

फुटपाथ विक्रेता : एक शहर की जीवन रेखा



मानसी चौधरी**



अनुराधा कुमारी**



चंचल***,



सहायक : रमिता***

प्रस्तावना

वर्तमान शोध फुटपाथ विक्रेताओं के बारे में है जिनसे हम सभी भली भांति परिचित हैं। फुटपाथ विक्रेता चार प्रकार के होते हैं : प्रथम वे जिनके पास निश्चित स्थान पर एक अस्थायी दुकान होती है, जिन्हें कियोस्क या खोखा कहा जाता है; द्वितीय वे जिनके पास चल दुकान होती है, जिन्हें ठेला कहा जाता है; तीसरे वे विक्रेता जो साप्ताहिक बाजारों में भाग लेते हैं और अंततः वे जो इलाकों और गलियों में एक स्थान से दूसरे स्थान पर अपने सामान का विक्रय करते हैं। ये सभी विक्रेता कम कीमत वाला सामान बेचते हैं, जिनकी कीमतें आमतौर पर निश्चित नहीं होती हैं और कभी-कभी उनके सामान की गुणवत्ता भी बहुत अच्छी नहीं होती है। ये विक्रेता बड़ी संख्या में ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं, जिनमें से कई उनके नियमित ग्राहक भी बन जाते हैं। लोभ उनकी ओर आकर्षित होते हैं, क्योंकि उनका सारा सामान प्रदर्शन पर होता है और उन्हें न तो मोल-भाव करने में समस्या होती है और न ही किसी रसीद की जरूरत होती है।

उद्देश्य

इन विक्रेताओं की पृष्ठभूमि, उनके मूल स्थान, शिक्षा आदि तथा उनकी जीवन शैली और वित्तीय सुरक्षा को जानना।

अध्ययन की प्रासंगिकता

यह ऑनलाइन शॉपिंग, डेबिट और क्रेडिट कार्ड के माध्यम से भुगतान, मॉल और बड़े डिपार्टमेंटल स्टोर का युग है। यह जानना प्रासंगिक है कि ये विक्रेता आधुनिक विपणन पर्यावरण में कैसे टिके हुए हैं और वे अपने लिए क्या भविष्य देखते हैं।

अध्ययन का क्षेत्र

इस अध्ययन में दिल्ली और राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र के फुटपाथ विक्रेताओं को शामिल किया गया है।

प्रयुक्त आँकड़े

शोध में हमने सुविधा प्रतिदर्श सर्वेक्षण किया और एक प्रश्नतालिका के माध्यम से जानकारी एकत्र की। हमारी परिचर्चा अनौपचारिक व्यक्तिगत बातचीत, अवलोकन और पहले औपचारिक रूप से एकत्र जानकारी पर आधारित है।

* ** *** श्री.प. हिन्दी (विशेष), तृतीय वर्ष

** ** * सहायक प्रोफेसर, कॉमर्स विभाग, मैट्रेयी कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय

शोध प्रविधि

अध्ययन में सुविधा प्रतिदर्श सर्वेक्षण तकनीक अपनाते हुए एक प्रश्नतालिका का उपयोग हुआ है। हम 125 व्यक्तियों के प्रतिदर्श को ले कर चले थे, किन्तु केवल 60 व्यक्तियों से प्राप्त हुई जानकारी ही उपयोग करने योग्य रही। ये जानकारी विभिन्न बाजारों में अपनी दुकान लगाने वाले व्यक्तियों से मिल कर एकत्र की गई है।

प्राप्त जानकारी को प्रायिकता तालिकाओं में परम मान और प्रतिशत के रूप में संयोजित किया गया है। आय और आयु के आँकड़ों को उन वर्गों की माध्यिका द्वारा इंगित किया गया है।

अध्ययन की सीमा

संदर्भित वर्ग की निम्न शैक्षिक योग्यताओं और उनकी पूरी जानकारी दे पाने में असमर्थता के कारण ही सुविधा प्रतिदर्श विधि अपनाने को विवश होना पड़ा। हमने 125 फुटपाथ विक्रेताओं से अध्ययन से संबंधित जानकारी लेने का प्रयत्न किया, जिनमें से लगभग 50 प्रतिशत ही अध्ययन की प्रासंगिकता को समझने में सक्षम थे और उन्होंने संतोषजनक प्रतिक्रिया दी। इस प्रकार, प्रभावी नमूने में केवल 60 उत्तरदाता शामिल थे।

इसके अतिरिक्त प्रारंभिक अध्ययन (5 प्रश्नतालिकाएँ) के पश्चात् हमें उनके वित्त और जीवनशैली से संबंधित प्रश्न छोड़ने पड़े। इसी कारण यह शोध बहुत बुनियादी स्तर का रह गया है। इसका मुख्य कारण श्री उत्तरदाताओं का निम्न शैक्षिक योग्यता ही रहा। इसी कारण से एक प्रश्न तालिका को भरवा पाने में लगभग आधे घंटे का समय लग रहा था।



लेखिकाएँ फुटपाथ विक्रेताओं से जानकारी लेते हुए

प्रतिदर्श अभिलक्षण

उनके प्रश्न-वार उत्तरों को निम्नलिखित तालिकाओं में संक्षेपित किया गया है :

तालिका 1 : उत्तरदाताओं की आयु

आयु (वर्षों में)	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
18-30	24	40.0
30-40	14	23.3
40-60	18	30.0
60 और उससे अधिक	04	06.7
कुल	60	100.0

40 प्रतिशत उत्तरदाता 18-30 पूर्ण वर्ष की आयु वर्ग में आते हैं। उत्तरदाताओं की औसत आयु 34 वर्ष थी।

तालिका 2 : शिक्षा का स्तर

शिक्षा	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
निरक्षर	22	36.7
VIII से नीचे	17	28.3
VIII	11	18.3
X	04	06.7
XII	04	06.7
स्नातक	02	03.3
कुल	60	100.0

अधिकांश उत्तरदाता (36.7 प्रतिशत, 60 में से 22) निरक्षर थे और लगभग 47 प्रतिशत (60 में से 28) ने 8वीं कक्षा या उससे कम पढ़ाई की थी। दो उत्तरदाताओं के पास स्नातक की डिग्री थी।

तालिका 3 : उत्तरदाताओं का मूल स्थान

राज्य	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
उत्तर प्रदेश	23	38.3
बिहार	18	30.0
दिल्ली	14	23.3
राजस्थान	04	06.7
मध्य प्रदेश	01	01.7
कुल	60	100.0

77 प्रतिशत उत्तरदाता (60 में से 46) दिल्ली के बाहर से थे और उत्तर प्रदेश शीर्ष पर था (38.3 प्रतिशत, 60 में से 23)। 60 में से 14 उत्तरदाता केवल दिल्ली के मूल निवासी थे।

तालिका 4 : परिवार कहां रहता है?

स्थान	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
दिल्ली	29	48.3
मूल राज्य	31	51.7
कुल	60	100.0

एक प्रश्न पूछा गया था कि क्या परिवार (आश्रितों सहित) उत्तरदाता के साथ दिल्ली में रहता है? 60 में से 31 (51.7 प्रतिशत) उत्तरदाताओं का परिवार उनके मूल राज्य में था जहाँ से वे आए थे।

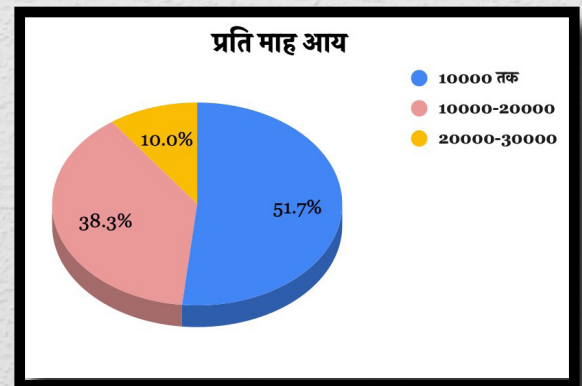
तालिका 5 : कमाने वाले सदस्य

कमाने वाले सदस्यों की संख्या	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
अकेला	31	51.7
2	15	25.0
3	09	15.0
4 से अधिक	05	08.3
कुल	60	100.0

50 प्रतिशत से अधिक उत्तरदाता (60 में से 31) अपने परिवार में अकेले कमाने वाले थे।

तालिका 6 : प्रति माह आय (लगभग)

प्रति माह आय (रुपए में)	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
10000 तक	31	51.7
10000-20000	23	38.3
20000-30000	06	10.0
कुल	60	100.0



50 प्रतिशत से अधिक उत्तरदाता (60 में से 31) 10,000 रुपये तक कमा रहे थे। 10 प्रतिशत उत्तरदाता (60 में से 6) 30,000 रुपये तक कमा रहे थे। उत्तरदाताओं की औसत कमाई 10,000 रुपये थी।

तालिका 7 : दिल्ली में अपना घर

प्रतिक्रिया	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
हाँ	37	61.7
नहीं	23	38.3
कुल	60	100.0

60 उत्तरदाताओं में से 37 (61.7 प्रतिशत) दिल्ली में अपना खुद का आवास बनाने में कामयाब रहे, जबकि बाकी (60 में से 23) किराए के घर में रह रहे थे।

तालिका 8 : बचत

प्रतिक्रिया	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
हाँ	27	45.0
नहीं	33	55.0
कुल	60	100.0

जब पूछा गया कि क्या वे भविष्य के लिए पैसे बचा रहे हैं, तो यह पाया गया कि 45 प्रतिशत (60 में से 27) उत्तरदाता अपने भविष्य के लिए बचत करने में सक्षम नहीं थे।

तालिका 9 : स्वयं परिवार के लिए बीमा

प्रतिक्रिया	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
हाँ	06	10.0
नहीं	54	90.0
कुल	60	100.0

10 प्रतिशत उत्तरदाताओं के पास स्वयं या उनके परिवार के किसी भी सदस्य के लिए बीमा नहीं था। (60 में से 6)

तालिका 10 : बैंक खाता

प्रतिक्रिया	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
हाँ	44	73.3
नहीं	16	26.7
कुल	60	100.0

73.3 प्रतिशत (60 में से 44) के नाम पर एक बैंक खाता था।

परिचर्चा

हमारे सर्वेक्षण के दौरान हमें ज्ञात हुआ कि फुटपाथ वाले विक्रेता बड़ा कठिनाई भरा जीवन जी रहे हैं क्योंकि उनके व्यवसाय के स्थान पर कोई पक्की छत नहीं होती और उन्हें विभिन्न मौसमों में प्रकृति की मार झेलनी पड़ती है। उनमें से अधिकांश अपने परिवार से दूर रहते हैं और उनके भावनात्मक तथा प्रत्यक्ष सहारे से वंचित हैं। उनकी निवल आय भी बहुत अधिक नहीं होती (आधे से अधिक मामलों में तो यह 10,000 रुपए मासिक से कम ही रहती है)।

इसके कारण न तो वे अपने परिवार को यहाँ रख पाते हैं और न ही अपने गाँव में उनके लिए पर्याप्त राशि भिजवा पाते हैं। यही नहीं अधिकांश (आधे से ज्यादा) तो अपने परिवार के एकमात्र कमाने वाले हैं। बस एक ही बात अच्छी है कि उनमें से कुछ एक दिल्ली में अपना घर बनाने में कामयाब हो गये हैं। एक और बहुत अच्छी बात सर्वेक्षण में स्पष्ट हुई कि यद्यपि ये लोग बहुत शिक्षित नहीं हैं, फिर भी इन्होंने टेक्नोलॉजी के साथ कदम से कदम मिलाना सीख लिया है और प्रायः सभी अपने ग्राहकों से आधुनिक विधियों जैसे कि यू पी आई के माध्यम से भुगतान स्वीकार करने को तैयार रहते हैं। साथ ही सभी के पास कोई न कोई स्मार्ट फोन भी था।

लेकिन एक बात बहुत निराशाजनक दिखी कि यद्यपि इनमें से तीन चौथाई के पास अपने बैंक खाते हैं किन्तु फिर भी वे भविष्य के लिए कुछ बचा नहीं पा रहे हैं। न ही उनका और न ही उनके परिवार के किसी सदस्य का बीमा हुआ है और बचत तो न के बराबर है। इसलिए भविष्य में उनकी वित्तीय सुरक्षा बहुत अच्छी प्रतीत नहीं होती। लगता है कि वे कल या परसों की सोचे बिना केवल आज के लिए जी रहे हैं।

आगे शोध की संभावनाएँ

हमारा अध्ययन बहुत बुनियादी स्तर का रहा है। वस्तुतः आधे से ज्यादा चिन्हित व्यक्तियों के उत्तर नहीं मिलने पर हमें अपने उद्देश्यों को सीमित करना पड़ा। उनके वित्त, जीवन शैली और भावी पीढ़ी के लिए उनकी योजनाओं को जानने के लिए बहुत गहन शोध किए जाने की आवश्यकता है।

अंत में

फुटपाथ विक्रेता दिल्ली की जीवन रेखा के समान हैं। भले ही आधुनिक विक्रय के माध्यम फल-फूल रहे हैं, किंतु वे न तो फुटपाथ विक्रेताओं को हटा पाये हैं और न ही आजीविका की तलाश में दिल्ली की ओर नये प्रवासियों का आगमन रोक पाये हैं। सभी ऑन लाइन खरीदारी और भुगतान आदि के कारण इन छोटे दुकानदारों का काम कुछ कम हुआ है, किंतु शहर में इनके महत्त्व को झुठलाया नहीं जा सकता। उनका जीवन आसान नहीं है। उनकी आमदनी बहुत प्रभावशाली नहीं है। वे अनेक कठिनाइयों का सामना करते हैं किन्तु फिर भी डटे हुए हैं। स्थानीय अधिकारियों से बस थोड़ा-सा सहारा उनकी बहुत सहायता कर सकता है। संभव है कि यदि कोई गैर सरकारी संगठन अधिकारियों को इनकी सहायता के लिए प्रेरित करे और साथ ही इन छोटे दुकानदारों को बचत और बीमे का महत्त्व समझाएँ तो इनका भविष्य अधिक सुरक्षित बन सकता है।

