

Duration: 2 Hours

Maximum Marks: 60

- N.B.: 1. All questions are compulsory
2. Figures to the right indicate marks

- Q1 a) What is Retailing? Explain the Scope of retailing. **08**
Q1 b) Explain the format of retailing in brief **07**

OR

- Q1 c) Explain the recent trends in retail business. **08**
Q1 d) Discuss Retail as a Career **07**

- Q2 a) Discuss the steps in Retail Planning process. **08**
Q2 b) Explain the concept of 'Retail Market Segmentation'. Bring out its Significance **07**

OR

- Q2 c) What is CRM in Retailing? Explain the different strategies used by retailers. **08**
Q2 d) Explain the different challenges faced by HR in Retailing. **07**

- Q3 a) What are the various factors affecting selection of Retail Location? **08**
Q3 b) Elaborate the importance of retail branding **07**

OR

- Q3 c) Explain the different elements used in Visual Merchandising. **08**
Q3 d) Explain in brief different types of store design. **07**

- Q.4 a) Fill in the blanks with an appropriate choice given below each questions. **05****

1. Natural selection theory was evolved by _____
a) Darwin b) Hollander c) Smith d) Mc Nair
2. _____ are issued to induce trail and convert the prospects into actual user
a) Brand b) Coupons c) Display d) Special events
3. A store manager should ensure that at every time the _____ is maintained at proper levels so that there is no shortage of good out _____.
a) Design b) utility c) inventory. d) credit
4. _____ is the last stage of the Retail Life Cycle.
a. Introduction b. Maturity c. Growth d. Decline
5. The retailer is an important link between the _____ and buyer
a. Government b. Society c. Wholesaler d. People

Q.4 b) Match the column

05

Group A	Group B
1. Organized Retail	a. Multi-brand Retail
2. OLA Car	b. Kirana Stores
3. FDI Limit 51%	c. Fastest-growing segment in India
4. Traditional mom-and-pop stores	d. Initiative by Government
5. Digital Payments	e. Service Retailing

Q.4 c) State the following is TRUE or FALSE

05

1. The majority of retail sales in India come from the unorganized sector.
2. Fixture is used for storing and displaying merchandise
3. Foreign Direct Investment (FDI) is allowed in single-brand retail in India without any restrictions.
4. The traditional kirana stores are increasing relevance in the Indian retail market.
5. Retail life Cycle shows stages of retail development

OR

Q.4 Short notes (Any 3 of the following)

15

1. challenges faced by retailers in India
2. Green Retailing
3. Vending Machine
4. Retail Branding
5. Functions of Retail store manager

मराठी रुपांतर

वेळ : २ तास

गुण : ६०

सूचना : १) सर्व प्रश्न आनिवार्य आहेत.

२) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवितात.

- प्र.१ अ) किरकोळी म्हणजे काय ? किरकोळीचे व्याप्ती स्पष्ट करा. ०८
 ब) किरकोळीचे स्वरूप साक्षिपणे स्पष्ट करा. ०७
- किंवा**
- क) किरकोळ व्यवसायातील अलीकडील कल स्पष्ट करा. ०८
 ड) किरकोळ हे करिअर अधोरेखित करा. ०७
- प्र.२ अ) किरकोळ निवड प्रक्रियेतील पायऱ्या यावर चर्चा करा. ०८
 ब) 'किरकोळ बाजार विभाजन' ही संकल्पना स्पष्ट करा. त्याचे महत्त्व सांगा. ०७
- किंवा**
- क) किरकोळीतील CRM म्हणजे कया ? किरकोळ्याकडून वापरल्या जाणाऱ्या निरनिराळ्या व्युहरचना कोणत्या आहेत ? ०८
 ड) किरकोळीतील मानव संसाधनात (HR) भेडसावणारे निरनिराळे समस्या स्पष्ट करा. ०७
- प्र.३ अ) किरकोळ स्थान निश्चितीवर परिणाम करणारे विविध घटक स्पष्ट करा. ०८
 ब) किरकोळ ब्रँडिंगचे महत्त्व विषद करा. ०७
- किंवा**
- क) दृश्य व्यापारात वापरले जाणारे विविध घटक स्पष्ट करा. ०८
 ड) स्टोर डीझाइनचे विविध पैलू स्पष्ट करा. ०७
- प्र.४ अ) खाली दिलेल्या पर्यायातून योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा. ०५
- १) नैसर्गिक निवड सिद्धांत _____ यांनी मांडला.
 अ) डार्विन ब) हॉलंडर क) स्मिथ ड) मॅक नायर
- २) अपेक्षित ग्राहकाला सध्य ग्राहकात रुपांतर करण्यासाठी _____ देऊन आकर्षित केले जाते.
 अ) ब्रँड ब) कुपन क) देखावा ड) खास कार्यक्रम
- ३) दुकान व्यवस्थापकाने _____ हे पाहून वस्तू तुटवडा निर्माण न होण्यासाठी खात्री केली
 पहिजे.
 अ) डिजाइन ब) उपयोगिता क) माल ड) उधार
- ४) किरकोळीत व्यापार चक्रातील _____ शेवटची पायरी आहे.
 अ) ओळख ब) परिपक्वता क) वृद्धी ड) घसरण
- ५) किरकोळ व्यापारी हा उपभोक्ता व _____ मधील दुवा आहे.
 अ) सरकार ब) समाज क) घाऊक व्यापारी ड) जनता

प्र.६ ब) जोड्या लावा .

०५

‘अ’ स्तंभ	‘च’ स्तंभ
१) संघटित किरकोळ	अ. अनेक-ब्रॅन्ड किरकोळ
२) ओला कार	ब. पारंपारिक मॉम आणि पॉप दुकान
३. FDI मर्यादा ५१%	क. भारतातील तेजीने वाढणारे क्षेत्र
४. किराणा दुकान	ड. किरकोळ विकासाची पायरी
५. किरकोळ जीवन चक्र	ई. सोयी पुरवणे

प्र.४ (क) खालील विधाने बरोबर किंवा चूक ते सांगा.

०५

१. भारतातील असंघटित क्षेत्रातून सर्वात जास्त भाग येतो.
२. व्यापार साठा व प्रदर्शन मध्ये स्थिरता (Fixtures) वापरतात.
३. भारतातील एकेरी-ब्रॅन्ड किरकोळीमध्ये प्रत्यक्ष विदेश गुंतवणूक कोणतेही बंधन न ठेवता शक्य आहे.
४. पारंपारिक किराणा दुकान हे भारतातील किरकोळी अंगामध्ये आपले महत्व वाढवत आहे.
५. किरकोळ जीवनचक्र हे किरकोळ व्यापार विकासातील पायऱ्या दर्शवतात.

किंवा

प्र.४ कोणत्याही तीन टिपा लिहा.

१५

१. भारतातील किरकोळाना भेडसावणाऱ्या समस्या
२. हरित किरकोळी
३. व्हेडिंग मशीन
४. किरकोळ ब्रॅन्डिंग
५. किरकोळ दुकान व्यवस्थापकाचे कार्य