vinetur

छुट्टियों के मौसम में शराब खुदरा विक्रेताओं का रुख बार और रेस्तरां से अधिक निराशावादी

Brewbound के सर्वेक्षण में दुकानदारों ने आर्थिक अनिश्चितता और आपूर्ति शृंखला पर दबाव बताया ; बार को मौसमी ग्राहकों की आवाजाही पर अधिक भरोसा है

गुरुवार, 19 नवंबर 2026



Brewbound की बुधवार, 18 नवंबर को प्रकाशित खुदरा विक्रेताओं की एक सर्वेक्षण रिपोर्ट के अनुसार, शराब की उन दुकानों के संचालक, जहां से ग्राहक पेय घर ले जा सकते हैं, छुट्टियों के बिक्री सीज़न में बार और रेस्तरां की तुलना में अधिक निराशावादी रुख के साथ प्रवेश कर रहे हैं।

सर्वेक्षण में घर ले जाने के लिए बिक्री करने वाले कारोबारों—जैसे शराब की दुकानों और अन्य पेय खुदरा विक्रेताओं—तथा बार और रेस्तरां जैसे परिसर में पेय परोसने वाले कारोबारों के बीच स्पष्ट अंतर पाया गया। बताया गया कि घर ले जाने के लिए बिक्री करने वाले प्रतिभागी छुट्टियों के दौरान मजबूत बिक्री दर्ज करने की अपनी क्षमता को लेकर अधिक निराशावादी थे, जबकि बार और रेस्तरां संचालकों का आने वाले हफ्तों को लेकर रुख कुछ अधिक सकारात्मक था।

Brewbound की रिपोर्ट के अनुसार, आर्थिक अनिश्चितता और आपूर्ति शृंखला पर दबाव दुकानों के संचालकों का भरोसा कम कर रहे हैं। ये चिंताएं उस अवधि को लेकर उनकी उम्मीदों को सीमित करती दिखती हैं, जो आमतौर पर शराब की बिक्री के लिहाज़ से साल के सबसे अहम दौरों में से एक होती है। छुट्टियों के दौरान मांग बढ़ने से अक्सर वाइन, बीयर और स्पिरिट्स की बिक्री में उछाल आता है। उपहार के तौर पर खरीदारी और पार्टियों तथा मेल-मिलाप के लिए बड़े पैक की बिक्री भी बढ़ती है।

इसके उलट, बार और रेस्तरां इस सीज़न में कुछ अधिक उम्मीदों के साथ प्रवेश कर रहे हैं। Brewbound के मुताबिक, परिसर में पेय परोसने वाले कारोबारों का अधिक सकारात्मक रुख ग्राहकों की आवाजाही और बाहर जाकर समय बिताने की निरंतर मांग से जुड़ा है। इससे संकेत मिलता है कि व्यापक आर्थिक चिंताओं के बने रहने के बावजूद कुछ संचालकों को उम्मीद है कि उपभोक्ता सामाजिक मेल-मिलाप और घर से बाहर के अनुभवों पर खर्च जारी रखेंगे।

ये निष्कर्ष शराब बाजार के भीतर एक अहम अंतर को दर्शाते हैं। ऐसे समय में खुदरा विक्रेता, वितरक और आपूर्तिकर्ता सीज़न के अंतिम दौर में स्टॉक, कीमतों और प्रचार को लेकर फैसले कर रहे हैं। अगर दुकानदारों को सीज़न कमजोर रहने की आशंका है, तो वे कम मात्रा में ऑर्डर दे सकते हैं, तेजी से बिकने वाले उत्पादों पर ध्यान केंद्रित कर सकते हैं या धीमी बिक्री वाले प्रीमियम उत्पादों का जोखिम सीमित रख सकते हैं। वहीं, अगर बार और रेस्तरां को ग्राहकों की आवाजाही स्थिर रहने की उम्मीद है, तो वे अधिक व्यापक उत्पाद-श्रेणी उपलब्ध रखने या अधिक मार्जिन वाले उत्पादों पर जोर देने के लिए तैयार हो सकते हैं।

पेय कारोबार के लिए यह अंतर मायने रखता है, क्योंकि छुट्टियों का सीज़न सिर्फ बिक्री का अवसर नहीं, बल्कि योजना बनाने का ऐसा दौर भी है जो नए साल के शुरुआती महीनों तक उत्पादन, माल की पुन:पूर्ति और वितरण को प्रभावित कर सकता है। घर ले जाने के लिए बिक्री करने वाले खुदरा विक्रेताओं का अधिक सतर्क रुख इस बात को प्रभावित कर सकता है कि किन श्रेणियों को शेल्फ पर कितनी जगह मिलेगी और ब्रांड खुदरा दुकानों में जगह पाने के लिए कितनी आक्रामक कोशिश करेंगे। परिसर में पेय परोसने वाले कारोबारों का अधिक मजबूत रुख आपूर्तिकर्ताओं को ड्राफ्ट पेय कार्यक्रमों, कॉकटेल सामग्री और ग्लास के हिसाब से परोसे जाने वाले उत्पादों पर अधिक ध्यान देने के लिए प्रेरित कर सकता है।

Brewbound की रिपोर्ट के अनुसार, सर्वेक्षण में उपभोग के ऐसे रुझानों पर भी रोशनी डाली गई, जो आने वाले महीनों में बाजार को प्रभावित कर सकते हैं। इनमें खास पेय किस्मों और बिक्री के स्वरूपों को लेकर उपभोक्ताओं की पसंद शामिल है। उपलब्ध जानकारी में रिपोर्ट ने इन पसंदों का विस्तार से ब्योरा नहीं दिया, लेकिन इस उल्लेख से संकेत मिलता है कि कारोबारी बिक्री की व्यापक उम्मीदों से आगे बढ़कर इस बात पर भी नजर रख रहे हैं कि उपभोक्ता शराब खरीदने और पीने के तरीके में क्या बदलाव कर रहे हैं।

ये बदलाव ऐसे बाजार में खास तौर पर अहम हैं, जहां दुकानें और आतिथ्य स्थल अक्सर ग्राहकों के अलग-अलग व्यवहार के अनुसार काम करते हैं। घर ले जाने के लिए बिक्री करने वाले खुदरा विक्रेता घर पर शराब के सेवन, उपहार की खरीदारी और मेल-मिलाप के लिए थोक खरीद पर अधिक निर्भर होते हैं। बार और रेस्तरां की निर्भरता ग्राहकों की आवाजाही, खास मौकों पर होने वाले खर्च और पेय के साथ अनुभव के लिए भी भुगतान करने की उपभोक्ताओं की इच्छा पर अधिक होती है। छुट्टियों के सीज़न की शुरुआत में जब ये दोनों माध्यम अलग-अलग संकेत देते हैं, तो आपूर्तिकर्ताओं को एक ही राष्ट्रीय रणनीति के बजाय अलग-अलग रणनीतियां अपनानी पड़ सकती हैं।

सर्वेक्षण का रुख उन दबावों को भी दर्शाता है जिनका सामना कई खुदरा विक्रेता अब भी ऐसे कारकों के चलते कर रहे हैं जो उनके सीधे नियंत्रण में नहीं हैं। आर्थिक अनिश्चितता इस बात को प्रभावित कर सकती है कि खरीदार शराब पर कितना खर्च करने को तैयार हैं, वे कम कीमत वाले उत्पादों की ओर रुख करते हैं या पूरी तरह गैर-जरूरी खरीदारी घटा देते हैं। आपूर्ति शृंखला से जुड़ी चिंताओं के कारण दुकानों के लिए मौसमी मांग के हिसाब से योजना बनाना कठिन हो सकता है, खासकर तब जब वे लोकप्रिय उत्पादों का स्टॉक खत्म होने से बचाने के साथ-साथ छुट्टियों के बाद बचा हुआ अतिरिक्त माल भी सीमित रखना चाहते हों।

बीयर, वाइन और स्पिरिट्स के उत्पादकों के लिए इन दोनों स्थितियों का मेल कारोबार चलाना मुश्किल बना सकता है। मांग को लेकर अनिश्चित दुकान मौसमी डिस्प्ले या बड़े ऑर्डर के लिए प्रतिबद्ध नहीं होना चाहेगी। ठोस ग्राहक आवाजाही की उम्मीद रखने वाला रेस्तरां या बार भी चुनिंदा उत्पादों को प्राथमिकता दे सकता है—ऐसे उत्पाद जो तेजी से बिकते हों या छुट्टियों के मेन्यू और प्रचार के अनुकूल हों। इसलिए एक ही छुट्टियों का सीज़न उत्पाद की बिक्री के स्थान के आधार पर अलग-अलग अवसर पैदा कर सकता है।

Brewbound की रिपोर्ट में सामने आया यह अंतर यह भी दिखाता है कि उपभोक्ता खर्च के व्यापक आंकड़े पेय कंपनियों की पूरी तस्वीर पेश नहीं कर सकते। उपभोक्ता एक जगह खर्च करने को तैयार रह सकते हैं, जबकि दूसरी जगह अधिक सतर्क हो जाएं। इससे ऐसा बाजार बन सकता है जहां खुदरा कारोबार और आतिथ्य क्षेत्र में मूल्य, सुविधा और अनुभव—तीनों अलग-अलग ढंग से मायने रखते हों।

Brewbound के अनुसार, सर्वेक्षण ने बाजार के हर हिस्से के लिए अलग-अलग रणनीति अपनाने की जरूरत रेखांकित की। शराब खुदरा विक्रेताओं के लिए इसका मतलब स्टॉक का अधिक कड़ा प्रबंधन और अधिक केंद्रित प्रचार हो सकता है। बार और रेस्तरां के लिए इसका अर्थ मौसमी ग्राहकों की आवाजाही और सामाजिक मेल-मिलाप के मौकों पर जोर देना हो सकता है। वितरकों और आपूर्तिकर्ताओं के लिए संदेश यह है कि छुट्टियों के सीज़न में कामयाबी इस बात पर निर्भर कर सकती है कि वे समझें कि साल के अंत में दुकानों की शेल्फ़ और बार-रेस्तरां के मेन्यू को समान स्तर का भरोसा हासिल नहीं है।