વિવિધ પ્રકારની વસ્તુઓ મળે તેને ક્યા પ્રકારની દુકાન કહે છે ?

(A) ફેન્ચાઈઝ	(B) સંકળાયેલી દુકાન	(C) ટપાલ વ્યવહારી દુકાન	(D) શોપિંગ મોલ
--------------	---------------------	-------------------------	----------------
- (8) કોઈ ચોક્કસ ભ્રાન્ડ કે ટ્રેડમાર્ક ધરાવતી કંપની સાથે કરાર કરીને તે જ કંપનીની વસ્તુઓ વેચવાની કે બનાવીને વેચવાની દુકાન એટલે...

(A) સુપર માર્ક૆ટ	(B) ફેન્ચાઈઝ	(C) શોપિંગ મોલ	(D) સંકળાયેલી દુકાન
------------------	--------------	----------------	---------------------
- (9) ટેલિમાર્કિટિંગ દ્વારા ગ્રાહકોને શા માટે વાજબી ભાવે વસ્તુ કે સેવા પૂરી પાડી શકાય છે ?

(A) ગ્રાહકો મોટી સંખ્યામાં હોવાથી	(B) સેવાનો હેતુ હોવાથી
-----------------------------------	------------------------

(C) જથ્થાબંધ વેચાણ થતું હોવાથી	(D) મધ્યસ્થીઓ ન હોવાથી
--------------------------------	------------------------

જવાબ : (1) (C) (2) (B) (3) (A) (4) (D) (5) (B) (6) (C) (7) (D) (8) (B) (9) (D)

2. નીચેના પ્રશ્નોના એક વાક્યમાં જવાબ આપો :

- (1) આંતરિક વેપારનો અર્થ આપો.
- (2) મોટા પાયા પરના છૂટક વેપારીની દુકાનોના પ્રકાર જણાવો.
- (3) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનોમાં કેવા પ્રકારનો માલ વેચવો અનુકૂળ છે ?
- (4) ટેલિમાર્કિટિંગ કેવી વસ્તુ કે સેવાના વેચાણ માટે ઉપયોગી છે ?
- (5) સ્વયંસંચાલિત વેચાણયંત્રની શોધ કોણે કરી હતી ?

3. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો :

- (1) ખાતાંવાળી દુકાનો ગ્રાહકોનો સમય અને શ્રમ બચાવે છે. - સમજાવો.
- (2) ફરતી દુકાનોના વિવિધ પ્રકારો જણાવો.
- (3) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનોમાં ઘાલખાધની શક્યતા નથી. શા માટે ?
- (4) જથ્થાબંધ વેપારી એ ઉત્પાદક અને છૂટક વેપારી વચ્ચે કરી સમાન છે. - સમજાવો.
- (5) છૂટક વેપારી ક્યા પ્રકારનાં જોખમો ઉઠાવે છે ?
- (6) ટેલિવિઝન માર્કિટિંગમાં નાણાંની ચુકવણી કેવી રીતે કરી શકાય છે ?

4. નીચેના પ્રશ્નોના મુદ્દાસર જવાબ આપો :

- (1) તફાવત જણાવો :

 - (i) ખાતાંવાળી દુકાન અને સંકળાયેલી દુકાન
 - (ii) છૂટક વેપારી અને જથ્થાબંધ વેપારી

(2) દૂક નાંખ લખો :

 - (i) ટપાલ વ્યવહારી દુકાનો
 - (ii) ફેન્ચાઈઝ
 - (iii) સુપર માર્કટ
 - (iv) શૉપિંગ મોલ
 - (v) સ્વયંસંચાલિત વેચાણયંત્રો

5. નીચેના પ્રશ્નોના વિસ્તારપૂર્વક જવાબ આપો :

- (1) જથ્થાબંધ વેપારનો અર્થ આપી જથ્થાબંધ વેપારીની ઉત્પાદકને મળતી સેવાઓ જણાવો.
 - (2) છૂટક વેપારનો અર્થ આપી છૂટક વેપારીની જથ્થાબંધ વેપારી અને ઉત્પાદકને સેવાઓ સમજાવો.
 - (3) છૂટક વેપારના ફાયદા અને મર્યાદાઓ સમજાવો.
 - (4) ખાતાંવાળી દુકાન કોને કહેવાય ? તેની લાક્ષણિકતાઓ સમજાવો.
 - (5) સંકળાયેલી દુકાન કોને કહેવાય ? તેની લાક્ષણિકતાઓ સમજાવો.
 - (6) ટેલિમાર્કટિંગ અને ઇન્ટરનેટ માર્કટિંગ વિશે સમજાવો.

पारिभाषिक शब्दों

જથ્થાબંધ વેપાર	:	Wholesale Trade
છૂટક વેપાર	:	Retail Trade
ફરતી દુકાનો	:	Mobile Shops
ખાતાંવાળી દુકાન	:	Departmental Stores
સંકળાપેલી દુકાન	:	Chain Stores
ટપાલ વ્યવહારી દુકાન	:	Mail Order Shops
ફેન્ચાઈઝ	:	Franchise
મૂળ કંપની	:	Parent Company
સુપર માર્ક૆ટ	:	Super Market
શૉપિંગ મોલ	:	Shoping Mall
સ્વયંસંચાલિત વેચાણયંત્રો	:	Automatic Vending Machines
ટેલિમાર્કટિંગ	:	Tele Marketing
ટેલિફોનિક માર્કટિંગ	:	Telephonic Marketing
ટેલિવિઝન માર્કટિંગ	:	Television Marketing
ઇન્ટરનેટ માર્કટિંગ	:	Internet Marketing
સૂચિપત્ર	:	Catalogue
વરદી	:	Order
ભરતિયું	:	Invoice
માલની સોંપણી	:	Delivery of Goods
ટ્રેડમાર્ક	:	Trademark
બ્રાન્ડ	:	Brand
કેશ ઓન ડિલિવરી	:	Cash on Delivery
ફી ઓન બોર્ડ	:	Free on Board
માલની પડતર, વીમો અને ગાડાભાડું	:	Cost, Insurance and Freight
ભલચ્યક લેવીદેવી	:	Errors and Omissions Excepted

1