



उदारीकरण और बाजार-व्यवस्था में आदिवासी हाट बाजारों की बदलती आकारिकी : झाबुआ के सन्दर्भ में अध्ययन

डॉ० हरि सिंह मीणा

अतिथि विद्वान (भूगोल विभाग) शासकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, शिवपुरी, मध्य प्रदेश, भारत।

सारांश

प्रस्तुत शोध विषय में यही अभिकल्पित किया गया है कि मध्यप्रदेश के अपेक्षाकृत पिछड़े एवं ग्रामीण अर्थव्यवस्था वाले आदिवासी बाहुल्य क्षेत्र में नई बाजार व्यवस्था के चलते विगत वर्षों में नगरीय बाजार तंत्र का आंतरिक क्षेत्रों में प्रवेश, सूचना क्रांति, ग्रामीण क्षेत्रों की आय में वृद्धि और उनके उपभोग के स्वरूप में हुए महत्वपूर्ण परिवर्तनों के कारण इन परम्परागत हाट-बाजारों की संरचना, आकारिकी, कार्यात्मक स्वरूप, कार्यात्मक क्षेत्र एवं विपणित वस्तुओं की संख्या और स्वरूप के कारण भारी बदलाव की ओर अग्रसर हुए हैं। आगे आने वाले वर्षों में ये परिवर्तन अधिक तीव्र होने की पूरी सम्भावना है।

शब्द मूल : बाजार तंत्र, सूचना क्रांति, संरचना, आकारिकी, कार्यात्मक।

1. प्रस्तावना

हाट-बाजारों में सम्पन्न होने वाले कार्यों पर हाट-बाजारों की संरचना या आकारिकी का भी प्रभाव पड़ता है यद्यपि हाट-बाजारों में कार्य क्षेत्रों का कोई स्पष्ट विशेषीकरण तथा दुकान विन्यास का कोई नियम नहीं है, फिर भी अधिक महत्व और ऊँचे मूल्य वाली दुकानों हाट-बाजार के मध्य में पाई जाती है। इस मध्य बिन्दु से बाहर की ओर जाने पर प्रायः कम मूल्य और कम महत्व के कार्यों वाली दुकानें मिलती हैं। हाट-बाजार से संलग्न भूमि पर ही कुक्कुट तथा पशु बाजार भी लगते हैं। इन हाट-बाजारों की अवधि मुख्य बाजार की आधी ही होती है और ये बाजार मुख्य बाजार के उच्चतम व्यापार समय के पहले ही समाप्त हो जाते हैं।

2. अध्ययन क्षेत्र

प्रस्तुत अध्ययन का क्षेत्र मध्यप्रदेश का पूर्व झाबुआ जिला है, जो वर्तमान में झाबुआ और अलीराजपुर में विभक्त हो गया है। अध्ययन क्षेत्र उदारीकरण एवं मुक्त बाजार व्यवस्था और सूचना क्रांति एवं नगरीय बाजार व्यवस्था के इस दौर में भी अपने परम्परागत साप्ताहिक हाट-बाजारों के लिए (विशेषकर भगोरिया हाट) लोकप्रिय है।

3. परिकल्पना

शोध समस्या को दृष्टिगत प्रस्तुत अध्ययन हेतु निम्नलिखित उपकल्पनाएँ संकल्पित की गई हैं :

- विगत 10-15 वर्षों में उदारीकरण और बाजार-व्यवस्था में हुए परिवर्तनों के परिणाम स्वरूप आदिवासी हाट-बाजारों के पारंपरिक स्वरूप में महत्वपूर्ण संरचनात्मक एवं क्रियात्मक बदलाव हुए हैं।
- तीव्र गति के इन बदलावों का सीधा प्रभाव इनके भावी स्वरूप पर पड़ेगा।

4. उद्देश्य

प्रस्तुत शोध का मुख्य उद्देश्य परम्परागत हाट-बाजारों की संरचना, आकारिकी और कार्यात्मक स्वरूप बदलाव की ओर अग्रसर हुए हैं। इन परिवर्तनों की प्रक्रिया क्या है, वर्तमान स्थिति कैसी है तथा इनकी भावी दिशा क्या हो सकती है, का धरातलीय स्तर पर अध्ययन कर यह जाँचने का प्रयास शोध अध्ययन का मूल वैचारिक आधार है।

5. शोध विधि

अध्ययन में द्वितीयक एवं प्राथमिक दोनों ही स्रोतों से आँकड़ों का संग्रहण किया गया है। द्वितीयक आँकड़े जिला सांख्यिकीय कार्यालय, कार्यालय भू-अभिलेख, विकासखण्ड कार्यालय तथा मण्डी समिति आदि से संकलित किए गए हैं।

अवलोकन, तालिकाएँ एवं समूह चर्चा सार सभी 37 हाट-बाजारों हेतु किया गया है : परंतु पारिवारिक और क्रेता-विक्रेताओं की अनुसूचियाँ ब्लाक स्तर के 12 हाट-बाजारों में तीन प्रकार की अनुसूचियों का प्रयोग किया गया है: (1) अवलोकन तालिका (2) समूह चर्चा (3) साक्षात्कार अनुसूची ताकि सर्वेक्षण में मात्रात्मक एवं गुणात्मक दोनों ही जानकारी यथार्थ रूप में मिल सके और भिन्न स्रोतों से प्राप्त जानकारी का एक दूसरे से मिलान किया जा सके, इस दृष्टि से त्रिकोणात्मक (Triangulation) पद्धति का अनुसरण किया गया है। जिसके अनुसार सभी चयनित हाट-बाजारों में अवलोकन समूह चर्चा एवं साक्षात्कार अनुसूची इस तीनों ही उपकरणों का प्रयोग किया है।

6. संरचनात्मक बदलाव

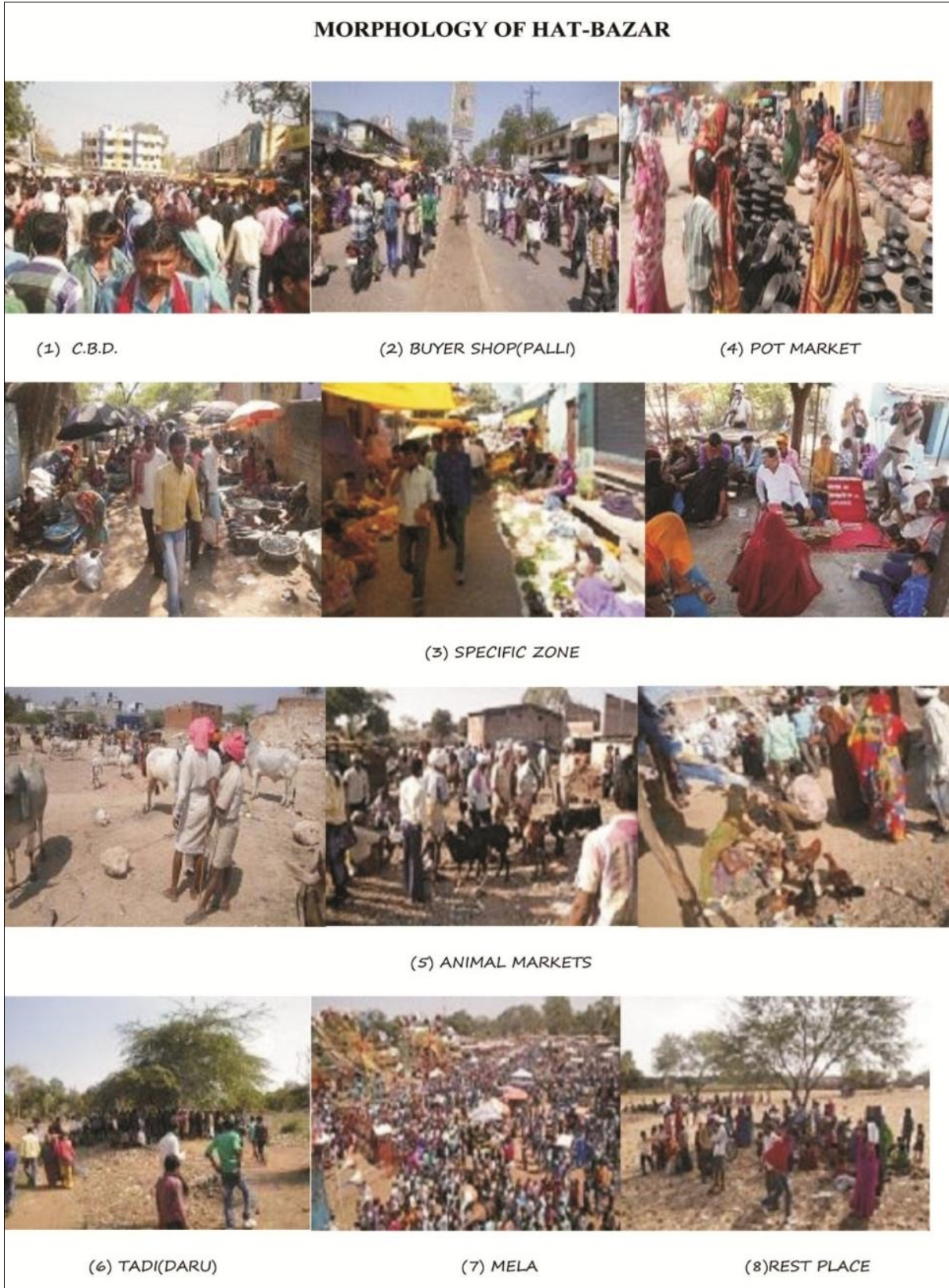
1990 से पूर्व तक संरचनात्मक परिवर्तनों की दर नगण्य थी। दुकाने प्रायः अनारक्षित खुला स्थान, पल्ली, छाता, घासफूस की छत, टेला या पेड़ की छांव में ही लगायी जाती थी। हाट-बाजारों की संरचना प्रायः रैखिक प्रतिरूप परिलक्षित करती थी। दुकाने प्रायः अस्थाई प्रकृति की ही थी। व्यापार परिमाण एवं हाट-बाजारों का सेवा क्षेत्र भी कम था। 1990 से 2009 तक परिवर्तन अवश्य हुआ लेकिन परिवर्तन की दर धीमी थी, दुकानों की संख्या एवं स्वरूप में बदलाव आया, उत्पादों एवं क्रेता-विक्रेताओं की संख्या एवं व्यापार परिमाण बढ़ा, साथ ही कुछ मूलभूत सुविधाओं का भी विस्तार हुआ। लेकिन 2009 से 2014 के मध्य वस्तुस्थिति में काफी बदलाव आया। नई अस्थाई दुकानों का बाह्य सड़क मार्गों के साथ खुलना, स्थान के अभाव के कारण पुरानी दुकानों के निकट ही दुकानों की एक अतिरिक्त पट्टी विकसित होना, गलियों में दुकानों का स्थान परिवर्तन एवं नई गलियों में दुकानों का विस्तार, अस्थाई दुकानों का स्थाई दुकानों में परिवर्तन, कुछ अधिक व्यापार परिमाण वाले बाजार केन्द्रों पर डिपार्टमेंटल स्टोर और मॉल संकल्पना की शुरुआत, हाट-बाजार केन्द्रों का रैखिक प्रतिरूप से चन्द्राकार, आयताकार, अरीय एवं मिश्रित प्रतिरूप में बदलना, साथ ही C.B.D. का स्थान परिवर्तन एवं दुकानों का विन्यास विशेषीकरण की ओर

अग्रसर होना आदि।

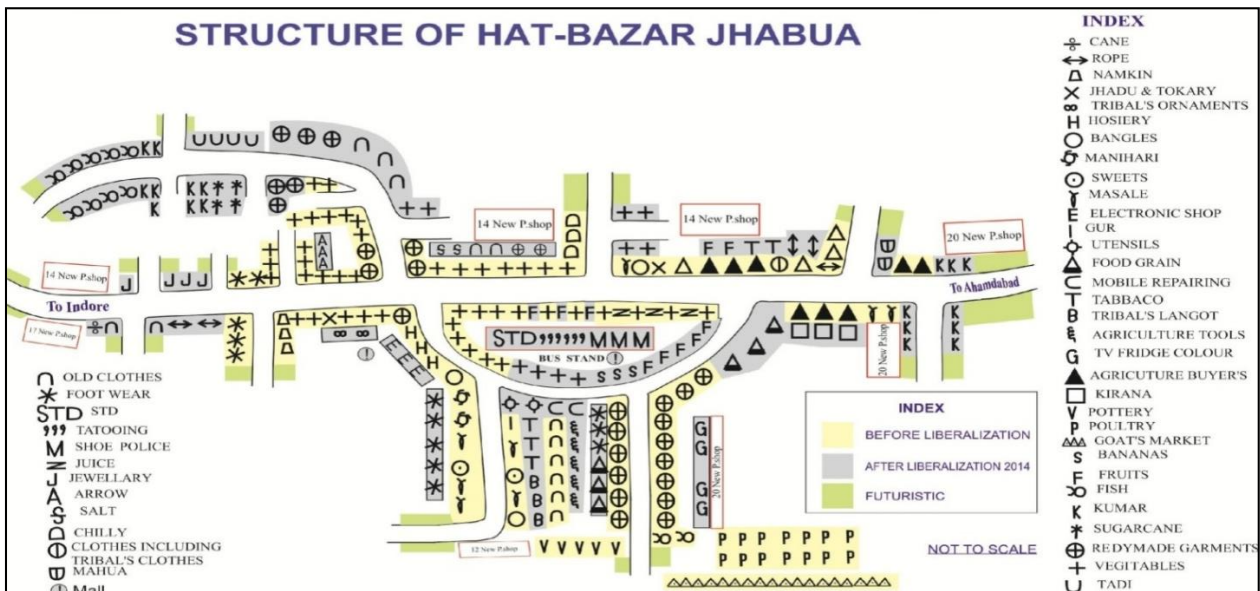
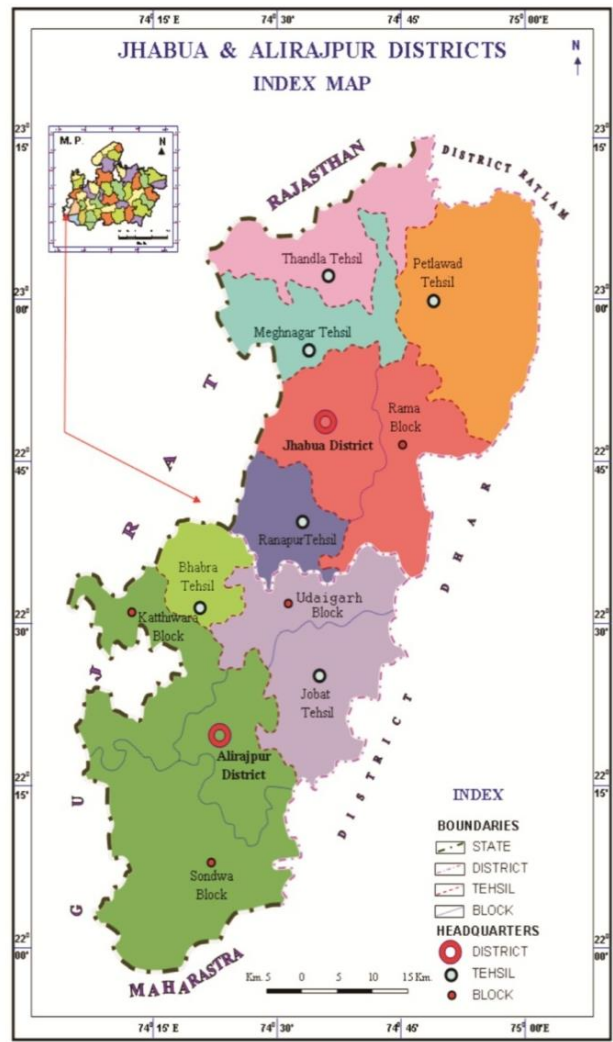
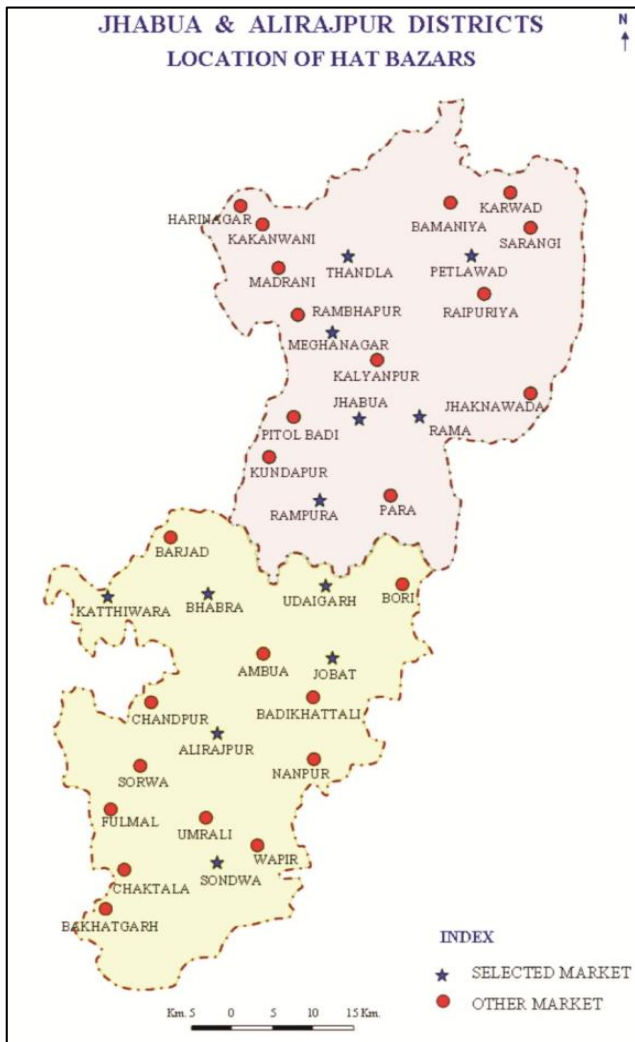
7. क्रियात्मक बदलाव

1990 से पूर्व अध्ययन क्षेत्र के हाट-बाजार मण्डी, सहकारी समिति, ग्रामीण विपणन केन्द्र एवं मूलभूत आवश्यकताओं की पूर्ति के केन्द्र थे। अतः इनका केन्द्रीयता सूचक एवं व्यापार परिमाण कम था। हों सामाजिक मेलमिलाप व सगाई संबंधों हेतु यह हाट-बाजार केन्द्रीय

भूमिका में रहे हैं। 1990 से 2009 एवं विशेषकर 2009 से 2014 के बीच कार्यात्मक बदलाव तीव्र गति से हुए हैं। निष्कर्षतः यही कहा जा सकता है कि हाट-बाजार केन्द्रों पर उपभोग वस्तुओं की सूची में नयी वस्तुएं जुड़ी हैं एवं सम्पर्क के दायरे में वृद्धि हुई है तथा आधुनिक उत्पादों और नगरीय जीवन शैली की पैठ ग्रामीण क्षेत्रों में बढ़ रही है। जिसके चलते हाट-बाजारों में संरचनात्मक एवं क्रियात्मक बदलाव परिलक्षित हो रहे हैं



स्त्रोत क्षेत्र सर्वेक्षण के दौरान लिये गये छायाचित्र।



स्रोत: क्षेत्र सर्वेक्षण के दौरान बनाया गया रेखाचित्र।

8. आकारिकी

अध्ययन क्षेत्र में दुकानों के विन्यास और व्यवस्था उनके मुख्य प्रकार और उपलब्ध सेवाओं इत्यादि का विश्लेषण किया गया है। संरचना के अध्ययन का उद्देश्य बाजारों के आकार और कार्यिक विशेषताओं का परीक्षण करना और इनका बाजारों की गतिविधियों तथा संचालन पर प्रभाव को आंकना है।

8.1 विशेषज्ञ क्षेत्र

आदिवासी हाट-बाजारों को नगरीय केन्द्रों में विद्यमान आधुनिक बाजारों की तुलना में अधिकतर पुरातन माना जाता है, यद्यपि यहां विक्रेताओं में दुकानों की स्थापना और संबध में पर्याप्त वैचारिकता और परिपक्वता दिखाई पड़ती है। विक्रेताओं को उपलब्ध अवसंरचनात्मक सुविधाओं में केवल आरक्षित खुला स्थान है, प्रायः

विक्रेता का समान समूह जो बार-बार आदिवासी क्षेत्र में कई हाट-बाजारों में सम्मिलित होता है, परस्पर सहमति के द्वारा दुकानें स्थापित करने के लिए विशेष स्थान प्राप्त कर लेते हैं। स्थान निर्धारण के सम्बन्ध में सहमति पर आते समय व्यापारी प्रायः "विशेषज्ञ क्षेत्र" संकल्पना के सिद्धांत का प्रेक्षण करते हैं। इसी प्रकार सभी व्यापारी स्पष्ट रूप से सीमांकित क्षेत्र में स्थापित सेवाओं और विशेष प्रकार की वस्तुओं के साथ संबंध रखते हैं। दुकानों की इस प्रकार की अवस्थिति एक स्वस्थ चिन्ह मानी जा सकती है क्योंकि यह उपभोक्ताओं को उत्पादों के मूल्यों और श्रेणी, जो प्रत्येक उत्पाद के साथ संबंधित विक्रेताओं के पास उपलब्ध हैं, की तुलना करने में सुसाध्य बनाती है। इस प्रकार वे उनकी रुचि और उनकी क्रय शक्ति के अनुसार खरीदते हैं। मदिरा और मांस के विक्रेता मुख्य बाजार से दूर पेड़ों की छांव में अपनी दुकान लगाते हैं। यद्यपि क्षेत्र में हाट-बाजार में मांस विक्रय का प्रचलन कम है, तथापि कुछ बाजारों में यह विक्रय होता दिखा है परंतु मुख्य बाजार से अलग पट्टी में।

8.2 क्रय दुकाने (पल्ली)

अध्ययन क्षेत्र के हाट-बाजारों में क्रय करने वाले विक्रेता जो प्रायः कृषि उपज, कपास, दालें, मक्का, गेहूँ, सोयाबीन, कुल्थी, मूंगफली आदि क्रय करते हैं प्रायः अपनी दुकानें (जिसे यहाँ पल्ली कहते हैं) हाट-बाजारों को आने वाले रास्तों पर, बाजार परिधि पर या सुरक्षा की दृष्टि से दिखाई पड़ने वाली दूरी पर लगाते हैं। ये कृषि उपज क्रेता प्रायः एक दूसरे से प्रतिस्पर्धा करते हुए मुख्य बाजार से दूर होते जाते हैं, परंतु ये हाट-बाजारों से बहुत दूर नहीं होते हैं। ये व्यापारी प्रायः सामान्य वर्ग के होते-हैं। ये आदिवासियों को बीड़ी देकर, बार-बार क्रय से निर्मित संबंधों, अधिक मूल्य, ऋण का प्रलोभन, वस्तु विनिमय आदि विभिन्न प्रलोभनों द्वारा अपने जाल में फंसाते हैं और उनका शोषण करते हैं कभी-कभी व्यापारी आदिवासियों को संतुष्ट करने की प्रक्रिया में उनका हाथ पकड़ कर खींचते हैं और उन्हें उनका उत्पादन बेचने को बाध्य करते देखे जा सकते हैं।

8.3 हृदय-स्थल

हाट-बाजार के हृदय-स्थल में मुख्य दुकानें स्थापित रहती हैं। जहाँ कपड़े, तैयार पोषाकें, जर्मन रजत के आभूषण, अल्यूमीनियम बर्तन, प्लास्टिक वस्तुएँ, किराना मसाले, सौंदर्य प्रसाधन, स्वर्ण पट्टित आभूषण और चूड़ियाँ आदि से संबंधित दुकानें मिलती हैं। इन्हीं से लगी इलेक्ट्रॉनिक वस्तुएँ भी प्राप्त होती हैं। इन्हीं से लगी किन्तु बाहर की और सब्जियों, रस्सियों, कृषि औजारों, चमड़े के जूतों, औजारों पर धार करने, नाई, फल, गन्ने आदि की दुकानें मिलती हैं। इनके बीच-बीच में चाय, नमकीन, मिठाईयों और फर्नीचर की दुकानें स्थापित रहती हैं। नमकीन और मिठाईयों की दुकानें बाजार के बाहरी छोर पर अंतिम दुकानों के रूप में भी दिखाई पड़ती हैं, क्योंकि आदिवासी जब बाजार से घर जाने लगता है तब वह इनसे नमकीन या मिठाई खरीदकर घर के लिए ले जाता है। ये दुकानें उन स्थानों पर भी रहती हैं, जहाँ आदिवासी बाजार क्रिया के दौरान कुछ देर के लिए आराम करते हैं। महानगरों में ऐसी अवस्थिति dks C.B.D. (Central Bussiness District) कहते हैं।

8.4 बाह्य छोर

मिट्टी के बर्तनों के विक्रेता, बांस से निर्मित वस्तुओं, लोहार और नाई जो अपनी सेवाएँ तथा उत्पाद विक्रय कर रहे हैं, भी मुख्य बाजार स्थान से दूर स्थापित होते हैं। मिट्टी के बर्तनों के विक्रेता दो कारणों से हाट-बाजार के बिल्कुल अंतिम छोर पर स्थित होते हैं, पहला वे अपने उत्पादन को हाट-बाजार की भीड़ में मदिरापान किए हुए लोगों की हड़बड़ाहट से दूर रखना चाहते हैं तथा दूसरा

आदिवासी मिट्टी के बर्तनों को बाजार से घर जाते समय ही (क्योंकि इन्हें लेकर बाजार में घूमना कठिनाईपूर्ण है) क्रय करते हैं। अन्य कारणों में इनके लिए अधिक स्थान की आवश्यकता होती है तथा आर्थिक क्षेत्र विशेषीकरण के दृष्टिकोण से ये निम्नतम श्रेणी की वस्तुएँ होने से भी इन्हें मध्य स्थान प्राप्त नहीं हो सकता है। इसके साथ ही ताड़ी (मदिरा) की दुकानें भी अंतिम छोर पर ही होती हैं।

8.5 कुक्कुट एवं पशु बाजार

क्षेत्र के हाट-बाजारों में से कुछेक में पशु बाजार तथा मुर्गा-मुर्गी बाजार भी लगते हैं। ये बाजार मुख्य हाट-बाजार के अंग ही होते हैं। ये बाजार से संलग्न किसी विस्तृत खुले स्थान पर होते हैं। इसमें भी मुर्गा-मुर्गी और बकरा-बकरी का बाजार प्रायः एक स्थान पर होता है, जबकि गाय-बैल का बाजार इनसे अलग हट कर होता है। क्षेत्र में गाय-बैलों के बाजारों की संख्या कुक्कुट के बाजारों की अपेक्षा कम ही है। कुक्कुट और बकरा-बकरी के कुछ क्रेता (व्यापारी) आदिवासियों से हाट-बाजार में पहुँचने के पहले ही हाट-बाजारों की परिधि पर ही उनसे संपर्क कर उनके माल का मूल्य तय कर क्रय करते देखे गए हैं। इस बाजार की एक मुख्य विशेषता यह है कि इसकी समयावधि मुख्य हाट-बाजार से आधी ही होती है। अधिकतम अवधि तीन घण्टे से चार घण्टे प्रेक्षित की गई है। क्षेत्र में मुर्गा-मुर्गी और बकरा-बकरी के क्रय हेतु क्रेता (व्यापारी) बम्बई, अहमदाबाद (गुजरात) और इन्दौर से भी आते हैं। यहाँ कुछ लोग गुजरात के व्यापारियों के लिए आढ़त पर क्रय करते हुए भी मिले हैं।

8.6 मेला

साधारण समय से भिन्न "भागोरिया" हाट-बाजार के दौरान हाट-बाजारों की संरचना (Structure) या आकारिकी (Morphology) में बदलाव आ जाता है। इसमें मुख्य रूप से एक अलग मेला प्रांगण बना लिया जाता है, जिसमें बच्चों के लिए झूले, अलग-अलग खेल, फिसलपट्टी, एवं सर्कस का दृश्य परिलक्षित होता है। क्रेताओं, विक्रेताओं और दर्शकों का हुजुम उमड़ पड़ता है, जिससे उत्पादों की संख्या, दुकाने और स्वरूप भी बदल जाता है। आदिवासियों की विशेष पसंदीदा चीजे हाट-बाजार में विशेष आकर्षण का केन्द्र होती हैं यह अवधि 1 सप्ताह तक की होती है। इस दौरान हाट-बाजारों का क्षेत्र जिसमें ये बाजार साप्ताहिक रूप से लगते हैं, का क्षेत्र बढ़ जाता है।

9. निष्कर्ष

अध्ययन से स्पष्ट है कि जैसे-जैसे हाट-बाजार स्थान तथा हाट-बाजार का विकास होता जाता है, वैसे-वैसे उसकी संरचना का विकास भी होता है। विकास के साथ-साथ ही हाट-बाजार की दुकान विन्यास में विशेषीकरण जोर पकड़ने लगता है और तब हाट-बाजार में एक स्थान पर एक ही वस्तु की दुकानों का संकेन्द्रण होने लगता है तब हाट-बाजार में अलग-अलग क्षेत्र वस्तु विशेष की दुकानों में मिलने लगते हैं। जैसे सब्जियों की, मिर्ची की, वस्त्रों की, कपड़ों की, बर्तनों की, मसाले एवं किराने की, इलेक्ट्रॉनिक सामान, फर्नीचर, खाने पीने की वस्तुएँ, फलों की दुकानों के क्षेत्र। अध्ययन क्षेत्र में इस प्रकार का विशेष दुकान विन्यास क्षेत्र रानापुर, जोबट, आलीराजपुर, पेटलावद, झाबुआ और थांदला आदि में देखने को मिलता है, किन्तु हर बड़ा बाजार इसी प्रकार की विशेषताओं से युक्त हो यह आवश्यक नहीं है, जैसे अध्ययन क्षेत्र में बामनिया और मेघनगर इसी प्रकार के हाट-बाजार कहे जा सकते हैं जो विकसित होकर भी विशेष दुकान विन्यास क्षेत्र की विशेषता से युक्त नहीं है। उदारीकरण एवं नयी बाजार व्यवस्था के चलते इन आदिवासी हाट-बाजारों में क्रेता-विक्रेता एवं उत्पादों की मर्दों/संख्या में वृद्धि के साथ ही चयन के लिए नए विकल्प भी

इन विकसित हाट-बाजारों में खुलते जा रहे हैं इस व्यवस्था के प्रभाव के कारण आज लगभग हाट-बाजार आदिवासियों की हर आवश्यकताओं को पूरा करने में सक्षम दिखाई देते हैं।

10. संदर्भ ग्रंथ सूची

1. Shrivastava, V.K., "Geography of Marketing and Rural Development " Inter India Publications, New Delhi, 1987, P. 93.
2. Fagerland, V.G. and Smith, K.H.T., "A Preliminary Map of Market Periodicities in Ghana."Journal of Developing Areas, Macomb, Vol. 4, 1970, Pp. 334-347.
3. Spencer, T.E., "*The Sizechwan Village Fair*", Economic Geography Worcester, Vol. 16, 1940,48-58
4. Joshi, Y.G., "*Process of Tribal Development in Scarce Resource Regions*."A Project sponsored by MAPCOST, Bhopal, 1988, Pp. 104-114.
5. Working Plan for Jhabua market Division for 1965-66 to 1990-91, Vol I-text by K.G. Venkataraman
6. Prakasa Rao, V.L.S., *Development Strategy for an Agricultural Region, Prasaranga*, University of Mysore Press. 1976. P.175.
7. Madhya Pradesh sandesh (Jhabua) 2014.
8. M.P. Hand Book, Hindi Granth Academy 2014
9. Research methodology (Ms-95): IGNOU
10. <http://www.elitx.in/presentation2007>
11. <http://www.researchandmarkets.com>
12. <http://jhabuaalirajpur.nic.in/factfile.htm>
13. www.researchandmarkets.com December 15th 2014
14. www.sirdi.org Levering ICT Trough Weekly Market Centers 2014,