



INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

साप्ताहिक बाजार— एक परिचय

डॉ० (श्रीमती) रश्मि एस० रावल
एस० प्रोफेसर एवं प्रभारी, भूगोल विभाग
आर०एस०एम० कॉलेज, धामपुर

सुश्री भुवनेश वर्मा
शोध छात्रा, भूगोल विभाग
आर०एस०एम० कॉलेज,
धामपुर

मानव सभ्यता के विकास के क्रम में बाजार की भूमिका अतिमहत्वपूर्ण रही है। मानव की दैनिक उपयोग की जाने वाली वस्तुओं का क्रय-विक्रय का केन्द्र बाजार ही होते हैं, जहाँ उसकी आवश्यकतानुसार वस्तुओं की उपलब्धता, सहजता व सरलता से हो जाती है। आदिकाल से ही वस्तुओं को एक स्थान से दूसरे स्थान पर ले जाकर उसका क्रय करने व उसके बदले में मुद्रा या अन्य वस्तुओं को लेने का प्रचलन रहा है। इस प्रकार बाजारों में सामाजिक-आर्थिक संबंधों का भी विस्तार होता है।

शोधपत्र—

विभिन्न राष्ट्रों मुख्यतः विकासशील राष्ट्रों के नगरीय क्षेत्रों में नियमित बाजार के साथ-साथ नियतकालिक बाजार भी बाजारी सरंचना का महत्वपूर्ण हिस्सा है। ग्रामीण भारत में तो नियतकालिक बाजार जिनको स्थानीय भाषा में साप्ताहिक बाजार, हाट, पैठ आदि नामों से जाना जाता है। स्थानीय स्तर पर दैनिक उपभोग की वस्तुओं हेतु अत्यन्त उपयोगी होते हैं।

साप्ताहिक बाजार व्यापारिक संस्था की तरह होते हैं, जो अपने निकट के स्थानीय क्षेत्र की सेवा करता है अर्थात् भौगोलिक दृष्टि से ये नोडल प्वाइंट/सेवा केन्द्र की तरह होते हैं। इन बाजारों में स्थानीय स्तर पर उत्पादित वस्तुओं का क्रय-विक्रय होता है। वाणिज्यिक दृष्टि से भी इन बाजारों का महत्व है। ऐसी घनी आबादी वाले क्षेत्र जहाँ मजदूर जनसंख्या या निम्न आय वर्ग के लोग रहते हैं वहाँ ये बाजार काफी सफल साबित हुए हैं और इसलिए प्रायः देखा भी जाता है कि ये बाजार उन्हीं क्षेत्रों/स्थानों पर अधिक लगते हैं।

साप्ताहिक बाजार—

साप्ताहिक बाजार से तात्पर्य है, वह बाजार जो सप्ताह के किसी एक निश्चित दिन लगता है। व्यापारी दिन में अपनी-अपनी दुकान लगाते हैं तथा शाम होने के बाद उन्हें समेट लेते हैं और अगले दिन किसी अन्य स्थान पर अपनी दुकानें लगाते हैं। अर्थात् उनकी दुकानें (साप्ताहिक बाजार में लगने वाली) पक्की नहीं होती हैं। इसी कारण इन साप्ताहिक हाट बाजारों में बहुत सी वस्तुएं कम दामों में मिल जाती है। ऐसा इसलिए क्योंकि जो दुकानें

दैनिक रूप से स्थित होती हैं, वेंपक्की होती हैं तथा उन्हें अपनी दुकानों के कई तरह के खर्चे जोड़ने होते हैं। इन हाट बाजारों की एक विशेषता यह भी है कि यहाँ एक ही तरह के सामानों की कई दुकानें होती हैं, जिससे उनमें आपस में प्रतियोगिता भी होती है।

में वर्गीकृत किया जा सकता है—

- (1) रोजाना के बाजार
- (2) साप्ताहिक बाजार (3) विशेष बाजार

साप्ताहिक बाजारों का दृश्य



चित्र-1



चित्र-2

बाजारों का वर्गीकरण—

नियतकालिता के आधार पर साप्ताहिक बाजारों को आमतौर पर तीन श्रेणियों में बांटा जा सकता है। प्रथम श्रेणी के बाजार कस्बों, नगरों एवं महानगरों में पाये जाते हैं जबकि द्वितीय श्रेणी के बाजार छोटे कस्बों विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रों की विशेषता के रूप में होते हैं, जो साप्ताहिक के किसी निश्चित दिन या दिनों पर लगते हैं। तृतीय श्रेणी के बाजार वर्ष के किसी भी दिन या कुछ दिनों के लिए वार्षिक मेले के रूप में लगते हैं।

साप्ताहिक बाजारों की संरचना

अधिकांश साप्ताहिक बाजारों में उत्पादक और उपभोक्ता ही मुख्य संरचना का अंग होते हैं। उत्पादक अपने सामान को बाजार में बेचने आते हैं तथा उपभोक्ता के रूप में उत्पादक स्वयं भी अपनी आवश्यकता संबंधी वस्तुओं का क्रय करते हैं। इसके साथ ही आस-पास के क्षेत्रों से लोग उपभोग के लिए आवश्यक वस्तुओं की खरीद करते हैं। उत्पादक वर्ग एवं उपभोक्ता वर्ग के अतिरिक्त इन बाजारों में कुछ ऐसे भी लोग आते हैं, जिन्हें कुछ खरीदना या बचना नहीं होता अपितु अपने परिचितों से मिलने या बाजार घूमने आते हैं, इनको दर्शक की श्रेणी में रखा जाता है। इन बाजारों में भीड़-भाड़ भी होती है। अतः बाजार व्यवस्था को ठीक से संचालित करने व वांछित कर वसूलने के उद्देश्य से प्रशासक को नियुक्त किया जाता है। ये व्यवस्थापक सामान्यतः स्थानीय होते हैं जो सामाजिक, आर्थिक व राजनीतिक रूप से उस क्षेत्र में अपने प्रभाव रखते हैं।

साप्ताहिक बाजारों के विकसित होने के कारण

इन बाजारों की पद्धति की प्रकृति स्थानीय समाज एवं अर्थव्यवस्था से घनिष्ठ रूप से जुड़ी होती है। इसलिए सामाजिक संरचना में आया कोई परिवर्तन बाजार व्यवस्था को संतुलित अवस्था में पुनः समायोजन की स्थिति को उत्पन्न कर सकता है। प्रायः देखा गया है कि कृषिगत उत्पादन एवं जनसंख्या में वृद्धि के अनुपात में स्थानीय बाजारों की मांग बढ़ती जाती है, क्योंकि जैसे-जैसे जनसंख्या बढ़ती है वैसे-वैसे दैनिक उपयोग की वस्तुओं की मांग बढ़ती है जिसकी पूर्ति बाजार से ही संभव है। इस पूर्ति को पूरा करने के लिए स्थानीय स्तर पर बाजार विशेषतः साप्ताहिक बाजार विकसित हो जाते हैं।

प्रकार्य-

- (1) साप्ताहिक हाट बाजार लघु एवं कुटीर उद्योगों द्वारा बनाये गये माल को आमजन को बचने तथा खरीदने के एक अच्छे माध्यम होते हैं।
- (2) साप्ताहिक बाजार छोटे स्तर पर श्रम विभाजन को प्रदर्शित करते हैं।
- (3) साप्ताहिक बाजार आस-पास के क्षेत्रों के लिए केंद्रीय स्थल के रूप में होते हैं।
- (4) कुछ साप्ताहिक बाजार मिश्रित प्रकार के होते हैं, जिनमें घरेलू सामान, सब्जी, कृषि उपयोगी औजार, वस्त्र, उर्वरक आदि के साथ पशुओं की खरीद बिक्री भी की जाती है।
- (5) ये बाजार अपने सेवा क्षेत्र में वस्तुओं की पूर्ति करने के अतिरिक्त जनसंचार के एक अच्छे अभिकरण के रूप में भी कार्य करते हैं।
- (6) ये बाजार समाज के विभिन्न वर्गों के लोगों के लिए रोजगार प्रदान करने के केन्द्र के रूप में कार्य करते हैं।

साप्ताहिक बाजार एवं शॉपिंग कॉम्प्लेक्स में अन्तर-

जहाँ साप्ताहिक बाजार में विभिन्न की वस्तुओं की दुकाने होती है, वहीं शॉपिंग कॉम्प्लेक्स में भी विभिन्न प्रकार के ब्रांडेड और स्थानीय स्टोर होते हैं। इन दोनों जगह ही व्यक्ति अपनी-अपनी आवश्यकतानुसार सामग्री का क्रय करते हैं। परन्तु इनकी प्रकृति में बड़ा अन्तर है। जो निम्न सारणी के माध्यम से दर्शाया गया है-

बाजार	बेची जाने वाली वस्तुओं के प्रकार	वस्तुओं का मूल्य	विक्रेता	ग्राहक
साप्ताहिक बाजार	स्थानीय उत्पाद का सामान या बिना ब्रांडेड सामान	कम	छोटे व्यवसायी	निम्न आय वर्ग
शॉपिंग कॉम्प्लेक्स	उच्च गुणवत्ता वाला ब्रांडेड सामान	अधिक	बड़े व्यवसायी	उच्च आय वर्ग

केन्द्रीय स्थल के रूप में साप्ताहिक बाजारों की भूमिका

जर्मन अर्थशास्त्री वाल्टर क्रिस्टालर ने अधिवासों के वितरण के अध्ययन हेतु एक सैद्धान्तिक रूपरेखा 1933 में प्रस्तुत की, जिसके सार से यह स्पष्ट होता है कि "एक निश्चित आकर की उत्पादक भूमि एक नगरीय केन्द्र को आधार प्रदान करती है।" जिस प्रकार नगरीय अधिवास एक केंद्रीय स्थान के रूप में अस्तित्व में रहकर अपने केन्द्रीय कार्यों को संपादित करता है, ठीक उसी प्रकार एक साप्ताहिक बाजार क्षेत्र की मांग के अनुरूप एक केंद्रीय स्थल के रूप में विकसित होकर अपने केंद्रीय कार्यों को पूर्ण करता है। साप्ताहिक बाजार अपने अधिक क्षेत्र एवं जनसंख्या के लिए सेवा प्रदान करता है।

वर्तमान संदर्भ में साप्ताहिक बाजारों की स्थिति –

वर्तमान समय में विश्व कोरोना महामारी से ग्रसित रहा है। भारत में भी कोरोना महामारी की समय-समय पर कई लहरे आती रही इन परिस्थितियों में लॉकडाउन के दौरान साप्ताहिक बाजारों को बंद करना पड़ा तथा ई-कामर्स वर्तमान समय की आवश्यकता बन गयी और मोबाईल बैंकिंग की भूमिका काफी अहम हो गयी। परन्तु इन सबके बावजूद साप्ताहिक हाट बाजारों की भूमिका कम नहीं हुई, जिसके कई कारण हैं—

- ग्रामीण इलाकों में डिजीटल साक्षरता का अभाव होने के कारण प्रत्येक व्यक्ति ई-कामर्स का उपयोग नहीं कर पाता।
- तकनीकी जानकारी का अभाव।
- इंटरनेट सुविधाओं की कमी।
- मोबाईल बैंकिंग का उपयोग न कर पाना।
- जागरूकता का अभाव।
- इंटरनेट माध्यमों के इस्तेमाल पर सुरक्षा संबंधी चिंताएं आदि।
- ई-कामर्स प्लेटफॉर्म पर वस्तुओं की कीमत लोकल हाट बाजारों से अधिक होती है तथा कई बार वस्तुएं मन के अनुसार नहीं मिल पाती, जबकि साप्ताहिक बाजारों में वस्तुएं कम दाम पर उपलब्ध हो जाती हैं क्योंकि यहाँ मोल-भाव भी होता है। वस्तुओं को व्यक्ति अपनी इच्छा से संतुष्ट होकर लेता है तथा दैनिक उपभोग की वस्तुएं—खाद्य सामग्री, सब्जी, फल इत्यादि और ताजे मिलते हैं। अतः साप्ताहिक बाजारों की भूमिका में कोई कमी नहीं आयी है, आज भी इन बाजारों का अपना महत्व है।

निष्कर्ष—

साप्ताहिक बाजार ग्रामीण, कस्बा व उन स्थानों जहाँ ये बाजार लगते हैं, के लिए वरदान है। क्योंकि यही वह जगह है जहाँ व्यक्ति अपनी आवश्यकता से संबंधित अधिकांश वस्तुएं खरीद पाते हैं। अन्यथा उन्हें अलग-अलग सामानों के लिए अलग-अलग जगह जाना पड़ता। साथ ही वस्तुओं की कीमतों में भी इजाफा होता है, समय, शक्ति, धन का अतिरिक्त बोझ व्यक्ति पर पड़ता। ये साप्ताहिक बाजार व्यक्ति की आवश्यकताओं की खरीद बिक्री के साथ, मिलन स्थल के रूप में भी वरदान है जहाँ समाज के लोग आपस में मिलकर एक सकारात्मक माहौल उत्पन्न करते हैं।

संदर्भ—

1. गौतम अलका 2010 : आर्थिक भूगोल के मूल तत्व, शारदा पुस्तक भवन इलाहाबाद।
2. ग्रामीण मार्केटिंग : कुरुक्षेत्र मासिक पत्रिका सितम्बर अंक 2021
3. NCERT पुस्तक विषय नागरिक शास्त्र, कक्षा-7 अध्याय-17 “हमारे आस-पास के बाजार” (वर्ष 2019-2020)
4. केन्द्रीय स्थान सिद्धांत : पजे-65, भौगालिक मॉडल्स, माजिद हुसैन

