

Periodic Research

कृषि विपणन एवं ग्रामीण विकास के सैद्धान्तिक आयाम

Abstract

किसी भी क्षेत्र में जहां कृषि अर्थतंत्र महत्वपूर्ण है वहां कृषि विपणन का जन्म होता है। वस्तु विनिमय आवर्ती विपणन केन्द्रों से लेकर दैनिक विपणन केन्द्रों द्वारा किया जाता रहा है। इन विपणन केन्द्रों का उद्देश्य कृषकों को उनके अत्पादों का उचित मूल्य तुरन्त दिलाना होता है। इस तरह कृषि विपणन को संचालित करने वाले विभिन्न पदानुक्रम के केन्द्र क्षेत्र में स्थापित हो जाते हैं जिनका पारस्परिक अन्तर्संबंध विकसित होता है। एक ओर कृषि क्षेत्र से विपणन कार्य अपेक्षाकृत नगर केन्द्र की ओर संपन्न होता है तो दूसरी ओर नगर केन्द्रों से कृषि क्षेत्र की ओर दूसरी वस्तु तथा आय की प्राप्ति होती है। प्रस्तुत शोधपत्र में ग्रामीण विकास में कृषि विपणन की भूमिका का मूल्यांकन किया गया है।

मुख्य शब्द : आवर्ती विपणन केन्द्र, एन्ट्रेपॉट, विवृत्त तंत्र, भूमि संभाव्यता मांग संचयन।

प्रस्तावना

वास्तव में कृषि विपणन आवश्यकतानुसार फुटकर और थोक विपणन के रूप में संपन्न होता है। इनमें फुटकर व्यापार अधिक महत्वपूर्ण रहा है क्योंकि प्रारंभ से ही मनुष्य अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति आदान-प्रदान से करता रहा है। आवश्यकताओं में वृद्धि होने से आदान-प्रदान की प्रक्रिया जटिल होता गई जो फुटकर व्यापार के रूप में देखी जाती है। अतः फुटकर व्यापार संबंधित अध्ययन का केन्द्र बिन्दु बन गया। ध्यातव्य है कि न केवल कृषि विपणन वरन् अन्य वस्तुओं के विपणन में भी फुटकर व्यापार ही अधिक प्रचलन में दिखाई देता है। मुख्यरूप से यह प्रवृत्ति दैनिक उपयोग की वस्तुओं के विपणन में अधिक देखी जाती है।

अध्ययन क्षेत्र

छत्तीसगढ़ प्रदेश 19°45' – 23°15' उत्तरी अक्षांश तथा 80°25' पूर्व से 84°20' पूर्वी देशान्तर के मध्य स्थित है। इसका विस्तार 385 किमी पूर्व-पश्चिम से लेकर 400 किमी उत्तर दक्षिण तक पाया जाता है। इसके पूर्व में ओडीशा पश्चिम तथा उत्तर-पश्चिम की ओर मध्य प्रदेश, उत्तर में उत्तर प्रदेश, उत्तर पूर्व में झारखण्ड, दक्षिण-पश्चिम की ओर महाराष्ट्र तथा दक्षिण पूर्व की ओर आन्ध्र प्रदेश है। इसका क्षेत्रफल लगभग 135, 195 वर्ग किमी तथा 2011 के अनुसार इसकी जनसंख्या 25,545,198 है।

अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्रों में कृषकों की आय एवं आर्थिक स्तर को सुदृढ़ करना तथा कृषि विपणन के अन्तर्गत थोक एवं फुटकर व्यापार का विभिन्न सिद्धान्तों के माध्यम से अध्ययन प्रस्तुत करना है। कृषि विपणन केन्द्रों के विकास द्वारा ग्रामीण विकास का विश्लेषण करना है।

शोधविधि

प्रस्तुत शोध पत्र में अध्ययन हेतु छत्तीसगढ़ प्रदेश के पांच जिलों को लिया गया है। द्वितीयक आंकड़ों के प्रयोग के साथ अध्ययन को बोधगम्य बनाने के लिये मानचित्रों का भी प्रयोग किया गया है।

1933 में वॉल्टर किस्ट्रालर द्वारा प्रतिपादित एक ऐसा सिद्धान्त आया जो केन्द्र स्थलों के वितरण प्रतिरूप को उपभोक्ताओं द्वारा निर्धारित प्रतिरूप से समझाता है।¹ केन्द्रस्थलीय अध्ययन फुटकर व्यापार से संबंधित है।

थोक व्यापार की उत्पत्ति उसी समय हो जाती है जब स्थानीय आत्मनिर्भरता समाप्त हो जाती है। थोक व्यापार में बाह्य क्षेत्रों से चाहे वे कमया अधिक दूरी पर स्थित है अधिक वस्तुओं के होने वाले व्यापार का अध्ययन होता है। इसमें एक प्रतिनिधि की उपस्थिति आवश्यक होती है। ऐसे प्रतिनिधि विभिन्न क्षेत्रों में वस्तुओं की उपलब्धता संबंधी जानकारी रखता है तथा भारी मात्रा में वस्तुओं को व्यापारियों को उपलब्ध कराता है (चित्र-1)

सुनीता पॉटर

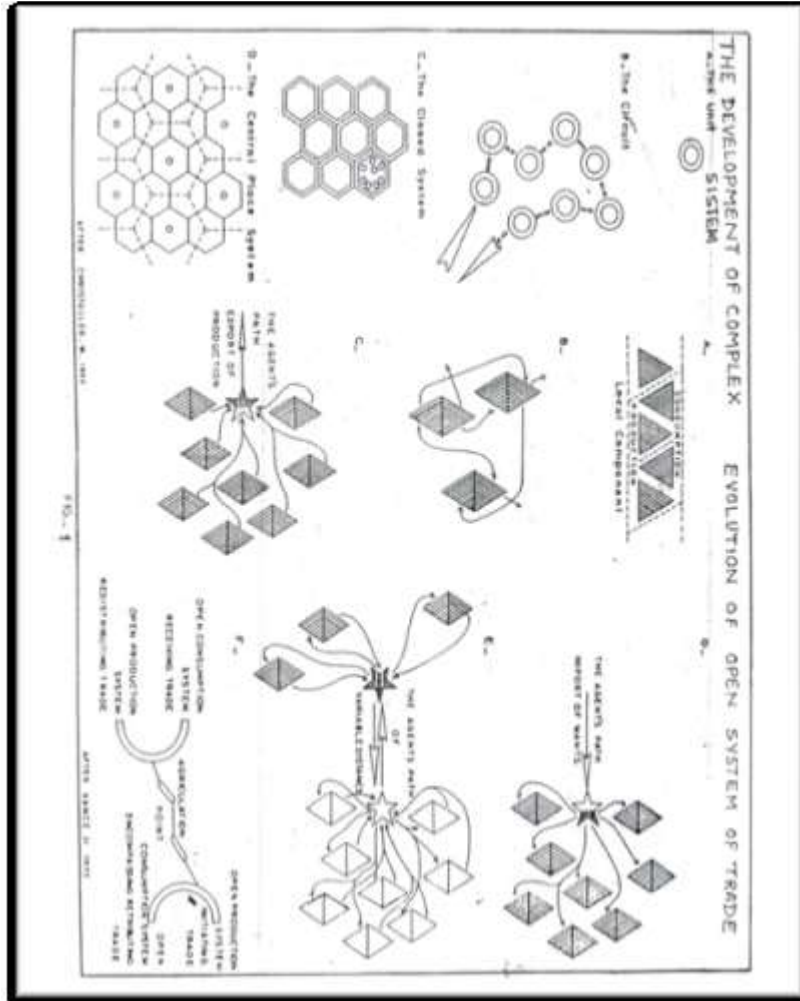
असिस्टेंट प्रोफेसर,
भूगोल विभाग,
सेन्ट एन्ड्रयूज कालेज,
गोरखपुर

अर्चना चरन

असिस्टेंट प्रोफेसर,
बी0एड0 विभाग,
सेन्ट एन्ड्रयूज कालेज,
गोरखपुर

Periodic Research

केन्द्रस्थल की अपेक्षा जेम्स वेन्स² के मरकेंटाइल मॉडल का उल्लेख उपयोगी है।



मरकेंटाइल मॉडल

यह मॉडल मानव अधिवासों के विकास क्रम को थोक व्यापार की प्रक्रिया से समझाता है। इस मॉडल में विकास एवं परिवर्तन की गति इतर क्षेत्रों के संबंध से आती है जबकि फुटकर व्यापार में केन्द्रस्थलों का विकास आंतरिक मांग के कारण होता है। मरकेंटाइल मॉडल में किसी एक क्षेत्र के व्यापार को आरंभ करने वाला केन्द्र एक क्षेत्र से दूसरे क्षेत्र को जोड़ने का काम करता है। उभयनिष्ठ क्षेत्रों में जो भी उत्पाद मिलते हैं, उनका संकलन एवं निर्यात किया जाता है। उदाहरण के लिये— नये अधिशासी क्षेत्रों से कच्चे माल का आयात कृष्य क्षेत्रों में किया जाता है। जहां केन्द्र स्थलीय विकास हो चुका है। धीरे-धीरे उसी केन्द्र पर कई तरह के व्यापार विकसित होते हैं और उद्यमी प्रत्येक तरह के व्यापार बढ़ाने का प्रयास करता है। अन्ततः लाभप्रद व्यवसाय स्थाई हो जाते हैं। इस तरह यदि अभिज्ञान का प्रसार होता है तो उस स्थान पर अधिक होगा जहां उद्यमी अधिक साहसी है। कालान्तर में नये क्षेत्रों में जहां से कच्चे माल का आयात होता है वहां संकलन हेतु आन्तरिक व्यापार विकसित होता है। (चित्र-2) साथ ही प्रारंभिक विनिर्माण प्रक्रिया भी स्थापित होती है। इसके साथ जिस क्षेत्र में केन्द्र स्थलीय विकास हो चुका है, वहां आर्थिक क्रिया कलापों का विकास तेजी से होता है। इस तरह जेम्स वेन्स महोदय के अनुसार

मरकेंटाइल मॉडल में दूरस्थ व्यापार के प्रभाव से अधिवासों का विकास होता है। नये क्षेत्र में थोक व्यापार के प्रभाव हेतु 'एन्टेपॉट (Entrepot) केन्द्र स्थापित होते हैं। ये बड़ी मात्रा में आन्तरिक व्यापार द्वारा वस्तुओं का संकलन एवं निर्यात करते हैं। अतः केन्द्रस्थल तंत्र में भी व्यापारिक केन्द्रों का विकास होता है जो वाह्य केन्द्रों पर आधारित होते हैं।

मांग संचयन (Demand accumulation) एवं व्यापार का प्रतिनिधि (Agent of trade)

थोक व्यापार सिद्धान्त एवं केन्द्र स्थल सिद्धान्त के समन्वयन में दो महत्वपूर्ण तत्वों को समाहित करना आवश्यक है। प्रथम, फुटकर व्यापार के विपरीत थोक व्यापार वृहद भौगोलिक क्षेत्र से संबंधित होता है तथा इसमें वस्तुओं की मांग भी अधिक होती है। वस्तु क्रेता को लाभांश तुरन्त तथा अधिक नहीं मिलता। साथ ही थोक व्यापार प्रतिनिधि द्वारा संचालित होता है, जबकि फुटकर व्यापार में प्रतिनिधि प्रायः नहीं होता।

उत्पादक को थोक व्यापार के संचालन हेतु मांग के क्षेत्रों की पहचान करनी होती है किस दूरी तक के क्रेता व्यापार करने को इच्छुक हैं तथा उनकी मांग कितनी है यह जानना होता है। थोक व्यापार करने वाला विपणन दशाओं का आंकलन कर्ता होता है। वह भण्डार गृह नियंत्रक, फेरी वाले व्यापारी एवं स्थाई व्यापारियों को वस्तुओं की आपूर्ति

Periodic Research

करता है। अपने लाभांश को बढ़ाने के लिये वह अपने वस्तु-वितरण क्षेत्र में अधिकतम वृद्धि करता है।

विवृत तंत्र की पहुंच एवं संधि

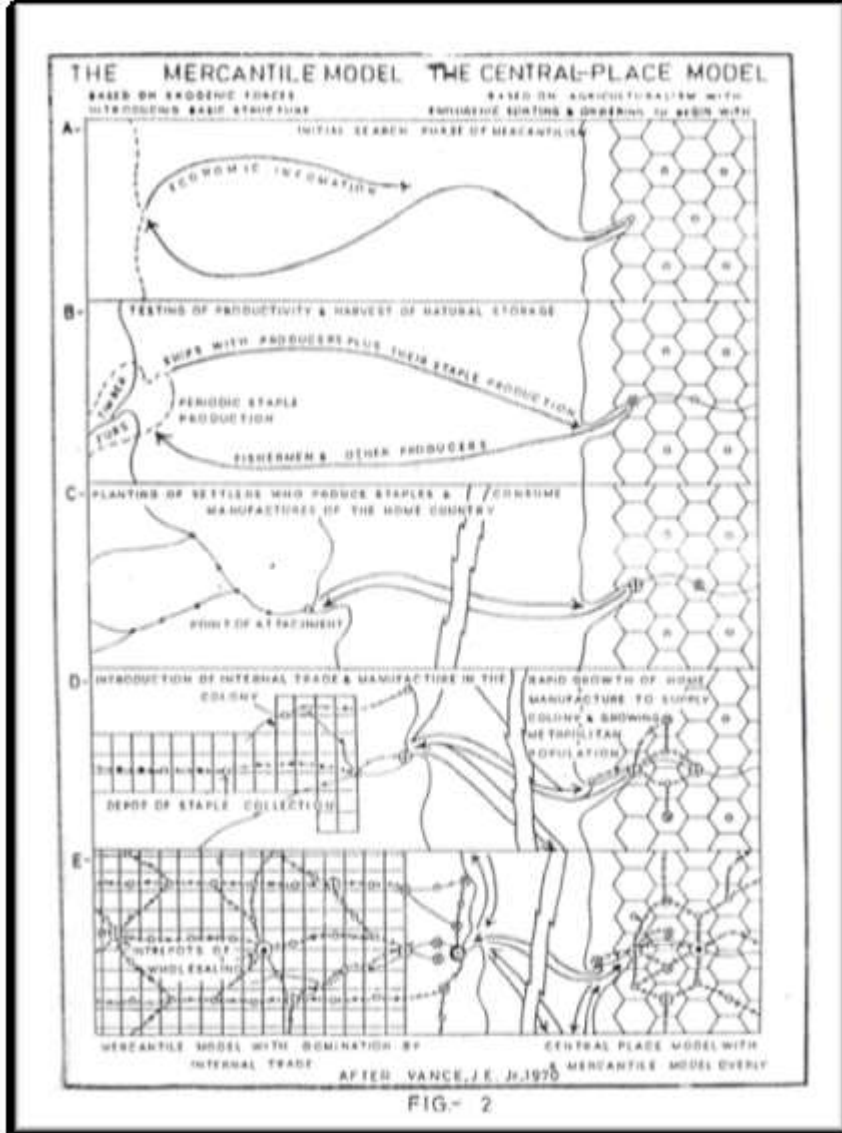
विवृत तंत्र की पहुंच किसी वस्तु का थोक व्यापार संपन्न करने वाले केन्द्र से उस सीमा तक होती है जहां से उस वस्तु का फुटकर व्यापार प्रारंभ होता है। यदि फुटकर व्यापार के क्षेत्र में विस्तार होता है, तो थोक व्यापार का क्षेत्र संकुचित होता है फुटकर व्यापार का क्षेत्र उपभोक्ताओं की चलन क्षमता पर आधारित होता है। जब गतिशीलता सीमित होती थी, तो थोक व्यापारी स्वयं चलकर क्रेताओं के पास पहुंचते थे। अतः उस समय थोक व्यापार की पहुंच उपभोक्ता तक थी। छोटे-छोटे क्रेताओं की आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु थोक व्यापार के अनेक छोटे-छोटे प्रतिष्ठान बन जाते हैं जो

छोटे पैमाने पर कार्यरत होते हैं। ये उपभोक्ता एवं थोक व्यापारी के बीच की संधि को बतलाते हैं।

इसलिये जिन कुछ क्षेत्रों में मानव अधिवास प्रतिरूप एवं अर्थव्यवस्था एक समान होती है वहां केन्द्रस्थल सिद्धान्त तथा जहां मानव अधिवास और अर्थव्यवस्था में असमानता आती है मरकेंटाइल मॉडल लागू होता है।

केन्द्रस्थल सिद्धान्त एवं मरकेंटाइल मॉडल में संबंध

दोनों सिद्धान्तों की तुलना करने से स्पष्ट होता है कि केन्द्रस्थल सिद्धान्त एवं मरकेंटाइल मॉडल एक दूसरे से संबंधित हैं यदि संबंधित अध्ययन फुटकर व्यापार प्रक्रिया पर आधारित है तो केन्द्रस्थल सिद्धान्त का अनुसरण करना होगा। जब केन्द्रस्थल तंत्र वाह्य व्यापार से प्रभावित होता है, तो मरकेंटाइल मॉडल प्रधान हो जाता है।



ध्यातव्य है कि मरकेंटाइल मॉडल की विवेचना नये अधिवासित क्षेत्रों के संदर्भ में की गई है। इसके अनुसार दूरस्थ क्षेत्र में व्यापार की संभावना का पता लगाने पर वहां का आर्थिक संभाव्यता का ज्ञान प्राप्त किया जाता है। उसके बाद थोक व्यापार हेतु आधारी

अधिवास की स्थापना की जाती है। जो मरकेंटाइल मॉडल से प्रभावित होती है। (चित्र-2)

इस तरह दो समन्वित प्रणालियां कार्य करती हैं जिनसे मानव अधिवास प्रभावित होते हैं मरकेंटाइल मॉडल असमानता की स्थिति में लागू होता है जबकि केन्द्र स्थल मॉडल समानता की स्थिति में। अतः यह

Periodic Research

कहा जा सकता है कि थोक व्यापार के स्थानीयकरण को समझाने के लिये मरकेंटाइल मॉडल का ज्ञान आवश्यक है।

निष्कर्ष

उपरोक्त सैद्धान्तिक विवेचना से यह स्पष्ट हो चुका है कि फुटकर एवं थोक व्यापार दोनों विनिमय संबंधी श्रृंखला की कड़ियाँ हैं फुटकर व्यापार का क्षेत्र संकुचित होता है। ये अपने स्थानीय निवासियों की संबंधित आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं। कालान्तर में जनसंख्या वृद्धि के साथ-साथ मानव की आवश्यकताओं में भी वृद्धि होती है। जिससे वस्तुओं के आदान-प्रदान की क्रिया जटिल हो जाती है फलस्वरूप स्थानीय आत्मनिर्भरता की स्थिति समाप्त होने लगती है। इस प्रकार जहाँ से फुटकर व्यापार समाप्त होता है वहाँ से थोक व्यापार की क्रिया प्रारंभ होती है।³ चूंकि थोक व्यापार इतर क्षेत्रों से होता है अतः वस्तुओं की आपूर्ति हेतु व्यापारिक प्रतिनिधि होते हैं जो विभिन्न क्षेत्रों से भारी मात्रा में वस्तुएं व्यापारियों को उपलब्ध कराते हैं।

इस प्रकार स्पष्ट होता है कि फुटकर व्यापार किसी क्षेत्र विशेष के संदर्भ में कार्यरत होता है जबकि थोक व्यापार विस्तृत क्षेत्र में कार्य करता है। परन्तु दोनों ही ग्रामीण क्षेत्रों के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

References

1. Christaller, W., Central Places in Southern Germany translated by C.W. Baskin, Englewood cliffs, N.J. 1966.
2. Vance, J.H., Jr. The Merchants world: The Geography of Wholesaling, Englewood cliffs, N.J. 1970.
3. Ram Surat, Geography of wholesaling : A case study of Agricultural Mandies of Eastern U.P., Phd Thesis accepted by University of Gorakhpur 1986
4. सुनीता थामसन (पॉटर) शोध प्रबंध, कृषि विपणन एवं विकास : छत्तीसगढ़ (मध्य प्रदेश) का एक भौगोलिक अध्ययन।