

## విషయ సూచిక

1. ముందుమాట	.....	1
2. పరిచయం	.....	3
3. మార్కెట్ గురించి ఎందుకు తెలుసుకోవాలి	.....	9
4. వినియోగదారులు	.....	11
5. చేనేత వస్త్రం	.....	16
6. ధర	.....	21
7. ప్రదేశం	.....	25
8. ప్రచారం	.....	28
9. ప్రభుత్వ పథకాలు	.....	30
10. క్రొత్త విషయాలు	.....	31
11. ఇప్పుడు ఏమిటి?	.....	33



## ముందుమాట

ఈ పుస్తకము చేనేతకారులకు ప్రయోజనమైన రీతిలో వ్రాయబడినది. ఈ పుస్తకం ద్వారా చిత్రక సంస్థ మీకు మారుతున్న మార్కెట్ పరిస్థితులను అర్థం చేసుకుంటేనే, మీ జీవనోపాధి సుస్థిరమౌతుంది, అని నొక్కి చెప్పే ప్రయత్నం. దీనిలో మీ ముందు పెట్టిన అంశాల ద్వారా, ఉత్పత్తిని దాటి మీరు మార్కెట్ వైపు కూడా దృష్టి మళ్లించాలని చెబుతున్నాము. ఉత్పత్తిదారుడు 'నేతకూలీ' వాడిగా కాకుండా మార్కెట్ రంగంలో ఒక ముఖ్య అంగం కావాలని మా ప్రయత్నం.

ఈ పుస్తకం 'పాన్ ఆండ్రప్రదేశ్ మార్కెట్ స్టడీ ఆఫ్ కాటన్ హ్యూండ్లూమ్ ప్రొడక్ట్స్' అనే మార్కెట్ పరిశోధన యొక్క ఫలితము. సర్ దోరాబ్జీ టాటా ట్రస్ట్ వారి సౌజన్యంతో ఈ పరిశోధన చేపట్టడం జరిగింది. ఈ పరిశోధన భారతదేశంలో ఉన్న వినియోగదారులు, వ్యాపారులు మరియు ప్రభుత్వ సంస్థలను సంధించి చేనేత వస్త్రాలపై వారి అభిప్రాయాలు సేకరించడం జరిగింది.

చేనేత వస్త్రాల మార్కెటింగ్ కి సంబంధించిన అనేక క్లిష్టమైన విషయాలను, ఉత్పత్తిదారుల ముందు పెట్టడం ఈ పుస్తకం యొక్క ముఖ్య ఉద్దేశ్యము. 428 మంది గ్రామాలలో చేనేత వినియోగదారులను, 245 పట్టణ వినియోగదారులను, 412 మంది గ్రామాలలో చేనేతను వినియోగించనివారు, 245 మంది పట్టణాలలో చేనేతను వినియోగించని వారు మరియు 138 మంది చేనేత వ్యాపారులను, 64 మంది ఇతర వ్యాపారులు మరియు 10 సహకార సంస్థలను సందర్శించడం జరిగింది. ఈ పరిశోధన 10 చేనేత గ్రామాలలో (రకాల వారిగా) మరియు 5 పట్టణాలలో జరిగింది.

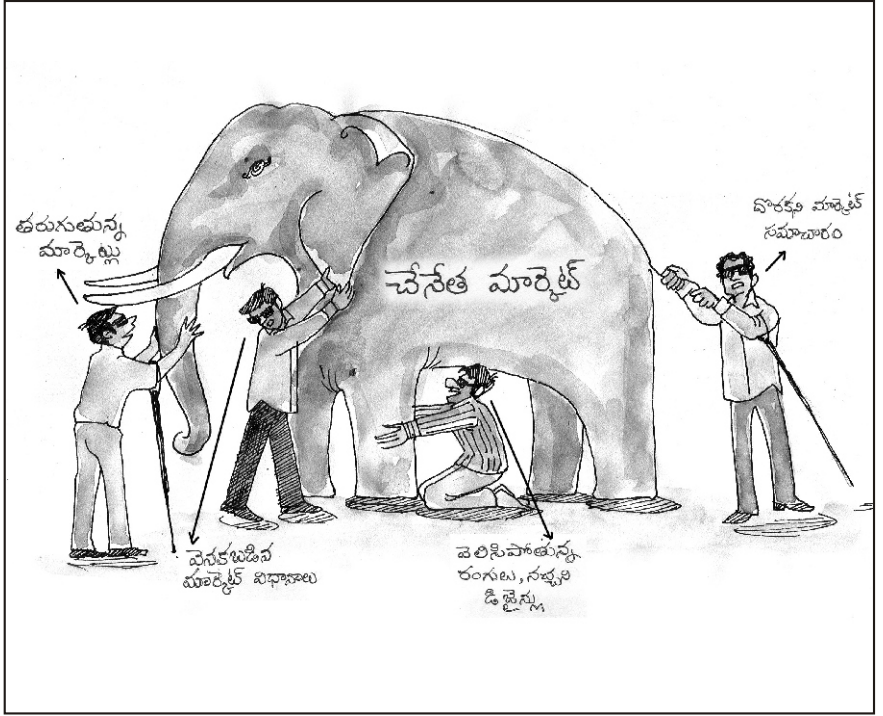
**ఈ పుస్తకంలో మీ ముందు పెట్టే ముఖ్యాంశాలు :**

- వినియోగదారుని అభిరుచులు
- మార్కెటింగ్ అంశాలు - ఉత్పత్తి, ధర, స్థానం, ప్రచారం

- ప్రసిద్ధమైన ఆండ్రా చేనేతలు
- ప్రభుత్వ మార్కెటింగ్ పథకాలు
- కొత్త అవకాశాలు

ఈ పుస్తకము సరళమైన భాషలో మార్కెట్ కి సంబంధించిన ప్రశ్నల ద్వారా మీ ముందు పెడుతున్నాము. ఈ ప్రశ్నలకు పరిశోధనలో తెలిసిన విషయాల ద్వారా ప్రత్యుత్తరాలు వ్రాయడం జరిగింది.

కొంతమంది గుడ్డివాళ్ళ ఏనుగు ఒక ప్రక్క భాగముని తాకి ఏనుగు ఏ ఆకారంలో ఉంటుందోనని ఊహించుకోవడానికి ప్రయత్నించినట్లు కాకుండా ఈ పుస్తకము మార్కెట్ గురించి ఒక పరిపూర్ణమైన చిత్రాన్ని మీ ముందుకు తీసుకొచ్చింది.



ఒక రోజు సీతాపురం గ్రామంలో సాయంత్రం 4గం||లు అయ్యేసరికి సత్యారావు ఇంటికి ఒక ఫైనాన్స్ వ్యాపారి డబ్బులు కట్టమని వస్తాడు. ఆ సమయంలో సత్యారావు ఇంటి దగ్గర ఉండడు. అందుకు ఆయన సత్యారావు భార్యను మీరు రోజు కట్టవలసిన 40 రూ|| రెండు రోజులు నుండి కట్టడం లేదు. అలా అయితే ఇంటిలో ఉన్న సామాన్లు అన్ని తీసుకొని పోతాం అని గట్టిగా అరుస్తాడు. దానికి సత్యారావు భార్య కనకమ్మ గట్టిగా ఏడుస్తుంది. దానిని విని వీధిలో ఉన్నవారు అందరూ ఒక్కొక్కరుగా సత్యారావు ఇంటి వద్దకు చేరుకుంటారు. రెండు మూడు రోజుల్లో కట్టిస్తాం అని చెప్పి పంపిస్తారు.

- మహాలక్ష్మి : ఎందుకు కట్టడం లేదు చెల్లీ డబ్బులు?
- కనకమ్మ : నాలుగు రోజుల నుండి అబ్బాయికి ఒంట్లో బాగోలేదు. మేము నేత చేసిన బట్టలు షావుకారి వద్ద ముందు అప్పుచేసినవి ఉన్నందున మజూరి తక్కువ వచ్చింది. అందువలన కట్టలేకపోతున్నాం.
- చిన్నమ్మ : ఈ చేనేత పని చేయాలంటే 24 గం|| చాలదు. కాని అందరూ తినడానికి తిండి కూడా దొరకడం కష్టం అయిపోతుంది.
- రాజులమ్మ : ఎంతమందిమి పనిచేసిన అవే డబ్బులు వస్తాయి. పిల్లలకు చదువులు ఉండవు, మాకు తీరికా ఉండదు.
- రమణ : ఎన్ని సంవత్సరములు గడిచిన మన బ్రతుకులు మారవు, నాకూతురుకు పెండ్లి చేయడానికి డబ్బులు లేవు. ముసలితనంలో బ్రతకడానికి అవకాశం లేదు.
- రామలింగం : ఆడపిల్లల పెండ్లిలుకే కాదు, మగపిల్లవాడు మా వాడికి కూడా ఎవ్వరూ చేనేత పని అని పిల్లను ఇవ్వడం లేదు.
- నరేష్ : అసలు మనం తయారీ చేసిన బట్టలు ఎక్కడ అమ్ముతున్నారో ఎంతకు అమ్ముతున్నారో ఎవరికి తెలుసు, మనకిచ్చిన కూలీ డబ్బులు తప్ప.

నాగ : మొన్న నేను ఒక సరి తయారి చేసి అమ్మేసరికి తల ప్రాణం తోకకు వచ్చినా మన ఊరు షావుకార్లు ఉన్న రేటు ఇవ్వరు. పట్నం తీసుకెళ్ళితే 3 నెలలు వరకు అరువు అడుగుతున్నారు. ఎలా అమ్ముకోవాలో తెలియదు.

శ్రీను : అసలు మనవాళ్ళేం తక్కువనా! తక్కువ మజూరి ఉండటం వలన నూలు మిగిల్చుకుంటున్నారు. దానివలన బట్ట నాణ్యత సరిగా ఉండదు, కావలసినంత ధర అమ్మకంలో రాదు, అందువల్ల బట్టలు కొనేవారు కూడా తగ్గిపోతున్నారు.

చిన్నా : మన దగ్గర ఉన్నవి పాత మగ్గాలు. నూలు తోడటం, అద్దకం, గంజిపెట్టడం, సరిచేయడం, మొదలైన పనులలో పాత పద్ధతులే పాటిస్తున్నాం. అందుకే మనకు ఎక్కువమంది అవసరం, ఎక్కువ సమయం అవసరం పడుతుంది. కాని ప్రస్తుతం చాలా గ్రామాలు వారు అనేకమైన సాంకేతిక పరికరాలు వాడుచున్నారు. డబ్బాల మిషన్, బీమ్లు, నూలు సరిచేయకుండా వాడటం, రెండు వందల మీటర్లకు ఒకసారి అచ్చుఅతకడం వంటి అనేకమైన పనులు చేస్తున్నారు.

ఆనంద్ : అందుకే రోజు రోజుకు మన వాళ్ళు ఊరు విడిచిపెట్టి పట్నంలో హోటల్స్, కంపెనీలకు వెళ్ళిపోవుచున్నారు.

ఇంతలో

రంగారావు : కొన్ని గ్రామాలలో స్వచ్ఛంద సేవా సంస్థల వారు వచ్చి మన చేనేతలో ఏవిధంగా పనిచేసినట్లు అయితే లాభములు వస్తున్నాయో అని చెప్పి సహకార సంఘాలు ఏర్పాటు చేసి మంచిగా ఆదాయం వచ్చే మార్గాలు చెప్పుచున్నారు. మొన్న నేను మా అత్తవారు ఊరు వెళ్ళినపడు అక్కడ సంస్థ ప్రతినిధి ఒకరు కలసి నాకు చెప్పినారు. ఆ గ్రామంలో ఉన్న సంఘాన్ని నేను వెళ్ళి చూసినాను. రేపు ఉదయం 10 గంటలకు మన గ్రామానికి ఆ సంస్థ వాళ్ళు వస్తారట. అందుకు

మనమందరం చింత చెట్టు దగ్గర సమావేశం ఏర్పాటు చేసుకుందాం.

ఏమో ఎవరు వస్తారో? ఏమి చెప్తారో? అయినా చూద్దాం మంచిదేకదా! రేపు 10గం||లకు కలుద్దాం అంటూ వెళ్ళిపోతారు అందరూ.

మరుసటి దినం సీతాపురం గ్రామంలో చింత చెట్టు దగ్గరకు చేనేత కుటుంబములు వారు కొంతమంది ఉత్సాహంగా వచ్చినారు. నిర్ణయించిన సమయం కంటే ముందుగానే స్వచ్ఛంద సేవా సంస్థ ప్రతినిధి కూడా వచ్చియున్నారు. ఇక అందరూ కలుసుకొని ఒకరు గూర్చి ఒకరు తెలుసుకునే ప్రయత్నం మొదలుపెట్టినారు.

సంస్థ ప్రతినిధి : మా సంస్థ చేతి వృత్తులు వారి జీవనోపాదులకై పనిచేస్తుంది. మీకు కావలసిన ఉత్పత్తి, మార్కెటింగ్, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం మరియు అవసరమైన ఆర్థిక వనరులు సమకూర్చుటలో సహాయపడటం, ఇతర సంస్థల వారితో అనుసందానం చేయటం జరుగుతుంది.

అయితే ముందుగా కొన్ని విషయాలు తెలుసుకుందాం.

మీరు తయారు చేస్తున్న బట్టలు ఎక్కడ అమ్ముడుపోతాయి? మీకు కావలసిన నూలు, జరీ, ఇతర మెటీరియల్స్ ఎక్కడ దొరుకుతాయి? ఎంతకు దొరుకుతాయి?

దీనిపై చిన్న చర్చ జరిగినది. పూర్తిగా తెలియదు కాని కొన్ని మార్కెట్ల పేర్లు మాత్రమే చెప్పగల్గినారు. అయినా మనకు ఏమి అవసరం వాళ్ళ గురించి ఎందుకు తెలుసుకోవాలి? మన పని మాత్రమే మనకు తెలుసు అని కొంతమంది అభిప్రాయం వెలిబుచ్చారు.

సంస్థ ప్రతినిధి : ప్రస్తుతం మేము చిన్నాపురంలో పని చేస్తున్నాం. అక్కడ చేనేతకారులు అందరూ కలిసి ఒక సొసైటీ ఏర్పాటు చేయుటకు సహాయం చేయడం అయినది. అయితే ఇందులో సభ్యులు నూలు

కొనుగోలు చేయడం నుండి మార్కెట్లో బట్టలు అమ్మే వరకు జరిగే పనులు అన్ని చూసుకొనుచున్నారు. మనం బట్టలు ఉత్పత్తి మరియు మార్కెట్ చేయాలంటే మొదట మార్కెట్ సమాచారం అంతా మన దగ్గర ఉండాలి అని సంస్థ మొట్టమొదటిగా గుర్తింపచేసింది. ఏ మార్కెట్ నందు ఎటువంటి బట్టలు అమ్మకం జరుగుతుందో, ప్రస్తుతం మార్కెట్ యొక్క విధానం ఎలా ఉంది అనేది తెలుసుకునే ప్రయత్నం చేయుటకు సంస్థ వారు సహకరించడం అయినది. మనం తయారుచేసిన బట్టను మనమే అమ్మితే అందులో ఉన్న లాభంగాని పేరుగాని మనకు దక్కుతుంది. అదేవిధంగా కొనేవారికి కూడా కొంతరేటు తక్కువగా యుంటుంది. అందువలన అమ్మకం కూడా ఎక్కువ చేయవచ్చును. నాణ్యమైన బట్టకూడా మనమే వారికి అందజేయవచ్చును.

అయితే స్వచ్ఛంద సేవాసంస్థ వారు ప్రోత్సాహంతో ఏర్పాటు చేసుకున్న సంఘంను సందర్శన చేయుటకు కొంతమంది చేనేతకారులు నిర్ణయించుకోవడం అయినది. ఈ వారంలో గురువారం పౌర్ణమి రోజును మేము చిన్నాపురం సొసైటీని సందర్శన చేయుటకు వస్తున్నట్లు తెలియపర్చమని సంస్థ ప్రతినిధికి చెప్పి అందరూ వెళ్ళి పోయారు.

ఈ రోజు పౌర్ణమి. చేనేతకారులకు సెలవు దినము. సీతాపురం నుండి 10 మంది చేనేతకారులు స్వచ్ఛంద సేవాసంస్థవారి ప్రోత్సాహంతో ఏర్పాటు చేసిన చిన్నాపురం సంఘంను సందర్శన చేయుటకు వచ్చినారు. సొసైటీ ప్రొడక్షన్ ఇన్ ఛార్జీ, కమిటీ మెంబర్లు మరియు సభ్యులు అందరూ బయట గ్రామం నుండి వచ్చిన తోటి చేనేతకారులకు హాయిహాయిలు చెప్పి పలకరింపు చేసుకున్నారు. ఇక సొసైటీలో జరుగు అనేకమైన కార్యక్రమాలు గూర్చి అడిగి తెలుసుకొనుచున్నారు.

రామారావు (కార్యదర్శి): మార్కెట్ అనేది మనం తయారుచేసిన బట్ట యొక్క నాణ్యత

బట్టి ఆధారపడి ఉంటుంది. అదేవిధంగా మనం అమ్మే ప్రదేశం, వినియోగదారుల అభిరుచులపై ఆధారపడి యుంటుంది.

ప్రోడక్షన్ ఇన్ ఛార్జ్ : ఇంతకు ముందు అన్ని ఒకేరకమైన బట్టలను నేసేవారిమి, ప్రస్తుతం మార్కెట్ నుండి ఆర్డర్లు రావడం వలన అన్ని రకాలు ఉత్పత్తి చేయడం అనేది జరుగుతుంది. ఎందుకంటే ఒకే రకంతో మార్కెట్లో ఎవరు షాపు పెట్టుకోరు. అందువలన మనం ఒక్కటే బట్టనేతచేస్తే వారికి అది అవసరం అయితేనే తీసుకుంటారు. అలాకాకుండా వివిధ రకాల ఉత్పత్తులు చేయడం వలన వారికి అందులో ఏవోకొన్ని కొనుగోలు చేయడం అనేది జరగుతుంది దాని వలన సొసైటీలో పని అనేది నిత్యం జరుగుతూనే ఉంటుంది. దానివలన మన సొసైటీ బాగా నడవడానికి అవకాశం ఉంటుంది.

ఆనంద్ సీతాపురం : మా గ్రామంలో మార్కెట్కు ఎవరు వెళ్తారు? ఏ బట్ట నేయాలి ఎలా తెలుస్తుంది. కొత్త రకాలు మేము నేత చేయగలమా? మార్కెట్లో మా చీరలు, పంచలు ఆర్డరు ఎవరైనా ఇస్తారా?

ప్రోడక్షన్ ఇన్ ఛార్జ్ : మనం నేత చేయాలి అనుకుంటే మార్కెట్కు అనుగుణంగా నేత చేయగలగాలి. మమ్మల్ని చూడండి ముందు సాదా రకాలు నేసేవారం. ప్రస్తుతం అదేనేతలో చీరలు, డ్రెస్ మెటీరియల్స్, చున్నీలు మరియు మార్కెట్కు కావలసినవన్ని తయారు చేస్తున్నాం. నేత ఒక్కటే, చేసే విధానంలో కొద్దిగా శ్రద్ధ, బుద్ధి ఉపయోగించుకోవాలి అంతే.

రామలింగం : ఇదేంటి చొక్కాలు, కుర్తాలు కూడా ఇక్కడ ఉన్నవి. ఎక్కడ కొన్నారు చాలా బాగున్నాయి.



వెంకటరావు

: సొసైటీ కోశాధికారి నవ్వుతూ.... ఇవి మేమే తయారు చేయిస్తున్నాము. బట్ట ఒక్కటే అమ్మడం కాదు. మా సొసైటీ తరపున మా గ్రామంలో ఉన్న ఆడ, మగవారితో ఒక టైలరింగ్ సెంటర్ పెట్టించాము. దానివలన మనకు తొందరగా అమ్ముడుపోతుంది. బట్టకంటే కూడా ఎక్కువ లాభం వస్తుంది.

రమణమ్మ

: ఇవన్నీ సరే! మీకు ఎలాంటి రకాలు ఉత్పత్తి చేయాలో మరియు ఏ మార్కెట్లో అమ్మాలో దాని గురించి ఎలా తెలుసుకున్నారు?

రామారావు

: సంస్థ సహాయంతో మార్కెట్కు సంబంధించిన ఒక సర్వేను చేయటం అయినది. ఇందులో ఆంధ్రప్రదేశ్ నందు 10 గ్రామాలలో మరియు మన దేశంలో 5 పట్టణాలు అందు తిరిగి మన చేనేత బట్టలు అమ్ముచున్నవారు, చేనేత బట్టలు అమ్మని వర్తకులను అదేవిధంగా మన బట్టలు కొనుగోలు చేస్తున్నవారిని, బట్టలు కొనని వారిని కూడా అడిగి తెలుసుకోవడం అయినది.

మార్కెట్లో అమ్ముడుపోవు బట్ట, మార్కెట్లు, రేట్లు మరియు ఇతర వివరాలపై అవగాహన కొరకు ప్రయత్నం జరిగినది. ఆ సర్వేలో తెలుస్తున్న ముఖ్య అంశాల గురించి మీకు చెబుతాను వినండి.



## అధ్యాయం 2

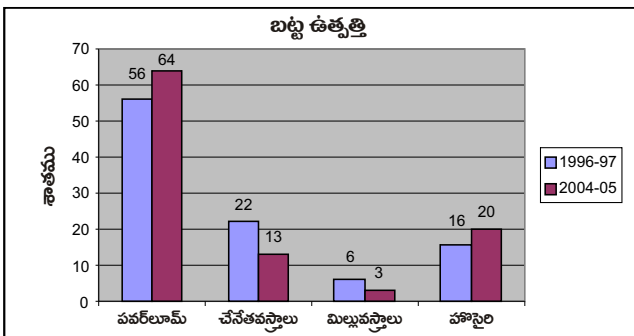
### మార్కెట్ గురించి ఎందుకు తెలుసుకోవాలి?

మార్కెట్ గురించి పరిశోధన చేయడం ఉత్పత్తిదారులయిన మీకు చాలా అవసరం. మార్కెట్ పరిశోధన నుంచే మీకు మార్కెట్ రూపం, ఏ ఉత్పత్తులు ఎట్లా అమ్ముడుపోతున్నాయో తెలుస్తుంది.

1. మార్కెట్ సమాచారం చాలావరకు వ్యాపారులు రహస్యంగా ఉంచడానికి ప్రయత్నిస్తారు. మార్కెట్ పరిశోధన వలన అట్టి రహస్యంగా ఉంచిన సమాచారం - ఎంతకీ, ఎట్లా, ఎప్పుడు, ఎలా అమ్మాలో - ఉత్పత్తిదారులకు తెలుస్తుంది.
2. మీరు తయారు చేసే ఉత్పత్తి మీ నుంచి కొనుగోలుదారులకు ఎట్లా చేరుతుందో మీరు తెలుసుకోగలరు.
3. కొనుగోలు దారులకు ఎట్లాంటి చేనేత వస్త్రాలు కావాలో మార్కెట్ పరిశోధన ద్వారా తెలుసుకొని, మీ ఉత్పత్తిని దానికి అనుగుణంగా మార్పుకోవచ్చు.
4. ఎప్పుడు మీ ఉత్పత్తులను కొనుగోలుదారులు కొంటారు అని తెలుసుకొని అయీ సీజన్లో మీ ఉత్పత్తులను తగిన విధంగా తయారు చేయగలరు.
5. ఉత్పత్తిదారులుగా మీకున్న నియమిత వనరులతో మీరు దుస్తులు తయారుచేయడం, ప్రింటింగ్ మొదలైనవి ఎట్లాచేయగలరో, తెలుసుకోగలరు.

మీరు గూడా మార్కెట్ చేయగలగాలంటే ఏమి తెలుసుకోవాలో దానిని నేను 8 సూత్రాలుగా మీకు చెప్పబోతున్నాను.

**మీకు తెలుసా .... మీరు తయారు చేసే చేనేత వస్త్రాలు జాతి పరిశ్రమలో ఎంత భాగమో?**



మన మాజీ ప్రధాని ఇందిరమ్మ “అన్నం, బట్ట, ఇల్లు’ అందరికీ ఉండాలి అని చెప్పినట్లు, బట్ట అనేది మన జీవనంలో ఒక ముఖ్య అవశ్యకత. చేనేత పరిశ్రమ మనిషి బట్ట వేయడం మొదలు పెట్టినప్పటి నుంచి ఉంది. వ్యవసాయం తరువాత రెండవ స్థానంలో వచ్చేది మన జౌలి పరిశ్రమే! భారతదేశ జౌళి పరిశ్రమ, 19వ శతాబ్దం పారిశ్రామిక విప్లవం తరువాత కాలంలో బాగా అభివృద్ధి చెందింది. జౌళి పరిశ్రమ దాదాపు రూ. 26,800 కోట్ల విలువ చేసే బట్టలును తయారు చేస్తుంది దాంట్లో 66% మన భారతదేశం ప్రజల వాడుకకు ఉపయోగపడుతుంది. 2006 సంవత్సరంలో 49577 మిలియన్ మీటర్ల బట్ట భారతదేశంలో ఉత్పాదన అయ్యింది. ఇన్ని వేల మీటర్లలో, 48% బట్ట కాటన్ బట్ట. గత కొన్ని సంవత్సరాలుగా, కాటన్ బట్ట ఉత్పత్తి తగ్గు ముఖం చూపిస్తుంది. దీనికి కారణం కొనుగోలుదారులు చాలా వరకు మిల్లు తయారీ రకాలు కోరడం. 2004-05 సం॥లో చేనేత రంగం 572.2 కోట్ల మీటర్ల బట్ట తయారు చేసింది. ఇది మొత్తం జౌళి ఉత్పాదనలో 13% శాతం మాత్రమే. చేనేత బట్టల తయారీ సంవత్సరానికి 3% పెరుగుతున్న, మొత్తం జౌళి ఉత్పాదనలో, చేనేత భాగము మాత్రం తగ్గి పోతుంది.

## ## ## ## ##

### **మా వాటా ఎవరు తీసుకు పోయారు?**

ప్రతి మనిషి ఒక సంవత్సరానికి దాదాపు 5.61 మీటర్ల మిల్లు బట్ట కొంటున్నాడు. చేనేత బట్ట మాత్రం ప్రతి ఒక్కరు 0.88 మీటర్ కొనుచున్నారు. ప్రభుత్వ, స్వచ్ఛంద సంస్థలు మరియు వ్యాపారులు సహాయం వల్ల కూడా, చేనేత రంగం మెరుగుపడుట లేదు. ఇది మార్కెట్ లేకపోవడమా? లేక మార్కెట్ దళారీలకు, వ్యాపారులకు మాత్రం లాభాలు చేకూర్చుతుందా? ఈ ప్రశ్నలకు సమాధానం వెతుకుదాం రండి!

**మెదడుకు మేత**  
చేనేత వాడుక ఎందుకు తగ్గుతున్నది? అలోచించండి....

**వినియోగదారులు**

**మన చేనేత బట్ట వినియోగదారులు ఎవరు? ఎప్పుడైనా ఆలోచించారా...**

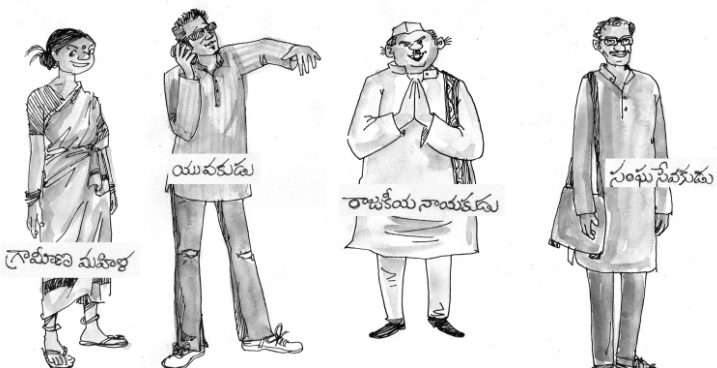
**మన చేనేత బట్ట ఎవరు కొంటారు? ...**

**ఇన్ని రకాల మిల్లు బట్టల మధ్య మన చేనేత బట్టను వారు ఎలా గుర్తిస్తారు అని?**



మహాత్మాగాంధీగారు ఇలా అన్నారు “మన దగ్గరకు వచ్చే వినియోగదారుడు ఒక ముఖ్యమైన అతిథి. వాడు మన మీద ఆధారపడడు.... మనము అతని మీద ఆధారపడి ఉన్నాము. అతను మన పనికి అంతరాయం కాదు.... మన పని యొక్క మూల ఉద్దేశ్యము. అతను అన్యుడు కాదు.. మన పనిలోని ఒక భాగము. మనము మన బట్టలు అమ్మి అతనికి ఉపకారం చేయడం లేదు .... అతను మనకి ఒక మంచి అవకాశం కలిగిస్తున్నాడు”.

చేనేత బట్టలు కొనేవారు ఊళ్ళల్లో మరియు పట్టణాల్లో కూడా ఉన్నారు. వీరు ఆంధ్రప్రదేశ్ కి చెందిన వారే కాదు, ఇతర రాష్ట్రాలలో, ఇతర దేశాలలో నివసించే వివిధ స్థాయికి, వివిధ వయస్సుకు చెందిన ఆడ మరియు మగవారు. చేనేత బట్ట వినియోగదారులు చేనేత బట్టను నేత పద్ధతి, రంగు మరియు రూపమును బట్టి గుర్తు పడతారు.

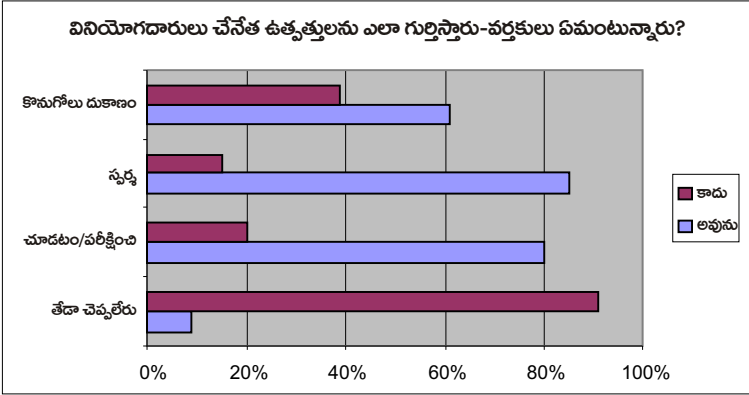


చేనేత పస్ట్రాలను ఎవరు కొనుగోలు చేస్తారు ?

**అభ్యాసము**  
 మీ ఊరిలో ఉన్న చేనేత బట్ట అమ్మే దుకాణమునకు వెళ్ళి అక్కడ బట్ట కొనుగోలు చేసే వారిని గమనించండి. ఆడ, మగ, వయస్సు, స్థాయి వంటి విషయాలను గమనించండి. దీనిని బట్టి మీరు ఏమి తెలుసుకుంటారో వ్రాయండి మరియు చర్చించండి.

## ## ## ## ##

## వినియోగదారులు చేనేత బట్టను ఎలా గుర్తిస్తారు?



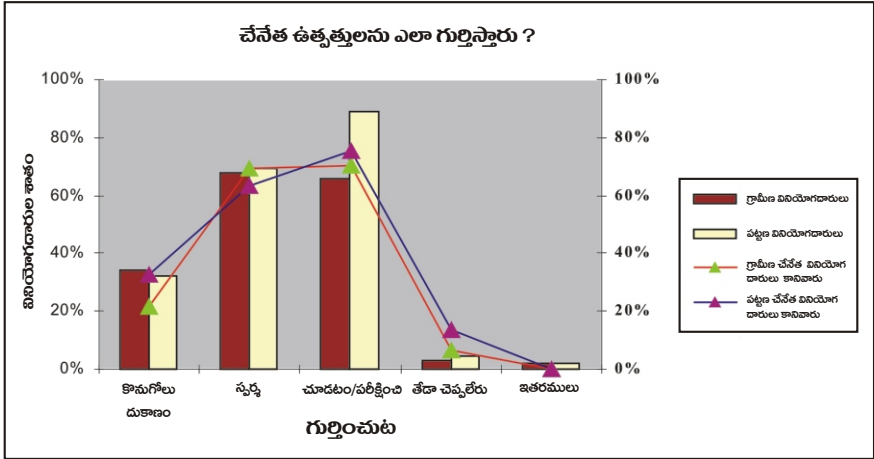
వినియోగదారులు తమకు నచ్చే మరియు ఉపయోగపడే వస్తువులను కొంటారు. వారికి నచ్చే ముఖ్యాంశములను బట్టి ఆయా వస్తువులను గుర్తిస్తారు. మార్కెట్ పరిశోధనలో 92% వినియోగదారులు చేనేత బట్టను గుర్తించగలము అని చెప్పారు. కాని మనం మార్కెట్లో చూస్తే, చాలా మంది వినియోగదారులు మిల్లు బట్టను చేనేత అనుకుని కొంటున్నారు. దీనిని బట్టి మీరు ఏమి తెలుసుకున్నారు? ఈ విషయమును మీరు కొంచెం సుధీర్ఘంగా ఆలోచించాలి. చాలా మిల్లు రకాలను చేనేత బట్ట అని వ్యాపారులు అమ్మేస్తున్నారు. బట్ట రూపము, స్పర్శను బట్టి చేనేత బట్టను మేము గుర్తించగలము అని వినియోగదారులు పేర్కొన్నారు. వినియోగదారులు కొనే షాపును బట్టి కూడా బట్ట చేనేత బట్టను గుర్తిస్తారు అని 60% వ్యాపారులు చెప్పారు.

## ## ## ## ##

### వినియోగదారులు బట్ట కొనేటప్పుడు ఏ విషయాలను చూస్తారు?

చేనేత బట్టను ఉపయోగించేవారు వివిధ స్థాయి, వయస్సు మరియు ప్రాంతాలకు చెందిన వారై ఉంటారు. మార్కెట్ పరిశోధన ద్వారా తెలిసింది ఏమిటంటే - ఏ రకమైన వినియోగదారులైనా రంగు మరియు హాయిగా ఉండే బట్టలకే ప్రాధాన్యత ఇస్తారు. ఊళ్లలో బట్టలు కొంటున్నవారు, ముఖ్యంగా ఆడవారు తక్కువ ధరకు చాలా ప్రాధాన్యత ఇస్తారు. అదే పట్టనాళ్ళో ఉండే ఆడవారు మన్నికకు ప్రాధాన్యత ఇస్తారు. పట్టణాళ్ళో ఉండే వినియోగదారులు ఆడ మరియు మగవారు, పనికి వెళతారు కాబట్టి, గంజి - ఇస్త్రీ అవసరం లేని మిల్లు బట్టని ఎక్కువ ఇష్ట పడుతున్నారు. శ్రమ లేకుండా సౌకర్యంగా ఉపయోగపడే బట్టలకు పట్టణాళ్ళో ఆడవారు ప్రాధాన్యత ఇచ్చారు

చేనేత బట్టను అమ్మాలంటే రంగు, 'ఫ్యాషన్', మన్నిక మరియు శ్రమ తగ్గించే బట్టలను మనం రూపొందించాలి. ధరను మరిచిపోవద్దు .....



### ఆలోచించండి

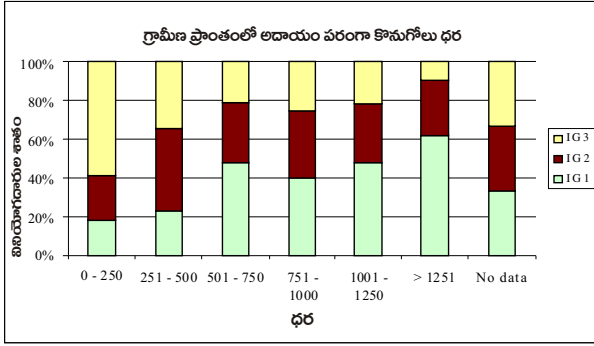
పైన సూచించిన విషయాలను బట్టి మీ నేత బట్టలో మీరు ఏమి మార్పులు తేగలరు? ఈ మార్పులు చెయ్యాలంటే దానికి కావలసిన సమాచారం ఎక్కడి నుంచి పొందగలరు?

# # # # #

### వినియోగదారుల వయస్సు మరియు సంపాదన చేనేత బట్ట

#### కొనుగోలును ఎట్లా ప్రభావితం చేస్తుంది?

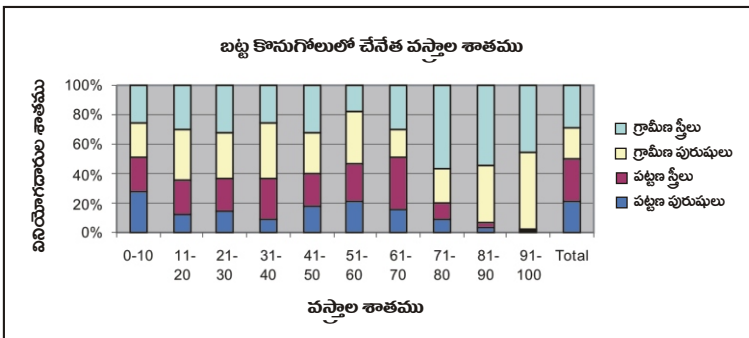
అన్ని రకాల వినియోగదారులు అన్ని రకాల బట్టలు కొనరు. మన బట్ట ధర, నాణ్యత, మన్నికను ఇష్టపడే వినియోగదారులు కొంతమంది ఉంటారు. మన బట్టని ఎలాంటి వారు కొంటున్నారో గుర్తించడం చాలా అవసరం. ప్రాంతం, వయస్సు, లింగం, సంపాదన వంటి కొన్ని ముఖ్యమైన అంశాలను గుర్తుపెట్టుకోవాలి. పై అంశాలను బట్టి వినియోగదారులను కొన్ని వర్గాలుగా విభజించి ఆయా వర్గాలకు అనుకూలంగా బట్టను మార్కెట్ చేయగలగాలి. ఈ వర్గాలనే 'మార్కెట్ సెగ్మెంట్' లేదా 'మార్కెట్ భాగము' అని అంటారు.



భారతదేశం మొత్తంలో 51.28% జౌళి ఉత్పాదనను మధ్య తరగతివారు, 41.68% ధనవంతులు మరియు 7.04% పేదవారు కొంటారు. చేనేత బట్టల కొనుగోలుకి మరియు సంపాదనకు మూల సంబంధము ఉంది. వయస్సుకు మరియు చేనేత బట్ట రకములకు కూడా ముఖ్యమైన సంబంధము ఉంది. ధనవంతులు సుమారు రూ. 1250 పై బడే చేనేత బట్టలను కొనుగోలు చేస్తున్నారు పేదవారు రూ. 200 లోపు ఖరీదు బట్టలను కొంటున్నారు. మధ్య తరగతి వారు రూ. 200 - రూ. 500 ఖరీదు బట్టలను కొంటున్నారు. మన చేనేత బట్టలకు ఎక్కువ మార్కెట్ కావాలంటే ధనవంతులు మరియు మధ్యతరగతి వారు కొనదగిన ధరలను బట్టి మనం చేనేత బట్టలను ఆందించగలగాలి. పేదవారు బట్టలపై ఎక్కువ ఖర్చు పెట్టలేరు అందువలన మిల్లు బట్టలను కొంటారు. మీరు కనుక రూ. 200 లోపు చీరలు రూ. 120 వరకు చొక్కాలు/ అంగీలు తయారు చేయకలిగితే మీ ఊరిలో కూలి పని చేసే వారికి కూడా చేనేత బట్ట ధరించే అవకాశం ఇవ్వగలరు.

## ## ## ## ## ##

### వినియోగదారులు కొనే బట్టలో చేనేత బట్టల భాగం ఎంత?



గ్రామాలలో 47% వినియోగదారుల బట్టల కొనుగోలులో చేనేత బట్టల భాగం 30% కన్నా తక్కువ. అదే పట్టణాలలో 67% వినియోగదారులు, 30% కన్నా తక్కువ చేనేత బట్టలు వాడుతారు. మంచి విషయము ఏమిటంటే 14% గ్రామస్తులు వారు కొనే బట్టలో 90% పై బడి చేనేత బట్టలే. ఈ వర్గంలో చాలా వరకు ధనవంతులు మరియు 60 సంవత్సరాలు పై బడినవారు ఎక్కువ. చేనేత బట్టల కొనుగోలులో ఆడ - మగ కొనే విధానంలో ఎక్కువ తేడాలు లేవు.

ఎందుకు చేనేత కొనుగోళ్లు ఇంత తక్కువగా ఉందో ఆలోచించారా? చాలా వరకు చేనేత బట్టల ఏమి విలువ చేర్చు లేకుండా మార్కెట్లో అమ్ముడు పోతాయి. చీర, దుపట్టా, లుంగీ, టవలు మరియు తాన్లుగా ఎక్కువ అమ్ముడు పోతాయి. కాని మిల్లు రకాలు మాత్రం కర్డెన్, కుర్తా, పాంట్, చిన్నపిల్లల దుస్తులు మరియు ఎన్నో రకాలుగా అన్ని సందర్భాలకు తగిన బట్టలు అందుబాటులో ప్రజలకు లభిస్తుంది. మీరు చేనేత బట్టలు కొనాలంటే, షాపు మీ ఇంటి నుంచి ఎంత దూరము? అదే మిల్లు బట్టలు కొనాలంటే, ఆ షాపు ఎంత దూరము? ఆఫీసు వల్లే మగవారు రోజువారీగా ఆఫీసుకు చేనేత బట్టలు ఎందుకు ధరించరు? లాంటి విషయాలను గురించి ఆలోచించండి.

**అభ్యాసము**

1. మీ చేనేత బట్టతో ఎన్ని రకాలైన దుస్తులు తయారు చేయవచ్చు?
2. అవి తయారు చెయ్యాలంటే మీరు ఏమి చెయ్యాలి?

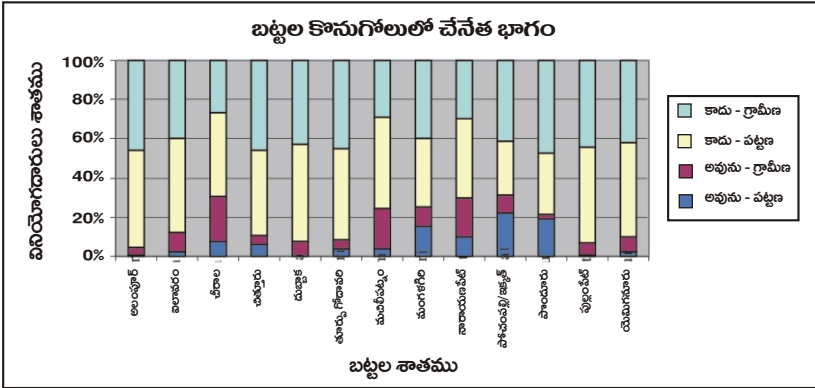
☞ ☞ ☞ ☞ ☞ ☞

**పోచంపల్లి, మంగళగిరి .... మీరు నేసే బట్టను వినియోగదారుడు ఎక్కడిదో అని కనిపెట్టగలడా?**

వినియోగదారుడు మీరు నేసే రకాన్ని గుర్తు పట్టాలంటే మీ నేతకు ఏదో ప్రాముఖ్యత ఉండాలి. నేతలో విలువ చేర్చు లేకపోతే సాదా రకాన్ని ఎవరూ గుర్తించలేరు. కాని సాదా రకానికి గూడా మంచి ధర ద్వారా ప్రాముఖ్యత తేగలరు. “బ్రాండ్” అంటే “పేరు” కు వినియోగదారులు ప్రాముఖ్యత ఇస్తారు. “ఫ్యాబ్ ఇండియా” బట్టలకు పేరు ఉండి వారు చేనేత బట్టలకు చేయూత నిస్తారని, గత 30 సంవత్సరాలు నుంచి కష్టపడి పేరు సంపాదించిన “ఫ్యాబ్ ఇండియా” ఇప్పుడు చాలా వరకు పత్రికలలో ప్రచారాలు చెయ్యదు. వినియోగదారులకు వారి బట్టమీద నమ్మకము కలిగింది కనుక.



## చేనేత వస్త్రం



కాటన్ చేనేత రకాలకు వచ్చేసరికి పోచంపల్లి, మంగళగిరి, మరియు పొందూరు ఖాదీకి మంచి పేరు గలదు. కాబట్టి వేరే చేనేత రకాల కన్నా వీటి అమ్మకాలు ఎక్కువ. ఆంధ్రప్రదేశ్ లో వినియోగదారులు చాలావరకు మీ నేత రకాల పేర్లను గుర్తుపడుతున్నారు. కాని ఢిల్లీ, ముంబాయి, కోల్ కత్తా వారు ఆంధ్రప్రదేశ్ నేత రకాలను “సౌత్ కాటన్” అని మాత్రమే గుర్తిస్తారు. చాలా మంది వ్యాపారులు కూడా నేత రకాల పేర్లు గాని నేనే ప్రదేశాల పేర్లు కాని చెప్పటం లేదు, కొంతమందికి తెలియటం లేదు.

- పోచంపల్లి, ఇక్కత్, మంగళగిరి, పొందూరు నేత రకాలు పట్టణాల్లో చాలా ప్రసిద్ధి చెందియున్నది
- పోచంపల్లి, అన్ని నేత రకాల కంటే ఎక్కువ ప్రసిద్ధి చెందింది. పట్టణాలలో 30.6% వినియోగదారులకు పోచంపల్లి పేరు మరియు రకాన్ని గుర్తు పట్టగలిగారు.
- గ్రామాలలో మంగళగిరి, చీరాల, పోచంపల్లి ఎక్కువ ప్రసిద్ధి చెంది యున్నాయి. 44% గ్రామ వినియోగదారులు మంగళగిరి నేత పేరును బాగా గుర్తుపట్టారు.
- తూర్పు గోదావరి, చేబ్రోలు, యెమ్మిగనూరు లాంటి నేత రకాలు చాలా వరకు లోకల్ గా అమ్ముడు పోవడం వలన ఆయా జిల్లాలో ఉన్న వినియోగదారులకు మాత్రమే ఆ రకాలు గురించి అవగాహన కలదు.

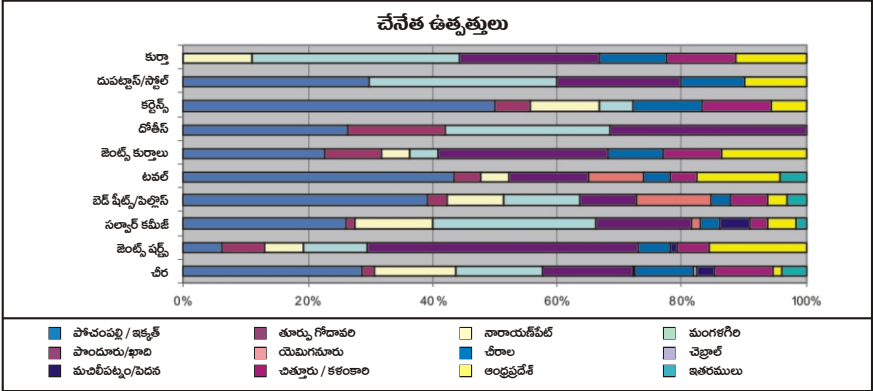
**అభ్యాసము**

మీ నేత రకాలలో గాని మీరు వినియోగదారులకు ఇచ్చే వేరే సదుపాయాలలో గాని ఏమి మార్పులు తెస్తే వారికి మీ చేనేత రకం పేరు గుర్తు ఉండేటట్లు చేయగలరు?

☾ ☾ ☾ ☾ ☾ ☾

## వినియోగదారుడు ఏ రకాల బట్టలు ఇష్ట పడతాడు?

మార్కెట్ పరిశోధన ద్వారా తెలిసింది ఏమిటంటే - 10 రకాల చేనేత బట్టలలో 84% వరకు అమ్ముడుపోతాయి. ఆయా రకాల గురించి తెలుసుకుందాం!



### చీరలు :

భారతదేశంలో ఇప్పటికీ కూడా ఆడవారు చాలా వరకు చీరలను ధరిస్తారు. చేనేత రకాలలో చీరలు అన్ని రకాల కంటే ఎక్కువ అమ్ముడుపోతాయి. పోచంపల్లి చీరలు పట్టణాల్లో ఎక్కువ ప్రసిద్ధి పొందియున్నది. నారాయణపేట మరియు మంగళగిరి రెండవ స్థానంలో ఉన్నాయి.

### చొక్కాలు / అంగీలు:

పొందూరు ఖాదీ పర్లింగ్ బట్ట మరియు అంగీలు పట్టణాల్లో దాదాపు 40% మంది ఉపయోగిస్తారు. తూర్పు గోదావరి, జిల్లాలోని కొన్ని చేనేత సంఘాలు కూడా మగవారి పర్లింగ్ బట్టలు తయారు చేయుచున్నారు. మంగళగిరి, తూర్పు గోదావరి కలిసి అమ్ముకాలలో 20% భాగము కలదు. ఇవి సాదా రకాలు.

### సల్వార్ కమీజ్:

ఈ రకము చాలా వరకు పట్టణాలలో ఇష్ట పడుతున్నారు. ఇక్కడ కూడా పోచంపల్లి, మంగళగిరి రకాలు ప్రసిద్ధి. సల్వార్ కమీజ్ రకంలో పోచంపల్లి మంగళగిరికి అమ్ముకాలకు 25% భాగము కలదు.

### **బెడ్షీట్ :**

యెమిగనూర్ చేనేత ఈ రకంలో 'లోకల్' అమ్మకాలలో ఎక్కువ ప్రసిద్ధం. పట్టణాలకు వచ్చేసరికి పోచంపల్లిదే పై చేయి. తూర్పు గోదావరి రకాలకు కూడా అమ్మకాలలో 20% భాగము కలదు. యెమిగనూరుకు మంచి పేరు ఉన్నా, ప్రస్తుతం అమ్మకాలు తగ్గుతున్నాయి.

### **మగవారి కుర్తా :**

పొందూరు, పోచంపల్లి మరియు మంగళగిరి చేనేత రకాల కుర్తాలు మగవారు ఇష్టపడుతున్నారు. ఆశ్చర్యకరమైనది ఏమిటంటే, తూర్పు గోదావరి జిల్లా నుంచి వచ్చే షర్టింగ్, కుర్తా రకాలు కూడా బాగా అమ్ముడు పోతున్నాయి. ఇవి సాదా రకాలు.

### **పంచెలు :**

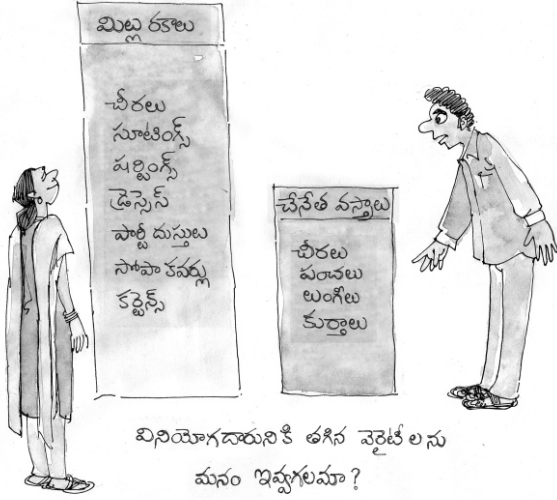
పంచెలలో పొందూరుకు మారు పేరులేదు. 30% అమ్మకాలు పొందూరు రకాలది మాత్రమే కాని పంచల మార్కెట్ తగ్గుతూ వస్తుంది. గ్రామాలలో గూడా పంచల మార్కెట్‌ని లుంగీలు ఆక్రమించింది. నల్లగొండ పవర్‌లూమ్ పంచెలు గూడా పొందూరు పంచెలను బాగా దెబ్బతీసింది.

### **కర్టన్ :**

పోచంపల్లి కర్టన్ రకాలు అమ్మకాలలో 50% భాగము కలదు. మిగత చేనేత రకాలు ఏవి గూడా చెప్పుకోతగినంత అమ్మకాలు లేవు. కర్టన్‌లు చాలా వరకు పట్టణప్రాంతాలలో అమ్ముడు పోతున్నాయి.

### **దుపట్టా :**

మంగళగిరి మరియు పోచంపల్లి రకాలదే దుపట్టా మార్కెట్. దుపట్టాలు ఎక్కువ పట్టణప్రాంతాలలో అమ్ముడుపోతున్నాయి.



**ఆలోచించండి**

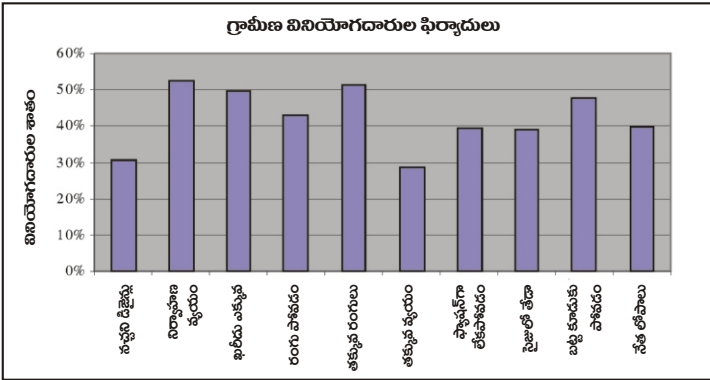
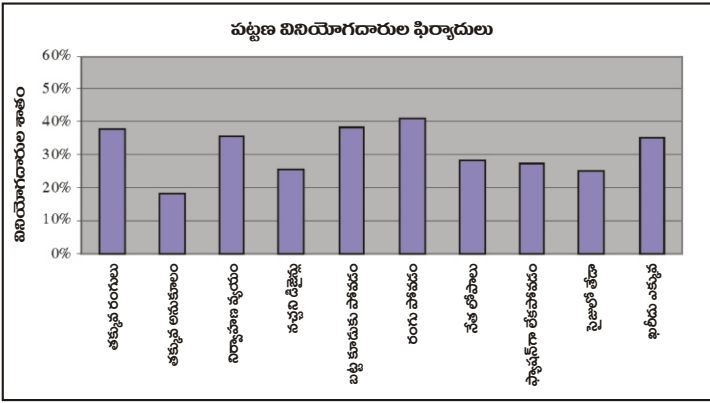
అన్ని రకాల బట్టలలో ఎందుకు పోచంపల్లి మరియు మంగళగిరి చేనేత రకాలు మాత్రం ఎక్కువ అమ్ముడు పోతున్నాయి?

# # # # #

**చేనేత బట్టలలో వినియోగదారునికి నచ్చనిది ఏమి ?**

వినియోగదారుడు మీ వస్త్రాలను కొనాలంటే వారికి నచ్చినట్టు లోపాలు లేని బట్టను మీరు తయారు చేయాలి. చేనేత వస్త్రాల విషయం వచ్చేసరికి, వినియోగదారులు కొన్ని అంశాలు ఎంత ఇష్టపడతారో, మరికొన్నింటి వల్ల అంతే ఇబ్బంది పడతారు. వాతావరణానికి అనుకూలంగా ఉండుట, ఆరోగ్యకరంగా ఉండుట మరియు సాంప్రదాయంతో కూడి ఉన్నా, చేనేత బట్ట రంగు వెలిసిపోవడం, నేత లోపాల వల్ల కూడా అంతే మార్కెట్ను కోల్పోతుంది.

చేనేత వినియోగదారులకు మరియు వాడని వారికి కూడా రంగు వెలిసిపోవడం, రకరకాల రంగులలో బట్ట దొరక్కపోవడం, ధర మరియు బట్ట వాడుకలో అయ్యే ఖర్చు (గంజి, ఇస్త్రీ) వల్ల వారు చేనేత బట్టలు తక్కువగా కొనటం లేక కొనకపోవటం చేస్తున్నారు. పట్టణంలో కొనుగోలుదారులకు కావలసిన 'డిజైన్' దొరక్కపోవడం కూడా చేనేత బట్ట కొనకపోవడానికి కారణం అని చెబుతున్నారు.

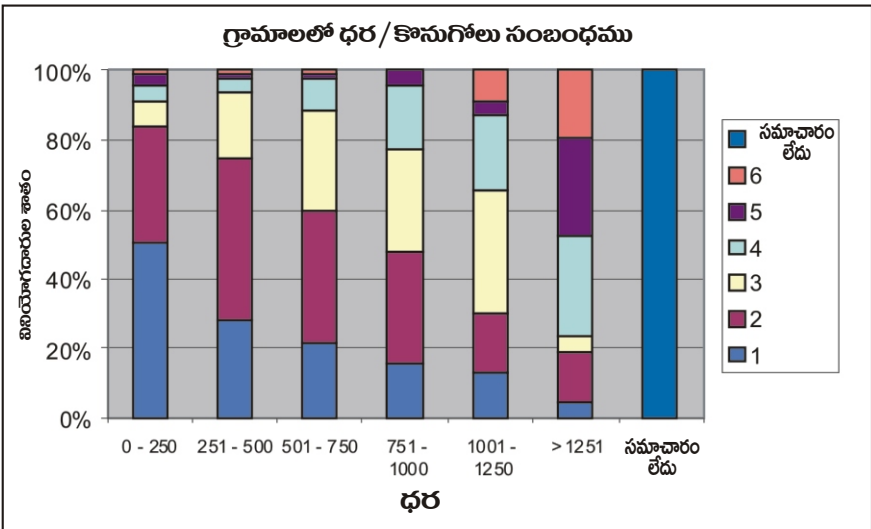
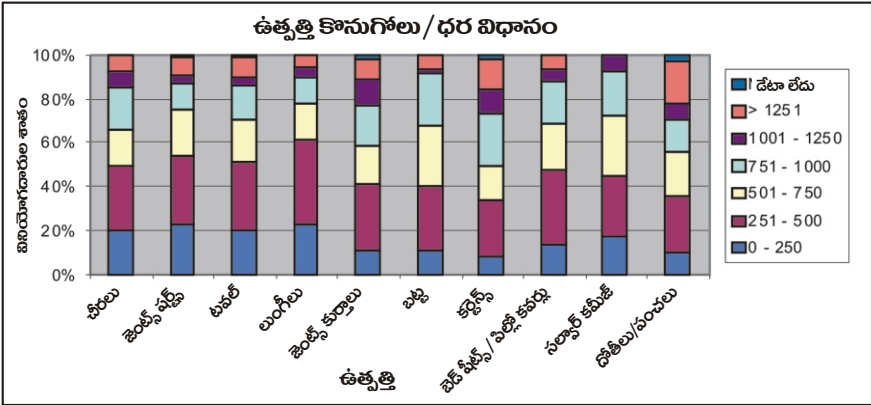


**ఆలోచించండి...**

మన చేనేత బట్టలో ఈ లోపాలను మనం ఎట్లా తగ్గించవచ్చు?

ధర

చేనేత బట్టలు ఏ ధరలో అమ్మువచ్చు ?



జౌలి మార్కెట్లో ధర పోటీ ఎక్కువ. తక్కువ ఆదాయం ఉన్నవారు చేనేత బట్టల రూ. 250 లోపు ఉన్న రకాలు మాత్రమే కొంటున్నారు. సర్వే చేసిన వినియోగదారులలో 40% మంది రూ. 250 లోపు రకాలను కొంటున్నారు. ధనవంతులు రూ. 1250 పై బడే ధరలో చేనేత బట్టను కొంటున్నారు. మధ్యతరగతి వారు మరియు పేదవారు తక్కువ సార్లు చేనేత వస్త్రాలను కొనుగోలు చేసినా మొత్తం జనాభాలో వారి శాతం ఎక్కువ.

కనుక మీరు చాలా వరకు రూ. 500 లోపు రకాలను తయారు చేయగలిగితే మీకు మంచి మార్కెట్ కలదు.

**ఆలోచించండి**

1. మీరు చేసే రకాలలో ఏ రకం ఎంత విలువ గలదో దానిని వినియోగదారుల ఆదాయం స్థాయిని బట్టి విడదీయండి. మీరు ఏ ఏ స్థాయివారికి ఏ రకాలు అందిస్తున్నారో ఆయా రకాలలో ఏమి మార్పులు చెయ్యాలో తెలిసిందా?
2. ఎప్పుడైనా మీరు స్వంతంగా నేసిన బట్టను కొన్నారా? కారణం?

రకం	రేటు	స్థాయి	అమ్మకాలు	ఏమైనా మార్పులు కావాలా?
1.				
2.				
3.				

# # # # #

**మీరు నేసే బట్ట మీ నుంచి వినియోగదారునికి ఎట్లా చేరుతుంది?**

మజూరి తీసుకొని షాపుకారు క్రింది పని చేసే నేతవాళ్ళకి కూలి తప్ప లాభం దొరకదు. నూలు, మజూరి, అద్దకం ఇతర వస్తువులకు అయ్యే ఖర్చుతో వచ్చిన విలువ చేర్చు మాత్రం ఉంటుంది. అదే బట్ట షాపుకారు దగ్గరకి చేరినప్పుడు ప్లీచింగ్, ఇస్త్రీ లాంటి ఖర్చులతో పాటు కనీసం 15% నిఖర లాభం ఉంటుంది. అదే బట్టను దుస్తులుగా మార్చినప్పుడు కుట్టుకూలీ, రవాణా మరియు ఇతర పై ఖర్చుల తరువాత వ్యాపారికి కనీసం 20-25% వరకు లాభం ఏర్పడుతుంది. ఇదే బట్ట పట్టణాలలో పెద్ద షాపులకు చేరేసరికి ఇతర ఖర్చులతో పాటు మరికొంత - 20-25% లాభం చిల్లర విక్రయదారుకు ఏర్పడుతుంది. ఈ విధంగా మీరు నేసే విలువ దాదాపు 100% పెరిగిపోతుంది.

**ఆలోచించండి**

1. మీరు నేసే బట్టలకు ఎటువంటి విలువ చేర్చు చేయగలదు.

## మీరు ధరను ఎట్లా నిర్ణయించగలరు ?

ఇప్పటి వరకు మనం వినియోగదారుల గురించి, కొంత వరకు ధరల గురించి తెలుసుకున్నాము. ధరను ఎట్లా నిర్ణయిస్తారో మీకు తెలుసా?

మీరు ఏ ధరకు అమ్మాలనుకుంటున్నారో దానిని బట్టి మీరు మీ బట్టను ఏ స్థాయి వారికి అమ్మాలనుకుంటున్నారో తెలుస్తుంది. మామూలుగా చెప్పాలంటే ధర నిర్ణయించాలంటే ఖర్చుకి లాభాన్ని కలిపితే ధర వస్తుంది.

$$\text{ధర} = \text{ఖర్చు} + \text{లాభం}$$

నూలు ఖరీదు, రంగుల అద్దకం ఖర్చు, నేత ఖర్చు, రవాణా ఖర్చు, మార్కెటింగ్, వడ్డీ, నిర్వహణా ఖర్చులు మరియు డిఫెక్టు / డామేజీ ఖర్చులన్నింటిని కలిపితే మొత్తం ఖర్చు ఎంతో తెలుస్తుంది. ఈ ఖర్చులకు మీరు కొంత శాతం లాభం కలపాలి. ఎంత లాభం అని ఎట్లా నిర్ణయిస్తారు? మీరు బ్యాంకులో గాని ఇతర వ్యాపారంలో గాని డబ్బు పెడితే కనీసం ఎంత లాభం వస్తుందో అంత లాభం మీ బట్ట మీద వెయ్యాలి. క్రింద తెలిపిన విధంగా మీరు లాభాన్ని నిర్ణయించవచ్చు. కాని పరిస్థితులను బట్టి, ఆయా మార్కెట్‌ను బట్టి లాభ శాతాన్ని పెంచడం కాని తగ్గించడం కాని చేయవచ్చు.





మీ సొసైటీకి వచ్చికొంటే	-	10-15%
హోల్సేల్గా అమ్మితే	-	15-20%
చిల్లర వ్యాపారికి అమ్మితే	-	30%
దుస్తులు అమ్మితే	-	30-50%
ప్రదర్శనలు	-	50-100%

ప్రాంతాన్ని బట్టి, వినియోగదారుల స్థాయిని బట్టి మరియు మీ దగ్గర ఉన్న స్టాకును బట్టి లాభం యొక్క శాతం నిర్ణయించగలరు. ఎక్కువ స్టాకు ఉండి మీ డబ్బులు వాటిలో చాలా రోజులుగా ఇరుక్కు పోయినప్పుడు డిస్కాంట్లో అమ్మడం కూడా తప్పకాదు. ముందు వ్యాపారాన్ని నడిపించే మార్గం చూడాలి. తరువాత లాభం. ఎల్లప్పుడు మీకు పని ఉండాలి, దాని తరువాతే లాభం.

చాలావరకు కాటన్ చేనేత బట్టల ఖరీదు రూ. 47.87 నుండి రూ. 75 వరకు ఉంటుంది. ధర విలువ చేర్పు, డిజైన్‌ను బట్టి మారుతుంది. పట్టణాల్లో కాటన్ చేనేత బట్ట ధర సరాసరి రూ. 62 ఉంది మరియు గ్రామాలలో రూ. 47 వరకు ఉంది. రవాణా ఖర్చులు, నాణ్యత, విలువ చేర్పు వల్ల గ్రామాలలో ధరకు పట్టణాలలో ధరలకి తేడా ఉంటుంది.

**అభ్యాసం**

1. మీరు నేనే బట్టకి వెల కట్టండి. ఆ మొత్తాన్ని ప్రతి మీటర్‌కి ఎంత ఖర్చు అయ్యిందో అంచనా వెయ్యండి.
2. మీ సొసైటీకి ధర నిర్ణయ పట్టికను ఈ క్రింది విధముగా తయారు చెయ్యండి.

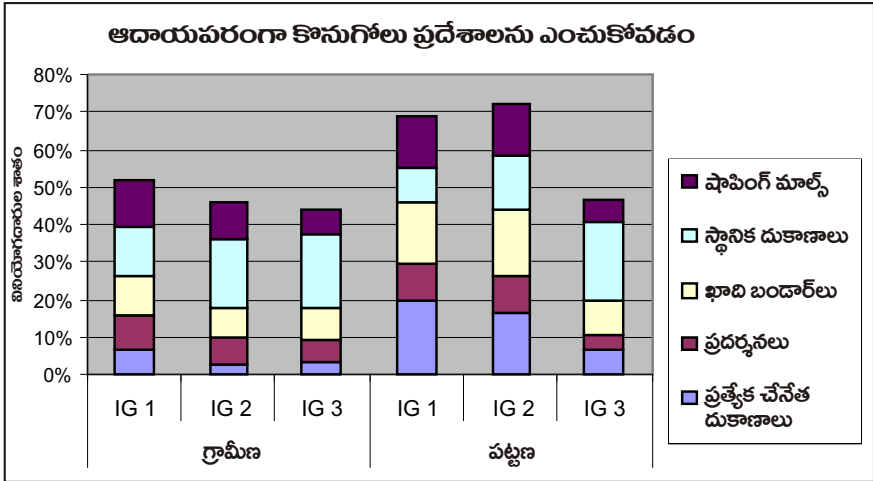
**అమ్మకాలు**

రకము	సొసైటీ	ప్రదర్శన	చిల్లర వ్యాపారులు	టోకు వ్యాపారులు	సభ్యులు	డిఫెక్టు స్టాకు
1.						
2.						
3.						

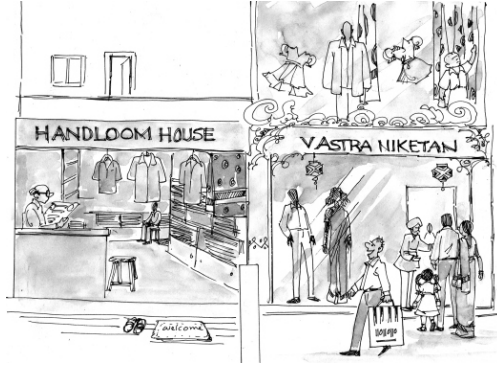
ప్రదేశం

చేనేత బట్టలను వినియోగదారులు ఎక్కడ కొంటారు ?

సంతలలో, షాపులలో నుంచి బట్టల అమ్మకాలు కంప్యూటర్ ద్వారా చూసి కొనే వరకు ప్రయాణించాయి. ఇవియే కాక 'మొబైల్ వాన్' లలో కూడా వినియోగదారుల ఇంటి వరకు వచ్చి బట్ట అమ్మకాలు జరుగుతున్నాయి. ఖాళీ సమయంలో ఇంటిపట్ల ఉండే గృహిణిలు కూడా చిన్న మొత్తంలో బట్టల వ్యాపారాలు చేస్తున్నారు. పెద్ద 'షాపింగ్ మాల్'లో బట్టను అమ్మడంతో పాటు మంచి వాతావరణం, బట్టలను కొత్తగా అమర్చడం, సంగీతం లాంటి హంగులు ఉంటాయి. ఆ అనుభవం కోసమే చాలా మంది ధనవంతులు షాపింగ్ మాల్స్ లో కొనడం ఇష్టపడతారు. ప్రభుత్వం, చేనేత సహకార సంఘాలు ప్రదర్శనల ద్వారా ఎక్కువ అమ్మకాలు చేస్తారు. ఆఫ్లో-వాటి స్వంతంగా షాపుల ద్వారా ఆంధ్రా మరియు ఇతర రాష్ట్రాలలో అమ్ముతారు. పట్టణాలలో వినియోగదారులు షాపింగ్ మాల్, ఖాదీ బందార్, ప్రత్యేక చేనేత షాపులు (బుటీక్స్) మరియు ప్రదర్శనలలో కొంటారు. గ్రామాలలో తక్కువ ఆదాయం ఉన్నవారు వారికి అందుబాటులో ఉన్న తక్కువ ధరకి అమ్మే చిల్లర వ్యాపారుల నుంచి కొంటారు. మారుమూల గ్రామాలలో సంతలలో కూడా కొంతమంది కొనుగోలు చేస్తారు.



మీ బట్టను బట్టి, దాని ధరను బట్టి ఎక్కడ అమ్మలో మీరు నిర్ణయించాలి. తక్కువ ధర, నాణ్యత ఉండే బట్టను సంతలో కూడా అమ్మవచ్చు. అమ్మకాలకు కావలసిన ప్రదేశం, సౌకర్యాలను ఎంత మామూలుగా పెడితే అంత తక్కువ ధరలకు మీరు అమ్మగలరు. అప్పుడే మీలాంటి నేత వాళ్ళు కూడా సరసమైన ధరలకు చేనేత బట్టను కొనగలరు.

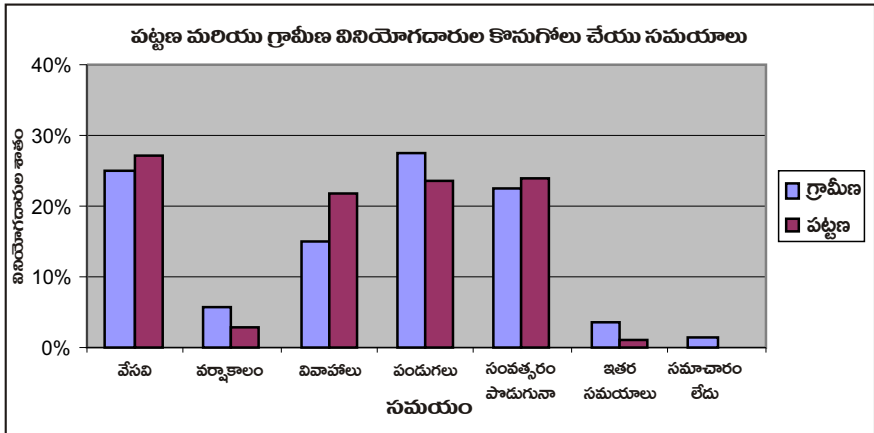


### ఆలోచించండి

ధనవంతులకు రకరకాలుగా ఎక్కువ ధరతో కూడిన బట్టలు కావాలి. సామాన్యులకు తక్కువ ధరలో బట్టలు కావాలి. రెండు స్థాయిల వారికి కావలసినట్లు మీరు తయారు చేసి చేనేత బట్టలు అమ్మగలరా?

✿ ✿ ✿ ✿ ✿ ✿

### వినియోగదారులు చేనేత వస్త్రాలను ఎప్పుడు కొంటారు?



కాటన్ చేనేత బట్టలు చాలా వరకు వేసవి కాలంలో కొంటారు. కాని ఇప్పుడు సమయం మారుతుంది. సర్వే చేసిన వినియోగదారులలో 29% శాతం మంది చేనేత బట్టలు సంవత్సరం పొడుగున కొంటారు అని చెప్పారు. గ్రామాలలో పండగలు మరియు పెళ్ళిలకు కూడా చేనేత బట్ట ధరించే సాంప్రదాయం కలదు. పట్టణాలలో సంవత్సరం పొడుగున చేనేత బట్టలు ధరించే అలవాటు పెరుగుతుంది. కాలుష్యం, వాతావరణంలో మార్పుల వలన చాలా మంది కాటన్ బట్టలు ధరించడం మళ్ళీ మొదలుపెడుతున్నారు. మిల్లు బట్టల వల్ల చర్మ వ్యాధులు మరియు బట్ట చమట పీల్చకపోవడం వంటి సమస్యలు ఎదురౌతున్నాయి.



**ఆలోచించండి**

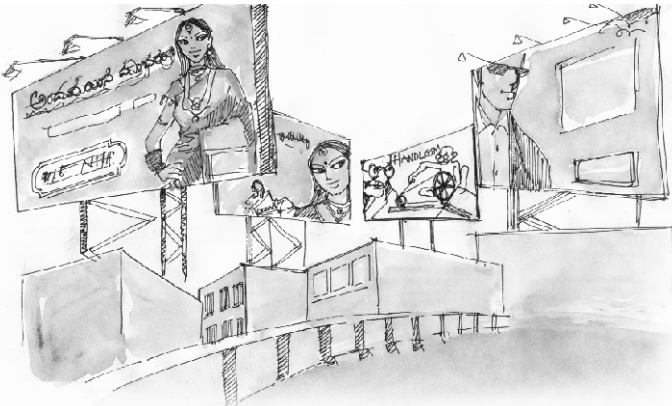
మీరు సంవత్సరం పొడుగున కాటన్ చేనేత బట్టలు అమ్మాలంటే ఏం చెయ్యాలి?

ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ ꣳ

ప్రచారం

చేనేత బట్టల ప్రచారం ఎట్లా చెయ్యాలి?

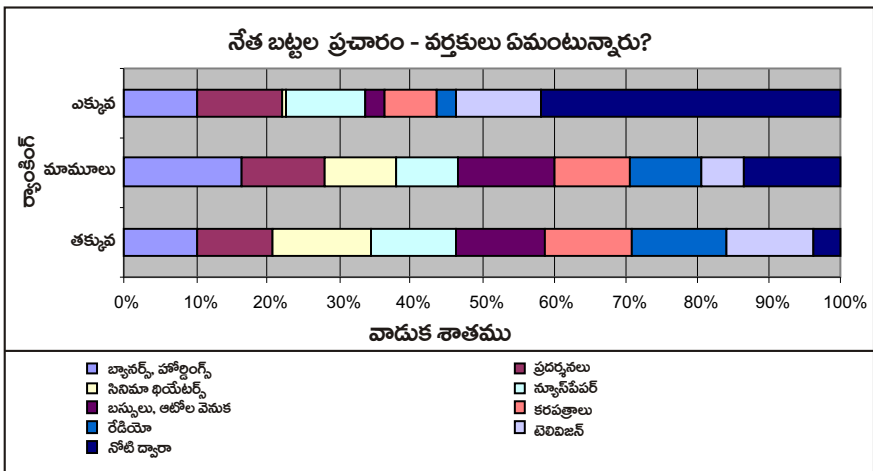
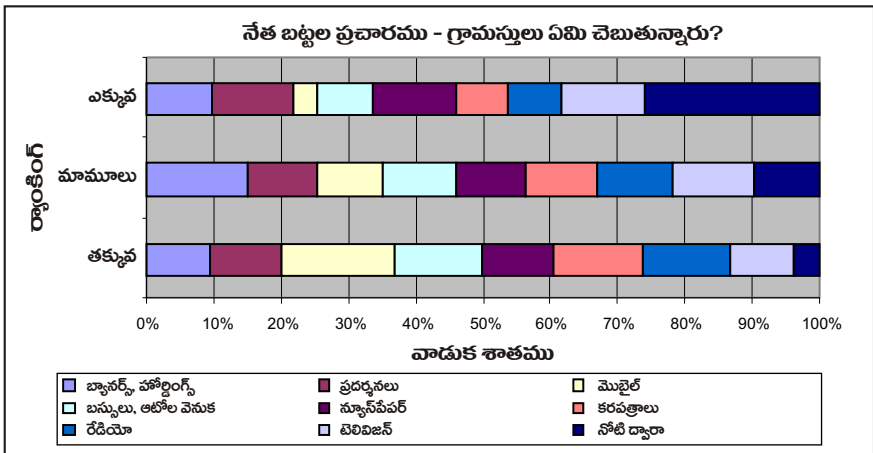
ప్రచారం మార్కెటింగ్ లో చాలా ముఖ్యమైన భాగం. అందమైన నేతలు నేసి కష్టపడి ప్రదర్శనలు ఏర్పాటు చేసినా, ప్రచారం లేకపోతే ఈ కాలంలో అమ్మడం కష్టం. విస్తృతమైన పట్టణాలలో అమ్మడం మరీ కష్టం. ప్రచారం చేయడమే కాదు మనం ఎట్లాంటి ప్రచార సాధనాలు ఉపయోగిస్తున్నామో అన్నది చాలా ముఖ్యం. బట్ట విలువను బట్టి, ప్రాంతాన్ని బట్టి, మీ దగ్గర ఉండే డబ్బును బట్టి ఏ ప్రచార సాధనలు ఉపయోగించాలో మీరు నిర్ణయించాలి. టీ.విలో ప్రకటనలు అన్నింటికంటే చాలా ఖర్చుతో కూడినవి. కాని ఈ మధ్య 'కేబుల్ టి.వీలు రావడం వల్ల, తెర క్రింది 'స్పోల్' ప్రకటనలు చాలా తక్కువ ఖర్చుతో ఎక్కువ మందికి ప్రచారం చేయగలము. పత్రికలో ప్రకటనలు కూడా ఎక్కువ మొత్తం కావలసి ఉంటుంది.



ప్రభుత్వం, పెద్ద వ్యాపారులు మాత్రమే టీ.వి, పత్రికల ద్వారా ప్రచారం చేస్తారు. చేనేత రంగంలో చాలా వరకు ప్రచారాలు తక్కువగా ఉపయోగిస్తారు. కొంత మంది వ్యాపారులు అనడం ఏమిటంటే, కొన్ని రకాల వాళ్ళు మాత్రమే చేనేత బట్టలు ధరిస్తారు. అలాంటి వాళ్ళు ఏ ప్రచారాలు లేకపోయినా వెతుక్కుంటూ కాని లేక వారు ఎప్పుడూ కోనే షాపులలో ఎలాగైనా వస్తారని, అందువల్లనే చేనేతకు సంబంధించినంత వరకు నోటి ప్రచారానికి ఎక్కువ ఓట్లు పడ్డాయి అని అంటున్నారు. కాని నోటి ప్రచారం ఒక

ప్రాంతానికే పరిమితమై పోతుంది. గ్రామాలలో మరియు పట్టణాలలో చేనేత గురించి, వాటి ప్రదర్శనల గురించి చాలా వరకు నోటి ప్రచారం ద్వారానే ఎక్కువ తెలుస్తూ ఉంటుందని చెప్పారు.

గ్రామాలలో కాని చిన్న పట్టణాలలో కాని కొత్త రకమైన ప్రచార సాధనలు ఎన్నో మీరు ప్రయోగించవచ్చు. ఆటోల వెనుక ప్రచారం, పాంప్లెట్లు పంచడం, తెలిసిన వారి షాపుల్లో పెట్టడము, టీ.వీ స్క్రోల్ ద్వారా ప్రకటనలు, ప్రాంతీయ పండుగలలో ప్రదర్శనలు, ప్రభుత్వ కార్యాలయాలలో పామ్ ప్లెట్లు పంచడం వంటి ప్రచారాలు తక్కువ ఖర్చు, ఎక్కువ కొనుగోలుదారులు వచ్చే మార్గాలు.



**ప్రభుత్వ పథకాలు**

**చేనేత మార్కెటింగ్ను ప్రోత్సహించడానికి ప్రభుత్వం కొన్ని పథకాలను అమలు చేసింది. కొన్ని పథకాల గురించి మీకు ఈ క్రింద వివరించడం జరిగింది.**

**1. చేనేత విగుమతి పథకం:**

నాణ్యమైన చేనేత బట్టల ఉత్పత్తి మరియు విదేశాలలో అమ్ముటకు కావలసిన సహాయం ఈ పథకం క్రింద లభిస్తుంది. విదేశాలలో ప్రదర్శనలు చేయుటకు కూడా ఈ పథకాలలో సహాయం లభిస్తుంది. దీని కొరకు ప్రభుత్వం రూ. 26 కోట్లు కేటాయించింది.

**2. మార్కెటింగ్ ప్రోత్సాహ కార్యక్రమం:**

ఈ కార్యక్రమము ద్వారా చేనేత మార్కెటింగ్ గురించి నేతవారు మరియు వినియోగదారుల యొక్క జ్ఞానాన్ని పెంచడం ప్రభుత్వం యొక్క లక్ష్యం. ఈ పథకం క్రింద ప్రదర్శనలు నిర్వహించడం, నేత బజార్లను ఏర్పాటు చేయడం, చేనేత ప్రచారం వంటి కార్యక్రమాలు ప్రభుత్వం మరియు ఇతర సంస్థలు చేపట్టే అవకాశం కలదు. ఈ పథకానికి ప్రభుత్వం సుమారు రూ. 40 కోట్లు కేటాయించింది. కేంద్ర, రాష్ట్ర ప్రభుత్వం మరియు కార్యనిర్వాహక సంస్థకు (జిల్లా చేనేత కార్యాలయం, సంఘాలు, స్వచ్ఛంద సంస్థలు) ఈ పథకం క్రింద ఆర్థిక సహాయం 35% - 35% - 30% భాగాలలో లభిస్తుంది.

**3. హ్యోండ్లూమ్ మార్క్ (చేనేత గుర్తు)**

జూన్ 2006లో ప్రవేశపెట్టిన ఈ పథకం 'సిల్క్ మార్క్' 'వూల్ మార్క్' లాంటి గుర్తింపు చేనేత కాటన్ వస్త్రాలకు ఇవ్వాలని ఒక ప్రయత్నం. మిల్లు బట్టికి - చేనేత బట్టికి తేడా చూపించేందుకు ఈ గుర్తును ఉపయోగించ వలసిందిగా ఈ పథకం క్రింద అమలు చేసారు. ఉమ్మడి గుర్తింపు, బట్టికి గుర్తింపు మరియు మన్నికకు గుర్తింపుగా ఈ మార్క్ని ప్రభుత్వం ప్రవేశపెట్టింది.

కాని హ్యోండ్లూమ్ మార్క్కి చట్టపరముగా గుర్తింపు ఇంకా రాలేదు. మరియు దీనిని అమలుపరచడంలో కూడా చాలా లోపాలు ఉన్నాయి. రాబోయే సమయంలో ఈ గుర్తింపు ఎంత ఉపయోగమే అని తెలుస్తుంది.

క్రొత్త విషయాలు

ఇ-కామర్స్

ఇ-కామర్స్ అంటే కంప్యూటర్ ద్వారా వ్యాపార లావాదేవీలు నడపటం అని అర్థం. కంప్యూటర్లో ఇంటర్నెట్ ద్వారా మనం తయారు చేసే బట్టల బొమ్మలను పెట్టి, వాటి గురించి వివరాలను చూసి కొనుగోలుదారులు 'క్రెడిట్ కార్డ్' ద్వారా సచ్చిన బట్టలను కొనగలరు. ఇ-కామర్స్ చాలా సౌకర్యమైనది మరియు తక్కువ సమయంలో ఇంట్లో కూర్చొని కొనుగోలు చేయవచ్చు. ప్రస్తుతం ఇ-కామర్స్ ద్వారా జరిగే వ్యాపార లావాదేవీలు / అమ్మకాలు రూ. 7080 కోట్లు (2006-2007). ఇ-కామర్స్ను ఉపయోగించి వ్యాపారం జరుపుకొనే రంగాలలో ప్రయాణాలు, ప్రచారాలుకు చెందిన 'వెబ్సైట్లు' ఎక్కువ. మీ ఊరిలో ఉండే చిన్న షాపు, మీ ఊరి జనాభాకు మాత్రమే సేవలు అందిస్తుంది. కాని కంప్యూటర్ - ఇంటర్నెట్ ద్వారా మీరు కొన్ని కోట్ల వినియోగదారుల వరకు చేరవచ్చు.

ధనవంతులు ఎక్కువగా ఈ ఇంటర్నెట్ వాడతారు. ఫ్యాబ్ఇండియా అనోకి లాంటి పెద్ద వ్యాపారులు ఇంటర్నెట్ ద్వారా వారి బట్టలు, దుస్తులు అమ్మకాలు చేస్తున్నారు.

గ్రామీణ మార్కెట్లు

పెరుగుతున్న ఆదాయాల వల్ల గ్రామాలలో కూడా చేనేత బట్టలకు డిమాండ్ పెరుగుతుంది. అక్కడ ధరలు కూడా తక్కువ ఉంటాయి. చేనేత వస్త్రాలు మారుమూలలో చేరుకోవాలంటే గ్రామాలలో విక్రయశాలలు ఏర్పరచుకోవడం, తక్కువ ఖర్చు ఎక్కువ లాభంతో కూడిన పని. పట్టణాలలో మార్కెటింగ్ అంటేనే భయంగా ఉంటే, మీ చుట్టు పక్కల ఉండే మండల కేంద్రాలలో లేక మంచి వ్యాపార స్థలాలలో చిన్న షాపులు ఏర్పరచుకొండి... మార్కెటింగ్ ప్రయత్నాలు మొదలు పెట్టండి.

'దేశి' అనే సంస్థ బెంగళూరులో మరియు దక్షిణ కర్ణాటకా గ్రామాలలో మరియు టాన్లలో వారి చేనేత వస్త్రాల షాపులు ఏర్పాటు చేసుకున్నారు. వారు 'చరక' అనే సహకార సంఘం నుంచి మరియు ఇతర సంఘాల నుంచి చేనేత బట్టలను



కొనుగోలు చేసి పట్టణ మరియు గ్రామీణ ప్రాంతాల ప్రజలకు సరసమైన ధరలలో అమ్ముతున్నారు. థార్వాడ్ లాంటి చిన్న పట్టణంలో పెట్టిన షాపులో రోజుకి కనీసం రూ. 10,000 వరకు సరుకు అమ్ముడుపోతుంది. ఎక్కువ హాంగులు లేకుండా సాధారణ రీతిలో షాపులు ఏర్పాటుచేసి కొనుగోలుదారులకి మంచి ధరలలో రంగురంగుల బట్టలు వీరు అందిస్తున్నారు. షాపింగ్ మాల్లో కాని పట్టణాలలో హాంగులతో కూడిన షాపులలో అద్దె, అలంకారాలకి అయ్యే ఖర్చంత కొనుగోలు దారులు భరించవలసి ఉంటుంది. సరసమైన ధరలలో వస్త్రాలు అందించడం కాకుండా, చేనేతకారులకు మంచి సదుపాయాలు కూడా వీరు కలిగిస్తారు.

### న్యాయమైన వ్యాపార రీతి (ఫేర్ ట్రేడ్)

‘ఫేర్ ట్రేడ్’ అంటే న్యాయమైన వ్యాపార రీతి. కొనుగోలుదారులు ఉచిత వ్యాపార రీతుల గురించి ఈ మధ్య ఎక్కువ స్పందిస్తున్నారు. కొనుగోలు దారులు ఖర్చు పెట్టే డబ్బులో ఎంత శాతం ఉత్పత్తిదారులకు ముడుతుంది, న్యాయమైన పద్ధతులు, మంచి కూలీలు వంటి వృత్తి సాధనాలు న్యాయంగా జరపడం గురించి-ఫేర్ ట్రేడ్ చెబుతుంది. అభివృద్ధి చెందుతున్న దేశాలు, వెనుకబడిన దేశం నుంచి ఎగుమతి అయ్యే వస్తువులు న్యాయమైన వ్యాపారరీతులు అనుసరిస్తున్నాయో అని చూడడం ఫేర్ ట్రేడ్ ముఖ్య ఉద్దేశ్యము. చేనేత రంగంలో మధ్యవర్తులు ఎక్కువ అవ్వడం వలన ఉత్పత్తిదారులకు తక్కువ కూలీ - కొనుగోలుదారుకు ఎక్కువ ధర - ఇవే అవుతుంది. లాభం పొందేవాడు మధ్యవర్తి. ఆక్షఫామ్, అమ్నెస్టి ఇంటర్నేషనల్ లాంటి సంస్థలు ‘ఫేర్ ట్రేడ్’ను ప్రోత్సహిస్తారు.

ఇప్పుడు ఏమిటి?

ఈ మార్కెట్ పరిశోధన ద్వారా ఏమి తెలిసిందంటే - చేనేత మార్కెట్ తగ్గటానికి చేనేత బట్టలో లోపాలు ఒకేటే కాదు - రాజకీయ ఒత్తిడి నుంచి అవినీతి వ్యాపార పద్ధతులు కూడా కారణాలే. పవర్ లూమ్ వస్త్రాలను చేనేత వస్త్రాలుగా అమ్మడము, మార్కెట్ రూపం - పద్ధతులు - నియమాలు చేనేతకు అనుకూలంగా లేకపోవడం గాని మార్కెట్ ని దెబ్బతీసింది. లేకపోతే మన పోటీదారులులాగా మనకి హంగులు చేయడం రాదా? చేనేత బట్ట ఒక్కటే కారణం కాదు - ధర, ప్రచారం, ప్రదేశం ఈ మూడు విషయాలలో మనం దెబ్బతిన్నాము. ఇక ముందు మన మార్కెట్ బాగా ఉండాలంటే సరసమైన ధర, ప్రాంతీయ ప్రచారాలు, మరియు స్థానికమైన మార్కెటింగ్ ప్రయత్నాలు చెయ్యాలి. ఈ క్రింది విషయాల గురించి ఆలోచించండి.

1. మీరు కొత్త సాంకేతిక పద్ధతులను ఉపయోగించి చేనేత బట్ట ధరను తగ్గించ గలరా?
2. మీరు చేనేత బట్టకు కనీస నాణ్యత ప్రమాణాలు మరియు పరికరాలను ఉపయోగించి నాణ్యతను పెంచగలరా?
3. మీరు స్థానిక మార్కెట్ ను అభివృద్ధిలోకి తేగలరా?
4. మీరు తక్కువ ఖర్చుతో కూడిన షాపులను ఏర్పాటు చేయగలరా?
5. మీరు చేనేత బట్ట ఉపయోగాలను పెంచగలరా? చేనేత బట్ట మధ్యతరగతి మరియు పేద వారికి అందుబాట్లో ఉండేటట్టు చేయగలరా?
6. మీ ద్వారా, మీ భాగస్వామ్యము ఉన్న సంస్థలను రూపొందించి నడప గలరా?
7. మీరు మార్కెటింగ్ చేయగలరా?

మీ చేనేత బట్ట అందరికి అందుబాటులో ఉండి వారు ఇష్టంగా ధరించగలిగితేనే మీ మార్కెటింగ్ వ్యూహం విజయవంతమౌతుంది. వినియోగదారునికి మంచిధర - మీకు ఎక్కువ ఆదాయం మీ లక్ష్యంగా ఉండాలి. ఇది సాధ్యమవ్వాలంటే మీరు మార్కెటింగ్ రంగంలో దిగాలి.