P: ISSN NO.: 2321-290X RNI : UPBIL/2013/55327 Shrinkhla Ek Shodhparak Vaicharik Patrika
E: ISSN NO.: 2349-980X Vol-II * Issue-XI*July-2015

नगरों के विकास में कृषि विपणन केन्द्रों का योगदान

सुनीता पॉटर
सहायक पाध्यापिका,
भूगोल विभाग,
सेण्ट एण्ड्रयूज कॉलेज,
गोरखपुर

सारांश

कृषि विपणन केन्द्र नगरीय या आर्थिक दृष्टिकोण से विकसित स्थानों के बीच संपर्क बिंदु होते हैं। जहा से लोग कृषि संबंधी या दैनिक उपभोग की वस्तुएं खरीदते हैं। इस तरह वे नगरों में विस्तृत रुप से फुटकर दुकानों को विकसित करने में सहायक होते हैं। वास्तव में ये विपणन केन्द्र प्रादे"ाक या स्थानिक एकता के प्रतीक होते हैं। कृषि उत्पादन नगरीय विपणन केन्द्र के माध्यम से उपभोक्ताओं तक पहचता है। विपणन केन्द्रों द्वारा संपन्न होने वाले क्रिया कलाप नगरीय विकास को प्रोत्साहन देते हैं।

मुख्य शब्द : ग्राम्य–नगर सातत्य, कृषि प्रवर्तन, कर्मोपलक्षी संबंध।

प्रस्तावना

नगरीय विकास पूर्णतः सामाजिक एवं आर्थिक क्रियाकलापों के मध्य कार्यात्मक अन्योन्य क्रिया पर निर्भर करता है। नगरों के संतुलित विकास में किसी क्षेत्र के सामाजिक एवं आर्थिक क्रियाकलापों की अनुकूलतम अवस्थिति का निर्धारण महत्वपूर्ण होता है। कृषि विपणन संबंधित क्रियाकलाप मुख्यतः नगरों में संपन्न होते हैं। अतः स्तरोन्नयन की दृष्टि से विपणन केन्द्रों की स्थापना नगरों के विकास का सूचक मानी जा सकती है। इस तरह प्राथमिक उत्पादन प्रधान नगरीय क्षेत्रों के बीच अर्न्तसंबंध स्थापित करने में विपणन केन्द्रों की दोहरी भूमिका होती है। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि विपणन केन्द्रों से युक्त नगरो में कुछ ऐसे क्रिया कलाप होते हैं जो विपणन केन्द्र विहीन नगरों में नहीं मिल सकते। विकास के आयामों को छत्तीसगढ़ प्रदे"ा के विपणन केन्द्रों के संदर्भ में परीक्षण करने के लिये भी प्रस्तुत किया गया है।

अध्ययन क्षेत्र

छत्तीसगढ़ प्रदे"ा 19^0 45′–23^0 15′ उत्तरी अक्षां"ा और 80^0 25′–84^0 20′ पूर्वी दे"ाान्तर के मध्य लगभग 385 किमी0 पूर्व–पि"चम से 400 किमी0 उत्तर दक्षिण विस्तृत है। छः राज्य मिलकर इसकी सीमाएं बनाते हैं। उत्तर में उत्तर प्रदे"ा, उत्तर पूर्व में झारखण्ड, पूर्व में ओडि"ाा, पि"चम एव उत्तर पि"चम की ओर मध्य प्रदे"ा, दक्षिण पि"चम की ओर महाराष्ट्र तथा दक्षिण पूर्व की ओर आन्ध्र प्रदे"ा स्थित है। भौगोलिक दृष्टि से इसका क्षेत्रफल 135, 195 वर्ग किमी0 है। 2011 की जनगणना के अनुसार कुल जनसंख्या 25,545,198 है।

अध्ययन का उद्‌दश्य

प्रस्तुत शोध पत्र का उद्‌द"य नगरों के विकास में कृषि विपणन केन्द्रों की भूमिका का परीक्षण करना हैं। साथ ही मंडी केन्द्रों की अवस्थिति से नगरों में होने वाले वि"िाष्ट क्रियाकलापों का अध्ययन प्रस्तुत करना है।

विधितंत्र

प्रस्तुत प्रपत्र में छत्तीसगढ़ प्रदे"ा के पाच जिलों–रायपुर, बिलासपुर, दुर्ग, राजनाँदगाँव एवं रायगढ़ जिलों का अध्ययन किया गया है। जिस हेतु आव"यक सूचनाएं कृषि विभाग के विभिन्न कार्यालयों एवं जनपदीय सांख्यिकीय पत्रिका से प्राप्त किये गये हैं।

सर्वज्ञात है कि नगरीय विकास सामाजिक एवं आर्थिक क्रियाकलापों के उन्नयन तथा क्षेत्रीय संदर्भ में उनके मध्य कार्यात्मक अन्योन्य क्रिया की स्थापना से संबंधित है। मुख्यतः कृषि मंडियों के क्रियाकलााप नगरों में ही संपन्न होते हैं। अतः मंडी केन्द्र की स्थापना नगर के विकास का सूचक मानी जाती है। मंडी केन्द्र की स्थपना से संबंधित नगर का क्षेत्रीय संगठन बदलता है।[1] नगर में क्षेत्रीय कृष्युत्युत्पादों के विक्रय की सुविधा प्रारंभ होती है। इससे उच्चकोटि के नगरों से प्राप्त प्रवर्तनों का मंडियां अपने प्रभाव क्षेत्र में प्रसरण करती हैं। ग्राम्य–नगर सातत्य को सुदृढ़ करने में मंडी केन्द्रों की प्रमुख भूमिका होती ह। कृष्युत्पादों का संकलन एवं उनका उर्ध्वाधर विनिमय मंडियों से होता है, साथ ही मंडी केन्द्र पर आने वाले कृषकों को नगरों के कृषि संबंधी प्रवर्तनों से परिचित

होने का अवसर मिलता है। कृषि के विकास के लिये विभिन्न प्रकार का तकनीकी ज्ञान एवं सेवाएं सुलभ कराना तथा क्षेत्रीय कृष्युत्पाद का उर्ध्वाधर विनिमय करना मंडियों का अपेक्षित कार्य है।

फलतः कतिपय क्रियाकलाप मंडी युक्त नगरों में ही सम्पन्न होते हैं।[2] मंडी केन्द्रों की अवस्थिति से नगरों में जिन क्रियाकलापों का समूह होता है वे निम्न हैं–

क –विपणन पद्धतियों का विकास

ख– कृषि प्रर्वतनों का संकेन्द्रण

ग– जन सुविधाओं का समूहन

मंडी केन्द्रों पर उपरोक्त क्रिया कलापो का समूहन संबंधित नगर को कुझ ऐसी वि"ोष्टताएं देता है जिससे नगरीय क्रियाकलापों में वृद्वि होती है।

क–विपणन पद्धतियों का विकास

सभी नगरा में द्वितीयक एवं तृतीयक क्रिया कलाप संपन्न होते हैं। नगरीय व्यापार में विनिर्मित वस्तुओं की प्रधानता होती है। नगरीय मंडियों में कृष्युत्पादों का थोक–व्यापार होने लगता है। ज्ञातव्य है कि कृष्युत्पादों के थोक व्यापार की पद्धतियाँ फुटकर व्यापार से भिन्न होती हैं। एक ओर थोक व्यापार इतर क्षेत्रों के बीच होता है। दूसरी ओर नीलामी द्वारा खाद्यानों की बिक्री होती है। नगर में कृष्युत्पादों का थोक व्यापार बढ़ने लगता है।

सर्वज्ञात है कि मंडी केन्द्रों पर संकलित खाद्यान्न थोक व्यापारियों अथवा शासकीय एजेंसियों द्वारा क्रय किये जाते हैं। खाद्यान्न हमे"ाा निम्न वर्ग की मंडियों से उच्च वर्ग की मंडियों की ओर भी प्रवाहित होते हैं। नगर में न केवल अनाज के भंडारण केन्द्र बन जाते हैं वरन् वहाँ से अनाज का वितरण भी होने लगता है।

नगरों में अनेक संस्थाओं की स्थापना अनाजों की बिक्री के फलस्वरूप होती है। उदाहरणार्थ –भारतीय खाद्य निगम नाबार्ड, सहकारी क्रय समितियाँ, बीज गोदाम, शीतगृह भंडारण केन्द्र आदि। इनसे संबंधित प्र"ाासन एवं व्यवस्था विकसित होती है। इन कार्यालयों में विभिन्न क्षेत्रों के कर्मचारी आते जाते हैं अतः क्षेत्रीय अर्न्तसंबंध सुदृढ़ होता है।

ख–कृषि प्रर्वतनों का समूहन

मंडी केन्द्रों पर कृषि प्रवर्तनों से संबंधित क्रियाकलापों की स्थापना होती है। क्योंकि यहां कृषकों का समूहन होता है। मंडी केन्द्रों पर आने वाले कृषकों को नगरों में नवीन कृषि तकनीक से परिचित होने का मौका मिलता है। नये कीटना"ाक खाद, उन्नत बीज, सिंचाई की तकनीक के विषय में भी अनुभव हो सकता है।ध्यातव्य है कि ये प्रवर्तन कृषि के विकास में प्रभावी भूमिका का निर्वाह करते हैं तथा कृष्युत्पादन की वृद्धि को प्रोत्साहन देते हैं।

नगरीय मंडियों में कृषि प्रर्वतनों के प्रसार केंद्रों की अवस्थिति मिलती है। कृषि यंत्रों की मरम्मत संबंधी सेवाएं, कृषि सेवा केन्द्र, बीज– भंडार, उर्वरक भंडार, कृषि यंत्र आदि की दुकानों की स्थापना होती है। इस तरह नगरीय क्रिया–कलापों में एक वि"ोष्ट आयाम जुड जाता है। जो नगरीय एवं ग्रामीण जनसंख्या के बीच कर्मोपलक्षी संबंध को पोषित करता है। इस तरह नगर ग्राम्य सातत्य सुदृढ़ होता है।

ग– जन सुविधाओं का समूहन

मनुष्यों का कहीं भी समूहन स्वभावतः विभिन्न प्रकार की आव"यकताओं को जन्म देता है। इन आव"यकताओं की पर्ति हेतु मंडी स्थल पर अनेक प्रकार की सुविधाओं का विकास होता है। अब अन्योन्याश्रित विकास की प्रतिक्रिया होती है :

जनसमूहन– – – जनसुविधाएं – – – –जनसमूहन

इस तरह मंडी केन्द्रों का ज्यों–ज्यों विकास होता जाता है उपलब्ध सुविधाओं में गुणात्मक एवं संख्यात्मक अभिवृद्धि होती है। यह कहना अनुचित होगा कि किसी नगर में मंडी केन्द्रों की उपस्थिति उन जन सुविधाओं का सृजन करती हैं जिनका मंडी स्थल के अभाव में वहाँ होना संभव न होता। उदाहरणार्थ –उर्वरक केन्द्र, बीज गोदाम, कीटना"ाक दवा केन्द्र, शीतगृह, भंडारगृह, अतिरिक्त डाकघर यंत्र मरम्मत केन्द्र, संपर्क मार्ग, बिजली, सफाइ आदि। अतः सुविधाओं के केन्द्रीकरण के लिये मंडी स्थल उपयुक्त केन्द्र होते हैं उल्लेखनीय है कि नये मंडी केन्द्र नगरीय सुविधाओं के संकेन्द्रण के रूप में उभर रहे हैं ।

निष्कर्ष

इस प्रकार स्पष्ट ह कि मंडी केन्द्र सुविधाओं का संकेन्द्रण करते हैं या इनकी स्थापना के बाद सुविधाओं के संकेन्द्रण को गति प्राप्त होती है। नगरीय विकास में इनका योगदान कृषि प्रवर्तनों के समूहन, नई विपणन पद्धतियों के विकास, सुविधाओं एवं अवस्थापनात्मक तत्वों के संकेन्द्रण के द्वारा होता है। इस तरह यह कहा जा सकता है कि मंडी केंद्र प्रकारान्तर से नगरों के विकास में सहायक होते हैं।

सन्दर्भ सूची

1. Selan, L.G.,- planning and Development of Market Towns, Bureau of Public Enterprises, Ministry of Finance, New Delhi, (Taken from Market Town and spatial Development, National Council of Applied Economic Research, (N.C.A.E.R.), New Delhi,1972,PP.83-4)
2. Sarkar, A.K.- Role of Market Centres and Regulated Marketing in the Development Process (Taken from Market Towns and Spatial Development, Op.cit., Ref.1, pp.45-46.
3. Thompson Sunita- शोध प्रबन्ध–कृषि विपणन एवं विकासः छत्तीसगढ पदे"ा; म.प्र. का भौगोलिक अध्ययन।