

B.Com Sem-5 Assignment of FC and SS

BCom-5 FC E

Give definition of 'disaster' and state its causes and effects.

Explain the meaning of disaster management and describe its characteristics.

Discuss the elements of disaster management.

Discuss in detail the man-made disasters.

BCom-5 FC G

આપત્તિ એટલે શું? આપત્તિ ની વ્યાખ્યા આપી તેના કારણો અને અસરો જણાવો.

આપત્તિ સંચાલન નો અર્થ જણાવી તેની લાક્ષણિકતાઓ વર્ણવો.

માનવ સર્જિત આપત્તિ એટલે શું? કોમી સમખાણોને પહોંચી વળવા માટે શું કરવું જોઈએ.

કુદરતી આપત્તિઓની વિગતવાર ચર્ચા કરો.

BCom-5 SS E

What is marketing research? Explain the objectives of Marketing research.

Discuss the procedure of Marketing research in detail.

Write a detailed note on the advantages/utilities of Marketing research.

Discuss the limitations/disadvantages of Marketing research.

BCom-5 SS G

બજાર સંશોધન એટલે શું? બજાર સંશોધનના હેતુઓ સમજાવો.

બજાર સંશોધન ની પ્રક્રિયા વિગતવાર સમજાવો.

બજાર સંશોધનના ફાયદાઓ/ઉપયોગીતા ચર્ચો.

બજાર સંશોધનની મર્યાદાઓની વિગતવાર ચર્ચા કરો.

Bcom-5

~~B.O.M.~~
Disaster Management

FC

suffer the greatest when disaster hits. More than 95 percent of all deaths caused by disasters occur in developing countries. Losses due to natural disasters are 20 times greater in developing countries. The term "disaster management" encompasses the complete area of disaster related activities. Traditionally people think of disaster management only in terms of the post-disaster actions like relief and reconstruction. But disaster management covers a much broader scope. It draws attention to prevention of disasterous events and if it is impossible to prevent it then to minimise its effect and rehabilitate the victims as soon as possible. Year after year many disasterous events leave behind countless victims. Disasters like earthquake in Gujarat, Tsunami in Indian Ocean, a bus accident and land sliding in valley of Himachal Pradesh, floods and droughts in many part of the country have killed number of people. In 2001-2002 30,000 (including Gujarat earthquake) people died and all types of disasters affected 41.82 million people.

2. MEANING OF DISASTER :

(1) **The World Health Organization (WHO)** defines disaster as "any occurrence that causes damage, economic distraction, loss of human life and deterioration of health and health services on a scale sufficient to warrant an extraordinary response from outside the affected community of area."

(2) Disaster is defined as "situations resulting from an environmental phenomenon that produces stress, personal injury, physical damage and economic disruption of great magnitude" beyond a community's capability to cope.

(3) A disaster is a serious disruption of the functioning of a society, causing widespread human, material, or environmental losses, which exceed the ability of the affected society to cope using only its own resources. It requires help from other countries to help victims to settle in life.

Disaster is a sudden or great unfortunate event that causes death and injury to number of people and its impacts are so vigorous that it is beyond the government of the country and the people to cope with it.

Characteristics of Disaster :

From the above explanation of what disaster is, the following features of disaster can be clearly seen :

- (1) It is a natural event or man made event like war.
- (2) It has very unpleasant consequences like large scale death and destruction.
- (3) It causes economic disruption of great magnitude.
- (4) There is a huge loss of human lives and property.
- (5) Countless people become homeless and jobless.

①

~~T. Y. B. B. O. O. I. I.~~

Q3

Eng. med

Disaster Management

■ Disaster Management

287

- (6) The state or country where it occurs is unable to cope up with it and requires international help.
- (7) Human beings have no control over natural disasters like Tsunami, Cyclones, earthquakes, floods etc.

Shri Ramana Murthy writes "The word disaster means - great or sudden misfortune. In the light of these meanings, one concludes that the event which may be termed as 'disaster' should be big in magnitude. Secondly, it comes without notice in this manner, the massive scale and the suddenness are two essential ingredients of the destructive happening."

3. MEANING OF DISASTER MANAGEMENT :

(1) "Disaster management" includes the complete range of disaster related activities. Disaster management is increasingly becoming a global issue. Modern disaster management is very much an on-going national requirement, important to government and people. It has special significance today because of increasing dangers to the national resources and their effect on economic environment. To be effective, disaster management should be implemented as a comprehensive and continuous activity.

(2) Disaster management means immediate rescue, relief, rehabilitation and reconstruction measures because the victims are too shocked to show patience. Traditionally people tend to think of disaster management only in terms of the post-disaster actions taken by relief and reconstruction officials. But disaster management covers a much broader scope of both the pre disaster and post disaster activities.

(3) "Disaster management is a collective term encompassing all aspects of planning for and responding to disasters, including both pre and post disaster activities. It may refer to the management of both the risks and consequences of disaster."

(4) "Disaster management" can be defined as the range of activities designed to maintain control over disaster and emergency situations and to provide a framework for helping at-risk persons to avoid or recover from the impact of the disaster.

Disaster management deals with situations that occur prior to, during and after the disaster.

(5) Shri P.C.Sinha writes, "Disaster management is a body of policy and administrative decisions and operational activities and which pertain to the various stages of a disaster at all levels".

4. THE EFFECTS OF DISASTER :

The following are the effects of disaster :

- (1) It reduces the economic development of the nation which may in turn result into increase in poverty and unemployment.

2

- (2) It causes death of people as well as damages to property worth crores of rupees.
- (3) Disasters affect the social structure of the society.
- (4) It affects the routine life of people which remains disturbed for a very long time.
- (5) It destroys physical fixed and current assets on a large scale.
- (6) It creates political disturbance and even governments may change.
- (7) It reduces the progress of investment sector.
- (8) It affects the living standard of the people.
- (9) It affects the agricultural production as well as manufacturing activities.
- (10) It affects the public utility services like, telecommunication, electricity, etc.
- (11) It destroys the mental peace and harmony among the people. The psychological effects persist for years.
- (12) It involves the nation into loss of crores of rupees in rehabilitation and reconstruction.
- (13) Many people lose their relatives and near and dear ones, thus the whole family life is adversely affected.
- (14) It causes loss of cattle population due to which shortage of milk and milk products arise.

5. CAUSES OF DISASTER :

Factors that contribute to the natural and man made disasters are as follows :

(1) **Poverty** : Mostly the poor people of the society are the victims of the disaster. The upper class people even though they are affected are able to recover very soon. It is the poor who suffer losses. They suffer because they live in slum areas, where there is dirt, garbage and unhygienic living conditions. They have no savings or property to fall back upon during epidemics.

(2) **Rapid Urbanisation** : The concept of disaster should be broadened because the industrialisation and urbanisation have their side effects, for example, factory explosions, fires, mining tragedies and various transport accidents, shortage of dwelling houses.

(3) **Environmental Degradation** : The unplanned development results into environmental degradation. Environmental degradation means permanent damage to environment. It results due to poor land use, deforestation, over cultivation and over-grazing render the land more prone to floods and landslides. These also result into pollution of land, sea and air. It affects the ecological balance in the environment.

(4) **Population Growth** : One of the factors responsible for disaster is very rapid increase in population. As more people are to be accommodated, the greenery has to be destroyed at the cost of environmental balance. The multistoried buildings have taken up the place of trees.

(5) **War and Civil Strife** : War and civil strife lead the mankind to disasters. For example, the attack on World Trade Centre in USA has destroyed number of lives, business, economy and social structure. War and civil strife are responsible for the loss of human lives and other damages.

(6) **Lack of Public Awareness and Information** : The people are not aware of the measures that should be taken during any kind of disasters. They do not have knowledge as to how to face the disasters like earthquake, floods, fire, accidents, etc. Sometimes, they do not have any information about imminent disasters like floods, cyclones etc.

6. ELEMENTS OF DISASTER MANAGEMENT :

A disaster management deals with five distinct sets of activities in order to affect successfully the course of events related to disasters. The five elements are risk management, loss management, control of events, resource management and impact reduction.

(1) **Risk Management** : Risk management consists of (i) indentifying disaster likely to occur (ii) determining their probability of occurrence (iii) estimating the impact that might occur to the community, (iv) determining measures that can reduce the risk (v) and taking action to reduce the threat. Risk management is accomplished by lessening the effects of the natural hazards or by taking actions in normal development projects that can reduce the risks. For example, if flood is determined to be a major risk, the risk can be reduced by physical measures such as building of dams, flood control embankments, etc.

(2) **Loss Management** : Losses in a disaster include human, structural and economic losses. Loss management is concerned with each of these through both pre and post-disaster actions which are designed to keep losses to a minimum level. The most effective loss management activities occur prior to the disaster.

(3) **Control of Events** : The critical element of disaster management is the control of the events during and after the emergency. It is important that disaster management should control the situation rather than responding to it. Having accurate information and its assessment can do this. Once disaster has commenced, there is need to have reliable data upon which to base the priorities and to guide the steps to be taken.

(4) **Resource Management** : For reducing and controlling the impact of disaster, it is necessary to have adequate resources. Hence, resource management is an important element of disaster management.

(5) **Impact Reduction** : Disasters can have adverse effects which are far beyond the immediate human, physical or economic losses. In a very real sense, disasters represent a loss of opportunity, not only individuals, but also to entire societies. They can also be a serious setback to the country's entire development programme. For a nation struck by a disaster, this means managing the disaster in such a way that recovery is accomplished quickly and that the recovery efforts contribute to the overall development needs of the country and all its citizens.

7. CHARACTERISTICS OF DISASTER MANAGEMENT :

Following are the main features of disaster management :

- (1) It is related to the future, as advance planning has to be made for meeting disaster that may arise in future.
- (2) Human efforts are important in disaster management.
- (3) Time is an important element in disaster management. If timely decisions are taken, it can reduce the loss to the minimum. In case of disasters like Tsunami or sudden fire, help has to be sent within hours, even within minutes of happening the event. Delay would enhance damage to life and property.
- (4) The services to be provided in disaster are of emergency nature.
- (5) Planning and policy making are very important elements of disaster management.
- (6) It requires skilled and trained personnel to save life and property.
- (7) The disaster management depends upon type of disaster, its seriousness, time and place of disaster etc.
- (8) It is an expensive, complicated and difficult activity requiring great patience.
- (9) Co-ordination of efforts is the essence of disaster management.

8. THE OBJECTIVES OF DISASTER MANAGEMENT :

The following are the objectives of disaster management :

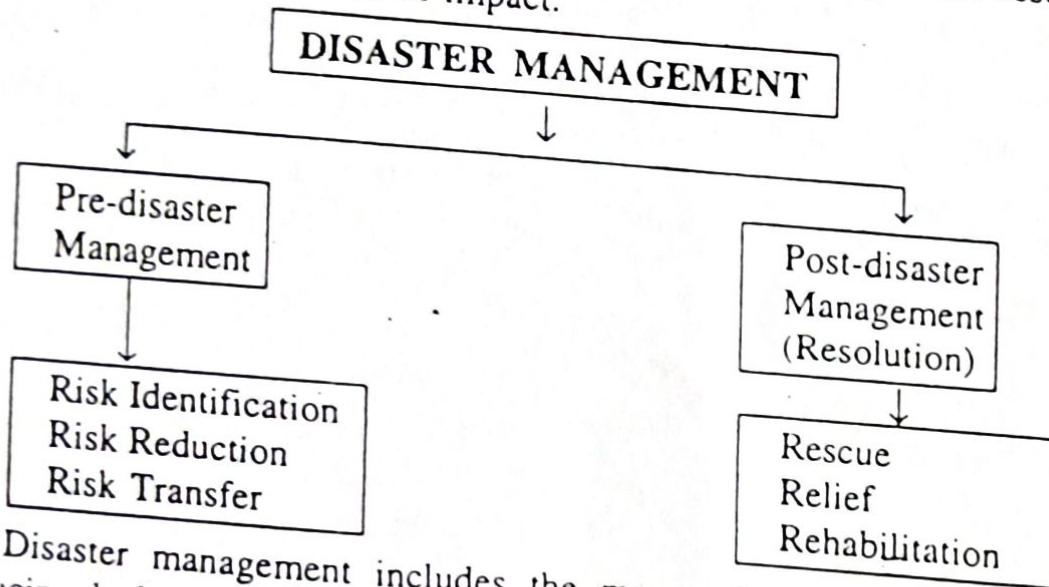
- To reduce and avoid the human, physical and economic losses suffered by individuals, by the society, and by the country at large.
- To reduce personal suffering.
- For speedy recovery
- To provide protection to victims or persons whose lives or property are lost.

9. NATURE OF DISASTER MANAGEMENT :

The disaster management activities may be grouped into two categories :

(1) **Pre-disaster Management** : Pre-disaster plan essentially requires estimation of risk and vulnerability to damage. This enables a planner to have a complete understanding of the economic, financial and social impacts of a disaster. Pre-disaster planning can have a significant impact on minimising the effect of tragedy and sufferings, and may result in more efficient and coordinated response in saving lives and properties.

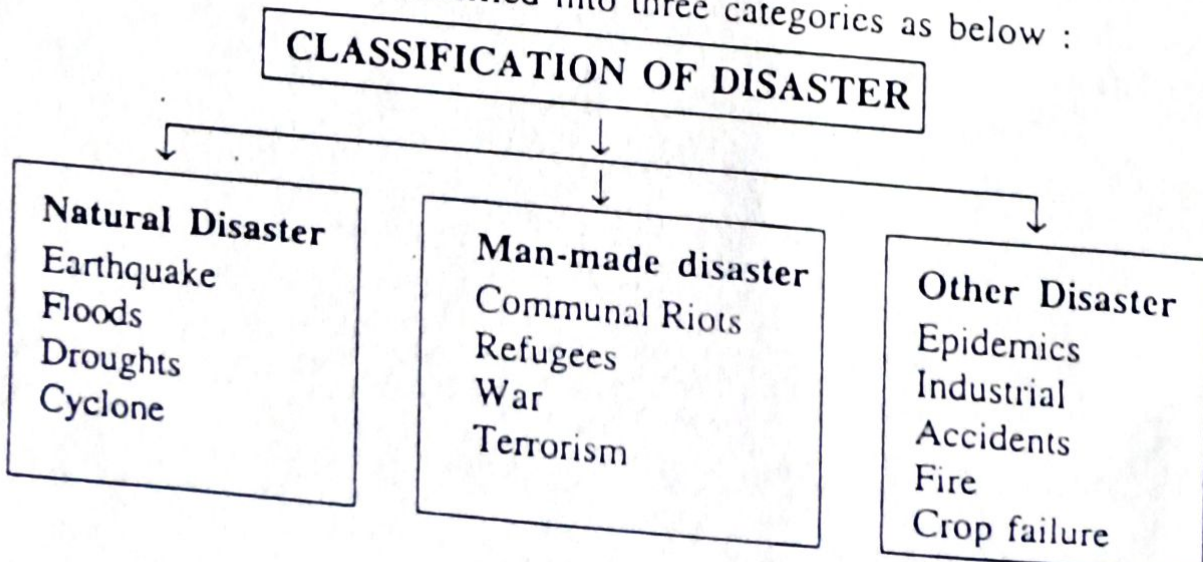
(2) **Post-disaster Management** : Post-disaster management essentially begins with the assessment of impact.



Disaster management includes the managerial functions. It aims at reducing the loss of lives and property by taking necessary timely actions. Any delay in the action may increase the loss of lives and property. Disaster management requires proper thinking, planning and implementation. Disaster management itself is a challenge.

10. CLASSIFICATION OF DISASTER :

Disaster can be classified into three categories as below :



earthquakes and volcanic eruptions. It may even block roads, lines of communication or waterways and it may reduce the property values and even lead to destruction of buildings. Sometimes due to avalanche the whole village may be destroyed. Indirect effect may include the loss productivity of agricultural or forest lands. The following pre and post disaster steps should be taken.

- To know about the past landslides from the records and to identify the landslide prone areas.
- Continuously monitor, warn and evaluate the system.
- To transfer the people from high-risk areas.
- Develop plans for managing such disaster and form the centre from where the entire relief work may be controlled.

(B) MAN-MADE DISASTERS :

Man-made disasters occur as a result of deliberate or accidental action by a member of society. There are many types of man-made disasters like communal riots, war and refugee problem. The detail explanation is given below.

10.6 COMMUNAL RIOTS :

India is a democratic and secular country where people of different religions live. Definitely each religion has its own ideology and this results into different opinions, which lead to incidents like communal riots. Indian people have faced many communal riots, before and after independence. During the demolition of Babri Masjid there were communal riots of many places in India, when many people lost their lives. In the state of Gujarat there were severe communal riots during the Godhra accident in the year 2002. The need of the hour is to eliminate the discrimination of caste and religion and this is possible by the effort of the human beings. The following steps should be taken during pre and post phase.

- (1) For maintaining peace and harmony in the society it is necessary to develop respect for other religions. This can be done by religious and social leaders.
- (2) Programmes should be organised for developing the feeling of brotherhood and a sense of belonging.
- (3) The authorities should have a check on antisocial elements in order to see that no riots are motivated. Particularly during religious processions this should be done.
- (4) Arrangement should be made for equipments in order to control the riots beforehand.
- (5) Spread of rumours should be prevented by strict government action.

- (6) The intelligence branch of government should gather information about any such move and inform police organisations.
- (7) Peace committees consisting of religious leaders, senior citizens having influence over a section of society should be formed.
- (8) The injured people should be shifted to hospitals promptly.
- (9) To extinguish fire, proper fire fighting arrangements should be made.
- (10) To reinforce police force with the help of Central government.

10.7 REFUGEES

Refugees means people migrated from other regions of the world in order to save themselves from threats. Almost each country is accommodating such refugees. India itself is facing many refugees from the neighbouring countries like Pakistan, Bangladesh, Sri Lanka and Nepal. In 1947, lacs and lacs of people had come to India as refugees from Pakistan due to partition.

Refugees entering our country create problems because India is over populated and as more people migrate to India the problem of poverty, illiteracy, and scarcity of resources like water, electricity, employment opportunities, housing facilities, etc. increases. Talking about India, there is no balanced regional development. In Gujarat many people have shifted from other states due to high industrialisation in Southern Gujarat. This has given rise to many slum areas in Gujarat any calamities affect larger number of people. In order to control the refugees from the neighbouring countries security should be strong so that no anti social elements can enter the country. There should be strict checking for the people entering the country officially. This will help to reduce riots, terrorist's attacks, etc.

Following steps are necessary to stop foreigners entering India as refugees :

- (1) In 1947, India had to accept lacs of refugees who were mostly Hindus who were driven away from newly formed Islamic Country called Pakistan.

The government had to arrange for their resettlement at various places, provide means of livelihood for few months of settlement and take such other humanitarian steps.

- (2) In regular course, identity cards should be issued to residents of border areas.
- (3) Proper checking by BSF should be undertaken and infiltration should be stopped.
- (4) Many refugees like Bangaladeshis in Assam quarrel with local people and the quarrel may take serious law and order problems.

4

unplanned development, improper sanitation facilities, poverty, illiteracy, increase in slum areas, etc. Such kind of disaster may affect large number of people and cause death to many people. Gujarat has experienced many such disasters because of floods and earthquake. Efforts are made by the government to inform people about the importance of vaccines and this is done through advertisement where favourite celebrities are trying to convince the people to go for vaccination. An example is motivating people through advertisement in which Mr. Amitabh Bachhan is advising people to get their children blow 5 to get polio vaccine.

The following are the measures, which should be implemented :

- (1) To carry on detailed survey on the past events and have a record of it, which may form the base for planning in future.
- (2) People should be educated on the importance of vaccination and encourage them to use the vaccine.
- (3) Doctors should be appointed in epidemic areas in sufficient number.
- (4) In case of spread of diseases that needs more facilities, help can be taken from private hospitals also.
- (5) The government should make enough financial provision to meet the situation.
- (6) Through frequent advertisements in newspapers, radios, televisions, people should be advised to take certain precautions.
- (7) Enough provision should be made for vaccines, medicines, ambulances, diagnostic instruments etc.
- (8) Information centres and control rooms should be created at local and district levels.
- (9) For certain diseases which break down frequently research centres and fully equipped laboratories should be set up.
- (10) Voluntary organisations doing social work should be associated in this job.

11. DISASTERS AND ROLE OF UNITED NATIONS :

Some disasters like Tsunami of December 2004 are so destructive and severe that it is not possible for a single nation to cope up with it with its own man power, financial capacity etc. Hence, the affected countries like Sri Lanka, Indonesia etc. require help from international community. Of course, United Nations does good work in such situations, but it must motivate other nations to contribute their share and help affected countries. UNO has taken a step in this direction when it passed Resolution No. 46/182 in December, 1991 in its General Assembly.

It was stated in this resolution that every member nation should help disaster affected countries on the principle of humanity, neutrality and impartiality.

Thus it can be said in the context of this resolution that it has played a major role in motivating international community to render help to disaster - affected countries. It also implied that a fund should be created for possible assistance and consequently a revolving fund 25 million dollars was created. Finally, UNO declared 1990 decade as International Decade of "National Disaster Reduction".

EXERCISE

1. Give definition of 'Disaster'. State its causes and effects.
2. Explain the meaning of 'Disaster Management'. Describe its characteristics.
3. Prepare a list of natural disasters. What steps would you take to meet earthquake disaster and how would you manage it.
4. What is man-made disaster ? How would you cope up with communal Riots ?
5. What is Epidemic ? What steps should be taken to meet accidents and epidemics.
6. Write short notes on :
 - (1) Fire
 - (2) Industrial Accidents.
 - (3) Nuclear Disaster
 - (4) Terrorism.
7. "Natural disasters cannot be eliminated under any circumstances but its evil consequences can be minimised ?" Discuss the statement.
8. Divide disasters into three main categories and discuss any two of natural disaster.
9. Describe the three stages of relief measures to be taken in case of disasters like flood or earthquake.
10. Write short notes on :
 - (1) Steps to be taken after earthquake.
 - (2) Measures to minimise losses due to flood.
 - (3) Communal riots.
 - (4) Role of UNO in disasters
 - (5) Measures to meet the situation of fire.

■ આપત્તિ (દુર્ઘટના) સંચાલન

- (૧૧) આપત્તિ સંચાલનનો મુખ્ય હેતુ જ્ઞાન-માલની હાનિ લઘુત્તમ કરવાનો હોય છે.
- (૧૨) આપત્તિ સંચાલન બે તબક્કાની મહત્વની કામગીરીમાં વહેંચી શકાય છે : (i) પૂર્વ આપત્તિ સંચાલન અને (ii) પશ્ચાત્ આપત્તિ સંચાલન.
- (૧૩) દરેક આપત્તિ નવો બોધપાઠ નવા સ્વરૂપે આપે છે.
- (૧૪) આપત્તિ સંચાલનમાં બુદ્ધિશક્તિનું પણ મહત્વ ગણાય છે.
- (૧૫) આપત્તિ સંચાલનમાં અસરગ્રસ્તોનો સહકાર અને બાલ્ય સહાયકોની મદદ કે સહકારની અત્યંત આવશ્યકતા રહે છે.
- (૧૬) આપત્તિ સંચાલન કામગીરીમાં નવીનતા, સંશોધન, વિકાસ, ટેકનોલોજી વધુ ઉપયોગી થઈ શકે છે.
- (૧૭) પશ્ચાત્ આપત્તિ સંચાલનની કામગીરીના ત્રણ તબક્કાઓ નીચે મુજબ છે :
- પહેલો તબક્કો : બચાવ અને રાહત પ્રક્રિયા (પુનઃ સ્થાપન - Restoration)
- બીજો તબક્કો : પુનરુત્થાન (Rehabilitation)
- ત્રીજો તબક્કો : પુનરચના (Reconstruction).

પહેલા તબક્કામાં જીવિત વ્યક્તિઓની શોધ, ધવાયેલાઓને હોસ્પિટલમાં લઈ જવા, કટોકટી સ્થિતિ અને ધવાયેલા માટે આપત્તિ વિસ્તારની નજીકમાં તબીબો બાંધીને હોસ્પિટલના વોર્ડ તૈયાર કરવા. રાહત રૂપે ખોરાક, કપડાં, દવા અને આશ્રયની વ્યવસ્થા કરવી.

બીજા તબક્કામાં પુનઃઉત્થાન પ્રક્રિયા શરૂ કરવી, જેવી કે સામાન્ય જીવન કરી પબકતું થાય તેવાં પુનઃ સ્થિતિનાં કાર્યો આરંભવાં, જેવાં કે વીજળી પુરવઠો, પાણી, દવા-ઔષધ, વાહન વ્યવહાર અને સંદેશ વ્યવસ્થાની સગવડો પૂરી પાડવી.

ત્રીજા તબક્કામાં પુનરચનાનું કાર્ય આરંભવામાં આવે છે. આ લાંબા ગાળાની યોજના છે. આ માટે સરકાર પાસેથી બજેટ આધારિત જોગવાઈ તેમ જ નાણાકીય સ્રોતો તપાસી અન્ય રકમ મેળવવી પડશે. જરૂર પડ્યે આંતર-રાષ્ટ્રીય સ્તરે પણ નાણાકીય જોગવાઈ માટે યોજના પડી શકાય. આ તબક્કાની કામગીરીમાં નવાં ધરો, નવી હોસ્પિટલો અને નવી શાળાઓનું બાંધકામ કરવું અને રસ્તાઓ અને પુલો બનાવવા.

(૧૮) કેટલીક નિમજૂકો કે દકનરો આપત્તિ - સંચાલન બાબતે કરવી જરૂરી છે :

આપત્તિ-ઓથોરિટી - લાંબા ગાળાનું આયોજન કરવા.

આપત્તિ કડ-સચાલક - નાણાકીય ભંડોળની વ્યવસ્થા કરવા.

આપત્તિ જામરૂકતા વિભાગ - લોકોમાં આપત્તિ અંગેની જામરૂકતા લાવવા

આપત્તિ સંચાલન શિક્ષણ અને તાલીમ.

૬. આપત્તિ સંચાલનનાં તત્ત્વો (Elements of Disaster Management) :

આપત્તિ સંચાલનમાં પાંચ પ્રકારની પ્રવૃત્તિઓના સમૂહનો સમાવેશ થાય છે. જે આપત્તિ કે દુર્ઘટના સાથે સંકળાયેલ બનાવોના સંદર્ભમાં લેવામાં આવે છે. આવા પાંચ તત્ત્વો છે : જોખમ સંચાલન, નુકસાન સંચાલન, ઘટના પર અંકુશ, સાધન સંચાલન અને અસરમાં ઘટાડો.

આપત્તિ (દુર્ઘટના) સંચાલન ■

(૧) જોખમ સંચાલન (Risk Management) : જોખમ સંચાલન એટલે એવી પ્રવૃત્તિઓ જેમાં આવી શકે એવી આપત્તિને ઓળખવી, તે બનવાની સંભવિતતા કેટલી છે તે નક્કી કરવું, તેની કેટલી અસર જુદા જુદા વર્ગ પર થઈ શકે તેનો અંદાજ મૂકવો, ક્યાં પગલાં લેવાથી જોખમ ઘટાડી શકાય તે નક્કી કરવું અને તેની અનિષ્ટ અસર ઓછી કરવા પગલાં લેવાં. દા. ત., રેલ વારંવાર આવતી હોય તો તેને માટે ભય બાંધીને કે પૂર નિયંત્રણનાં પગલાં લેવામાં આવે.

(૨) નુકસાન સંચાલન (Loss Management) : કોઈ પણ દુર્ઘટના કે આપત્તિ સમયે માનવી, મિલકત તથા ઘોર-ઘાંડરને પુષ્કળ નુકસાન થતું હોય છે. ઉધોગ પધાઓને મોટું અર્થિક નુકસાન થતું હોય છે. નુકસાન સંચાલન આ બધા નુકસાનને લઘુત્તમ સપાટીએ રાખવા આપત્તિ પૂર્વેનાં અને આપત્તિ પછીનાં પગલાં લેવા સાથે સંબંધ ધરાવે છે. નુકસાન ઘટાડવા માટેનાં અસરકારક પગલાં લેવાં હોય તો તે આપત્તિ પહેલાં લેવા જરૂરી છે. જો કે અણપારી આપત્તિ જેવી કે ભૂકંપ અથવા કારખાનામાં લાગેલ મોટી આગ વગેરે પ્રસંગે તેમ કરવું શક્ય નથી.

(૩) ઘટના પર અંકુશ (Control of Events) : આપત્તિ આવ્યા પછી જે ઘટનાઓ નુકસાન વધારી શકે તેના પર અંકુશ રાખવાથી ધનુ નુકસાન અટકાવી શકાય છે. આ માટે ચોક્કસ આંકડા અને માહિતી ભેગી કરવી પડે અને ચોક્કસ પરિસ્થિતિનો અંદાજ કાઢવો પડે. એક વાર આપત્તિ શરૂ થઈ જાય પછી તેને લગતી ચોક્કસ માહિતી મેળવવામાં આવે તો પ્રવૃત્તિઓનો અસરકારક નક્કી થઈ શકે.

(૪) સાધન સંચાલન (Resource Management) : દુર્ઘટનાને અંકુશમાં લેવા માટે પર્ણા સાધન સંપત્તિની જરૂર પડે છે. પૂરતા પ્રમાણમાં નાણાકીય સાધનો, યાંત્રિક સાધનો અને માનવ સાધનોની જરૂર પડે છે. જો આપત્તિનો અસરકારક સામનો કરવો હોય તો આ બધાનું યોગ્ય સંચાલન થવું જોઈએ.

(૫) અસરો ઘટાડવી (Impact Reduction) : આપત્તિઓ માનવી, મિલકત, નાણાં અને પશુસંપત્તિના નુકસાનમાં પરિણમે છે. તે માનવીને વ્યક્તિગત રીતે જ નહિ પરંતુ સમાજને પણ અપંગ બનાવી દે છે. કેટલીક દુર્ઘટનાઓ સમગ્ર દેશના વિકાસ કાર્યક્રમને ઘંટાવી દે છે અથવા પીમાં પાડી દે છે. દા. ત., પડોશી દેશ સાથેનું યુદ્ધ. આ માટે વિદેશથી પણ સહાય માગવી પડે છે અને તેના દ્વારા જેમ બને તેમ જલદી પુનઃ સ્થાપન થાય અને જીવન પબકતું થાય તે માટે પ્રયત્નો આદરવા જરૂરી છે.

૭. આપત્તિનું વર્ગીકરણ :

આપત્તિને વિસ્તૃત રીતે જોતાં મુખ્ય ત્રણ વિભાગોમાં વહેંચી શકાય, જેને નીચેની રેખા આકૃતિ દ્વારા દર્શાવી શકાય :

1

૮.	આપત્તિ કે દુર્ઘટનાનાં કારણો :
----	-------------------------------

આપત્તિના ઘણાં બધાં કારણો હોઈ શકે છે : જેવાં કે ગરીબાઈ, વસ્તીવધારો, શહેરીકરણ, ઝાલકોની અભિરુચિમાં ફેરફાર, પ્રદૂષણ, માહિતીની કમી, પુદ્ગ અને આતંકવાદ, જંગલોનો નાશ, કોમી રમખાણો વગેરે.

ફરીથી આપત્તિની વ્યાખ્યા પર નજર ફેરવો : "આપત્તિ એટલે કોઈક એવી ઘટના જે ખૂબ ધીકા કે દુઃખ દેનારી, લોકોના જાનનું જોખમ કરનારી અને ઘણા લોકોને ઈજા કરનારી. ઉપરાંત તેમને ધન-દોલત અને માલ-મિલકતથી પણ ખુવાર કરનારી હોય છે." આ અર્થમાં જ નીચેનાં કારણો આપત્તિ માટે મહત્વનાં ગણાય છે :

(૧) ગરીબાઈ : આપત્તિનું ખૂબ જ મહત્વનું કારણ ગરીબાઈ છે. સંશોધન દ્વારા એવું અનુમાન તારવવામાં આવ્યું છે કે શ્રીમંતો આપત્તિના ભોગ જવલ્લં જ બને છે અને જો કદાચ થયાં હોય તો પણ તેઓ પોતાની પુનઃસ્થિતિ ખૂબ જ ઝડપથી અને સરળતાથી પ્રાપ્ત કરી લે છે. જ્યારે ગરીબોની ખુવારીની સંખ્યા તેમ જ તેમનાં વસવાટ કે ધનની ખુવારી ખૂબ જ વિશાળ કદની હોય છે. આ માટેનું કારણ એ છે કે ગરીબોનો વસવાટ ગંદા વિસ્તારમાં કે પછાત-વિસ્તારમાં હોય છે, જે વિસ્તાર વારંવાર રોગચાળો, રેલ, વંટોળિયો અને અતિવૃષ્ટિનો ભોગ બનતો હોય છે. વળી, તેઓ જોખમી કામો અને કોલસાની ખાણોમાં કામ કરનારા હોય છે. તેમની ગરીબાઈના કારણે, તેઓને આપત્તિની ધીકા લાંબી મુદત સુધી ભોગવવાનો વારો આવે છે.

(૨) વસ્તીવધારો : વસ્તી વધારાનો દર વધુ હોવાના કારણે વસ્તીની ગીચતા પણ વધે છે અને વસ્તીની ગીચતા વધવાના કારણે ઘણા બધા લોકો આપત્તિની ઘટનાનો ભોગ બને છે, તેથી માનવ ખુવારી વધે છે.

(૩) શહેરીકરણ : શહેરીકરણ ઘણી સમસ્યાઓ અને સંઘર્ષો ઉપસ્થિત કર્યા છે, જેમ કે વસવાટ માટેનાં ઘરોની તંગી, પાણી, ગટર યોજના વગેરે આરોગ્ય વિષયક અને સંઘર્ષો માટેના ઘણા પ્રશ્નો ઊભા કર્યા છે.

(૪) અભિરુચિમાં ફેરફાર : અભિરુચિમાં ફેરફારના કારણે એક નવી જ પ્રણાલી-બહુમાળી મકાનોની - ઉદ્ભવે છે, જે ભૂકંપ વખતે મોટી ખુવારી સર્જે છે.

(૫) પ્રદૂષણ : પ્રદૂષણના કારણે પણ ઘણા રોગો ફેલાય છે તેમ જ કેટલીક આપત્તિઓમાં તે કારણરૂપ બને છે.

(૬) માહિતીની કમી : કેટલીક આપત્તિઓમાં માહિતી દ્વારા લોકોને આવનાર સંકટ અંગેની જાણ સમયસર ન થાય તો પણ મોટી આપત્તિ સર્જાય છે. દા. ત., રેલ સંકટ કે વાવાઝોડું વગેરે.

(૭) અન્ય : આ ઉપરાંત અન્ય કારણો પણ હોય છે; જેમ કે : પુદ્ગ, આતંકવાદ, જંગલોનો નાશ, કોમી-રમખાણો, હુલ્લો, હડતાળો, દુષ્કાળ, પાકનો નાશ, બંધની કમજોરી, આરક્ષક દીવાલોનું નુકસાન, ભેગસેળવાળો ખોરાક, ગંદુ પાણી, ગંદી આદતો કે ટેવો વગેરે.

૯.	આપત્તિની અસરો :
----	-----------------

આપત્તિની મુખ્ય અસરો નીચે મુજબ થઈ શકે :

(૧) આર્થિક વિકાસની પ્રક્રિયા માટે મોટો ખતરો ઊભો કરે છે.

(૨) તેનાથી મોટા પ્રમાણમાં માનવ ખુવારી થાય છે.

(૩) તે ભૌતિક સ્થાયી અને અસ્થાયી અસ્કચામતોને નુકસાન કરે છે.

(૪) કેટલીક વખત તે રાજકીય ઊથલ-પાથલ સર્જે છે.

(૫) નાણાં રોકાણ પ્રક્રિયાને તે ખૂબ અનિષ્ટપણે અસર કરે છે.

(૬) લોકોનું દૈનિક જીવન ખોરવાઈ જાય છે.

(૭) કેટલાંક સંજોગોમાં આવશ્યક જીવન જરૂરિયાતોનો પુરવઠો કપાય જાય છે અને લોકોની મુસીબતોમાં વધારો કરે છે.

- (૮) મોટી સંખ્યામાં ઢોર-ઢાંખરોના મોત થાય છે.
- (૯) રેલ-સંકટ કે વાવાઝોડા જેવી આપત્તિમાં પાકને ભારે નુકસાન થાય છે. દા. ત., ૨૦૦૪ ઓગસ્ટની ગુજરાતની રેલ.
- (૧૦) આપત્તિ પછીનાં ઘણાં વર્ષો સુધી લોકોના માનસ પર તેની ભયંકરતાની છાપ કે ભય ઉપજેલો રહે છે. દા. ત., ધરતીકંપમાં પોતાની નજર સામે સ્વજનોનું મૃત્યુ આવી પરિસ્થિતિ સર્જે છે.
- (૧૧) તેનાથી રાષ્ટ્રને આર્થિક નુકસાન સહન કરવું પડે છે. રાહત અને પુનર્વસન કાર્યમાં કરોડો રૂપિયા ખર્ચવા પડે છે.
- (૧૨) ઘણાં લોકો પોતાના જીવન નિર્વાહ અને જીવન વ્યવહારનાં સાધનો ગુમાવે છે.
- (૧૩) ઘણા માણસો પોતાના નજીકનાં સગાંઓને ગુમાવે છે.
- (૧૪) ઘણી વાર તેનાથી કેટલાક લોકો પોતાની માનસિક સમતુલા પણ ગુમાવી દે છે.
- (૧૫) કેટલીક વાર સામાજિક ક્ષેત્રે કાયમી ભયનું વાતાવરણ ઊભું કરી દે છે.

૧૦. કેટલીક દુદરતી આપત્તિઓ અને આપત્તિ-સંચાલન :

દુદરતી પ્રકારની આપત્તિઓ પૈકી કેટલીક આપત્તિઓના સંચાલન બાબતે ટૂંકમાં ચર્ચા કરીએ :

૧૦.૧ ધરતીકંપ કે ભૂકંપ :

દુદરતી આપત્તિઓમાં સૌથી વધુ વિનાશકારી આપત્તિ એ ધરતીકંપની છે. હાયર સ્કેલના ધરતીકંપથી અસરગ્રસ્ત વિસ્તારમાં ભયંકર તબાહી મચી શકે છે. ભારતના ૨૮ રાજ્યો પૈકીના ૨૪ રાજ્યો તો ભૂકંપ-ગ્રસ્ત વિસ્તારમાં આવેલ છે. અર્થાત્ ભારતનો લગભગ ૮૦% વિસ્તાર ધરતીકંપના સંભવિત ક્ષેત્રમાં આવેલો છે. ભારતમાં અત્યાર સુધીમાં ઘણાં ભૂકંપો થયાં છે. ૧૯૭૦થી ૧૯૯૦ની વચ્ચે દુનિયામાં થયેલા દશ વિનાશક ધરતીકંપોમાંથી ૯ ભૂકંપ તો વિકસતા રાષ્ટ્રોમાં થયાં હતાં. ભારત પણ વિકસતો દેશ છે. ભારતમાં પણ વિનાશક ભૂકંપો થયાં છે જે પૈકીના લાતુર (મહારાષ્ટ્ર) અને કચ્છ (ગુજરાત)ના ધરતીકંપો અતિ વિનાશક રહ્યાં છે. લાતુરમાં ૨૦,૦૦૦ લોકોએ અને કચ્છમાં ૧૮,૦૦૦ લોકોએ આ ધરતીકંપના કારણે પોતાના જાન ગુમાવ્યા છે.

ધરતીકંપ માટેનું આપત્તિ સંચાલન :

ધરતીકંપ જેવી ખુવારીને માનવ શક્તિ દૂર કરવા અસમર્થ છે, પરંતુ તેની વિનાશકતાથી થતા નુકસાનને આપત્તિ સંચાલન દ્વારા ઘટાડી શકાય અને કરીથી પુનઃસ્થાપન, પુનરુત્થાન અને પુનઃ નવરચના કરીને પૂર્વવત્ સ્થિતિ સ્થાપિત કરી શકાય. ધરતીકંપથી આવી પડતી આપત્તિ માટે બે પ્રકારનાં પગલાં આવશ્યક છે :

(૧) પૂર્વ-આપત્તિ યોજના (Pre-disaster plan) :

આ માટે -

- (i) સિસ્મીક રિસ્ક એસેસમેન્ટ તથા સિસ્મીક ઝોનનું સતત મેપિંગ. એટલે કે ધરતીકંપ ક્યાં ક્યાં થઈ શકે છે અને તેનાથી કેટલું નુકસાન થઈ શકે છે તેનો અંદાજ કાઢતાં રહેવું.
- (ii) જે-જે વિસ્તારમાં ધરતીકંપની શક્યતા હોય ત્યાં સતત ધરતીના પેટાળના ફેરફારો પર દેખરેખ રાખવી.
- (iii) મકાન બાંધકામ માટે ધરતીકંપ સામે ટકી શકે એવાં મકાનોનું જ બાંધકામ કરવા દેવું.
- (iv) ધરતીકંપના નુકસાન સામે વીમો લેવા. લોકોને પ્રેરવા.
- (v) ધરતીકંપ અંગેની સલામતીની સતત સૂચનાઓની જાહેરાત કરીને પ્રજાજનોને સાવધ કરવા.

૧૧. કેટલીક માનવસર્જિત આપત્તિઓ અને તે અંગે આપત્તિ સંચાલન :

કુદરતી આપત્તિઓની જેમ ક્યારેક માનવસર્જિત આપત્તિઓ પણ મોટી દુર્ઘટનાઓ બની શકે છે. આ માનવસર્જિત આપત્તિઓને પણ આપત્તિ-સંચાલન હેઠળ સમાવી લેવી જોઈએ. ભારતમાં માનવસર્જિત આપત્તિઓમાં મુખ્યત્વે બે પ્રકારનો સમાવેશ લેવાય છે : (i) કોમી રમખાણો અને (ii) પાણેશી દેશમાંથી આવતા નિર્વાસિતોનો પ્રશ્ન. ક્યારેક તો રોગો, આગજનીઓ, અકસ્માતો, ત્રાસવાદ વગેરેને પણ માનવસર્જિત આપત્તિમાં સમાવાય છે. પરંતુ તેને આપણે આપત્તિના ત્રીજું જૂથ (અન્ય આપત્તિઓમાં) ચર્ચાના હેતુસર સમાવિષ્ટ કરીશું.

૧૧.૧ કોમી રમખાણો (Communal riots) :

ભારત બિનસાંપ્રદાયિક દેશ છે. લગભગ તમામ ધર્મના અનુયાયીઓ ભારતમાં વસવાટ કરે છે. આ અનુયાયીઓ પોતાનો ધર્મ પાળે છે, પ્રચાર કરે છે અને ધાર્મિક તહેવારો અને કાર્યક્રમોની ઉજવણી પણ કરે છે. તેઓ ધાર્મિક સ્થળો, મેળાઓ અને સંમેલનો પણ યોજે છે. અહીં મોટાભાગની પ્રજા હિંદુ ધર્મ પાળે છે.

આવા વિવિધ ધર્મોના લોકો વચ્ચે ક્યારેક નાનો ટકરાવ પણ થાય છે, જે કેટલીક વખત મોટી ઉમ્મતા ધારણ કરી લે છે અને તેનો ફેલાવો ગામડાં, શહેરો કે અન્ય સ્થળોએ પણ તેની અસર થાય છે. કેટલીક વખત તે રાજ્ય કક્ષા સુધી ઉમ્મ સ્વરૂપ ધારણ કરી લે છે. જેમાં નિર્દોષ નાગરિકોના જાન પણ લેવાઈ જાય છે. ગોધરા ટ્રેન હત્યાકાંડ અને ત્યાર પછી ગુજરાતમાં થયેલા કોમી તોફાનો આ પ્રકારના છે.

અહીં મોટું જૂથ પરાવતાં જૂથો વચ્ચે જ્યારે ઉમ્મતા જણાય છે ત્યારે તેને કોમી રમખાણો કહેવાય, ભારતમાં ત્રણ મોટા જૂથો હિન્દુ, મુસ્લિમ અને ખ્રિસ્તીઓ ગણાય છે. કોમી રમખાણો જે થયાં છે તેમાં મોટાભાગના હિન્દુ-મુસ્લિમ વચ્ચેના કોમી રમખાણો જ મુખ્ય રહ્યા છે.

મોટા ભાગના કોમી રમખાણોમાં કોઈને કોઈ રીતે નાનાં મોટાં કારણો જવાબદાર હોય છે. આ કારણો તરીકે રાજકીય હિતો, ધાર્મિક હિતો, અકવાઓ, વર્તમાનપત્રોમાં લખાણો તથા ટેલિવિઝનની સમાચાર ચેનલોની ઉશ્કેરણી ઉલ્લેખનીય છે. પરંતુ સહનશક્તિનો અભાવ, દેશ માટે ગૌરવનો અભાવ અને ભાઈચારાની ભાવનાનો અભાવને જ મૂળ કારણ ગણી શકાય.

આવા કોમી રમખાણોને આપત્તિ-સંચાલનની દૃષ્ટિકોણથી નિહાળીએ તો નીચે મુજબનું આયોજન હોવું આવશ્યક છે :

- (૧) પોલિસ અને અન્ય સુરક્ષાદળોની પાસે આવા રમખાણોને નિયંત્રણમાં લેવા પૂરતાં સાધનોની વ્યવસ્થા હોવી જોઈએ.
- (૨) અકવાને ફેલાતી અટકાવવી જોઈએ.
- (૩) કોઈ પણ ખાસ તહેવારો અને પ્રસંગોએ અસામાજિક તત્ત્વોની પરપકડ કરી લેવી જોઈએ.
- (૪) સરકારની ઈન્ટેલિજન્સ બ્રાંચે રમખાણો અંગની માહિતી મેળવીને પોલિસ તંત્રને કાયદો - વ્યવસ્થા જાળવવા જાણ કરવી જોઈએ કે જેથી કરીને મોટા રમખાણો થતાં અટકી જશે.
- (૫) સાંપ્રદાયિક બાબતોને ધ્યાનમાં રાખી થતાં ચૂંટણી પ્રચારો અટકાવવા જોઈએ.
- (૬) વરિષ્ઠ નાગરિકો અને સ્વૈચ્છિક સંસ્થાઓના વડાઓ કે કાર્યકરોની મદદ લેવી જોઈએ.
- (૭) કેટલાંક ખાસ તહેવારો, પ્રસંગોએ કે ઉજવણીએ કાયદો - વ્યવસ્થા જાળવણીનો આગ્રહ રાખવો જોઈએ.
- (૮) શાંતિ સંગઠનો ઊભા કરવા જોઈએ.

કોમી રમખાણો શરૂ થયા પછી તથા તે શાંત પડી ગયા પછી પણ કેટલાંક પગલાં જરૂરી છે. દા.ત., અસરગ્રસ્તોને સલામત સ્થળે પહોંચાડવા, આગ હોલવવા કાયર ફાઈટરોની વ્યવસ્થા કરવી. કેન્દ્ર સરકાર પાસેથી વધુ પોલિસ કુમક મંગાવવી, રમખાણો બીજે ફેલાય નહિ તે માટે

વ્યવસ્થા ગોઠવવી, મૃત્યુ પામેલ કે ઈજા પામેલને દાક્તરી સારવાર તથા નાણાકીય વળતર આપવાની વ્યવસ્થા કરવી વગેરે મુખ્ય છે.

૧૧.૨ નિર્વાસિતો (Refugees) :

ભારત અને તેના પાડોશી દેશોમાં રેફ્યુજી (નિર્વાસિતો)નો પ્રશ્ન આપત્તિ સંચાલનના ભાગરૂપે ગણી શકાય, કારણ કે નિર્વાસિતોનો સતત પ્રવાહ સ્થાનિક વિસ્તારોમાં કેટલીક સમસ્યા ઊભી કરે છે. આવો પ્રશ્ન ભારત - પાકિસ્તાનના ભાગલા સમયે તીવ્ર રીતે હિંસક બન્યો હતો. વળી કેટલીક વખત પોતાના પ્રાંત કે દેશમાં શાંતિ, ધર્મ, રાષ્ટ્રીયતા કે વિવિધ સામાજિક જૂથોનાં બહિષ્કાર થવાને પ્રશ્ને પોતાને અસલામત ગણતા નાગરિકો જ્યાં પોતાની સલામતી જળવાય તેવો વિશ્વાસ ધરાવતાં રાષ્ટ્રોમાં કાયદેસર કે ગેરકાયદેસર પ્રવેશ કરતાં હોય છે તેને નિર્વાસિતો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. દા.ત., બાંગ્લાદેશમાંથી આવતાં કરોડો નિર્વાસિતોના ધાડાં રેફ્યુજીની વ્યાખ્યા સતત બદલાતી રહે છે.

ભારતમાં બે પ્રકારના નિર્વાસિતો જોવા મળે છે :

(i) સ્થાનિક નિર્વાસિતો અને (ii) આંતરરાષ્ટ્રીય નિર્વાસિતો.

ભારતની વધતી જતી વસ્તી ઉપરાંત આવા નિર્વાસિતોના વસવાટને લીધે સમસ્યા વધુ ઘેરી બની શકે છે. આંતરરાષ્ટ્રીય નિર્વાસિતો તરીકે ભારતમાં આવેલા મુખ્યત્વે ભૂતાન, અફઘાનિસ્તાન, માલદિવ, પાકિસ્તાન, તિબેટ, નેપાળ, બાંગ્લાદેશ, શ્રીલંકા, મ્યાનમારમાંથી આવેલા છે. તેમની વિદેશી ગણીને ધરપકડ કરવામાં આવે છે. પણ તેમનો વસવાટ, ધંધા-નોકરી, વસવાટ વગેરેના પ્રશ્નો ઊભા થાય છે. વળી આવો જ પ્રશ્ન આંતરરાજ્યો વચ્ચેનો પણ છે. ખેતીવાડી, ધંધા-રોજગારમાં ભંગાણ અને શિક્ષણના વધુ પ્રમાણથી ગ્રામીણ પ્રજાની દોડ શહેરો તરફ વધી છે. આના કારણે ઝૂંપડપટ્ટી, ગીચતા, મોંઘવારી, બેકારી, અસામાજિક પ્રવૃત્તિઓ, શિક્ષણ/આરોગ્યના, સલામતી વગેરેના પ્રશ્નો ઊભા થયા છે. સામૂહિક રીતે આવતા આંતરરાજ્ય નિર્વાસિતો પણ ધણા પ્રશ્નો ઊભા કરે છે. શહેરના અમુક વિસ્તારો પોતે જ્યાં વસવાટ કરતાં હોય ત્યાં ધીમે ધીમે સંગઠન ઊભું કરે છે અને સ્થાનિક રહેવાસીઓને પરેશાન કે ત્રાસ પડે એવી રીતનું ધૂણાસ્પદ વર્તન કરતાં પણ જણાય છે. દા.ત., ચોમાસામાં બંગ્લાદેશીઓની ધુસણખોરીએ અમદાવાદમાં પણ આવા પ્રશ્નો ઊભા કર્યા છે.

નિર્વાસિતોના પ્રશ્નના ઉકેલ માટે બોર્ડર પરના નાગરિકોને ઓળખપત્રો આપવા તેમ જ તેમને મર્યાદિત છૂટ આપવી જોઈએ. તે ઉપરાંત સરહદો પર સખત તકેદારીનાં પગલાં ભરી નિર્વાસિતોને આવતાં અટકવવાં જોઈએ. કેટલીક વખત તેમના દેશના પ્રશ્નોનો વિરોધ અહીં પ્રદર્શિત કરે છે અને સંખ્યાબળના કારણે તેઓ સ્થાનિક પ્રજા સાથે ઝઘડો કરે છે અને ઉગ્ર સ્વરૂપ ધારણ થતાં માલ-મિલકત અને જાનની ખુવારી પણ કરતાં માલૂમ પડે છે. વળી, કેટલાંકને ધંધા-રોજગાર ન હોય તેઓ ચોરી, લૂંટફાટ, પ્રતિબંધિત પદાર્થોની હેરાફેરી વગેરે ધંધાઓ કરીને લોકોના સામાજિક સ્તરને પણ નીચું લાવી દે છે.

રેફ્યુજીઓ કેટલીક વખત જાસૂસ તરીકે પણ કાર્ય કરે છે અને દેશની ગુપ્ત વિગતો કે માહિતી અન્ય દેશોને પહોંચાડે છે, જેથી રાષ્ટ્રની સામે પણ કેટલીક વાર ખતરો ઊભો થવાનો ભય સેવાય છે.

૧૨. કેટલીક અન્ય આપત્તિઓ (Some Other Disasters) :

કેટલીક આપત્તિઓને ગણવી હોય તો કુદરતી પણ ગણી શકાય અને સાથોસાથ તેમને માનવસર્જિત પણ લઈ શકાય. આવી આપત્તિઓની યાદી નીચે મુજબ છે :

- | | |
|-----------------------------|-------------|
| (૧) રોગચાળો | (૨) આગ |
| (૩) ઔદ્યોગિક દુર્ઘટના | (૪) અકસ્માત |
| (૫) ધાર્મિક સ્થળોએ દુર્ઘટના | (૬) આતંકવાદ |
| (૭) ન્યુક્લિયર આપત્તિ | (૮) પુદ્. |

૧૩. આપત્તિ કે દુર્ઘટના અંગે યુનાઇટેડ નેશન્સનું કર્તવ્ય :

કેટલીક દુર્ઘટનાઓ એટલી વિશાળ પાયા પર નુકસાન સર્જી જાય છે કે કોઈ એક રાષ્ટ્ર એકલું પોતાની શક્તિઓ - જેવી કે માનવીય શક્તિ, ભૌતિક શક્તિ કે નાણાકીય શક્તિ દ્વારા - એ ડિઝાસ્ટરને પહોંચી વળે કે મહાત કરી શકે નહિ. તેથી જ પરતીકંપ જેવા વિનાશક ડિઝાસ્ટરને પહોંચી વળવા માટે આંતરરાષ્ટ્રીય સમાજ તરફથી સહાયની જરૂર પડે છે. જો કે યુનાઇટેડ નેશન્સ મૂંગે મોઢે આવી પરસ્થિતિનો ફક્ત દષ્ટા બની રહેવા નથી માંગતું પણ તે નેતૃત્વ પૂરું પાડવા અને અન્ય રાષ્ટ્રોને પ્રેરણા આપવા પોતાનો ફાળો અસરગ્રસ્ત રાષ્ટ્રને પ્રથમ આપે એવી અપેક્ષા રહે છે. આ બાબતે UN દ્વારા કેટલાંક પગલાં પણ લેવામાં આવ્યાં છે તે પૈકીનું એક પગલું તેણે ડિસે. ૧૯૯૧માં ઠરાવ ૪૬/૧૮૨ સામાન્ય સભામાં જનરલ એસેમ્બલીમાં પસાર કરાવેલો તે છે.

આ ઠરાવમાં એવું ઠરાવવામાં આવ્યું કે દરેક દુર્ઘટનાગ્રસ્ત રાષ્ટ્રને માનવતા, તટસ્થતા અને નિષ્પક્ષતાના સિદ્ધાંતના સંદર્ભે માનવીયપણાથી મદદ કે સહાય કરવામાં આવે.

આ ઠરાવના સંદર્ભે એવું કહી શકાય કે અસરગ્રસ્ત રાષ્ટ્રને આંતરરાષ્ટ્રીય સમાજને સહાય કરવાની પ્રેરણા આપવામાં પુનોએ મુખ્ય ભાગ ભજવ્યો છે.

આ ઠરાવના અમલીકરણમાં એ પણ સમાવિષ્ટ છે કે સંભવિત સહાયની વ્યવસ્થા પણ કરવામાં આવે. તેમાં ૨.૫ કરોડ ડોલરનું કેન્દ્રિય રિવોલ્વીંગ ફંડની જોગવાઈ કરવામાં આવી છે. તાત્કાલિક સહાય માટે આહવાહકની પણ જોગવાઈ કરવામાં આવેલી છે.

UN એ આંતરરાષ્ટ્રીય ડ્રીકેડ ૧૯૯૦ના દસકાને "નેચરલ ડિઝાસ્ટર રિડકશન" તરીકે મનાવવાનું ઠરાવ્યું.

અભ્યાસપ્રશ્નો

૧. આપત્તિ (ડિઝાસ્ટર)ની વ્યાખ્યા આપો. તેનાં કારણો અને અસરો જણાવો.
૨. આપત્તિ સંચાલનનો અર્થ જણાવો. તેની લાક્ષણિકતાઓ વર્ણવો.
૩. કુદરતી આપત્તિઓની યાદી તૈયાર કરો. તમે ભૂકંપને પહોંચી વળવા શું કાર્યવિધિ કરશો અથવા તેનું સંચાલન કઈ રીતે કરશો ?
૪. માનવસર્જિત આપત્તિ એટલે શું ? તમે કોમી રમખાણોને કઈ રીતે પહોંચી વળશો ?
૫. રોગચાળો એટલે શું ? અકસ્માત અને રોગચાળાને પહોંચી વળવા કેવાં પગલાં લેવાં જોઈએ ?
૬. ટૂંક નોંધ લખો :
 - (૧) આગ (૨) ઔદ્યોગિક આપત્તિઓ (૩) અણુ અકસ્માતો (૪) આતંકવાદ.
૭. "આપત્તિને આપણે કોઈ પણ સંજોગોમાં દૂર કરી શકીએ નહીં પણ તેના જોખમને ઓછું કરી શકાય" આ વિધાન ચર્ચો.
૮. આપત્તિને મુખ્ય કયા ત્રણ વર્ગોમાં વહેંચી શકાય ?
૯. આપત્તિના દરેક વર્ગ વિશે ટૂંકમાં માહિતી આપો. પછીના સંચાલનની કામગીરીના ત્રણ તબક્કાઓ જણાવો.
૧૦. ટૂંક નોંધ લખો :
 - (૧) પરતીકંપ થયા પછી લેવાનાં પગલાં (૨) પાણીની રેલથી થતું નુકસાન અટકાવવાનાં પગલાં (૩) કોમી રમખાણો (૪) દુર્ઘટના અંગેની પુનોની ભૂમિકા (૫) આગ અંગેની દુર્ઘટનાનાં ઉપાયો.
૧૧. ટૂંક નોંધ લખો :
 - (૧) સુનામી (૨૦૦૫) (૨) માંઢર દેવી (સતારા મહારાષ્ટ્ર)ની આપત્તિ (૨૦૦૫)
 - (૩) મોટી આપત્તિ અને લઘુ આપત્તિની તુલના.



૭

Marketing Research. ~~Jimathben~~

buyers in different market segments, purchasing power of these buyers, the size of purchases by them etc.

(8) To Decide the Medium of Advertisement : Advertisement is very expensive and it has to be decided as to which medium of advertisement will give maximum benefit. Here marketing research gives useful information.

(9) To Modernise Organisation : In order to improve and modernise the organisation structure of enterprise, marketing research provides suggestions and necessary data.

(10) To Exchange Exports : Marketing research is also undertaken to explore foreign markets and increase exports.

(11) To have Knowledge about Customers' Preferences : In order to improve or change the quality, form, size etc. of the product to make it according to the changing tasks of customers and market in general, marketing research is undertaken.

(12) To Prepare Sales Budget : It is not possible to prepare sales budget without data provided by marketing research.

6. SCOPE OF MARKETING RESEARCH :

Initially, the scope of marketing research was confined to acquainting the advertisers with the peculiarities of product market. At present the scope of marketing research has so widened as to encompass the information about customers, distribution systems, competition, publicity etc. In short, marketing research at present includes the following activities :

(1) Product Research : If a producer has to survive in a competitive market, he must produce and sell a product which is liked by the buyers, useful and capable to satisfy their needs effectively. Customers' preferences, their likes and dislikes change continuously and therefore it is essential to make corresponding changes in the quality, size, appearance, packing and branding of the product so that it becomes acceptable to the buyers in all circumstances. In a dynamic situation producers should develop new products for prospective buyers, they should improve the quality of their products; they should develop new uses of the existing products.

(2) Consumer Research : Customer is at the centre of all businesses. Therefore complete data should be collected about customers. This research is also described as marketing research. The information is collected regarding, who are the buyers of a particular product, what is the objective behind their purchases, what is the magnitude of their purchases, whether their demand is seasonal or perennial. An attempt is made through marketing research to obtain

answers to these questions in the context of buyers' sex, age, economic status etc.

(3) Sales Research : If the term marketing research is interpreted broadly, it includes research on such matters as sales, efficiency level of marketing and distribution system etc. Information about existing sales as well as past sales can be very useful in resolving some intricate internal problems related to sales of the product. The classification of sales, whether product wise, salesmenwise or regionwise can be of much help for the purpose of controlling. Sometimes research on efficiency level of the existing marketing system indicates changes which are necessary in salesmanship or in sales force etc. It enables also to exert moral restraint on the sales personnel.

Sometimes, research is necessitated also to judge the efficiency of distribution system and to introduce improvements in it. The selling costs can be considerably reduced if a through study is conducted to find out the optimum method of distribution.

(4) Advertising Research : Credit for development of marketing research goes mainly to the advertisers of the products. Advertising research includes matters as to how should buyers be attracted, what are the best media to be adopted for it, which market or region should be accorded priority for advertisement etc. Advertising research provides valuable information for publicity campaign.

(5) Competition Research : A study of the sales strategy of the rival firms is definitely useful, though it may not always be inevitable. This study suggests how to cope with the aggressive sales strategy of the competitors.

(6) Research on Pricing : Price is an important element of marketing mix. Price plays an important role in purchase decision. Marketing goals can be attained by proper pricing policy. Research on pricing includes objectives of pricing, effectiveness of pricing policies and strategies, new product and pricing policies. Pricing strategies on various stages of product life cycle and effect of discount, allowance and seasonal change, etc.

(7) Research on Distribution : In modern marketing distribution plays an important role in success of product. Producer can provide consumer satisfaction through proper distribution system. In research distribution two things are important i.e. physical distribution and distribution channel. Research on distribution includes assessment of distribution decision. Study of direct and indirect distribution, factors affecting pricing decision, competitors distribution system, legal problems of distribution etc.

(8) **Research on Business Environment and Corporate Responsibility** : In solving any marketing problem this area is not directly concerned. Such research is conducted to collect and analyze data related to business environment. On the basis of this it becomes easy to formulate present and future marketing strategies. In the modern dynamic business environment study of economic, social and cultural is useful. In this long term and short term business forecasting, technological factors, legal provisions effect, pollution, social responsibility are included.

7. PROCEDURE OF MARKETING RESEARCH :

Marketing research is so delicate, complicated and tough that it can prove fruitless unless it is carefully planned and efficiently executed. To improve the efficiency of marketing research, a rational and systematic procedure may be suggested as follows :

- (1) To define the problem or to determine objectives of marketing research.
- (2) To overview the situation.
- (3) To carry on informal investigation
- (4) Planning of final investigation
- (5) Collecting necessary data
- (6) Tabulating, Analysing and Interpreting the data
- (7) Interpreting the conclusions.
- (8) Preparing Research Report.
- (9) Implementing Recommendations effectively.

Let us describe these steps in detail :

(1) **To define the problem or determining the objectives** : To conduct marketing research without any clear objective in mind is as futile as sailing a ship without any idea of its destination. The nature of research would be easily determined only when its objectives are clearly defined and known. For this purpose, the investigators will have to take into account the views and opinions of other individuals and officers also. They must not rely only on their personal skill.

Defining problem is essential for two reasons : one, it indicates the limits of research work and secondly, efforts can be concentrated only to those matters which are relevant to the objectives.

(2) **Analysing the Situation** : Before conducting research work, it is necessary to get familiar with the problems the company is faced with and also with the situation in which the research work is to be done. An analysis of the situation can help the research officials to determine how much information can

be collected and how much of it should really be gathered. If the decision regarding the type and extent of information is incorrect, a lot of time and money will be wasted and yet essential information will be missing.

(3) Informal Investigation : In this stage, the officer in charge of research work, and his assistants also, make an attempt to get a firm grip over the problems by visiting the customers, traders and industrialists etc. Thereby they can decide how and on what basis should research work be carried further. Sometimes the officers themselves contact the customers and traders etc. and sometimes they ask their assistants to contact them. In that case it is necessary that the assistants are well trained and qualified for the job.

(4) Planning Final Investigation : When the preliminary work has been done as above, the final investigation can be planned as under :

(i) To Determine the nature and extent of data : For any problem on hand, a large variety of data may be available and the sources of information may be large in number. If the research officer is not alert, he may commit the blunder of collecting the data which, though apparently related to the problem at hand, may not be useful in its solution. In short a careful study should be undertaken to decide the nature and extent of data to be collected. There is no hard and fast rule in this regard, but it may be suggested that the data must not be either too wide or too narrow, because if it is too wide, it will prove costly in terms of time and money and if it is too narrow, it will not be helpful in realising the objectives of research.

(ii) To Prepare forms to collect primary data : Generally questionnaires are used to collect necessary data. The questionnaires should be prepared very carefully. The questions should be brief, precise and unambiguous. No one should get embarrassed or hesitate in answering these questions.

(iii) To Decide Samples : In conducting market survey, it is not possible to cover each and every individual customer. Hence only samples are selected from customers. For example in case of inquiry through questionnaire, it is impossible to send questionnaire to millions of individuals. Hence questionnaires are sent only to some thousands of individuals selected for this purpose. Generally the statistical method of sampling is used and this method has actually proved fruitful in most cases.

(5) To Collect Data : Two types of data are used for marketing research : Primary data and secondary data. The information collected by the research officer himself is called primary data, but if the data is collected by some external institutions for their own purpose and it is used by the research officer, then it is known as secondary data.

The most important step in collecting data is the selection of qualified, trained, experienced and sincere assistants for this purpose. If the assistants are polite, influential and energetic, they can provide more authentic data. When the subjects of the survey are to be contacted in person, assistants must be given clear instructions and proper training before hand.

(6) Tabulating, Analysing and Interpreting Data : The data should be properly arranged and analysed so that useful conclusions may be derived from it easily. Hence this job must not be entrusted to the assistants only without prior instructions and expert advice. It should be examined how far samples selected are appropriate. It should be noted that samples which are appropriate in one situation may not be so in other situation. The information made available by the assistants should then be arranged systematically, in the form of tables and schedules. Generally statistical methods are to be used to derive useful conclusions from the information arranged in a tabular form. i.e. regression or correlation method etc.

(7) Interpreting the Conclusions : The research work does not end with the derivation of statistical inferences. The marketing research officer should make recommendations on the basis of data collected and analysed. For example, if it is found that the sales have declined because of the change in buyers' preferences, the research officer should suggest ways and means to increase sales through the change in product design, size or appearance etc. The suggestions must be practicable and based on the reality of the market and current conditions of the company.

(8) Preparing Research Report : A complete report consisting of all data and suggestions must be prepared and presented before the management. When the report is meant for administrative officers, it is called administrative report. While preparing administrative report, it must not be forgotten that the administrators are not accustomed to technical language. Hence simple terms should be used so far as possible, because only administrators have the powers to sanction the funds and execute the suggestions. The technical report is fully exhaustive as it contains all information alongwith evidences, statistical methods of calculations, conclusions and inferences, methods and sources of data etc. On the other hand, information report contains information only; it does not include suggestions or recommendations. For example, data about the number of birth and death in a particular region, number of marriages or number of students enrolled in schools or colleges etc. will be included in the report. Popular reports give information to the average persons in simple language and interesting style.

(9) **Implementing Recommendations** : If the recommendations are not properly implemented, money and time spent on research work and the report prepared on the basis of it will be useless. The main weakness of many large companies is that they are careless in implementing the recommendations made on the basis of marketing research. The recommendations should initially be effected on experimental basis. If the results are encouraging, it should be executed in its entirety.

8. MARKET RESEARCH VS. MARKETING RESEARCH :

Generally common people think that market research and marketing research are synonyms. They use these two words as interchangeable ones. But it is not true.

(1) Marketing research is a much wider concept as compared to the market research.

(2) In market research some of the activities of marketing research are included. Market research is only a part of marketing research.

(3) Market research is only concerned with collecting information regarding market. While marketing research is concerned with the entire sphere of distribution. Marketing research is the systematic search for an analysis of facts related to a marketing problem. It is shifting from fact finding, information gathering activity to a problem solving and action recommending function.

(4) The market research is accurate for describing research into markets, their size, geographical distribution, incomes and so forth. However it does not cover the idea of research into the effects of marketing efforts on market for which the term marketing research is more appropriate. Thus, it becomes clear that marketing research is a fairly broader term and it is concerned with providing sound alternative solutions to all kinds of marketing problems.

9. ADVANTAGES-UTILITY OF MARKETING RESEARCH :

Mr. White in his book, "Market Research" mentions the utility of it as under :

(1) **Information about market and its potentiality** : Market research provides necessary information regarding the market and its potentialities. It is useful for finding new markets. It investigates the markets for new product and potentiality about the new markets. Finding



the market for a new product is a difficult problem. Market research finds out its solution.

(2) Information regarding customers : Through market research necessary information about the customers can be received, who are the prospective buyers of the product, where are they, How many are they, which type of they etc. information is available through it. Information regarding habits, fashion, objectives, attitudes, like & dislikes etc. regarding customers can be collected through it.

(3) Information regarding traders : Market research is helpful in collecting useful information about traders. Through market research information regarding traders like who are the traders selling goods, what is the trading policy of current and other traders can be collected. It becomes helpful in selecting proper trader for the distribution of goods.

(4) Collection of information about goods or services : Market research collects useful information about goods and services, which becomes useful for the production of a new product. New product can be sold in a market or not, its customers can be achieved or not etc. information can be collected through it. It is useful for making necessary changes in the size, shape, quality, elements, price etc. It finds out the new uses of the product.

(5) Helpful in deciding sales policy : It helps in deciding sales policy. It is useful in investigating which type of changes can be made, its properness or not etc.

(6) Decides Sales areas : It decides sales areas. In market research analysis of the company's product is being made. Sales areas of a product are decided. Hence boundary of a market can be decided. On the basis of it for the best distribution of goods and salesmen for the different areas can be decided.

(7) Helpful in deciding sales-quota : It is helpful in deciding sales-quotas. Market research provides information necessary about deciding sales quota for different salesmen in different areas. Sales quota helps in balancing the demand and supply of goods.

(8) Helpful in deciding pricing policy : It is helpful in deciding pricing policy. Information provided by market research works as guideline for deciding the price of a product. It studies the changes taking place in a market. This way the study is made about the effect of changes on market and price.

(9) **Decides packing of a product** : Market research decides proper packing for a product. For a product which type of packing is to be adopted is a subject of a research. On the basis of suggestions from customers and traders regarding packing of a product if necessary changes can be, success can be received in achieving sales targets.

(10) **Helpful in deciding media of advertising** : Market research is useful in deciding the media of advertising for the product. Which media should be adopted for advertising the product and whether to make the change in current media of market research is useful in taking such decisions. With the help of market research necessary changes, can be, adopted regarding current advertisement, window display etc. By adopting effective media appeal can be made to the customers.

(11) **Plays important part in selecting distribution system** : Market research plays an important part in the selection of distribution system. It makes possible to select proper distribution system for the product. This way distribution of the goods at the minimum cost becomes possible. It is useful in providing goods at remote markets and receiving new markets and customers.

(12) **Provides information to stay against competition** : Market research provides necessary information to stay against competition. Market research provides information regarding competitor producer, goods of competitors, their policy, limitations, their favourable points etc. By marking details study it provides guidance for taking necessary steps for staying against competition.

10.	LIMITATIONS/DISADVANTAGES OF MARKETING RESEARCH :
-----	--

Though the marketing research has been developed speedily and is beneficial in many respect, it suffers from the following limitations.

(1) **Expensive** : Trained employees and expert officers are required to be appointed for marketing research. Large amount of money is to be spent for it. Hence it is expensive.

(2) **Reliable sources of information** : For marketing research reliable sources of information are not applied it is useless. Its results are misleading. Sometimes it happens that the proper information is there but its analysis has been made on wrong basis, then there is a possibility of taking wrong decisions.

7

(3) **Time consuming** : Long time period is required from beginning of the marketing research and the end of its. Thus, it is expensive from the view point of time. American Management Association has mentioned that sometimes we have to wait for months or years for getting its results. If the managers take speedy decisions, marketing research puts into difficulty then becoming advantageous.

(4) **Qualified and Trained Officers** : It is clear that the success of marketing research depends upon the qualified and trained officers. It is somewhat difficult to get such type of officers.

(5) **Does not provide solution of a problem** : Marketing research provides information regarding product, price, promotion, place, packaging etc. to take decisions by the administrative officers. Decisions are to be taken by the officers themselves. It does not provide solution of a problem but it provides guidance for it.

(6) **Assumption regarding consumer behaviour is difficult** : Marketing research is mainly a study of consumer behaviour. But people always does not give complete and true information. This way result of marketing research does not prove hundred percent true.

(7) **Effect of External Factors** : External and uncontrollable factors affect marketing results adversely. Hence, it becomes difficult to estimate net impact of it due to such factors. Marketing research mentions results of marketing efforts. e.g. information about competitors performance, information about government policy etc. If any of these factors changes, result of marketing research does not prove true.

(8) **Biased Results** : If the marketing researcher has a prejudice about the problem then its results will be unsatisfactory and misleading. Person's attitude, necessities, prejudice and other social, cultural factors adversely affect the results of research.

(9) **Risks of Decision-making** : In every economic decisions there is a risk and uncertainty. Marketing research cannot remove such risk and uncertainty. It attempts to minimize the risk.

Some experienced persons say that marketing research is not a magic stick for the solution of marketing problems. But it is a helpful instrument for taking the marketing decisions.

8

EXERCISE

1. What is marketing research ? Explain the objectives of marketing research ? (Oct., '99, 2001, 2002; April, '98, 2000, 2004, 2006)
2. "Marketing research and advertisement are the traveller of same destination, but their travelling directions are opposite." – Explain
3. "Marketing research is a tool of market expansion." – Explain (Oct., '98, 2000)
4. Define marketing research ? Describe its importance or advantages.
5. What is marketing research ? Describe its procedure.
6. 'Marketing research is a luxury.' Express your opinion for or against this statement. State the limitations of marketing research.
7. "Marketing research is not necessary for a business having an established market." - Discuss this statement. (April, '98)
8. Explain the Process of Marketing research. (April, '99, 2002, 2003, 2005)
9. "Marketing research provide visual of internal matter of business to a businessman, just as X-ray provides internal visual of body to a doctor." – Explain the statement. (Oct., 2004)
10. Explain the advantages of Marketing research (Oct., 2005)
11. Describe the process of marketing research.
12. Explain the importance of marketing research. Describe its procedure.
13. "Marketing Research is a multiple object process." Explain. (April, 2007)
14. Write short note :
 - (1) Marketing research
 - (2) Utility of Marketing research
 - (3) Objectives of Marketing research (April, 2004)
 - (4) Scope of Marketing research
 - (5) Meaning of Marketing research
 - (6) Importance of marketing research. (G.U. March '09)
15. Define marketing Research. Which benefits are received through marketing research ? (G.U., April, 2007)
16. What is market research ? Explain its procedure. (G.U. March' 10)
17. "Marketing research" does not mean "Market research." Explain this statement and explain the importance of marketing research. (G.U. April, 11)

9



12-8-2014

૧૫૦

ભજરક્રિયા સંશોધન

ભજરસંશોધન ઉત્પાદક અને પ્રાદક વચ્ચેના અંકોડા તરીકે કાર્ય કરે છે. મોટા પાયા પરના ઉત્પાદનમાં ઉત્પાદક અને પ્રાદક વચ્ચે પ્રત્યક્ સંપર્કનો અભાવ હોય એ દેખીતું છે. ભજરસંશોધન ઉત્પાદક અને પ્રાદકો વચ્ચે ખૂટતી કડી પૂરી પાડે છે.

૫. ભજરક્રિયા સંશોધનના હેતુઓ (Objectives of Market Research):

ભજરસંશોધનનો મુખ્ય હેતુ નીચેની ચાર બાબતો જણાવવાનો છે :

(૧) શું વેચવું (૨) ક્યારે વેચવું (૩) ક્યાં વેચવું (૪) કેવી રીતે વેચવું કે જેથી ઉચિત વધારે રાખી વધુ નફો મેળવી શકાય.

ભજરસંશોધનના હેતુઓ નીચે મુજબ જોવા મળે છે :

(૧) નવા માલના ઉત્પાદન માટે : જ્યારે માલનો ઉત્પાદક નવી વસ્તુ ઉત્પન્ન કરી ભજરમાં મૂકવા માગે છે ત્યારે તેનું વેચાણ ભજરમાં થશે કે કેમ તે જણવું હોય ત્યારે ભજરસંશોધન કરે છે. વળી જ્યારે નવો માલ ભજરમાં મૂકવો હોય ત્યારે કયા પ્રકારનો માલ ઉત્પન્ન કરવો, કેટલા જથ્થામાં ઉત્પન્ન કરવો અને કયા ભાવે ભજરમાં મૂકવો તે અંગેની માહિતી ભજરસંશોધન પૂરી પાડે છે.

(૨) માલની ગુણવત્તામાં સુધારો કરવો : ભજરમાં નવી વસ્તુ રજૂ કરી હોય ત્યારે પ્રાદકો પર તેના કેવા પ્રત્યાપાતો પડ્યા છે તેની માહિતી મેળવવા તથા માલમાં જણાતી ખામીઓ જાણી ઉત્પાદનમાં માલની ગુણવત્તામાં સુધારો કરવા ભજરસંશોધન હાથ પરવું પડે છે.

(૩) માલમાં જરૂરી ફેરફાર કરવા : ભજરસંશોધન દ્વારા પ્રાદકોની જરૂરિયાતો જાણી શકાય છે તેમજ પ્રાદકોની માંગમાં થયેલા ફેરફારો જાણી શકાય છે. આમ, પ્રાદકોની માંગ અને જરૂરિયાતોને અનુરૂપ થવા માટે માલનો જાત, કદ, આકાર, રૂપ, ગંપ, શુદ્ધતા, પેકિંગ, ભાવ વગેરેમાં જરૂરી ફેરફારો કરી શકાય છે. દા. ત., નહાવાના સાબુના ઉત્પાદકોએ સાબુની સાઈઝમાં ફેરફાર કર્યો છે.

(૪) માલનું વેચાણ વધારવા : માલનું વેચાણ વધારવા ભજરસંશોધન કરવામાં આવે છે. તે માટે ભજરની પરિસ્થિતિ, ભજરમાં પ્રવર્તતી હરીફાઈ, પ્રાદકોની માંગ અને જરૂરિયાત, જાહેરાત, પેકિંગ વગેરે અંગેની માહિતી મેળવવાનો અને વધુ વેચાણ માટે તેને અનુરૂપ પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

(૫) માલના વેચાણમાં થયેલા ઘટાડાનાં કારણો શોધવાં : કેટલીક વાર જ્યારે માલના વેચાણમાં સારો એવો ઘટાડો થાય છે, ત્યારે પણ ઉત્પાદક માલના વેચાણની નિષ્ફળતા શોધવા માટે ભજરસંશોધનનો ઉપયોગ કરે છે. માલના વેચાણની નિષ્ફળતા માટે ક્યાં કારણો જવાબદાર છે તેની વિસ્તૃત માહિતી ભેગી કરી તેનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવે છે. તેના પરથી વેચાણપદ્ધતિની ખામીઓ શોધી તે સુધારવા પ્રયત્નો કરવામાં આવે છે.

(૬) હરીફ ઉત્પાદકની તાકાતનું માપ કાઢવા : માલના હરીફ ઉત્પાદકો કયા છે, તેઓ કયા પ્રકારની વસ્તુઓ વેચે છે, કયા ભાવે વેચે છે, તે ખરીદનાર પ્રાદકો કયા છે, તેના પ્રાદકો કેટલા છે, તે જાહેરાતનું કયું માધ્યમ અપનાવે છે, વિતરણની કઈ કઈ પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરે છે વગેરે અંગે જરૂરી માહિતી મેળવી હરીફ ઉત્પાદકની તાકાતનું માપ કાઢવા ભજરસંશોધન હાથ પરવામાં આવે છે.

(૭) પ્રાદકોની ખરીદશક્તિનો ખ્યાલ મેળવવા : કયા વિસ્તારમાં, કયા ભજરમાં, કયા પ્રકારના પ્રાદકો છે, તેમની નાણાકીય સ્થિતિ કેવી છે, તેઓ કેટલા પ્રમાણમાં ખરીદી કરે છે તેની માહિતી સંપાદન કરી અમુક નિશ્ચિત ક્ષેત્રના પ્રાદકોની ખરીદશક્તિ જાણવા માટે ભજરસંશોધન હાથ પરવામાં આવે છે.

ભજરક્રિયા સંશોધન

૧૨૧

(૮) જાહેરાત નક્કી કરવી : જાહેરાત ક્યારે કરવી, કયા માધ્યમનો જાહેરાત માટે ઉપયોગ કરવો કે જેથી પ્રાદકોના માનસ પર અસર થાય અને વેચાણમાં વધારો કરી શકાય તે ભજરક્રિયા સંશોધન કરવાથી જાણી શકાય છે.

(૯) વ્યવસ્થાતંત્રને આધુનિક બનાવવા : એકમના વ્યવસ્થાતંત્રને આધુનિક બનાવવા માટે જરૂરી સુધારા વધારા સૂચવવા માટે તેમજ વિવિધ હેતુઓથી ભજરક્રિયા સંશોધનનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે.

(૧૦) નિકાસ વધારવાનો ઉદ્દેશ : આંતરરાષ્ટ્રીય ભજરમાં દેશની ચીજવસ્તુઓનું વેચાણ વધારી વિદેશી મૂંઝિયામણ કમાવા માટે ભજરક્રિયા સંશોધન મદદરૂપ નીવડે છે.

(૧૧) પ્રાદકોના વલણની નોંધ લેવાનો ઉદ્દેશ : પ્રાદકોની માંગ અને વલણ અંગે થતા ફેરફારો મુજબ વસ્તુની ગુણવત્તા, સ્વરૂપ, કદ વગેરેમાં સુધારાવધારા દ્વારા ભજરમાં ટકી રહેવા માટેનું બળ કે શક્તિ ભજરક્રિયા સંશોધન પૂરું પાડે છે.

(૧૨) વેચાણ-બજેટ તૈયાર કરવા : ભજરક્રિયા સંશોધન વગર વેચાણ-બજેટ તૈયાર કરવું શક્ય નથી. વેચાણ બજેટ અંગેની જરૂરી વિગતો ભજરક્રિયા સંશોધન પૂરી પાડે છે.

ભજરક્રિયા સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર (Scope of Market Research):

શરૂઆતના તબક્કે ભજરસંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર જાહેરાત કરનારાઓને ભજરની લાભાશિકતાઓનો ખ્યાલ આપવા પૂરતું મર્યાદિત હતું; પરંતુ હવે તેનું કાર્યક્ષેત્ર એટલું વિસ્તૃત બન્યું કે તેમાં ફક્ત ભજરનો જ અભ્યાસ નહિ, પરંતુ પ્રાદકો વિશે, વિતરણ-પદ્ધતિ વિશે, હરીફાઈ વિશે અને વિજ્ઞાપન વિશે પણ માહિતી મેળવવા પ્રયત્નો કરવામાં આવે છે. એટલે ભજરસંશોધનમાં નીચેની વસ્તુઓનો સમાવેશ કરવામાં આવે છે :

(૧) વસ્તુસંશોધન (Products Research) : આધુનિક જમાનામાં ગળાકાપ હરીફાઈમ. ઊભા રહેવું હોય તો પ્રાદકને ગમે તેવી, તેમને ઉપયોગી થઈ પડે તેવી અને તેમની જરૂરિયાત સારી રીતે સંતોષે તેવી વસ્તુનું ઉત્પાદન અને વેચાણ કરવું જોઈએ. પ્રાદકોની અભિરુચિમાં નિત્ય ફેરફારો થતા રહે છે અને આપણી વસ્તુ તેમને સ્વીકાર્ય બને તે માટે તેનો દેખાવ, પેકિંગ, વેપારી સંજ્ઞા, ઉપયોગિતા, આકાર, વપરાશમાં સરળતા વગેરેનું સતત સંશોધન કરતા રહેવું જરૂરી ગણાય. સંભવિત પ્રાદકોની જરૂરિયાતો સંતોષવા ઉત્પાદકને નવીન વસ્તુઓ વિકસાવવામાં તે ઉપયોગી નીવડે છે અને વસ્તુની ગુણવત્તા સુધરે છે. વળી, વસ્તુના નવા ઉપયોગો શોધી ચાલુ ભજર વધારો શકાય છે.

(૨) પ્રાદક સંશોધન (Consumer Research) : પ્રાદક જ પંપાનું કેન્દ્રસ્થાન છે. એટલે તેમને વિશે માહિતી મેળવવી પંપા માટે ખૂબ ઉપયોગી નીવડે છે. આ પ્રકારના સંશોધનને ધણી વાર ભજરસંશોધન પણ કહેવામાં આવે છે. અમુક વસ્તુના પ્રાદકો કોણ છે, ખરીદીનો તેમનો હેતુ શો છે, તેઓ કેટલા પ્રમાણમાં ખરીદી કરે છે, ભજર મોસમી છે કે બારમાસી છે વગેરેનો અભ્યાસ અહીં કરવામાં આવે છે. પ્રાદકોની ઉંમર, જાતિ, આર્થિક દરજ્જો વગેરે વિશે માહિતી મેળવવી એ ભજરસંશોધનનું એક મહત્ત્વનું કાર્ય છે.

(૩) વેચાણ સંશોધન (Sales Research) : વેચાણસંશોધનને વિશાળ અર્થમાં ઘટાવીએ તો તેમાં વેચાણ અંગે સંશોધન, વેચાણતંત્રની કાર્યક્ષમતા વિશે સંશોધન, તેમજ વિતરણમાર્ગ અંગેનાં સંશોધનનો સમાવેશ થઈ શકે. ખરેખર થઈ રહેલ અને ભૂતકાળમાં થયેલા વેચાણ અંગેની માહિતી

વેચાણ અંગેના કેટલાક આંતરિક પ્રશ્નોનો ઉકેલ લાવવામાં ઉપયોગી નીવડે છે. દરેક વસ્તુવાર, પ્રદેશવાર, સેક્સમેનવાર વગેરે અનેક રીતે વેચાણનું કરેલું વર્ગીકરણ અંકુશના હેતુ માટે ઉપયોગી છે. વળી, વર્તમાન વેચાણતંત્રની કાર્યક્ષમતા અંગેનું સંશોધન ઘણીવાર વેચાણ કે કર્મચારી દળની પુનર્ચના કે નીતિ અને કાર્યવાહીની પુનર્ચના સૂચવી જાય છે. સેક્સમેનો તેમજ કાર્યાલયના કર્મચારીઓ પર નૈતિક અંકુશ રાખી શકાય છે.

વિતરણ-પદ્ધતિની કાર્યક્ષમતા નક્કી કરવા અને જરૂર પડ્યે સુધારા કરવા વિતરણ માર્ગોનું સંશોધન પણ હાથ ધરવામાં આવે છે. વિતરણની જુદી જુદી પદ્ધતિઓ પૈકી શ્રેષ્ઠ પદ્ધતિ કઈ તેનો અભ્યાસ હાથ ધરવામાં આવે તો વેચાણખર્ચમાં નોંધપાત્ર ઘટાડો થઈ શકે.

(૪) વિજ્ઞાપન-સંશોધન (Advertising Research) : બજારસંશોધનનો વિકાસ જાહેરાત કરનારાઓ દ્વારા થયો. ગ્રાહકોને કઈ રીતે અપીલ કરવી અને તે માટે કયું માધ્યમ અપનાવવું, કયા વિસ્તાર કે બજારમાં જાહેરાત કેન્દ્રિત કરવી વગેરે મુદ્દાઓનો સમાવેશ વિજ્ઞાપન સંશોધનમાં કરવામાં આવે છે. વિજ્ઞાપન ઝુંબેશ શરૂ કરતાં પહેલાં વિજ્ઞાપન સંશોધનનો ઉપયોગ મૂલ્યવાન માહિતી પૂરી પાડે છે.

(૫) હરીફાઈ-સંશોધન : હરીફના માલ અને વેચાણનીતિનો અભ્યાસ અનિવાર્ય નહિ તો અત્યંત ઉપયોગી તો છે. દરેક હરીફ ઉત્પાદકની વસ્તુનું, પરિબળોનું સંશોધન ખૂબ જ ઉપયોગી નીવડે છે.

(૬) કિંમત પર સંશોધન : માર્કેટિંગ મિશ્રનું એક મહત્ત્વનું તત્ત્વ એ કિંમત છે. ખરીદ નિર્ણયમાં કિંમત મહત્ત્વનો ભાગ ભજવે છે. યોગ્ય કિંમતનીતિ દ્વારા બજાર લક્ષ્યાંકો સિદ્ધ થઈ શકે છે. કિંમત પર સંશોધનમાં કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશો, કિંમતનીતિ અને વ્યૂહરચનાની અસરકારકતા, કિંમત નિર્ધારણની વિવિધ પદ્ધતિઓ, નવી પેદાશ અને કિંમતનીતિ, પેદાશ જીવન ચક્રના વિવિધ તબક્કાની કિંમતનીતિની વ્યૂહરચનાઓ તેમજ વટાવ, વળતર, મોસમી ફેરફારો વગેરે બાબતોનો અભ્યાસ કરવામાં આવે છે.

(૭) વિતરણ પર સંશોધન : આધુનિક માર્કેટિંગમાં પેદાશની સફળતામાં વિતરણ મહત્ત્વનો ભાગ ભજવે છે. યોગ્ય વિતરણ વ્યવસ્થા દ્વારા ઉત્પાદક ગ્રાહકોને સંતોષ આપી શકે છે. વિતરણ સંશોધનમાં મુખ્યત્વે બે બાબતો મહત્ત્વની છે : ભૌતિક વિતરણ અને વિતરણ માર્ગ. વિતરણ સંશોધનમાં વિતરણ નિર્ણયોનું મૂલ્યાંકન કરવું. પ્રત્યક્ષ અને પરોક્ષ વિતરણનો અભ્યાસ, વિતરણ નિર્ણયને અસર કરતાં પરિબળો, હરીફોની વિતરણ વ્યવસ્થા, વિતરણ અંગેના કાયદાકીય પ્રશ્નો વગેરે બાબતોનો સમાવેશ થાય છે.

(૮) ધંધાકીય પર્યાવરણ અને કોર્પોરેટ જવાબદારી પર સંશોધન : માર્કેટિંગ પ્રશ્નના ઉકેલમાં આ બાબત પ્રત્યક્ષ રીતે સંકળાયેલ નથી. ધંધાકીય પર્યાવરણને લગતી માહિતી ભેગી કરવા અને તેનું વિશ્લેષણ કરવા બજારીય સંશોધન કરવામાં આવે છે. આને આધારે વર્તમાન અને ભવિષ્યની બજારની વ્યૂહરચના ઘડવાનું સરળ બને છે. આધુનિક પરિવર્તનશીલ પર્યાવરણમાં આર્થિક, સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક પરિબળોનો અભ્યાસ ઉપયોગી છે. આમાં લાંબા અને ટૂંકાગાળાનું પૂર્વાનુમાન, ટેકનોલોજિકલ બાબતો, કાયદાકીય નિર્ણયો, પ્રદૂષણ, સામાજિક જવાબદારી વગેરે બાબતોનો સમાવેશ થાય છે.

આ ઉપરાંત જો આપણે સંશોધનના જુદા જુદા મુદ્દાઓનો વિચાર કરીએ તો બજારસંશોધનના કાર્યક્ષેત્રમાં કિંમતસંશોધનનો, વેચાણવૃદ્ધિનો પ્રયાસ-સંશોધન વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.

બજારક્રિયા સંશોધનની વિધિ (પ્રક્રિયા) (Procedure of Marketing Research)

બજારસંશોધનનું કાર્ય એટલું નાજુક, જટિલ અને ખર્ચાળ છે કે જો તેનું કાળજીપૂર્વક આયોજન કરવામાં નહિ આવે તો તેની સફળતા વિશે શંકા રહે છે. તપાસની આખી યોજના વ્યવસ્થિત અને તર્કશુદ્ધ એવી નીચેની કાર્યવાહી અનુસાર કરવામાં આવે તો કાર્યક્ષમ સંશોધન શક્ય બને :

- (૧) પ્રશ્નનિર્ધારણ અથવા બજારસંશોધનનો હેતુ નક્કી કરવો.
- (૨) પરિસ્થિતિનો અંદાજ કાઢવો.
- (૩) અવૈધિક તપાસ કરવી.
- (૪) છેવટની તપાસનું આયોજન કરવું.
- (૫) માહિતી ભેગી કરવી.
- (૬) માહિતી ગોઠવવી અને તેનું વિશ્લેષણ કરવું.
- (૭) અર્થઘટન કરવું.
- (૮) અહેવાલ તૈયાર કરવા.
- (૯) ભલામણોનો અમલ કરવો.

(૧) પ્રશ્નનિર્ધારણ કે હેતુ નક્કી કરવો : કોઈ ચોક્કસ હેતુ કે પ્રશ્નનો વિચાર કર્યા વિના તપાસ કરનારની સ્થિતિ કોઈ ચોક્કસ બંદરે પહોંચવાના ઈરાદા વગર ફરતા વહાણ જેવી છે. ધ્યેય નક્કી કરવાથી જ સમગ્ર તપાસનું સ્વરૂપ નક્કી કરવું સરળ બને છે. આ માટે બજારસંશોધનકારે પોતાની બુદ્ધિ પર જ આધાર નહિ રાખતાં અન્ય અધિકારી કે વ્યક્તિઓનાં દષ્ટિબિંદુ અને અભિપ્રાયોને પણ ધ્યાનમાં લેવા જોઈએ.

પ્રશ્નનિર્ધારણ બે હેતુ માટે આવશ્યક છે : એક તો તે સંશોધનની યોગ્ય મર્યાદા નક્કી કરે છે, જેનો ખ્યાલ રાખી સંશોધનકાર આગળ વધે છે. બીજો હેતુ એ છે કે તે પ્રશ્નોના ઉકેલને જ ખ્યાલમાં રાખી તેના માટેના પ્રયત્નો કરવામાં આવે છે.

(૨) પરિસ્થિતિનો અંદાજ કાઢવો (Analysing the Situation) : તપાસ શરૂ કરતાં પહેલાં કંપનીના પ્રશ્નો વિશે તેમજ જે પરિસ્થિતિમાં તેણે તપાસ કરવાની છે તેનો સંપૂર્ણ ખ્યાલ મેળવી લેવો જોઈએ. આ તબક્કે કોઈ ખાસ ફોર્મમાં માહિતી મેળવવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવતો નથી. ભૂતકાળમાં થયેલી આવી કોઈ તપાસની વિગતો પણ તપાસી જવી જરૂરી ગણાય. પરિસ્થિતિનો અંદાજ કાઢવાથી કઈ માહિતી કેટલા પ્રમાણમાં ભેગી થઈ શકે અને કેટલી ભેગી કરવી તેનો ખ્યાલ તપાસ કરનારને આવી રહે છે. કઈ માહિતી કેટલા પ્રમાણમાં ભેગી કરવી તે અંગે જો ખોટો નિર્ણય થાય તો બિનજરૂરી માહિતી ભેગી કરવામાં સમય અને નાણાંનો વ્યય થાય છે, જ્યારે કેટલીક જરૂરી માહિતીનો અભાવ વર્તાય છે.

(૩) અવૈધિક તપાસ (Informal Investigation) : હજુય છેવટની તપાસની પૂર્વતૈયારી જ ચાલુ છે. આ તબક્કે તપાસ કરનાર અને તેના મદદનીશો ગ્રાહકોને, વેપારીઓને તેમજ ઉદ્યોગની મહત્ત્વની વ્યક્તિઓને મળી પ્રશ્નની પકડ મેળવવા પ્રયત્ન કરે છે. કઈ ધારણાઓને આધારે તપાસમાં આગળ વધવું તે અંગે ઘણી ઉપયોગી માહિતી આ તબક્કે મળી રહી છે. આ માહિતી મેળવવા ગ્રાહકો, વેપારીઓ વગેરેને તપાસ કરનાર પોતે મળે છે અથવા જરૂર પડતાં મદદનીશોની સહાય લે છે. જો મદદનીશો રોકવામાં આવે તો એક કાળજી એ રાખવી પડે કે તેઓ પૂરતી તાલીમ પામેલા અને કેળવાયેલા હોવા જોઈએ.

★ બજાર સંશોધન એટલે શું? બજાર સંશોધનની પ્રક્રિયાની ચર્ચા કરો. (ગુ.યુ. એપ્રિલ, ૨૦૧૦)

૩

(૪) છેવટની તપાસનું આયોજન કરવું : હવે છેવટની તપાસમાં કઈ રીતે આગળ વધવું તેની પૂર્વભૂમિકા તૈયાર થઈ ગઈ હોય છે એટલે તપાસનું આયોજન નીચે મુજબ કરવામાં આવે છે :

(અ) માહિતીનો પ્રકાર અને પ્રમાણ નક્કી કરવાં : સંશોધકે એ યાદ રાખવાનું છે કે અમુક પ્રશ્નની તપાસ કરવા અનેક પ્રકારની માહિતી મળી શકે છે તેમજ માહિતીનાં પ્રાપ્તિસ્થાનો પણ અનેક છે. આ બાબતમાં વિશ્લેષણકાર કાળજી નહિ રાખે તો તે એવી ઘણી માહિતી ભેગી કરી દેશે, જેને દેખીતી રીતે પ્રશ્ન સાથે સંબંધ હોય, પરંતુ જે ખાસ ઉપયોગી નીવડે નહિ. એટલે પૂરતી વિચારણા પછી જે માહિતી છેવટે ઉપયોગી નીવડે તે ભેગી કરવા વ્યવસ્થા કરવી જોઈએ એ બીજો મહત્વનો પ્રશ્ન છે. આ માટે કોઈ ચોક્કસ નિયમ તો આપી ન શકાય, પરંતુ એટલું કહી શકાય કે માહિતી ખૂબ વધુ ન હોવી જોઈએ કે જેથી સમય અને શક્તિનો વ્યય થાય તેમ જ તે એટલી ઓછી ન હોવી જોઈએ કે જેથી સંશોધનનો હેતુ જ પાર પાડી ન શકાય. માહિતીનાં પ્રાપ્તિસ્થાનોનો નિર્ણય પણ આ તબક્કે જ થઈ જાય તો સંશોધકનું કાર્ય સરળ બને.

(બ) પ્રાથમિક માહિતી મેળવવા જરૂરી ફોર્મ તૈયાર કરવાં : સામાન્ય રીતે માહિતી મેળવવા પ્રશ્નાવલિનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પ્રશ્નાવલિ ઘડવામાં ખૂબ કાળજી રાખવી જરૂરી છે. પ્રશ્નો સાદા, સ્પષ્ટ, ટૂંકા, મુદાસર અને સીધા હોવા જોઈએ. એ માહિતી આપનાર પ્રશ્નોના જવાબ આપવામાં સંકોચ કે શંકા ન અનુભવે તે ખાસ જોવું જોઈએ. પ્રશ્નાવલિ ઘડતાં નીચેના મુદાઓનો ખ્યાલ રાખવો આવશ્યક છે :

(૧) પ્રશ્નો બને તેટલા ટૂંકા અને મુદાસર હોવા જોઈએ, કારણ કે જવાબ આપનારને લાંબા પ્રશ્નો સમજવાનો સમય હોતો નથી. (૨) દરેક પ્રશ્ન એટલો સ્પષ્ટ હોવો જોઈએ કે જેથી સરેરાશ વ્યક્તિ સમજી શકે અને સરળતાથી તેનો જવાબ આપી શકે. (૩) જવાબ આપનાર યાદી રાખી શકે એવી માહિતીને લગતા પ્રશ્નો જ પૂછવા જોઈએ. (૪) જેનો દેખીતો જવાબ 'હા' કે 'ના'માં જ હોઈ શકે એવા પ્રશ્નોથી પણ દૂર રહેવું જોઈએ. (૫) વ્યક્તિગત પૂર્વગ્રહ જન્માવે એવા પ્રશ્ન મૂકવા નહિ. (૬) બને ત્યાં સુધી હકીકત અને વલણ વિશેની માહિતીને લગતા પ્રશ્નો જ પૂછવા; પરંતુ લાગણી, માન્યતા કે હેતુને લગતા પ્રશ્નો પૂછવા ન જોઈએ. (૭) પ્રશ્નોના જવાબો સરળતાથી આપી શકાય એવા હોવા જોઈએ. (૮) પ્રશ્નો યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવેલા હોવા જોઈએ. (૯) પ્રશ્નોમાં શરતી જવાબોની પણ જોગવાઈ હોવી જોઈએ. બધા જ સવાલોના 'હા' કે 'ના'માં જવાબો મળે એ યોગ્ય નથી.

આ રીતે પ્રશ્નાવલિ પદ્ધતિ માટે પણ ફોર્મ તૈયાર કરવું પડે છે. તે રીતે નિરીક્ષણ અને પ્રયોગપદ્ધતિઓ માટે ફોર્મ તૈયાર કરવાં જોઈએ.

(ક) નમૂના નક્કી કરવા : કોઈ પણ સંશોધનમાં સામાન્ય રીતે એકે-એક વ્યક્તિ કે દરેક કિસ્સાનો સમાવેશ કરવો અશક્ય છે. એટલે અમુક નમૂનાઓની જ તપાસ થઈ શકે. દા. ત., ગ્રાહકોની અભિરુચિની પ્રશ્નાવલિ દ્વારા તપાસ કરવી હોય તો લાખો ગ્રાહકોને પ્રશ્નાવલિ મોકલવાની ન હોય; પરંતુ અમુક હજાર ગ્રાહકોને જ પસંદ કરવા પડે. આ માટે આંકડાશાસ્ત્રીય નમૂનાની પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. સામાન્ય રીતે આકસ્મિક નમૂનાની રીતથી કરેલી પસંદગી શ્રેષ્ઠ પરિણામ આપે છે.

(૫) માહિતી ભેગી કરવી : સંશોધન માટે બે પ્રકારની માહિતી ઉપયોગી થાય છે : પ્રાથમિક માહિતી અને ગૌણ માહિતી. સંશોધકે પોતે જ ભેગી કરેલી માહિતીને પ્રાથમિક માહિતી કહેવાય, તો અન્ય કોઈ વ્યક્તિ કે સંસ્થાએ પોતાના કોઈ હેતુ માટે ભેગી કરેલી માહિતીનો સંશોધક ઉપયોગ કરે તો તે ગૌણ માહિતી કહેવાય.

માહિતી ભેગી કરવા માટે એક ખૂબ મહત્વનું કાર્ય સારા કેળવાયેલા અને નિષ્ઠાપૂર્વક કામ કરનારા તપાસનીશો પસંદ કરવાનું છે. બાહ્ય દેખાવ, સારું વ્યક્તિત્વ રજૂ કરે તેવા, ઉત્સાહી, બને તો અનુભવી, સખત પરિશ્રમ કરવા તૈયાર અને પ્રામાણિક તપાસનીશો દ્વારા થયેલ સંશોધન જ સારું માર્ગદર્શન આપી શકે. વળી જ્યારે જવાબ આપનારાઓની અંગત મુલાકાત લઈ તપાસ કરવાની હોય ત્યારે તપાસનીશોને તાલીમ આપવી પણ એટલી જ આવશ્યક છે. માહિતી એકઠી કરવાનું કામ શરૂ કરતાં પહેલાં તેમને પૂરતી સૂચનાઓ આપવી જોઈએ.

(દ) માહિતી ગોઠવવી અને વિશ્લેષણ : તપાસનીશોએ ભેગી કરેલી માહિતી પરથી કોઈ ઉપયોગી અનુમાન તારવવાં હોય તો પ્રથમ તેની વ્યવસ્થિત ગોઠવણી કરી તેનું વિશ્લેષણ કરવું જોઈએ. એટલે ચોક્કસ સૂચના, નિષ્ણાત દોરવણી અને દેખરેખ વિના ફક્ત મદદનીશોને તે કાર્ય સોંપી દેવું ન જોઈએ. નક્કી કરેલા નમૂના યોગ્ય હતા કે નહિ તેની ચકાસણી કરી લેવી જોઈએ; કારણ કે સંજોગો બદલાતાં નક્કી કરેલ નમૂના કદાચ યોગ્ય ન પણ રહ્યા હોય. તપાસનીશોએ મોકલેલી માહિતી હવે કોઠાઓના રૂપમાં ગોઠવવી જોઈએ. કેટલીક વાર કોઠા જ અનુમાનો તારવવામાં ઉપયોગી થઈ પડે છે. તો ઘણી વાર કોઠાઓમાં ગોઠવેલી માહિતીનો અર્થ તારવવા આંકડાશાસ્ત્રીય ગણતરી જરૂરી બને છે. દા. ત., સરેરાશ કે ટકાવારી કાઢવામાં આવે અથવા તો ગૂંચવાડાભરેલા કિસ્સામાં વિચલન અને સહસંબંધાંક ઉપયોગી નીવડે.

(૭) અર્થઘટન : ફક્ત આંકડાશાસ્ત્રીય ગણતરીથી અટકી જવાથી બજારસંશોધન અધિકારી ધંધાને ઉપયોગી થઈ શકે નહિ; પરંતુ તાર્કિક વિચારણા પછી મેળવેલી હકીકતો પરથી શાં પગલાં લેવાં તેની ભલામણ પણ તેણે કરવી જોઈએ. દા. ત., તપાસ પરથી એમ માલૂમ પડે કે અમુક વસ્તુ લોકોની બદલાયેલી ટેવો જોતાં, બ્રાહ્મકો ખરીદતા નથી તો તે વસ્તુનો આકાર, દેખાવ, કદ, વગેરેમાં કેવા ફેરફાર કરી ભવિષ્યમાં વેચાણ વધારી શકાય તેની ભલામણ કરવી જોઈએ. આ ભલામણો, વ્યવહારુ પણ હોવી જોઈએ; ભલામણ કરતાં પહેલાં કંપનીની પરિસ્થિતિ અને બજારની પરિસ્થિતિનો વિચાર કરવો જોઈએ.

(૮) અહેવાલ તૈયાર કરવો : સંપૂર્ણ માહિતી અને ઉકેલ સાથનો અહેવાલ યોગ્ય સ્વરૂપે તૈયાર કરી રજૂ કરવો સંશોધક માટે એટલો જ મહત્વનો છે. જ્યારે વહીવટી અધિકારીઓ માટે અહેવાલ તૈયાર કરવામાં આવ્યો હોય ત્યારે તેને વહીવટી અહેવાલ કહેવામાં આવે છે. આ પ્રકારનો અહેવાલ તૈયાર કરતાં એક મુદ્દો એ ધ્યાનમાં રાખવાની જરૂર છે કે વહીવટી અધિકારીઓ ટેકનિકલ ભાષા સમજી શકે નહિ; છતાં તેઓ જ બજારસંશોધન માટે નાણાં મંજૂર કરે છે તેમ જ ભલામણોનો અમલ કરવાની સત્તા ધરાવે છે. સરળ પણ સચોટ ભાષામાં રજૂ કરેલ અહેવાલ તેઓ સમજી શકે અને સ્વીકારી લે એવી શક્યતાઓ વધુ છે. ટેકનિકલ અહેવાલ સંપૂર્ણ માહિતીસભર હોય છે. તેમાં ભેગી કરેલી માહિતી, પુરાવા, આંકડાશાસ્ત્રીય ગણતરીઓ અને તારણો સંપૂર્ણ રીતે રજૂ કરવામાં આવે છે, કઈ રીતે સંશોધન કરવામાં આવ્યું, ક્યાં ક્યાં સાધનોમાંથી અને કઈ કઈ વ્યક્તિઓ પાસેથી માહિતી મેળવવામાં આવી તેની સંપૂર્ણ વિગતો અને સંશોધનકામનાં અનુમાનો અને ભલામણો સાથે હોય છે. માહિતી અહેવાલ ફક્ત માહિતી જ રજૂ કરે છે. કોઈ અનુમાનો કે ભલામણોનો ઉલ્લેખ તેમાં હોતો નથી. દા. ત., અમુક પ્રદેશમાં અમુક સમય દરમિયાન થયેલ જન્મમરણના આંકડા, લગ્નના આંકડા, કોલેજોમાં અભ્યાસ કરતા વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યા વગેરે માહિતી અહેવાલો છે. પ્રચલિત કે સમજૂતીદર્શક અહેવાલો (Popular Report) સાદી સરળ ભાષામાં સામાન્ય વ્યક્તિને રસ પડે એ રીતે રજૂ કરેલ અહેવાલ છે. આવા અહેવાલો ફક્ત માહિતી ખાતર જ વાંચવામાં આવે છે.

5

(૯) ભલામણોનો અમલ : મોટી રકમ બજારસંશોધન પાછળ ખર્ચા પછી જો તેનો અમલ કરવામાં ન આવે તો એવા સંશોધનનો અર્થ શો ? ઘણી પેઢીઓની મોટી નબળાઈ આ જ છે કે બજારસંશોધનો દ્વારા શોધેલ ઉકેલનો અમલ કરવામાં તેઓ શિથિલતા બતાવે છે. બજારસંશોધને પણ ભલામણોના અમલમાં ભાગ આપવામાં આવે તો તે વધુ ફળદાયી નીવડી શકે. ભલામણોનો પ્રાયોગિક ધોરણે અમલ કરવો જોઈએ અને તેમાં સફળતા મળે તો તેનો સંપૂર્ણ રીતે અમલ કરી શકાય.

૯.૩ ૯. બજાર સંશોધન અને માર્કેટિંગ સંશોધન વચ્ચેનો તફાવત :

બજાર સંશોધન અને માર્કેટિંગ સંશોધન વચ્ચેના મહત્વના તફાવતો નીચે મુજબ રજૂ કરી શકાય :

તફાવતનો મુદ્દો	બજાર સંશોધન	માર્કેટિંગ સંશોધન
૧. અર્થ	બજાર સંશોધન એ બજાર અને ગ્રાહકો અંગેની/માહિતીની તપાસ છે.	માર્કેટિંગ સંશોધન એ સમગ્ર માર્કેટિંગની પ્રવૃત્તિઓની માહિતીની પ્રાપ્તિ, તેની નોંધ અને વિશ્લેષણ છે.
૨. ઉદ્દેશ	બજાર સંશોધનનો ઉદ્દેશ વર્તમાન અને ભાવિ ગ્રાહકોનો અભ્યાસ કરી વેચાણ અને નફામાં વધારો કરવાનો છે.	માર્કેટિંગ સંશોધનનો ઉદ્દેશ માર્કેટિંગની સમસ્યાઓ શોધી એવી નીતિઓ અને કાર્યક્રમ ઘડવાનો છે કે જેથી ધંધાના લાંબા ગાળાના ઉદ્દેશો સિદ્ધ કરી શકાય.
૩. કાર્યક્ષેત્ર	બજાર સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર મર્યાદિત છે. તેમાં વર્તમાન અને ભાવિ ગ્રાહકો, બજાર, માગનું પૂર્વાનુમાન વગેરેનો અભ્યાસ કરવામાં આવે છે.	માર્કેટિંગ સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર વિશાળ છે. તેમાં સમગ્ર માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓનો અભ્યાસ કરવામાં આવે છે. તેમાં બજાર સંશોધન, વેચાણ સંશોધન, પેદાશ સંશોધન, વિજ્ઞાપન સંશોધન, અભિપ્રેરણ સંશોધન, ભૌતિક વિતરણ સંશોધન વગેરેનો સમાવેશ થાય છે.
૪. કેન્દ્રબિંદુ	બજાર સંશોધનનું કેન્દ્રબિંદુ ગ્રાહક છે.	માર્કેટિંગ સંશોધનનું કેન્દ્રબિંદુ માર્કેટિંગ સમસ્યાઓ છે.
૫. ખર્ચાળ	બજાર સંશોધનની પ્રવૃત્તિ ઓછી ખર્ચાળ છે.	માર્કેટિંગ સંશોધનની પ્રવૃત્તિ વધુ ખર્ચાળ છે.
૬. માર્કેટિંગ સંગાલન	માર્કેટિંગ સંગાલન માટે બજાર સંશોધન ઓછું ઉપયોગી છે.	માર્કેટિંગ સંગાલન માટે માર્કેટિંગ સંશોધન વધુ ઉપયોગી છે.
૭. માર્કેટિંગ નિર્ણયો	બજાર સંશોધન દ્વારા મર્યાદિત માહિતી મળવાથી તેના વડે અસરકારક માર્કેટિંગ નિર્ણયો લઈ શકાતા નથી.	માર્કેટિંગ સંશોધન સમગ્ર માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓનો અભ્યાસ કરે છે તેથી તેના વડે અસરકારક માર્કેટિંગ નિર્ણયો લઈ શકાય છે.
૮. સમાવેશ	બજાર સંશોધનમાં માર્કેટિંગ સંશોધનનો સમાવેશ થતો નથી.	માર્કેટિંગ સંશોધનમાં બજાર સંશોધનનો સમાવેશ થાય છે.

૯. પદ્ધતિ-સરની પ્રક્રિયા	બજાર સંશોધન એ માહિતી એકઠી કરવાની અને તેનું વિશ્લેષણ કરવાની અવ્યવસ્થિત પ્રક્રિયા છે.	માર્કેટિંગ સંશોધન એ માહિતી કરવાની અને તેનું વિશ્લેષણ કરવાની પદ્ધતિસરની પ્રક્રિયા છે.
૧૦. અભ્યાસ	બજાર સંશોધનમાં સમગ્ર માર્કેટિંગ માહિતીનો અભ્યાસ થતો નથી.	માર્કેટિંગ સંશોધનમાં સમગ્ર માર્કેટિંગ માહિતીનો અભ્યાસ કરવામાં આવે છે.
૧૧. ૧૯૪૦ પછી	૧૯૪૦ પહેલાં માર્કેટિંગનું ક્ષેત્ર મર્યાદિત હોવાને કારણે બજાર સંશોધનનો ઉપયોગ થતો હતો.	૧૯૪૦ પછી માર્કેટિંગનું ક્ષેત્ર વિસ્તૃત બનતાં માર્કેટિંગ સંશોધનનો વ્યાપક પ્રમાણમાં ઉપયોગ થાય છે.

૯. બજારક્રિયા સંશોધનના ફાયદા (ઉપયોગિતા) :

શ્રી વ્હાઈટ પોતાના "માર્કેટ રિસર્ચ ટેકનિક"* નામના પુસ્તકમાં બજારસંશોધનની નીચેની ઉપયોગિતા જણાવે છે :

(૧) તે બજાર અને શક્યતાઓની જરૂરી માહિતી પૂરી પાડે છે. બજારસંશોધન નવાં બજારો શોધવા ઉપયોગી છે. નવી વસ્તુ માટે ક્યાં બજારો હશે તેની તપાસ કરે છે તેમ જ નવાં બજારની શક્યતાઓ તપાસે છે. નવી વસ્તુ માટે બજાર શોધવું એ સામાન્ય રીતે વિકટ પ્રશ્ન ગણાય છે. બજારસંશોધન તે પ્રશ્નનો ઉકેલ લાવે છે.

(૨) ગ્રાહકો વિશેની જરૂરી માહિતી મેળવી શકાય છે : વસ્તુ વાપરનારાઓ કોણ છે, ક્યાં છે, કેટલા છે, કેવા પ્રકારના છે તેની સચોટ માહિતી મળે છે. ગ્રાહકોની ટેવ, અભિરુચિ, ફેશન, હેતુઓ, વલણો, પસંદગી-નાપસંદગી અંગેની માહિતી તેના દ્વારા સંપાદન કરી શકાય છે.

(૩) વેપારી અંગે માહિતી પ્રાપ્ત કરી શકાય છે : માલનું વેચાણ કરનારા વેપારીઓ ક્યા છે, ચાલુ વેપારીઓ અને બીજા વેપારીઓની ધંધા અંગેની નીતિ કેવી છે તેની માહિતી બજારસંશોધન દ્વારા મળે છે. આને લીધે માલનું વિતરણ કરવા યોગ્ય વેપારીની પસંદગીમાં તે મદદરૂપ થાય છે.

(૪) માલ કે સેવા અંગે ઉપયોગી માહિતી સંપાદન કરે છે : તે નવી વસ્તુના ઉત્પાદનમાં ઉપયોગી બને છે. નવી વસ્તુ બજારમાં વેચી શકાશે કે નહિ, તે માટેના ગ્રાહકો મળી રહેશે કે નહિ તેની માહિતી મેળવી શકાય છે. વસ્તુનાં કદ, આકાર, ગુણવત્તા, તત્વો, ભાવ વગેરેમાં ક્યા પ્રકારના ફેરફારો કરવા તે માટે ઉપયોગી છે. તે વસ્તુના નવા ઉપયોગો શોધે છે.

(૫) વેચાણનીતિ નક્કી કરવામાં મદદરૂપ થાય છે : વેચાણનીતિ કેવા પ્રકારની રાખવી, તેમાં ક્યા ફેરફારો કે સુધારા કરવા અને તેની યોગ્યતા-અયોગ્યતાની તપાસમાં તે ઉપયોગી બને છે.

(૬) વેચાણવિસ્તારો નક્કી કરે છે : બજારસંશોધનમાં કંપનીના માલનું પૃથક્કરણ કરવામાં આવે છે. માલના વેચાણવિસ્તારો નક્કી થાય છે, તેથી બજારની સીમા નક્કી થઈ શકે છે, જેને આધારે માલની શ્રેષ્ઠ વહેંચણી માટે તથા જુદા જુદા વિસ્તારો માટે સેલ્સમેનો નક્કી કરી શકાય છે.

(૭) વેચાણક્વોટા નક્કી કરવામાં ઉપયોગી છે : બજારસંશોધન જુદા જુદા વિસ્તારના જુદા જુદા સેલ્સમેનો માટે વેચાણક્વોટા નક્કી કરવા જરૂરી માહિતી આપે છે. વેચાણક્વોટા માલની માગ અને પુરવઠા વચ્ચે સમન્વય સાધવામાં મદદરૂપ થાય છે.

* 'Market Research Technique'. by white.

(૧) તે બજાર અને શક્યતાઓની જરૂરી માહિતી પૂરી પાડે છે. બજારસંશોધન નવાં બજારો શોધવા ઉપયોગી છે. નવી વસ્તુ માટે ક્યાં બજારો હશે તેની તપાસ કરે છે તેમ જ નવા બજારની શક્યતાઓ તપાસે છે. નવી વસ્તુ માટે બજાર શોધવું એ સામાન્ય રીતે વિકટ પ્રશ્ન ગણાય છે. બજારસંશોધન તે પ્રશ્નનો ઉકેલ લાવે છે.

(૨) ગ્રાહકો વિષેની જરૂરી માહિતી મેળવી શકાય છે : વસ્તુ વાપરનારાઓ કોણ છે, ક્યાં છે, કેટલા છે, કેવા પ્રકારના છે તેની સચોટ માહિતી મળે છે. ગ્રાહકોની ટેવ, અભિરુચિ, ફેશન, હેતુઓ, વલણો, પસંદગી-નાપસંદગી અંગેની માહિતી તેના દ્વારા સંપાદન કરી શકાય છે.

(૩) વેપારી અંગે માહિતી પ્રાપ્ત કરી શકાય છે : માલનું વેચાણ કરનારા વેપારીઓ ક્યા છે, ચાલુ વેપારીઓ અને બીજા વેપારીઓની ધંધા અંગેની નીતિ કેવી છે તેની માહિતી બજારસંશોધન દ્વારા મળે છે. આને લીધે માલનું વિતરણ કરવા યોગ્ય વેપારીની પસંદગીમાં તે મદદરૂપ થાય છે.

(૪) માલ કે સેવા અંગે ઉપયોગી માહિતી સંપાદન કરે છે : તે નવી વસ્તુના ઉત્પાદનમાં ઉપયોગી બને છે. નવી વસ્તુ બજારમાં વેચી શકાશે કે નહિ, તે માટેના ગ્રાહકો મળી રહેશે કે નહિ તેની માહિતી મેળવી શકાય છે. વસ્તુનાં કદ, આકાર, ગુણવત્તા, તત્વો, ભાવ વગેરેમાં ક્યા પ્રકારના ફેરફારો કરવા તે માટે ઉપયોગી છે. તે વસ્તુના નવા ઉપયોગો શોધે છે.

(૫) વેચાણનીતિ નક્કી કરવામાં મદદરૂપ થાય છે : વેચાણનીતિ કેવા પ્રકારની રાખવી, તેમાં ક્યા ફેરફારો કે સુધારા કરવા અને તેની યોગ્યતા-અયોગ્યતાની તપાસમાં તે ઉપયોગી બને છે.

(૬) વેચાણવિસ્તારો નક્કી કરે છે : બજારસંશોધનમાં કંપનીના માલનું પૃથક્કરણ કરવામાં આવે છે. માલના વેચાણવિસ્તારો નક્કી થાય છે, તેથી બજારની સીમા નક્કી થઈ શકે છે, જેને આધારે માલની શ્રેષ્ઠ વહેંચણી માટે તથા જુદા જુદા વિસ્તારો માટે સેલ્સમેનો નક્કી કરી શકાય છે.

(૭) વેચાણક્વોટા નક્કી કરવામાં ઉપયોગી છે : બજારસંશોધન જુદા જુદા વિસ્તારના જુદા જુદા સેલ્સમેનો માટે વેચાણક્વોટા નક્કી કરવા જરૂરી માહિતી આપે છે. વેચાણક્વોટા માલની માગ અને પુરવઠા વચ્ચે સમન્વય સાધવામાં મદદરૂપ થાય છે.

(૮) ભાવનીતિ નક્કી કરવામાં સહાયરૂપ થાય છે : વસ્તુની કિંમત કેટલી રાખવી તે માટે બજારસંશોધને પૂરી પાડેલ માહિતી માર્ગદર્શક નીવડે છે. બજારમાં ભાવમા થતા ફેરફારોનો તે અભ્યાસ કરે છે. તેની બજાર પર અને કિંમત પર શી અસર થશે તેનો અભ્યાસ આ રીતે કરવામાં આવે છે.

(૯) વસ્તુનું યોગ્ય પેકિંગ નક્કી કરે છે : ક્યા માલ માટે ક્યા પ્રકારનું પેકિંગ અપનાવવું તે સંશોધનનો વિષય છે. માલના પેકિંગ અંગે ગ્રાહકો અને વેપારીઓનાં સૂચનો મેળવી ચાલુ પેકિંગમાં જરૂરી ફેરફારો કરવામાં આવે, તો વેચાણનાં લક્ષ્યાંકોને પહોંચવામાં સફળતા પ્રાપ્ત થાય છે.

(૧૦) જાહેરાતનું માધ્યમ નક્કી કરવામાં ઉપયોગી છે : માલની જાહેરાત માટે કયું માધ્યમ અપનાવવું અને ચાલુ માધ્યમમાં ફેરફાર કરવો કે નહિ તે નક્કી કરવામાં પણ બજારસંશોધન ઉપયોગી નીવડે છે. ચાલુ જાહેરાત, વાતાયન પ્રદર્શન (Widnow Display) વગેરેમાં જરૂરી ફેરફારો કરી શકાય છે. અસરકારક માધ્યમ પસંદ કરી ગ્રાહકોને અપીલ કરી શકાય છે.

(૧૧) વિતરણ-પદ્ધતિ પસંદ કરવામાં અગત્યનો ભાગ ભજવે છે : તે માલના વિતરણમાર્ગો પસંદ કરી ઓછે ખર્ચે માલનું વિતરણ શક્ય બનાવે છે. દૂર દૂરનાં બજારોમાં વસ્તુ પહોંચાડી નવાં બજારો અને ગ્રાહકો મેળવવામાં તે ખૂબ જ ઉપયોગી છે.

(૧૨) હરીફાઈ સામે ટકી રહેવા જરૂરી માહિતી પૂરી પાડે છે : બજારસંશોધન દ્વારા હરીફ ઉત્પાદક. હરીફનો માલ. તેની નીતિ. નબળાઈઓ. તેની તરફેણના મુદ્દા વગેરેનો તલસ્પર્શી અભ્યાસ

કરવામાં આવે છે અને હરીફાઈમાં ટકી રહેવા કેવાં પગલાં લેવાં જોઈએ તે અંગે માર્ગદર્શન આપે એવી માહિતી પૂરી પાડે છે.

૧૨. બજારસંશોધનની મર્યાદાઓ :

બજારસંશોધનનો ઝડપી વિકાસ થયો હોવા છતાં તે અમિશ્રિત આશીર્વાદ જ નથી, પરંતુ અન્ય વૈજ્ઞાનિક પદ્ધતિઓની માફક તે પણ નીચેની મર્યાદાઓને આધીન છે :

(૧) તે માટે ખાસ તાલીમ પામેલ કર્મચારીઓ કે નિષ્ણાત અધિકારીઓ રોકવા પડે છે. બજારસંશોધનના કાર્યક્રમ પાછળ સારો એવો ખર્ચ કરવો પડે છે. એટલે જ તે ખર્ચાળ હોવાની ફરિયાદ થાય છે.

(૨) બજારસંશોધનની ક્રિયામાં વિશ્વાસપાત્ર માહિતીનાં પ્રાપ્તિસ્થાનોનો ઉપયોગ ન થાય તો બજારસંશોધનનો કોઈ અર્થ નથી. ઊલટું, તે ગેરરસ્તે દોરવનારાં પરિણામો દર્શાવે એ શક્યતા પણ પૂરેપૂરી છે. ક્યારેક એવું પણ બને છે કે યોગ્ય માહિતી હોવા છતાં વિશ્લેષણ ખોટા પાયા પર રચાયેલું હોય ત્યારે ખોટા નિર્ણયો લેવાઈ જવાની શક્યતા વધુ રહે છે.

(૩) સમયની દૃષ્ટિએ પણ તે ખર્ચાળ નીવડે છે. તેની યોજનાની શરૂઆતથી તે યોજના પૂરી થતાં વચ્ચેના સમયનો ગાળો લાંબો હોય છે. અમેરિકન મેનેજમેન્ટ એસોસિયેશને બજારસંશોધનની આ મર્યાદા દર્શાવતાં જણાવ્યું છે કે કેટલીક વાર તેનાં પરિણામો માટે મહિનાઓ કે વર્ષો સુધી રાહ જોવી પડે છે. જો અધીરા સંચાલકો ઝડપી નિર્ણયો લઈ બેસે તો બજારસંશોધન ફાયદો કરવાને બદલે મુશ્કેલીમાં મૂકી દે.

(૪) બજારસંશોધન માટે લાયકાત અને તાલીમ પામેલા અધિકારીઓ મેળવવા મુશ્કેલ છે અને એ તો સ્પષ્ટ છે કે બજારસંશોધનની સફળતા કુનેહબાજ અને લાયકાતવાળા અધિકારી પર અવલંબે છે, કાબેલ અને વિચક્ષણ સંશોધકો મેળવવાં અશક્ય નહિ તો ખૂબ જ મુશ્કેલ છે.

તેથી તો કેટલાક અનુભવીઓ જણાવે છે કે બજારસંશોધન વેચાણના પ્રશ્નોના ઉકેલ માટેની કોઈ જાદુઈ લાકડી નથી, કે જેનાથી બધા પ્રશ્નોનું નિરાકરણ આવી શકે; પરંતુ એક બાબત ચોક્કસ છે કે બજારસંશોધન એ તો વેચાણ નિર્ણયોમાં મદદરૂપ સાધન માત્ર છે. જો વ્યક્તિ વિવેકબુદ્ધિપૂર્વક તેનો ઉપયોગ કરે તો ધંધાકીય નિર્ણય લેવામાં અવશ્ય સહાયરૂપ બને છે; એટલું જ નહીં, પરંતુ સાથે સાથે ધંધામાં રહેલા જોખમનાં તત્ત્વને ઘટાડે છે.

જો કે તેની મર્યાદાઓ ધ્યાનમાં લઈ તેનો ઉપયોગ યોગ્ય અને આયોજિત રીતે કરવામાં આવે તો સંચાલનને બજાર અંગેના નિર્ણયો લેવામાં તે પૂરતું માર્ગદર્શન આપી શકે તે વિષે કોઈ શંકા જ નથી.

અભ્યાસપ્રશ્નો

૧. બજારસંશોધન એટલે શું? બજારસંશોધનનાં હેતુઓ અને પ્રક્રિયા સમજાવો.
૨. બજારસંશોધનની અગત્ય અને તેની પદ્ધતિ દર્શાવો.
૩. બજારસંશોધનની વ્યાખ્યા આપો અને તેનું મહત્ત્વ દર્શાવો.
૪. બજારસંશોધન એટલે શું? તેની કાર્યવિધિ વર્ણવો.
૫. 'બજારસંશોધન એ વૈભવ અથવા બગાડ છે' - આ વિધાનની તરફેણ કે વિરુદ્ધમાં તમારું દૃષ્ટિબિંદુ રજૂ કરો. બજારસંશોધનની મર્યાદાઓ જણાવો.