



## ग्रामीण विकास और ग्रामीण साप्ताहिक बाजार: एक आर्थिक अध्ययन

मनीष कुमार

रिसर्च स्कॉलर, अर्थशास्त्र विभाग, तिलकामांझी विश्वविद्यालय, भागलपुर, बिहार, भारत

Corresponding Author: मनीष कुमार

### सारांश

भारत में ग्रामीण विकास एक परम और तत्काल आवश्यकता है, क्योंकि भारत की लगभग 70% आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में रहती है। विकास बाजार की सीमा तक सीमित है। इस सादृश्य से, ग्रामीण विकास साप्ताहिक बाजारों के विस्तार तक सीमित है। इस पेपर का उद्देश्य ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों की बाजार गतिविधियों, ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों के माध्यम से ग्रामीण विकास की संभावनाओं और ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में विक्रेताओं और खरीदारों की समस्याओं की जांच करना है। हाल के वर्षों में, ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों ने महत्वपूर्ण भूमिका हासिल कर ली है, क्योंकि अर्थव्यवस्था की समग्र वृद्धि के परिणामस्वरूप ग्रामीण समुदायों की क्रय शक्ति में पर्याप्त वृद्धि हुई है। क्रेता सामान खरीदता है और विक्रेता मांग और आपूर्ति के नियमों के अनुसार सामान बेचता है।

**मूल शब्द:** ग्रामीण विकास, ग्रामीण साप्ताहिक बाजार, आर्थिक, अर्थव्यवस्था

### प्रस्तावना

विकास का संबंध बेहतर जीवन की उपलब्धि से है; विकास का फोकस उस जीवन की प्रकृति को शामिल करना है जिसे लोग जीने में सफल होते हैं। इसे अर्थव्यवस्था में मात्रात्मक और गुणात्मक परिवर्तन कहा जाता है। आर्थिक विकास ग्रामीण विकास से निर्धारित होता है। इसका प्राथमिक उद्देश्य गरीबी, असमानता और बेरोजगारी को दूर करना है, जो आपस में जुड़े हुए हैं। भारत में ग्रामीण विकास एक परम और तत्काल आवश्यकता है, क्योंकि भारत की लगभग 70% आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में रहती है। 2011 की जनगणना के अनुसार, कुल जनसंख्या में से (68.85%) ग्रामीण क्षेत्रों में और (31.15%) शहरी क्षेत्रों में रहती है। यह इस सिद्धांत का मूल सिद्धांत है कि किसी क्षेत्र का विकास बाजार की सीमा तक सीमित होता है। इस सादृश्य से यह भी अनुमान लगाया जा सकता है कि ग्रामीण विकास साप्ताहिक बाजारों के विस्तार तक ही सीमित है। साप्ताहिक बाजार मूलतः किसी भौगोलिक क्षेत्र के निवासियों के लिए

एक निश्चित समय अंतराल पर वस्तुओं और सेवाओं के आदान-प्रदान का स्थान हैं। ग्रामीण साप्ताहिक बाजार क्षेत्रीय और राष्ट्रीय सामाजिक-आर्थिक प्रणाली में किसान अर्थव्यवस्थाओं के एकीकरण में ग्रामीण समुदायों में विविध सामाजिक-आर्थिक कार्य करते हैं।

### अध्ययन का उद्देश्य

- ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों की बाजार गतिविधियों की जांच करना।
- ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों के माध्यम से ग्रामीण विकास की संभावनाओं की जांच करना।
- ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में विक्रेताओं और खरीदारों की समस्याओं की जांच करना।

### ग्रामीण साप्ताहिक बाजार

साप्ताहिक बाजार समय-समय पर किसी विशिष्ट दिन या सप्ताह के एक दिन पर कुछ निश्चित स्थलों पर आयोजित

किए जाते हैं और ग्रामीण बस्तियों को सामान और सेवाएँ प्रदान करते हैं। साप्ताहिक बाज़ार को स्थानीय भाषा में बाज़ार, हाट, आवधिक बाज़ार कहा जाता है। हाल के वर्षों में, ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों ने महत्वपूर्ण भूमिका हासिल कर ली है, क्योंकि अर्थव्यवस्था की समग्र वृद्धि के परिणामस्वरूप ग्रामीण समुदायों की क्रय शक्ति में पर्याप्त वृद्धि हुई है। ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में आबादी बिखरी हुई होती है जिसके कारण इस क्षेत्र तक पहुँचना कठिन होता है। इसलिए, ग्रामीण लोग सामान और सेवाओं की खरीद के लिए शहरी क्षेत्र तक नहीं पहुँच सकते हैं, इसलिए उनकी जरूरतों पर उचित ध्यान दिया जाना चाहिए। लेकिन इसमें उच्च लागत और प्रयास शामिल हैं। विक्रेता जिन वैकल्पिक चैनलों का उपयोग कर रहे हैं उनमें साप्ताहिक आधार शामिल हैं। विक्रेता एक दिन एक बाज़ार में बेचते हैं और अगले दिन दूसरे बाज़ार में चले जाते हैं। साप्ताहिक बाजारों में न केवल खुले उत्पादों की बिक्री होती है, बल्कि बड़ी मात्रा में पैक किए गए सामान की भी बिक्री होती है। ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों की बाज़ार गतिविधियाँ: एक बाज़ार प्रणाली को तब कार्यात्मक कहा जाता है, जब इसमें खरीदारों और विक्रेताओं की गतिविधियाँ शामिल होती हैं। खरीदार मांग के नियमों के अनुसार कार्य करते हैं और विक्रेता आपूर्ति के नियमों के अनुसार कार्य करते हैं। उनकी अंतःक्रियाएं मांग और आपूर्ति बलों के माध्यम से वस्तुओं की संतुलन कीमत निर्धारित करती हैं। उपरोक्त विश्लेषण साप्ताहिक बाजारों पर लागू होता है क्योंकि हम जानते हैं कि, साप्ताहिक बाजार साप्ताहिक समय तत्व के साथ खोले या बंद किए जाते हैं। साप्ताहिक बाजार प्राकृतिक ग्रामीण विकास प्रक्रिया का परिणाम हैं, जहाँ कुछ गाँव अपने कार्यों में आसपास के क्षेत्रों के वाणिज्यिक केंद्र बन जाते हैं। वे लोगों के सामाजिक-आर्थिक जीवन में संग्रहणीय शक्ति प्रदान करते हैं। ये बाज़ार ग्रामीण समुदायों के केंद्र में या खुले स्थान पर या जिले के गाँवों में ग्राम पंचायत कार्यालय से सटे पहुँच मार्गों पर स्थित हैं। ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों की भौगोलिक संरचना ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में बाजार की गतिविधियों के अनुसार खुदरा विक्रेता और खरीदार पाए जाते हैं। विक्रेता आपूर्ति पक्ष से संबंधित है। एक खुदरा विक्रेता साप्ताहिक बाजार में खरीदार बन जाता है। वह थोक बाजार या मंडियों से बेचने के लिए सामान खरीदता है और जिले के ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में खरीदारों को सामान बेचता है। प्रौद्योगिकी, संसाधन की कीमतें, परिवहन लागत, प्रबंधकीय लागत, आर्थिक लागत और मौसम की स्थिति (कृषि वस्तुओं के लिए) में बदलाव के परिणामस्वरूप

वस्तुओं की आपूर्ति बदल सकती है। क्रेता बाजार में मांग पक्ष से संबंधित है। सामान की उपलब्धता एवं आवश्यकता के अनुसार क्रेता जिले के ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में विक्रेताओं से सामान खरीदते हैं। हर खरीददार सामान की कम कीमत देना चाहता है। इसलिए, वह मोलभाव करता है और सामान की कीमत की तुलना करने के लिए बाजार की अन्य दुकानों पर जाने की कोशिश करता है। उसके बाद, वह खुदरा या स्टॉक में सामान खरीदता है, जिसका भुगतान नकद या अलग-अलग कीमत पर किया जाता है। इसलिए, खरीदार सामान खरीदता है और विक्रेता मांग और आपूर्ति के नियमों के अनुसार सामान बेचता है। ग्रामीण विकास: ग्रामीण विकास आम तौर पर लोगों के जीवन की गुणवत्ता और आर्थिक कल्याण में सुधार की प्रक्रिया को संदर्भित करता है। ग्रामीण विकास की वर्तमान रणनीति मुख्य रूप से नवीन कार्यक्रमों के माध्यम से गरीबी उन्मूलन, बेहतर आजीविका के अवसरों और बुनियादी सुविधाओं पर केंद्रित है। साप्ताहिक बाजार के विकास से परिवहन, बुनियादी ढांचे, बीमा, बैंकिंग, संचार, मनोरंजन, बिजली, प्राथमिक स्वास्थ्य केंद्र, शिक्षा और अन्य सुविधाओं में सुधार होता है। वे स्थानीय आर्थिक विकास को बढ़ावा देते हैं जो उत्पादन, विक्रेताओं और खरीदारों के व्यावसायिक व्यवहार, रोजगार को प्रोत्साहित करता है। ये बाज़ार वस्तुओं के आदान-प्रदान के केंद्र के रूप में कार्य करते हैं और स्थानीय संसाधनों को जुटाने के लिए अधिकतम अवसर प्रदान करते हैं और इसके मांग और आपूर्ति कार्य आसपास के क्षेत्र में रोजगार पैदा करते हैं।

### ग्रामीण साप्ताहिक बाजारों में विक्रेताओं एवं क्रेताओं की समस्याएँ

विक्रेताओं को ग्रामीण साप्ताहिक बाजार में बाजार के दिन के अंत तक अपनी दुकान शुरू करने में पूर्व-समस्या का सामना करना पड़ता है। विक्रेताओं को कुछ समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है। इसे इस प्रकार गिना जा सकता है-

- उन्हें बाज़ार की कमी की समस्या का सामना करना पड़ रहा है।
- वित्त/पूंजी की कमी. • जोखिम और अनिश्चितता की समस्या.
- सामान बेचने की आवश्यकता.
- साप्ताहिक बाजार में बेचने के लिए समय पर सामान खरीदने की समस्या
- परिवहन सुविधा का अभाव.

- साप्ताहिक बाजार में बिक्री के बाद बचे हुए सामान के रख-रखाव और उसके स्टॉक की समस्या सामने आती है।
- आपूर्ति की मांग के अनुरूप पर्याप्त पूंजी न होने की समस्या जिले के साप्ताहिक बाजारों में पाई जाती है।
- मांग के अनुसार माल की आपूर्ति में समस्या पाई जाती है। साप्ताहिक बाजार में अपनी जरूरत का सामान खरीदने के लिए आने वाले खरीदारों को भी कुछ समस्याओं का सामना करना पड़ा।
- वे सड़क की खराब स्थिति, कनेक्टिविटी की कमी से पीड़ित हैं।
- उन्हें वजन ना मापने की समस्या का सामना करना पड़ रहा है।
- उन्हें स्थानीय ब्रांड से संबंधित समस्या का सामना करना पड़ा।
- गुणवत्ता संबंधी समस्या।
- विक्रेता द्वारा सामान वापस करने की सुविधा देने की समस्या।
- साप्ताहिक बाजारों में कीमत से संबंधित समस्या।

### सुझाव

- सभी साप्ताहिक बाजारों में भंडारण की सुविधा प्रदान की जानी चाहिए ताकि विक्रेता अगले बाजार दिवस के लिए अपना माल स्टॉक कर सकें।
- आवधिक बाजार में टेलीफोन, इंटरनेट सुविधाओं, इलेक्ट्रॉनिक व्यापार की अनुमति देने और नकदी रहित लेनदेन को बढ़ावा देने के साथ बाजारों के पदानुक्रम के प्रत्येक स्तर पर जुड़ाव भी होना चाहिए।
- विक्रेता लगभग गरीब हैं और सरकार को ऋण, ऋण और बीमा द्वारा उनकी रक्षा करनी चाहिए।
- अच्छी तरह से संरक्षित और उचित रूप से निर्मित शेड होना चाहिए। यह बेचने वाले सामान के साथ-साथ विक्रेताओं को भी बारिश और गर्मी से बचाता है।
- साप्ताहिक बाजारों के प्रतिभागियों को पंजीकृत किया जाना चाहिए

### निष्कर्ष

इस प्रकार, यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि, साप्ताहिक बाजारों की ग्रामीण विकास में सकारात्मक भूमिका है। आर्थिक दृष्टि से, साप्ताहिक बाजार रोजगार पैदा करने, संबंधित क्षेत्रों के ग्रामीण लोगों की आय में वृद्धि करने, महिला सशक्तिकरण में तेजी लाने, शहरी और

ग्रामीण लोगों के बीच संपर्क बढ़ाने और ग्रामीण क्षेत्रों से लोगों के प्रवास को कम करने का प्रयास करते हैं। शहरी क्षेत्र आदि। साप्ताहिक बाजार में आवश्यक सुविधाएं प्रदान करके, ग्राम पंचायतें संदर्भ में जिले के ग्रामीण विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाने में सक्षम हो सकती हैं।

### संदर्भ

1. बड़ी वी. रवीन्द्रनाथ, बड़ी वी. नारायण, 'रूरल मार्केटिंग', हिमालय पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली, 2011.
2. चट्टोपाध्याय बी.सी., 'रूरल डेवलपमेंट प्लानिंग इन इंडिया', एस. चंद एंड कंपनी लिमिटेड, नई दिल्ली, 1985.
3. डोगरा बी., घुमन के., 'ग्रामीण विपणन: अवधारणा और अभ्यास', टाटा मैक ग्रा हिल, नई दिल्ली, 2008.
4. जैन विपुल, सैनी भावना, 'भारत में समावेशी विकास में ग्रामीण विपणन का योगदान', आईटी और प्रबंधन में अनुसंधान के अंतर्राष्ट्रीय जर्नल (आईजेआरआईएम), खंड-2, नवंबर-2012.
5. कोटनी वि.वि.1. बड़ी वी. रवीन्द्रनाथ, बड़ी वी. नारायण, 'रूरल मार्केटिंग', हिमालय पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली। देवीप्रसाद, 'भारतीय ग्रामीण बाजारों की संभावनाएँ और समस्याएँ', जेनिथ इंटरनेशनल जर्नल, मार्च-2012.
6. मोती लैंगरोडी एस.एच., रेजवानी एम.आर., 'गुडलन प्रांत के गांवों के आर्थिक और सामाजिक विकास में स्थानीय आवधिक बाजारों की भूमिका', भौगोलिक परिदृश्य (मानव अध्ययन), 2011.

### Creative Commons (CC) License

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. This license permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.