



# ಮಾಲ್ ಕಲ್ಪರ್

ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ..

‘ಬೆಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗೆ, ಜನರ ಆಸಕ್ತಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಮಾಲ್‌ಗಳು ಇವೆ. ಮಾಲ್‌ಗಳನ್ನು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ಎರಡೂ ಮನೋಭಾವದ ಜೀವನಶೈಲಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ರೂಪಿಸಬೇಕು. ಜನರಿಗೆ ತೃಪ್ತಿಯಾಗುವ ಶಾಪಿಂಗ್ ಅನುಭವ ನೀಡುವುದೇ ಮಾಲ್‌ಗಳ ಗುರಿಯಾಗಬೇಕು. ಜನರ ನಂಬಿಕೆ, ವಿಶ್ವಾಸ ಗಳಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಗುಣಮಟ್ಟ ನೀಡಲು ಶ್ರಮಿಸಬೇಕು’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ವೈಟ್‌ಫೀಲ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಇನ್‌ಆರ್ಬಿಎಫ್ ಮಾಲ್‌ನ ಮುಖ್ಯ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣಾಧಿಕಾರಿ (ಸಿಇಒ) ಕಿಶೋರ್ ಬಿ.

‘ಬೆಂಗಳೂರಿನ ತಂಪು ಹವೆಯೂ ಶಾಪಿಂಗ್‌ಗೆ ಸ್ಪೂರ್ತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಎರಡು ವಿಕೇಂಡ್‌ಗಳನ್ನಾದರೂ ನಾನು ಕುಟುಂಬ ಸಮೇತ ಒರಾಯನ್ ಮಾಲ್‌ನಲ್ಲೇ ಕಳೆಯುತ್ತೇನೆ. ಈ ವರ್ಷ ‘ಫಾದರ್ಸ್ ಡೇ’ ಅನ್ನೂ ಇಲ್ಲೇ ಆಚರಿಸಿದೆವು. ಇಲ್ಲಿರುವ ಟಾಸ್ಟಾನೊ ಹೋಟೆಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಾಸ್ತ್, ಬೇಕ್ಡ್ ಪಿಜ್ಜಾ, ಫ್ರೆಷ್ ಸಲಾಡ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಟ್ಟೆ ತುಂಬ ತಿಂದು ಋಷಿಪಟ್ಟೆವು’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಪಂಜಾಬ್ ಮೂಲದ ಜಸ್ಟಿಂಡರ್ ಸಿಂಗ್.

‘ಹೊಸ ಡಿಸೈನ್ ಬಂದಾಗ, ರಿಯಾಯಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿದಾಗ ಜನ ಮುಗಿ ಬೀಳುತ್ತಾರೆ. ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಭರಾಟೆ ಜೋರು. ಬಾಲಿವುಡ್, ಸ್ಯಾಂಡಲ್‌ವುಡ್ ಹೀರೋ- ಹೀರೋಯಿನ್‌ಗಳನ್ನು ಹತ್ತಿರದಿಂದ ನೋಡುವ ಅವಕಾಶವೂ ಇಲ್ಲಿ ಆಗಾಗ ಸಿಗುತ್ತದೆ. ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಲು, ಪಿಜ್ಜಾ ತಿನ್ನಲು ಬರುವವರೂ ಬ್ರಾಂಡೆಡ್ ಬಟ್ಟೆ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಒರಾಯನ್ ಮಾಲ್‌ನ ಸಿದ್ದ ಉಡುಪು ಶೋರೂಂನ ಸೇಲ್ಸ್‌ಮ್ಯಾನ್ ದೀಪಕ್.

ಸಿನಿಮಾ ನೋಡುವವರಿಗೆ ಮಾಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಈಗ ಹೆಚ್ಚು ಆಯ್ಕೆಗಳಿವೆ. ಬೆಲೆ, ಸಮಯ ಮುಂತಾದವೂ ಫ್ಲೆಕ್ಸಿಬಲ್. ತಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ, ಭಾಷೆಯ ಸಿನಿಮಾವನ್ನು ಬೇಕಾದ ಸಮಯ ಹೊಂದಿಸಿಕೊಂಡು ನೋಡಬಹುದು. ರಾತ್ರಿ ಸೆಕೆಂಡ್ ಷೋ ಕೂಡಾ ಹೆಚ್ಚು ಸುರಕ್ಷಿತ. ವಾರಾಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ದುಬಾರಿ ಟಿಕೆಟ್ ಖರೀದಿಸುವುದು ಬೇಡವಾದವರಿಗೆ ವಾರದ ಇತರ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಬರೀ 80 ರೂಪಾಯಿಗೆ ಟಿಕೆಟ್ ಸಿಗುತ್ತದೆ! ಮಾಲ್‌ಗಳ ಥಿಯೇಟರ್‌ಗಳು ಬಹುಶಃ ಮಿಷನ್‌ನಾಗಿವೆ. ಧ್ವನಿ ಬೆಳಕು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಚೆನ್ನಾಗಿದೆ. ಮಹಿಳೆಯರು ಒಂಟಿಯಾಗಿ ಬಂದರೂ ಅಷ್ಟು ಕಿರಿಕಿರಿ ಅನ್ನಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

## ಕಿರಾಣಿ ಮಳಿಗೆಗೆ ಹೊಡೆತ?

ಮಾಲ್‌ಗಳಿಂದಾಗಿ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡುವ ದಿನಸಿ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೆ ಹೊಡೆತ ಬಿದ್ದಿದೆಯೆ ಎನ್ನುವುದು ಚರ್ಚೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಅಂಶ. ಈ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿ ‘ಭಾರತ್ ಸ್ಟೋರ್’ ಎಂಬ ಕನ್ನಡ ಸಿನಿಮಾ ಬಿಡುಗಡೆಯಾಗಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ರಶಸ್ತಿಯನ್ನೂ ಗೆದ್ದುಕೊಂಡಿದೆ. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ವಿದೇಶಿ ನೇರ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನು ಹಲವಾರು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸಂಘಟನೆಗಳು ವಿರೋಧಿಸುತ್ತಾ ಬಂದಿವೆ. ಮಾಲ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸಿ ಬದುಕುತ್ತಿರುವವರನ್ನು ಆತಂಕಕ್ಕೆ ದೂಡಿದೆ ಎಂಬ ಅಪಸ್ವರವೂ ಕೇಳಿಬರುತ್ತಿದೆ. ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಸುಮಾರು ಶೇ.70ರಷ್ಟು ಜನ

ಕೃಷಿಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಶೇ.15ರಷ್ಟು ಜನ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ತಮ್ಮ ಬದುಕಿಗಾಗಿ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಉದಾರೀಕರಣದ ನೆಪದಲ್ಲಿ ಬಹುಜನರ ವೃತ್ತಿ ಬದುಕನ್ನು ಕಿತ್ತುಕೊಳ್ಳುವ ಕೆಲಸ ಸರ್ಕಾರ ಮಾಡಿದೆ ಎನ್ನುವುದೂ ಟೀಕೆಯ ಸಾರಾಂಶ.

ಮುಂದುವರಿದ ದೇಶಗಳಾದ ಅಮೆರಿಕ, ಫ್ರಾನ್ಸ್, ಅಲ್ಲದ ಚೀನಾ, ಥಾಯ್‌ಲ್ಯಾಂಡ್, ಇಂಡೋನೇಷ್ಯಾ, ಜರ್ಮನಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಲ್‌ಗಳ ಭರಾಟೆ ಜೋರು. ಅಲ್ಲೂ ಈ ಚರ್ಚೆ ಇದೆ. “ಈ ಮಾಲ್‌ಗಳು ಉತ್ಪಾದಕರಿಂದ ಈಗಾಗಲೇ ಇರುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಕಮಿಷನ್ ಪಡೆದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ರಿಯಾಯಿ ನೀಡುತ್ತವೆ. ಎಂಆರ್‌ಪಿ ಯ ಮೇಲೆ ಮಾಲ್‌ಗಳು ನೀಡುವ ಡಿಸ್ಕಾಂಟ್ ಅನ್ನೇ ಉಳಿತಾಯ ಎಂದು ಭಾವಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕ ಬಹುರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಂಪೆನಿಗಳ ಜಾಲಕ್ಕೆ ಬಲಿಯಾಗುತ್ತಾನೆ. ನೆದರ್‌ಲೆಂಡ್‌ನ ಅಹೋಲ್ಡ್ ಮಾಲ್, ಜರ್ಮನಿಯ ಮೆಟ್ರೊ, ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್‌ನ ಟೆಸ್ಕೊ, ಅಮೆರಿಕದ ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ ಮಾಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದಾಯ ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿರುವ ಶಾಖೆಗಳಿಂದಲೇ ಬರುತ್ತದೆ” ಎನ್ನುತ್ತದೆ ಒಂದು ಸಮೀಕ್ಷೆ.

ನೆದರ್‌ಲೆಂಡ್‌ನ ಅಹೋಲ್ಡ್ ಶೇ.74, ಫ್ರಾನ್ಸ್‌ನ ಕೇರಪೋರ್ ಶೇ. 52, ಜರ್ಮನಿಯ ಮೆಟ್ರೊ ಶೇ. 53, ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್‌ನ ಟೆಸ್ಕೊ ಶೇ. 22 ಮತ್ತು ಅಮೆರಿಕದ ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ ಶೇ. 20 ರಷ್ಟು ಆದಾಯವನ್ನು ವಿದೇಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದಲೇ ಪಡೆಯುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳನ್ನೂ ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಒದಗಿಸಿದೆ.

ಅಮೆರಿಕ ಮೂಲದ ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ 2006ರಲ್ಲಿ ಭಾರತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದಾಗ ಪ್ರತಿಭಟನೆ ನಡೆದಿತ್ತು. ಕಾರ್ಮಿಕ ಸಂಘಟನೆಗಳಾದ ಸಿಐಟಿಯು ಮುಷ್ಕರಕ್ಕೆ ಕರೆ ನೀಡಿದ್ದನ್ನು ಸ್ಮರಿಸಬಹುದು. ಸಿಐಐ ಕೂಡ ವಿರೋಧಿಸಿತ್ತು. ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ ಭಾರ್ತೀ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸಸ್ ಜತೆ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿತ್ತು. ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ 2007ರ ಆಗಸ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಭಾರ್ತೀ ಗ್ರೂಪ್ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಸುನಿಲ್ ಮಿತ್ತಲ್ ಪ್ರಕಟಿಸಿದಾಗ ಭಾರತದ ವ್ಯಾಪಾರಿ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಕಂಪನ ಉಂಟಾಗಿತ್ತು. ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಲಾಬಿಯೂ ನಡೆದಿದೆ. ಭಾರತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಿ ನೇರ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ ನಿಯಮ ಸಡಿಲಿಕೆಗೆ ಲಾಬಿ ನಡೆಸಲು 2012ರವರೆಗೆ ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ ನಡೆಸಿದ ಲಾಬಿಗೆ ಒಟ್ಟು 33 ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ಖರ್ಚಾಗಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತದೆ ಒಂದು ಅಂಕಿ ಅಂಶ. ಪರ-ವಿರೋಧಗಳ ಮಧ್ಯೆ ವಾಲ್‌ಮಾರ್ಟ್ ಪ್ರವೇಶಕ್ಕೆ ಮೀನಮೇಷ ಎಣಿಸುತ್ತಿದೆ.

ಆದರೆ ಈ ವಾದವನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಒಪ್ಪುವುದಿಲ್ಲ. ‘ಮಾಲ್‌ಗಳಿಂದ ನಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಏನೂ ತೊಂದರೆಯಾಗಿಲ್ಲ. ಗೂಡಂಗಡಿ, ಸಣ್ಣ ಪುಟ್ಟ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೆ ಇಲ್ಲಿಂದಲೇ ದಿನಸಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಂಡೊಯ್ಯುತ್ತಾರೆ. ಮಾಲ್‌ಗಳಿಂದ ನಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಧಕ್ಕೆ ಯಾಗಿಲ್ಲ’ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ ಬನ್ನೇರುಘಟ್ಟ ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿರುವ ಮಾತಾಜಿ ಡಿಸ್ಕಾರ್ಟ್‌ಮೆಂಟಲ್ ಸ್ಟೋರ್ಸ್ ಮಾಲಿಕ ಭವರ್‌ಲಾಲ್.

‘ಮಾಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೋಗುವ ಮಂದಿ ಮೇಲ್ವರ್ಗ ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವರ್ಗದವರು. ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಯಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳುವ ಜನರೇ ಬೇರೆ. ಅವರವರ ಆರ್ಥಿಕ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಶಾಪಿಂಗ್ ಕೂಡ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಉತ್ತಮ ಆರ್ಥಿಕತೆ ಇರುವವರೂ ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಯಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಗಳು ಗುಣಮಟ್ಟದ ದಿನಸಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಡಬೇಕು. ಹಾಗಿದ್ದರೆ ಚಿಲ್ಲರೆ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೆ ನಷ್ಟವಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವೇ ಇಲ್ಲ’ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ ಕರ್ನಾಟಕ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಮಹಾ ಮಂಡಲಿಯ (ಎಫ್ ಕೆಸಿಐ) ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಆರ್. ಶಿವಕುಮಾರ್.

‘ಹಾಗೆ ನೋಡಿದರೆ ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಗಳಲ್ಲಿ ದಿನಸಿ ಕೊಳ್ಳುವುದು ಸುಲಭ. ನಮಗೆ ಬೇಕಾದಷ್ಟೇ ಪ್ರಮಾಣದ (ಒಂದು ಕೆಜಿ ಅಕ್ಕಿ, ಅರ್ಧ ಕೆಜಿ ಬೆಲ್ಲ, ಕಾಲು ಕೆಜಿ ಬೇಳೆ.. ಇತ್ಯಾದಿ) ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದರೆ ಮಾಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದ ದಿನಸಿ ಖರೀದಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಲ್ ಗಳಿಗಿಂತ ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಗಳೇ ವಾಸಿ. ವೈಜ್ಞಾನಿಕವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಿದರೆ ಕಿರಾಣಿ ಅಂಗಡಿಗಳು ನಷ್ಟ ಅನುಭವಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವೇ ಇಲ್ಲ’ ಎನ್ನುವುದು ಅವರ ವಾದ.