

## कृषी विपणन आणि ग्रामीण आठवडे बाराजांची (हाट) भूमिका

प्रा.डॉ. के. बी. गिरासे

सहयोगी प्राध्यापक

ग.तु.पाटील महाविद्यालय, नंदुरबार

### सारांश :

ग्रामीण आठवडे बाजार म्हणजे दर आठवड्याच्या एका विशिष्ट दिवशी व विशिष्ट स्थानी भरणारा बाजार होय. या ठिकाणी विक्रेते आपला माल घेऊन येतात. व विक्री करतात. ज्या ठिकाणी भरपूर दुकाने नाहीत व अशी दुकाने असणाऱ्या ठिकाणी जाणे गैरसोयीचे व आर्थिकदृष्ट्या परवडणारे नसते. तेथे अशा प्रकारचा बाजार भरविला जातो. भारतात ग्रामीण भागात अश्या प्रकारची व्यवस्था आहे. अनेक शहरातही मोक्याच्या ठिकाणी असा बाजार भरतो. गावातील आठवडे बाजार हा गावचा अर्थकारणासाठी महत्त्वाचा आहे. या बाजारांच्या माध्यमातून लहान लहान स्वरूपात खरेदी विक्रीचे व्यवहार होत असले तरी देशातील यांची संख्या पाहता एकूण फार मोठी आर्थिक उलाढाल होत असते.

### प्रास्ताविक :

ग्रामीण विपणन प्रणालीच्या कार्यक्षमतेत सुधारणा करण्यासाठी ग्रामीण आठवडे बाजार ही उपप्रणाली म्हणून ग्रामीण विपणनाची गुरूकिल्ली आहे. ज्याद्वारे लहान शेतकरी उत्पादनात वाढ करण्यास आणि गती देण्यास प्रवृत्त होतात. त्यामुळे त्यांच्या आर्थिक उत्पादनात वाढ होते. ग्रामीण आठवडे बाजारपेठ ही लहान शेतकऱ्यांचे विपणन साखळीतील पहिले संपर्क ठिकाण आहे. म्हणून ग्रामीण आठवडे बाजारपेठांची कार्यक्षमता लहान शेतकऱ्यांच्या विकासासाठी चिंताजनक बाब आहे. ग्रामीण आठवडे बाजारांच्या विकासासाठी आतापर्यंत पुरेशे लक्ष देण्याचा स्पष्टपणे अभाव दिसून येतो. शासनाची ग्रामीण बाजारपेठेसाठी दीर्घकालीन धोरणे आणि मध्यम मुदतीच्या योजनांची फलश्रुति ज्याप्रमाणे अपेक्षित आहेत ती वास्तवात प्राप्त झालेली नाहीत. ग्रामीण बाजारपेठ केंद्रे शेतकऱ्यांना आपल्या विचारांचे आणि कल्पनांचे आदान-प्रदान आणि समस्यांवर चर्चा व आपली मते विकशील करण्यासाठी महत्त्वाचे संदेशवहन करणारे व सेवा देणारी केंद्रे आहेत. भविष्यात ग्रामीण लोकसंख्येत होणारी वाढ पाहता ग्रामीण बाजारपेठ केंद्रांची संभाव्य भूमिका

ग्रामीण विकासात महत्त्वाची राहणार आहेत. ही बाजारपेठ केंद्रे आवश्यक विनिमयासाठी स्वतःच्या ग्रामीण क्षेत्रातच नाही शहरी क्षेत्रातही महत्त्वाची राहिल.

**बीजसंज्ञा :** ग्रामीण आठवडे बाजार, ओळख झालेल्या बाजारांची संख्या, भूमिका, समस्या.

### संशोधन पध्दती :

सदर संशोधन पेपर तयार करतांना दुय्यम माहितीचा उपयोग करण्यात येईल. यासाठी केंद्र सरकार व राज्य सरकारांनी प्रकाशित केलेली माहिती, अहवाल, सर्वेक्षण यांचा उपयोग करण्यात आला आहे. तसेच लेख, वर्तमानपत्रे आणि विषयांशी संबंधित पुस्तकांचाही दुय्यम माहितीसाठी उपयोग करण्यात आला आहे. संशोधकाने मिळवलेल्या माहितीच्या आधारे योग्य उपयुक्त नसलेली माहिती वगळून राज्यनिहाय व मालकीनिहाय बाजारांची संख्या विषयक कोष्टक तयार केले आहे.

### निष्पत्ती व चर्चा :

ग्रामीण आठवडे बाजार हा अनियंत्रित बाजार आहेत. या बाजारांमधून होणाऱ्या व्यवहारांवर कोणत्याही प्रकारचे नियंत्रण नसले तरी नगर परिषद किंवा नगरपालिका, ग्रामपंचायत, कृषी उत्पन्न बाजार समिती यांच्याकडून काही बाजारांवर काही प्रमाणात नियंत्रण ठेवले जाते. ज्या राज्यात असे

बाजार कार्यरत आहेत असे देशात ओळख झालेले आठवडे बाजारांची संख्या राज्यनिहाय पुढील कोष्टकात दिलेली आहे. कोष्टकावरून कृषी उत्पन्न बाजार समिती अंतर्गत, ग्रामपंचायत अंतर्गत व इतर यामध्ये खाजगी व्यक्तींकडून किंवा संस्थांकडून चालवण्यात येणारे आठवडे बाजार दर्शवले आहेत.

**भारतातील ग्रामीण (आठवडे) बाजारपेठेची  
राज्यनिहाय संख्या**

राज्य / केंद्रशासित प्रदेश	एकूण ग्रामीण बाजारांची (हाट) संख्या			
	ए.पी. एम.सी. अंतर्गत	पंचायत राज अंतर्गत	इतर	एकूण
अंदमान निकोबार	००	२३	००	२३
अरूणाचल प्रदेश	६६	१७५	१५	२५६
आसाम	४०५	९०८	०६	१३१९
बिहार	३२५	००	१४६९	१७९४
छत्तीसगड	००	११३२	००	११३२
जम्मू आणि काश्मिर	००	०८	००	०८
झारखंड	००	६०२	००	६०२
कर्नाटक	००	७३०	००	७३०
केरळ	००	०६	११००	११०६
मध्यप्रदेश	००	००	२५५०	२५५०
महाराष्ट्र	००	००	३५००	३५००
मणीपुर	००	९५	२४	११९
मेघालय	३५	८९	००	१२४
मिझोरम	२४	१९६	००	२२०
नागालँड	००	००	१७४	१७४
ओरिसा	३९८	१३२	१०१८	१५४८
तामिळनाडू	००	५०१	००	५०१
तेलंगणा	००	२६१	००	२६१
त्रिपुरा	२१	५३३	००	५५४
उत्तर प्रदेश	००	३४६४	००	३४६४
उत्तराखंड	००	५६	००	५६
पश्चिम बंगाल	००	२९००	००	२९००
एकूण	१२२४	११८११	९८५६	२२९४१

Source – Standing Committee of Agriculture (2018-19),  
Ministry of Agriculture and Farmers welfare, Sixty  
Second Report.

कोष्टकावरून असे निदर्शनास येते की, परिचित असलेल्या एकूण ग्रामीण आठवडे बाजारांची सर्वात जास्त संख्या महाराष्ट्रात ३५०० एवढी आहे. त्यानंतर अनुक्रमे उत्तर प्रदेश राज्यात ३४६४, पश्चिम बंगाल २९००, मध्यप्रदेश २५५०, बिहार १७९४, ओरिसा १५४८, असाम १३१९, छत्तीसगड ११३२ व केरळ ११०६ या राज्यांमध्ये ग्रामीण आठवडे बाजारांची सर्वात जास्त संख्या आहे. या राज्यांमध्ये हे बाजार महत्त्वाची भूमिका पार पाडीत आहेत.

नियतकालिक बाजारपेठ किंवा ग्रामीण बाजार किंवा हाट आणि प्रदर्शन जसे की, मेळा किंवा जत्रा या भारतातील मुख्य ग्रामीण बाजारपेठा आहेत. ग्रामीण प्राथमिक बाजारपेठांमध्ये हाट, मंडी मेळा किंवा जत्रा या नियतकालिक बाजारपेठांचा समावेश होतो. देशात या बाजारपेठांची अंदाजित संख्या २२००० पेक्षा जास्त असून जास्तीत जास्त ४७००० पर्यंत आहे. या बाजारपेठा ग्रामीण अर्थव्यवस्थेत महत्त्वाची भूमिका पार पाडीत आहेत. भारतातील व्यापार करणाऱ्या या सर्वात जुन्या संस्था आहेत. या बाजारपेठा ग्राहकांसाठी उपभोगाचा माल किंवा वस्तुच प्रदान करीत नाहीत तर कृषी व कृषी संलग्न उत्पादनाची विक्रीही या बाजारपेठांमधून होते. या ठिकाणी उत्पादक प्रत्येक उपभोक्त्याला आपल्या मालाची विक्री करतो. ग्रामीण बाजारपेठांमध्ये विक्री होणारा माल बऱ्याचवेळा हलक्या दर्जाचा अल्प मात्रेत असतो. बहुसंख्या बाजारपेठा या अनियंत्रित असून आठवड्यात एकदा आयोजित केल्या जातात. बहुसंख्य बाजारपेठा या ग्रामीण आणि दुर्गम अशा केंद्रीय ठिकाणी स्थित असल्यामुळे आजूबाजूच्या प्रदेशातील बहुतांश शेतकरी यांची सेवा घेतात. ग्रामीण बाजारपेठांमध्ये जास्तीत जास्त लहान व सिमांतिक शेतकरी कृषी मालाची विक्री करून आपल्या उपभोगाच्या गरजेचा माल किंवा वस्तुची खरेदी करतात.

ग्रामीण बाजारपेठ ग्रामीण उत्पादकांचे आणि विक्रेत्यांचे कृषी उत्पादनाचे रोखीकरण करण्याचे पहिले ठिकाण आहे. लहान शेतकऱ्याला आपला मर्यादित किंवा अल्प विक्रय वाढावा दूरवाच्या ठिकाणी असलेल्या घाऊक किंवा नियंत्रित

बाजारपेठेत जाऊन विक्री करणे आर्थिकदृष्ट्या शक्य नसते. ग्रामीण सिमांतीक शेतकरी, अल्प आर्थिक उत्पन्न असलेल्या ग्रामीण उपभोक्त्यांसाठी आणि इतर शेतकऱ्यांसाठी आठवडे बाजार विपणन साखळीतील जोडणारा पहिला दुवा असून हे या बाजारपेठांच्या माध्यमातून आपल्या मालाची किंमत रोखीत करतात. या बाजारपेठांच्या आजूबाजूच्या असलेल्या भौगोलिक क्षेत्रातील १० टक्के विक्रय वाढावा या बाजारपेठांमधून विक्री होत असतो.

ग्रामीण बाजारपेठा विशेषकरून लहान व सिमांतीक शेतकऱ्यांसाठी व भूमिहीन मजुरांसाठी कृषी मालाच्या विपणनात फार महत्त्वाची भूमिका पार पाडीत आहेत. श्रीमंत शेतकऱ्यांचा कृषी मालाचा विक्रय वाढावा जास्त असतो. श्रीमंत शेतकरी ग्रामीण आठवडे बाजारपेठांमधून लहान शेतकऱ्यांचा विक्रय वाढावा खरेदी करून घाऊक किंवा नियंत्रित बाजारपेठेत विक्री करतात.

भारतात ग्रामीण प्राथमिक किंवा आठवडे बाजारपेठांची संख्या जवळ जवळ २२९४१ एवढी असून त्यात हाट समाविष्ट करता सर्वेक्षणानुसार यांची एकूण संख्या ४७००० एवढी असू शकते. या बाजारपेठांची सरकारी व इतर कोणत्याही स्तरावर आजपर्यंत परिपूर्ण व अचूक गणना झालेली नसल्याने कदाचित यापेक्षाही जास्त संख्या असल्याचा अंदाज आहे. यापैकी ७५ टक्के हाटचे आयोजन आठवड्यातून एकदा असते. २० टक्के आठवड्यातून दोन वेळा तर ५ टक्के हाट दररोज कार्यरत असतात. ग्रामीण लहान शेतकरी, विक्रेते आणि खरेदीदार शेतकरी यांचे आर्थिक उत्पन्न कमी असल्यामुळे त्यांना आपल्या दैनंदिन गरजा पूर्ण करण्यासाठी ग्रामीण बाजारपेठांमध्ये अल्प मात्रेत कृषी उत्पन्न व इतर माल विक्री करता येतो व उपभोक्त्यांना त्याची अल्प मात्रेत खरेदी करता येते.

अभ्यासावरून असे दिसून आले आहे की, एक हाट सरासरी १४ गावांना सेवा देते. ६६ टक्के हाट १६ कि.मी. च्या परिसरात आयोजित होतात, २५ टक्के ६ ते १५ कि.मी. आणि ९ टक्के हाट १ ते ५ कि.मी. परिसरात आयोजित होतात. यावरून निदर्शनास येते की, ग्रामीण विपणनात ग्रामीण बाजारपेठांची सेवा ग्रामीण शेतकऱ्यांसाठी, अल्प

भूधारकांसाठी, शेतमजुर, अल्प आर्थिक उत्पन्न असणारी जनता यांच्यासाठी महत्त्वाची भूमिका पार पाडीत आहेत.

**निष्कर्ष :**

- १) त्या त्या बाजारांच्या ठिकाणी ग्रामपंचायत बाजारांची व्यवस्था करित असल्याने या बाजारांमध्ये विक्रेत्यांवर कर आकाराला जातो. विक्रीसाठी जागा उपलब्ध करून देणे, प्रत्यक्ष विक्री करण्याची परवानगी व अन्य सोयी जसे की, पिण्याचे पाणी, स्वच्छतागृह इ. यासेवा कराच्या माध्यमातून उपलब्ध कराव्या अशी अपेक्षा असते. परंतु या बाजारांच्या ठिकाणी अशा सोयी उपलब्ध करण्यात येत नाहीत.
- २) लहान शेतकऱ्यांच्या विक्रीयोग्य कृषी मालाची मात्रा अल्प असते. त्यामुळे दुरवरच्या बाजारपेठेत माल विक्री करण्यासाठी जाणे परवडत नाही. अशा शेतकऱ्यांसाठी हा बाजार सोयीचा असल्याने लहान शेतकऱ्यांना हा बाजार महत्त्वाचा असतो.
- ३) आठवडे बाजारात कोणत्याही प्रकारच्या सोयी सुविधा उपलब्ध नसल्याने ग्राहकांना अस्वच्छ वातावरणातील माल खरेदी करावा लागतो. आठवडे बाजारांचे व्यवस्थापन स्थानिक ग्रामपंचायतीकडे असते. या बाजारांच्या माध्यमातून ग्रामपंचायतीला लाखो रूपये मिळतात. परंतु ग्रामपंचायत सुविधांकडे गांभीर्याने पाहत नाही.
- ४) ग्रामीण आठवडे बाजार ग्रामीण उत्पादकांचे अथवा विक्रेत्यांचे कृषी उत्पादनाचे रोखीकरण करण्याचे पहिले ठिकाण असल्याने हा बाजार विपणन साखळीतील जोडणारा पहिला दुवा आहे. त्यामुळे या बाजाराच्या माध्यमाने आपल्या मालाची किंमत रोख स्वरूपात करता येते.
- ५) ग्रामीण आठवडे बाजाराची कार्यक्षमता लहान शेतकऱ्यांच्या विकास कार्यक्रमासाठी चिंताजनक बाब आहे. ग्रामीण आठवडे बाजारांचा विकासासाठी पुरेसे लक्ष देण्याच्या स्पष्टपणे अभाव दिसून येतो. शासनाची ग्रामीण बाजारपेठेसाठी दीर्घकालीन धोरणे

आणि मध्यम मुदतीच्या योजनांची फलश्रुति ज्या प्रमाणात अपेक्षित आहेत ती वास्तवात प्राप्त झालेली नाहीत.

६) ग्रामीण बाजारांच्या पायाभूत सुविधा आणि निरनिराळ्या कृतींच्या कार्यक्षमतेत सुधारणा करण्याची गरज आहे. त्यात पाणी, वीज, पूरक रस्ते आणि साठवण व्यवस्था मात्र त्यात बदल दिसून येत नाही.

७) ग्रामीण बाजारपेठ स्तरावर व्यवस्थापन करणाऱ्यांनी बाजारपेठ शुल्क अगदी अल्प प्रमाणात घ्यावे. याशिवाय इतर खर्च घेऊ नयेत. मात्र शुल्क आकारतांना कोणत्याही मार्गदर्शक सूचना नाहीत. त्यामुळे शुल्क गोळा करणारे व्यक्तीगत निर्णय घेऊन शुल्क निर्धारण करतात.

८) ग्रामीण आठवडे बाजारात क्षेत्र निश्चिती दिसून येत नाही. परिणामी विक्रेत्यांकडून आपल्या आवडी व सोयीनुसार बाजारपेठेत निरनिराळ्या ठिकाणी जागा व्यापली जाते.

९) पावसाळ्याच्या कालावधीत दरम्यान बहुतेक बाजारांमध्ये फारच वाईट परिस्थिती असते. बाजार आवारात सर्वत्र पाणी साचलेले असते. त्यामुळे त्या चिखलाणे माखलेल्या असतात. परिणामी मालाचा खरेदी विक्रीचा व्यवहार करण्यासाठी बऱ्याचदा ती अयोग्य असतात.

१०) नियंत्रित बाजारपेठांच्या किंमतीपेक्षा ग्रामीण आठवडे बाजारात २५ ते ३० टक्के कमी किंमत आढळून येते. काही बाजारात फारच अल्प किंमत असते. ग्रामीण बाजारपेठेत हंगामात कृषी माल विक्रीस आल्यानंतर तुलनेत किंमती फारच कमी होतात.

११) देशातील ज्या ग्रामीण बाजारपेठा खाजगी व्यक्तींच्या मालकीच्या आहेत त्याठिकाणी वाईट परिस्थिती आहे. ग्रामीण बाजारांच्या व्यवस्थापनात आणि पर्यवेक्षणात फार तफावत आहे. प्रत्येक ग्रामपंचायत किंवा स्थानिक मंडळी ग्रामीण बाजारपेठांचे पर्यवेक्षण ग्रामीण बाजारपेठेत वारंवार जाऊन करतात.

१२) ग्रामीण व दुर्गम भागातील अनेक बाजारांचे व्यवस्थापन कोणत्याही संस्थेकडून किंवा

स्थानिक मंडळीकडून केले जात नाही. हे बाजार ज्या ग्रामपंचायतीच्या भौगोलिक परिसरात येत असतील तेथील ग्रामपंचायत बाजारातील विक्रेत्यांकडून शुल्क आकारते. आजही बहुसंख्य ग्रामीण बाजारांची व्यवस्था खाजगी व्यक्ती, पंचायत आणि नगरपालिका पहाते. त्यांना फक्त जमिन भाडे, शुल्क, उपकार इत्यादीची आकारणी करण्यात उत्सुकता असते.

**संदर्भ :**

- 1) Acharya S.S. and Agrawal N.L. - Agricultural Marketing in India, 3<sup>rd</sup> edition.
- 2) Mukherjee R.K. - Rural Economy of India.
- 3) Ramakrishnan, R. - Rural Marketing in India- Strategies and Challenges, New Century Publications, New Delhi, 2006.
- 4) Wanmali, S. - Periodic Marketing and Rural Development in India : Contributions to Indian Geography. New Delhi. Heritage Publishers 1987.
- 5) Wanmali S. - Periodic markets and rural development in India. (Delhi : B.R. Publishing Corporation, 1981).
- 6) Survey of Rural Markets in India By I.D.M., Government of India, Directorate of Marketing and inspection (DMI), Ministry of Agriculture & Farmers Welfare, Govt. of India.
- 7) Maharashtra Agricultural Competitiveness Project (MACP) Rural Haat Markets (Weekly Bazars)
- 8) Minister of Agriculture and Farmers Welfare, (Department of Agriculture, and cooperation and Farmers Welfare) Sixty Second Report, "Agriculture Marketing and Role of Weekly Gramin Haats."
- 9) <http://mr.vikaspedia.in/agriculture>