2.प्राचीन भारतातील बाजारपेठ / व्यापार केंद्रे

- **प्रस्तावना :**

बाजारपेठ किंवा व्यापार केंद्राची रचना म्हणजे वस्तू व सेवांच्या खरेदी-विक्रीमध्ये गुंतलेल्या विविध घटकांच्या भौतिक आणि संघटनात्मक व्यवस्थेचा संदर्भ देते. त्यात पायाभूत सुविधा, भागधारक आणि सुरळीत व्यावसायिक क्रियाकलापांना समर्थन देणाऱ्या प्रणालींचा समावेश होतो.

प्राचीन भारतातील बाजारपेठ आणि व्यापार केंद्राची उत्क्रांती ही एक जटिल आणि बहुआयामी प्रक्रिया होती, जी भूगोल, हवामान, तंत्रज्ञान आणि संस्कृती यासह विविध घटकांनी आकार घेतलेली असते.

- **बाजार / व्यापार केंद्राची रचना :**

1.भौतिक पायाभूत सुविधा :

इमारती, स्टॉल, गुदामे, शीतगृहे आणि लोडिंग व अनलोडिंग क्षेत्रे यांचा समावेश आहे. वेगवेगळ्या उत्पादनासाठी नियुक्त केलेल्या झोनसह योग्य लेआउट कार्यक्षम व्यवस्थापनास मदत करते.

2.प्रशासकीय व्यवस्था :

स्थानिक अधिकारी, महानगरपालिका किंवा बाजार समित्यांद्वारे व्यवस्थापित केले जात असे. परवाना, भाडे संकलन, स्वच्छता, वाद निराकरण आणि नियम अंमलबजावणी हाताळते.

3.विभाजन :

बाजारपेठांचे विभागीकरण झोनमध्ये केले जाते. भाजीपाला बाजार, धान्य बाजार, कापड विभाग इत्यादी. खरेदीदार आणि विक्रेत्यांना उत्पादने शोधण्यास आणि कार्यक्षमतेने व्यवसाय करण्यास मदत करते.

4. भागधारक :

व्यापारी, घाऊक विक्रेते, किरकोळ विक्रेते, शेतकरी, ग्राहक, वाहतूकदार आणि मजूर यांचा समावेश आहे. प्रत्येक जण पुरवठा साखळी आणि व्यापारी क्रियाकलापामध्ये विशिष्ट भूमिका बजावतो.

5.वाहतूक आणि कनेक्टिव्हिटी :

मालाच्या सुरळीत आवक आणि जाण्यासाठी रस्ते, रेल्वे आणि कधी-कधी बंदरामध्ये प्रवेश होत असे. लॉजिस्टिक्ससाठी विशेषतः नाशवंत वस्तूंसाठी महत्त्वपूर्ण उपयोग होत असत.

6.संप्रेषण सुविधा :

जाहीर पत्ता सिस्टिम, सूचना फलक आणि घोषणा व किमती अद्ययतनासाठी डिजिटल प्रदर्शन आयोजित करणे. मोबाइल ॲप्स आणि ऑनलाइन पोर्टलचा वाढता वापर.

7.उपयुक्त आणि सेवा :

पाणीपुरवठा, वीज, ड्रेनेज, स्वच्छता, सुरक्षा आणि प्रथमोपचार सेवा. बाजारपेठेचे स्वच्छ आणि सुरक्षित ऑपरेशन सुनिश्चित करते.

8. समर्थन संस्था :

बँका, विमा कंपन्या, गुणवत्ता नियंत्रण प्रयोगशाळा आणि कायदेशीर सल्लागार सेवा. आर्थिक व्यवहार सुलभ करून व्यापार अनुपालन सुनिश्चित करण्यास मदत.

- **<u>बाजार / व्यापार केंद्राचे प्रकार</u>**

1.ग्रामिक हाट:

ग्रामिक हाट म्हणजे गावांमध्ये आठवड्यातून एकदा किंवा दोनदा भरणारी बाजारपेठ. येथे शेतकरी, कारागीर, पशुपालक आपले शिल्लक उत्पादन, हस्तकला वस्तू, आणि जनावरे विक्रीसाठी आणत. या बाजाराचे कोणतेही औपचारिक रचना नसत, आणि याचे नियंत्रण प्रथेनुसार गावपाटील किंवा ग्रामस्थ मंडळी करीत. येथे खरेदी-विक्री ही रोख स्वरूपात तसेच वस्तुविनिमय रूपात होत असे. या हाटांमध्ये केवळ आर्थिकच नव्हे तर सामाजिक, सांस्कृतिक देवाणघेवाणही होत असे. ग्रामीण अर्थव्यवस्थेचा कणा म्हणून या हाटांचे फार महत्त्व होते.

2. पत्तन बाजार:

'पत्तन' म्हणजे प्राचीन भारतातील कायमस्वरूपी नागरी व्यापार केंद्र. येथे दररोज निश्चित ठिकाणी दुकाने उघडली जात आणि स्थानिक तसेच दूरवरून आलेल्या वस्तू विकल्या जात. या बाजारांचे नियंत्रण राज्य आणि व्यापारी श्रेणीकडे असे. पत्तन हे घाऊक व्यापारासाठी आणि करसंकलनासाठी महत्त्वाचे केंद्र मानले जात. पाटलिपुत्र, उज्जैन, वाराणसी ही त्याची काही उदाहरणे होत. येथे व्यापाराचा व्यापक विस्तार, व्यापारी सुरक्षा आणि वाहतुकीची सुलभता यामुळे समृद्धी वाढत असे.

3.मंडपिक केंद्र:

मंडपिक म्हणजे व्यापारी मार्गांवरील महत्त्वाच्या चौकांवर उभारलेले बाजार. हे ठिकाण वस्तूंच्या हस्तांतरणासाठी आणि विश्रांतीसाठी वापरले जात असे. व्यापारी येथे थांबत आणि पुढच्या प्रवासासाठी नवीन व्यवहार करत. येथे शासनाने नेमलेले अधिकारी कर वसुल करत. हे केंद्र धार्मिक

यात्रांशी, ऋतूनुसार भरणाऱ्या जत्रांशी जोडलेले असत. त्यामुळे येथे आर्थिक व्यवहारासोबतच सांस्कृतिक संवादही घडत असे.

4.बंदर बाजार:

समुद्रकिनाऱ्यावरील लोटाळ, ताम्रलिप्ती, भरुच, आरिकामेडू ही प्राचीन भारतातील महत्त्वाची बंदर शहरे होती. या बाजारांद्वारे भारताने रोम, मध्य आशिया आणि आग्नेय आशियाशी सागरी व्यापार केला. मसाले, हिरे, हस्तकला, कापड, धातू यांची देवाणघेवाण येथे होत असे. बंदरांमध्ये गोदामे, धक्के आणि सीमाशुल्क कार्यालये असत. हे केंद्र भारताच्या जागतिक व्यापाराचे प्रवेशद्वार मानले जात आणि सांस्कृतिक आदानप्रदानही येथे होत असे.

5. देवळाभोवती बाजार:

प्राचीन काळातील मंदिरे हे फक्त धार्मिक नव्हे, तर आर्थिक व्यवहाराचेही केंद्र होते. यात्रेच्या काळात मंदिरांच्या भोवती बाजार भरत असे. येथे यात्रेकरूंना नैवेद्य, पूजा साहित्य, वस्त्रे, दागिने, खाद्यपदार्थ मिळत. काही मंदिरे स्वतःची शेती, धान्यसाठा आणि आर्थिक संपत्ती वापरून व्यापारात भाग घेत. काही मंदिरे सावकारीही करीत. त्यामुळे देवळाभोवतीचा बाजार हा श्रद्धा आणि व्यापार यांचा संगम बनत असे.

6.राजकीय बाजार:

हे बाजार राजवाड्याजवळ किंवा प्रशासकीय केंद्राजवळ असत. येथे दरबारी आणि राजघराण्याच्या गरजांसाठी जसे रेशीम, मौल्यवान रत्न, घोडे, मसाले यांची खरेदी-विक्री होत असे. हे बाजार शासनाच्या थेट देखरेखीखाली असत आणि अत्यंत नियोजित व गुणवत्तापूर्ण असत. अशा बाजारांचा उपयोग शहरी नियोजनाचे आणि व्यापार धोरणाचे आदर्श म्हणून केला जात असे. व्यापारी आणि ग्राहक दोघांसाठी विश्वासाचे केंद्र मानले जात.

7.जत्रेतील बाजार:

धार्मिक जत्रा, हंगामी उत्सवांदरम्यान तात्पुरते बाजार उभारले जात. येथे खेळणी, कपडे, मिठाई, दागिने, पूजा साहित्य यांची मोठ्या प्रमाणात विक्री होत असे. विविध प्रांतांतील लोक येथे जमून आर्थिक व सांस्कृतिक देवाणघेवाण करत. मनोरंजन कार्यक्रम, खेळ, नाटक इत्यादींचाही समावेश असे. हे बाजार व्यवहारासोबतच सामाजिक समृद्धीचेही प्रतिबिंब होते.

8.सैनिकी छावणीतील बाजार:

युद्ध किंवा मोहिमेच्या काळात सैनिकी छावण्यांच्या आजूबाजूला बाजार उभे राहत. व्यापारी सैन्याच्या मागे जाऊन त्यांना अन्न, शस्त्र, आवश्यक सामग्री विकत. हे बाजार तात्पुरते असले तरी

नियोजित आणि सुरक्षित असत. मोठ्या प्रमाणावर सैनिक, अधिकारी, कामगार यांची येथे गर्दी होत असे. या बाजारांमुळे मालाचा प्रवास गतिमान होत असे. राज्यकारभार आणि व्यापारी व्यवस्था यांचा परस्पर संबंध यातून दिसून येतो.

9.श्रेणी – आधारित बाजार:
व्यापारी संघटनांकडून चालवलेले बाजार एक स्वतंत्र आणि संघटित प्रकार होते. येथे विशिष्ट श्रेणीने त्यांच्या सदस्यांच्या दुकानांची मांडणी व देखरेख केली. गुणवत्तेचे नियंत्रण, दरनिश्चिती, प्रशिक्षण यासाठी ही संघटना जबाबदार असे. हे बाजार आधुनिक औद्योगिक क्षेत्रांप्रमाणेच कार्य करत. सदस्यांकडून वर्गणी घेत, नैतिक व्यापाराची हमी दिली जात असे. अशा बाजारातून व्यापारात व्यावसायिकता आणि संघटनशक्ती दिसून येते.

10आंतरराष्ट्रीय व्यापार केंद्र:
तक्षशिला, पुहार यांसारखी शहरे प्राचीन भारतातील आंतरराष्ट्रीय व्यापार केंद्रे होती. येथे मध्य आशिया, चीन आणि रोमन साम्राज्य यांच्याशी व्यापार होई. येथे व्यापारी दल, परदेशी विभाग, आगंतुकांसाठी वसतिगृहे, सीमाशुल्क कार्यालये असत. वस्तूंची देवाणघेवाण वस्तुविनिमय किंवा नाण्यांद्वारे होत असे. या बाजारांमुळे भारत जागतिक व्यापार आणि रेशीम मार्गाशी जोडला गेला. हे केंद्र भारताच्या आर्थिक आणि सांस्कृतिक संवादाचे प्रवेशद्वार होते.

- **प्राचीन भारतीय बाजार / व्यापार केंद्राचे अद्वितीय पैलू**

1. गिल्ड सिस्टिम (श्रेणी) :
व्यापार आणि हस्तकला व्यावसायिक गिल्डमध्ये संघटित केल्या जात होत्या. या गिल्डने गुणवत्ता नियंत्रित केली, किमती निश्चित केल्या आणि सामाजिक सुरक्षा प्रदान केली. गिल्डचे स्वतःचे नियम होते आणि त्यांना पैसे उधार देण्याची व मालमत्ता घेण्याची परवानगीदेखील होती.

2. धोरणात्मक स्थान:
नद्या, बंदरे, महामार्ग (उदा., उत्तरापाठ, दक्षिणापाठ) आणि मंदिर शहरांजवळ बाजारपेठा स्थापन करण्यात आल्या. यामुळे स्थानिक व आंतरराष्ट्रीय स्तरावर व्यापार प्रवाह आणि प्रवेशयोग्यता वाढली.

3.एकात्मिक धार्मिक व व्यावसायिक उपक्रम :
मंदिरे आणि तीर्थस्थळाभोवती अनेक बाजारपेठा बांधल्या गेल्या. उत्सव व धार्मिक कार्यक्रमामुळे मोठ्या प्रमाणात मेळावे झाले, जे व्यावसायिक मेळे म्हणून दुप्पट झाले.

4.आंतरराष्ट्रीय व्यापार दुवे :

भरूच, ताम्रलिप्त, कावेरीपट्टिनम आणि मुझिरीस यांसारख्या प्राचीन भारतीय बंदरांचा रोम, आग्नेय आशिया आणि अरबस्तानशी सक्रिय व्यापार होता. निर्यातीत मसाले, रेशीम, हस्तिदंत, मौल्यवान दगड आणि कापड यांचा समावेश होता.

5. सु- नियमित बाजार प्रशासन :

अर्थशास्त्रात नागाध्यक्ष (बाजार अधीक्षक) यांच्या भूमिकेचा उल्लेख आहे, जो वजन व किमतीवर लक्ष ठेवत असे आणि भेसळ रोखत असे. सरकारने कर लादले आणि व्यापार नीतिमत्ता राखली जात असे.

6.चलन आणि वस्तुविनियम अर्थव्यवस्था सहअस्तित्वात होती :

उच्च मूल्याच्या व्यापारासाठी पंचचिन्हांकित नाणी, सोने आणि चांदीची नाणी वापरणे. ग्रामीण भागात आणि लहान हाट / बाजारामध्ये वस्तुविनिमय व्यवस्था अजूनही सामान्य होती. ,

7.बाजार विशेषीकरण :

काही शहरे विशिष्ट व्यापारांसाठी ओळखली जात होती. उदाहरणार्थ, मथुरा – दगडी शिल्पे, वाराणसी- रेशीम आणि विणकाम, उज्जैन – सुगंधी द्रव्ये आणि खगोलशास्त्राची साधने, पाटलीपुत्र प्रशासन आणि रसद. –

8.नैतिक व्यापार पद्धती :

धर्माने प्रभावित होऊन व्यापाऱ्यांनी नैतिक आचरणाचे पालन करावे अशी अपेक्षा होती. ग्रंथामध्ये वाजवी किंमत, वजनात प्रामाणिकपणा आणि ग्राहकांचा आदर यावर भर देण्यात आला होता.

9.व्यापारात महिला :

ऐतिहासिक नोंदी आणि शिलालेखावरून असे दिसून येते की, महिला दुकानदार, विणकर आणि अगदी गिल्डच्या सदस्य म्हणूनही सहभागी होत्या.

10.वस्तूंची विविधता :

भारताच्या अद्वितीय भूगोल आणि हवामानामुळे विविध नैसर्गिक संसाधनांचे उत्पादन झाले. यामध्ये मौल्यवान धातू, मसाले आणि कापड यांचा समावेश होता, ज्यांना जगात इतरत्र जास्त मागणी होती. परिणामी, व्यापार आणि वाणिज्य यासाठी एक महत्त्वपूर्ण केंद्र म्हणून भारत विकसित झाला. त्यामुळे चीन आणि भूमध्य समुद्रापर्यंतचे व्यापारी आकर्षित झाले.

11.आंतरराष्ट्रीय व्यापार :

प्राचीन भारतीय व्यापार केंद्रे जागतिक व्यापारात सहभागी झाली आणि रोमन साम्राज्य, चीन आणि आग्नेय आशियातील व्यापारी व्यवसाय करण्यासाठी भारतात येत असत. उदाहरणार्थ, रोमन लोक भारताच्या पूर्व किनाऱ्यावरील अरीकामेडू या बंदर शहराचा वापर एक प्रमुख व्यावसायिक केंद्र म्हणून करत असत. भारतीय कापड आणि मसाल्यांची देवाण – घेवाण वाइन, ऑलिव्ह ऑइल आणि काचेच्या वस्तूंसारख्या आयात केलेल्या वस्तूंसाठी करत असत.

12.अत्याधुनिक व्यापार नेटवर्क :

प्राचीन भारतातील व्यापार केंद्रे ही संपूर्ण भारतीय उपखंडात आणि त्या पलीकडे पसरलेल्या जटिल व्यावसायिक नेटवर्कचा एक घटक होती. मध्यस्थांच्या नेटवर्कद्वारे व्यापारी सुप्रसिद्ध जमीन आणि सागरी मार्गावर उत्पादनाची देवाण – घेवाण करत असत.

13.धार्मिक आणि सांस्कृतिक महत्त्व :

महत्त्वाची मंदिरे आणि तीर्थस्थळे अनेक प्राचीन भारतीय व्यावसायिक केंद्रामध्ये किंवा त्यांच्याजवळ आढळू शकतात, जी धार्मिक आणि सांस्कृतिक दृष्टिकोनातूनदेखील महत्त्वाची होती. उदाहरणार्थ, वाराणसी व्यापार आणि व्यवसायासाठी तसेच एक प्रमुख हिंदू तीर्थस्थळ म्हणून एक प्रमुख केंद्र म्हणून काम करत होते.

14.भारतीय इतिहास घडविण्यात भूमिका :

प्राचीन भारतीय व्यापार केंद्रे भारतीय इतिहासावर प्रभाव पाडण्यात महत्त्वपूर्ण होती. कारण त्यांनी अनेक राष्ट्रे व लोकांमध्ये ज्ञान, कौशल्ये, संस्कृतीचे हस्तांतरण सुलभ केले. उदा., मौर्य साम्राज्याची राजधानी पाटलीपुत्र, व्यापार, वाणिज्य तसेच सांस्कृतिक व बौद्धिक व्यवसायासाठी एक महत्त्वपूर्ण केंद्र म्हणून काम करत होती.

15.चलन आणि बँकिंग प्रणाली :

प्राचीन भारतीय व्यापार केंद्रामध्ये उच्च विकसित चलन आणि बँकिंग प्रणाली होत्या. उदा., मौर्य काळात पंचमार्क असलेली नाणी चलन म्हणून वापरली जात होती आणि सम्राट अशोकाने वाणिज्य व बँकिंग नियंत्रित करण्यासाठी बँकांची एक प्रणाली स्थापन केली.

16.गिल्ड आणि संघटना :

प्राचीन भारतात व्यापार केंद्रे बहुतेकदा अशा गिल्ड किंवा संघटनाभोवती बांधली जात असत, ज्या व्यापाराचे नियंत्रण, उत्कृष्टतेची मानके राखणे आणि त्यांच्या सदस्यांच्या हक्कांचे रक्षण करणे यांसारख्या गोष्टींचे प्रभारी होते.

17.तंत्रज्ञानाचा वापर :

तंत्रज्ञानाचा सुरुवातीच्या वापरकर्त्यांमध्ये प्राचीन भारतीय व्यापार केंद्राचा समावेश होता, जे वाहतुकीसाठी बैलगाड्या आणि बोटी तसेच दळण्यासाठी पवन व पाण्याची ऊर्जा वापरत असत.

18. शहरी नियोजन:

प्राचीन भारतातील अनेक व्यापार केंद्रांमध्ये उत्कृष्ट नियोजन आणि संघटना होती. ज्यामध्ये रस्ते, बाजारपेठा आणि निवासी क्षेत्रे एका ग्रिडमध्ये बांधली गेली होती. उदाहरणार्थ, सिंधू संस्कृतीच्या मोहोंजोदारो शहरात सार्वजनिक इमारती, धान्य कोठारे आणि प्रगत ड्रेनेज सिस्टिमसह एक सुव्यवस्थित ग्रिड लेआउट होता.

19. शिक्षणाचे महत्त्व:

प्राचीन भारतीय वाणिज्य केंद्रे शिक्षणाला खूप महत्त्व देत असत. यांपैकी अनेक केंद्रामध्ये विद्यापीठे आणि इतर शिक्षणसंस्था होत्या. उदा., आधुनिक काळातील बिहारमधील नालंदा हे एक महत्त्वाचे बौद्ध शिक्षण केंद्र होते. जे जगभरातील संशोधकांना आकर्षित करत असे.

- **व्यापार मार्ग आणि नेटवर्क**

(अ)जमीन व्यापार मार्ग :

1.उत्तर पथ (उत्तर मार्ग) – तक्षशिला ते पाटलीपुत्र, त्यानंतर बंगाल आणि त्या पलीकडे विस्तारलेला, खैबर खिंडीतून मध्य आशियाशी जोडलेला. कापड, मसाले, हस्तिदंत, घोडे आणि मौल्यवान दगड वाहून नेले जात होते.

2.दक्षिण पथ (दक्षिण मार्ग) – मगध (बिहार) ते प्रतिष्ठान (महाराष्ट्रातील पैठण) आणि दक्षिणेकडील बंदरांपर्यंत जोडलेला. कापूस, धान्य व मिठाच्या अंतर्गत व्यापारासाठी महत्त्वाचे.

3.रेशीम मार्ग – भारताने चीन आणि भूमध्य समुद्रामधील पूल म्हणून काम केले. रेशीम, बौद्ध धर्मग्रंथ, मसाले आणि औषधी वनस्पती वाहून नेल्या जात होत्या. मथुरा, वाराणसी आणि उज्जैन यांसारखी शहरे महत्त्वाची जंक्शन होती.

(ब) सागरी व्यापार मार्ग :

1.पश्चिम सागरी मार्ग (अरबी समुद्र) – भरूच, सोपारा, मुझिरिस आणि बरीगाझा यांसारखी भारतीय बंदरे पर्शिया, अरब, पूर्व आफ्रिका, रोमन साम्राज्य.

2. पूर्व सागरी मार्ग (बंगालचा उपसागर) – ताम्रलिप्ता, कावेरीपट्टिनम, अरिकामेडू यांना जोडलेले: श्रीलंका, आग्नेय आशिया (म्यानमार, थायलंड, इंडोनेशिया), चीन.

3. नदीकाठचे व्यापार मार्ग : गंगा, यमुना, गोदावरी आणि कृष्णा यांसारख्या प्रमुख नद्या वाहतूक धमन्या म्हणून काम करत होत्या. माल आतील भागात नेण्यासाठी बोटी आणि तराफ्यांचा वापर केला जात असे. अंतर्गत शहरे आणि किनारी बंदरांमध्ये व्यापार सक्षम झाला.

<u>प्राचीन व्यापारी केंद्रे :</u>

1.पाटलीपुत्र : राजकीय आणि व्यापारी राजधानी.

2.तक्षशिला : मध्य आशियाई व्यापारात प्रवेश.

3.भरूच आणि मुझिरी : रोमन संबंध

4.कांचीपूरम आणि मदुराई : दक्षिणेकडील कापड आणि मसाल्यांचा व्यापार.

5. ताम्रलिप्त: आग्नेय आशियाचे प्रवेशद्वार.

<u>व्यापारी नेटवर्कचा प्रभाव :</u>

1.सांस्कृतिक देवाण-घेवाण : बौद्ध धर्माचा प्रसार व्यापार मार्गांनी झाला.

2.शहरी विकास : व्यापारामुळे शहरे आणि बंदराच्या वाढीला चालना मिळाली.

3.आर्थिक समृद्धी : साम्राज्यांना सीमाशुल्क आणि व्यापार करांद्वारे महसूल मिळाला.

4.राजनैतिक संबंध: भारताने रोमन, चिनी आणि आग्नेय आशियाई राज्यांशी संबंध विकसित केले.

- **<u>व्यापार आणि सांस्कृतिक देवाण-घेवाण</u>**

प्राचीन भारतातील व्यापार आणि सांस्कृतिक देवाण-घेवाणीचा व्यापक आढावा, ज्याने केवळ अर्थव्यवस्थेलाच नव्हे तर जागतिक सांस्कृतिक शक्ती म्हणून भारताची भूमिकादेखील आकारली.

1.व्यापार आणि संस्कृतीचे परस्पर जोडलेले स्वरूप :

व्यापार हा केवळ आर्थिक क्रियाकलाप नव्हता तर तो सांस्कृतिक राजनैतिकतेचे एक माध्यम होता. व्यापारी, कारागीर, यात्रेकरू आणि विद्वान अनेकदा एकत्र प्रवास करत असत. त्यामुळे परस्पर सांस्कृतिक समृद्धी शक्य झाली. बाजारपेठा अशी केंद्रे बनली जेथे भाषा, कला, धर्म आणि रीतिरिवाज सामाईक केले जात होते.

2.आंतरराष्ट्रीय व्यापाराचा सांस्कृतिक प्रभाव :

अ)आग्नेय आशियासह:

भारतीय संस्कृतीचा इंडोनेशिया, थायलंड, कम्बोडिया आणि व्हिएतनाम यांसारख्या प्रदेशांवर खोलवर प्रभाव पडला. हिंदू आणि बौद्ध धर्म, संस्कृत भाषा, भारतीय लिपी आणि मंदिर वास्तुकला यांचा प्रसार अंगकोर वाट आणि बोराबुदूर यांसारखी शहरे भारतीय धार्मिक प्रभावाचे प्रतिबिंबित करतात.

ब) मध्य आशिया आणि चीनसह :

रेशीम मार्गावरील व्यापारी आणि भिक्षूद्वारे बौद्ध धर्माचा प्रसार झाला. भारतीय औषध,खगोलशास्त्र आणि तत्त्वज्ञान या मार्गांनी प्रसारित झाले.

क)रोमन साम्राज्यासह :

भारतीय मसाले, कापड आणि रत्नजडित दगडांना जास्त मागणी होती. दक्षिण भारतात आढळणारे रोमन नाणी आणि अँफोरे (भांडे) मजबूत सांस्कृतिक देवाण-घेवाण सिद्ध करतात. रोमन फॅशनवर भारतीय कापूस आणि रंगविलेल्या कापडांचा प्रभाव होता.

3. कला आणि साहित्याची देवाण-घेवाण :

रामायण आणि महाभारत यांसारख्या भारतीय महाकाव्यांचे आग्नेय आशियाई संस्कृतीमध्ये भाषांतर व अवलंब करण्यात आले. आशियाच्या इतर भागात भारतीय शैलीतील शिल्पे, आकृतिबंध आणि शिलालेख दिसले. कापड विणकाम, हस्तिदंती कोरीवकाम आणि धातुकाम यांसारख्या हस्तकला परदेशात पसरल्या.

4.भाषा आणि लिपी प्रसार :

ब्राह्मी लिपी आणि संस्कृत शब्दसंग्रहाचा आग्नेय आशियातील स्थानिक भाषांवर प्रभाव पडला. श्रीलंका, जावा आणि थायलंडमध्ये आढळणारे भारतीय शिलालेख.

5.धार्मिक देवाण – घेवाण :

मिशनरी व्यापारी आणि भिक्षूद्वारे बौद्ध व हिंदू धर्म आशियामध्ये पसरला. परदेशात भारतीय शैलीतील मंदिरे आणि शिक्षण केंद्रे (नालंदा आणि तक्षशिला यांसारखी) स्थापन झाली. व्यापार समर्थित तीर्थयात्रांमुळे आंतरराष्ट्रीय नेटवर्क सक्षम झाले.

6. पाककृती आणि वनस्पती देवाण-घेवाण :

काळी मिरी, वेलची, हळद यांसारखे मसाले भारतातून रोम व चीनमध्ये गेले. केळी, ऊस आणि कापूस यांसारख्या वनस्पतींची इतर प्रदेशांमध्ये देवाण-घेवाण झाली.

7.बौद्धिक देवाण-घेवाण : भारतीय अंक, गणितीय कल्पना (शून्यसारख्या) आणि खगोलशास्त्रीय ज्ञान अरब व ग्रीक लोकांसोबत सामाईक केले गेले. अरबी अंकप्रणाली भारतीय मॉडेलवर आधारित आहे.

8.सांस्कृतिक सहिष्णुता आणि विश्वव्यवस्था :

मुझिरीस आणि भरूच यांसारखी प्राचीन बंदरे परदेशी वसाहती असलेली वैश्विक शहरे होती. ग्रीक, रोमन, अरब, पर्शियन आणि भारतीय समुदायाच्या सहअस्तित्वाने परस्पर आदर आणि सांस्कृतिक मोकळेपणा वाढविला.

- **<u>नवीन आर्थिक प्रणालीचा उदय – चलनाची उत्क्रांती</u>**

1.वस्तुविनिमय प्रणाली (चलनपूर्व अर्थव्यवस्था) :

नाण्यांपूर्वी लोक वस्तू व सेवांची थेट देवाण – घेवाण करत असत. उदा., धान्यासाठी साधनांची. ग्रामीण आणि आदिवासी भागात विशेषतः इ. स. पू. 600 पूर्वी सामान्य मर्यादा मूल्याचे सामान्य माप नसणे, संपत्ती साठविण्यात अडचण आणि विनिमयाचे कोणतेही मानक माध्यम नाही.

2.पैसा म्हणून वस्तूंचा उदय :

गुरे-ढोरे, मीठ, कौडीचे कवच आणि धातूचे तुकडे यांसारख्या वस्तुविनिमयाचे माध्यम म्हणून वापरल्या जात होत्या. या वस्तूंचे अंतर्गत मूल्य होते, ज्यामुळे सुरुवातीच्या पैशाची संकल्पना निर्माण झाली.

3. धातूच्या चलनाचा परिचय :

अ)पंच – चिन्हांकित नाणी (इ.स.पू. सहावे शतक – मौर्य काळ) :

भारतातील सर्वांत जुन्या नाण्यांपैकी चांदी व तांब्यापासून बनविलेले. एका बाजूला छिद्रित केलेल्या त्यांच्या चिन्हांसाठी नाव दिले गेले. मगधसारख्या जनपद आणि महाजन पदांनी प्रमाणित केले. व्यापार आणि करआकारणीसाठी मोठ्या प्रमाणात वापरले जाते.

ब) मौर्य काळ (इ.स. पू. 322185):

सम्राट चंद्रगुप्त मौर्य यांनी नाण्यांची संस्थात्मक स्थापना केली. अर्थशास्त्रात नाण्यांचे प्रकार आणि लक्ष्नाध्यक्ष (टंकशाळेचा अधीक्षक) यांच्या भूमिकेची चर्चा होती.

4.शाही नाणेव्यवस्था :

अ)कुशाण आणि इंडो-ग्रीक नाणी :

शासकांच्या प्रतिमा आणि द्विभाषिक शिलालेखांसह ग्रीक शैलीतील नाणी सादर केली (ग्रीक + प्राकृत). मध्य आशिया आणि रोमशी व्यापाराला चालना दिली.

ब)गुप्त नाणी (इ. स. पू. चौथे सहावे शतक) :

कलात्मक उत्कृष्टतेसाठी ओळखले जाणारी चित्रे आणि देवतांसह सोन्याचे दिनार समृद्धी व धार्मिक प्रतीकात्मकता प्रतिबिंबित करते.

5. प्रादेशिक आणि सल्तनत नाणी :

अ)दक्षिण भारतीय राजवंश :

चोल, चेर आणि पांड्य राजे सोने आणि तांब्यामध्ये नाणी तयार करतात. आग्नेय आशियाई सागरी व्यापारासाठी वापरला जातो.

ब)दिल्ली सल्तनत :

चांदीचा टंक आणि तांबे जितल सुरू केले. संस्कृतची जागा फारशी शिलालेखांनी घेतली. इस्लामिक सुलेखन आणि केंद्रीकृत टंकशाळेवर भर दिला.

6.मुघल चलनव्यवस्था :

सम्राट शेरशाह सुरी (15401545) यांचे प्रमाणित चलन, रुपया (चांदीचे नाणे) हे आधुनिक रुपयांचे मॉडेल बनले. धरण (तांबे) आणि मोहूर (सोन्याचे) नाणी. मुघलांनी एकसमान वजन आणि देशभर वापरासह हे सुधारित केले.

7.वसाहती संक्रमण आणि कागदी चलन :

ब्रिटिश ईस्ट इंडिया कंपनीने अठराव्या शतकात कागदी चलन सुरू केले. रुपया संपूर्ण भारतात विनिमयाचे प्रमाणित एकक बनला. सन 1935 मध्ये स्थापन झालेल्या रिझर्व्ह बँक ऑफ इंडियाने चलन जारी करण्याचे काम हाती घेतले.

8. आधुनिक डिजिटल अर्थव्यवस्था :

नाणी आणि नोटांपासून डिजिटल वॉलेट, यूपीआय आणि ऑनलाइन बँकिंगपर्यंत, उत्क्रांती आर्थिक केंद्रीकरण, जागतिकीकरण आणि तांत्रिक एकात्मता प्रतिबिंबित करते.

<u>चलन उत्क्रांतीचे परिणाम :</u>

1.लांब पल्ल्याचा व्यापार आणि करआकारणीला सुलभ केले.

2.बँकिंग आणि क्रेडिट सिस्टिमचा उदय सक्षम केला.

3.आर्थिक व्यवहारांमध्ये विश्वास निर्माण करण्यास मदत केली.

4.टांकसाळी नियंत्रणाद्वारे राजकीय सत्तेवर प्रभाव पाडला.

- **व्यापार केलेल्या वस्तूंचे प्रकार**

प्राचीन भारतात व्यापार केल्या जाणाऱ्या वस्तूंचे प्रकार, ज्यात देशांतर्गत आणि आंतरराष्ट्रीय व्यापार दोन्ही समाविष्ट आहेत.

1.कृषी उत्पादने :

धान्ये – तांदूळ, गहू, बार्ली, बाजरी हे स्थानिक व्यापारातून मुख्य घटक होते.

डाळी आणि तेलबिया – मसूर, मोहरी आणि तीळ तेल सामान्य होते.

ऊस आणि गूळ – स्थानिक आणि प्रादेशिक बाजारपेठेत गोड पदार्थांसाठी लोकप्रिय.

कापूस एक प्रमुख निर्यात उत्पादन विशेषतः बंगाल आणि गुजरातमधील – बारीक कापूस.

2.मसाले :

काळी मिरी, वेलची, हळद, लवंगा, दालचिनी आंतरराष्ट्रीय व्यापारात खूप मौल्यवान भारताला 'मसाल्यांचा देश' म्हणून ओळखले जात असे आणि ते रोम, अरबस्तान आणि आग्नेय आशियामध्ये निर्यात केले जात असे.

3.कापड आणि वस्त्रे :

कापूस आणि रेशीम कापडाची निर्यात मौल्यवान होती. विशेषतः बंगालमधील मलमल आणि वाराणसीमधील रेशीम, रंगीत, भरतकाम केलेले आणि नक्षीदार कपडे भारत व परदेशात विकले जात होते.

4.धातू आणि खनिजे:

सोने, चांदी, तांबे, लोखंड, कथील आणि शिसे हे कच्चा माल किंवा तयार साधने व दागिने म्हणून विकले जात होते. आग्नेय आशियात भारतातील लोखंडी अवजारे आणि शस्त्रे मागणीत होती.

5.मौल्यवान आणि अर्ध-मौल्यवान दगड :

भारताने हिरे, नीलमणी, माणिक आणि मोती निर्यात केले. विशेषतः गोलकोंडा आणि मदुराईसारख्या प्रदेशातून. या वस्तू रोमन आणि पर्शियन बाजारपेठेत लोकप्रिय होत्या.

6.हस्तकला आणि कलाकृती :

हस्तिदंताचे कोरीव काम, लाकडी खेळणी, मातीची भांडी आणि कांस्य पुतळे हे लोकप्रिय घरगुती आणि निर्यात वस्तू होत्या. मथुरा, कांचीपुरम आणि उज्जैन यांसारखे प्रदेश हस्तकला उत्कृष्टतेची केंद्रे होती.

7.पशुधन आणि प्राणी उत्पादने :

घोडे आयात केले जात होते. विशेषतः मध्य आशिया आणि अरबस्तानामधून भारताने हत्ती, बैल, चामडे आणि हस्तिदंती उत्पादने निर्यात केली.

8.औषधे आणि औषधी वनस्पती :

औषधी वनस्पती आणि आयुर्वेदिक तयारी (उदा., हिंग, कडुनिंब, चंदन, कोरफड) निर्यात केली जात होती. व्यापारी या वस्तू मध्य पूर्व आणि आग्नेय आशियात घेऊन जात होते.

9.विलासिता आणि धार्मिक वस्तू :

धूप, अत्तरे, चंदन, शंख, मंदिरातील कलाकृती आणि हस्तलिखिते यांचा व्यापार होत असे. या वस्तू बहुतेकदा मंदिरे आणि श्रीमंत घराण्यांकडून खरेदी केल्या जात असत.

10.विविध वस्तू :

मीठ, मासे, मध, वाइन आणि नीळ, रंग हे दोन्ही स्थानिक पातळीवर वापरले जात होते आणि व्यापार केले जात होते. मध्ययुगीन आणि वसाहतवादी काळात नीळ ही युरोपला मोठी निर्यात होती.

- **व्यापारी आणि व्यापाऱ्यांची भूमिका :**

व्यापारी ही एक व्यक्ती किंवा व्यावसायिक संस्था आहे, जी ग्राहकांना किंवा इतर व्यवसायांना वस्तू किंवा सेवांच्या व्यापारात गुंतलेली असते. उत्पादक आणि ग्राहकांमध्ये मध्यस्थ म्हणून काम करून व्यापारी पुरवठा साखळीत महत्त्वाची भूमिका बजावतात.ते किरकोळ आणि घाऊक विक्रेत्यांपासून ते ऑनलाइन बाजारपेठापर्यंत आणि सेवाकेंद्रित व्यवसायापर्यंत विविध क्षमता आणि उद्योगांमध्ये काम करू शकतात.

1.वस्तू आणि सेवांची विक्री :

(अ) किरकोळ व्यापारी भौतिक स्टोअर्स, ऑनलाइन प्लॅटफॉर्म किंवा दोन्हींद्वारे अंतिम ग्राहकांना थेट तयार उत्पादने विकणे.

(ब) घाऊक व्यापारी – उत्पादकाकडून मोठ्या प्रमाणात वस्तू खरेदी करणे आणि किरकोळ विक्रेत्यांना किंवा इतर व्यवसायांना कमी प्रमाणात विकणे.

2.इन्व्हेंटरी व्यवस्थापन :

जास्त साठा न करता ग्राहकांची मागणी पूर्ण करण्यासाठी पुरेसा स्टॉक पातळी राखण्यासाठी व्यापाऱ्यांची जबाबदारी असते. कार्यक्षम इन्व्हेंटरी व्यवस्थापन उत्पादनाची उपलब्धता सुनिश्चित करते आणि स्टॉकआउट किंवा जास्त इन्व्हेंटरीचा धोका कमी करते.

3.ग्राहक सेवा :

ग्राहकांचे समाधान आणि निष्ठा सुनिश्चित करण्यासाठी उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करणे. चौकशी, परतावा, देवाण-घेवाण आणि तक्रारी प्रभावीपणे हाताळणे.

4.विपणन आणि विक्री :

ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि टिकवून ठेवण्यासाठी विपणन धोरणे विकसित करणे आणि अमलात आणणे. जाहिराती आणि विक्री मोहिमांद्वारे उत्पादनाचा प्रचार करणे.

5.आर्थिक व्यवहार :

विक्री, पेमेंट आणि परतफेड यांसह आर्थिक व्यवहारांचे व्यवस्थापन करणे. सुरक्षित आणि कार्यक्षम पेमेंट प्रक्रिया पद्धती सुनिश्चित करणे.

6.स्थानिक आणि दूरच्या व्यापाराच्या सुविधा देणारे :

व्यापारी ग्रामीण उत्पादकांना शहरी ग्राहकांशी आणि भारतीय वस्तू परदेशी बाजारपेठांशी जोडत होते. ते जमीन आणि समुद्रमार्गे तसेच अनेकदा जहाजांवरून प्रवास करत असत. रोम, चीन व आग्नेय आशिया यांसारख्या दूरच्या राज्यांपर्यंत माल पोहोचतो याची खात्री करत असत.

7.आर्थिक एकात्मतेचे प्रवर्तक :

प्रदेशामध्ये वस्तूंचे प्रसारण करून व्यापाऱ्यांनी विविध आर्थिक क्षेत्रांना एकत्र करण्यास मदत केली. व्यापारी क्रियाकलापामुळे शहरे, गावे आणि बंदरामधील बाजारपेठा आर्थिक जीवनरेखा बनल्या आहेत.

8.गिल्ड्सचे (श्रेणी) सदस्य :

व्यापारी आणि कारागिरांनी गिल्ड्स तयार केले. ज्या व्यापार पद्धती, गुणवत्ता नियंत्रण, किमती आणि परस्पर कल्याणाचे नियमन करत असत. गिल्ड्स बँका म्हणूनही काम करत असत. पैसे कर्ज देत असत आणि पायाभूत सुविधांमध्ये गुंतवणूक करत असत.

9.कर योगदानकर्ते आणि महसूल निर्माण करणे :

व्यापारी सीमाशुल्क, टोल आणि व्यापार कर भरत असत, जे राज्याच्या महसुलासाठी महत्त्वाचे होते. अर्थशास्त्रासारख्या प्राचीन ग्रंथामध्ये व्यापाऱ्यांसाठी संरचित करप्रणालीचा उल्लेख आहे.

10.सांस्कृतिक राजदूत:

व्यापार करताना व्यापाऱ्यांनी भाषा, धर्म, लिपी, कला आणि रीतिरिवाज परदेशात नेले. भारतीय बौद्ध व्यापाऱ्यांनी मध्य आशिया, श्रीलंका आणि आग्नेय आशियामध्ये बौद्ध धर्माचा प्रसार करण्यास मदत केली.

11.पायाभूत सुविधांचे निर्माते :

श्रीमंत व्यापाऱ्यांनी व्यापार मार्गावरील विश्रामगृहे, मंदिरे, पाण्याच्या टाक्या आणि शाळांना निधी दिला. त्यांच्या परोपकाराने व्यापार आणि समुदाय कल्याण दोन्हीला पाठिंबा दिला आहे.

12.वाणिज्य आणि चलनातील नवोन्मेषक :

व्यापाऱ्यांनी नाणी आणि लेखा पद्धतीचा वापर सुलभ केला. ज्यामुळे आर्थिक कार्यक्षमता वाढली. काहींनी कर्ज आणि विम्याचे प्रारंभिक प्रकार विकसित केले.

13.व्यापार मागांचे देखभाल करणारे :

व्यापाऱ्यांनी स्थानिक शासकांशी सहकार्य करून जमीन आणि समुद्री मार्गांची देखभाल व सुरक्षितता सुनिश्चित केली. त्यांनी जहाजांसाठी रक्षकदेखील नियुक्त केले. व्यापार युती तयार केली.

14. शहरीकरणात भूमिका : व्यापारामुळे आर्थिक क्रियाकलाप निर्माण झाले. ज्यामुळे शहरे, बाजारपेठा, बंदरे आणि चौकाभोवती वाढण्यास मदत झाली. तक्षशिला, उज्जैन, पाटलीपुत्र आणि मदुराई यांसारखी शहरे व्यापाऱ्यांच्या उपस्थितीमुळे भरभराटीला आली. ,

- **<u>व्यापारी आणि व्यापाऱ्यांचे प्रकार :</u>**

1.किरकोळ व्यापारी :

अ)विटांची दुकाने :

डिपार्टमेंट स्टोअर्स, सुपरमार्केट आणि विशेष दुकाने यांसारख्या ग्राहकांना थेट वस्तू विकणारी भौतिक दुकाने होती.

ब) ऑनलाइन किरकोळ विक्रेते:

ॲमेझॉन, eBay यांसारखे ई-कॉमर्स प्लॅटफॉर्म आणि वैयक्तिक ऑनलाइन स्टोअर्स आहे.

2.घाऊक व्यापारी :

किरकोळ विक्रेते किंवा इतर व्यवसायांना विकण्यासाठी उत्पादकांकडून मोठ्या प्रमाणात वस्तू खरेदी करणारे व्यवसाय. उदा., गुदाम क्लब आणि वितरण कंपन्या समाविष्ट.

3. सेवा व्यापारी :

भौतिक वस्तूंऐवजी सेवा प्रदान करणारे. उदा., रेस्टॉरंट्स, हॉटेल्स आणि व्यावसायिक सेवा प्रदाते (वकील, सल्लागार).

4. व्यापारी :

आंतरराष्ट्रीय व्यापारात अनेकदा नफ्यासाठी वस्तू खरेदी आणि विक्री करण्यात गुंतलेले व्यक्ती किंवा व्यवसाय.

- **व्यापारी आणि व्यापाऱ्यांचे महत्त्व :**

1.आर्थिक योगदान :

व्यापारी रोजगार निर्माण करून, महसूल निर्माण करून आणि व्यापार वाणिज्य यास उत्तेजन देऊन अर्थव्यवस्थेत महत्त्वपूर्ण योगदान देतात.

2.पुरवठा साखळी कार्यक्षमता :

मध्यस्थ म्हणून काम करून, व्यापारी उत्पादकांकडून ग्राहकांपर्यंत वस्तूंचा सुरळीत प्रवाह सुलभ करतात. बाजारपेठ उपलब्धता आणि सुलभता सुनिश्चित करतात.

3. ग्राहक प्रवेश :

व्यापारी ग्राहकांना उत्पादने व सेवा सुलभ बनवितात. अनेकदा विविध पर्याय आणि स्पर्धात्मक किंमत प्रदान करतात.

4.नवोपक्रम आणि कल :

व्यापारी बाजारात नवीन उत्पादने आणि कल सादर करण्यात भूमिका बजावतात. ग्राहकांच्या वर्तनावर आणि पसंतीवर परिणाम करतात.

- **व्यापारी आणि व्यापाऱ्याची आव्हाने :**

1.बाजार स्पर्धा :

उच्च स्पर्धा नफ्याच्या मार्जिन आणि बाजारातील वाटा यावर परिणाम करू शकते. त्यामुळे व्यापाऱ्यांना सतत नवोन्मेष आणि सुधारणा करणे गरजेचे असते.

2.ग्राहकांच्या पसंतीमध्ये बदल :

मागणी पूर्ण करण्यासाठी आणि संबंधित राहण्यासाठी ग्राहकांच्या आवडी आणि कल यामध्ये बदल घडवून आणणे.

3. नियामक अनुपालन :

व्यापार, कर आणि ग्राहक संरक्षणाशी संबंधित विधी, नियम आणि अनुपालन आवश्यकतांचे नेव्हिगेट करणे.

4.तांत्रिक प्रगती :

इन्व्हेंटरी व्यवस्थापन, पेमेंट प्रक्रिया आणि ग्राहक सहभागासाठी तांत्रिक प्रगती आणि नवीन तंत्रज्ञान एकत्रित करणे.