



ग्रामीण विकास में साप्ताहिक बाजार की भूमिका : आर्थिक अध्ययन

□ डॉ० आशा साहू

सार – आर्थिक विकास के अन्तर्गत देश के समस्त उत्पादन साधनों का कुशलतापूर्वक दोहन होता है। आर्थिक विकास एक प्रक्रिया है, जिसमें उत्पादन के विभिन्न साधन जैसे- पूंजी, श्रम, तकनीक आदि एक-दूसरे पर ऐसा अनुकूल प्रभाव डालते हैं जिससे आय में वृद्धि के कारण क्रय शक्ति भी बढ़ती है। आर्थिक विकास एक गुणात्मक संकल्पना है इसमें आर्थिक विशमता में कमी आती है तथा जनता के जीवन स्तर एवं कल्याण में वृद्धि होती है। देश में उपलब्ध समस्त संसाधनों का कुशलतापूर्वक विदोहन होता है परिणामस्वरूप राष्ट्रीय आय एवं प्रति व्यक्ति आय में निरन्तर व दीर्घकालीन वृद्धि होती है।

आर्थिक विकास से ही ग्रामीण विकास की धारणा उत्पन्न होती है, जिसका प्राथमिक उद्देश्य गरीबी, बेरोजगारी, असमानता को दूर करना है क्योंकि भारत की लगभग 70 प्रतिशत जनांख्या ग्रामीण क्षेत्र में निवास करती है। सैद्धान्तिक रूप से किसी क्षेत्र का विस्तार बाजार के विस्तार से निर्धारित होता है। अतः कहा जा सकता है कि साप्ताहिक बाजार ग्रामीण विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यही वे केंद्र हैं जो ग्रामीण क्षेत्र के लोगों की रोजमर्रा की भौतिक आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं।

शोध प्रविधि— प्रस्तुत शोधपत्र में वर्णनात्मक पद्धति का प्रयोग किया गया है। प्रस्तुत शोधपत्र में द्वितीयक समंको का प्रयोग किया गया है जो उपलब्ध सम्बद्ध प्रकाशित आलेखों, पुस्तकों से संकलित किए गये हैं। प्रस्तुत शोधपत्र के उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

साप्ताहिक बाजार आर्थिक कार्यप्रणाली का अध्ययन करना।

साप्ताहिक बाजार द्वारा ग्रामीण विकास की संभावनाओं का अध्ययन करना।

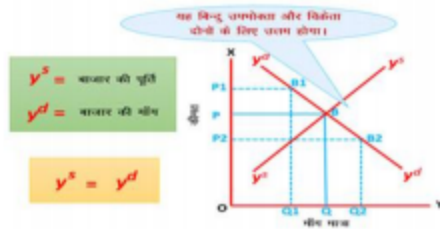
साप्ताहिक बाजार में क्रेता व विक्रेता की समस्याओं का अध्ययन करना।

साप्ताहिक बाजार— साप्ताहिक बाजार का इतिहास प्राचीन है जहां किसान एवं स्थानीय लोग

एकत्र होकर व्यापार व विनिमय करते हैं। यह भारत के ग्रामीण परिवेश की जमीनी विपणन प्रणाली का हिस्सा है। साप्ताहिक बाजार को बाजार, हाट बाजार एवं चमतपवकपब उंतामज कहते हैं। साप्ताह में किसी एक दिन लगने के कारण इन्हें साप्ताहिक बाजार कहा जाता है। साप्ताहिक बाजार वह स्थानीय बाजार है जिसमें क्रेता एवं विक्रेता परस्पर वस्तुओं को खरीदते तथा बेचते हैं। साप्ताहिक बाजार अनौपचारिक एवं असंगठित क्षेत्र के बाजार है। साप्ताहिक बाजार एक ऐसा बाजार है जहां आवश्यकता की सभी वस्तुएं जैसे— अनाज, फल, सब्जियां, कपड़े, जूते— चमपल, खाद्य पदार्थ, स्टेशनरी का सामान, मनिहारी का सामान, किराने का सामान, खिलौने, नाशवान एवं टिकाऊ वस्तुएं आदि खरीदी व बेची जाती है। भारत में 47,000 साप्ताहिक बाजार हैं छोटे उत्पादक देश के 6 लाख से अधिक गांव में अपनी दुकान लगाते हैं।

साप्ताहिक बाजार की कार्यप्रणाली— बाजार वह स्थान है जहां किसी वस्तु के बहुत सारे क्रेता विक्रेता निश्चित समय पर वस्तुओं को खरीदने व बेचने की स्वतंत्र प्रतियोगिता होती है। क्रेता मांग पक्ष से संबंधित होता है यह अधिकतम संतुष्टि चाहता है और विक्रेता पूर्ति पक्ष से संबंधित होता है यह अधिकतम लाभ प्राप्त करना चाहता है। बाजार में जिस बिंदु पर मांग व पूर्ति वक्र एक दूसरे को काटते हैं उसे संतुलन बिंदु कहा

जाता है।



उपर्युक्त विश्लेषण साप्ताहिक बाजार पर भी लागू होता है। साप्ताहिक बाजार साप्ताहिक गतिविधि के आधार पर खुलते व बंद होते हैं। यह बाजार खुले मैदान, ग्रामीण समुदाय तथा ग्राम पंचायत के पास स्थापित होते हैं। साप्ताहिक बाजार में खुदरा विक्रेता पाए जाते हैं जो कि पूर्ति पक्ष से संबंधित होता है यहां खुदरा विक्रेता स्वयं एक क्रेता होता है। वह थोक व्यापारी और मंडी से संमान खरीदकर साप्ताहिक बाजार में बेचते हैं। इनके द्वारा बेची जाने वाली वस्तुओं की कीमत लागत के अनुसार घटती बढ़ती रहती है जिसमे परिवहन लागत, आर्थिक लागत, संसाधनों की कीमत, उत्पादन तकनीक में परिवर्तन, प्रबंधकीय लागत एवं बाजार में मौसम की स्थिति में परिवर्तन आदि आते हैं। अतः साप्ताहिक बाजार में कीमत विभेद भी पाया जाता है जिसके अन्तर्गत विक्रेता भिन्न-भिन्न ग्राहक से वस्तु की भिन्न-भिन्न कीमत वसूल करता है। इस प्रकार वह अपनी आय में वृद्धिकरने का प्रयास करता है।

क्रेता का व्यवहार बाजार में मांग पक्ष से संबंधित होता है। वह अपनी दैनिक उपयोगिता और आवश्यकता के अनुसार वस्तुओं को खरीदता है। प्रत्येक उपभोक्ता कम से कम कीमत पर वस्तु को खरीदना चाहता है और वस्तु के उपभोग से अधिकतम संतुष्टि प्राप्त करना चाहता है। इस उद्देश्य की प्राप्ति हेतु कारण वह मोलभाव व अन्य दुकान से वस्तु की कीमत, गुणवत्ता आदि की तुलना करता है उसके पश्चात् उस वस्तु को खरीदता है। इस प्रकार साप्ताहिक बाजार वस्तुओं का क्रय विक्रय मांग व पूर्ति के नियम पर आधारित है।

ग्रामीण विकास – यदि भारत को विकास

की ओर ले जाना है तो सबसे पहले भारत के गांवों का विकास करना होगा। किसी भी ग्राम का आर्थिक विकास एक ही दिन में नहीं हो सकता। ग्राम की आर्थिक गतिविधियों में हर प्रकार से वृद्धि करनी पड़ती है तथा जब इन आर्थिक गतिविधियों के संचालन में ग्रामीणों की जनसहभागिता होती है तो ग्राम आर्थिक रूप से शक्तिशाली होता है और ग्राम का प्रत्येक ग्रामीण आर्थिक रूप से सम्पन्न हो जाता है।

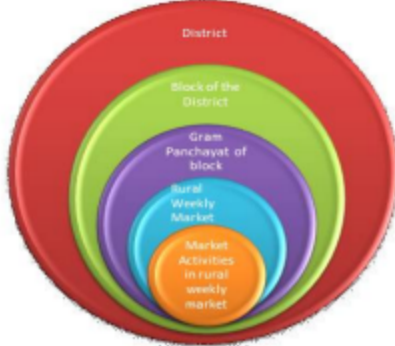
चूँकि ग्रामीण विकास का लक्ष्य निर्धनता को कम करना है इसे इस तरफ अवश्य अभिकल्पित किया जाए कि उत्पादन एवं उत्पादकता में वृद्धि हो सके। ऐसा विश्वास किया जाता है कि स्वास्थ्य, शिक्षा एवं सांस्कृतिक क्रियाओं जैसी मूलभूत सेवाओं के साथ-साथ खाद्य आपूर्तियों एवं पौष्टिकता में वृद्धि से ग्रामीण निर्धनों की भौतिक खुशहाली एवं उनके जीवन की गुणवत्ता में प्रत्यक्षतः सुधार आएगा, बल्कि अप्रत्यक्ष रूप से उनकी उत्पादकता भी बढ़ेगी।

देवेन्द्र कुमार दास के शब्दों में, “ग्रामीण विकास मौलिक, सामाजिक एवं आर्थिक परिवर्तन की एक क्रिया है। इसमें ग्रामीण जनता की जीवन-दशा को प्रत्यक्ष रूप से उन्नत बनाने हेतु सभी इच्छित क्रियाएँ शामिल हैं। ऐसी क्रियाओं में क्षेत्र आधारित, उपक्षेत्रीय या विशिष्ट प्रकृति की क्रियाएँ शामिल हैं।” ग्रामीण विकास एक समग्र क्रिया होने के साथ-साथ समस्त विकास प्रक्रिया का उत्प्रेरक भी है।

ग्रामीण विकास लोगों के जीवन स्तर में सुधार कर गरीबी का पूर्ण रूप से उन्मूलन कर गांवों का तीव्र सामाजिक आर्थिक विकास करना है। ग्रामीण विकास का उद्देश्य लोगों के रहन सकन के स्तर में वृद्धिकरना है। वर्तमान समय में प्रमुख उद्देश्य गरीबी को कम करना, बेहतर जीवन निर्वाह के अवसर प्रदान करना आधारभूत सुविधाएँ प्रदान करना आदि है। अधिकतर ग्रामीण व्यक्ति अपनी आवश्यकता की वस्तु खरीदने के लिए शहर नहीं पहुँच पाते उनके लिए साप्ताहिक बाजार महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। विक्रेता अलग-अलग दिन अलग-अलग बाजार में

वस्तुओं को बेचकर अपनी आय में वृद्धिकरता है।

साप्ताहिक बाजार की भौगोलिक संरचना



साप्ताहिक बाजार के विकास से परिवहन, बुनियादी ढांचे में सुधार, बीमा क्षेत्र, बैंकिंग, संचार, विद्युत, प्राथमिक स्वास्थ्य केंद्र, शिक्षा एवं अन्य सुविधाओं का विकास होता है। यह स्थानीय आर्थिक विकास जैसे उत्पादन, विक्रेता क्रेता के व्यवहार, उनके द्वारा की गई आर्थिक क्रियाकलाप, रोजगार सृजन आदि को गति प्रदान करता है।

साप्ताहिक बाजार में विक्रेता एवं क्रेता की समस्या— साप्ताहिक बाजार में विक्रेता क्रेता को बहुत सी समस्याओं का संमना करना पड़ता है जो कि निम्नलिखित है—

बाजार के स्थान का अभाव का होना।

पर्याप्त वित्त का अभाव।

जोखिम एवं अनिश्चितता की समस्या का होना।

बेची जाने वाली वस्तुओं की आवश्यकताओं की पूर्ति की समस्या का होना।

बेची जाने वाली वस्तुओं को समय से खरीदने की समस्या का होना।

बाजार के बंद होने के बाद बचे हुए सामान के रखरखाव की व्यवस्था एवं उसके भण्डारण की समस्या का होना।

साप्ताहिक बाजार में मांग के अनुसार पूर्ति को समायोजित एवं पूरा करने के लिए पर्याप्त पूंजी का न होना।

बाजार में मांग के अनुसार पूर्ति का न हो

पाना।

विक्रेता द्वारा सड़कों की खराब स्थिति होने से समय पर माल न ला पाना।

वस्तुओं की गुणवत्ता सम्बंधी समस्या का होना।

वस्तुओं को वापिस करने की सुविधा का न होना।

बाजार में वस्तुओं की कीमतों में अंतर पाया जाता है।

सुझाव—

सभी साप्ताहिक बाजारों को भण्डारण की सुविधा प्रदान की जानी चाहिए ताकि विक्रेता अगले दिन अपने बचे हुए सामान को बाजार में बेच सकें।

साप्ताहिक बाजार वृहद स्तर पर टेलीफोन, इंटरनेट आदि से जुड़े होने चाहिए ताकि क्रेता व विक्रेता को बाजार की स्थिति का पूर्ण ज्ञान हो सके।

केशलेश ट्रान्जेक्शन को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए।

साप्ताहिक बाजार के अधिकतर विक्रेता गरीब वर्ग से सम्बंधित रहते हैं। अतः उनकी सहायता हेतु बैंक द्वारा ऋण, साख एवं बीमा की सुविधा प्रदान की जानी चाहिए।

साप्ताहिक बाजार में कच्चे मैदान की अपेक्षा सरकार द्वारा पक्की दुकान बनवानी चाहिए।

साप्ताहिक बाजार के विकास एवं प्रोत्साहन हेतु ग्राम पंचायत को आगे आकर कार्य करने की आवश्यकता है।

साप्ताहिक बाजार ग्राम पंचायत द्वारा रजिस्टर्ड किए जाने चाहिए।

निष्कर्ष— प्रस्तुत शोधपत्र के अध्ययन के पश्चात् कहा जा सकता है कि साप्ताहिक बाजार ग्रामीण विकास में सकारात्मक भूमिका अदा करते हैं। ग्रामीण क्षेत्रों मुख्यतः कृषि तथा उससे संबंधित, लघु एवं कुटीर उद्योग रोजगार के प्रमुख स्रोत हैं। अतः साप्ताहिक बाजार में इन वस्तुओं को बेचकर विक्रेता अपनी आय में वृद्धिकरता है। परिणामस्वरूप बुनियादी आवश्यकताओं की पूर्ति, प्रति व्यक्ति आय और उनके

जीवन स्तर में सुधार होता है। अपनी आर्थिक गतिविधियों के माध्यम से आजीविका हेतु उद्वमशीलता को नया आकार प्रदान करते हैं। यह सच है कि आज के युग में अस्तित्व बनाए रखने और सतत आर्थिक विकास एवं ग्रामीण विकास को गतिशील बनाए रखने के लिए साप्ताहिक बाजार अपरिहार्य है। साप्ताहिक बाजार रोजगार सृजन, महिला सशक्तिकरण, लोगो का गांव से शहर की ओर पलायन की प्रवृत्ति को रोकने में सफल हुए हैं।

अतः इस प्रकार साप्ताहिक बाजार देश के विभिन्न राज्यों के ग्रामीण क्षेत्र में अनेक गतिविधियों द्वारा लोगों के सामाजिक व आर्थिक उत्थान में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं अपितु समाज में सकारात्मक व रचनात्मक वातावरण को विकसित करने में भी सहायक है।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. बडी वी. रविन्द्रनाथ, वी. नारायण, "रुरल मार्केटिंग", हिमालया पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली, 2011

2. आलम, महबूब, "ग्रामीण विकास एवं गरीबी निवारण कार्यक्रम", ओमेगा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 2014
3. त्रिपाठी, रेणु, "ग्रामीण विकास और निर्धनता उन्मूलन", ओमेगा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, 2011
4. Jain vipul, Saini Bhavna, "Contribution of rural marketing in the inclusive growth in India", International Journals of Research in IT and Management (IJRIM), Vol-2, Nov-2012.
5. Kotni V.V. Deviprasad, 'Prospects and Problems of Indian Rural Markets', Zenith International Journal, March-2012.
6. Motiee Langerroudi S.H., Rezwani M.R., 'Role of local Periodic markets in economic and social development of villages of Guilan Province', Geographical Landscape (Human Studies), 2011.
