

## उधानिकी उत्पादों की बाजार व्यस्था

प्रमोद

भा.कृ.अनु.प.— केद्रीय शुष्क क्षेत्र अनुसंधान संस्थान, जोधपुर

आज के वर्तमान परिपेक्ष में उधानिकी उत्पादों के विपणन का महत्व बहुत अधिक बढ़ गया है, आज किसानों को उधानिकी व्यवसाय स जुड़े रहने के लिए प्रत्येक व्यवसायिक गतिविधियों से गहरी तौर पर जुड़ा होना अत्यन्त ही आवश्यक है। आज के समय में उधानिकी बाजार के अनुरूप हो गयी है जिसमे किसानों द्वारा उत्पादित उधानिकी उत्पाद उपभोक्ताओं (ग्राहक) के पास किस माध्यम से पहुँचता है इसकी जानकारी होना बहुत जरूरी है।

बाजार में उधानिकी उपज का भाव मुख्य रूप से मांग तथा उसकी पूर्ति के ऊपर ही निर्भर करता है इसी के साथ उधानिकी बाजार के मध्यस्थों तथा अन्य संस्थाओं की उपस्थिति का भी उधानिकी उपज के भाव निर्धारण में बहुत ही महत्व की भूमिका होती है। भारत सरकार द्वारा अपनाये गए आर्थिक सुधारों तथा विश्व व्यापार संघठन द्वारा तैयार किये गए करार पर सहमति व्यक्त करने से वैश्विक स्तर पर उधानिकी उत्पादों की निकासी का रास्ता साफ हो गया है।

गुजरात की जलवायु में विविध परिस्थितियाँ शामिल हैं। सर्दियाँ 29 ° C और लगभग 12 ° C दिन के तापमान के साथ 100 प्रतिशत धूप वाले दिन और साफ रातों के साथ हल्की, सुखद और शुष्क होती हैं। ग्रीष्मकाल 49 ° C के आसपास दिन के तापमान के साथ अत्यधिक गर्म और शुष्क होता है और रात में 30 ° C से कम नहीं होता है। मानसून की बारिश तक आने वाले हफ्तों में तापमान ऊपर के समान होते हैं लेकिन उच्च आर्द्रता के साथ जो हवा को गर्म महसूस करते हैं। राहत जब जून के मध्य में मानसून का मौसम शुरू होता है। दिन का तापमान लगभग 35 ° C तक कम होता है, लेकिन आर्द्रता बहुत अधिक होती है और रातें लगभग 27 ° C होती हैं। इस मौसम में अधिकांश वर्षा होती है, और बारिश गंभीर बाढ़ का कारण बन सकती है। मानसून के मौसम में अक्सर सूखे डल जाता है। हालांकि ज्यादातर शुष्क है, यह उत्तर-पश्चिम में रेगिस्तान है, और भारी मानसून के मौसम के कारण दक्षिणी जिलों में गीला है।

बाजार चैनल जितने अधिक होंगे उतना ही लाभ कम मिलेगा इसलिए हमेसा यह ध्यान रखना चाहिए की चैनल कम से कम हो, किसान को हमेसा ही यह सोचना चाहिए की अपना उत्पाद वो हमेसा ही सीधे ही ग्राहक को या मंडी में बड़े व्यापारी को ही बेचे.



### **उधानिकी बाजार से जुड़ी मुख्य समस्याएं**

#### **बाजार मध्यस्थ**

उधानिकी बाजार व्यवस्था में किसान तथा उपभोक्ताओं के बिच मध्यस्थ जरूरी तो होते हैं परन्तु अभी हाल में जो बाजार व्यवस्था है इसमें मध्यस्थों की संख्या जरूरत से बहुत अधिक है जिसके कारण किसानों से उपभोक्ताओं तक उधानिकी उत्पादों के पहुंचने तक उनकी कीमत में कई गुना वृद्धि हो जाती है, उपभोक्ता बाजार में जो भाव चुकाते हैं उसकी तुलना में किसानों को बहुत कम दाम मिलता है।

#### **कम लाभ**

किसी भी बाजार व्यवस्था में मध्यस्थों की सेवा लेना बहुत ही जरूरी होती है, परन्तु आज की परिस्थिति में तो ऐसा प्रतीत होता है की वो अपनी सेवाओं की तुलना में अधिक लाभ प्राप्त कर रहे हैं, जो की बहुत ही गलत है। इस विषय में किये गए अनुसन्धान से ये जानकारी सामने आयी है की ग्राहक द्वारा खर्च किये गए धन का मात्र 40-50% हिस्सा ही किसान को प्राप्त होता है बाकि के 50-60% बाजार खर्च तथा मध्यस्थों के लाभ में चले जाते हैं इसे कम करने की बहुत ही आवश्यकता है।

#### **मुलभुत सुविधाओं का आभाव**

कई गांवों में आज भी मुलभुत सुविधाओं जैसे – परिवहन, वेयर हॉउस आदि सेवाओं का सर्वथा आभाव है अथवा उनमे कई प्रकार की कमियां हैं।

#### **उधानिकी बाजार भाव निर्धारण नीति में खामी**

आज उधानिकी बाजार में जो उपज की भाव निर्धारित करने की जो व्यवस्था है वो खामियों वाली है आज भी नियंत्रित बाजारों में उधानिकी जिसों की सही प्रकार से नीलामी नहीं होती है। कई बाजारों में तो व्यापारी आपस में मिलकर उधानिकी उत्पादों का भाव निर्धारित कर के किसानों को उचित भाव को नहीं मिलने देते हैं। कई बाजारों में तो खुली नीलामी भी नहीं होती है।

#### **उधानिकी उत्पादों की ग्रेडिंग**

किसानों में अपने उधानिकी उत्पादों को सही प्रकार से ग्रेडिंग करने की प्रवृत्ति नहीं है इससे भी उनको बहुत नुकसान उठाना पड़ता है और बाजार में उचित कीमत नहीं मिल पाती है।

#### **विपणन**

अभी हाल ही में कई ऐसी उधानिकी फसलें किसानों द्वारा पसंद की जाने लगी हैं किसान इस प्रकार की फसलों को तैयार तो कर लेते हैं मगर विपणन की विधि उसे नहीं आती है।

#### **कीमत चुकाने में खामियां**

बाजार में भी किसान को उसके उत्पादों की कीमत चुकाने में कई खामियां देखने को मिलती हैं व्यापारी किसानों को उनकी उपज का दाम तुरंत नहीं देते हैं अथवा बहुत बाद में देते हैं तथा उसका ब्याज भी नहीं चुकता है। जिससे अन्ततः किसान को ही नुकसान उठाना पड़ता है।

### **ऋण व्यवस्था**

किसानों के लिए ऋण की सरल व्यवस्था होनी बहुत ही जरूरी है। प्रायः देखा गया है की ग्रामीण क्षेत्रों के किसान तुरंत ऋण लेने के लिए व्यापारी के पास ही जाते हैं जिससे इन किसानों को अपने उधानिकी उपज को उसी व्यापारी के पास ही बेचने की मजबूरी बन जाती है जिससे किसान की विक्रय शक्ति में कमी आती है।

### **सहकारी बाजारों का विकास**

उधानिकी उत्पादन को देखते हुए आज भी हमारे यहाँ पर पूरी संख्या में सहकारी बाजारों का विकास नहीं हुआ है। कई स्थानों पर इस प्रकार के सहकारी बाजारों का प्रयास निष्फल हुआ है अतः इन समस्याओं को हमारी व्यवस्था से दूर करने की बहुत अधिक जरूरत है।

### **उधानिकी उत्पादों से अधिक लाभ प्राप्त करने के लिए किसान क्या करें**

- अपने उत्पादों को उनके प्रकार के अनुसार अलग-अलग समूहों में रखकर साफ करके उधानिकी बाजार में ले जाना चाहिए।
- सदैव फसल की अलग-अलग किस्मों को अलग-अलग समूह बना करके बेचने के लिए ले जाना चाहिए।
- उत्पाद को उनकी गुणवत्ता के अनुसार ग्रेडिंग करके रखना व बेचने के लिए ले जाना चाहिए।
- किसान को अपने उत्पादों को बाजार में बेचने के लिए ले जाने से पूर्व क्षेत्र के अलग-अलग बाजारों में चलने वाले भावों की सम्पूर्ण जानकारी होनी चाहिए।

### **उधानिकी उत्पादों की आकर्षक पैकिंग**

उधानिकी उत्पादों को उधानिकी बाजार में ले जाने से पूर्व उनका सही प्रकर से वजन करना चाहिए तथा उनको अच्छे ठेलों/डिब्बों में पैक करके आकर्षक बनाकर ले जाने से उपभोक्ताओं की नजर में वो उत्पाद अधिक आता है तथा उनके अच्छे दाम मिलते हैं। अच्छे दाम प्राप्त करने में अच्छी पैकिंग का बहुत महत्व है।

### **ऑफ सीजन में उधानिकी उत्पादों का विक्रय**

फसल तैयार होने के तुरंत बाद अपने उत्पादों को नहीं बेचना चाहिए बल्कि बाजार पर नजर रख कर अपने उधानिकी उत्पादों को बेचने के लिए ले जाना चाहिए। किसानों के पास यदि संग्रह करने की अनुकूलता हो तो उसे अपने उधानिकी उत्पादों को कुछ समय तक संग्रहित करके ऑफ सीजन में अच्छे दाम प्राप्त हो सकते हैं।

### **सामूहिक तौर पर उधानिकी उत्पादों का विक्रय**

किसान कई बार व्यक्तिगत रूप में उधानिकी उत्पादों का विक्रय करके अधिक लाभ नहीं ले सकते हैं ऐसी दशा में उनको सामूहिक तौर पर अपने उत्पादों को बेचने का प्रयास करना चाहिए। उनको सहकारी मंडल का निर्माण करना व उनके मार्फत उधानिकी उत्पादों का विक्रय करना चाहिए। जब नियन्त्रित उधानिकी बाजारों में उधानिकी उत्पादों की बिक्री करें तो हमेशा बिक्री की रसीद लेनी चाहिए। साथ ही साथ ध्यान रखना चाहिए की बाजार में सही प्रकर से उधानिकी उत्पादों की नीलामी हो रही है या नहीं। यदि नियम के अनुसार काम नहीं हो रहा है तो उचित स्थान पर शिकायत करनी चाहिए।

### **उन्नत किस्मों की बुवाई**

हमेशा अच्छे दाम प्राप्त करने के लिए उन्नत किस्मों के बीज की बुवाई करनी चाहिए।

### जैविक खेती

उपभोक्ताओं की नई पसंद के अनुसार जैविक खेती (ऑर्गेनिक) को अपनाना संभव हो तो उसे अपनाना चाहिए। इस हेतु किसानों को अलग-अलग प्रकार के प्रशिक्षण भी लेकर अपनी क्षमता को बढ़ाना चाहिए। अभी हल के समय में बड़े-बड़े माल, बाजारों में ऑर्गेनिक उत्पादों का अधिक मात्रा में क्रय-विक्रय होता है। आज के समय में माध्यम और उच्च वर्ग के लोग इस प्रकार के उधानिकी उत्पादों को खरीदना पसंद करते हैं। बड़े किसान ऑर्गेनिक उत्पादों में अपनी स्वयं की “ब्रांड इमेज” बना सकते हैं।

### उधानिकी प्रसंस्करण

किसानों को उधानिकी उत्पादों का स्थानीय स्तर पर प्रसंस्करण करके मूल्य वृद्धि का लाभ उठाना चाहिए। उदाहरण के लिए छोटी तेल मिल अथवा दाल मिल स्थापित करके अपने अपने गांव में अधिक से अधिक आवक के लिए प्रयास करने चाहिए।

### किसान समूहों का निर्माण

किसानों को यह पता चले कि दूर शहर में उसके उत्पाद बेचने से अच्छे दाम मिलेंगे मगर वहां तक अपने माल को पहुँचाना उसे आर्थिक रूप से सही नहीं लगता है तो ऐसी स्थिति में किसान समूहों का निर्माण करके अपने उत्पादों को एक साथ बेच कर अधिक मुनाफा कमा सकते हैं।

### वैश्वीक विपणन

आज के वैश्वीकरण के युग में जब सरे विश्व के उधानिकी बाजार खुले हैं ऐसी स्थिति में किसान भी अपने उधानिकी उत्पादों को दुनियां के इन उधानिकी बाजारों में बेचने के बारे में सोच सकता है मगर इस हेतु उसे अपने उत्पादों की गुणवत्ता के बारे में बहुत ही सजग रहना होगा तथा इस प्रक्रियां में दक्षता प्राप्त करनी होगी।

### डाइरेक्ट मार्केटिंग

किसानों को जहां तक संभव हो वाहन तक ‘डाइरेक्ट मार्केटिंग’ (सीधे विपणन) द्वारा अधिक से अधिक लाभ उठाना चाहिए।



### क्या है राष्ट्रीय उधानिकी बाजार (NAM) ?

राष्ट्रीय उधानिकी बाजार (एनएएम या NAM) एक राष्ट्रीय स्तर का इलेक्ट्रॉनिक पोर्टल आधारित बाजार है, जिसे भारत सरकार के उधानिकी मंत्रालय ने विकसित किया है।

इसका उद्देश्य देश के विभिन्न राज्यों में स्थित उधानिकी उपज मंडी को इन्टरनेट के माध्यम से जोड़कर एकीकृत राष्ट्रीय उधानिकी उपज बाजार (NAM) बनाना है। एनएएम के पीछे स्थानीय उधानिकी उपज मंडी समिति रहेगी।

### क्या है राष्ट्रीय उधानिकी बाजार (NAM) का लक्ष्य?

राष्ट्रीय उधानिकी बाजार (NAM) का लक्ष्य यह है कि पूरा देश एक मण्डी क्षेत्र बने. अगर अलीगढ़ का कोई किसान अपनी उधानिकी उपज हरियाणा के हिसार में बेचना चाहे तो उधानिकी उपज को लाने-ले जाने तथा विपणन आसानी से व कम समय में हो.

इसका सीधा लाभ किसानों, व्यापारियों और ग्राहकों को मिलेगा. बड़े पैमाने पर उधानिकी उत्पाद का व्यापार किसानों को उनकी उपज का बेहतर दाम देगा, वहीं व्यापारियों को भी कारोबार के अधिक मौके मिलेंगे.

किसान और व्यापारियों के बीच के इस कारोबार में स्थानीय उधानिकी उपज मण्डी के हित को कोई नुकसान नहीं पहुंचेगा, क्योंकि पूरा व्यापार उसके माध्यम से ही होगा.

### NAM कैसे करेगा काम?

इस समय किसान अपनी उपज को स्थानीय उधानिकी मंडी में ले जाते हैं, जहां कारोबारी उनके उधानिकी उत्पाद खरीदते हैं. एनएएम से जुड़ने के बाद कोई भी उधानिकी उपज मण्डी राष्ट्रीय व्यापार नेटवर्क में भाग ले सकती है.

किसान जब स्थानीय स्तर पर अपने उत्पाद बेचने के लिए मण्डी में लाएंगे तो उन्हें स्थानीय व्यापारियों के साथ-साथ इंटरनेट के माध्यम से देश के अन्य राज्यों में स्थित व्यापारियों को भी अपने माल बेचने का विकल्प मिलेगा.

ऐसे में किसानों को जहां अपनी उपज का बेहतर भाव मिलेगा, किसान वहां बेचने के लिए स्वतंत्र होंगे.

### किसी राज्य की उधानिकी उपज मंडी को राष्ट्रीय उधानिकी बाजार से जोड़ने के लिए कुछ शर्तें हैं:

- राज्य मंडी अधिनियम में इंटरनेट के माध्यम से व्यापार का प्रावधान होना चाहिए.
- राज्य मंडी अधिनियम में भारत के अन्य राज्यों के व्यापारियों को लाइसेंस देने का प्रावधान होना चाहिए, जिससे कि वे किसी भी मंडी में एनएएम के माध्यम से उधानिकी व्यापार प्रक्रिया में भाग ले सकें.
- मंडी अधिनियम में यह प्रावधान भी होना चाहिए कि केवल एक लाइसेंस लेकर व्यापारी प्रदेश की सभी मंडी में व्यापार कर सकता है. इसमें मंडी शुल्क एक स्थान पर अदा किये जाने की व्यवस्था होनी चाहिए

### सारांश

अतः किसान भाई इस विषय में जागृत होकर विपणन की सही प्रक्रियाएं अपनाकर अपने उत्पादों को सही तरीके से बेच कर अधिक से अधिक आर्थिक लाभ प्राप्त कर सकते हैं।