



સમાજિક પર્યાવરણનાં કેરકારથી ગ્રામ્ય વિસ્તારનાં હાટ બજારમાં આવેલા પરિવર્તનો (Samajeeek Paryavarna Ferafarathi Gramy veestarna Hat Bazarma Avela Parivartano)

KEYWORDS

Patel Alkaben

Associate Professor, Arts and commerce college
Motapondha, Tal : Kaprada Dist : Valsad

Patel Dilipkumar

Research scholar
Pacific University,Udaipur,(Rajasthan)

પરતાવનાં - ઇભુમિકાકા
ભુતકાળમાં જ્યારે ઉત્પાદન નાના પાયા પર થતું હતું,ત્યારે ઉત્પાદન માંગના પ્રમાણમાં થતું હતું,જેથી વેચાણનો પ્રશ્ન એ મહત્વનો ગણાતો નહિ.મુખ્ય વિષય ઉત્પાદન નો હતો. પરંતુ આજ એ પરિસ્થિતિ બદલાઈ ગઈ છે.ઉત્પાદન માંગના પ્રમાણમાં નહિ પરંતુ માંગની અપેક્ષાએ કરવામાં આવે છે.વેચાણની આ અપેક્ષા ફળીભુત ન થાય તો ઉત્પાદિત માલનું વેચાણ થઈ શકે નહીં.અને મોટું નુકશાન સહન કરવું પડે,તેથી એવી વસ્તુનું ઉત્પાદન કરવું કે જે સહેલાઈ થી વેચાય જાય.તેથી ઉત્પાદક કે વેચાણ કર્તાએ ગ્રાહકને શું જોઈએ છે ? તેને શું ગમે છે ?નેની ખરીદ શક્તિ કેટલી છે ? વિતરણની કઈ પધ્ધતિ વધારે અનુકૂળ પડશે.હરીકી કેવી રીતે વેચાણ કરી રહ્યા છે ? વગેરે ભાબનો નાના-મોટા દરેક ઉત્પાદક કે વેચાણકર્તા એ ધ્યાનમાં રાખવી પડે છે.આ સંદર્ભમાં બજારક્રિયાનું મહત્વ આજે ઘણું વધી ગયું છે.

કરણ કે આજનાં સમયમાં બજારક્રિયાને અસર કરતા પરીભળી જે છે તેનો અભ્યાસ કરી વસ્તુનું વેચાણ કરવામાં આવે તો જ નાના મોટા દરેક ઉત્પાદક કે વેચાણકર્તા ફરિદાઈના યુગમાં ટકી શકવાનાં છે.બજારનાં આ અસર કરનાર પરીભળી માંથી કેટલાક જોઈએ તેો દાત..વસ્તી,ગ્રાહકની આવક,ટેકનોલોજી,રાજકીય અને ધંધાકીય પરીભળી,નેસર્ગિક પર્યાવરણ અને સાંસ્કૃતિક-સામાજિક પરિભળ આ દરેક પરીભળીનાં કેરકારથી ધંધામાં વધુ કમાણીની તક અથવા તો જોખમનાં- ધમકીના સંજોગો ઉભા થાય છે.માટે ધંધો કરનારે ઈમસા આવા બજારના કેરકારને જાણતા રહેવું જરૂરી છે.તો જ બદલાતા સંજોગો સાથે ધંધો કદમ મિલાવી શકે છે.

આમ, સામાજિક-સાંસ્કૃતિક પરીભળ વિષે વિસ્તારથી વિચારીએ તો સાંસ્કૃતિક-સામાજિક પરિવર્તન એટલે....

- લોકોનાં રીત-રિવાજ બદલાય
- ટેવો બદલાય
- ફેશન બદલાય
- લોકોની જીવન જીવવાની રીત બદલાય
- માન્યતાઓ-વલણો બદલાય

તો વેચાણકર્તાઓ-ઉત્પાદકે તે મુંજબ વસ્તુ વેચવી પડે-બદલાવું પડે જ,નહીં તો તેમનો ધંધો પડી ભાંગશે.વેચાણ ઘટશે,નકી ઘટશે.જે સારી ભાજુ નથી,તો આવા બદલાના પરિભળોમાં સામાજિક પરીભળી બદલાવાથી વલસાડ જિલ્લામાં આવેલ અતિ પછાત કપરાડા તાલુકામાં ભરાતા હાટ બજારમાં આશરે ઈલા ૨૦ વર્ષમાં કેવું પરીવર્તન આવ્યું છે.તે જાણવું અગત્યનું યઈ રહેશે એમ માની અમે આ પ્રોજેક્ટ હાથ ધર્યો છે.આ પ્રોજેક્ટમાં કપરાડા તાલુકામાં ભરાતા હાટ બજારની મુલાકાત લઈ સાથે વેચનાર ,પસંદકરનાર વગેરેની પ્રશ્નાવલી ટ્રાર પણ માફિની એક્ટરી કરી જેનાથી કેવું પરિવર્તન તેમાં ભરાતા હાટ છે,તેનો અંદાજીત ચિતાર પ્રાપ્ત થાય છે.અને જી તેમાં વેચનારે ઉત્પાદકે કેવું બદલાવું જરૂરી રહ્યું છે તે વિચારી પ્રાપ્ત થાય છે.

સમસ્યા કયન :-

અમે આ પ્રોજેક્ટમાં સામાજિક પર્યાવરણમાં કેરકારથી ગ્રામ્ય વિસ્તારનાં હાટ બજારમાં આવેલ પરિવર્તનો બજારક્રિયાની દ્રષ્ટિએ અભ્યાસ “ વલસાડ જિલ્લાનાં અતિ પછાત એરિયા કપરાડા તાલુકાના સંદર્ભે વિષય પસંદ કર્યો છે.આ વિષય પસંદ કરવાનો મુખ્ય કૈનું આશી કીઈ મોટું સંશોધન કરવાનો નથી.પરંતુ પસંદ કરેલ વિસ્તારમાં ભરાતા હાટ બજારોમાં,સામાજિક પરિભળના કેરકારથી કેવું પરીવર્તન આવ્યું છે અને તેને અનુરૂપ વેચાણ કર્તા કે ઉત્પાદકે કેવું બદલાવું જરૂરી બન્યું અને ન બદલાય તો તેમનાં ધંધા પર કેવી અસરી યઈ,બદલાય તો ધંધા પર કેવી અસરી યઈ તે જાણવાનો છે.જેથી ખરેખર સમયનાં પરિવર્તન સાથે બદલાવ કેટલી અગત્યનો છે ઉત્પાદક કે વેચાણકર્તા માટે,ગ્રાહકને અનુરૂપ,તે અંગે તેઓને માટે જરૂરી માર્ગો વિચારી શકાય,તેવું જ્ઞાન પ્રાપ્ત કરવાનો છે.જો કે અમને તે અંગે જેટલી માફિની મળી તે મુંજબ કાર્યક્ષત્રને વિસ્તાર્યું છે અને અભ્યાસ કરી જરૂરી સુચનો રજુ કર્યા છે.

અભ્યાસનાં કૈનુઓ

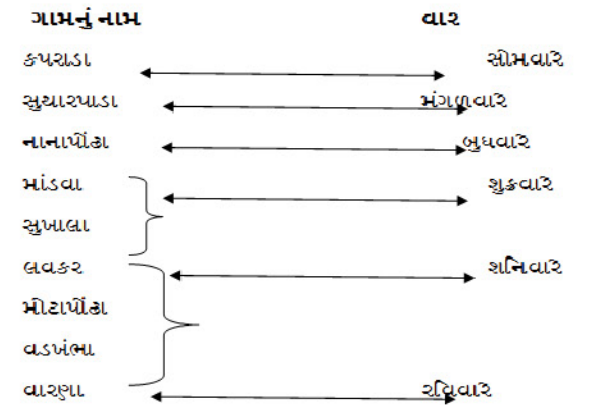
1. કપરાડા તાલુકામાં ભરાતા હાટબજારોની પરિભળમાં આવેલ બદલાવ કેરકારોનાં સંદર્ભમાં અભ્યાસ.
2. કપરાડા તાલુકાનાં હાટબજારનાં ગ્રાહકોમાં આવેલ સામાજિક પરિભળમાં કેરકારથી ઉત્પાદક કે વેચાણકર્તાનાં વેચાણમાં સજોથિલ પ્રશ્નોનો અભ્યાસ
3. આ પ્રશ્નોનું નિરાકરણ કેવી રીતે યઈ શકે તેનો અભ્યાસ.

૪. અભ્યાસ કેળનાં ઊંડાણનાં ગ્રામ્ય વિસ્તારોમાં આજે પણ લોકો આવા હાટ બજારનો સોથી વધુ લાભ લે છે.તો તેમને આ સેવા વધુ સારી રીતે મળી શકે,તે માટે વેચાણકર્તા કે ઉત્પાદકે શું કરવુ જોઈએ,કેવી બદલાવ લાવવી જોઈએ તેનો અભ્યાસ. અભ્યાસની ઉપકલ્પનાઓ

1. કપરાડા તાલુકામાં વર્તમાન સંજોગોમાં હાટ બજારમાં વેપ્ચક કલાએ આવેલા પરિવર્તન ને અનુરૂપ જે પરિવર્તન નહીં થાય.
2. કપરાડા તાલુકામાં ભરાતા હાટબજારમાં એ પરિવર્તનને અનુરૂપ દરેક ઉત્પાદક કે વેચાણ કર્તાઓ બદલાયા જે કૈય એવું ન પણ બની શકે .
3. કપરાડા તાલુકામાં એ જરૂરી પરિવર્તનો માટેની પૂરતી સમજ વેચાણકર્તા કે ઉત્પાદકમાં પૂરતી ન પણ હોઈ શકે.
૪. વેચાણકર્તા મોટાભાગે જે તે હાટ બજારમાં વધુ પડતા કે ગામ સિવાયનાં જે કૈય.
૫. વધુ પહેલા મળતી હાટબજારની કેટલી કેટલીક વસ્તુઓ આજે ન ઉપલબ્ધ ન પણ કૈય.

સંશોધનનું સીમાંકન

સંશોધનસીમા વલસાડ જિલ્લાનાં કપરાડા તાલુકા પૂરતી મર્યાદિત રાખવામાં આવી છે.આ તાલુકી વલસાડ જિલ્લાના ધરમપુર તાલુકામાંથી વિભાજીત યતા ઈ.સ.૧૯૬૬માં નવી અસ્તિત્વમાં આવેલ છે,તેની પૂર્વમાં મહારાષ્ટ્ર રાજ્ય છે.પશ્ચિમે દાદરા નગર હવેલી અને પારડી તાલુકી છે.ઉત્તરે ધરમપુર તાલુકી છે.અને દક્ષિણે દાદરા નગર હવેલી અને મહારાષ્ટ્ર રાજ્ય છે.આ તાલુકામાં કુલ ૧૩૦ ગામો છે.અને ત્યાં અઠવાડિયાનાં દરેક વારે ભરાતા હાટબજારનાં ગામો આ પ્રમાણે છે :-



અભ્યાસની માફિનીનાં પ્રાપ્તિ અર્થે હાટબજારોની પ્રત્યક્ષ મુલાકાત તથા વેચનાર,ઉત્પાદક અને ગ્રાહકોની પ્રશ્નાવલી ટ્રારા પણ મુલાકાત કરી સંશોધન હાથ ધરવામાં આવ્યું છે.તેથી તેને જો કે અન્ય સ્થળોની સ્થિતિ સાથે સામાનીકરણ તરીકે ન લઈ શકાય.

વ્યાપ વિષય અને નમૂનાની પસંદગી

માફિની ભેગી કરવા માટે તાલુકામાં ભરાતા અઠવાડીક દરેક હાટબજારની અને વેચનાર અને ગ્રાહકોની કેટલાકની માફિની ભેગી કરવામાં આવી.કીઈ ચોક્કસ હાટની જે કે વેચનાર,તથા ગ્રાહકોની પસંદગી ન કરવામાં આવી.જો કે મોટાભાગનાં વિસ્તારને અભ્યાસ અર્થે આવરી લેવાયો છે.

સંશોધનનાં ઉપકરણો

અભ્યાસનાં કૈનુઓને ધ્યાનમાં લઈ અભ્યાસ માટેની માફિની ભેગી કરવા માટે જાતે આ હાટ બજારોની મુલાકાત લેવામાં આવી અને વેચનાર તથા ગ્રાહકોની માફિની ભેગી કરવા માટે જાતે અને વિધાયોગીઓની મદદ લેવામાં આવી.અને તાલુકાની તથા ગ્રામ પંચાયતની ઓફિસોની પણ મુલાકાત લીધી તથા સંદર્ભે પુસ્તકોની પણ ઉપયોગ.

માફિની પ્રાપ્તિની પ્રવિધી

આ અભ્યાસમાં માફિની ભેગી કરવા માટે હાટ બજારોની પ્રત્યક્ષ મુલાકાત લેવામાં

આવી, અને ખરીદનાર અને વેચનાર માટે પ્રસ્તાવલી પદ્ધતિનો પણ ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. જેમાં વિદ્યાર્થીઓએ પણ જાતે મૂલાકાત અને પ્રસ્તાવલી પદ્ધતિથી માફિતી એકઠી કરી. આ વિસ્તારમાં ઘાટ બજાર સાથે સંકળાયેલ સંસ્થાઓ, ઓફિસો, જવાબદાર અધિકારીઓ વગેરેની પણ મૂલાકાત ઘઉં વિચારોની આપ લી કરી.

માફિતીનાં વિશ્લેષણની પદ્ધતિ

સંદર્ભ પૂરતી તથા ઘાટબજારી અને વેચનાર તથા ગ્રાહક વગેરેની પ્રત્યક્ષ અને પ્રસ્તાવલી દ્વારા મૂલાકાતથી માફિતી ભંગી કરવામાં આવી તેન સી પ્રથમ વ્યવસ્થિત રીતે કમવાર પાત્ર કરેલ છે. જ્યારે C થી 10 ધોરણ ભૂણે 30 ટકા લોકો આવે છે. જ્યારે 1 થી 9 ધોરણ ભૂણે ખરીદનારાઓ 30 ટકા જેટલા છે. જ્યારે ઉચ્ચ શિક્ષણ પામેલ ગ્રેજ્યુએટ લોકો કદાચ ૫ ટકા લોકો ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવે છે.

તારણી અને સુચનો ખરીદનારાઓ :

1. ઘાટબજારમાં ખરીદી માટે આવતા ૪૯ ટકા લોકો 1૯ થી ૩૫ વર્ષનાં લોકો ઘાટ બજારમાં મૂલાકાત માટે આવે છે જ્યારે ૩૭ ટકા લોકો ૩૬ થી ૫૦ વર્ષની ઉંમરનાં છે. જ્યારે ૫૦ વર્ષથી ઉપરનાં કદાચ ૫ ટકા લોકો જ આવે છે.
2. ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવતા ૩૬ ટકા લોકો 11 થી 1૨માં સુધીનું શિક્ષણ પાત્ર કરેલ છે. જ્યારે C થી 10 ધોરણ ભૂણે ૩૦ ટકા લોકો આવે છે. જ્યારે 1 થી 9 ધોરણ ભૂણે ખરીદનારાઓ 30 ટકા જેટલા છે. જ્યારે ઉચ્ચ શિક્ષણ પામેલ ગ્રેજ્યુએટ લોકો કદાચ ૫ ટકા લોકો ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવે છે.
3. ઘાટ બજારમાં આવતા ૪૬ ટકા લોકો 11 થી 30 જણની વાર્ષિક આવક ધરાવે છે. જ્યારે બાકીનાં લોકો 1 થી 10 જણ સુધીની આવક ધરાવે છે.
4. ઘાટબજારમાં આવતા ૩૩ ટકા લોકો 11 થી ૨૦ વર્ષથી આ ઘાટ બજારની મૂલાકાત ઘઉં રહ્યા છે, જ્યારે ૨૩ ટકા લોકો ૬ થી 10 વર્ષની ઉંમર ધરાવતા લોકો છે. ત્યારબાદ ૨૦ વર્ષથી વધુ ખરીદી માટે 9 ટકા લોકો આવે છે.
5. દર અઠવાડિયે ઘાટ બજારમાં મૂલાકાત લેનારાઓ 96 ટકા લોકો છે, જ્યારે ૨૫ ટકા લોકો દર અઠવાડિયે ઘાટ બજારમાં જતા નથી.
6. ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવતા ૯૧ ટકા લોકો દરેક કુતુમમાં આવવાનાં પસંદ કરે છે, જ્યારે ૬ ટકા લોકો દરેક કુતુમમાં આવવાનું પસંદ કરતા નથી.
7. ઘાટ બજારમાં ખરીદી એ આવતા ૬૪ ટકા લોકોને ચોમાસામાં જવાનું ગમતું નથી જ્યારે ૨9 ટકા લોકોને ઉનાળામાં જવાનું ગમતું નથી અને ૨૪ ટકા ખરીદી માટે આવતા લોકોને શિયાળાની કુતુમ ગમતી નથી.
8. જો ઘાટ બજારમાં કુતુમો જરૂરી વ્યવસ્થા ઉભી થાય તો ૯૮ ટકા લોકોને ઘાટ બજારમાં જવાનું ગમે છે.
9. ૮૦ ટકા ખરીદનારાઓ જણાવે છે કે બજારમાં દાખલ થવા નજીવી ફી લેવામાં આવે તો ચુકવવા માટે અમે તૈયાર છી.
10. જો ઘાટ બજારની જરૂરી વ્યવસ્થા સરકાર દ્વારા ઉભી કરવામાં આવે તો ૮૮ ટકા મૂલાકાતીઓને ગમે છે.
11. 93 ટકા ખરીદનારાઓ વસ્તુ ખરીદતી વખતે કિંમત ઉંચી હશે તો ચાલશે પણ વસ્તુ સારી લેવાની આગ્રહ રાખે છે. જ્યારે ૨1 ટકા લોકો કદાચ સસ્તી વસ્તુ જ ખરીદવાની આગ્રહ ધરાવે છે.
12. ખરીદનારાઓ મોટાભાગે 100 થી ૫00 રૂ. સુધીની ખરીદી કરે છે. એટલે કે ઘાટ બજારમાં આવતા વધુ પડતા લોકો મધ્યમ વર્ગીય છે.
13. ઘાટ બજારની રિયલિટી જોતા ખ્યાલ આવે છે કે કપડા, શાકભાજી-૭૮ ટકા, ફળો-૫૨ ટકા અને અનાજ-૫1 ટકાની અને ઘરેણા-૫૮ ટકા, કપડા-39 ટકા, અને અન્ય વસ્તુઓ-11 ટકા લોકો ખરીદી કરે છે.
14. ઘાટ બજારમાં આવતા મોટાભાગનાં ખરીદનારાને વેચાતી વસ્તુઓમાં આધુનિક આકાર આપીને પરિવર્તન લાવવામાં આવે તો ૮9 ટકા લોકોને ગમે છે. જ્યારે 11 ટકા લોકોને પસંદ નથી.
15. કપડાની વસ્તુઓમાં મોટાભાગનાં ખરીદનારાઓને કેશન પ્રમાણે બદલાયેલી ૪૪ ટકા લોકોને અને તૈયાર સ્વરૂપ મળે તો ૪૪ લોકોને ગમે છે. જ્યારે ૨૮ ટકા લોકો રંગ આકાર વગેરે તેમજ ૬ ટકા લોકો ઉંચી કિંમતનું ખરીદવાની ઇચ્છા ધરાવે છે.
16. ફળો ખરીદતા ૫૪ ટકા લોકો માને છે કે વસ્તુ મોંઘી હોય તો ચાલે પણ ગુણવત્તાની ટિપ્પણ સારી હોવી જોઈએ. જેથી કંઈ શકાય કે ગ્રાહકો ગુણવત્તાનાં આગ્રહી છે.
17. સૌંદર્ય પ્રસાધન ખરીદવા માટે આવતા ૫૫ ટકા લોકોને સારી અને ઉંચી ગુણવત્તા વાળી અને તે પણ આધુનિક નવી નવી વસ્તુઓ હોય તો ખરીદવી ગમે છે.
18. ૭9 ટકા ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવતા લોકોનું માનવું છે કે અમારી બધી જ જીવન જરૂરીયાતની વસ્તુઓ ઘાટ બજારમાં સંતોષાય છે, જ્યારે કદાચ 1૫ ટકા લોકો માને છે કે અમારી બધીજ જરૂરીયાત આ પ્રકારનાં બજારમાં સંતોષાતી નથી.
19. ઘરેણા ખરીદવા માટે આવતા ૫3 ટકા લોકોને નવી નવી ડિઝાઇનની વાળી વસ્તુઓ ગમે છે જ્યારે કદાચ 10 ટકા લોકોને આ પ્રકારની વસ્તુ ખરીદવામાં રસ નથી.
20. ખરીદી માટે આવતા 96 ટકા લોકોને આ પ્રકારની વસ્તુઓ કે દુરનાં સ્થળે ખરીદી કરવા માટે પણ જાય છે, જ્યારે 1૫ ટકા લોકો કદાચ ઘાટ બજાર કે અન્ય ગ્રામ્ય બજારમાંથી જ ખરી કરે છે.
21. શહેરમાં જતા ખરીદનારાઓમાં મોટાભાગે કપડા, શાકભાજી સિવાયની અન્ય વસ્તુઓની ખરીદી અર્થે જાય છે. એટલે કે પ્રાથમિક જરૂરીયાતો પૂરી પાડવામાં આ પ્રકારે ચાલતા ઘાટ બજારી સહાય છે.
22. ૯૦ ટકા લોકો એવું માને છે કે શહેરમાં મળતી વસ્તુઓ ઘાટ બજારમાં મળે તો તેઓ વધુ ખરીદવાની ઇચ્છા ધરાવે છે. જ્યારે કદાચ ૮ ટકા લોકો આ બાબત ને સ્વીકારતા નથી.
23. ખરીદનારાઓમાં ૫1 ટકા લોકોનું એવું માનવું છે કે કેશન અને રિતરિવાજ, કિંમતનાં માધ્યમો અને શિક્ષણ પાત્ર કરવાથી બદલાય છે. જ્યારે ૪3 ટકા લોકો શહેરી વિસ્તારની મૂલાકાત લેવાથી, ૨૦ ટકા લોકો ધાર્મિક સંગઠનોથી, અને 1૩ ટકા લોકો માને છે કે ઇન્ટરનેટ અને કમ્પ્યુટરનાં કારણે કેશન માં બદલાવ આવે છે.

૨૪. ૫1 ટકા ખરીદનારાઓનું માનવું છે કે કેશન, રીત રિવાજ કે વલણો મૂજબની વસ્તુઓ ઘાટ બજારમાંથી મળે છે. જ્યારે કદાચ ૨1 ટકા લોકોને જ આ પ્રકારની વસ્તુઓ મળતી નથી એવું માને છે.
૨૫. ૩૪ ટકા ખરીદનારાઓ માને છે કે તેમને જોઈએ તેવી ગુણવત્તાની વસ્તુ ન મળે તો ખરીદી કરવાનું માંડી વાળે છે. જ્યારે ૬9 ટકા લોકો એવું માને છે કે આ રીતે ખરીદી કરવાનું માંડી ન વાળી શકાય.
૨6. 9૪ ટકા ખરીદનારા એવું માને છે કે ઘાટબજારમાં જરૂરી ગુણવત્તા અને માન્યતાઓ મુજબ વસ્તુ ન મળે તો શહેરમાં ખરીદી અર્થે જઈએ છીએ. જ્યારે ૨૦ ટકા લોકો માને છે કે કદાચ ઘાટબજારમાં જ ખરીદી કરીએ છીએ.
૨7. ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવતા ૮૦ ટકા માને છે કે આધુનિક યુગમાં અનેક બજારી હોવા છતાં ઘાટ બજારમાં ખરીદી કરવાનું ગમે છે.
૨8. આજનાં ઘાટ બજારોમાં ભાવળનાં ગુંદર, ભીડોનાં પાન, સાગનાં સુકા લીલા પાન, વગેરે ખુબ ઓછા પ્રમાણમાં જોવા મળે છે. જ્યારે ૬૦ ટકા લોકોને વાંસકામ દ્વારા બનાવવામાં આવેલ પૂંચડી તેમજ ૪૬ ટકા લોકોને ખજૂરીનાં પાનમાંથી બનાવેલ વસ્તુઓ જોવા મળે છે.
૨૯. જૂની વસ્તુઓનાં બદલે કાલનાં ઘાટ બજારોમાં ૬૪ ટકા લોકોને પલાઈસ્ટિકની બનાવટોની વસ્તુઓ જોવા મળે છે.
૩૦. ૫૪ ટકા ખરીદનારાઓ માને છે કે આધુનિક નવી વસ્તુઓ ડિઝાઇન અને ગુણવત્તાવાળી મળે તે જરૂરી છે. જ્યારે ૪૩ ટકા લોકો માને છે કે જૂની વસ્તુઓ ખરીદવાની મળે તો ખરીદવાની ગમે છે.
૩1. ઘાટ બજારમાં ખરીદી માટે આવતા ૮૦ ટકા લોકો વાહનમાં બેસીને આવે છે. જ્યારે ૨૩ ટકા લોકો ઘાટ બજારમાં નજીકનાં સ્થળોએ રહેતા હોવાથી પગપાળા ચાલીને આવે છે.
૩2. ખરીદનારાઓમાં ૩૪ ટકા લોકો સાથે મળીને ઘાટ બજારમાં ફરવા માટે જાય છે જ્યારે 1૬ ટકા લોકો એકલા જ ઘાટ બજારમાં આવે છે.
૩૩. ૮6 ટકા ખરીદનારાઓ એવું માને છે કે ઘાટ બજારમાં ગ્રામ્ય વિસ્તાર એ આનંદ પ મોદનો મળે છે, જ્યારે 19 ટકા લોકો આ બાબતમાં માનતા નથી.
૩૪. ઘાટ બજારમાં આવતા ૯1 ટકા લોકો માને છે કે ઘાટ બજાર એ ભવિષ્યમાં પણ ટકી રહેશે. જ્યારે ૮ ટકા લોકો આ બાબતથી વિશ્વધનું વલણ ધરાવે છે.

સુચનો ખરીદનારા માટે

1. સરકાર દ્વારા ઘાટ બજાર માટે મકાનોની વ્યવસ્થા કરી આપવી જોઈએ. જેથી દરેક કુતુમમાં ઘાટ બજાર ત્યાં ભરાય શકે, અને વસ્તુઓની સારી રીતે ખરીદી કરી શકે.
2. સરકાર દ્વારા કરવામાં આવેલ વ્યવસ્થાનો ઉપયોગ કરવા માટે દાખલ ફી મૂલાકાતીઓને ચુકવવી જોઈએ.
3. ઘાટ બજારમાં દરેક પ્રકારની વસ્તુઓ ઉચ્ચ ગુણવત્તાવાળી મેળવવાની આગ્રહ રાખવી જોઈએ.
4. ઘાટ બજારમાં ખરીદનારાઓએ આધુનિક ટેકનોલોજી જેવી કે કમ્પ્યુટર અને ઇન્ટરનેટનો ઉપયોગ કરીને વસ્તુઓની કેશન અને ગુણવત્તાની ચકાસણી કરવી જોઈએ, જેથી ખરીદનારાઓ વસ્તુઓની યોગ્ય માફિતી બાબતે જાગૃત રહી શકે.
5. ઘાટ બજારનું સ્થળ રહેઠાણ થી દૂર હોય તો વાહન વ્યવહારનો ઉપયોગ કરીને તથા નજીક હોય તો પગપાળા જવું જોઈએ.
6. તારણી અને સુચનો વેચનારાઓ માટે નાં તારણી
1. 31 ટકા ઘાટ બજારમાં વેચાણ માટે આવતા વેપારીઓ પોતાના ઘરે પણ દુકાન ધરાવે છે, જ્યારે ૪6 ટકા વેપારીઓ કદાચ ઘાટ બજારમાં જ વસ્તુ કે સેવા આપી રહ્યા છે.
2. ઘાટ બજારમાં વેચાણ માટે આવતા વેપારીઓ રવિ, સોમ, અને મંગળવારે વધુ પ્રમાણમાં જાય છે, જ્યારે બાકીના દિવસોમાં ઓછા વેપારીઓ ઘાટ બજારમાં વેચાણ અર્થે જાય છે.
3. ઘાટ બજારમાં સૌથી વધુ ૩૪ ટકા વેચાણકારી શાકભાજી વેચે છે, જ્યારે ૨1 ટકા કપડાનું વેચાણ અને ૨1 ટકા લોકો અન્ય વસ્તુઓનું વેચાણ વેપારીઓ કરે છે.
4. ઘાટ બજારમાં વેચાણ કરતા ૬૪ ટકા લોકો તૈયાર વસ્તુઓ ખરીદી કરીને ઘાટ બજારમાં વેચાણ કરે છે, જ્યારે 1૯ ટકા વેપારીઓ જાતે જ વસ્તુ કે સેવાનું ઘાટ બજારમાં ઉત્પાદન કરીને ઘાટ બજારમાં વેચાણ કરે છે.
5. 1 રૂ થી લઈને 1 જણરૂ રૂપિયા અને પાંચ થી દસ જણરૂ સુધીનું વેચાણ ૨1 ટકા વેચાણકારીનું થાય છે જ્યારે 10 ટકા વેચાણકારી દસ જણરૂથી વધુ રૂપિયાનું વેચાણ ઘાટ બજારમાં કરે છે.
6. 36 ટકા વેચાણકારી અઠવાડિયા દરમિયાન એક રૂપિયા થી એક જણરૂ રૂપિયા સુધીની નફા કરે છે. જ્યારે 19 ટકા વેપારીઓ પાંચ જણરૂથી વધુ વધુ નફા કરે છે.
7. ઉનાળામાં સૌથી વધુ ૬1 ટકા વેચાણ થાય છે. જ્યારે શિયાળામાં ૫૦ ટકા જેટલું અને ચોમાસામાં સૌથી ઓછું ૨૪ ટકા જેટલું વેચાણ થાય છે.
8. ચોમાસાની કુતુમમાં ૮૫ ટકા વેપારીઓને ખુબ જ ઓછું વેચાણ થાય છે, જ્યારે શિયાળામાં ૪ ટકા અને ઉનાળામાં ૬ ટકા ઓછું વેચાણ થાય છે.
9. ચોમાસામાં વરસાદને લીધે 1૪ ટકા વેચાણકારીનું વેચાણ ઓછું થાય છે. જ્યારે ૩૧ ટકાની કેશન અને માન્યતાઓનાં લીધે 1૩ ટકા, વસ્તુ ખરાબ હોવાને લીધે 9 ટકા, તેમજ ઉનાળામાં ગરમી ખુબ પડવાથી ૬ ટકા, વેપારીઓનું વેચાણ ઓછું થાય છે.
10. ૪૮ ટકા લોકોનું કહેવું છે કે રોજના જુદા જુદા સ્થળોએ જવાની મુશ્કેલીઓ પડે છે, જ્યારે ૨1 લોકો જ એવું માને છે કે વાહન વ્યવહારની સગવડ બરાબર હોવાને લીધે આ પ્રકારની મુશ્કેલીઓ પડતી નથી.
11. ઘાટ બજારમાં વેચાણ માટે જુદા જુદા સ્થળોએ જતા વેચાણકારીને મુશ્કેલીઓ પડે છે, જ્યારે ઉનાળામાં 9 ટકા વેપારીઓને શિયાળામાં વેચાણની મુશ્કેલીઓ પડે છે.
12. ઘાટ બજારમાં વેચાણ કરવા માટે જતા ૩૫ ટકા વેચાણકારીને વાહન વ્યવહાર-માલસામાનનાં ઘેરફેરની મુશ્કેલીઓ પડે છે. 19 ટકા મુશ્કેલીઓ સમય આધારિત છે, જ્યારે 9 ટકા મુશ્કેલીઓ વેચાણ માટેની યોગ્ય વ્યવસ્થા માટેની છે.
13. 9૨ ટકા વેચાણકારી એવું માને છે કે મૂંઝવણી અંગે 9 ટકા લોકો ગ્રામપંચાયત કે સરકારી કચેરીનો સંપર્ક કરે છે, જ્યારે ૪ ટકા વેપારીઓ ગામનાં અનુભવીઓ પાસે તથા ૪ ટકા વેપારીઓ અનુભવી વેચનારાઓ પાસે માર્ગદર્શન મેળવે છે.
14. ૯૦ ટકા વેચાણકારી માને છે કે ગ્રામ્ય વિસ્તારમાં સરકારે વ્યવસ્થા કરવી જોઈએ.

જ્યારે ફક્ત ૪ ટકા વેપારીઓ આ વાત સાથે સંમત નથી.

૧૫ ૮૦ ટકા વેચાણકારી જણાવે છે કે વેચાણ સ્થળ અંગે ગ્રામ પંચાયત અમને કોઈ સગવડ આપતી નથી. જ્યારે ૧૬ ટકા વેપારીઓ જણાવે છે કે અમને ગ્રામ પંચાયત દ્વારા વ્યવસ્થા પૂરી પાડવામાં આવે છે.

૧૬ જો સરકાર કે એન.જી.ઓ. વેચાણ કાર્યોમાં સ્થળ અંગે સગવડ આપવામાં આવે તો ૯૧ ટકા વેચાણકારી ભાડુ ચુકવવા માટે તૈયાર છે, જ્યારે ફક્ત ૧ ટકા વેપારીઓ આ બાબત સાથે સંમત નથી.

૧૭ ઘાટ ભજારમાં વેચાણ કરતા ૮૮ ટકા વેપારીઓ જમીન માલિકને વેચી ચુકવી રહ્યા છે, ૬૭ વેપારીઓ ગ્રામ પંચાયતને પણ વેચી ચુકવી રહ્યા છે.

૧૮ વેચાણકારી દ્વારા ચુકવવામાં આવેલ વેરાની રકમ પર ૨૬ ટકા લોકોને વધુ લાગતી નથી, જ્યારે ફક્ત ૨૭ ટકા લોકોને જ વેરાની રકમ વધુ પડે છે.

૧૯ ૬૪ ટકા વેચાણકારી ઘાટ ભજારમાં એક જ સ્થળે પોતાનું દુકાન લગાવે છે જ્યારે ૧૬ ટકા વેચાણકારી દુકાન જુદા જુદા સ્થળે બદલે છે.

૨૦ ૩૩ ટકા વેચાણકારી ૬ થી ૧૦ વર્ષથી ઘાટ ભજારમાં વેચાણ કરી રહ્યા છે, જ્યારે ૨૬ ટકા વેચાણકારી ૨૧ વર્ષથી પણ વધુ સમયથી આ ઘાટ ભજારમાં સેવા આપી રહ્યા છે.

૨૧ વેચાણકારી જ વરતનું વેચાણ શરૂઆતથી કરી રહ્યા છે, જેમાં ૩૯ ટકા વેચાણકારીએ પોતાની વરતુ કે સેવામાં પરિવર્તન લાવ્યા છે, જ્યારે ૨૩ ટકા વેચાણકારી શરૂ થી એકજ પ્રકારની વરતનું વેચાણ કરી રહ્યા છે.

૨૨ વરતનું વેચાણકારીએ લાવેલ પરિવર્તન જોઈએ તો જોવા મળે છે કે ૪૩ ટકા વેચાણકારીએ ઈચી કિંમતે વરતુ વેચવા માટે મૂંકી, અને ૪૩ ટકાએ વરતુની પ્રકાર બદલી જ્યારે ૪૧ ટકા વેચાણકારીએ વરતુનાં રંગ , ફૂલ અને ફેશનમાં પરિવર્તન લાવ્યા.

૨૩ ૪૧ ટકા વેપારીઓ માને છે કે ગ્રાહકોની આવકમાં યથેલી વૃદ્ધિ, વરતુનાં પરિવર્તનો માટે જવાબદાર છે, જ્યારે ૪૦ ટકા વેપારીઓનાં મતે ગ્રાહકોની ફેશનમાં વધારી થયો, તથા ૨૦ ટકા વેચાણકારી એવું માને છે કે ગ્રાહકોની માન્યતાઓ અને વલણોમાં વધારી થયો જેથી વરતુ કે સેવાનાં વેચાણમાં પરિવર્તન આવ્યું.

૨૪ ૬૬ ટકા વેચાણકારીનાં મતે જો ગ્રાહકો બદલાય તે પ્રમાણે ધંધો કે વેપાર ન બદલાય તો ધંધો પડી ભાંગશે, જ્યારે ૨૯ ટકા વેચાણકારી આ વાતને સ્વીકારતા નથી.

૨૫ ૮૦ ટકા વેપારીઓ માને છે કે આજ પ્રકારે ઘાટ ભજારમાં ધંધો કરવાનું ગમે છે, જ્યારે ૧૭ ટકા વેપારીઓને આ પ્રકારે ઘાટ ભજારમાં ધંધો કરવો ગમતો નથી.

૨૬ ઘાટ ભજારમાં વેચાણ કરવા માટે આવતા ૭૩ ટકા લોકોનું માનવું છે કે આજના આધુનિક યુગમાં પણ ઘાટ ભજારી સારી રીતે ચાલી શકશે, જ્યારે ૧૭ ટકા જ વેચાણકારી એવું માને છે કે ઘાટ ભજારનું ભવિષ્ય સાફ નથી.

૨૭ ૬૭ વેચાણ કરવા માટે આવતા ૪૪ ટકા વેચાણકારી માને છે કે ગ્રાહકો ફક્ત સારી ગુણવત્તા વાળી વરતુઓની જ માંગણી કરે છે, જ્યારે ૩૮ ટકા વેચાણકારીનાં મતે વધુ સરની વરતુઓ ખરીદવાના આગ્રહી ગ્રાહકો આવે છે, જ્યારે ૩ ટકા જ વેપારીઓ જણાવે છે કે વરતુ ખરાબ ક્ષયતો ચાલે પણ સરની જોઈએ આ પ્રકારની માંગણી કરતા ગ્રાહકો આવે છે.

૨૮ રીલી, ઇન્ટરનેટ, ફિલ્મો વગેરેની અસરથી આ ગ્રામ્ય વિસ્તારોનાં લોકોની ફેશન, રીનીરિવાજો અને માન્યતાઓ, પહેરવેષ વગેરેમાં બદલાવ આવે છે, આ બાબત ઘાટ ભજારમાં વેચાણ અર્થે આવતા ૭૬ ટકા વેપારીઓ માને છે, જ્યારે આ વાતને ૧૩ ટકા વેચાણકારી સ્વીકારતા નથી.

સુચનો વેચનારાઓ માટે

૧. ઘાટ ભજારમાં વેચાણ અર્થે આવતા લોકોને સરકાર દ્વારા વ્યવસ્થા પૂરી પાડનારને ભાડુ ચુકવવું જોઈએ, જેથી ભાડું નો ઉપયોગ આ વ્યવસ્થાને વધારવા માટે કરી શકાય.

૨. વેચાણકારીને ગ્રાહકોની પસંદ ધ્યાનમાં લઈને તે પ્રકારની વરતુઓ વેચવાનો આગ્રહ રાખવો જોઈએ.

૩. સરકાર દ્વારા ઘાટ ભજારમાં મકાનની સાથે વખાર કે કોલ્ડ સ્ટોરેજની સગવડ પણ આપવી જોઈએ. અને તેનો લાભ વેચાણકારીએ લેવો જોઈએ.

૪. વેચાણકારીને સારી ગુણવત્તાવાળી વરતુઓ વેચીને યોગ્ય પ્રમાણમાં નફો પ્રાપ્ત થાય તેવા પ્રયત્નો કરવા જોઈએ.

૫. નાના વેચાણકારી ઘાટભજારનાં નજીકનાં સ્થળોએ રહેતા ક્ષેત્ર તો તેમણે પગપાળા જવું જોઈએ.

૬. જે ક્ષેત્રમાં વેચાણ સીઝનું થાય તે વેચાણને વધારવા માટે સરકાર દ્વારા પૂરી પાડેલ વ્યવસ્થાનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ.

૭. વેચાણકારીને વરતુને વેચાણ કરવા માટે યતી મુઝવણી ને દૂર કરવા માટે કૃષિ વિજ્ઞાન કેન્દ્ર તેમજ ગ્રામ પંચાયત કે કચેરી અને ગામના અનુભવી વેચાણકારીનો સંપર્ક કરવો જોઈએ, જેથી વેચાણમાં વધારી થઈ શકે.

૮. કપડાઓનું વેચાણ કરતા વેપારીઓએ નવી નવી ફેશન અને ડિઝાઇનોથી માહિતગાર રહીને વેચાણકાર્ય કરવું જોઈએ.

૯. આજે ઘાટ ભજારમાં જૂની પુરાણી વરતુઓ જેવી કે ગુંદર, ખજૂરનાં પાનની બનાવટ વગેરે ખૂબ જ ઓછા પ્રમાણમાં વેચાણ થાય છે, આવી વરતુઓનાં બદલે કંઈ કંઈ વરતુઓ ફાલનાં ગ્રાહકો માંગી રહ્યા છે, તે વરતુનાં વેચાણ માટે વેચાણકારીએ વધુ ધ્યાન આપવું જોઈએ.

૧૦ આજે ઘાટ ભજારમાં ખજૂરીનાં પાન તેમજ ખાખરાનાં પાન માંથી બાજ દળિયા વગેરેની બનાવટ ખૂબ જ ઓછી વેચાય છે, કારણ કે તેની સામે પ્લાષ્ટિકની વરતુઓ કે પાન દારૂ જ બનાવેલી બનાવટની ગુણવત્તામાં ફેરફાર કરીને ભજારમાં વેચાણ કરવું જોઈએ.

૧૧. આજનાં આધુનિક યુગમાં વેચાણકારીએ ટીવી જેવા માધ્યમોનાં ઉપયોગથી કેવા પ કારની વરતુઓનાં વેચાણનાં વલણો, માન્યતાઓ અને ડિઝાઇન કેવી છે તેનાંથી જાગૃત રહેવું જોઈએ, જેથી ભજારની ફરિકાંઈમાં ટકી શકે.

સમાપન :

આજનાં આધુનિક યુગમાં અનેક પ્રકારનાં ભજારી ઉપલબ્ધ થવા છતા પણ વલસાડ જિલ્લાનાં કપરાડા તાલુકા જેવા વિસ્તારમાં ભરાતા ઘાટ ભજારોમાં પણ ગ્રામ્ય વિસ્તારનાં લોકો ખરીદી માટે આવે છે. અને લોકો આવા ભજારમાં આવીને ખાણી પીણી અને આનંદનો મળી ક્ષેત્ર તે રીતે આ ઘાટ ભજારમાં આનંદ મનાવતા ક્ષેત્ર છે. આમ, ગ્રામ્ય વિસ્તારનાં લોકો ઘાટ ભજારમાં આવીને આનંદથી એકબીજાને મળીને જીવનશૃદ્ધીયાતની વરતુઓની ખરીદી કરે છે.