

Vol 4 Issue 7 Jan 2015

ISSN No :2231-5063

## International Multidisciplinary Research Journal

# Golden Research Thoughts

Chief Editor  
Dr.Tukaram Narayan Shinde

Publisher  
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor  
Dr.Rajani Dalvi

Honorary  
Mr.Ashok Yakkaldevi

## Welcome to GRT

**RNI MAHMUL/2011/38595**

**ISSN No.2231-5063**

Golden Research Thoughts Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

### *International Advisory Board*

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pintea, Spiru Haret University, Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Anurag Misra DBS College, Kanpur	George - Calin SERITAN Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, Iasi	.....More
Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania		

### *Editorial Board*

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devruk, Ratnagiri, MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University, Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yalikar Director Management Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU, Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director, Hyderabad AP India.	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play, Meerut (U.P.)	S. Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	S. KANNAN Annamalai University, TN
	Sonal Singh, Vikram University, Ujjain	Satish Kumar Kalhotra Maulana Azad National Urdu University

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India  
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.aygrt.isrj.org

Golden Research Thoughts

ISSN 2231-5063

Impact Factor : 3.4052(UIF)

Volume-4 | Issue-7 | Jan-2015

Available online at [www.aygrt.isrj.org](http://www.aygrt.isrj.org)



## विद्यार्थ्या तळेगांव-कोंडाळी पठारावरील आठवडी बाजार केंद्राच्या ग्राहकांची व्यवहारीक भूमिका व बाजार सेवाक्षेत्रांचे भौगोलिक अध्ययन

### सुनील आखरे

विभाग प्रमुख तथा सहयोगी प्राध्यापक, भौगोल विभाग, कला व विज्ञान महाविद्यालय कुऱ्हा.

### सांराश

ग्राहक हा आठवडी बाजारातील सर्वात महत्वाचा घटक असून तो आपल्या गरजांच्या पूर्तीकरीता बाजारातुन वर्स्तुंची किंवा सेवांची खरेदी करतो. त्याच प्रमाणे काही ग्राहक बाजारातील मालाची ठोक खरेदी करून बाजार किंवा इतर ठिकाणी चिल्लर विक्री करतात या सारख्या विक्रेत्यांचा सुद्धा ग्राहकांमध्ये समावेश होतो. बाजार केंद्राच्या सभोवतालच्या प्रदेशातील ग्राहक आपल्या बाजार क्रियांच्या पुर्तीतेसाठी बाजार केंद्राला भेटी देतात. त्या सर्वा प्रदेशाला त्या बाजार केंद्राचे सेवाक्षेत्र असे म्हणतात. तळेगांव-कोंडाळी पठारावरील आठवडी बाजारातील ग्राहकांच्या प्रवास व्यवहाराचे अध्ययन केल्यानंतर असे दिसून येते की, ग्राहकांच्या भूमिकेवर भौगोलिक, सामाजिक व आर्थिक घटकांचा प्रभाव आहे. तसेच ग्राहकांच्या व्यवहारानुसार बाजार सेवाक्षेत्राचा प्रकार ठरतो. तळेगांव-कोंडाळी पठारावर स्वतंत्र सेवाक्षेत्र मोठ्या बाजार केंद्रा जवळ आहे. तर छोट्या बाजार केंद्राजवळच्या प्रदेशात अनेक बाजार सेवाक्षेत्र आहे.

**बिजसंज्ञा:** बाजार सेवाक्षेत्र, बाजार केंद्राची आकर्षकता.

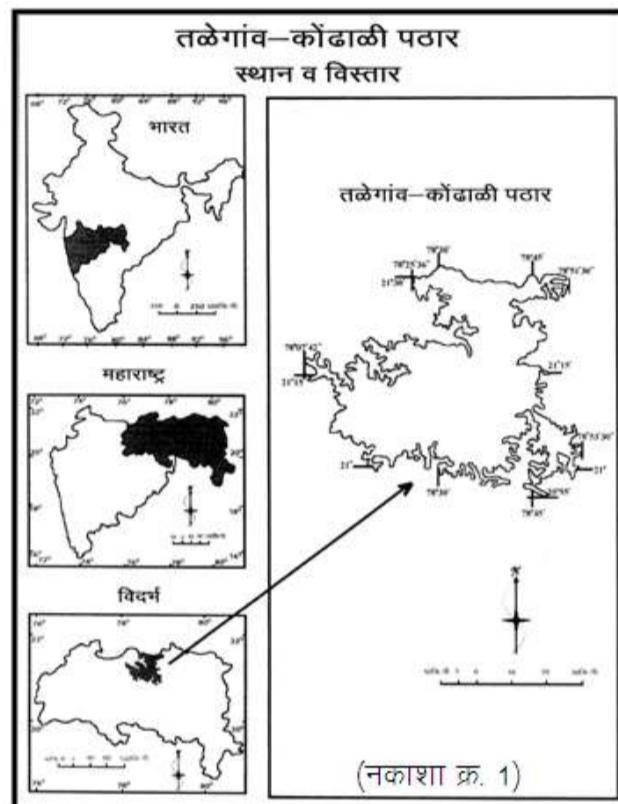
### प्रस्तावना :

मानवाच्या आर्थिक क्रियांवर प्राकृतिक घटकांचा प्रभाव असतो. महाराष्ट्रात निरनिराळ्या ठिकाणी स्थानिक आठवड्याचे बाजार भरत असतात. मानवाद्वारे केल्या जाणारे बाजार कार्य हे त्याच्या उदरनिर्वाहाचा मुलाधार असतो. अशा बाजाराचे महत्व खेड्याच्या आर्थिक-सामाजिक जीवनात मोठे असतो. त्यामुळे या क्रियांमध्ये क्षेत्रीय भिन्नता आढळून येते. ग्रामीण अर्थव्यवस्थेच्या वाढ, विकास व नियोजनामध्ये आठवडी बाजार केंद्राची महत्वपुर्ण भूमिका असते. बाजार केंद्राला भेट देणारे ग्राहक केवळ बाजार केंद्रावरील असतात असे नसून बाजार केंद्राच्या सभोवतालच्या प्रदेशातील ग्राहक सुद्धा आपल्या बाजार क्रियांच्या पुर्तीतेसाठी त्या बाजार केंद्राला भेटी देतात. त्या सर्वा प्रदेशाला त्या बाजार केंद्राचे सेवाक्षेत्र असे म्हणतात. बाजार सेवाक्षेत्रावर ग्राहकांच्या व्यवहाराचा प्रभाव असतो. तळेगांव-कोंडाळी पठारावरील आठवडी बाजारांच्या सेवाक्षेत्रांचे अध्ययन प्रस्तुत संशोधन पत्रामध्ये केले आहे.

### अभ्यास क्षेत्र :-

महाराष्ट्रातील विदर्भ तळेगांव-कोंडाळी पठार दख्खनच्या पठाराचाच एक भाग असून नदयांच्या खनन कार्यामुळे हा प्रदेश वेगळा झालेला आहे. या पठाराच्या उत्तरेस महाराष्ट्र व मध्यप्रदेश सिमेलगत सातपुडा पर्वताचा पायथा आहे. पूर्वेस नागपूर जिल्ह्याच्या पूर्वसिमेवरून वाहणाऱ्या वैनगंगा नदीची उपनदी असलेल्या कन्हान नदीचे खोरे आहे. पश्चिमेस वर्धानदीचे खोरे आणी दक्षिणेस वर्धानदीची उपनदी वेणा नदीचे खोरे आहे. याप्रदेशाचा अक्षवृत्तीय विस्तार 200 55' 00" उत्तर ते 210 31'30" असून रेखावृत्तीय विस्तार 780 07' 42" पुर्व ते 780 53' 30" पुर्व आहे. तळेगांव-कोंडाळी पठार विदर्भातील नागपूर व वर्धा जिल्ह्यामध्ये असून नागपूर जिल्ह्याचे 1697 चौ. कि.मी. व वर्धा जिल्ह्याचे 951 चौ.कि.मी. असे या प्रदेशाचे एकुण क्षेत्रफळ 2648 चौ. कि.मी. आहे. (नकाशा क्र. 1)

सुनील आखरे, "विदर्भाच्या तळेगांव-कोंडाळी पठारावरील आठवडी बाजार केंद्राच्या ग्राहकांची व्यवहारीक भूमिका व बाजार सेवाक्षेत्रांचे भौगोलिक अध्ययन", Golden Research Thoughts | Volume 4 | Issue 7 | Jan 2015 | Online & Print



उद्दिष्ट:-

तळेगांव-कोंडाळी पठारावरील आठवडी बाजार केंद्रांच्या बाजार चक्राच्या प्रारुपाचे अध्ययन करणे.

**पद्धतीशास्त्र :-**

प्रस्तुत संशोधनामध्ये प्रत्येक क्षेत्रीय कार्य करून माहिती गोळा केली तथ्य संकलना नंतर वेगवेगळ्या सांख्यकिय पद्धतीद्वारे तथ्यांचे प्रगटीकरण केल्या गेले. नकाशाचा वापर करून आठवडी बाजारांच्या सेवाक्षेत्राचे प्रारूप प्रगट करण्यात आले. सेवाक्षेत्राच्या सीमा ठरविण्याकरीता कॉनवर्स (1942) यांच्या पुढिल सुत्राचा वापर करण्यात आला.

$$dab = \frac{Db}{1 + \sqrt{\frac{Pa}{Pb}}}$$

Db = व्यापार केंद्रांच्या अंतरातील विभाजन बिंदु.

dab = दोन बाजार केंद्रांमधील अंतर.

Pa व Pb = दोन बाजार केंद्रांची लोकसंख्या.

तसेच बाजार केंद्राच्या प्रभावाच्या प्रमाण (Degree of market area of influence) पुढिल सुत्राने काढले.

$$D = \frac{P_i \times A_j}{P_j} \quad f_{Dab} \quad R = \frac{P_i \times A_j}{P_j}$$

D = बाजार क्षेत्राच्या प्रभावाचे प्रमाण.

Pi = बाजार केंद्र प ची लोकसंख्या.

Pj = प्रदेशाची लोकसंख्या.

Aj = प्रदेशाचे क्षेत्रफळ.

R = वर्तुळाची त्रिज्या.

Ref. :- Saxena, (2004).

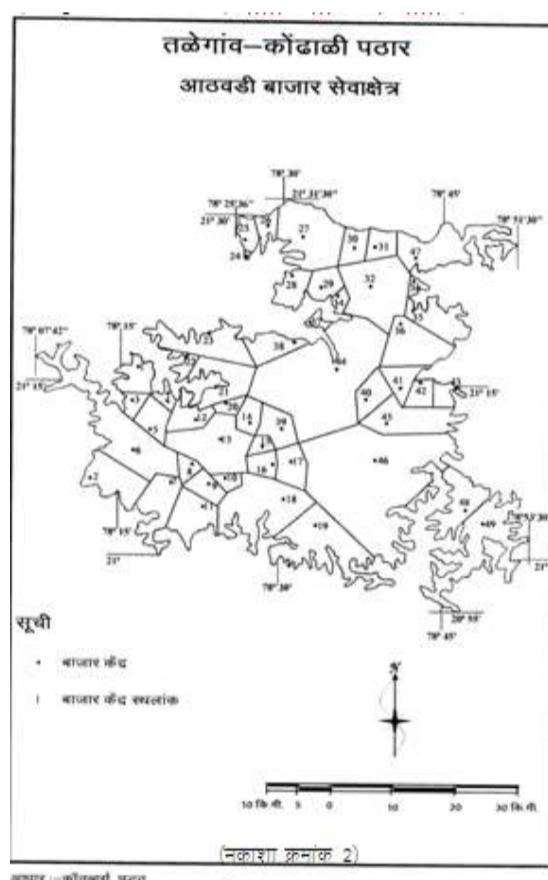
#### बाजार सेवाक्षेत्र व ग्राहक संबंध :-

बाजार केंद्राला भेट देणारे ग्राहक केवळ बाजार केंद्रावरील असतात असे नसुन बाजार केंद्राच्या सभोवतालच्या प्रदेशातील ग्राहक सुद्धा आपल्या बाजार क्रियांच्या पुरतेसाठी त्या बाजार केंद्राला भेटी देतात. त्या सर्वा प्रदेशाला त्या बाजार केंद्राचे सेवाक्षेत्र असे म्हणतात. सेवाक्षेत्राची व्याख्या पुढील प्रमाणे केल्या गेली आहे.

1) " सेवा-क्षेत्र किसी सेवा-केंद्र के चतुर्दिक सेवित क्षेत्र होता है जिसकी जनसंख्या को वह विभिन्न प्रकार की सेवाए प्रदान करता है।" श्रीवास्तव (1998).

2) " An area on the surface of the earth around a settlement that offers goods and services to consumers living in the area," Saxena (2004).

वरील व्याख्ये प्रमाणे पठारावरील 49 आठवडी बाजार केंद्राचे सेवाक्षेत्र निश्चित करून त्याचे अध्ययन करणे आवश्यक असल्यामुळे सेवाक्षेत्राच्या सिमा निश्चीत करण्या करिता अनुभवजन्य पद्धतीचा (Empirical Method) आणि शास्त्रीय पद्धतीचा (Theoretical Method) उपयोग करण्यात आला आहे. अनुभवजन्य पद्धतीमध्ये बाजार केंद्राला भेट देणाऱ्या ग्राहकांचे गाव व बाजार केंद्र यांना सरळ रेषेत जोडुन सेवाक्षेत्राचा नकाशा तयार करण्यात आला अनुभवजन्य पद्धत ही व्यक्तीनिष्ठ पद्धत



असुन ग्राहक हा समाजशास्त्रीय घटक असल्यामुळे त्यांच्या व्यवहारामध्ये गुतांगुत आढळून येते. ग्राहक एकाच बाजार केंद्राला भेट न देता अनेक बाजार केंद्राजा भेट देऊ शकतो त्यामुळे सेवाक्षेत्राच्या स्वतंत्र सिमा निश्चीत करणे शक्य होत नाही. या प्रकारे एकापेक्षा जास्त सेवाक्षेत्र एकमेकांमध्ये सामावलेले असतात. सेवाक्षेत्राची स्वतंत्र सिमा निश्चीत करण्याकरीता रॅली (1931) यांनी सर्व प्रथम विपनन भूगोलातील गुरुत्व प्रतिमानाचा विकास केला. त्याला झीम सूं व त्मजंपस ळतंअपजंजपवद॑ असे संबोधतात.

### सेवाक्षेत्राचे प्रकार :—

ग्राहक हा एकाच बाजार कोंद्राला भेट देतो असे नसुन तो दोन किंवा जास्त बाजार कोंद्राला भेटी देतो त्यामुळे प्रदेशाचा एखादा प्रदेश दोन किंवा जास्त सेवाक्षेत्राचा भाग असु शकतो. यावरुन सेवाक्षेत्राचे पुढील प्रकार करता येईल.

अ) स्वतंत्र सेवाक्षेत्र :— पठारावरील जो प्रदेश एकाच बाजार कोंद्राचा सेवाक्षेत्राचा भाग आहे अशा सेवाक्षेत्राला स्वतंत्र सेवाक्षेत्र असे म्हणता येईल. या प्रकारचे सेवाक्षेत्र पठारावर मोठया बाजार कोंद्रा जवळ दिसुन येते कारण मोठया बाजार कोंद्राची आकर्षकता जास्त असल्यामुळे ग्राहक इतर दुसऱ्या बाजार कोंद्रावर जात नाही. मोवाड, नरखेड, काटोल, कोंडाळी, कारंजा व सावंगा लोहारी या बाजार कोंद्रा सभोवताल या प्रकारचे सेवाक्षेत्र दिसुन येते.

ब) दोन बाजार सेवाक्षेत्र :— या प्रकारचे सेवाक्षेत्र मुख्यतः मोठया बाजार कोंद्रांच्या सेवाक्षेत्रात असणाऱ्या छोट्या बाजार कोंद्राचे सेवाक्षेत्र असते. या प्रदेशातील ग्राहक छोट्या बाजार कोंद्राला भेट देतात त्याच प्रमाणे काही वेळी मोठया आजार कोंद्राला सुद्धा भेटी देतात. या प्रकारचे सेवाक्षेत्र पठारावर मोई, ससुंदरा, नारा, कुंडी, सावली, मोहगाव, झिल्पा, दग्रस, पारडसिंगा, मेंढेपठार, मोहगाव, इत्यादी बाजार कोंद्राचे सेवाक्षेत्र आहे.

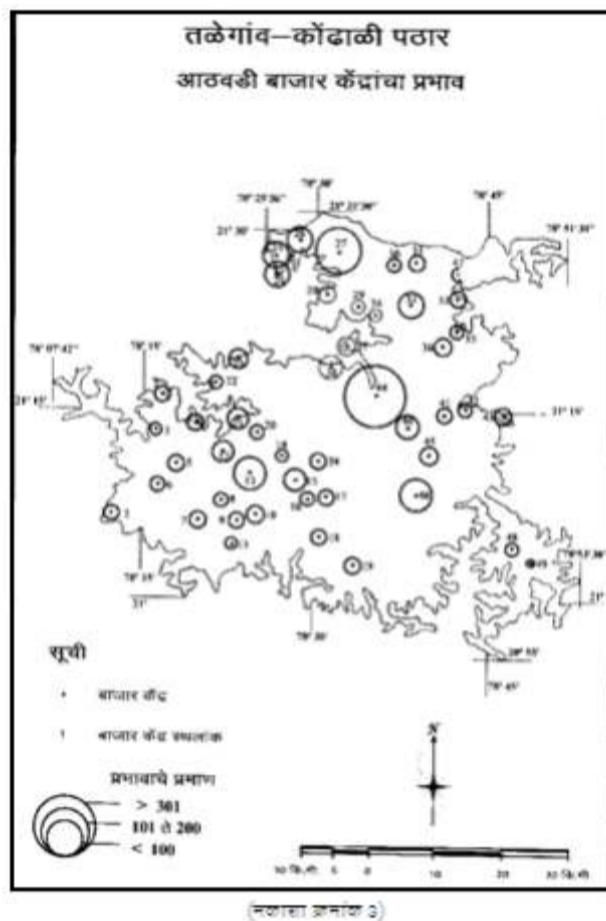
क) अनेक बाजार सेवाक्षेत्र :— या प्रकारचे सेवाक्षेत्र दोन किंवा दोन पेक्षा जास्त मोठया बाजार कोंद्राच्या सिमावर्ती प्रदेशामध्ये असलेल्या छोट्या बाजार कोंद्राजवळ्या प्रदेशात आहे.. येथिल ग्राहक दोन किंवा दोन पेक्षा जास्त बाजार कोंद्राला भेटी देतो. पठारावर काटोल व कोंडाळी बाजार कोंद्राच्या मध्ये असलेले कचारी सावंगा बाजाराचे सेवाक्षेत्र, नरखेड व मोवाड बाजार कोंद्राच्या मध्ये असलेले बेलोना बाजाराचे सेवाक्षेत्र, काटोल व कारंजा बाजार कोंद्राच्या मध्ये असलेले मुर्ती बाजाराचे सेवाक्षेत्र ही याप्रकारचे सेवाक्षेत्र आहे. याप्रकारच्या सेवाक्षेत्राने पठारावरील अतीशय कमी प्रदेश व्यापला आहे.

ड) नकारात्मक सेवाक्षेत्र :— काही प्रदेशामध्ये जंगल, वाळवंट किंवा इतर प्रतिकुल परिस्थितीमुळे लोकवस्ताचा अभाव असतो. त्यामुळे त्या प्रदेशामधुन ग्राहक बाजार कोंद्राला भेट देत नाही. त्यामुळे असा प्रदेश कोणत्याच बाजार कोंद्राच्या सेवाक्षेत्राचा भाग नसतो. याला नकारात्मक सेवाक्षेत्र म्हणता येईल. पठारावर या प्रकारचे सेवाक्षेत्र दक्षिणेकडे आढळून येते कारण या प्रदेशामध्ये जंगल जंगलामुळे लोकवस्ती विरळ आहे. त्यामुळे काही प्रदेशातुन बाजार कोंद्रावर ग्राहक येत नाही. बाजार कोंद्रांच्या आकर्षकतेवर बाजार कोंद्राच्या प्रभावाच्या प्रमाण हे त्या प्रदेशातील लोकसंख्या व प्रदेशाचे क्षेत्रफल आणि बाजार कोंद्राची लोकसंख्या यावर अवलंबून असते.

### बाजार कोंद्राच्या प्रभावाचे प्रमाण :—

बाजार कोंद्राच्या प्रभावाच्या प्रमाण हे त्या प्रदेशातील लोकसंख्या व प्रदेशाचे क्षेत्रफल आणि बाजार कोंद्राची लोकसंख्या यावर अवलंबून असते. बाजार कोंद्रांची आकर्षकता व बाजार कोंद्राच्या प्रभाव पुढील दोन गृहितकांवर आधारीत आहे.

- 1) एखादया बाजार कोंद्रावरील सुविधा शैजारच्या बाजार कोंद्राच्या तुलनेत जास्त चांगल्या असल्यास ग्राहक त्या बाजार कोंद्राकडे आकर्षित होतो.
- 2) जास्त लोकसंख्या असलेल्या बाजार कोंद्रांचा बाजार प्रभाव सुद्धा मोठा असतो.



पठारावरील आठवडी बाजाराचे प्रभावाचे प्रमाण काढले असता (नकाशा क्रमांक 3) काटोल (स्थलांक 44), नरखेड (स्थलांक 27), कोंडाळी (स्थलांक 46), सावरगांव (स्थलांक 32), मोवाड (स्थलांक 25), कारंजा (स्थलांक 13) या बाजारा केंद्राचे प्रभावाचे प्रमाण 50 पेक्षा जास्त आहे. बेलाना (स्थलांक 26), पारडसिंगा (स्थलांक 38), रिधोरा (स्थलांक 40), खैरगांव (स्थलांक 24), सावंगा लोहारी (स्थलांक 21) व नारा (स्थलांक 12), या केंद्राचे प्रभावाचे प्रमाण 20 ते 50 असुन सर्वात कमी प्रभावाचे प्रमाण येणगांव (स्थलांक 49) या केंद्राचे आहे बाजार केंद्राच्या प्रभावाच्या प्रमाणात प्रादेशिक भिन्नता सुद्धा आढळते. नागपूर जिल्ह्यातील प्रदेशामध्ये वर्धा जिल्ह्याच्या तुलनेत प्रभावाचे प्रमाण जास्त असणाऱ्या बाजार केंद्रांचे प्रमाण अधिक आहे (सारणी क्रमांक 1)

#### Ikj.kh Øekad 1 rGsxkao&dkas<kGh iBkjkojhy cktkj dsanzkaps çHkkokps çek.k

v. Ø.	çns'k	çHkkokps çek.k				, dqk
		< 10	10 rs 20	21 rs 50	50 <	
1.	ukxi j ftYg; krhy çnšk	12	6	6	5	29
2.	o/MZ ftYg; krhy çnšk	9	9	1	1	20
	i Blj	21	15	7	6	49

स्त्रोत :— क्षेत्रिय कार्य,

वरील सारणी वरुन असे स्पष्ट होते की, जास्त प्रभावशाली बाजार केंद्रांची संख्या वर्धा जिल्ह्यातील प्रदेशामध्ये नागपूर जिल्ह्यातील प्रदेशाच्या तुलनेत कमी आहे.

#### निष्कर्ष :-

- 1) तळेगांव-कोंडाळी पठारावरील आठवडी बाजारातील ग्राहकांच्या प्रवास व्यवहारामध्ये भिन्नता आढळून येत असुन व ग्राहकांच्या भूमिकेवर भौगोलिक, सामाजिक व आर्थिक घटकांचा प्रभाव दिसून येतो.
- 2) बाजार केंद्राची निवड करीत असतांना येथिल गाहक बाजार केंद्राचे आपल्या निवासस्थाना पासुनचे अंतर व बाजार केंद्रावर मिळणाऱ्या वस्तुंची विवीधता या बाबींचा जास्त विचार करतो तर वस्तुंच्या किंमती बाजाराचा दिवस या बाबींचा फारसा विचार करत नाही.
- 3) बाजार केंद्राची निवड करीत असतांना येथिल गाहक बाजार केंद्राचे आपल्या निवासस्थाना पासुनचे अंतर व बाजार केंद्रावर मिळणाऱ्या वस्तुंची विवीधता या बाबींचा जास्त विचार करतो तर वस्तुंच्या किंमती बाजाराचा दिवस या बाबींचा फारसा विचार करत नाही.
- 4) तळेगांव-कोंडाळी पठारावर स्वतंत्र सेवाक्षेत्र मोठया बाजार केंद्रा जवळ आहे. तर छोटया बाजार केंद्राजवळच्या प्रदेशात अनेक बाजार सेवाक्षेत्र आहे.

#### संदर्भ ग्रंथ सुची

1. Converse, P.D. "New Laws of Retail Gravitation". Journal of Marketing, Vol. 14, 1942.
2. Gedam, D.A. Periodic Marketeting System & Network. Nagpur : Allied Associates, 1986.
3. Reilly, W.J. The Laws of Retail Gravitation. Pillsbury Pub. Inc., 1931.
4. Saxena, H. M. Marketing Geography. Jaipur : Rawat Publication, 2004.
5. श्रीवास्तव, हरिओम. विपनन भूगोल सरयुपार मैदान (उत्तर प्रदेश) का प्रतीक अध्ययन. गोरखपुर: एसोसिइशन ऑफ मार्केटिंग ज्योग्राफर्स ऑफ इंडिया, 1998.

# **Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects**

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper,Summary of Research Project,Theses,Books and Book Review for publication,you will be pleased to know that our journals are

**Associated and Indexed,India**

- \* International Scientific Journal Consortium
- \* OPEN J-GATE

**Associated and Indexed,USA**

- EBSCO
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Databse
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Golden Research Thoughts  
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005,Maharashtra  
Contact-9595359435  
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com  
Website : [www.aygrt.isrj.org](http://www.aygrt.isrj.org)