

## प्रकरण पहिले

### अभ्यास विषय व संकल्पनात्मक आढावा

#### प्रास्ताविक भाग (अ) अभ्यास विषय

- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 अभ्यासक्षेत्राची निवड
- 1.3 अभ्यासाची उद्दिष्ट्ये
- 1.4 अभ्यास पद्धती
- 1.5 आधार सामुग्री
- 1.6 साहित्य पुनरावलोकन
- 1.7 प्रकरण रचना

#### भाग (ब) संकल्पनात्मक आढावा

- 1.8.1 व्यापारी भूगोलाचा अर्थ व व्याख्या
- 1.8.2 व्यापारी भूगोलाचे स्वरूप
- 1.8.3 व्यापारी भूगोल व्याप्ती
- 1.9 प्राणी (पशुधन) अर्थ
- 1.10 प्राण्यांचे वर्गीकरण
- 1.11.1 पशुसंवर्धन अर्थ (पाळीव प्राणी )
- 1.11.2 पशुपालन प्रकार :
  - अ) भटके पशुपालन
  - ब) व्यापारी पशुपालन
- 1.12 लातूर जिल्हयातील महत्वाच्या प्राण्यांच्या जाती
- 1.13.1 बाजारपेठेच्या उदयाची पार्श्वभूमी
- 1.13.2 बाजारपेठ अर्थ
  - अ) बाजारपेठ व्याख्या
  - ब) बाजारपेठ वैशिष्ट्ये
- 1.14 लातूर जिल्हयातील गुरांचे महत्वाचे आठवडी बाजारकेंद्र
- 1.15 बाजारकेंद्राचा कालावधी
  - अ) दैनिक बाजार
  - ब) ठराविक काळानंतर भरणारे बाजार
  - क) हंगामी स्वरूपाचे बाजारकेंद्र
- 1.16 बाजारक्षेत्र
- 1.17 ग्राहक व विक्रेता वर्तन
  - अ) ग्राहकाचा बाजारकेंद्राचा भेट देण्याचा हेतू
  - ब) विक्रेत्याचा बाजारकेंद्राला भेट देण्याचा हेतू

## प्रकरण पहिले

### अभ्यास विषय व संकल्पनात्मक आढावा

#### भाग (अ) अभ्यासविषय

##### 1.1 प्रस्तावना :

मानवी भूगोल ही भूगोल शास्त्राची अतिशय महत्वपूर्ण शाखा आहे. मानवाच्या कर्तृत्वाला अनुसरून तसे मानवाची जीवनपध्दती (aliving) व मानव जगण्यासाठी (making living) जी विविध कार्य करतो त्याला अनुसरून मानवी भूगोलाच्या कांही उपशाखा निर्माण झाल्या. मानवी भूगोलाच्या उपशाखांत आर्थिक भूगोल. ही एक अत्यंत महत्वाची शाखा समजली जाते. मानव आणि व्यापार यांचा अतिशय जवळचा संबंध आहे. त्यामूळे व्यापारी भूगोल ही आर्थिक भूगोलाचीच एक उपशाखा आहे. मानव आणि व्यापार यांच्या परस्परसंबंधाच्या अभ्यासातून व्यापारी भूगोल ही शाखा निर्माण झाली.

मानवाचे भटके जीवन संपवून तो समूहाने राहायला लागल्यापासून त्याच्या गरजा वाढल्या या गरजांची पूर्तता करण्यासाठी मानवा मानवात अदान-प्रदान करण्याची कल्पना विकसित झाली. सुरुवातीला तो फळे, कंदमुळे गोळा करत असे. नंतर शेतीचा शोध लागला. त्यातूनच अधिक उत्पन्न तो इतरांना देऊ लागला. यातूनच अंतर्गत व्यापाराला चालना मिळाली. इ.स. पूर्व पहिल्या शतकात तो भारताबाहेरील राष्ट्रांशी देवाण-घेवाण करू लागला. यातूनच प्राचीन भारताच्या इतिहासात बाजारपेठेची निर्माती झाली आणि व्यापार हा मानवी जीवनाचा अविभाज्य अंग बनला. वस्तुंची देवाण-घेवाण करणे, प्राण्यांची देवाण घेवाण करणे, ने-आण करणे, खरेदी-विक्री प्रक्रिया करणे या व्यापारी क्रिया झपाटयाने विकसित होत गेल्या.

व्यापार हा मानवाचा तृतीय श्रेणीचा व्यवसाय आहे. कोणत्याही प्रदेशाचा आर्थिक विकास हा प्रामुख्याने त्या त्या क्षेत्रातील व्यापाराच्या स्वरूपावर अवलंबून असतो. विविध प्रदेशातील गरजा व वस्तूची मागणी भिन्न भिन्न असल्यामुळे वस्तुंच्या उत्पादनाला चालना मिळते त्यामुळे विविध ठिकाणी व्यापाराची भरभराट होते. व्यापाराच्या विकासासाठी अनुकूल भौगोलीक परिस्थितीची अत्यंत आवश्यकता असते.

म्हणजे नैसर्गिक घटक व्यापारी क्रिया यांचे परस्परसंबंध अंतरक्रिया इ. घटकाचा अभ्यास व्यापारी भूगोलात केला जातो.

बाजारकेंद्र हे बाजारपेठ भूगोलाचे छत समजले जाते. बाजार हा शब्द इंग्रजीतील Market व लॅटीन भाषेतील Mercatus या शब्दापासून तयार झाला आहे. बाजार म्हणजे ग्राहक व विक्रेता यांच्या भेटीचे ठिकाण होय. आपल्या देशात बाजार केंद्राला वेगवेगळ्या नावाने ओळखतात जसे - हाट, मंडी, गुंज, विपननी, कांठी, गोला, गुडडी, बाजार इ. गुंज उत्तर भारतात हजरतगुंज, महाराज गुंज इ. मध्य भारतात व उत्तर भारतात मंच तर महाराष्ट्रात भाजीमंडई, पेठ, बाजारपेठ, आंध्रप्रदेशात पेठ जसे मलकपेठ, बेगमपेठ इ.

“बाजारहाट” हा शब्द मराठीत दोन शब्दांच्या संयोगातून तयार झाला आहे. बाजार म्हणजे आठवड्याचे विक्री होण्याचे ठिकाण तर हाट म्हणजे विशीष्ट कालावधीनंतर भरणारे. हॉडर – (1905) ग्राहक आणि विक्रेता वर्गानी नियमित एकत्र येऊन व्यवहार करण्याचे ठिकाण कॉन्सीस ऑक्सफर्ड डिक्शनरी (1969) बाजार म्हणजे समान हेतूने खरेदी व विक्री करण्यासाठी एकत्रीत आलेले लोक. उदा. वस्तुंची खरेदी, प्राण्यांची खरेदी इ. हे लोक खुल्या किंवा बंदिस्त ठिकाणी एकत्र येतात. रंजगोपालाचार्य (1992) बाजार म्हणजे असे ठिकाण जेथे वस्तुंची देवाणघेवाणची सेवा उपलब्ध असते. जेथे खरेदीकर्ता (ग्राहक) व विक्रेता (व्यवसायीक) आर्थिक फायद्यासाठी एकत्र येउन खरेदी – विक्री विषयी चर्चा करतात अनेक विचारवंतानी बाजारकेंद्र संदर्भात अध्ययन केले आहे त्यात जगात सर्वात प्रथम अमेरिकन विचारवंत विल्यम अपलबेम यांनी बाजारकूंज संदर्भात अध्ययन करून असे सांगितले की या व्यवसायामुळे देशाचा विकास होत आणि त्यामधून व्यापाराची निर्माती होते. बाजारकेंद्राच्या निर्मातीमुळे व्यापार आणि दळणवळणाच्या सुविधा मोठ्या प्रमाणात चालतात.

कोणत्याही प्रकारच्या व्यापारात बाजारपेठ हा महत्वाचा घटक असतो. बाजारपेठ ही व्यापारी संकल्पना आहे बाजारपेठेत ग्राहक, विक्रेते, मध्यस्थ एकत्र येऊन विनिमय करतात. व्यापारांच्या या सर्व अंगाचा व्यवहार ज्या क्षेत्रात चालतो. ते बाजारकेंद्र होय. बाजारपेठेत आर्थिक व व्यापारी प्रक्रियेतील महत्वपूर्ण उलाढाल होते. बाजारपेठेचे

विशीष्ट कार्यक्षेत्र त्याचा आकार, मर्यादा व व्याप्ती या बाजार केंद्राच्या महत्वाच्या अंगाला अनुसरून प्रादेशिक विकास होतो. काही विशीष्ट कार्यांमुळे काही स्थानांना मध्यवर्ती स्थान प्राप्त होते. त्यालाच मध्यवर्ती केंद्र असे म्हणतात.

बाजारपेठेचे वर्गीकरण हे विविध प्रकारे करण्यात येते. त्यातच शहरी बाजारपेठ ग्रामीण बाजारपेठ अल्प व दीर्घकालीण बाजारपेठा पूर्ण व अपूर्ण व्यवहार बाजारपेठा इ. पाळीव प्राण्यांचे बाजारकेंद्र हे प्रामुख्याने बाजारपेठ वर्गीकरणामध्ये ग्रामीण बाजारपेठ या प्रकारात येते. गॅझेट ऑफ बाम्बे (1984)च्या मते पाळीव प्राण्यांचे बाजारकेंद्र म्हणजे “बैल बाजार” या ठिकाणी गाय आणि बैल दोन्ही प्रकारच्या प्राण्यांचा समावेश होतो. पाळीव प्राणी मानवाला उपयोगी आहेत त्यामुळे त्यांना शेतात किंवा घरी ठेवून त्यांच्या कडून उत्पादन व सेवा उपलब्ध करून घेतल्या जातात. (यु.के.2001) पाळीव प्राण्यांच्या बाजारकेंद्रामुळे त्या त्या प्रदेशाचा आर्थिक विकास होतो. (खान 2006) ही बाजारकेंद्र सामाजिक सलोखा जपण्याचे कार्य करतात. त्याच बरोबर राजकीय घडामोडीसाठी महत्वाचे आहे.

ग्रामीण बाजारपेठेची ओळख करून घेताना असे लक्षात येते की सर्वसाधारणपणे वस्तू अगर सेवा किंवा प्राण्यांची खरेदी व विक्री करण्यासाठी विशीष्ट काळाच्या अंतराने किंवा नियमितपणे माणसाचा जमणारा जमाव किंवा समुह ज्या ठिकाणी जमतो ती जागा होय. या बाजारपेठेत काळ (time ) व स्थान (space ) या दोन घटकांना अधिक महत्त्व असते, तसेच परस्परान्तर्गत होणारी क्रिया ही देखील तेवढीच गरजेची असते.

भारत हा पशुप्रधान देश आहे भारतातील 70 टक्के लोक शेतीवर व त्यावर अवलंबून इतर व्यवसायावर अवलंबून असतात पशुपालन हा व्यवसाय पर्यायाने या व्यवसायाला चांगल्या दर्जाची बाजारपेठ असणे गरजेचे आहे. सर्वसामान्य शेतकऱ्यांचा तो अधिकार आहे. भारतीय ग्रामीण जीवनात पशुंना अनन्य साधारण महत्त्व आहे. त्यामुळे ग्रामीण प्रदेशांत पशुंचे बाजार ही महत्त्वपूर्ण प्रक्रिया आहे. पाळीव प्राण्यांच्या बाजारामुळे आर्थिक विकासाबरोबरच सामाजिक, सांस्कृतिक व राजकीय विकास घडून येतो. जगातील एकूण पशुधनापैकी भारतात 15 टक्के गोवर्णीय पशुधन तसेच 57 टक्के

म्हशी, 20 टक्के बकया व मेंढया इतके प्रचंड पशुचे प्रमाण आहे. पशुच्या संख्येत जगात भारताचा प्रथम क्रमांक लागतो बैल व गाईची संख्या सर्वात जास्त भारतात आहे.

शेतीसाठी व वाहतुकीसाठी या प्राण्यांचा उपयोग होतो. बैल हा शेतकऱ्याचा “मित्र” आहे. गाय व म्हैस दुधाची गरज भागवतात दुधापासून आर्थिक उत्पन्न मिळते. मेंढयापासून लोकर व मांस मिळते अशाप्रकारे शेतीसाठी व मानवासाठी प्राण्यांचा उपयोग भारतात खूप मोठ्या प्रमाणात करून घेतला जातो. भारतात पशुपासून मिळणा-या अधिक उत्पन्नाचे कारण म्हणजे जनावराकडे अधिक लक्ष व आपल्या संस्कृतीचे जतन होय दुध उत्पादनात 2000-2001 च्या माहितीनुसार भारतात 89 कोटी टन दुध उत्पादन होते. दूध उत्पादनात भारत अव्वल स्थानी आहे.

थोडक्यात वरील प्रकारे पशुधन ही महत्त्वाची संपत्ती असून त्यांच्याद्वारे मिळणारे उत्पन्न व त्यांचे महत्व लक्षात घेउन या नैसर्गिक साधनसंपत्तीचा व्यापार कसा चालतो हे पहाण्यासाठी बाजारकेंद्राचा अभ्यास करावा लागतो. प्रातिनिधीक स्वरूपात “लातूर जिल्हयातील पाळीव प्राण्यांच्या बाजारपेठांचा स्थळ व काळसापेक्ष भौगोलिक विश्लेषण” यात केला जाणार आहे लातूर जिल्हा बालाघाट व अजिंठा डोंगर रांगेत पसरलेला आहे. या जिल्हयात पशुवाढीसाठी पोषक व भौगोलीक पर्यावरण आहे. म्हणजेच पशुचे महत्व, बाजारकेंद्राचा विकासावर परिणाम करणारे घटक बाजारकेंद्राचे वैशिष्टे, प्राण्यांची खरेदी-विक्री प्रक्रिया, ऋतुनुसार होणारी आवक, ग्राहक, विक्रेता, मध्यस्थ यांच्या भूमिका, बाजारकेंद्राचे स्थान, व्यापार क्षेत्र, बा.के. वर परिणाम करणारे सामाजिक, आर्थिक, राजकीय घटक इ. घटकांचा सखोल अभ्यास केला जाणार आहे. प्रस्तुत संशोधनापासून मिळणारी माहिती लातूर जिल्हयाच्या नियोजन व विकासाला उपयोगी ठरणारी आहे. बाजारकेंद्राचे त्या त्या प्रदेशातील विकासामध्ये महत्त्वाची भूमिका आहे. त्याचा सखोल अभ्यास करण्याचा प्रयत्न केलेला आहे.

## 1.2 अभ्यासक्षेत्राची निवड :

प्रस्तुत संशोधनासाठी मराठवाडयातील लातूर जिल्हा अभ्यासक्षेत्र म्हणून निवडलेला आहे ते खालील कारणासाठी.

- 1) लातूर अभ्यासक्षेत्र हे मराठवाडा विभागातील मागास जिल्हा आहे.
- 2) कृषी आणि प्राण्यांचे बाजारकेंद्र हे अभ्यासक्षेत्रातील अर्थव्यवस्थेचा कणा आहे.
- 3) अभ्यासक्षेत्रातील प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राला खुप मोठा ऐतिहासीक वारसा लाभलेला आहे. अभ्यासक्षेत्रातील हंडरगुळी, देवणी, मुरुड, नळेगाव ही महत्वाचे व राष्ट्रीय स्तरावर प्रसिध्द असलेले बाजारकेंद्र, तसेच “देवणी वळू” व “लालकंधारी बैल” भारतभर परिचित.
- 4) या जिल्हयात शेतकरी व पशुपालक वर्ग मोठा आहे.
- 5) संशोधक स्वतः लातूर जिल्हयातील आहे.

लातूर हा महाराष्ट्रातील 36 जिल्यापैकी एक असून त्याचे अक्षवृत्तीय स्थान  $17^{\circ} 51'$  ते  $18^{\circ} 50'$  उत्तर असून  $76^{\circ} 12'$  ते  $77^{\circ} 18'$  पूर्व रेखावृत्ताच्या दरम्यान आहे. जिल्हयाची पूर्व पश्चिम लांबी 106 कि.मी, उत्तर - दक्षिण लांबी 109 कि.मी. आहे. जिल्याच्या पूर्वेस नांदेड, उत्तरेस परभणी, पश्चिमेस उस्मानाबाद,दक्षिणेस उस्मानाबाद जिल्हा व कर्नाटक राज्याची सिमा आहे. जिल्हयाचे भौगोलीक क्षेत्रफळ 7157 चौ. कि.मी. असून क्षेत्रफळानुसार जिल्हयाचा राज्यात 26 वा क्रमांक लागतो. 2001च्या जनगननेनुसार जिल्हयाची लोकसंख्या 20,80,285 होती. लातूर जिल्हयाला नैसर्गीक सिमा फारश्या लाभल्या नाहीत.

लातूर जिल्हयात पाळीव प्राण्यांच्या महत्वांच्या अशा बाजारपेठा आहेत. प्रसिध्द अशा बैलांच्या जाती आहेत. हंडरगुळी, देवणी, नळेगाव, मुरुड ही महत्वाची बाजारपेठा आहेत. जिल्हयातील 13 महत्वाच्या बाजारपेठांचा अभ्यास प्रस्तुत संशोधनात केला आहे.

### 1.3 उद्दिष्टे :

प्रस्तुत संशोधनामध्ये बाजारकेंद्राचा अभ्यास व विश्लेषण विविध घटकांच्या आधारे करण्यात आलेले आहे. या अभ्यासाची प्रमुख उद्दिष्टे खालीलप्रमाणे आहेत.

- 1) लातूर जिल्हयातील प्राकृतिक घटकांचा अभ्यास करणे.
- 2) लातूर जिल्हयातील पशुधनावर परिणाम करणा-या भौगोलिक घटकांचा अभ्यास करणे.
- 3) लातूर जिल्हयातील पाळीव प्राण्याचे स्वरूप व महत्त्व अभ्यासणे.
- 4) लातूर जिल्हयातील बाजारकेंद्राचे वितरण आणि केंद्रीयता अभ्यासणे.
- 5) लातूर जिल्हयातील प्राण्यांची खरेदी-विक्री प्रक्रिया तसेच ग्राहक, विक्रेता व मध्यस्थ यांची भूमिका अभ्यासणे.
- 6) बाजारकेंद्राचा विविध क्षेत्रावरील परिणाम अभ्यासणे.
- 7) बाजारकेंद्रातील सेवा सुविधा, अभ्यास क्षेत्रातील समस्यांचा अभ्यास करणे तसेच बाजारकेंद्राच्या विकासासाठी काही शिफारशी देणे.

### 1.4 अभ्यास पद्धती :

प्राथमिक व द्वितीयक स्रोताद्वारे मिळवलेली माहिती अभ्यासासाठी घेतलेली आहे व ती तक्त्याद्वारे दाखवण्यात आली आहे. माहिती विश्लेषणासाठी अनुभवजन्य पद्धती, सैद्धांतिक पद्धतीचा अवलंब करण्यात आला आहे. प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राच्या वेगवेगळ्या घटकांचा अभ्यास व विश्लेषण करण्यासाठी विविध सांख्यिकीय व गणितीय तंत्रे वापरण्यात आले आहेत.

सांख्यिकी पद्धतीमध्ये सहसंबंध गुणांक पद्धतीचा वापर करून प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राच्या सांख्यिकीय विविध घटकातील सहसंबंध दाखविण्यात आले आहेत. त्यामध्ये प्रदेश, लोकसंख्या गावे, प्राण्यांची संख्या इ. घटकाचा समावेश होतो. गणितीय तंत्राचा उपयोग करून प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राचे वितरण दर्शविण्यासाठी क्लार्क (1954) अतिनिकटवर्ती वस्तीचे वर्गीकरण या पद्धतीचा अवलंब करण्यात आला आहे.

डिके (1965) प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राचे वितरण व वर्गीकरण अभ्यास वर्गीकरणात्मक पद्धतीचा अवलंब केला आहे. अभ्यासक्षेत्रातील प्राण्यांच्या

बाजारकेंद्राचे केंद्रीय मुल्य काढण्यासाठी डेव्हिस (1969) यांच्या स्थान मानांकन पध्दतीचा अवलंब केला आहे. बाजारकेंद्राची स्तरीकृत रचना केंद्रीयतेच्या आधारे काढण्यात आली आहे.

$$C = \quad \times 100$$

**खुलासा :**

C = कोणत्याही कार्याचे दर

T = त्या प्रदेशातील एकूण सेवा कार्यांच्या गटाची संख्या

t = कार्याचे एक गट

व्ही.एल. प्रकाशराव (1958) यांची गणितीय समानता पध्दत वापरण्यात आली आहे. जॅक्सन (1971) यांच्या सैध्दांतिक पध्दतीचा वापर करण्यात आला आहे. दिक्षित (1966) अनुभवजन्य पध्दती ही प्रत्येक बाजारकेंद्राचे व्यापारक्षेत्र ठरवण्यासाठी वापरण्यात आली आहे. प्राण्यांची वार्षिक आणि ऋतुनुसार होणारी आवक, विक्री आणि प्राण्यांच्या किंमती दर्शविण्यासाठी साध्या वाढीचा दर आलेखाद्वारे दाखवण्यात आला आहे. बाजारकेंद्रातील सेवा सुविधा आणि समस्या दाखवण्यासाठी (appropriate weightage system) मानांकन पध्दती चा वापर करण्यात आला आहे. प्रा. पाटील (1994) प्रा पवार, प्रा.घारपूरे (1989) यांनी व्ही.एन.प्रकाशराव यांच्या सुत्रात थोडासा बदल करुन बाजारकेंद्राचे व्यापारक्षेत्र ओळखण्यासाठी त्याचा उपयोग केला. शिंदे लोखंडे आणि उबाले (2012) डि.एन.शिंदे (2015) यांनी सुध्दा वरिल सुत्रात थोडासा बदल करुन ग्रामीण बाजारकेंद्राचे व्यापारक्षेत्र दाखवण्यासाठी त्याचा उपयोग केला आहे.

प्रस्तुत संशोधनात विविध पध्दती वापरण्यात आल्या आहेत. ते प्रकरण निहाय विचारात घेण्यात आले आहेत, त्यापासून मिळालेली माहिती विविध तक्त्यामध्ये दाखवण्यात आली आहे. मिळालेले परिणाम व त्यांचे विश्लेषण व्यवस्थितरित्या दर्शविण्यासाठी आलेख, आकृत्या, नकाशे आणि फोटो काढलेले आहेत. संदर्भ सूची परिशिष्टे व प्रश्नावली यासोबत शेवटी जोडलेली आहे.



व्ही. एल. प्रकाशराव यांचे मूळ सुत्र खालील प्रमाणे

$$D = \frac{T \times A}{U}$$

$$R = \sqrt{\frac{T \times A}{U}}$$

खुलासा :

D =

A = ठरावीक प्रदेशाचे एकूण क्षेत्र

U = अभ्यास क्षेत्र प्रदेशाचे एकूण ग्रामिण लोकसंख्या

T = शहराची लोकसंख्या

R = वर्तुळाची त्रिज्या

व्ही. एल. प्रकाशराव यांच्या सुत्रात प्रा.पाटील (1994) प्रा.पवार घारपुरे (1985) यांनी थोडासा बदल करून त्यांनी बाजारकेंद्राचे व्यापारक्षेत्र (सेवाक्षेत्र) ओळखण्यासाठी तसेच खालील सुत्राचा वापर केला आहे.

$$SI = \frac{T_c \times A}{C}$$

$$R = \sqrt{\frac{T_c \times A}{C}}$$

खुलासा :

SI = व्यापार क्षेत्र

T<sub>c</sub> = बाजार केंद्राचे एकूण केंद्रीयता मूल्य

A = अभ्यास क्षेत्राचे एकूण क्षेत्रफळ

C = सर्व बाजार केंद्राची एकूण केंद्रीयता

R = वर्तुळाची त्रिज्या जी व्यापार क्षेत्र दर्शविते

वरील पध्दतीचा वापर डी.एन. शिंदे (2015) यांनी सुध्दा बाजार केंद्राचे व्यापार क्षेत्र दाखविण्यासाठी केला आहे. वरील सूत्रात थोडासा बदल करून ते खालील प्रमाणे दाखविण्यात आलेले आहे.

$$CMA = \frac{CCMC \times A}{RCMC}$$

$$R = \sqrt{\frac{CCMC \times A}{RCMC}}$$

**खुलासा :**

CMA = प्राण्यांच्या बाजार केंद्राचे सेवा क्षेत्र

CCMC = प्राण्यांच्या बाजार केंद्राची केंद्रियता

A = अभ्यास क्षेत्राचे एकूण क्षेत्रफळ

RCMC = अभ्यासक्षेत्रातील प्राण्यांच्या बाजार केंद्राची

एकूण केंद्रियता

R = वर्तुळाची त्रिज्या जी व्यापार क्षेत्र दर्शविते

व्यापार क्षेत्र ओळखण्यासाठी व निश्चित करण्यासाठी वरील पध्दती वापरण्यात आल्या आहेत.

## 1.5 आधार सामुग्री :

लातूर अभ्यासक्षेत्रातील पाळीव प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राचा अभ्यास करण्यासाठी खालील संशोधन पध्दती, माहिती स्रोतांचा वापर करण्यात आला आहे. प्राथमीक व द्वितीयक दोन्ही स्रोतांचा वापर करण्यात आला आहे. त्यासाठी प्रकाशित व अप्रकाशित स्रोतांचा आधार घेतला आहे.

### 1) प्राथमिक स्रोत :

प्रस्तुत संशोधनासाठी प्राथमिक स्रोतांचा वापर करण्यात आला आहे. प्राथमिक स्वरूपाच्या आकडेवारीचे संकलन करण्यासाठी मुख्यत्वे निरीक्षण, मुलाखती आणि प्रश्नावली इ. पध्दतीचा वापर केलेला आहे. प्रस्तुत संशोधनासाठी बाजारकेंद्रा बरोबरच कृषी उत्पन्न बाजार समितीला भेट दिलेली आहे. संशोधकाने एकूण 13 बाजार केंद्रांना प्रत्यक्ष भेटी देऊन प्रश्नावलीद्वारे माहिती संकलीत केलेली आहे. तसेच मुलाखत तंत्राचा वापर केलेला आहे. त्यावरून ग्राहक - विक्रेता, दलाल यांच्या भूमिका व वर्तणूक आणि अनुभवजन्य पध्दतीने माहिती मिळवलेली आहे. अभ्यासक्षेत्रातील बाजार केंद्रातील सेवासुविधा समस्या सांगण्यासाठी निरीक्षण तंत्राचा वापर करण्यात आला आहे.

## 2) द्वितीयक स्रोत :

प्रस्तुत संशोधनासाठी दुय्यम स्वरूपाची माहिती संकलन हे निरनिराळ्या स्रोताचा अवलंब केला आहे जसे प्रकाशित व अप्रकाशित साहित्य. लातूर जिल्हा जनगणना अहवाल, लातूर जिल्हा सामाजिक व आर्थिक समालोचन 1990-2011, लातूर जिल्हा सांख्यिकी अहवाल, लातूर जिल्हा गॅझेटियर, ग्रामपंचायत, पंचायत समिती, कृषी उत्पन्न बाजार समिती इ.चे अहवाल यांचा समावेश होतो. शासकीय निमशासकीय कार्यालयीन कागदपत्रे, तसेच आकडेवारी मिळवण्यासाठी विविध संकेतस्थळांचाही वापर करण्यात आला आहे.

### 1.6 साहित्याचे पुनरावलोकन :

बाजारकेंद्र व्यवस्थेचा अभ्यास अनेक विषयात अनेक संशोधकांनी केलेला आहे. अर्थशास्त्र, समाजशास्त्र आणि भूगोल इ. अनेक विषयात संशोधकांनी पाळीव प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राविषयी संशोधन केलेले आहे. तसेच मोठ्या प्रमाणात या विषयावरती पुस्तके प्रकाशित झालेली आहेत. प्रस्तुत संशोधनामध्ये प्रत्येक प्रकरणनिहाय बाजारकेंद्राच्या वेगवेगळ्या घटकांचा अभ्यास केलेला आहे असे असले तरी मुख्य संशोधनाचा एक संक्षिप्त आढावा घेणे आवश्यक ठरते.

व्यापारी भूगोलावरती अनेक संशोधकांनी ग्रंथ लिहिली आहेत. त्यामध्ये क्लिफ (1973), सामी (1975), बेरी (1976), डेव्हीस आर.एल. (1976), सक्सेना (1984, 1988, 1996), वनमाली (1981), देशमुख (1985), हुग्गर (2000), ठाकूर (2003), विधाते (2006), हुसैन (2007), गुहा आणि मिश्रा (2007), वर्मा आणि जिलौका (2006) इ. चा समावेश होतो. त्याचबरोबर व्यापारी भूगोल-डॉ. अशोक देवीकर, प्रा. जवाहर चौधरी, डॉ. सुस्वी दहिवले, रमेश वानखेडे, डॉ. रविंद्र शिंदे, विपणन आणि विक्रयता महेश कुलकर्णी, डॉ. प्रमोद बियाणी, डॉ. रविंद्र देशमुख इ.चा समावेश होतो. यांनी बाजारकेंद्राच्या ग्राहक विक्रेता सुविधा, आकार, प्रकार, बाजारपेठ इ. घटकांचा अभ्यास केलेला आहे.

इतर संशोधकामध्ये फते (1991), चंद्रन (1978), पाटील (1983), 1998), जगदाळे (1990), चौधरी नायक (1994), उबाले (1994), ठाकूर (1994), दुरगाडे (2000) इ. नी एम.फिल. लघुशोधनिबंध पूर्ण केलेले आहेत. यावर त्यांनी बाजारकेंद्राच्या वेगवेगळ्या घटकावर प्रकश टाकला आहे. पीएच.डी. संशोधकामध्ये पाळीव प्राण्यांचे भरणारो आठवडी बाजार, वार्षिक जत्रा, पशुप्रदर्शन इ. व त्यासंबंधीत सर्व घटकांवर साहित्य उपलब्ध आहे.

#### पीएच.डी संशोधकामध्ये –

- 1) एन सिंग – 1963 – पूर्व, उत्तर प्रदेशातील ग्रामीन बाजारपेठा आणि नागरी केंद्र यांचा अभ्यास केलेला आहे.
- 2) ए.एस.विश्वनाथ – 1966 - मैसूरमध्ये ग्रामिण बाजारपेठा आणि लहान सेवा केंद्रे याचा अभ्यास केलेला आहे.
- 3) स्वामी ए (1975) – पाटना शहरातील बाजारपेठांचे कार्यात्मक आणि स्थानिक विश्लेषण
- 4) गेडाम डी.ए. – 1978 - वर्धा खोयातील बाजारपेठीय संस्था आणि जाळे यांचा अभ्यास.
- 5) देशमुख जे.डब्ल्यू – 1979 - उर्ध्व कृष्णा खोयातील केंद्रीय ठिकाणे यावर संशोधन केले आहे.
- 6) डॉ.शंकरराव शेते– 2002 - सोलापुर जिल्हयातील केंद्रीय वितरणाचे संघटन या विषयावर पीएच.डी केलेली आहे. यामध्ये आठ प्रकरणे आहेत. प्रस्तावणा, अभ्यासक्षेत्र, केंद्रीय स्थानाचे अभिक्षेत्रीय वितरण, केंद्रीय स्थानाची व्यवसायीक रचना व कार्यात्मक संघटन, केंद्रीय स्थानाची केंद्रीयता व स्तरीकृत रचना नमुना अभ्यास व केंद्रीय ठिकाणे आणि प्रादेशिक नियोजन व निष्कर्ष यावर संशोधन कार्य पूर्ण केले आहे.
- 7) गोणे एच.एच (2008) – परभणी जिल्हयातील बाजार केंद्राच्या विश्लेषणाचा अभ्यास - हे संशोधन आठ प्रकरणात पूर्ण केले आहे. प्रस्तावना,

अभ्यासक्षेत्राची आर्थिक व सामाजिक स्थिती, बाजारकेंद्राचे वितरण, वैशिष्टे आकृतीबंध, केंद्रियता व सारीकरण, बाजारकेंद्राचे व्यापारी क्षेत्र, बाजारकेंद्राचे अभिक्षेत्रीय संघटन इ. घटकांचा अभ्यास केलेला आहे.

- 8) माने डि.जी. (2000) – नांदेड जिल्हयातील बाजार केंद्राचे भौगोलिक विश्लेषण आपल्या संशोधनात त्यांनी प्राकृतिक, सामाजिक, आर्थिक रचना बाजारकेंद्राचे अभिक्षेत्रीय संघटन, बाजारकेंद्राचा आकृतीबंध, केंद्रियता आणि स्तरीकरण, बाजारकेंद्राचे व्यापारी क्षेत्र, बाजारकेंद्राचे अभिक्षेत्रीय संघटन याचा अभ्यास केलेला आहे.
- 9) धनुश्वर आर.एस. – 2000 –“लातूर जिल्हयातील बाजारकेंद्राचे अभिक्षेत्रीय वितरण”या नावाने आपले शोधकार्य पुर्ण केले आहे. त्याचे संशोधन कार्य आठ प्रकरणात विभागले आहे. प्रस्तावणा, अभ्यासक्षेत्राची आर्थिक व सामाजिक स्थिती, बाजारकेंद्राचे वितरण, वैशिष्टे, बाजारकेंद्राची केंद्रियता व स्तरीकरण बाजारकेंद्राची वैशिष्टे आणि निष्कर्ष या घटकाला अनुसरुन संशोधन कार्य पुर्ण केले आहे.
- 10) तसेच हुगगर (1984), घोलप (1987), ठाकूर (2000), उके (2001), खान (2006), पाटील (2008), ज्ञानोबा शिंदे (2015) इ. संशोधकांनी वेगवेगळ्या प्रदेशातील बाजारकेंद्राचा अभ्यास केलेला आहे.

याशिवाय अनेक विचारवंतांनी या विषयावर संशोधन पत्रिकेत आपले लेख प्रकाशित केलेले आहेत कुंभार आणि देशमुख (1984) सांगली जिल्हयातील कालबद्ध बाजारव्यवस्थेवर, हुगगर (1992) गुलबर्गा जिल्हयातील बाजार व्यवस्थेवर, पवार व लोखंडे सर (1999,2000) कोल्हापुर जिल्हयातील बाजार केंद्राचे वितरण, प्रा.पी.पी उबाळे आणि डॉ.टी.एन.लोखंडे (2012) सोलापुर जिल्हयातील बार्शी जनावर बाजारकेंद्राचे भौगोलिक विश्लेषण, डॉ.एच.बी.राठोड (2009) लातूर जिल्हयातील बाजारकेंद्र वाढ या विषयावर संशोधन लेख, कुंभार ए.पी (1993) सातारा जिल्हयातील ग्रामिण बाजारकेंद्राचे स्थलीय वितरण, उक्के के.ए. औरंगाबाद जिल्हयातील बाजारकेंद्र

यावर संशोधन (2001) इ. संशोधन शोध निबंध सादर केलेले आहेत. माझा संशोधन प्रबंध लिहिताना याचा आधार घेतलेला आहे.

### **1.7 प्रकरण रचना :**

प्रस्तुत संशोधन कार्य 8 घटकामध्ये विभागण्यात आले आहे. अभ्यासक्षेत्रातील पाळीव प्राण्यांच्या बाजारकेंद्राचे वेगवेगळे घटक पूढील प्रमाणे

#### **प्रकरण पहिले :**

पहिले प्रकरण हे निवडलेल्या विषयानुसार प्रस्तावना, संकल्पनात्मक आढावा असून यामध्ये निवडलेल्या विषय व प्रदेश निवड विषयाच्या अभ्यासाचे महत्त्व, उद्दीष्टे, माहिती स्रोत, अभ्यासपध्दती , मागील अभ्यासाचा आढावा आणि प्रकरण रचना इ. चा समावेश या प्रकरणात होतो.

#### **प्रकरण दुसरे :**

दुसरे प्रकरण हे लातूर जिल्हयाची प्राकृतिक रचना, सामाजिक व आर्थिक रचना, अभ्यास क्षेत्राचे स्थान व विस्तार असून यामध्ये बाजार केंद्रावरती प्राकृतिक सामाजिक, आर्थिक घटकाचा प्रभाव कसा पडतो. बाजार केंद्राच्या वाढ व विकासामध्ये हे घटक कशा पध्दतीने महत्त्वाची भूमिका बजावतात याचा अभ्यास केला आहे. तसेच लातूर अभ्यासक्षेत्राचे भूमी उपयोजन, शेतीचे प्रकार, जलसिंचन उदयोगधंदे, वाहतुक व दळणवळण, व्यापार, पशुधन इ. सामाजिक व आर्थिक घटकांचा समावेश होतो.

#### **प्रकरण तिसरे :**

प्रकरण तिसरे हे पशुचे महत्त्व, वाढ, विकास आणि बाजारकेंद्राचे वितरण असून यामध्ये लातूर जिल्हयातील पशुंचे स्वरूप व महत्त्व आणि पशुधनावर परिणाम करणा-या घटकांचा अभ्यास केलेला आहे.

#### **प्रकरण चौथे :**

प्रकरण चौथे हे लातूर जिल्हयातील बाजारकेंद्राची केंद्रीयता व स्तरीकृत रचना असून यामध्ये केंद्रीयता, केंद्रीयता मोजण्याच्या पध्दती, अभ्यासपध्दती, डेव्हीसच्या स्थानमानंकन पध्दतीनुसार केंद्रीयता मूल्य तसेच बाजारकेंद्राचे स्तरीकरण अभ्यास पध्दती, प्रादेशिक वर्गीकरण 1) प्रादेशिक बाजारकेंद्र 2) उपप्रादेशिक बाजारकेंद्र 3)

अंतरमध्य बाजारकेंद्र 4) लहान किंवा स्थानिक बाजार केंद्र इ. अभ्यास केलेला आहे.

#### **प्रकरण पाचवे :**

प्रकरण पाचवे हे लातूर जिल्हयातील बाजारकेंद्राचे व्यापारक्षेत्र असून यामध्ये अभ्यास पध्दतीचा आढावा, अभ्यास पध्दती निवड, जॅक्सनची पध्दत, व्ही.एल.एस.प्रकाशराव परावर्तीत पध्दत, अनुभवजन्य पध्दती इ. घटकांचा अभ्यास करण्यात आला आहे.

#### **प्रकरण सहावे :**

प्रकरण सहावे प्राण्यांची खरेदी विक्री प्रक्रिया असून यामध्ये बाजारकेंद्रात प्राण्यांचा व्यवसाय कसा चालतो, खरेदी - विक्री प्रक्रिया पध्दत, बाजारकेंद्रात कार्यरत लोक, बाजारचक्र, बाजारकेंद्रातील प्राण्यांची वार्षिक व ऋतुनुसार आवक विक्री आणि किंमत इ.अभ्यास केलेला आहे.

#### **प्रकरण सातवे :**

प्रकरण सातमध्ये ग्राहक, विक्रेता, मध्यस्थ यांच्या भूमिका व विविध क्षेत्रावर होणारे परिणाम यांचा अभ्यास केला आहे.

#### **प्रकरण आठवे :**

प्रकरण आठवे मध्ये अभ्यासक्षेत्रातील बाजारकेंद्रातील सेवासुविधा व समस्या व समस्या त्याचबरोबर अभ्यासाचे निष्कर्ष काढलेले असून लातूर जिल्हयातील प्राण्यांच्या बाजार केंद्राच्या विकासासाठी शिफारशी केल्या आहेत.

#### **भाग : ब) संकल्पनात्मक आढावा :**

##### **1.8.1 व्यापारी भूगोलाचा अर्थ व व्याख्या :**

भूगोलशास्त्र हा प्राचीन काळापासून अभ्यासाचा विषय आहे. भूगोलाचे वर्णन करीत असतानाच भूपृष्ठावरील विविध घटक आणि मानव यांच्यातील क्रिया प्रक्रियांच्या अभ्यासाला क्रमाक्रमाने सुरुवात झाली. गेल्या काही वर्षात भूगोल विषयातील उपघटकावरून भूगोलाच्या अनेक शाखा निर्माण झाल्या. उदा.प्राकृतिक भूगोल, मानवी भूगोल, राजकिय भूगोल इ. शाखा विकसीत झाल्या आहेत. याच विविध

शाखांमध्ये आर्थिक भूगोल ही एक शाखा निर्माण झाली. याची उपशाखा म्हणून व्यापारी भूगोल (Commercial Geography) ही शाखा निर्माण झाली.

व्यापारी भूगोलाचा अभ्यास आणि सर्वांगाने विकास होण्याचे कारण म्हणजे मानव प्राणी होय.

✦ विविध तज्ञांनी व्यापारी भूगोलाच्या व्याख्या पुढीलप्रमाणे केल्या आहेत.

**व्याख्या :**

‘व्यापारी भूगोल म्हणजे मानवाच्या व्यापारी आर्थिक व्यवहारांशी संलग्न असलेला विषय होय.’

व्यापारी भूगोलाचे जनक चिशॉल्म यांच्या मते :

‘पृथ्वीवरील विविध प्रकारचे उत्पादन, वितरण, विनिमय आणि उपभोग या संबंधीची मानवी प्रयत्नांचा प्रादेशिक दृष्टीकोनातून ज्या शाखेत शास्त्रीय पद्धतीने अभ्यास केला जातो, त्या शाखेला व्यापारी भूगोल असे म्हणतात.’

हॅरी रॉबिन्स यांच्या मते :

‘क्षेत्रीय, आंतरक्रिया व जीवनमान सुधारण्यासाठी अभ्यासल्या जाणा-या मार्गांचा भूगोलशास्त्रीय अभ्यास म्हणजे व्यापारी भूगोल होय.’

जे.अलेक्झांडर व गिबर्सन यांच्या मते :

‘एखाद्या क्षेत्रातील किंवा प्रदेशातील उत्पादन व्यापाराच्या क्षेत्रीय विविधतेचे भौगोलिक पृथक्करण म्हणजे व्यापारी भूगोल होय.’

### **1.8.2 व्यापारी भूगोल स्वरूप :**

व्यापारी भूगोलामध्ये प्रामुख्याने वस्तूच्या देवाणघेवाणीचा अभ्यास करावयाचा असेल तर हा अभ्यास करणा-या व्यक्तीला कोणकोणते प्रदेश कोणकोणत्या वस्तूंची उत्पादने करतात हे माहिती पाहिजे. पृथ्वीवर सर्वच प्रदेश सर्वच वस्तूचे उत्पादन करत नाहीत.

उदा. 1) खनिजसंपत्तीचे वितरण असमान आहे.

2) उष्णकटिबंधात : ऊस, कापूस, ताग , रबर

3) समशितोष्ण : गहू, राई, बाजरी, मका, ओट



अशी विविधता असणारी पिके घेतली जातात.

4) हॉलन्ड, डेन्मार्क, नेदरलँड या देशात दुग्धोत्पादन हा व्यवसाय मोठ्या प्रमाणात केला जातो.

कोणत्या ना कोणत्या गोष्टीसाठी दुस-या प्रदेशावर अवलंबून राहवे लागते त्यासाठी व्यापार हवा. याचाच अर्थ, व्यापारी भूगोलाच्या अभ्यासकाला कोणत्या प्रदेशात कोणत्या वस्तूचे उत्पादन होते व कोठे तुटवडा आहे याचे ज्ञान हवे कारण हेच दोन प्रदेश व्यापाराचे पायाभूत प्रदेश ठरतात आणि येथूनच व्यापार सुरू होतो. या सर्व गोष्टींचा समावेश व्यापारी भूगोलमध्ये केला जातो.

व्यापारी भूगोलामध्ये जे जे भौगोलिक घटक वस्तूचे उत्पादन, उपभोग व विनिमय आणि वितरणाला कारणीभूत ठरले आहेत त्या सर्व गोष्टींचा समावेश व्यापारी भूगोलात होतो. व्यापारी भूगोलाचा संबंध मानवाच्या आर्थिक व्यवसायाशी उदा.उत्पादन आणि उपभोग यांच्याशी येतो. आर्थिक भूगोलातून व्यापारी भूगोलाला वेगळे करता येणार नाही.

मानवाने आपल्या कौशल्याने तसेच आपल्या गरजेनुसार नवे शोध लावले त्याचा आर्थिक व्यवसायात उपयोग करून घेतला. वाहतुकीच्या सुविधा मोठ्या प्रमाणात वाढल्यामुळे एका ठिकाणाहून दुस-या ठिकाणी वस्तूची ने-आण तातडीने करता येते. व्यापार विनिमय वाढला जातो. वाहतूक व्यापार वाढल्यामुळे, तंत्र बदलल्यामुळे भूगोलाचे स्वरूपही व्यापक गतिमान आणि परिवर्तनशील बनले आहे.

### 1.8.3 व्यापारी भूगोल व्याप्ती :

व्यापारी भूगोलामध्ये प्रामुख्याने वस्तूचे उत्पादन, उपभोग आणि विनिमय यांचा अभ्यास केला जातो. या व्यापारी भूगोलाच्या स्वरूपावरूनच त्याचे जागतिक व्यापारामधील महत्त्व सिद्ध होते.

राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील व्यापार हा प्रामुख्याने मागणी आणि पुरवठा या दोन गोष्टींशी संबंधीत असतो. एखाद्या वस्तूसाठी असणारी गरज ही त्या वस्तूसाठी बाजारपेठ निर्माण करते. त्यामुळे मागणीचे ज्ञान होणे आवश्यक आहे.

गरजा प्रामुख्याने ज्या प्रदेशात त्या वस्तूंचे दुर्भिक्ष आहे. अशाच प्रदेशात निर्माण होतात. उदा. पर्वतमय प्रदेशात शेतीचे उत्पन्न अत्यल्प असल्याने मैदानी प्रदेशातून अन्नधान्याच्या पुरवठा केला जातो व गरज भागवली जाते.

गरजा व मागण्यांच्या पूर्ततेसाठी विविध व्यवसायांचा अवलंब केला जातो. आदिमानवाचे व्यवसाय फक्त उदरनिर्वाह स्वरूपाचे आणि संपूर्ण निसर्गावर अवलंबून होते. नंतर शेती व्यवसायाची कला अवगत झाली. शेतीमुळे मानव स्थिरावला यांत्रिकीकरणामुळे शेतीचे स्वरूप बदलले, औद्योगिक क्रांतीमुळे मानवी व्यवसायाच्या स्वरूपात बदल घडून आले.

प्राचीन काळापासून सुरु असलेल्या प्राथमिक व्यवसाय हा मुलभूत व्यवसाय प्रकार सुरु झाला. प्राथमिक श्रेणीचे व्यवसाय व द्वितीय श्रेणीचे व्यवसाय यातूनच तृतीय श्रेणीच्या व्यवसाय निर्माण झाले यात प्रामुख्याने व्यापार, उद्योगधंदे, सेवा यांचा समावेश होतो. हे व्यवसाय व्यापारी भूगोलाच्या अभ्यासाचे विषय आहेत.

प्रदेशातील गरजा भागवून उरलेले उत्पादन वाहतुकीच्या साधनामार्फत बाजारपेठेत येते. त्यामुळे वाहतुकीची साधने, प्रकार, फायदे, तोटे त्यासाठी द्यावी लागणारी किंमत या सर्वांचा समावेश व्यापारांतर्गत व्यापारी भूगोलात केला जातो. मानवाचे सर्व व्यवसाय नैसर्गिक साधनसंपत्तीवर अवलंबून असतात. त्यामुळे व्यापारी भूगोलामध्ये प्राकृतिक पर्यावरण व सांस्कृतिक पर्यावरणाचाही अभ्यास केला जातो.

सद्याच्या काळात विविध पर्यटनस्थळे, त्यातून त्या परिसराचा होणारा विकास याचा अभ्यास व्यापारी भूगोलात केला जातो.

दिवसेंदिवस व्यापारी भूगोलाची व्याप्ती विस्तृत स्वरूपाची व बहुचर्चित होत आहे हा विषय मानवाच्या पायाभूत आणि आवश्यक असणा-या सर्व घटकांचा परामर्श घेत असल्याने याची व्याप्ती विस्तृत बनली आहे.

### **1.9 प्राणी (पशुधन) अर्थ :**

सजीव सृष्टीतील चेतनायुक्त विभागातील (जीव) क्रियाशील सजीवांना प्राणी असे म्हणतात किंवा असा कोणताही जीव जो प्राण्याचे गुणधर्म दर्शवत असून तो वनस्पती नाही त्यास प्राणी म्हणतात.

पशुधन हा शब्द पशु + धन असा विभागला जातो. पशुधन याचा अर्थ जनावर निर्बुद्ध किंवा द्रव असा होतो.

थोडक्यात पशुधन (प्राणी) ही नैसर्गिक साधनसंपत्ती आहे.

### 1.10 प्राण्यांचे वर्गीकरण :

प्राणी विश्वात आढळणा-या प्राण्यांची संख्या खूप जास्त आहे. त्यामुळे अभ्यासाच्या सोयीसाठी तसेच मानवाला प्राण्यातील भेद सहज समजावा म्हणून त्याचे वर्गीकरण करण्यात आले आहे. त्यातीलच 'पाळीव प्राणी' हा एक प्रकार आहे. त्यात पुढील प्राण्यांचा समावेश होतो. गाय, बैल, घोडा, गाढव, शेळी, मेंढी, उंट, हत्ती इत्यादी

ज्या प्राण्यांपासून मानवाला धोका (इजा) होत नाही व मानवाला त्यांचा उपयोग होतो त्यास पाळीव प्राणी असे म्हणतात.

त्या त्या प्रदेशातील भौगोलिक परिस्थितीला अनुसरून मानव त्या त्या प्रदेशात पशुपालन करतो. उदा. बर्फाळ प्रदेशात रेनडिअर.

मैदानी व पर्वतमय प्रदेशात गाय, बैल, शेळी, मेंढी, घोडा, गाढव, उंट, हत्ती इ. पशुंचे त्यांच्या (मानवाच्या) उपयोगानुसार पालन केले जाते.

### 1.11.1 पशुपालन :

पशुपालन हा मानवाचा मुलभूत व प्राचीन व्यवसाय आहे. मानवाला जगण्यासाठी अन्नधान्याची गरज असते. त्याचबरोबर आपल्या उपजीवीकेसाठी मोठ्या प्रमाणात पशुंचा अन्न म्हणून उपयोग केलेला आहे. तसेच कातडी, लोकर याचा उपयोग वस्त्रनिर्मितीसाठी केला जावा यासाठी मानव गाय, म्हैस, बैल, शेळ्या, मेंढ्या, उंट, हत्ती, घोडा, गाढव इ. प्राण्यांची जोपासना करत आला आहे.

आज पशुपालन हा व्यवसाय फक्त उदरनिर्वाहासाठी न करता आर्थिक स्तर उंचावण्यासाठी देखील केला जातो.

### 1.11.2 पशुपालनाचे प्रकार :

पशुपालन व्यवसायाचे भटके पशुपालन आणि व्यापारी पशुपालन असे दोन प्रकार पडतात.

### अ) भटके पशुपालन :

या प्रकारच्या पशुपालनात व्यापारी दृष्टीकोन नसतो. तर फक्त आपला उदरनिर्वाह भागविणे हा प्रमुख हेतू असतो. केवळ कौटुंबिक गरजा भागविण्यासाठी हा व्यवसाय केला जातो. त्यामुळे यास भटके पशुपालन असे म्हणतात.

### ब) व्यापारी पशुपालन :

व्यापारी दृष्टीकोनातून अधिकाधिक नफा मिळविण्याच्या दृष्टीने केल्या गेलेल्या पशुपालनास व्यापारी पशुपालन असे म्हणतात.

या व्यवसायासाठी भांडवल आवश्यक असते. त्यामुळे आर्थिकदृष्ट्या प्रगत प्रदेशात या व्यवसायाची वाढ झाली. या व्यवसायातून मांस, लोकर, दूध इत्यादी प्रकारचे उत्पादन घेतले जाते.

### 1.12 लातूर जिल्ह्यातील महत्त्वाच्या प्राण्यांच्या जाती :

लातूर जिल्ह्यातील महत्त्वाच्या प्राण्यांच्या जाती पुढीलप्रमाणे आहेत. देवणीवळू, गाय, लाल कंधारी गाय, बैल, उस्मानाबादी शेळया, संकरीत गाई, मराठवाडी म्हैस इ. प्राण्यांच्या जाती अतिशय प्रसिद्ध आहेत.

देवणी वळूने तर भारतातील पशुप्रदर्शनात 28 वेळा अव्वल नंबर पटकावला आहे. जिल्ह्यातील गाई मोठया प्रमाणात दुधाची पैदास होते व वळु शेतीकामासाठी अतिशय मजबुत, बळकट व बांधेसुद आहेत. त्यामुळे जिल्हाव्यतिरिक्त परजिल्ह्यातून व परराज्यातूनही या वळूंना व गाईंना मोठया प्रमाणात मागणी आहे.

पश्मी कारवान जातीचे स्वानांचे पालन जिल्ह्यात केले जाते. महाळंगी, जानवळ, कारेपूर, बेलगाव, लातूर शहर या भागात आढळून येते. महाराष्ट्र राज्यातून या श्वानांना मागणी आहे.

### 1.13.1 बाजारपेठेच्या उदयाची पार्श्वभूमी :

भारताच्या सांस्कृतिक इतिहासात त्या त्या प्रदेशातील भूगोलाला विशेष महत्त्व आहे. देशाची भौगोलिक परिस्थिती आणि बदलते हवामान मानवाच्या जीवनावर तर परिणाम करतातच त्याचबरोबर त्याचा प्रभाव मानवाच्या आचारविचारावरही पडतो. देशाच्या दळणवळणाची व्यवस्थाही त्याच्या भौगोलिक परिस्थितीवर अवलंबून असते.

पहाडातून आणि वाळवंटातून जाणारा मार्ग कठीण असतो. तर मोकळ्या मैदानातून आणि नदीच्या खो-यातून जाणारा मार्ग सरळ सुगम व विकसीत असतो. अशाच प्रदेशाचा विकास घडतो. या अनुषंगाने उत्तर भारताचा विकास कमी झाला तर दक्षिण भारताचा विकास जास्त झाला.

भारत देशात दळणवळणाची सुविधा विकसीत होण्यास अनेक युगे लागली असतील. हे रस्ते शोधण्यात प्रत्येक भारतीय माणसाचा हात आहे. मानव शिकारीच्या शोधात फिरताना नव्या वाटांचा शोध लागला. त्यानंतर फिरत्या आदिवाशी टोळ्यांनी 'आपल्या पाळीव प्राण्याच्या' चा-यासाठी नव्या वाटा शोधून काढल्या. याच वाटा राजमार्ग बनल्या असतील आणि हाच शोध युगानुयुगे पुढे चालूच आहे. अशा रीतीने देशात दळणवळणाचे एक जाळेच निर्माण झाले व या आता (सद्य) अस्तित्वात असलेल्या बाजारपेठा विकसीत झाल्या. उदयाला आल्या व त्यांना खूप महत्त्व प्राप्त झाले.

### 1.13.2 बाजारपेठ अर्थ, व्याख्या :

बाजारपेठ हा शब्द इंग्रजीतील Market या शब्दांकरीता वापरला जातो. Market हा शब्द Marcatus या लॅटिन शब्दापासून आलेला आहे. या लॅटिन शब्दाचा अर्थ व्यापार आणि व्यापाराची जागा असा आहे. सामान्य व्यवहारात आपण भाजीबाजार, फळबाजार, धान्यबाजार, कापडबाजार, बैलबाजार हे शब्द आपण वापरतो. आपणास वस्तूच्या खरेदी विक्रीची जागा असा अर्थ अभिप्रेत असतो. बाजारपेठ शब्दाचा निश्चित अर्थ खालील व्याख्यावरून स्पष्ट होईल.

बाजारपेठेच्या व्याख्या निरनिराळ्या तज्ञांनी पुढीलप्रमाणे केल्या आहेत.

#### व्याख्या :

##### 1) क्लार्क यांच्या मते,

“ बाजारपेठ म्हणजे असे ठिकाण की जेथे विशिष्ट वस्तूच्या मालकी हक्काची अदलाबदल होते आणि ज्यामुळे माल प्रत्यक्षात एका ठिकाणाहून दुस-या ठिकाणी पाठवला जातो.”

## 2) एच.व्ही.मिचेल यांच्या मते :

“ वस्तुंची बाजारपेठ म्हणजे एकत्र येण्याचे भौगोलिक ठिकाण नव्हे तर ग्राहक आणि विक्रेते यांना टपाल, टेलिफोन, तार किंवा इतर संपर्क माध्यमाद्वारे परस्परांशी जवळीक साधने होय.”

## 3) श्री फिलीप कोटलर :

“ संभाव्य विनिमयाचे संपूर्ण क्षेत्र म्हणजे बाजारपेठ होय.”

## 4) अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन :

“ एखादी विशिष्ट वस्तू किंवा सेवा यासाठी संभाव्य ग्राहकाची असलेली सरासरी मागणी म्हणजे बाजारपेठ होय.”

थोडक्यात बाजारपेठ म्हणजे ज्या ठिकाणी विक्रेते आणि खरेदीदार हे खरेदी विक्रीचे व्यवहार करण्यासाठी एकत्र जमतात ती जागा होय.

### **1.13.3 बाजारपेठ वैशिष्ट्ये :**

- 1) बाजारपेठ म्हणजे खरेदी विक्रीच्या व्यवसायासाठी ग्राहक व विक्रेते यांना एकत्र येण्याची जागा.
- 2) बाजारपेठ म्हणजे ज्या भूप्रदेशात संभाव्य खरेदीदार व विक्रेते आहेत. तसेच आवश्यक दळणवळणाची साधने जेथे आहेत तो भूप्रदेश होय.
- 3) बाजारपेठ म्हणजे एखादी विशिष्ट वस्तू किंवा सेवा यासाठी संभाव्य ग्राहकांची असणारी सरासरी मागणी होय.

### **1.14 लातूर जिल्हयातील गुरांचे महत्त्वाचे आठवडी बाजारकेंद्र :**

लातूर जिल्हयात महत्त्वाचे असे जनावरांचे आठवडी बाजारकेंद्र पुढीलप्रमाणे आहेत.

उदगीर, देवणी, नळेगाव, लातूर, मुरुड, हंडरगुळी, रेणापूर, औसा, किनगाव, औराद शहाजनी, कासारशिर्सी, निलंगा, इ. याशिवाय त्या त्या तहसिल निहाय गावामध्ये छोटे मोठे बाजारकेंद्र पशुपालकांच्या सोयीनुसार भरतात.

जिल्हयातील पशुंना ज्याप्रमाणे इतर जिल्हयात व राज्यात प्रसिद्धी आहे, त्याचप्रमाणे वरील बाजारकेंद्रांना परराज्यातून ग्राहक वर्ग मोठ्या प्रमाणात येतो कारण वरील बाजारकेंद्र अतिशय प्राचीन आहेत. पशुसंपत्ती प्रसिद्ध आहे याचे उदाहरण द्यायचे झाले तर उदा. प्रसिद्ध बॉलीवुड कलाकार अक्षयकुमार याने देवणी जातीची गाय देवणीहून खरेदी केली आहे. याशिवाय इतर राज्यातील लहान मोठ्या ग्राहक वर्ग येथील वळू आकर्षित होताना दिसतो.

### 1.15 बाजारकेंद्राचा कालावधी :

काळ हा बाजारकेंद्राचा महत्त्वपूर्ण घटक आहे. बाजारकेंद्राचे कालबद्धतेनुसार दोन प्रकार पडतात.

#### अ) दैनिक बाजार :

दररोज वस्तुची खरेदी विक्री करण्याचे ठिकाण (साप्ताहिक बाजार)

#### ब) ठराविक काळानंतर भरणारे बाजार :

सप्ताहानंतर नियमित दिवशी भरणारा बाजार म्हणजे ठराविक काळानंतर भरणारे बाजार होय.

विक्रीस ठेवलेल्या वस्तुच्या अनुरोधाने धान्य बाजार, भाजीबाजार, सराफ बाजार, फुलबाजार, गुरांचा बाजार.

#### क) हंगामी स्वरुपाचे बाजारकेंद्र :

जिल्हयातील गुरांचा बाजार हा आठवडी बाजार आहे. दर आठ दिवसानंतर पुन्हा त्याच दिवशी हा बाजार भरतो. गुरांचे बाजारकेंद्र हे हंगामी स्वरुपाचे असते हा बाजार (ऑक्टोबरपासून) दस-यापासून अधिक फुलतो व (पाडव्या) एप्रिलपर्यंत बहरत राहतो. इतर वेळी हा बाजार कमी प्रमाणात गजबजलेला असतो.

### 1.16 बाजारक्षेत्र :

बाजार क्षेत्र , बाजार केंद्राचे व्यापार क्षेत्र हा अतिशय महत्त्वपूर्ण घटक आहे. बाजारकेंद्राने व्यापलेले क्षेत्र म्हणजेच व्यापार क्षेत्र विक्री क्षेत्र होय. ग्राहकांना आकर्षित करण्याची क्षमता कोणत्या क्षेत्रापर्यंत विकण्याची क्षमता कोणत्या क्षेत्रापर्यंत आहे असा प्रदेश. प्राण्यांचे बाजारकेंद्राच्या अभ्यासामुळे व्यापार, माहिती संकलन

विक्रीसाठी येणारे इतर दुकाने त्या क्षेत्रावर होणारी खरेदी विक्री प्रक्रिया इ.चा अभ्यास होतो. बाजार क्षेत्र किंवा व्यापार क्षेत्र ठरविण्यासाठी अनेक भूगोल तज्ञांनी वेगवेगळे तंत्र वापरले आहेत.

### 1.17 ग्राहक व विक्रेता वर्तन :

बाजारकेंद्र ग्राहकांना कशी सेवा देते. विक्रेत्यांना कसा फायदा होतो. यावरून ग्राहकाचे वर्तन ठरते. सामाजिक, आर्थिक, भौतिक घटकांचाही परिणाम ग्राहक व विक्रेता वर्तनावर होतो. बाजार व आर्थिक क्रियावरती त्या प्रदेशाच्या सामाजिक, ऐतिहासिक व सांस्कृतिक घटकांचा समावेश होतो.

पुढील बाबींवर ग्राहक व विक्रेत्यांचे वर्तन अवलंबून असते.

#### अ) ग्राहकाचा बाजारकेंद्राचा भेट देण्याचा हेतू :

- 1) बाजारकेंद्र जवळ आहे.
- 2) बाजारकेंद्रात फायदा
- 3) बाजारकेंद्रातील व्यापाराची विशेषता
- 4) आर्थिक व सामाजिक नातेसंबंध
- 5) सवयीचा भाग.

#### ब) विक्रेत्याचा बाजारकेंद्राला भेट देण्याचा हेतू :

- 1) खूप फायदा
- 2) रोख रक्कम
- 3) विक्रेत्यांचा वैयक्तिक संपर्क
- 4) अधिक विक्री (कमी वेळात)
- 5) सवयीचा भाग
- 6) बाजारकेंद्र जवळ
- 7) बाजारकेंद्राची विशेषता



**संदर्भ :**

- 1) माजिद हुसेन (2007) : मानवी भूगोल, रावत प्रकाशन, जयपूर.
- 2) सुरजदेव बसंत (2011) : मानवी भूगोल, अर्जून प्रकाशन, दिल्ली.
- 3) के.बी. श्रीवास्तव, बी.पी.राव (1996) : मानवी भूगोल, वसुंधरा प्रकाशन, गोरखपूर.
- 4) जाधव, फुले, शहापुरकर (2001) : मानवी भूगोल, अरुणा प्रकाशन, लातूर
- 5) शंकरराव शेटे (1998) : मानवी भूगोल, अभिजित प्रकाशन, लातूर
- 6) एस.एम. भारंबे (2004) : मानवी व आर्थिक भूगोल, प्रशांत प्रकाशन, जळगाव
- 7) श्रीवास्तव आर.सी. आणि गुप्ता जे.पी. (1979) : यांनी कानपूर शहराच्या नियमित बाजारातील प्रवासी ग्राहकांचा पदानुक्रम यावर संशोधन केले आहे.
- 8) एस.टी. शेटे (2002) : सोलापूर जिल्हयातील केंद्रीय वितरणाचे संघटन, अप्रकाशि शोधनिबंध, स्वा.रा.ति.म.विद्यापीठ, नांदेड
- 9) गोने एस.एच. (2008) : परभणी जिल्हयातील बाजारकेंद्राच्या विश्लेषणाचा अभ्यास, अप्रकाशि शोधनिबंध, स्वा.रा.ति.म.विद्यापीठ, नांदेड.
- 10) माने डी.जी. (2009) : नांदेड जिल्हयातील बाजारकेंद्राचे भौगोलिक विश्लेषण, अप्रकाशि शोधनिबंध, स्वा.रा.ति.म.विद्यापीठ, नांदेड.
- 11) धनुश्वर आर.एस. (2009) : लातूर जिल्हयातील बाजारकेंद्राचे अभिक्षेत्रीय वितरण, अप्रकाशित शोधनिबंध, स्वा.रा.ति.म.विद्यापीठ, नांदेड.
- 12) शिंदे डी.जी. (2015) : सातारा जिल्हयातील प्राण्यांच्या बाजारांचे केंद्र-एक भौगोलिक अभ्यास, अप्रकाशित शोधनिबंध, स्वा.रा.ति.म.विद्यापीठ, नांदेड.
- 13) Applebum, W. (1954) : Marketing Geography Inventory and Prospects, Syracuse University, pp.245-251.
- 14) Adesipre Y.M. (1984) : A preliminary Analysis of cattle marketing in Zaria, National Animal Production Research Institute (NAPRI)
- 15) Alaku O. and J.O. Igene (1986) : Factors influencing the trade movement of sheep and goats form Bornu, State to other parts Nigeria Annals of Bornu, III, 127-137.

- 16) Beohar, B.B. (2007) : Livestock marketing problem in Madhya Pradesh.
- 17) Birkett J.O. (1952) : The trade in cattle of Northern Nigeria, West African Review, 23:296 and 320.
- 18) Chakaravati A.K. (1985) : Cattle Development Problems and Programs in India. A Regional Analysis, Geojourney Vol.10, p.21-45.
- 19) Chandran K. (1978) : An Analysis of Marketing functions in weekly, markets : The case study of Shivaganga, unpublished M.Phil, Dissertation, submitted to Madurai University, Madurai.
- 20) Davies W.K.D. (1967) : Centrality and central place Hierarchy, Urban studies, vol.4, pp 61-79.
- 21) Diddee Jaymala (1978) : A study of central place in Upper Bhima Basin, unpublished Ph.D. Dissertation, University of Pune.
- 22) Dixit R.S. (1980) : Role and Relation of Market Centres of Socio-Economic Development, Indian Journal of Marketing (11), 1-2, 21-25.
- 23) Government of Maharashtra (2010-2011) : Mumbai, Economic and Statistic Directorate District Social and Economic Review, District Latur.
- 24) Folrunsho, O.I. (1996) : Cattle Traffic in Urban Sokoto, unpublished B.Sc.
- 25) Hugar S.I. (1984) : Spatio Analysis of Market Systems in Dhanuad District, unpublished Ph.D. Thesis submitted to Karnataka University, Dharwad.
- 26) Hegde G.A. (1998) : Role of Middlemen in Area Marketing with Reference to Price Spread Analysis of Arecanut – Rayat Shikshan Sanstha's Research Journal Vol.6, No.1, Pp 66-69.
- 27) <http://Indian dairy association.com>
- 28) Khan A.I. (2006) : The Cattle Marketing System and Network in Amaravati District (A Geographical Study), unpublished Ph.D.

Thesis submitted to Sant Gadge Baba Amravati University, Amravati.

- 29) Khan A.I. (2009) : The spatio Temporal spacing of cattle market places in Amravati district, Maharashtra, Shodh samisksha our Mulyankan (International) Research Journal Vol. II, Pp 855-856.
- 30) Khan H.S. (1998) : An Economic Analysis of Draft Cattle Marketing in Karnataka, Bihar Journal Agricultural Marketing. Vol. 6, No.4, pp 377-384.
- 31) Lokhand T.N (2001) : A Geographical Perspective on Market Centres in Kolhapur District, Maharashtra, unpublished Ph.D. Thesis submitted to Shivaji University, Kolhapur.
- 32) Mishra S.N. (2007) : Livestock planning in India, Vikas publishing house pvt. Ltd. New Delhi.
- 33) Pawar C.T. and Lokhande T.N. (2000) : Spaial Distribution of Market Centres in Kolhapur District Maharashtra Geographical Review of India Vol. 62.1, pp 71-80.
- 34) Prakash Rao V.L.S. (1958) : Town of Mysore State, Asia publication, Bombay.
- 35) Saxena H.M. (1984) : Geography of Marketing (Concepts and Methodology) , Indian Council of Agricultural Research, New Delhi.
- 36) Saxena H.M. (2004) : Marketing Geography, Rawat Publications, Jaipur and New Delhi, Pp 159-178.