

“टाटामोटर्स एंवमारुतिसुजुकीइंडियालिमिटेड
के मध्य भारतीय ग्राहकों की क्रय –प्राथमिकता का तुलनात्मक अध्ययन”

विनीतादांगी, पी.एच.डी. शोधार्थी वाणिज्य विभाग बरकत उल्ला विश्वविद्यालय, भोपाल (म.प्र.)

डॉ. प्रदीप कुमार शर्मा, प्रोफेसर, वाणिज्य विभाग, शासकीय हमीदिया कला एवं वाणिज्य महाविद्यालय भोपाल (म.प्र.)

सारांश: भारत में ऑटोमोबाइल फर्म की जब भी बात की जाती है तब टाटामोटर्स एंवमारुतिसुजुकीइंडियालिमिटेड का नाम अविवादित रूप से भारत के वर्चस्व को इस क्षेत्र में बढ़ाता है। भारतीय वाहन बाजार में इन दोनों कंपनियों द्वारा नित नए आयाम स्थापित किए जा रहे हैं। यह दोनों कंपनियां गुणवत्ता एवं कुशल निष्पादन क्षमता के पर्याय बनकर उभरी हैं। इस शोध पत्र का उद्देश्य इन दोनों वाहन कंपनियों के मध्य उपभोक्ताओं की रुचि एवं इसके कारणों का अध्ययन करना है। इस कार्य के लिए आंकड़ों का संग्रहण अति लघु अवधि को आधार बनाकर किया गया है। तथा इस सीमित अवधि के आधार पर ज्ञात निष्कर्ष को समग्र पर इस लिए लागू नहीं किया जा सकता क्योंकि यह अति लघु अवधि पर आधारित है। लेकिन यह विश्लेषण ग्राहकों के रुझान को स्पष्ट करने में सक्षम है। शोध पत्र का निष्कर्ष यह है कि टाटामोटर्स की तुलना में मारुतिसुजुकीइंडियालिमिटेड द्वारा तैयार किए गए वाहन भारतीयों के मध्य अधिक लोकप्रिय है। क्योंकि यह औसत आय वाले उपभोक्ताओं के लिए अधिक वाहनों का निर्माण करते हैं। एंव टाटामोटर्स के तीन से चार वाहनों को छोड़कर अन्य सभी गाड़ियाँ औसत आय वाले परिवारों के लिए खरीदना असहज प्रतीत होता है।

कुंजी शब्द: ऑटोमोबाइल, टाटामोटर्स, मारुतिसुजुकी, स्टॉक एक्सचेंज, घरेलु बाजार, विश्व बाजार, आल्टो, टियागो, निम्न आय वर्ग, औसत आय, ग्राहक प्राथमिकता।

प्रस्तावना: भारतीय बाजार में ऑटो-मोबाइल क्षेत्र बहुत बड़ा क्षेत्र है। क्योंकि इस क्षेत्र में सभी आय वर्ग के उपभोक्ता के अनुरूप बाजार तैयार किया गया है। इस क्षेत्र में मध्यम वर्गीय उपभोक्ताओं की अधिकता के अनुरूप वाहन तैयार किए जाते हैं जो इस क्षेत्र की सफलता का मुख्य कारण है।

चूंकि भारतीय उपभोक्ताओं की आय असमान है, कहीं उपभोक्ता अधिक सम्पन्न हैं तो कहीं उपभोक्ता औसत आय वाला है, तथा कहीं उपभोक्ता निम्न वर्ग से संबंधित है। अतः भारत में आय तत्व सर्वाधिक प्रभावित करने वाला तत्व है। कोरोना काल से इस क्षेत्र में बाजार में भारी गिरावट रही लेकिन वित्तीय वर्ष 2021-22 से दोबारा इस क्षेत्र में वृद्धि देखने को मिली है। ऑटोमोबाइल क्षेत्र देश की प्रगति में सहायक कार्य कर रहा है। हमारे देश में यदि टाटामोटर्स एंवमारुतिसुजुकीइंडिया के मध्य ग्राहकों की प्राथमिकता का अध्ययन करने के उद्देश्य से उक्त शोध पत्र प्रस्तुत किया गया है।

उद्देश्य: प्रस्तुत शोध पत्र का उद्देश्य भारतीय उपभोक्ताओं में टाटामोटर्स एंवमारुतिसुजुकीइंडियालिमिटेड के मध्य प्राथमिकताओं का अध्ययन करना है।

अध्ययन की सीमाएं:

(i) प्रस्तुत शोध पत्र अति अल्प अवधि के आंकड़ों पर आधारित है अतः निष्कर्ष को पूर्ण रूप से सत्य नहीं माना जा सकता यह केवल उपभोक्ता रुझान को इंगित करने में सहायक हो सकता है।

(ii) शोध-पत्र में प्रस्तुत आंकड़े पूर्ण तथा द्वितीयक आंकड़े (प्रकाशित आंकड़े) हैं। अतएव शोध –निष्कर्ष द्वितीयक आंकड़ों की प्रकृति से प्रभावित हो सकता है।

शोध प्रविधि:

(i) आंकड़ों का स्रोत—उक्त शोध कार्य के लिए द्वितीयक आंकड़े प्रयोग किए गए हैं जिनका संग्रहण विभिन्न वेबसाइट, न्यूज पेपर एवं जर्नल्स के माध्यम से किया गया है।

(ii) अवधि — यह वित्तीय वर्ष 2022-23 के प्रारंभिक पांच महीनों (अप्रैल, मई, जून, जुलाई, अगस्त) से संबंधित आंकड़ों का अध्ययन है।

आंकड़ों का विश्लेषण:

टाटामोटर्स एंवमारुतिसुजुकीइंडियालिमिटेड के वित्तीय वर्ष 2022-23 में प्रारंभिक पांच महीनों के दौरान घरेलु बाजार में बेची गई यूनिट्स के आधार पर दोनों कंपनियों हेतु निम्नांकित आंकड़ों का संग्रहण किया गया है।

तालिका क्र. -01

टाटाकंपनी द्वारा वित्तीय वर्ष 2022-23 की घरेलु बाजार में मासिक बिक्री

वर्ष 2022-23	हॉरियर	टियागो	नेक्सन	अल्टरोज	सफारी	टिगोर
अप्रैल	2785	5062	13471	4266	2071	3803
मई	2794	4561	14614	4913	2242	3975
जून	3015	5310	14295	5366	1869	4931
जुलाई	3254	6159	14214	5678	1761	5433
अगस्त	2596	7209	15085	4968	1820	3486

उपरोक्तानुसार कुल विक्रय यूनिट्स (पांच महीने में) -1,71,006

स्रोत: www.v3cars.com

निर्वचन:

उपरोक्त तालिका के आधार पर टाटा मोटर्स की वर्ष 2022-23 की बिक्री की गई ईकाईयों की संख्या को देखकर अनुमान लगाया जा सकता है कि टाटा मोटर्स की गाड़ियों की मांग बाजार में अधिक है। इसका प्रमाण है उपरोक्त आंकड़ों से सिर्फ पांच महीने हैं एवं सकारात्मक वृद्धि इंगित कर रहे हैं।

तालिका क्र. -2

मारुति सुजुकी इंडिया द्वारा वित्तीय वर्ष 2022-23 की घरेलु बाजार (भारत) में चारपहिया वाहन की मासिक बिक्री

वर्ष 2022-23	आल्टो 800	डिजायर	स्विफ्ट	वेगन आर	सिलेरियो	ब्रेजा
अप्रैल	10,443	10701	8898	17766	7066	11764
मई	12,933	11603	14133	16814	6398	10312
जून	13790	12597	16213	19190	8683	4404
जुलाई	9065	13747	17539	22588	6854	9709
अगस्त	14388	11868	11275	18398	5852	15193

उपरोक्तानुसार कुल विक्रय यूनिट्स (पांच महीने में) -3,70,184

स्रोत: www.v3cars.com

निर्वचन:—उक्त अवधि में मारुति सुजुकी द्वारा बेचे गए चारपहिया वाहनों का विवरण यह दर्शाता है कि बाजार में मारुति सुजुकी की गाड़ियां तुलनात्मक रूप से अधिक विक्रय हुई हैं। इसका मुख्य कारण कीमतों में अंतर होना है। उपरोक्त अवधि में कंपनी द्वारा कुछ मॉडल की ही बिक्री आंकड़ा 3,70,184 है जो कि इस क्षेत्र में मारुति सुजुकी पर उपभोक्ता के विश्वास का प्रतीक है।

जांच परिणाम (फाइन्डिंग):—

(i) उक्त आंकड़ों के आधार पर कहा जा सकता है कि टाटा मोटर्स की तुलना में मारुति सुजुकी की गाड़ियों को उपभोक्ता द्वारा ज्यादा पसंद किया जा रहा है।

(ii) दोनों ही कंपनियों के बेचे गए मॉडल्स के मध्य अन्तर का मुख्य कारण कीमतों/मूल्य में अंतर होना है।

सुझाव:—अध्ययन की सीमित अवधि के कारण यह नहीं कहा जा सकता कि टाटा मोटर्स, मारुति सुजुकी से पीछे है लेकिन यह अवश्य कहा जा सकता है कि भारतीय उपभोक्ता कम कीमतों वाली गाड़ियों को अधिक प्राथमिकता देते हैं, क्योंकि आय का स्तर असमान है एवं अधिकतम उपभोक्ता औसत आय स्तर से संबंधित है। अतः यदि टाटा मोटर्स टियागो की समान कम कीमतों वाली गाड़ियां बाजार में लेकर आते रहेंगे तो निश्चित तौर पर विक्रय अधिक होगी।

टाटा मोटर्स की उपभोक्ता वाहन के साथ-साथ भारी कमर्शियल वाहन बनाना भी निजी उपभोक्ता वाहन के विक्रय सीमा को सीमित कर देता है।

निष्कर्ष:—दोनों कंपनियों के जांच परिणाम एवं आंकड़ों का अवलोकन करके यह पता नहीं लगाया जा सकता है कि दोनों में से कौन सी कंपनी श्रेष्ठ है। जहां टाटा मोटर्स भारत की घरेलु कंपनियों में शीर्ष कंपनी है तो वहीं मारुति की गाड़ियां भारतीय उपभोक्ताओं की पहली पसंद बनी हुई हैं। कीमतों में अंतर के कारण मारुति की गाड़ियां भारत में अत्यधिक बिकती हैं जबकि यदि लक्जरी वाहन एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के वाणिज्यिक वाहन बनाने में टाटा कंपनी मारुति सुजुकी से आगे है। अतः हम यह कह सकते हैं कि सीमित अवधि में मारुति की गाड़ियों का विक्रय प्रतिशत अधिक प्रतीत होता है। एवं टाटा की गाड़ियों (केवल तालिका में वर्णित) कीमत की अधिकता के कारण कम खरीदी जाती हैं।

संदर्भसूची-

- I. <https://www.tatamotors.com>
 - II. [statista.com](https://www.statista.com)
 - III. <https://www.marutisuzuki.com>
 - IV. [mobilityoutlook.com](https://www.mobilityoutlook.com)
 - V. <https://auto.economictimes.indiatimes.com>
 - VI. www.v3cars.com
-