

નુકાસ પદ્ધતિ



2019-2020

बाजार

शिक्षकों के लिए

ये दो अध्याय बाजारों से जुड़े जीवन और व्यवसाय के चक्रों से संबंधित हैं। इनमें से कई प्रक्रियाएँ तो हमें देखने को मिल जाती हैं और उनका अवलोकन किया जा सकता है, किंतु कई अन्य गतिविधियाँ हमारे लिए अनजानी भी बनी रहती हैं।

अध्याय 7 है – ‘हमारे आस-पास के बाजार’। इसमें हम एक स्तर पर बाजारों के अलग-अलग स्थानों का अध्ययन करते हैं- एक साप्ताहिक बाजार, मोहल्ले की दुकानें, एक शॉपिंग कॉम्प्लेक्स, इत्यादि। एक अलग स्तर पर हम एक पेचीदा सवाल की जाँच-पड़ताल भी करते हैं - ‘इन बाजारों में माल कैसे पहुँचता है?’ सब्जी के थोक बाजार के एक विशेष अध्ययन के द्वारा हम समझने की कोशिश करते हैं कि बाजारों की जुड़ी हुई एक शृंखला कैसे काम करती है और उसमें थोक बाजार की क्या भूमिका होती है। वैसे तो हम ‘बाजार’ शब्द को बाजार के स्थानों का पर्याय मानते रहते हैं, पर असल में खरीदना और बेचना विभिन्न तरीकों से चलता रहता है। इस अध्याय में इस बात पर विचार किया गया है कि कैसे यह सब बाजार की एक व्यापक समझ बनाने के लिए महत्वपूर्ण है।

अध्याय 8 में यह देखने की कोशिश है कि बाजार किस तरह अलग-अलग लोगों को अलग-अलग अवसर उपलब्ध कराता है। ‘एक कमीज़ की कहानी’ और

उसकी प्रक्रिया में आने वाले बाजारों के उदाहरण से इस मुद्दे को प्रस्तुत किया गया है। एक कमीज़ के उत्पादन और वितरण के प्रत्येक कदम को समझते हुए, हम यह अहसास कर पाते हैं कि इसमें होने वाली लेन-देन की प्रक्रियाओं में कुछ लोग काफ़ी फायदे में रहते हैं और कुछ को बहुत कम या ना के बराबर ही लाभ मिल पाता है। लोगों को मिलने वाले अवसर बहुत ही असमान हैं। उत्पादनकर्ता के लिए बेहतर आमदनी सुनिश्चित करने के भी तरीके हैं, जैसे-सहकारी संस्थाएँ बना कर माल बेचना। फिर भी, समतापूर्ण वितरण के कई और व्यावहारिक व कारगर रास्तों की तलाश की जानी चाहिए।

आपके स्थानीय बाजारों के अनुभवों को कक्षा की चर्चाओं में शामिल करने का मौका भी इन अध्यायों में मिलता है। आस-पास के किसी थोक बाजार का भ्रमण करना अच्छा रहेगा और विद्यार्थियों को कई बारीकियाँ खोजने का मौका मिलेगा, जैसे कि खरीद-फरोख्त में मुनाफ़े की कितनी गुँजाइश मौजूद होती है, लोगों की दैनिक आमदनी कितनी होती है आदि। इस खोजबीन से वे समाज की असमानताओं को सीधे तौर पर परख सकेंगे। लोगों के बाजार के अनुभव बहुत गहरे और विविध होते हैं। इसलिए कक्षा की चर्चाओं में ऐसे सवालों को समय दिया जाना चाहिए, जो अध्याय में तो नहीं हैं, परंतु जिन पर बच्चे बातचीत करना चाहते हों।

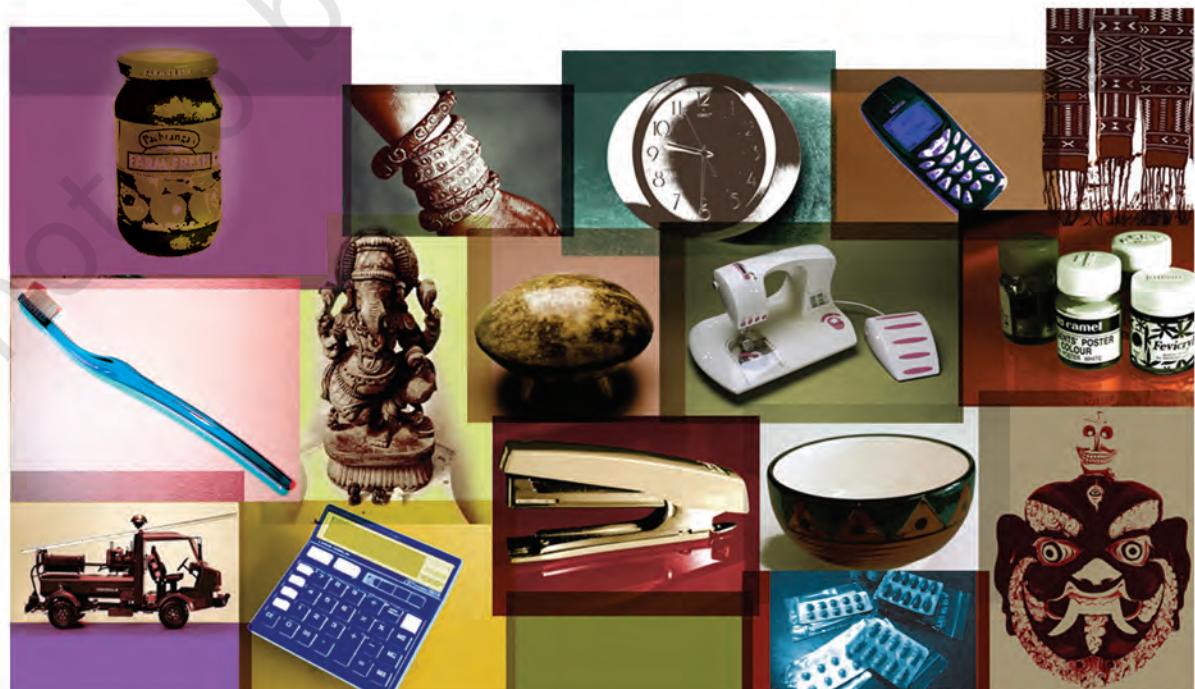


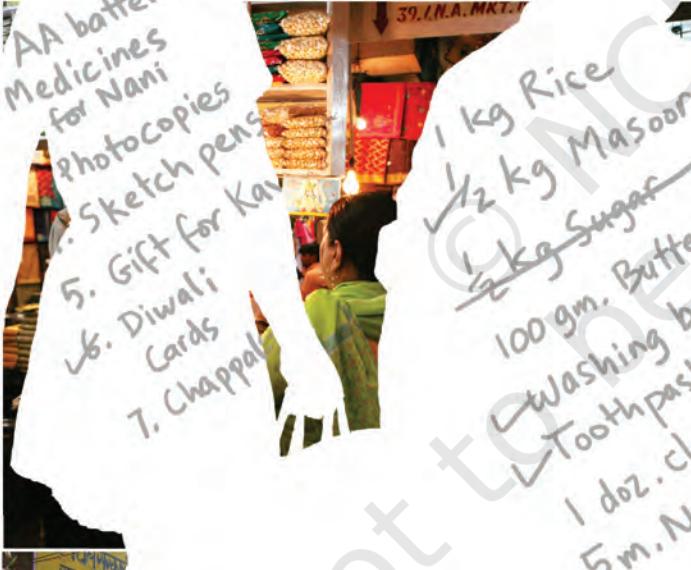
0765CH07



हमारे आस-पास के बाजार

हम बाजार जाते हैं और बाजार से बहुत-सी चीजें खरीदते हैं, जैसे- सब्जियाँ, साबुन, दंतमंजन, मसाले, ब्रेड, बिस्किट, चावल, दाल, कपड़े, किताबें, कॉपियाँ, आदि। हम जो कुछ खरीदते हैं, यदि उन सब की सूची बनाई जाए, तो वह काफी लंबी होगी। बाजार भी कई प्रकार के होते हैं, जहाँ हम अपनी रोज़मर्रा की ज़रूरतों के लिए जाते हैं, जैसे – हमारे पड़ोस की गुमटी, साप्ताहिक हाट (बाजार), बड़े-बड़े शॉपिंग कॉम्प्लेक्स और शॉपिंग मॉल। इस अध्याय में हम बाजार के इन्हीं प्रकारों को समझने की कोशिश करेंगे और यह जानने कि कोशिश करेंगे कि यहाँ बेची जाने वाली चीजें खरीदारों तक कैसे आती हैं, ये खरीदार कौन हैं, ये बेचने वाले कौन है? और इस सब के बीच कैसी और क्या समस्याएँ सामने आती हैं?





- ✓ 1 kg Rice
✓ 1/2 kg Masoor
✓ 1 kg Sugar
✓ 100 gm. Butter
✓ Washing bar
✓ Toothpaste
✓ 1 doz. clothes pegs
5 m. Nylon



लोग साप्ताहिक बाजारों में क्यों जाते हैं? तीन कारण बताइए।

इन साप्ताहिक बाजारों में दुकानदार कौन होते हैं? बड़े व्यापारी इन बाजारों में क्यों नहीं दिखते?

साप्ताहिक बाजारों में सामान सस्ते दामों में क्यों मिल जाता है?

एक उदाहरण देकर समझाइए कि लोग बाजारों में कैसे मोल-तोल करते हैं? क्या आप ऐसी स्थिति के बारे में सोच सकते हैं, जहाँ मोल-तोल करना अन्यायपूर्ण होगा?

समीर, रेडीमेड वस्त्रों का एक व्यापारी



समीर साप्ताहिक बाजार का एक छोटा व्यापारी है। वह शहर के एक बड़े व्यवसायी से कपड़े खरीदता है और सप्ताह भर में छः अलग-अलग जगहों के साप्ताहिक बाजारों में कपड़ों को बेचता है। समीर और दूसरे कपड़ा व्यापारी इकट्ठे आते-जाते हैं। इसके लिए वे किराए की मिनी बैन ले लेते हैं। उसके ग्राहक सामान्यतः आस-पास के ग्रामीण होते हैं। दीपावली, पांगल या ऐसे ही त्यौहारों के मौकों पर वह अच्छा व्यवसाय कर लेता है।

साप्ताहिक बाजार

साप्ताहिक बाजार का यह नाम ही इसीलिए पड़ा है, क्योंकि यह सप्ताह के किसी एक निश्चित दिन लगता है। इस साप्ताहिक बाजार में रोज़ खुलनेवाली पक्की दुकानें नहीं होती हैं। व्यापारी दिन में दुकान लगाते हैं और शाम होने पर उन्हें समेट लेते हैं। अगले दिन वे अपनी दुकानें किसी और जगह पर लगाते हैं। देश-भर में ऐसे हजारों बाजार लगते हैं और लोग इनमें अपनी रोज़मरा की ज़रूरतों की चीज़ें खरीदने आते हैं।

साप्ताहिक बाजारों में बहुत-सी चीज़ें सस्ते दामों पर मिल जाती हैं। ऐसा इसलिए, कि जो पक्की दुकानें होती हैं, उन्हें अपनी दुकानों के कई तरह के खर्चे जोड़ने होते हैं। उन्हें दुकानों का किराया, बिजली का बिल, सरकारी शुल्क आदि देना पड़ता है। इन दुकानों पर काम करने वाले कर्मचारियों की तनख्वाह भी इन्हीं खर्चों में जोड़ी होती है। साप्ताहिक बाजारों में बेची जाने वाली चीज़ों को दुकानदार अपने घरों में ही जमा करके रखते हैं। इन दुकानदारों के घर के लोग अक्सर इनकी सहायता करते हैं, जिससे इन्हें अलग से कर्मचारी नहीं रखने पड़ते। साप्ताहिक बाजार में एक ही तरह के सामानों के लिए कई दुकानें होती हैं, जिससे उनमें आपस में प्रतियोगिता भी होती है। यदि एक दुकानदार किसी वस्तु के लिए अधिक कीमत माँगता है, तो लोगों के पास यह विकल्प होता है कि वे अगली दुकानों पर वही सामान देख लें, जहाँ संभव है कि वही वस्तु कम कीमत में मिल जाए। ऐसी स्थितियों में खरीदारों के पास यह अवसर भी होता है कि वे मोल-तोल करके भाव कम करवा सकें।

साप्ताहिक बाजारों का एक फ़ायदा यह भी होता है कि ज़रूरत का सभी सामान एक ही जगह पर मिल जाता है। सब्ज़ियों, कपड़ों, किराना सामान से लेकर बर्तन तक सभी चीज़ें यहाँ उपलब्ध होती हैं। अलग-अलग तरह के सामान के लिए अलग-अलग क्षेत्रों में जाने की ज़रूरत भी नहीं होती है। लोग अक्सर उन बाजारों में जाना पसंद करते हैं, जहाँ सामान के विविध विकल्प उपलब्ध हों।

मोहल्ले की दुकानें

हमने देखा कि साप्ताहिक बाजार हमें कई तरह का सामान उपलब्ध करवाते हैं। बहरहाल हम अन्य तरह के बाजारों से भी

सुजाता और कविता एक दिन अपने मोहल्ले की दुकान से किराने का कुछ सामान खरीदने पहुँचीं। वे इस दुकान पर अकसर खरीदारी के लिए आती हैं। आज यहाँ भीड़ थी। दुकान मालकिन दो सहायकों की मदद से दुकान का काम संभाल रही थीं। जब सुजाता और कविता दुकान के अंदर पहुँची, तो सुजाता ने दुकान मालकिन को ज़रूरत के सामान की सूची बोल कर लिखवा दी। वे इनकी सूची के अनुसार सामान तोलने और पैक करवाने के लिए अपने कर्मचारियों को निर्देश देने लगीं। इस बीच कविता चारों तरफ नज़र दौड़ा रही थी...

बाएँ हाथ की सबसे ऊपरी शेल्फ पर अलग-अलग ब्रांड की साबुन की टिकिया रखी थीं। दूसरी शेल्फों पर दंतमंजन, टेल्कम पाउडर, शैंपू, बाल के तेल आदि रखे थे। अलग-अलग ब्रांड के और अलग-अलग रंगों में सजे सामान मन लुभा रहे थे। फर्श पर कुछ बोरे पड़े हुए थे।

सारा सामान तोलने और बाँधने में करीब 20 मिनट लग गए। फिर सुजाता ने अपनी नोटबुक सामने कर दी। दुकान मालकिन ने नोटबुक में ₹3000 की संख्या दर्ज की और वापिस कर दी। उसने अपने बड़े रजिस्टर में भी यह संख्या लिख कर रख ली। अब सुजाता अपने भारी थैले लेकर बाहर निकली। अगले महीने के पहले हफ़्ते में उसके घर से दुकान का हिसाब चुका दिया जाएगा।



सामान खरीदते हैं। ऐसी बहुत-सी दुकानें हमारे मोहल्ले में भी होती हैं, जो हमें कई तरह की सेवाएँ और सामान उपलब्ध करवाती हैं। हम पास की डेयरी से दूध, किराना व्यापारी से तेल-मसाले व अन्य खाद्य पदार्थ तथा स्टेशनरी के व्यापारी से कागज़-कलम या फिर दवाइयों की दुकान से दवाई भी खरीद सकते हैं। इस तरह की दुकानें अकसर पक्की और स्थायी होती हैं, जबकि सड़क किनारे फुटपाथ पर सब्जियों के कुछ छोटे दुकानदार, फल विक्रेता और कुछ गाड़ी मैकेनिक आदि भी दिखाई देते हैं।

पड़ोस की दुकानें कई अर्थों में बहुत उपयोगी होती हैं। हमारे घरों के करीब तो वे होती ही हैं और हम सप्ताह के किसी भी दिन और

सुजाता नोटबुक लेकर दुकान क्यों गई?
क्या यह तरीका उपयोगी है? क्या इसमें कोई समस्या भी आ सकती है?

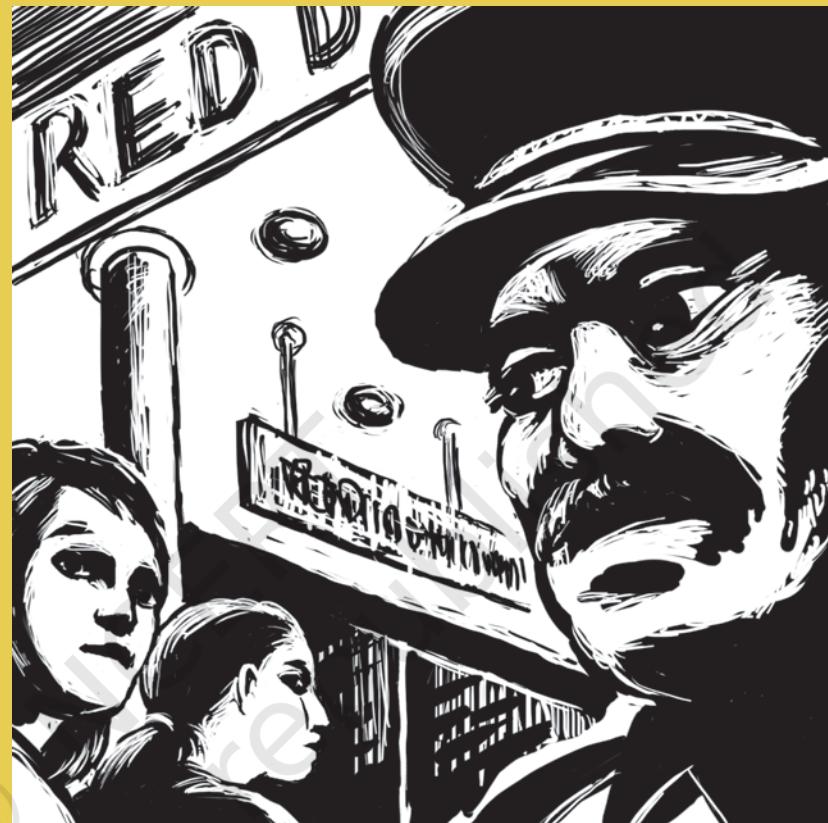
आपके मोहल्ले में अलग-अलग प्रकार की कौन-सी दुकानें हैं? आप उनसे क्या-क्या खरीदते हैं?

सड़क किनारे की दुकानों या साप्ताहिक बाज़ार में मिलने वाले सामान की तुलना में पक्की दुकानों से मिलने वाला सामान मँहगा क्यों होता है?

किसी भी समय इन दुकानों पर जा सकते हैं। समान्यतः दुकानदार और खरीदार एक-दूसरे से परिचित भी हो जाते हैं और दुकानदार, ग्राहकों के लिए उधार भी देने को तैयार होते हैं। यानी कि आज

अंजल मॉल एक पाँच-मंजिला शॉपिंग कॉम्प्लेक्स है। कविता और सुजाता इसमें लिफ्ट से ऊपर जाने और नीचे आने का आनंद ले रहीं थीं। यह काँच की बनी लगती थी और वे इसमें से बाहर का नजारा देखती हुई ऊपर-नीचे जा रहीं थीं। उन्हें यहाँ आइसक्रीम, बर्गर, पिज़्जा आदि खाने की चीजें, घरेलू उपयोग का सामान, चमड़े के जूते, किताबें आदि तरह-तरह की दुकानों को देखना चमत्कृत कर रहा था।

मॉल के तीसरे तल पर घूमते हुए वे दोनों एक ब्रांडेड रेडीमेड कपड़ों की दुकान में पहुँच गईं। सुरक्षा कर्मचारी ने उन्हें कुछ इस तरह देखा कि वह इन्हें रोक देना चाहता हो, परंतु उसने कुछ कहा नहीं। उन्होंने कुछ कपड़े और उन पर लगी कीमत की पर्चियाँ देखीं। एक भी कपड़ा ₹3000 से कम का नहीं था। यह कीमत साप्ताहिक बाजार के कपड़ों की तुलना में लगभग पाँच गुना अधिक थी। सुजाता, कविता से फुसफुसाती हुई बोली “मैं तुम्हें एक दूसरी दुकान पर ले चलूँगी जहाँ अच्छी किस्म का कपड़ा ज्यादा ठीक दामों पर मिल जाएगा।”



आप क्या सोचते हैं, सुरक्षा कर्मचारी ने सुजाता और कविता को अंदर जाने से रोकना क्यों चाहा होगा? यदि कहीं किसी बाजार में कोई आपको ऐसी ही दुकान में अंदर जाने से रोके, तो आप क्या कहेंगे?

खरीदे गए सामान का भुगतान बाद में भी करने की सुविधा होती है, जैसा कि सुजाता के उदाहरण में हमने देखा।

आपने ध्यान दिया होगा कि हमारे पड़ोस में भी कई तरह के दुकानदार होते हैं। कुछ तो पक्की दुकानों वाले होते हैं और कुछ सड़क किनारे दुकानें सजाकर सामान बेचते हैं।

शॉपिंग कॉम्प्लेक्स और मॉल

इस प्रकार अभी हमने दो प्रकार के बाजार देखे पहला, साप्ताहिक बाजार और दूसरा, पड़ोस की दुकानों का बाजार। शहरों में कुछ अन्य प्रकार के बाजार भी होते हैं, जहाँ एक साथ कई तरह की दुकानें होती हैं। इन्हें लोग शॉपिंग कॉम्प्लेक्स के नाम से जानते हैं। अब तो कुछ शहरी इलाकों में आपको बहुमंजिला वातानुकूलित दुकानें भी देखने को मिलेंगी, जिनकी अलग-अलग मंजिलों पर अलग-अलग तरह की वस्तुएँ मिलती हैं। इन्हें मॉल कहा जाता है। इन शहरी दुकानों में आपको बड़ी-बड़ी कंपनियों का ब्रांडेड सामान भी मिलता है और कुछ बिना ब्रांड का सामान भी मिलता है। विज्ञापन वाले अध्याय में आपने पढ़ा था कि ब्रांडेड सामान जिसे कंपनियाँ बड़े-बड़े विज्ञापन देकर और क्वालिटी के दावे करके बेचती हैं, महँगा होता है। कंपनियाँ अपने ब्रांडेड उत्पादों को बड़े शहरी बाजारों और अपने विशेष शोरूमों में बेचने के लिए रखती हैं। बिना ब्रांड के उत्पादों की तुलना में इस ब्रांडेड सामान की कीमत का बोझ केवल कुछ लोग ही उठा पाते हैं।

बाजारों की शृंखला

पहले हिस्से में आपने विभिन्न तरह के बाजारों के बारे में पढ़ा, जहाँ हम सामान खरीदने जाते हैं। क्या आप सोच सकते हैं कि ये सभी दुकानदार अपनी दुकानों के लिए सामान कहाँ से लेकर आते हैं? सामानों का उत्पादन कारखानों, खेतों और घरों में होता है, लेकिन हम कारखानों और खेतों से सीधे सामान नहीं खरीदते हैं। चीजों का उत्पादन करने वाले भी हमें कम मात्रा में, जैसे - एक किलो सब्जी या एक प्लास्टिक कप आदि बेचने में रुचि नहीं रखेंगे।

वे लोग, जो वस्तु के उत्पादक और वस्तु के उपभोक्ता के बीच में होते हैं, उन्हें व्यापारी कहा जाता है। पहले थोक व्यापारी बड़ी मात्रा या संख्या में सामान खरीद लेता है। जैसे - सब्जियों का थोक व्यापारी कुछ किलो सब्जी नहीं खरीदता है बल्कि वह बड़ी मात्रा में 25 से 100 किलो तक सब्जियाँ खरीद लेता है। इन्हें वह दूसरे व्यापारियों को बेचता है। यहाँ खरीदने वाले और बेचने वाले दोनों व्यापारी होते हैं। व्यापारियों की लंबी शृंखला का वह अंतिम व्यापारी जो अंततः वस्तुएँ उपभोक्ता को बेचता है, खुदरा या फुटकर व्यापारी कहलाता है। यह वही दुकानदार होता है, जो आपको पड़ोस की दुकानों, साप्ताहिक बाजार या फिर शॉपिंग कॉम्प्लेक्स में सामान बेचता मिलता है।

ऐसा क्यों होता है कि लोग मॉल में दुकानदारों से मोल-तोल नहीं करते हैं; जबकि साप्ताहिक बाजारों में ऐसा खूब किया जाता है?

आपको क्या लगता है, आपके मोहल्ले की दुकान में सामान कैसे आता है? पता लगाइए और कुछ उदाहरणों से समझाइए।

थोक व्यापारी की भूमिका ज़रूरी क्यों होती है?



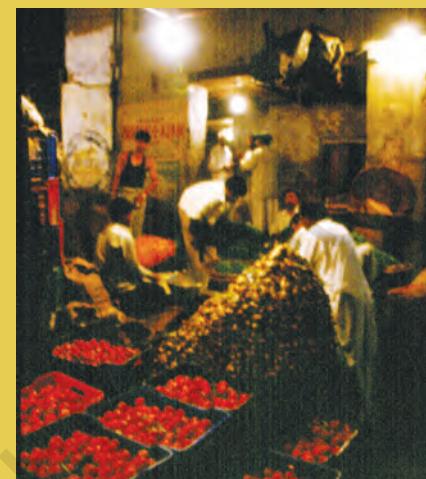
दिल्ली के 10 थोक बाजारों में से चार ऊपर दिए गए नक्शे में दिखाए गए हैं।

हम इसे यहाँ दिए गए उदाहरणों से समझेंगे -

हर शहर में थोक बाजार का एक क्षेत्र होता है। यहाँ वस्तुएँ पहले पहुँचती हैं और यहाँ से वे अन्य व्यापारियों तक पहुँचती हैं। सड़क किनारे की दुकान का छोटा व्यापारी, जिसके बारे में आपने पहले पढ़ा था, बड़ी संख्या में प्लास्टिक का सामान शहर के थोक व्यापारी से

आफताब- शहर में सब्जियों का थोक व्यापारी

आफताब उन थोक व्यापारियों में से एक है, जो बहुत बड़ी मात्रा में खरीदारी करते हैं। उसका व्यवसाय सुबह लगभग 3 बजे से आरंभ होता है। इसी समय सब्जियाँ, बाजार में पहुँचती हैं। यही समय है, जब सब्जी बाजार या सब्जी मंडी में गतिविधियाँ तेज हो रही होती हैं। आस-पास और दूर-दराज के खेतों से ट्रकों, मेटाडोर, ट्रैक्टर की ट्रॉलियों में सब्जियाँ यहाँ आने लगती हैं। जल्दी ही नीलामी की प्रक्रिया आरंभ हो जाती है। आफताब भी इस नीलामी में शामिल होता है। सब्जियाँ देखकर वह तय करता है कि आज वह क्या खरीदेगा। उदाहरण के लिए - वह आज 5 किवंटल फूल गोभी और 10 किवंटल प्याज़ खरीदता है। शहर में उसकी एक दुकान और गोदाम है, जहाँ वह सब्जियों को रखता और बेचता है। यहाँ वह फुटकर व्यापारियों को सब्जियाँ बेचता है, जो सुबह छह बजे के आस-पास वहाँ आने लगते हैं। यहाँ से दिन-भर के लिए खरीदारी करने के बाद ये छोटे व्यापारी लगभग 10 बजे के आस-पास अपने क्षेत्र में अपनी दुकानें खोल लेते हैं।



खरीदता है। हो सकता है कि वह बड़ा व्यापारी अपने से भी बड़े थोक व्यापारी से स्वयं सामान खरीदता हो। शहर का बड़ा थोक व्यापारी प्लास्टिक का यह सामान कारखाने से खरीदता है और उन्हें बड़े गोदामों में रखता है। इस तरह से बाजार की एक शृंखला बनती है। जब हम एक सामान खरीदते हैं, तब हम यह ध्यान नहीं देते हैं कि वह सामान किस-किस के पास से सफर करता हुआ हम तक पहुँचता है।

हर जगह बाजार

हमने देखा कि अलग-अलग जगहों पर तरह-तरह के बाजार हैं, जहाँ तरह-तरह की वस्तुएँ खरीदी-बेची जाती हैं। ये बाजार अपनी-अपनी जगहों और समय पर अपनी तरह से काम करते हैं। कई बार तो यह भी आवश्यक नहीं होता है, कि आप सामान खरीदने के लिए बाजार जाएँ। अब तो तरह-तरह के सामान के लिए फोन या इंटरनेट पर भी ऑर्डर दे दिए जाते हैं और सामान आपके घर तक पहुँचा दिया जाता



है। आपने देखा होगा कि नर्सिंग होम और डॉक्टर के क्लीनिक में भी कुछ कंपनियों के प्रतिनिधि अपना सामान बेचने का कार्य कर रहे होते हैं। इस तरह हम देखते हैं कि बेचना-खरीदना कई तरीकों से चलता रहता है। यह ज़रूरी नहीं है कि वह केवल बाज़ार की दुकानों से ही होता हो।

ये तो बाज़ार के वे रूप हैं, जो हमें सीधे तौर पर दिखाई देते हैं। ऐसे भी कुछ बाज़ार होते हैं, जिनके बारे में हमारी जानकारी कम ही होती है, क्योंकि यहाँ बिकने और खरीदी जाने वाली चीज़ें हम सीधे प्रयोग नहीं करते हैं। जैसे – एक किसान अपनी फ़सल की पैदावार बढ़ाने के लिए कुछ खाद और उर्वरकों का इस्तेमाल करता है। ये उर्वरक वह शहर की कुछ खास दुकानों से खरीदता है, जहाँ खाद के कारखानों से माल मँगाया जाता है। एक कार के कारखाने के द्वारा इंजन, गिर्यर्स, पेट्रोल टंकियाँ, एक्सेल, पहिए आदि अलग-अलग कारखानों से खरीदे जाते हैं, परंतु इस सबसे बेखबर हम कार के शोरूम में अंतिम उत्पाद, कार को ही देखते हैं। सभी चीज़ों के बनाने और बेचने की ऐसी ही कहानी होती है।

बाज़ार और समानता

इस अध्याय में हमने अपने आस-पास के कुछ बाज़ारों पर नज़र डाली। हमने साप्ताहिक बाज़ार से लेकर शॉपिंग कॉम्प्लेक्स तक की दुकानों और दुकानदारों को देखा। इन दोनों दुकानदारों में बड़ा अंतर है। एक छोटी पूँजी से व्यवसाय करने वाला दुकानदार है,

शहरी क्षेत्रों के लोग इंटरनेट के ज़रिए घर से बाहर कदम रखे बिना ही बाज़ार में प्रवेश कर लेते हैं। वे अपने क्रेडिट कार्ड से 'ऑनलाइन' खरीदारी कर लेते हैं।

एक कारखाने में जोड़ी जा रही है कार





ऐसे मॉल ब्रांडेड और महँगी वस्तुएँ बेचते हैं।

जबकि दूसरा अपनी दुकान के लिए बड़ी पूँजी खर्च कर सकता है। इनकी आमदनी भी अलग-अलग होती है। साप्ताहिक बाज़ार का छोटा दुकानदार शॉपिंग कॉम्प्लेक्स के व्यापारी की तुलना में बहुत कम लाभ कमा पाता है। इसी तरह खरीदारों की भी अलग-अलग स्थितियाँ हैं। ऐसे बहुत से लोग हैं, जो सबसे सस्ता मिलने वाला सामान भी खरीद पाने की स्थिति में नहीं हैं, जबकि दूसरी ओर लोग मॉलों में महँगी खरीदारी करने में व्यस्त रहते हैं। इस तरह कुछ हद तक अन्य कारणों के अलावा हमारी आर्थिक स्थिति ही यह तय करती है कि हम किन बाज़ारों में खरीदार या दुकानदार हो सकते हैं।

हमने सामान के उत्पादन से लेकर, हम तक पहुँचने से बनने वाली बाज़ारों की शृंखला को समझा। इस शृंखला से ही यह संभव होता है कि एक जगह उत्पादित होने वाला सामान, लोगों के लिए हर जगह उपलब्ध हो जाए। वस्तुओं के बिकने से वस्तुओं का उत्पादन सीधे जुड़ा होता है। बनी हुई चीज़ों के बिकने से ही लोगों को रोज़गार मिलता है और उत्पादन भी बढ़ाया जाता है, परंतु क्या इससे शृंखला के प्रत्येक स्तर पर लाभ के समान अवसर मिलते हैं? आगे 'एक कमीज़ की कहानी' अध्याय में हम इस सवाल को समझने का प्रयास करेंगे।



सतत विकास लक्ष्य 12: ज़िम्मेदारी से उपभोग और उत्पादन
www.in.undp.org

अध्यास

- एक फेरीवाला, किसी दुकानदार से कैसे भिन्न है?
- निम्न तालिका के आधार पर एक साप्ताहिक बाजार और एक शॉपिंग कॉम्प्लेक्स की तुलना करते हुए उनका अंतर स्पष्ट कीजिए।

बाजार	बेची जाने वाली वस्तुओं के प्रकार	वस्तुओं का मूल्य	विक्रेता	ग्राहक
साप्ताहिक बाजार				
शॉपिंग कॉम्प्लेक्स				

- स्पष्ट कीजिए कि बाजारों की शृंखला कैसे बनती है? इससे किन उद्देश्यों की पूर्ति होती है?
- सब लोगों को बाजार में किसी भी दुकान पर जाने का समान अधिकार है। क्या आपके विचार से महँगे उत्पादों की दुकानों के बारे में यह बात सत्य है? उदाहरण देकर स्पष्ट कीजिए।
- बाजार में जाए बिना भी खरीदना और बेचना हो सकता है। उदाहरण देकर इस कथन की व्याख्या कीजिए।

शब्द-संकलन

साप्ताहिक बाजार – ये बाजार नियमित बाजार नहीं होते हैं वरन् एक नियत स्थान पर सप्ताह में एक या दो बार लगाए जाते हैं। इन बाजारों में घरेलू सामान की लगभग सभी चीजें बिकती हैं, जैसे- सब्ज़ी से लेकर कपड़े और बर्तन आदि।

मॉल – यह चारों ओर से घिरा हुआ दुकानदारी का स्थान होता है। इसकी इमारत बहुत बड़ी होती है, जिसमें कई मंजिलें, दुकानें, रेस्तराँ और कभी-कभी सिनेमाघर तक होते हैं। इन दुकानों में प्रायः ब्रांडों वाले उत्पाद बिकते हैं।

थोक – इसका आशय बहुत बड़ी मात्रा में खरीदना और बेचना होता है। अधिकांश उत्पादों जिनमें सब्ज़ी, फल और फूल आदि भी सम्मिलित हैं, के अपने-अपने विशेष थोक बाजार होते हैं।

बाजारों की शृंखला – यह बाजारों की एक शृंखला है, जो परस्पर एक-दूसरे से कड़ियों की तरह जुड़ी होती है, क्योंकि उत्पाद एक बाजार से होते हुए दूसरे बाजार में पहुँचते हैं।