Indian Streams Research Journal
ISSN 2230-7850
Impact Factor : 2.1506(UIF)
Volume-4 | Issue-11 | Dec-2014 Available online at www.isrj.org

यात्रा-व्यापार केंद्रांच्या उत्पत्ती अवस्थांचे वितरण व संकल्पना

Vijay Tompe

G. S. Tompe Arts, Commerce & Science College, Chandur Bazar, Dist: Amravati.

सारांश- *प्राचीन काळापासून भारतात विविध ठिकाणांवर यात्रा भरत आहेत. भारत हा उत्सवप्रिय देश असल्यामुळे यात्रेला भारतीय संस्कृतीत अत्यंत महत्त्व प्राप्त झाले आहे. प्राचीन जगाचा इतिहास पाहिल्यास सर्वच देशात यात्रा संस्कृतीला महत्त्व प्राप्त झालेले आहे. ख्रिश्चन धर्मात रोम, जेरुसलेमची यात्रा, इस्लाम धर्मात मक्केची यात्रा, बौद्ध धर्मात गयाची यात्रा, हिंदु धर्मात विविध देवीदेवतांशी संबंधित यात्रा पवित्र मानल्या जाते. आजही एकविसाव्या शतकात यात्रेला सामाजिक जीवनात अत्यंत महत्त्व प्राप्त झालेले आहे.*

प्रस्तावना-

भारताच्या संदर्भात पाहिल्यास यात्रा ग्रामीण भारतीयांच्या जीवनाचा अविभाज्य अंग मानल्या जातो. साधारणपणे पौर्णिमा व अमावस्येला भरणाऱ्या यात्रेची संख्या जास्त आहे. महाभारत कालखंडच नव्हे तर त्यापूर्वीही यात्रा करणे धार्मिक जीवनात अत्यंत महत्त्वाचे मानले जात होते. महाभारत महाकाव्यानुसार युद्ध समाप्तीनंतर पांडवांनी पापक्षलणासाठी स्वर्गाची (कैलासपर्वत) यात्रा केल्याचा व त्याच ठिकाणी देह ठेवल्याचा उल्लेख मिळतो. रामायणात सुद्धा लक्ष्मणाने यात्रा करूनच मोक्ष प्राप्ती केल्याचा उल्लेख आहे.

थोडक्यात यात्रेला भारतात केवळ आध्यात्मिकच नव्हे तर सामाजिक, राजकीय, प्रशासकीय, सांस्कृतिक, शैक्षणिक व आर्थिक महत्त्व हजारो वर्षापासून प्राप्त झालेले आहे. यात्रा व्यापाराचा इतिहास पाहिल्यास याची सा व पुरावे आपल्याला इतिहासाच्या विविध साधनांमधून मिळतात. प्राचीन भारतीय काळापासून यात्रेचे अ-ने संदर्भ मिळतात. भारताची आर्थिक संपन्नता व जागतिक आर्थिक महत्त्व ज्या विविध बाबींमुळे वाढले त्यात यात्रा व्यापाराला अत्यंत महत्त्व आहे. यात्रेमुळे या देशाची संपन्नता व नावलाकिक जगभर पसरलेला आहे. प्राचीन काळात माणसाचा सर्वांगिण विकास ६४ कलांवर मानल्या गेला होता. आज एकविसाव्या शतकात जाहिरात कला आर्थिक विकासाकरिता अत्यंत महत्त्वाची मानली जाते. जाहिरातीच्या भरवश्यावर अनेक बहुराष्ट्रीय कंपन्यांची उत्पादनांची विक्री प्रचंड प्रमाणात वाढली आहे. नेमके असेच कार्य भारतीय संस्कृतीत व्यापाराच्या विकासात यात्रेने केलेले आहे. यात्रा-व्यापाराची उत्पत्ती पाहिल्यास हे आपल्या लक्षात येईल.

यात्रा व्यापाराची उत्पत्ती :-

यात्रा-व्यापाराची उत्पत्ती कधी झाली; याबाबत तज्ज्ञांमध्ये अनेक मतप्रवाह आहेत. तथापि यात्रा-व्यापाराचा पहिला उल्लेख ऋग्वेदीक साहित्यात मिळतो. ऋग्वेदात व्यापाऱ्यांना म्हणजेच अनार्य व्यापाऱ्यांना 'पणी' (भा.सं. कोष खंड ५, पान क्र. ३६२) हा शब्दप्रयोग दिलेला दिसतो. 'पणी' सामुद्रीक व्यापाऱ्यांना उत्खननात अनेक मुद्रा मिळाल्या. ज्यात जहाजांची चित्रे रेखाटली आहे. याचाच अर्थ भारताबाहेर समुद्रमार्गे व्यापार चालत होता. बॅबोलियन, मेसोपोटेमिअन, मध्य आशिया, चिन, आग्नेय आशियांशी भारताचा व्यापार चालत होता. यात्रा संकल्पनेचे वैश्विक स्वरूप पाहता भारतीय व्यापारी यात्रेच्या निमित्याने परदेशात जात असावे. 'ऋग्वेदी साहित्य', 'पुराण', 'महाकाव्य', 'स्मृतीग्रंथ' या ग्रंथांमध्ये व्यापाराचा उल्लेख व्यापाराचे नियम याची सविस्तर चर्चा केलेली दिसून येते. मौर्य, शुंग, कण्व, गुप्त, संगम, पल्लव, कदंब, सातवाहण, वाकाटक, आदि कालखंडात यात्रा व्यापार प्रचंड वाढला होता. यात्रेच्या माध्यमातून प्रचंड उलाढाल होत असे. राज्याच्या आर्थिक विकासाकरिता यात्रा-व्यापार वाढविणे अत्यंत महत्त्वाचे आहे हे अनेक राजांनी ओळखले होते. जेवढी मोठी यात्रा तेवढीच राज्याची प्रतिष्ठा असे सूत्र झाले होते.

यात्रा बारोमास चालत असल्यामुळे यात्रेतून विविध वस्तूंना प्रचंड मागणी होत असे. अशा वेळेस वस्तुंचा पुरवठा करून व्यापारी प्रचंड पैसा कमावित असत. आपला व्यापार संगठीत व्हावा, नफा वाढावा या उद्देशाने प्राचीन काळापासून व्यापारी संघटीत होऊ लागले होते. संघटनातून व्यापार व संपन्नता वाढते हे सर्वप्रथम भारतीय व्यापाऱ्यांच्या लक्षात आले. यातूनच 'श्रेणी' संघटनेचा विकास झाला.

श्रेणी संघटना :-

प्राचीन काळात व्यापाऱ्यांच्या संघटनेला 'श्रेणी' असे म्हणत. आधुनिक व्यापारी संघटनेप्रमाणेच त्या संघटीत होत्या. या संघटनेच्या बाबतीत अनेक 'स्मृतीग्रंथ' ऐतिहासीक साधने, 'महाकाव्य', परकीय प्रवाश्यांच्या प्रवास वर्णनात याचा उल्लेख मिळतो. संघटनेशिवाय व्यापार वाढणे शक्य नाही; असे प्राचीन भारतीय राजकीय विद्वानांचे म्हणणे होते. प्राचीन काळात रस्त्यांची, महामार्गाची सोय नव्हती. अशा वेळेस व्यापाऱ्यांना प्रवास करणे धोक्याचे होते. संपूर्ण भारतभर यात्रेकरीता फिरणे कठीण होते. हे कार्य यशस्वीपणे करण्यासाठी 'श्रेणी संघटना' अस्तित्वात आल्या.

"एकेन शिल्पेन पण्येन वा ये जीवन्ति तेषा समुहः" (भा.सं.कोष खंड ९, पान क्र. ४९२, १९९८) एकाच कलाप्रकारावर किंवा एकाच व्यापारावर जीवन जगणाऱ्या व्यक्तींचा समुह म्हणजे श्रेणी होत असे कैय्यर हा प्राचीन ग्रंथकार श्रेणीची व्याख्या करतो तर मेघातिथी हा स्मृतीकार म्हणतो-

"श्रेणयो ना जातीना एकजातीयकर्मोपजविना संघाताः"

एक जाती कर्मावर उपजिवीका करणाऱ्या लोकांचा समूह म्हणजे श्रेणी होय. थोडक्यात प्राचीन भारतात उत्तर वैदीक कालखंडात जातीय संस्था मजबुत झाल्या होत्या. जातीय संस्था जन्मसिद्ध झाल्यामुळे प्रत्येक जातीचा एक व्यवसायझाला होता. अशा लोकांचा उत्पादित माल यात्रेत व इतर ठिकाणी संघटीतपणे नेण्याकरिता विविध संघटना तयार झाल्या.

बौद्धांच्या 'जातककथां' मध्ये विविध व्यवसाय करणाऱ्या विविध जातींच्या श्रेणीचा उल्लेख मिळतो. 'जातककथा' मध्ये १८ श्रेण्यांचा उल्लेख आहे. यात सुतार, सोनार, लोहार, चर्मकार, कुंभार, रंगारी, जव्हेरी, नाभीक, कलाकार, कासार, गवळी, बुरुड, सुगंधी आदिचा उल्लेख आहे. सातवाहन काळातील शिलालेखात आद्येतीक, तितपिसक, कुलरीक, कोतीक, धमीक, वंसकार या श्रेण्यांचा उल्लेख मिळतो.

श्रेणीसंघटन :-

विविध जातीचे, विविध व्यवसाय करणारे लोक एकत्र येत व आपली संघटना स्थापन करीत. एखाद्या व्यवसायातील समान व्यवसाय करणारे लोक भागभांडवल एकत्र करून आपली संघटना तयार करीत. सर्वानुमते एक प्रमुख म्हणून नियुक्त केल्या जात असे याला जेट्ठक (जातककथा) म्हणत. सुरक्षित व्यापार करण्याकरिता व दरोडेखोरांपासून आपल्या व्यापाराचे संरक्षण करण्याकरिता श्रेणीजवळ स्वत:चे सैन्य असे. व्यापाराला निघताना समोर व मागे सैन्याच्या संरक्षणात व्यापारी आपला प्रवास करीत असत. 'अर्थशास्त्र' या ग्रंथात कौटिल्या-ने 'मित्रबलापेक्षा श्रेणीबल अत्यंत विश्वासु असते', असे म्हटले आहे. या व्यापारी संघटनांच्या हुंड्या संपूर्ण भारतभर चालत असे. श्रेणी संघटनेची हुंडी कोणत्याही राज्यात चालणे म्हणजे त्या श्रेणींची आर्थिक पत किती मोठी होती; हे लक्षात येत होते.

प्राचीन भारतीय साहित्यात यात्रा-व्यापार करणाऱ्या श्रेणी संघटनांना (पाणीनीच्या ग्रंथात) पुग, गण, व्रात, संघ अशी नावे दिली आहे. श्रेणी संघटनाबाबत कोणते नियम असावे याबाबत 'मनुस्मृती' मध्ये म्हटले आहे.

"जातिजानपदान धर्मान् श्रेणीधर्माश्च धर्मवित् ।

I. **समिक्ष्य कुलधर्माश्च स्वधर्म प्रतिपालयेत् ॥"**

(मनुस्मृती - भा.सं.कोष खंड ९, ८.४१ पान क्र. ४९३, १९९८)

अर्थ - धर्मविद राजाने जातिधर्म, जानलपदधर्म, कुलधर्म व श्रेणी धर्म म्हणजे चालिरिती नीट तपासून मग त्याला अनुकूल असे राजकीय नियम बनवावे.

श्रेणी संघटनेनी आपला व्यापार लोकप्रिय केला होता, व्यापाराला प्रतिष्ठा प्राप्त करून दिली होती. यात्रेतील श्रेणींची व्यापारी दुकाने त्यांचा संपूर्ण देशात नावलौकिक वाढवित. त्यामुळेच श्रेणी संघटनेवर राजांचा विश्वास होता. श्रेणीमध्ये गुंतवणूक करणे प्रतिष्ठेचे व फायद्याचे मानल्या जात असे. 'शक क्षत्रप उषावदात' याने नाशिक येथील विणकरांच्या श्रेणीमध्ये काही द्रव्य अक्षय निधी गुंतवून ठेवले होते असा उल्लेख शिलालेखात मिळतो.

यात्रा-व्यापार करणाऱ्या प्रत्येक श्रेणीची रचना व कार्यपद्धती वेगळी होती. श्रेणीप्रमुखाला 'जातककथात' जेट्ठक म्हटले आहे. त्याचे पद हे अनुवंशिक होते. श्रेणीचे प्रमुख समाजातील श्रीमान व प्रतिष्ठीत असत. राजदरबारात त्यांना मान असे ारण त्यांचे सैन्य अनेकदा राजाला उपयोगी पडत असे. 'श्रेणी बल मित्र बलापेक्षा अधिक विश्वासु असते' हे अर्थशास्त्रातील वाक्य श्रेणीबद्दल सकारात्मक विचार दर्शविणारे असले तरी राजाने श्रेणीचे नियम सर्व विचार समजून घेऊन बनवावे असे म्हटले आहे. श्रेणीमुळे व्यापार निश्चीत वाढत असला तरी राजदंडाची भीती सर्वांवर असली पाहिजे.

"दण्डेन नियते चेद दण्डनयति वा पुनः।
दण्डनितीरिती ख्याता त्रिलोकानतिवर्तते॥"

(महाभारत - शांतीपर्व ५९.७८, भा.सं. कोष खंड ६,१९९८)

अर्थ : 'दंडाच्या भरवश्यावर प्रजेला योग्य मार्गाने नेणे म्हणजे शासनव्यवस्था योग्य राखणे म्हणजे दण्डनिती होय.' कायद्याच्या या प्राचीन व्याख्येचा आधुनिक अर्थ कायद्यासमोर सर्व समान हा होतो. एखादा व्यक्ती किंवा समुह कायद्याचा दुरूपयोग करू शकत नाही. मग तो यात्रा-व्यापार करून राज्याची आर्थिक भरभराट करणारा व्यक्ती असो किंवा एखादा सामान्य माणूस असो.

"दण्डेन रक्ष्यमाना हि राजहरन्न प्रजाः
राजानं वर्धयन्तोह तस्मादण्ड परायणम्"

Indian Streams Research Journal
ISSN 2230-7850
Impact Factor : 2.1506(UIF)
Volume-4 | Issue-11 | Dec-2014 Available online at www.isrj.org

(महाभारत - शांतीपर्व १२१-३५ ,भा.सं.कोष-खंड ४, दंडनिती २५९,१९९८)

या महाभारतातील श्लोकाचा अर्थ दण्डनितीने पाळलेली प्रजा ही राजा व राज्याच्या अभिवृद्धीला कारणीभूत ठरते असा होतो. व्यापारी वर्ग व यात्रास्थाने यांचा जवळचा संबंध होता. भारतातील अनेक राजमार्गाचा, तीर्थस्थळांचा विकास आपल्या नफ्यातून व्यापाऱ्यांनी केला होता असे अनेक पुरावे आढळतात.

प्राचीन व मध्ययुगीन भारतातील यात्रा केंद्रांचा संक्षिप्त आढावा :-

यात्रा केंद्रांचा व्यापार व अर्थचक्र हा मुद्दा पाहण्यापूर्वी भारतातील विविध यात्रा स्थळांचा संक्षिप्त आढावा घेणे तेवढेच महत्त्वाचे वाटते. यात्रा हा भारतीय जनमाणसाचा पंचप्राण आहे. उत्सवप्रिय भारतीय सणासमारंभात जेवढ्या आवडीने सहभागी होतो तेवढ्याच आवडीने यात्रेत सहभागी होतो. हे समजून घेतल्यास यात्रेचा विकास व दिवसेंदिवस यात्रेची लोकप्रियता का वाढली? हे लक्षात येते. यात्रा ठिकाणांचा इतिहास लक्षात घेतल्यास असे दिसून येते की, बहुतांश यात्रा ठिकाणे नदी व तिच्या खोऱ्यात, पर्वत, डोंगराच्या परिसरात दिसून येतात. यामागे कदाचित भारतीय अध्यात्मातील एकांतवास संकल्पना असावी. प्राचीन काळी मोक्षप्राप्तीकरिता व्यक्ती एकांतात जाऊन ध्यानधारणा करीत व मोक्ष प्राप्त करीत. भारतीय चार आश्रमातील संन्यासाश्रमाशी ही निगडीत आहे. लोकवस्तीपासून म्हणूनच यात्रेची ठिकाणे सुद्धा दूर दिसतात. बहुतांश यात्रा ठिकाणांच्या स्थापनेमागील असाच इतिहास आहे.

संपूर्ण भारतवर्ष म्हणजे विविध जाती गटांचा समूह होय. आज अनेक भाषा बोलणाऱ्या जवळपास ७००० जाती प्रजाती भारतात आहेत. प्रत्येक जातीत आदि पुरुष, देवता, मानवी संकल्पना या वेगवेगळ्या आहे. दरवर्षी हजारोंच्या संख्येने विविध जाती समुहातील लोक यात्रेला जात असतात. आज संपूर्ण भारतात यात्रा संपन्न होतात. अभ्यासाच्या सोयीकरिता यात्रांचे अनेक प्रकार पडतात. भारतातील बहुतांश यात्रा विशिष्ट आध्यात्मिक मूल्य, श्रद्धा, विश्वास व आस्थेशी संबंधित आहे.

यात्रा व्यापार केंद्राची उत्पत्ती, विकास व प्रारुप :-

मागील दोन प्रकरणांमध्ये यात्रा-व्यापार केंद्रांच्या भौगोलिक व सामाजिक परिस्थितीवर प्रकाश टाकल्यानंतर या प्रकरणामध्ये यात्रा-व्यापार केंद्रांच्या उत्पत्ती अवस्था, विकासाचे टप्पे, त्यांचे प्रारुप व वितरण कशाप्रकारे झालेले आहे याचे अध्ययन केलेले आहे.

सामान्यत: कुठल्याही वस्तुचा प्रवाह (ओघ) उत्पादित प्रदेशातून बाजार क्षेत्रात होत असतो आणि त्या-त्या प्रदेशातील वस्तुविनिमय प्रणालीच्या माध्यमातून त्या वस्तु उपभोक्त्यांपर्यंत (ग्रहाकापर्यंत) येत असतात, (श्रीवास्तव व्ही.के. - १९९५).

व्यापार केंद्र म्हणजे अशी निर्धारीत स्थळे की, जेथे विभिन्न वस्तुंचे विक्रेते व ग्राहक विशिष्ट काळानुसार व वेळेनुसार एकत्र येत असतात व त्याच्यांमध्ये परस्पर विचार-विनिमय साधला जातो, (हॉडर - १९६५). या व्यापार केंद्रांची संकल्पना अविकसीत व विकसनशील देशांमध्ये आठवडी बाजारांशी (Periodic Markets) साधर्म्य ठेवते.

व्यापार आपणास खरेदीदार व विक्रेत्यांच्या एका ठराविक ठिकाणी आणि ठराविक वेळी, ठराविक कालावधीनंतर भेटण्याच्या ठिकाणाबद्दल सुचविते. ही व्यापार केंद्र विशिष्ट भौगोलिक विभागाच्या आर्थिक व सामाजिक परिस्थितीचे महत्त्वाचे घटक आहे असे आढळून येते व याचा अभ्यास बऱ्याच जाती-प्रजातीच्या जीवनाच्या कार्यपद्धतींच्या अभ्यासाच्या दृष्टीकोनातून अत्यंत महत्त्वाचा आहे. व्यापार केंद्रांचा अभ्यास, त्यांचे वर्णन व त्यांचे विश्लेषणात्मक स्पष्टीकरण करणे इत्यादी सर्व गोष्टी व त्याचबरोबर विशिष्ट व्यापार केंद्रांच्या कार्यपद्धतीचे आणि त्यांच्या वितरणाचे अनेक प्रश्न निर्माण होतात.

यात्रा व्यापार केंद्र का व कसे अस्तित्वात आले, यात्रा-व्यापार केंद्र त्यांच्या स्वरूपात व आकारात कसे (बदल) परिवर्तीत होतात यांचे विश्लेषण करणारी अत्यंत कमी सैद्धांतिक विधाने आपल्याला अध्ययनात मिळतात. त्याचप्रमाणे या व्यापार केंद्रांच्या बाबतीत नवीन योजना सुद्धा कार्यान्वित करण्यात आल्या नाही की, ज्यामुळे यात्रा-

Indian Streams Research Journal
ISSN 2230-7850
Impact Factor : 2.1506(UIF)
Volume-4 | Issue-11 | Dec-2014 Available online at www.isrj.org

व्यापार केंद्रांमध्ये बदल घडून येईल. या प्रकरणामध्ये महाराष्ट्राच्या विदर्भ प्रदेशातील बेंबळा खोऱ्यातील यात्रा-व्यापार केंद्रांच्या उत्पत्ती, विकास व त्यांच्या प्रारुपावर प्रकाश टाकण्याचा प्रयत्न केला आहे.

३.२ गृहीतके (Hypothesis) :-

१) पूर्वीच्या यात्रा व्यापार केंद्रांमध्ये एका ठराविक भौगोलिक विभागांतर्गत चालणाऱ्या विनियोग पद्धतीमध्ये बदल झालेला आपल्या निदर्शनास येतो.
२) दळणवळणाच्या साधनांमध्ये ज्या प्रमाणात वाढ झाली त्याचप्रमाणात यात्रा- व्यापार केंद्र विकसित झालेले आढळून येतात.
३) यात्रा-व्यापार केंद्रांची निर्मिती दोन यात्रा-व्यापार केंद्रातील अंतर, त्यांचे स्वरूप व रचना या सर्व गोष्टी उत्पादक व उपभोक्ते यांच्या गरजेनुसार करण्यात येते, (Bromley- १९७५).
४) यात्रा-व्यापार केंद्रांची उत्पत्ती व स्थिरता प्रामुख्याने धार्मिक, सामाजिक व सांस्कृतिक घटकांवर अवलंबून आहे.
५) शांतता व सुरक्षितता हे घटक यात्रा-व्यापार प्रणालीच्या विकासात व स्थिरतेमध्ये महत्त्वाची भूमिका पार पाडतात.

३.३पद्धतीशास्त्र (Methodology) :-

प्रस्तुत प्रकरणामध्ये महाराष्ट्रातील विदर्भ प्रदेशातील बेंबळा खोऱ्यातील यात्रा-व्यापार केंद्रांची उत्पत्ती, विकास व प्रारुप यांचे विश्लेषण करण्याच्या उद्देशाने समकालीन, ऐतिहासीक, कागदपत्रांवर, लिखाणावर व संकलित माहितीनुसार व त्याचप्रमाणे संबंधित असलेल्या जिल्हा शासकीय अधिकृत पत्रिका उदा. जिल्हा जनगणना ग्रंथ (१९८१-९१, २००१) (अमरावती, यवतमाळ, वाशिम) जिल्हा गॅझेटिअर्स (अमरावती, यवतमाळ, वाशिम) जनगणना निर्देश ग्रंथ, भारत (Census of India) तसेच अमरावती, यवतमाळ, वाशिम या जिल्ह्यांच्या स्थळ-िर्देश -ाशांमधू-ा यात्रा- व्यापार केंद्रांचे वर्णन, यात्रा-व्यापार केंद्रांचा तत्कालीन दळणवळणाच्या जाळ्याशी असणारा संबंध इत्यादी गोष्टीचे वर्णन करण्यात आले या सर्व गोष्टी १८ व्या, १९ व्या व २० व्या शतकाला समोर ठेवून करण्यात आल्या की जेणेकरुन सदर विभागातील यात्रा-व्यापार केंद्रांचा उगम व ऐतिहासिक विकासाबद्दल काही माहिती मिळून त्यानुसार वरील गोष्टींचे विश्लेषण करता येईल.

३.४ उत्पत्ती स्थितीचा सिद्धांत :-

प्रस्तुत प्रकरणात आपण जे अध्ययन करणार आहोत त्यांचा मूळ उद्देश व्यापार केंद्रांच्या विनियोग पद्धतीच्या मूळ आस्थेवर प्रकाश टाकणे होय त्यासाठी आपणास महाराष्ट्रातील विदर्भ प्रदेशातील बेंबळा खोऱ्यातील यात्रा-व्यापार केंद्रांच्या विनियोग पद्धतीच्या प्रचलित सिद्धांताची तपासणी करणे अपरिहार्य आहे.

ढोबळमानाने व्यापार केंद्रांच्या विनियोग पद्धतींच्या मूळ अवस्थेवर प्रकाश टाकणारे २ मुख्य सिद्धांत आहे.

अ) **Orthodox Theory** पहिला सिद्धांत हा सहज प्रवृत्तीनुसार करण्यात येणाऱ्या विनीयोगापासून सुरू होऊन वस्तुंच्या अदलाबदलीपर्यंत करण्यात येणाऱ्या विनियोगावर प्रकाश टाकतो. या सर्वमान्य असलेल्या सिद्धांताची सुरूवात वैयक्तिक गरजेतून उपयुक्त वस्तुंच्या विनिमयापर्यंत आली आहे. (Barter System - Hodder १९६५)

ब) **Exogeneous Theory**दुसरा सिद्धांत हा विकल्प पद्धतीवर आधारित आहे त्यानुसार एकमेकांना लागु असलेल्या व्यापारी स्थळांमध्ये व्यवसायाचा प्रश्न निर्माण होत नाही. ही दोन्ही व्यापार केंद्र स्वयंपूर्ण असतात. व्यवसायाच्या व्याख्येनुसार विचार केल्यास व्यवसाय म्हणजे विविध जाती, जमातीमधील देवाण-घेवाण होय असे निदर्शनास येईल.

वरील दोन्ही सिद्धांतांच्या अंतरंगासंबधी काही प्रमाणात स्पष्टीकरण अपरिहार्य आहेत. पहिला सिद्धांत (Orthodox or Endogeneous Theory) रुढीवादी व प्रचलित अशा पद्धतीवर आधारित आहे. यामध्ये वैयक्तिक मालमत्तेची अदलाबदल करणे व ती सुद्धा निशब्द अदलाबदल करणे व स्थानिक विनियोगाच्या गरजेपासून रोखणे असा विनिमय मूक विनिमयाशी संबंधित वस्तुंची अदलाबदल करण्याकरिता आवश्यक असतो. (Barter Exchange System)

वरील विश्लेषणावरून असा निष्कर्ष काढता येईल की, विनियोगाकरिता लांबच्या अंतराची गरज आहे. दुसऱ्या शब्दात सांगावयाचे झाल्यास सुदैवी परिस्थितीमुळे काही व्यापार केंद्र जी दुसऱ्या अंतरावर एकमेकांसोबत जुळलेली आहे ती एक प्रतिष्ठीत व्यापार केंद्र म्हणून उदयास आली. Hodder (१९६४) या विचारवंतानुसार 'Barter' नावाची पद्धत ही केवळ एकांतवासात राहणाऱ्या जमातीमध्येच आढळते. यामध्ये कोणताही पुरावा -ा ठेवता नि:शब्दपणे वस्तुंची अदलाबदल केली जाते. उदा. आशिया, अमेरीका व आफ्रिकेच्या जंगलातील जमातीमधील व्यवहार यांचे पुरावे होय. यांच्यामधील विश्वास जसजसा वाढतो त्यानुसार एकमेकांच्या वस्तुंची अदलाबदल केली जाते व स्थानिक बाजार केंद्रांची वाढ होते. त्याचप्रमाणे अत्याधुनिक संस्कृतीमध्ये रक्कमेचा वापर मोठ्या प्रमाणात केला जाऊ शकतो. हे महत्त्वाच्या व मोठमोठ्या व्यापार केंद्रांच्या ठिकाणाबाबतीत घडते.

"Barter exists among the most isolated & in accessible societies and world less exchange of goods made without witnesses in the further most raecesses of jungle in Asia, America and Africa is evidence of an economic need" (Hodder - 1964).

Barter Economy Chart

Subsistence level Existence	*Nothing to Trade*	No Marketing System	
Subsistence level Exitence	Small Surpluses	Silent Trade Mutual Exchange Gift	
Self contained and Self - sufficient Village communities	Little complementary production withy dominance of farming	Vertical Inter-regional Exchange System	Seasonal or Annual Exchange System on Route

(Refer also Makay and Smith : New-Zealand Geographical Society, 1974)

केवळ वैयक्तिक गरज व स्थानिक विनियोगामुळेच व्यापार केंद्रांच्या ठिकाणांची निर्मिती होत नसते. मिलॅसॉक्स नावाच्या संशोधकानुसार स्थानिक शेतीचे उत्पादन व अन्नधान्याच्या विनियोगाची गरज हिच केवळ बाजाराच्या निर्मितीला व कार्यप्रणालीला कार्यान्वित करणारी गोष्ट नाही. मुळात व्यापार केंद्र ही लोकसं□ये-ुसार उत्पादनाला पुरक ठरणाऱ्या बाह्य विनियोगामुळेच चालत असतात.

३.५ बेंबळा खोऱ्याची यात्रासदृश्य वस्तुस्थिती :-

भारतात पौराणिक काळापासून बरीचशी यात्रा-व्यापार केंद्र असूनही या केंद्रांच्या उत्पत्ती विषयी केव्हाही चांगल्या प्रमाणात अभ्यास, परीक्षण व संशोधन करण्यात आले नव्हते. पण मागील काही □ाळापासू-ा यात्रा-व्यापार केंद्रांच्या उत्पत्तीविषयी माहिती मिळत आहे. प्राचीन काळात बेंबळा खोऱ्याच्या वस्तुस्थितीबाबत माहिती □मी प्रमाणात मिळते. ब्रिटीश काळामध्ये सुरूवातीला हा भाग 'बेरार', या प्रांतामध्ये वसलेला होता. ब्रिटीशांनी मध्य प्रांताचे (Central Province) ५ भागात विभाजन केले होते. जबलपूर (Jubbulpore), नेरबुड (Nerbudda), -ाा□पूर (Nagpur)ü, छत्तीसगड (Chhattisgarh) आणि बेरार (Berar) या ५ विभागाचे पुन्हा २२ जिल्हे तयार केले. बेरारमध्ये अमरावती, अकोला, इलिचपूर, बुलढाणा व वून (Wun) या जिल्ह्यांचा समावेश होता. बेरार याच भागात प्रामुख्याने महाराष्ट्रातील बेंबळा खोरे आढळून येते. बेंबळा खोऱ्यातील यात्रा

व्यापार केंद्रांची उत्पत्ती व विकासाची माहिती उपलब्ध असलेल्या संदर्भ माहितीनुसार व पद्धतीशास्त्राच्या अ-ुषं�ा-ने मिळविण्याचा प्रयत्न केलेला आहे.

बेंबळा खोऱ्यातील यात्रा केंद्र, त्यांचा विकास व उत्पत्ती याविषयी खालील माहिती नमूद करता येईल.

१) अनुमान काढून रस्त्यांची मांडणी केलेली आहे.
२) शासकीय दफ्तरी नोंद मार्ग - ऐतिहासीक माहितीच्या आधारे
३) ब्रिटीश कालीन राजवटीत असलेले डाक मार्ग
४) शासकीय दफ्तरी नोंद असलेले यात्रा-व्यापार �-द्र

बेंबळा खोऱ्याच्या निर्देशीत केलेल्या नकाशामध्ये यात्रा-व्यापार केंद्रामध्ये मसाळा (स्थलांक २२), तळेगाव दशासर (स्थलांक ४९), धनज माणिकवाडा (स्थलांक ७६), मांगलादेवी (स्थलांक ७४), कामरगाव (स्थलांक १००), अजंती (स्थलांक ८१), अंजनगाव बारी (स्थलांक २७) व शिरजगाव पांढरी (स्थलांक ८२) इत्यादी यात्रांचा धार्मि� यात्रा केंद्र म्हणून प्राचीन काळात उल्लेख आढळतो. (जिल्हा जनगणना स्थल निर्देश ग्रंथ, अमरावती व यवतमाळ १९११) ऐतिहासीक यात्रेमध्ये भिलटेक (स्थलांक ३७), घुईखेड (स्थलांक ४३) सावंगा विठोबा (स्थलांक ३०), वाढोणा रामनाथ (स्थलांक ५) व कारंजा (स्थलांक ९४) इत्यादी यात्रा केंद्रांचा उल्लेख आढळतो, (Gazetteer of India - Maharashtra State अमरावती, यवतमाळ व अकोला जिल्हा १९११).

यात्रा-व्यापार केंद्रांची स्थलबाधीत अंतरानुसार व लांब मार्गापर्यंत उत्पत्ती झाल्याचे दिसून येते. ऐतिहासिकदृष्ट्या विशेष व प्रत्यक्ष घटनाबाबत विस्तारलेल्या यात्रा केंद्रामध्ये कारंजा, सावंगा विठोबा, घुईखेड, भिलटेक व वाढोणा रामनाथ ही अधिक महत्त्वाची यात्रा व्यापार केंद्र आढळून येतात.

बेंबळा खोऱ्याच्या उत्तरेला, आग्नेयला व पश्चिमेला जिल्हा मुख्यालय असलेल्या केंद्रांमध्ये अनुक्रमे अमरावती, यवतमाळ व अकोला हे जिल्हे सभोवताली असल्यामुळे या मुख्यालयांना जाण्याकरिता ग्रामीण भागातून ब्रिटीश काळामध्ये जास्त रस्त्यांची दाटी आढळून येत नव्हती. पण आज सर्वच भागात संपूर्ण बेंबळा खोऱ्यात वाहतुकीचे दाट जाळे सर्वदूर आढळून येते. पण तालुक्याच्या ठिकाणी पोस्ट ऑफिस, पोलीस स्टेशन, डाकबंगला, विश्रामगृह व इतर वैद्यकीय सोयी आढळून येते. कारंजा, नेर, चांदूररेल्वे, बाभुळगाव, नांदगाव खंडेश्वर या तालुक्यामध्ये सर्वच सोयी व रस्त्यांचे दाट जाळे दिसून येते.

सुरूवातीला ब्रिटीशकालीन अवस्थेमध्ये बेंबळा खोऱ्यातील यात्रा-व्यापार केंद्र निरनिराळ्या रस्त्यांनी जोडल्या गेलेली आहेत. त्यामध्ये प्रमुख मार्ग, आंतरीक रस्ते, ग्रामीण भागातील कच्चे रस्ते, पाऊलवाटा व उत्तरेकडे रेल्वेमार्ग आढळून येतो. ब्रिटीशपूर्व काळात रस्त्यांची अवस्था ही चांगली नव्हती नंतर हळूहळू रस्त्यांमध्ये सुधार होत गेला. परंतु आधुनिक काळात बेंबळा खोऱ्यात रस्त्यांची जाळी दाट झाल्यामुळे प्रत्येक धार्मिक, पौराणिक व ऐतिहासीक यात्रा-व्यापार केंद्र वेगवेगळ्या मार्गांच्या उपलब्धतेमुळे विकसित झालेले दिसून येते.

बेंबळा खोऱ्याच्या पूर्वेला वर्धेचे खोरे असल्यामुळे वर्धेच्या खोऱ्याला ही संपूर्ण बेंबळा प्रवाहप्रणाली जाऊन मिळते. या भागाचा उतार मंद व सपाट असल्यामुळे वाहतुकीच्या मार्गाच्या सुविधा विकसित झालेल्या आहे. उत्तरेला प्राकृतिकदृष्ट्या डोंगराळ व उंच-सखल भाग व जंगलयुक्त भाग असल्यामुळे मार्गांची सुगमता कमी आढळून येते. ब्रिटीश कालखंडात खोऱ्याच्या मध्य भागात, पश्चिमेला व दक्षिणेला रस्त्याची सुगमता जास्त असल्यामुळे धार्मिक, पौराणिक व ऐतिहासीक यात्रा व्यापार केंद्रांची उत्पत्ती झालेली दिसून येते.

संदर्भ सूची

1. **Bromley R.J. (१९७५) :** 'Periodic Marketas and Fairs A Bibliography', Melbourne Monash Publication in Geography.
2. **Central Provinces District Gazetteers Amravati District (१९११) :** Volume A, Printed at The Government Photozinco Press, Pune, १९८३.
3. **Gedam D. A. (१९७४) :** 'A Geographical Analysis of Fairs at Salbardi'. Indian Geographical Journal, Vol. ४९, No. १, p. १७-२४.

Indian Streams Research Journal
ISSN 2230-7850
Impact Factor : 2.1506(UIF)
Volume-4 | Issue-11 | Dec-2014 Available online at www.isrj.org

4. **Gedam D. A.(१९८६) :** 'Periodic Marketing System & Network', Allied Associates, Nagpur.
5. **Hodder B.W. (१९६५) :** 'Some comments on the origins of Traditional Markets in Africa'. South of Sahara Transections of Institute of British Geographer, p. ९७-१०४.
6. **Hodder B.W. & Ray M. Sinha (१९७६) :** 'Fairs Around Calcutta', Geographical Review of India, Vol. ३८, No. २, p. १८७-१९२.
7. **जोशी पंडित महादेवशास्त्री (१९९८) :** 'भारतीय संस्कृती कोष मंडळ', खंड ९,४१० शनिवार पेठ, पुणे, पान □. ४९२.
8. **जोशी पंडित महादेवशास्त्री (१९९८) :** 'मनु ८.४१, भारतीय संस्कृती कोष मंडळ', खंड ९, ४१० शनिवार पेठ, पु□, पान □. ४९३.
9. **जोशी पंडित महादेवशास्त्री (१९९८) :** 'महाभारत - शांतीपर्व ५९.७८, भारतीय संस्कृती कोष मंडळ', खंड ६, ४१० शनिवार पेठ, पु□.
10. **जोशी पंडित महादेवशास्त्री (१९९८) :** 'भारतीय संस्कृती कोष मंडळ', खंड ४, दंडनिती २५९, ४१० शनिवार पेठ, पुणे.
11. **कारंजकर भि.दे. (१९७८) :** 'अमरावती शहराचा इतिहास', अमरावती नगरपालिकेच्या शताब्दी महोत्सवानिमित्त प्रकाशित.
12. **नेगी, जगमोहन (१९९९) :** 'पर्यटन एवं यात्रा के सिद्धांत', तक्षशिला प्रकाशन, अंसारी रोड, दरियागंज नई दिल्ली.
13. **Riddell J. B. (१९७२) :** 'A Note on origin conditions of Periodic Marketing System'.
14. **श्रीवास्तव व्ही.के. (१९९५) :** 'विपणन भूगोल', एसोसिएॅशन ऑफ मार्केटिंग ज्याग्राफर्स ऑफ इंण्डिया, □र□पूर.
15. **शिंदे एस.बी. (२०००) :** 'पर्यटन भूगोल', फडके प्र□ाशन, □ोल्हापूर.
16. **Smith R. H. (१९७१) :** 'The Theory of periodic Markets', Consumer and Traders Behaviour. Annual meeting of the Canadian Association of Geographers.
17. **Tamaskar B. G. (१९७७) :** 'Periodic Marketing System in Medial Maharashtra', The Geographical Review of India, Calcutta, Vol. ३, No. २.

Vijay Tompe
G. S. Tompe Arts, Commerce & Science College, Chandur Bazar, Dist: Amravati.