મૂડ થાય છે કૂલ જયારે શોપિંગ થાય છે ફુલ

સ્ત્રીઓને શોપિંગનો બહુ શોખ હોય છે એવું બધે જ સંભળાતું હોય છે પણ તમને ખ્યાલ હોવો જોઈએ કે સ્ત્રી જ્યારે શોપિંગ કરતી હોય ત્યારે તે ઘણું બધું વિશ્લેષણ કરતી હોય છે. જેમ કે વસ્તુની કિંમત, તેની ક્વોલિટી, તેની આવરદા. સ્ત્રીની આ ચેષ્ટા તેને આત્મવિશ્વાસથી ભરપૂર બનાવે છે. એવો કશે ઉલ્લેખ નથી થયો કે સ્ત્રી પુરુષો કરતાં વધારે શોપિંગ કરે છે પણ હા, એ સત્ય છે કે સ્ત્રી શોપિંગને એન્જોય કરતી હોય છે. પુરુષ 25 મિનિટમાં તો શોપિંગ કરતા બોર થઈ જાય પણ સ્ત્રી બે કલાકથી વધારે સમય થાક્યા વગર શોપિંગ કરી શકે છે. હવે તો ઓનલાઈન શોપિંગનો જમાનો છે. તેને લઈને એક સર્વે થયો છે કે સ્ત્રીઓ કરતાં પુરુષો ઓનલાઈન શોપિંગ વધારે કરે છે. આપણે માનીએ કે કદાચ તેનું કારણ એ હોઈ શકે કે પુરુષોને બહાર નીકળીને શોપિંગ કરવાનો કંટાળો આવતો હોય, શોપિંગમાં વધારે સમય નહીં આપવા માંગતો હોય, જ્યારે સ્ત્રીઓ પ્રત્યક્ષ સ્ટોરમાં કે મોલ્સમાં જઈને વસ્તુઓને ફિલ કરીને તેના વિશે ખાસ્સી માહિતી મેળવીને ખરીદી કરવાનું પસંદ કરે છે. સુરતની સન્નારીઓને પણ શોપિંગ બહુ પ્રિય છે. ચાલો આપણે સુરતની જાણીતી સન્નારીઓને મળીએ અને જાણીએ કે તેઓ બ્રાન્ડેડ વસ્તુઓનું શોપિંગ કરવાનું વધારે પસંદ કરે છે કે ડિઝાઈનર વેર કે પછી ઓર્ડિનરી, શોપિંગ માટે તેઓ સેલની રાહ જુએ છે ખરાં, તેઓ ઓનલાઈન શોપિંગમાં પણ બ્રાન્ડેડ તરફ જવાનું પસંદ કરે છે, ઓનલાઈન સેલમાં શોપિંગમાં તેમને શું ફાયદો મળે છે? તેમના શોપિંગને લઈને ઘટેલા રમૂજી કે સેડ કિસ્સાઓ વિશે પણ તેમના શબ્દોમાં જાણીએ...

મને સેલમાં કે ઓનલાઈન નહીં પણ એક્ઝિબિશનમાંથી શોપિંગ કરવું પસંદ છે: પિંકી નાણાવટી

“દરેક સ્ત્રીને શોપિંગ કરવું ગમતું હોય છે મને પણ ગમે છે. જ્યારે મૂડ હોય ત્યારે હું શોપિંગ કરવાનું પસંદ કરું છું.” આ શબ્દોનું ઉચ્ચારણ કરી વેસુ વિસ્તારમાં રહેતાં 45 વર્ષીય પિંકીબેને પોતાનો શોપિંગ પ્રત્યેનો પ્રેમ દર્શાવ્યો. વ્યવસાયે ચાર્ટર્ડ એકાઉન્ટન્ટ (CA) પિંકી નાણાવટીએ જણાવ્યું કે, “મારા માટે એવું જરૂરી નથી કે બ્રાન્ડેડ જ લેવું પણ હા, દરેક ફિમેલને બ્રાન્ડેડ લેવું ગમતું જ હોય છે. વેસ્ટર્ન કપડાં હોય કે ટ્રેડિશનલ કે પછી એસેસરીઝની શોપિંગ કોઈ પણ સમયે જ્યારે મારો મૂડ સારો હોય ત્યારે કરું છું. તહેવારોની મોસમ શરૂ થવાની હોય કે પછી ઘરમાં સોશ્યલ ફંક્શન હોય અથવા ટ્રીપ પ્લાન કરીએ ત્યારે મારું બધું જ પ્રિપરેશન એડવાન્સમાં થાય છે. નવરાત્રી આવવાની હોય ત્યારે તેના ચાર-પાંચ મહિના પહેલાં જ નવરાત્રીના 9 દિવસ શું પહેરવું છે તેનું કલેક્શન રેડી થઈ જાય. જૂનું- નવું મેચ કરીને શોપિંગ થાય. મારા મેરેજને 20 વર્ષ થયાં પણ આજ સુધી એક પણ વાર મારા હસબન્ડ મારી સાથે શોપિંગ પર નથી આવ્યા પણ મારામાં અમુક જે શોખ છે તે મારા હસબન્ડે ડેવલપ કરેલા છે. મને એકદમ અપટુડેટ તૈયાર થવું ગમે. આ શોખ મારા હબન્ડ તરફથી મને મળ્યો છે. હું સરસ રીતે તૈયાર થાઉ તો તેઓને ઘણું ગમે અને મારી તારીફ કરે. હું જંક શોપિંગ નથી કરતી. મારા પરિવારને ખબર જ છે કે પિંકી જે કપડાં કે જવેલરી ખરીદશે તે રાઈટ ટાઈમ પર પહેરશે, તે વસ્તુ એમ ને એમ કપબોર્ડમાં નહીં પડી રહે. વેસ્ટર્ન ડ્રેસ, લોંગ ડ્રેસ, શોર્ટ સ્કર્ટ, સ્વિમિંગ કોસ્ચ્યુમ, દુપટ્ટા, જેકેટનું શોપિંગ કરું છું. બ્રાન્ડેડ પણ પસંદ કરું છું અને ટેલર પાસે પણ મને ગમતી ડિઝાઈનમાં ડ્રેસ સિવડાવું છું. મને પર્સનું શોપિંગ કરવું પણ ગમે છે. મને પ્રત્યક્ષ શોપિંગ કરવું ગમે સેલમાં નહીં. સેલમાં શોપિંગનો મારો અનુભવ સારો નથી રહ્યો. જોઈએ તેવી સાઈઝ ના મળે કે પછી કપડાં ચેન્જિંગ માટે ચેન્જિંગ રૂમ માટે લાંબી લાઈન હોય. સેલ કરતાં એક્ઝિબિશનમાંથી શોપિંગ કરવાનું વધારે પસંદ કરું છું. 5 કરતાં એક ડ્રેસ લઈ લઉ પણ એલીગન્ટ અને યુનિક લાગે તેવો ડ્રેસ એકિઝબિશનમાંથી લેવાનું મને ગમે. એકિઝીબિશનમાં વિશાળ વેરીએશન મળે અને નવું ક્રિએટિવ મળે છે. સિગ્નેચર ટાઈપના એક્ઝિબિશન માટે હું રાહ જોવાનું પણ પસંદ કરું અને તેમાં શોપિંગ માટે સારો સમય પણ ફાળવું. વળી, મને ઓનલાઈન શોપિંગ ન થી ફાવતું. હાર્ડલી1-2% ઓનલાઈન શોપિંગ હોય. જ્યાં સુધી હું વસ્તુને પ્રત્યક્ષ નહીં સ્પર્શ કરું ત્યાં સુધી મને તે લેવું કે નહીં તેની મૂંઝવણ રહે એટલે જ ઓનલાઈન શોપિંગ હું નથી કરતી. મારી 40મી બર્થડેનું સેલિબ્રેશન હતું. મેં મારા 40-45 ફ્રેન્ડ્સને પાર્ટીમાં ઈન્વાઈટ કર્યાં હતાં. તે પાર્ટી માટે મેં એક એક્સપેન્સિવ ડ્રેસ ખરીદ્યો પણ મને બીજા ડ્રેસ પણ લેવાની ઈચ્છા થઈ. તો મેં એકની જગ્યાએ પાંચ ડ્રેસ ખરીદ્યા અને મજાની વાત એ હતી કે મારી બર્થડે પાર્ટીમાં મેં આ પાંચમાંથી એક પણ ડ્રેસ પહેર્યો નહીં પણ મારી બાળપણની ફ્રેન્ડ હેતલે જાતે મારા માટે બનાવેલો ડ્રેસ મેં પહે…” ■

શોપિંગ માટે કોઈ ફિક્સ સમય નહીં હોય પણ પ્લાનિંગ કરીને શોપિંગ કરું છું: દીપા શાહ

“ડિસેમ્બરમાં મારા ઘરે NRI ગેસ્ટ આવે એમની સાથે શોપિંગ કરવા જવું પડતું હોય ત્યારે એવું પણ બને કે ગેસ્ટે જેટલું શોપિંગ કર્યું હોય એના કરતાં મારું શોપિંગ વધારે થઈ જતું હોય. શોપિંગને લઈને મારા આવા ફની કિસ્સા પણ થતાં હોય છે. કેટલીક વાર મને એવો વિચાર પણ આવે કે પર્સ ઘરે મૂકીને જાઉ પણ એવું મારાથી થતું નથી.” કાંઈક આવી રીતે શોપિંગ પ્રત્યેનો પોતાનો પ્રેમ વેસ વિસ્તારમાં રહેતાં 52 વર્ષીય દીપા શાહે વ્યક્ત કર્યો. તેઓ હાઉસ વાઈફ છે ઉપરાંત રેકી અને મંત્ર હીલર છે. તેમણે જણાવ્યું કે, “હું મન થાય ને ત્યારે શોપિંગ કરવા જાઉ છું. કોઈ ફ્રેન્ડ કે રિલેટિવ્ઝની કમ્પની મળે તો તેમની સાથે શોપિંગ કરવા જાઉ છું અથવા એકલી પણ નીકળી જાઉ. હું ઓર્ડિનરી કપડાંનું પણ શોપિંગ કરી લઉ છું. જો કે મારી ચોઈસ તો બ્રાન્ડેડ અને ડિઝાઈનર કપડાંની વધારે હોય છે. ડિઝાઈનર કપડાંની વાત કરું તો હું જાતે પણ ડિઝાઇન કરીને કપડાં સ્ટીચ કરવા આપું છું. ઈન્ટરનેશનલ બ્રાન્ડના ક્લોથ્સ લેવા મને ગમે છે. અમારા ઘરમાં ત્રણ બેડરૂમમાં તો મારાં જ કપડાં વોર્ડરોબ્સમાં દેખાશે. મારી પાસે કેટલાં કપડાં છે તેને કાઉન્ટ નહીં કરી શકાય. જો તે કાઉન્ટ કરવા બેસું તો મારા હસબન્ડની આંખો પહોળી થઈ જાય. જ્યારે વોર્ડરોબ સાફ કરવા બેસું ને તો કેટલાંક કપડાં તો એવાં હોય છે જેના ટેગ પણ તોડેલા નહીં હોય. જો કે હું પ્લાનિંગ કરીને શોપિંગ કરું છું. ઈન્ટરનેશનલ બ્રાન્ડનાં કપડાં એક્સપેન્સિવ હોય પણ તેમાં સારી ડીલ આવે તો ખાસ્સું ડિસ્કાઉન્ટ મળી જાય ત્યારે બહુ જરૂરી નહીં હોય તો પણ શોપિંગ કરી લઉ કેમ કે સારી ડિલ મળતી હોય અને જે લીધું હોય તે ક્યારેક તો કામમાં આવતું જ હોય છે. ઓનલાઈન શોપિંગમાં ઈન્ટરનેશનલ બ્રાન્ડની વસ્તુઓ લેવાનં પસંદ કરું છું. વધારે તો ક્લોથ્સ, વોચીસ, બેગ્સનું શોપિંગ કરું. પરફ્યુમનું વધારે શોપિંગ નહીં થાય કેમ કે અમારા NRI રિલેટિવ્ઝ પરફ્યુમની ગિફટ મોકલતાં હોય છે. વોચીસમાં લિમિટેડ એડિશનવાળી વોચીસ લેવી મને પસંદ છે. ઓનલાઈન શોપિંગમાં કઈ બ્રાન્ડ છે, સાઈઝ, ફિટિંગ બધાંનું વિશ્લેષણ કરું પછી જ ઓર્ડર આપું એટલે રિટર્ન કરવાની જરૂર નહીં પડે. જો ઓર્ડિનરી લેવાનું થાય તો તેમાં સાઈઝને લઈને કન્ફ્યુઝન હોય ત્યારે એવું બને કે તે રિટર્ન કરવું પડે.” ■

સાડીનું શોપિંગ ઓછું પણ વેસ્ટર્ન કપડાનું શોપિંગ વધારે હોય, મોસ્ટલી ઓનલાઈન શોપિંગ પસંદ છે: સોનાલી દેસાઈ

“બધી જ ફિમેલને શોપિંગનો શોખ હોય છે મને પણ શોપિંગ કરવું ગમે છે. બ્રાન્ડેડ, ડિઝાઈનર અને ઓર્ડિનરી ત્રણેય પ્રકારના શોપિંગનું કોમ્બિનેશન મને તો ગમે છે.” આ શબ્દો છે સિટીલાઈટ વિસ્તારમાં રહેતાં 45 વર્ષીય સોનાલી દેસાઈના. તેઓ ટેકસટાઈલ જવેલરી ડિઝાઈનર અને સ્કાર્ફ ડિઝાઈનર છે. તેમણે જણાવ્યું કે, “હું મહિનામાં એક કે બે વાર તો શોપિંગ કરી જ લઉ છું. મને કપડાં, શૂઝ, બેગ્સ, આર્ટિફિશ્યલ જવેલરીનું શોપિંગ કરવું ગમે છે કેમ કે, એનાથી મને ડિઝાઈનિંગ માટેના નવા આઈડિયા મળતા હોય છે. હું બ્રાન્ડેડ કપડાં, ડિઝાઈનર કપડાં અને ઓર્ડિનરી કપડાંનું શોપિંગ પણ કરું બસ ટેસ્ટ પ્રમાણેનું હોવું જોઈએ.હું મિક્સ અને મેચ કરીને મારો પોતાનો લુક ડિઝાઈન કરતી હોઉ છું. શોપિંગ મારા મૂડ પર ડિપેન્ડ કરે છે. જ્યારે મૂડ હોય ત્યારે મને શોપિંગ કરવાનું ગમે. હું પ્રત્યક્ષ કરતાં ઓનલાઈન સેલમાંથી શોપિંગ કરવામાં માનું છું કેમ કે તેમાં ઓપશન્સ વધારે મળે છે. સેલમાંથી ખરીદો એટલે થોડા ઘણા પૈસાની બચત થાય અને બચત થતી હોય તો કોને ના ગમે! તમે જ બોલો. હું તો મેકઅપની વસ્તુઓ પણ ઓનલાઈન ખરીદું છું. મને કોઈની કમ્પની કરતાં એકલા શોપિંગ કરવું ગમે કેમ કે હું માનું છું કે એનાથી કોન્ફિડન્સ લેવલ વધતું હોય છે. ઓનલાઈન શોપિંગમાં મારી ટેસ્ટ પ્રમાણેનું નહીં મળ્યું હોય તો હું રિટર્ન પણ કરું છું. જો કે એ ભાગ્યે જ બનતું હોય છે અને તે પણ ખાસ તો ઓર્ડિનરી શોપિંગમાં થતું હોય. તમારી સાઈઝ પ્રમાણે ના આવ્યું હોય કે ક્વોલિટી પણ અલગ લાગતી હોય. પ્રત્યક્ષ શોપિંગ કરવાનું હોય તો હું ડુમસ રોડ પરના મોટા મોલ્સમાં શોપિંગ કરવાનું વધારે પસંદ કરું છું. હા, હું વેસ્ટર્ન કપડાં પહેરવાનું વધુ પસંદ કરું છું એટલે સાડીનું શોપિંગ ઓછું હોય. હું જ્યારે શોપિંગ કરું ત્યારે એવું પણ બનતું હોય છે કે લેવાની કોઈ એક જ વસ્તુ હોય પણ પછી ચાર-પાંચ વસ્તુ પણ લેવાઈ જાય. એનું કારણ પણ છે એક તો ટેસ્ટ પ્રમાણેનું સારું મળી ગયું હોય, રિઝનેબલ મળ્યું હોય અને યુનિક હોય. મારો શોપિંગનો ખર્ચો સૌથી વધારે કપડાં પાછળ જ હોય.” ■

શોપિંગ તો મૂડ બનાવી દે છે, સેલમાંથી પણ બ્રાન્ડેડ કપડાં મળતાં હોય તો ખરીદી લઉ છું: અંકિતા વાળંદ

“શોપિંગ પછી તે બ્રાન્ડેડ કપડાંનું હોય, કેઝ્યુઅલ હોય કે ડિઝાઈનર કપડાંનું તે મૂડ બનાવી દે છે. અફકોર્સ લેડીઝને શોપિંગ પ્રિય હોય જ છે. શોપિંગ સ્ત્રીઓ માટે મેડિસિનનું કામ કરે છે.” આ શબ્દો છે વેસુ વિસ્તારમાં રહેતાં 34 વર્ષીય અંકિતા વાળંદના કે જેઓ હોટેલિયર છે. તેમણે જણાવ્યું કે, “શોપિંગ એવી વસ્તુ છે જે તમારો મૂડ બનાવી દે છે, હેપ્પીનેસ ક્રિએટ કરે છે. મને એવું નથી કે બ્રાન્ડેડ કપડાં લઉ કે પછી ડિઝાઈનર કપડાં લઉ. મને કેઝ્યુઅલ અને કમ્ફર્ટેબલ હોય તેવાં કપડાં ખરીદવા ગમે છે. હું એવું નથી માનતી કે શોપિંગ કરવા માટે સેલની રાહ જોવી. હું તો મૂડ હોય ત્યારે શોપિંગ કરવાનું પસંદ કરું છું. જો કે એવું પણ નથી કે હું સેલમાંથી શોપિંગ નથી કરતી. સેલમાંથી બ્રાન્ડેડ વસ્તુ થોડા ઓછા પૈસે મળતી હોય તો શું ખોટું છે! ભલે ને 500 રૂપિયાનું જ ડિસ્કાઉન્ટ મળતું હોય, ડિસ્કાઉન્ટની મજા જ અલગ હોય છે. હું ઓનલાઈન સેલમાંથી શોપિંગ કરવાનું વધારે પ્રિફર કરું છું. સ્પોર્ટ્સ શૂઝ, ડેઈલી અટાયર, ઓફિસ વેઅર, જિમ વેઅર, બ્લેઝર આ બધું ઓનલાઈન શોપિંગમાં સારા રેટમાં મળી જાય છે. મને ‘નો મેકઅપ ગર્લ’ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. હું મેકઅપ નથી કરતી. ઓનલાઈન શોપિંગમાં બ્રાન્ડેડ જોતી હોઉ છું. જો કે ઘણી મહિલાઓને આદત હોય છે ઓનલાઈન ખરીદ્યું હોય તે રિટર્ન કરવાની. મારી બાબતમાં તે રેરલી બને કેમ કે હું તો ઓવરસાઈઝ જોઉ છું. એક કે બે સાઈઝ જરા મોટી જ અને મને જે ગમે તે જ ઓર્ડર કરતી હોઉ છું. ઓનલાઈન શોપિંગમાં નોર્મલ શોપિંગ કર્યું હોય ત્યારે સાઈઝ પરફેક્ટ ના હોય કે પછી જે ઓર્ડર કર્યું હોય તેના કરતાં ડિફરન્ટ આવ્યું હોય કે પછી ક્વોલિટીમાં ઊતરતું હોય ત્યારે રિટર્ન કરવાનું આવે. બાકી રિટર્ન કરવાની મારી આદત નથી. તમે મારા ઘરમાં જોશો તો ત્રણ સ્લાઇડર કપબોર્ડ ભરીને મારાં કપડાં છે. મારી પાસે એટલાં કપડાં છે કે તે રાખવા માટે મારા કપબોર્ડમાં સ્પેસ નથી એટલે હું મમ્મી-પપ્પાના કપબોર્ડમાં પણ ઘૂસી જાઉ.” ■

સાડીનું શોપિંગ સુરતમાં કરું જ્યારે વેસ્ટર્ન વેરનું ફોરેનમાં કરું છું : રૂપલ શાહ

સોશ્યલ મીડિયા પર જેમની રીલ્સ બહુ ટ્રેન્ડિંગમાં હોય છે તે રૂપલ શાહ છેલ્લાં પાંચ વર્ષથી સોશ્યલ મીડિયા પર જાણીતું નામ બની ગયું છે અને તેઓ જે કપડાં પહેરે કે જવેલરી તે પણ ફિમેલ્સને પસંદ આવે છે. ડુમસ રોડ વિસ્તારમાં રહેતાં 50+ વર્ષીય રૂપલબેને જણાવ્યું કે, “એક સમય એવો પણ હતો જ્યારે મને શોપિંગ કરવું બહુ ગમતું હતું. જ્યારે ગ્લૂમી ફિલ કરું કે પછી થાકેલી છું એવું ફિલ થાય ત્યારે ફ્રેશ થવા શોપિંગ કરવું ગમતું પણ આ બધું સોશ્યલ મીડિયા પહેલાં હતું. હવે તો બિઝી શિડયુલ હોય છે. પ્રમોશનનું કામ એટલું ચાલતું હોય કે હવે શોપિંગ માટે ટાઈમ નથી મળતો અને તે વેસ્ટ ઓફ ટાઈમ પણ લાગે કેમ કે હવે પ્રમોશન માટે ઘણું આવી જતું હોય છે. પહેલાં તો શનિવારે-રવિવારે શોપિંગ માટે જવાતું હતું. મને તો જે ગમે તે લઈ લઉ પછી તે 200 રૂપિયાની કિંમતનું હોય કે 2 લાખ રૂપિયાની કિંમતનું હોય. બસ ખાલી ગમવું જોઈએ. ફોરેનમાં હોઉ છું ત્યારે સ્ટ્રીટ શોપિંગ પણ કરી લઉ છું. બ્રાન્ડેડ કપડાં US માં 30-40% ઓફમાં મળે એટલે લઈ લેવાનું થાય. જો કે મને મેકઅપમાં ઈન્ટરેસ્ટ નથી. સાડીનું શોપિંગ સુરતમાં કરું જ્યારે વેસ્ટર્ન વેર ફોરેનથી લઉ છું. ફૂટવેર, જીમવેર, સ્પોર્ટ્સવેર જે કન્ટ્રીમાં હોઉ કે પછી USAમાં હોઉ ત્યાંથી ખરીદી લઉ. સલવાર કમીઝ, કુરતી, પેન્ટ સુરતથી જ શોપિંગ કરું છું. હું સેલની રાહ જોતી હોઉ છું પણ તે માઈન્ડ સેટ હોય. આ સાડી સેલમાં 20, 40% ડિસ્કાઉન્ટમાં મળશે તો હું લઈશ એવું પણ વિચારતી હોઉ છું. સેલમાં શોપિંગમાં ડીસએડવાન્ટેજ એ હોય છે કે લેવા ગયા હોઈએ એક સાડી કે એક ડ્રેસ પણ લેવાય જાય 4 કે 5 એટલે લેવું જરૂરી નથી હોતું તો પણ લેવાઈ જાય છે. હું ઓનલાઈન શોપિંગ ઓછું કરું છું. પર્સનલી જઈને શોપિંગ કરવામાં માનું છું કેમ કે તેમાં ટ્રાય કરીને લઈ શકાય. હવે તો વિચારીને શોપિંગ કરું છું. જરૂરી હોય તો જ કરવાનું. પ્રમોશનની જ વસ્તુઓ એટલી બધી આવી જાય છે કે ઘરમાં ભરાવો થઈ જાય છે. આવી પ્રમોશનમાં આવેલી વસ્તુ માટે મેં એક પેજ બનાવ્યું છે તેમાં 40-50% ઓફમાં મૂકું પછી જે પૈસા આવે તેના 60 % હું ડોનેશનમાં આપું છું અને બાકીના પૈસામાંથી કુરિયર ચાર્જિસ, પેકેજિંગ ચાર્જિસ અને આ પેજ સંભાળવા માટે એક છોકરીને રાખી છે તેને સેલેરી આપું તેનો ખર્ચ થાય. આ રીતે ચેરિટી પણ થાય છે અને લોકોને સારી વસ્તુ ખૂબ જ ઓછી રકમમાં મળી જાય. ઉપરાંત ઘરમાં ભરાવો પણ નહીં થાય.” ■

પોતાના પ્રોફેશનમાં વ્યસ્ત રહેતી અને જાણીતી સુરતની સન્નારીઓના શોપિંગ અંગેના વ્યૂઝ જાણતા એટલું તો જાણવા મળે છે કે સુરતી નારી શોપિંગને ખૂબ એન્જોય કરે છે. ગમે તેટલા વ્યસ્ત શિડ્યુલમાં પણ સેલમાં શોપિંગનો લ્હાવો તો લે જ છે સાથે ડિસ્કાઉન્ટ મળી જાય તો જંગ જીત્યાની ખુશી તેને મળી જાય છે. ઓનલાઇન શોપિંગ સમયની બચત કરે છે છતાં સ્ટોરમાં કે મોલ્સમાં પ્રત્યક્ષ સ્પર્શ કરીને ખરીદી કરવાના મંતવ્યને આજે પણ સુરતી નારીઓ વળગી રહી છે. કંટાળા કે થકાવટ સાથે જ્યારે કોઈ સ્ત્રી ઘર કે ઓફિસમાંથી બહાર શોપિંગ માટે નીકળે અને કલાક- બે કલાક એકથી બીજી, બીજીથી ત્રીજી દુકાનમાં ફરે તો તેનો થાક તો કશે ગાયબ જ થઈ ગયો હોય અને તરોતાજા ફીલ કરવા લાગે છે. જાણે કે શોપિંગ તેના માટે સ્ફૂર્તિ ભરી દેતું ટોનિક હોય.

જીન્સ લેવું હોય તો બ્રાન્ડેડ લેવાનું અને ફેસ્ટિવલ હોય તો ડિઝાઈનર ક્લોથ્સ લેવાનું પસંદ કરું છું: ઝરણા પરીખ

“દરેકે દરેક ફિમેલનો એક કોમન શોખ હોય છે અને તે છે શોપિંગનો. મને પણ શોપિંગ કરવું બહુ જ ગમે છે. જો કે એવું પણ નથી કે કશે ગયા અને શોપિંગ કરવા લાગી ગયા. હું જરૂરિયાત અને મને સૂટ થશે કે નહીં તે નક્કી કરીને જ શોપિંગ કરતી હોઉ છું.” આ શબ્દો છે પીપળોદ વિસ્તારમાં રહેતાં 34 વર્ષીય ઝરણા પરીખના કે જેઓ તેમના હસબન્ડના મશરૂમના બિઝનેસમાં ડિજિટલ માર્કેટિંગનું કામ કરે છે. તેમણે જણાવ્યું કે, “હું બ્રાન્ડેડ કરતાં ડિઝાઈનર કપડાંનું શોપિંગ વધારે પસંદ કરું છું. જીન્સ લેવાના હોય ત્યારે બ્રાન્ડેડ લેવાનું પ્રિફર કરું છું. ફેસ્ટિવલ માટેનાં ક્લોથ્સ ડિઝાઈનર હોય. તે મારી પસંદગી પ્રમાણે કસ્ટમાઈઝડ તૈયાર કરાવું. શોપિંગ કરવા માટે સેલની રાહ નથી જોતી. ઈન્ફેક્ટ સેલમાં કોમન વધારે થઈ જાય. હા, હું ઓનલાઈન સેલમાં શોપિંગ પસંદ કરું છું. ઓનલાઈનમાં કેટલીક વેબસાઈટ પરથી રેગ્યુલર શોપિંગ કરતી હોઉ છું એટલે તેમના મેમ્બર થઈ જતા હોઈએ ત્યારે તે વેબસાઈટ સેલનું લોન્ચિંગ કરે તેના 24 કલાક પહેલાં તેમના મેમ્બરને જાણ કરે કે અમુક પ્રથમ કલાકોમાં મેમ્બરને પહેલા ખરીદીનો ચાન્સ મળશે એટલે ત્યારે શોપિંગ સરળ રહે છે. વળી, અમુક બ્રાન્ડેડ કપડાં મોંઘાં મળતાં હોય પણ ઓનલાઈન સેલમાં સારી રેન્જમાં મળી જાય. મારા ઘરમાં તમે જોશો તો ત્રણ કપબોર્ડ ભરીને મારાં કપડાં છે. જ્યારે મારા હસબન્ડનું એક જ કપબોર્ડ છે. હવે તો મારી પોણા બે વર્ષની બેબીનું પણ એક કપબોર્ડ ઉમેરાયું છે એટલે મારા હસબન્ડ મજાકમાં કહેતા હોય મારી કમાણીના પૈસામાંથી તમે મા-દીકરી શોપિંગ કરતા જ જાવ. હવે તો હસબન્ડની આ મજાક સાંભળવાની આદત પડી ગઈ છે. ગયા વર્ષે મારી સિસ્ટરના મેરેજ માટે મેં જયપુરથી બહુ જ ફાઈન ચણિયાચોળી મંગાવેલાં પણ ડ્રાયક્લીનવાળાથી શું થયું કે ચણિયાચોળીના જરદોશી વર્કના દોરા નીકળી ગયા ત્યારે તો મારા નવાનક્કોર ચણિયાચોળીના આવા હાલ જોઈ મારો તો જીવ બળી ગયો હતો.” ■