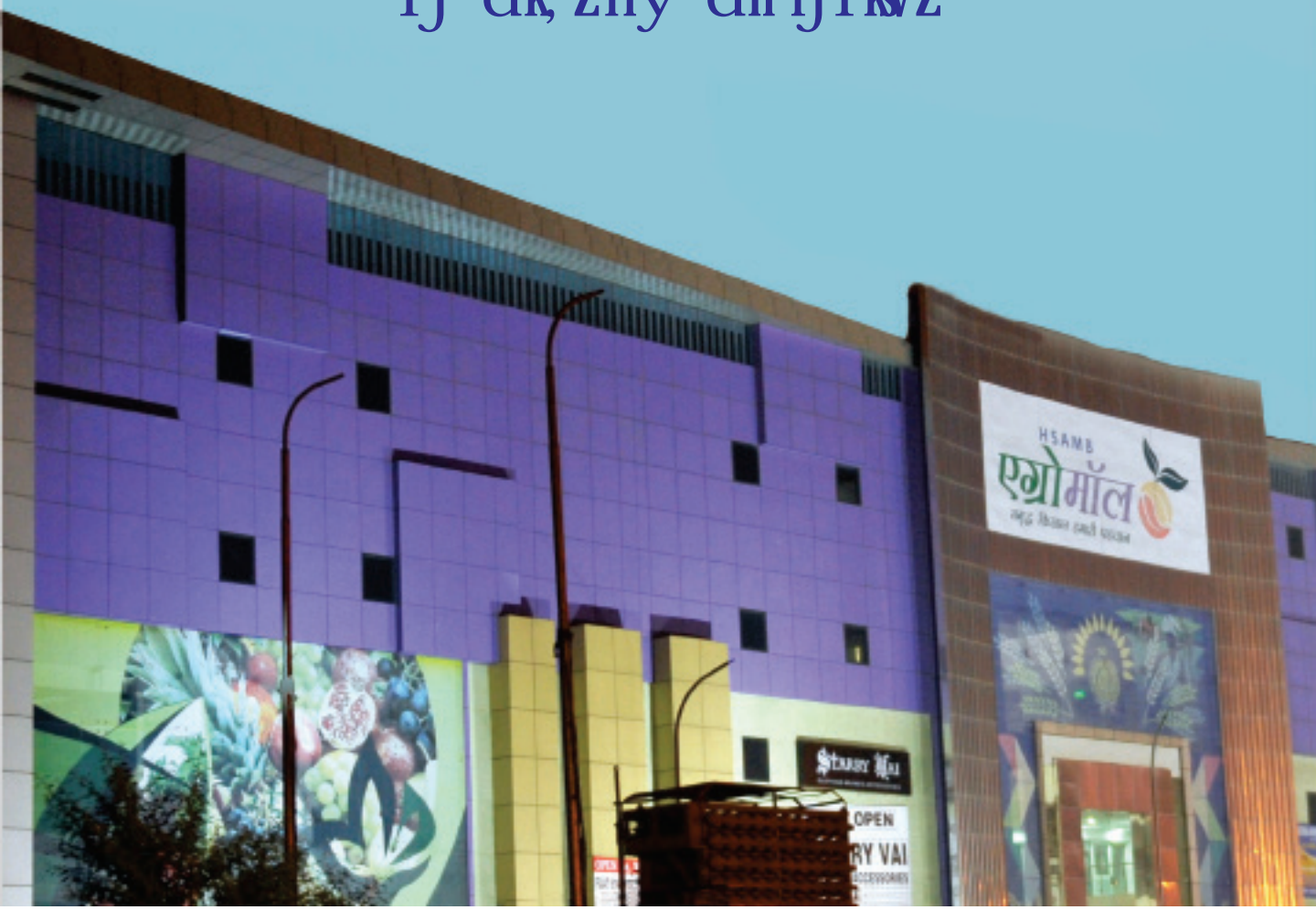




gfj ; k lk esfdl kuka  
 dk  
 ckt kj l sl Ei dZ  
 ij dk Zny dh fj i kZ



gfj ; k lk fdl ku vk, kx  
 gfj ; k lk l j dkj



# हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क पर कार्य दल की रिपोर्ट

2014



हरियाणा किसान आयोग  
हरियाणा सरकार

हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क पर  
कार्य दल की रिपोर्ट  
हरियाणा किसान आयोग द्वारा प्रकाशित

© 2014

प्रकाशित प्रतियों की संख्या :1000

बिक्री के लिए नहीं, केवल अधिकारिक उपयोग के लिए



# हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क पर कार्य दल की रिपोर्ट

अध्यक्ष

डॉ. रमेश चन्द

निदेशक

एनसीएपी, नई दिल्ली

सदस्य

डॉ. पी. एस. बिरथल

प्रधान वैज्ञानिक

एनसीएपी, नई दिल्ली

डॉ. एस. एस. सांगवान

प्राध्यापक, एसबीआई पीठ, सीआरआरआईडी, चंडीगढ़

पूर्व महाप्रबंधक (नाबार्ड)

डॉ. बी. एस. दुग्गल

प्रबंध निदेशक

एचएसएसडीसी, पंचकुला

डॉ. जे. एस. राणा

विपणन प्रबंधक

कृषको, हरियाणा

नोडल अधिकारी

डॉ. के. एन. राय

पूर्व प्राध्यापक एवं अध्यक्ष

कृषि अर्थशास्त्र विभाग, सीसीएस एचएयू, हिसार

वर्तमान परामर्शक, हरियाणा किसान आयोग

पंचकुला





**अध्यक्ष**

**हरियाणा किसान अयोग**

**अनाज मंडी, सैक्टर-20 पंचकूला**



## प्राक्कथन

कृषि खाद्योत्पादों और उनकी मांग में बहुत तेजी से बदलाव हो रहे हैं। अब देश में खाद्य पदार्थों के संसाधन, मूल्यवर्धन, भंडारण, विपणन तथा उनकी फुटकर बिक्री पर विशेष जोर दिया जा रहा है। जैसे-जैसे आमदनी बढ़ती जा रही है, वैसे-वैसे उपभोक्ता उत्पादों की गुणवत्ता और सुरक्षा के प्रति ज्यादा से ज्यादा जागरूक हो रहे हैं। सम्पन्न उपभोक्ता सुविधाजनक खाद्य पदार्थों की मांग कर रहे हैं और तत्काल खाने के लिए तैयार उत्पादों की सुरक्षा संबंधी आश्वासन के साथ-साथ उनकी विशेष मांग हो रही है। अब यह अनुभव किया जा रहा है कि खाद्य पदार्थों का संसाधन व मूल्यवर्धन दूसरी हरित क्रांति में मुख्य भूमिका निभायेंगे।

किसानों की आमदनी बढ़ाने में बाजार व्यवस्था का महत्व बढ़ने के बावजूद विकास संबंधी ज्यादातर पहलें इस कार्यक्रमों और नीतियों के अंतर्गत की गई हैं जिनसे उत्पादन में बढ़ोतरी हो, जबकि बाजार व्यवस्था पर बहुत कम जोर दिया गया है। राज्य में कृषि उपज का अधिकांश भाग परंपरागत बाजार व्यवस्था के चैनलों के माध्यम से गुजरता है जिसमें बिचौलियों का प्रभुत्व है। वर्ष 2002 में कम्पनी अधिनियम में सुधार किए गए जिससे उत्पादक कंपनियों के निर्माण का रास्ता खुला, लेकिन आज भी उत्पादक कंपनियों का अस्तित्व नहीं के बराबर है। ठेके पर खेती किसानों को बाजार व्यवस्था से जोड़ने का एक नया मॉडल है, लेकिन यह भी अभी जमीनी स्तर पर व्यापक नहीं हो पाया है। ऐसी ही स्थिति आधुनिक फुटकर मूल्य श्रृंखला वाले भंडारों की है। फुटकर श्रृंखलाओं द्वारा जिस प्रमुख समस्या का सामना किया जा रहा है, वह है छोटे और सीमांत किसानों के द्वारा उत्पन्न उत्पादों की प्रमुखता का होना। अब समय की मांग है कि इन बाधाओं को दूर करने के लिए विपणन या बाजार व्यवस्था पर ज्यादा से ज्यादा बल दिया जाए।

किसानों का बाजार से सम्पर्क बनाने की संकल्पना में दीर्घवधि व्यापार संबंधों के विकास की जरूरत है, न कि समय-समय पर माल की बिक्री के लिए सहायता देने की। आरंभ में राज्य में कृषि विस्तार से जुड़ी एजेंसियां किसानों को संभावित खरीदारों से मिलाने और किसानों के साथ उनकी बैठकें आयोजित करने में मददगार साबित हो सकती हैं। छोटे व्यापारी भी नए सप्लायरों को ढूँढ सकते हैं या मौजूद सप्लायरों को नए उन्नत उत्पाद विकसित करने की सलाह दे सकते हैं। इसके अलावा विशिष्ट उत्पादों के लिए बाजार की पहचान के लिए व्यापक दृष्टिकोण अपनाना होगा और किसानों को स्वयं सहायता समूहों या उत्पादक कंपनियों के रूप में संगठित करना होगा, ताकि बिचौलियों की लंबी श्रृंखला को यथासंभव कम किया जा सके और अर्थव्यवस्था का फायदा उठाया जा सके। ठेके पर खेती से बाजार व्यवस्था में विदेशी विशेषज्ञता का फायदा उठाने के अलावा बेहतर और स्थिर मूल्य सुनिश्चित करने में भी मदद मिल सकती है। किसानों को मंडियों के साथ जोड़ने के बहुत से फायदे हैं। इस रिपोर्ट में किसानों को बाजार के सम्पर्क में लाने के सभी पहलुओं पर विस्तार से अध्ययन किया गया है और यह राज्य में किसानों को फायदा पहुंचाने की दृष्टि से कृषि बाजार व्यवस्था की कार्य कुशलता को सुधारने में बहुत उपयोगी सिद्ध होगी।

कार्य दल के अध्यक्ष डॉ. रमेश चन्द तथा सदस्य, डॉ. पी.एस.बिर्थल, डॉ.एस.एस.सांगवान, डॉ.बी.एस.दुग्गल, डॉ.जे.एस.राणा और इसके साथ-साथ कार्य दल के नोडल अधिकारी डॉ.के.एन.राय अपने कठिन परिश्रम व समर्पण भावना के साथ 'हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क' पर कार्य दल की रिपोर्ट तैयार करने के लिए किए गए गंभीर प्रयासों के लिए बधाई के पात्र हैं। मैं इस संबंध में उनके सतत प्रयासों के लिए उन्हें बधाई देता हूँ। मुझे पूरा भरोसा है कि यह रिपोर्ट एक नया अध्याय सिद्ध होगी तथा 'मार्गदर्शन' प्रदान करेगी और इसके साथ ही हरियाणा में कृषि विपणन प्रणाली में क्रांति लाएगी। इस रिपोर्ट से किसान बाजार मूल्य खोजकर्ता की बजाय अपनी उपज के मूल्य निर्धारक बन सकेंगे।

मुझे पूरा विश्वास है कि स्टेकहोल्डर्स से हुई पारस्परिक चर्चा और कई खोजों से तैयार की गई यह रिपोर्ट कृषि बाजार व्यवस्था संबंधी अनुसंधान व विकास से जुड़े संगठनों/संस्थाओं के लिए बहुत उपयोगी सिद्ध होगी। इसी प्रकार यह कृषि विपणन या बाजार व्यवस्था में रूचि रखने वाले प्रशासकों, नीतिकारों, नीति-निर्माताओं, किसानों, उद्यमियों व अन्य स्टेकहोल्डर्स के लिए भी फायदेमंद होगी।

*राजेंद्र परोदा*

(आर.एस.परोदा)



## निदेशक

एनसीएपी, भा. कृ. अनु. प. एवं अध्यक्ष

हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क पर कार्य दल की रिपोर्ट



# आमुख

खेती से जुड़ी बाजार व्यवस्था हाल के वर्षों में सबसे अधिक महत्वपूर्ण नीतिगत मुद्दा बन गई है। इसके कई कारण हैं, जैसे : बाजार से जुड़ी संस्थाओं का विकास, इससे जुड़े नियम आदि तथा बुनियादी ढांचे आर्थिक क्रियाकलापों, प्रौद्योगिकी के अन्य क्षेत्रों में हुए परिवर्तनों तथा आपूर्ति, मांग और व्यापार में वांछित परिवर्तनों के साथ कदम से कदम मिलाकर नहीं चल सके हैं। इसका नतीजा यह हुआ है कि बाजार प्रणाली में कई कमियां और कमजोरियां आ गई हैं तथा उत्पादक अपने उत्पाद का पूरा मूल्य नहीं वसूल पाते हैं और इसके साथ ही वे उभरते हुए मौकों का भी फायदा नहीं उठा पाते हैं। दूसरी ओर उपभोक्ता भी खर्च किए गए अपने धन की पूरी-पूरी कीमत वसूल नहीं कर पाते हैं। बाजार से जुड़ी वे क्रियाविधियां जो किसानों को बाजार तथा अंतिम उपयोगकर्ताओं से जोड़ती हैं, जमीनी दृष्टि से फिलहाल बहुत व्यावहारिक नहीं हैं। यह देखा जा रहा है कि फुटकर तथा थोक स्तर पर उच्च मूल्यों का लाभ उत्पादकों को धीरे-धीरे और आंशिक रूप से ही मिलता है तथा फार्म स्तर पर जो उत्पाद कम कीमत पर खरीदे जाते हैं उनका लाभ थोक या फुटकर स्तर पर दिखाई नहीं देता है, जबकि फुटकर तथा थोक मूल्यों में आने वाली थोड़ी सी भी कमी उत्पादक किसानों को तेजी से नुकसान पहुंचाती है। ऐसे बदलावों से किसान और बाजारों के बीच एक प्रकार का संबंध विच्छेद हो जाता है और इसलिए किसान विद्यमान बाजार प्रणाली से अपना उचित हिस्सा पाने में असफल हो जाते हैं। इस प्रणाली से किसानों को अपने उत्पादों का कम लाभ मिलता है और किसान अपने उत्पादन को बढ़ाने व उत्पादन प्रणाली को आधुनिक करने के प्रति निरुत्साहित हो जाते हैं। इसके साथ ही इसका खेती से होने वाली आमदनी तथा फार्म की अर्थव्यवस्था पर भी प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है। बाजार प्रणाली के कमजोर होने का एक गंभीर नतीजा यह होता है कि उत्पादों के मूल्यों में जल्दी-जल्दी उतार-चढ़ाव आता है जो उत्पादकों, उपभोक्ताओं और कुल मिलाकर पूरी अर्थव्यवस्था के लिए घातक सिद्ध हो सकता है।

विपणन या बाजार व्यवस्था राज्य का विषय है, अतः बाजार व्यवस्था को सुधारने और किसानों को मंडियों के साथ जोड़ने का प्रमुख उत्तरदायित्व राज्य सरकारों का है। हरियाणा किसान आयोग की इस बात के लिए सराहना की जानी चाहिए कि इसने किसानों का बाजार से सम्पर्क पर रिपोर्ट तैयार करने के लिए कार्य दल का गठन किया। यह कार्य दल हरियाणा किसान आयोग के अध्यक्ष डॉ. आर.एस. परोदा का उनके द्वारा दर्शायी गई रुचि तथा किसानों, व्यापारियों, उद्योगों के प्रतिनिधियों तथा अधिकारियों के साथ हुई चर्चाओं में भाग लेने के लिए अत्यंत आभारी है। यह दल डॉ. परोदा के साथ हुए औपचारिक तथा अनौपचारिक विचार-विमर्शों तथा चर्चाओं से बहुत लाभान्वित हुआ है।

कार्य दल इसके सुचारु रूप से कार्य संचालन हेतु सुविधाएं प्रदान करने तथा कृषि विपणन और किसानों की आवश्यकताओं से जुड़े मुद्दों पर अपनी अंतरदृष्टि उपलब्ध कराने के लिए हरियाणा किसान आयोग के सचिव डॉ. आर.एस. दलाल को धन्यवाद देता है। हरियाणा किसान आयोग के सदस्य तथा कार्य दल के नोडल अधिकारी के.एन. राय ने विभिन्न स्टेक होल्डरों के साथ कार्य दल की बैठकें आयोजित करने तथा पारस्परिक चर्चाओं की व्यवस्था करने के लिए बहुत कठिन परिश्रम किया है। हम उन्हें तथा आयोग के अन्य अधिकारियों को कार्य दल को हर प्रकार से सहायता प्रदान करने के लिए हार्दिक धन्यवाद देते हैं।

कार्य दल किसानों, व्यापारियों और उद्योगों के प्रतिनिधियों के साथ-साथ विपणन से जुड़े अधिकारियों को किसानों को बाजार के साथ जोड़ने तथा राज्य की कृषि बाजार व्यवस्था को सुधारने के लिए अपने बहुमूल्य योगदान व सुझाव देने के लिए विशेष रूप से धन्यवाद देता है। हमें यह आशा है कि हरियाणा सरकार इस रिपोर्ट को उपयोगी पाएगी तथा इसमें दी गई सिफारिशों पर गंभीरतापूर्वक विचार करेगी ताकि राज्य में कृषि से जुड़ी बाजार व्यवस्था को सुधारा जा सके और किसान बाजारों के साथ बेहतर ढंग से जुड़ते हुए अधिक से अधिक लाभ उठा सकें।

रमेश चन्द

(रमेश चन्द)







सदस्य सचिव  
हरियाणा किसान अयोग  
अनाज मंडी, सैक्टर-20 पंचकूला



## आभार ज्ञापन

हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क पर कार्य दल की यह रिपोर्ट विभिन्न योजनाकारों, नीति-निर्माताओं, वैज्ञानिकों, विशेषज्ञों, बाजार से जुड़े कार्यकर्ताओं, स्वयं सेवी संगठनों तथा राज्य में कुछ चुने हुए किसानों के साथ हुई अनेक बैठकों तथा फलदायी चर्चाओं का परिणाम है। इस कार्य दल का गठन हरियाणा किसान आयोग के अध्यक्ष द्वारा किया गया था जिसके अध्यक्ष डॉ. रमेश चन्द हैं; सदस्य डॉ. पी. एस. बिर्थल, डॉ. एस. एस. सांगवान, डॉ. बी. एस. दुग्गल और डॉ. जे. एस. राणा हैं। डॉ. के. एन. राय इस कार्य दल के नोडल अधिकारी हैं। आयोग अपने अध्यक्ष पदम भूषण डॉ. आर. एस. परोदा की दूरदृष्टि तथा नेतृत्व के लिए उनकी सराहना करता है जिन्होंने कृषि विपणन के क्षेत्र में विशेषज्ञता तथा ख्याति प्राप्त विशेषज्ञों का इस कार्य दल के लिए चयन किया। इस दल के अध्यक्ष और सदस्यों को हरियाणा में कृषि बाजार व्यवस्था का अच्छा ज्ञान है। आयोग डॉ. रमेश चन्द, डॉ. पी. एस. बिर्थल, डॉ. एस. एस. सांगवान, डॉ. बी. एस. दुग्गल, डॉ. जे. एस. राणा और डॉ. के. एन. राय का आभारी है कि उन्होंने कृषि बाजार व्यवस्था से जुड़ी जटिल समस्याओं और मुद्दों की पहचान की तथा किसानों को बेहतर फायदा मिले, इसके लिए उचित उपाय सुझाए, ताकि खेती एक और ज्यादा फायदेमंद पेशा सिद्ध हो सके।

आयोग श्री रोशन लाल, आईएएस, अतिरिक्त मुख्य सचिव, कृषि, हरियाणा सरकार; श्री आनंद मोहन शरण, आईएएस, मुख्य प्रशासक, हरियाणा राज्य कृषि विपणन मंडल (एचएसएएमबी), डॉ. के. एस. खोखर, कुलपति, डीनो, निदेशकों तथा संकाय सदस्यों, चौधरी चरण सिंह हरियाणा कृषि विश्वविद्यालय, हिसार; श्री बृजेन्द्र सिंह, आईएएस, महानिदेशक, कृषि; डॉ. ए. एस. सैनी, महानिदेशक, बागवानी; तथा डॉ. जी. एस. जारखड़, महानिदेशक, पशु पालन एवं डेरी, हरियाणा सरकार; श्री एस. के. गोयल, महाप्रबंधक (कृषि व्यापार); आंचलिक प्रशासकों, विपणन इंफोर्समेंट अधिकारियों, बाजार समितियों के सचिवों तथा हरियाणा राज्य कृषि विपणन मंडल के अन्य अधिकारियों का अत्यधिक ऋणी है कि उन्होंने संबंधित बैठकों में सक्रिय रूप से भाग लिया, फलदायी चर्चा की और बहुमूल्य सुझाव दिए।

आयोग चावल निर्यातकों की एसोसिएशन के अध्यक्ष, कृषि संसाधन से जुड़े विभिन्न उद्योगों के प्रतिनिधियों, स्वयं सेवी संगठनों, कृषक उद्यमियों, व्यापारियों तथा बाजार से जुड़े अन्य कर्मियों का भी समय-समय पर आयोजित चर्चाओं के दौरान उनके द्वारा दिए गए मूल्यवान सुझावों के लिए आभारी है। आयोग उन किसानों को भी धन्यवाद देता है जिन्होंने विभिन्न बैठकों में हुई चर्चा के दौरान बहुमूल्य सुझाव दिए।

अंत में आयोग अपने परामर्शक, डॉ. आर. बी. श्रीवास्तव और अनुसंधान अध्येताओं डॉ. गजेन्द्र सिंह और डॉ. संदीप कुमार; लेखा अधिकारी श्री आर. एस. मोर और कम्प्यूटर प्रोग्रामर सुश्री मीनाक्षी व अपने अन्य गैर-तकनीकी स्टाफ को उनकी मूल्यवान सहायता तथा हरियाणा में किसानों का बाजार से सम्पर्क पर यह महत्वपूर्ण रिपोर्ट तैयार करने में किए गए योगदान के लिए धन्यवाद देता है।

शुण्डीर दत्तल

(vlj-, 1 - nyky)



## विषय-वस्तु

क्र.मं.	अध्याय का शीर्षक	पृष्ठ सं.
	प्राक्कथन	
	आमुख	
	आभार ज्ञापन	
	विशिष्ट सारांश	i - vi
1	भूमिका	1
2	हरियाणा में खेती	4
3	हरियाणा में कृषि बाजार व्यवस्था	13
4	कृषि बाजारों की चुनौतियां तथा समस्याएं	21
5	विपणन के उभरते हुए मॉडल	26
6	भावी दिशा तथा सिफारिशें	30
7	परिवर्णी	37



# विशिष्ट सारांश

कृषि मंडियां इस प्रकार विकसित नहीं हो पा रही हैं और आगे भी नहीं बढ़ पा रही हैं कि वे कृषि संबंधी क्रियाकलापों के वाणिज्यीकरण के साथ-साथ उत्पादन और मांग में होने वाले बदलावों के अनुकूल अपने को ढाल सकें। इसका नतीजा यह है कि खेत में कटाई के बाद किसानों को उनकी उपज के लिए मिलने वाले मूल्य तथा अंतिम उपभोक्ताओं द्वारा अदा की जाने वाली कीमतों के बीच अंतर बढ़ता जा रहा है। यह इस तथ्य से स्पष्ट होता है कि कृषि जिंसों की मांग में होने वाली बढ़ोतरी के परिणामस्वरूप उनकी कीमत में जो बढ़ोतरी होती है उसका अधिकांश भाग बिचौलियों की जेब में चला जाता है और बहुत थोड़ा भाग उत्पादक किसानों को मिल पाता है। उपभोक्ता द्वारा अदा किए जाने वाले मूल्य और किसान को उसकी फसल की कटाई के समय मिलने वाले मूल्य में यह अंतर उत्पादकों को होने वाले लाभ को प्रतिकूल रूप से प्रभावित कर रहा है और ऐसी आशंका है कि हम भविष्य की मांग को पूरा करने के लिए उत्पादन को वांछित स्तर तक नहीं बढ़ा पाएंगे।

फसल की कटाई उपरांत अवस्था में मूल्यवर्धन की बहुत संभावना है और यह संभावना बढ़ती ही जा रही है। तथापि, कृषि मूल्य श्रृंखला की कटाई उपरांत अवस्था में मूल्यवर्धन से होने वाले लाभ का पर्याप्त हिस्सा किसानों को नहीं मिल पाता है। इसलिए किसानों को इतना सशक्त बनाने की जरूरत है कि वे कटाई उपरांत मूल्यवर्धन से पर्याप्त लाभ उठा सकें, अपनी उपज का बेहतर मूल्य ले सकें और बाजार प्रणाली में वांछित परिवर्तनों के कारण उभरते हुए अवसरों का फायदा उठा सकें।

हरियाणा राज्य में कृषि उत्पादन के क्षेत्र में विविधीकरण तो हो रहा है लेकिन इसकी गति बहुत धीमी है। कृषि के आउटपुट में फसल क्षेत्र के हिस्से में कमी आ रही है, जबकि पशुधन क्षेत्र का हिस्सा बढ़ रहा है। फसल क्षेत्र में बासमती चावल के उत्पादन में पिछले दो दशकों के दौरान काफी वृद्धि हुई है। भूमि उपयोग की सांख्यिकी के अनुसार राज्य में बागवानी के अंतर्गत आने वाले क्षेत्र का हिस्सा बहुत कम है। यद्यपि कुछ स्थानों पर सब्जियों की खेती में विस्तार हो रहा है। बागवानी तथा गैर-बागवानी फसलों के बीच उत्पादकता के अंतराल काफी अधिक हैं और यह देखा गया है कि यदि राज्य में बागवानी के अंतर्गत पांच प्रतिशत और अधिक क्षेत्र को ले आया जाए तो इससे आउटपुट के मूल्य में 20 प्रतिशत का योगदान हो सकता है और किसानों की आमदनी भी बहुत बढ़ सकती है। हरियाणा में फलों, सब्जियों, मछलियों तथा पशु उत्पादन की दिशा में आगे बढ़ते हुए विविधीकरण की गति में तेजी लाने की कार्य नीति अपनाने की जरूरत है।

पिछले दशक के दौरान भारत से फलों और सब्जियों के निर्यात में प्रतिवर्ष डॉलर के मूल्यों के अनुसार 20 प्रतिशत की वृद्धि हुई है। हरियाणा को विशेष रूप से बासमती चावल, ग्वार तथा कुछ चुनी हुई सब्जियों के निर्यात का लाभ प्राप्त है। राज्य में मुर्गी पालन तथा अंतःस्थलीय मछलियों का उत्पादन बढ़ाने और उनका निर्यात करने की भी बहुत क्षमता है। भारत और पाकिस्तान के बीच व्यापार के उदारीकरण से राज्य के लिए बहुत सी संभावनाएं खुलेंगी और इसे बहुत लाभ होगा क्योंकि यहां से अनेक उत्पादों को जमीनी रास्ते से निर्यात किया जा सकेगा।

हरियाणा में उच्च मूल्य वाली कृषि के द्वारा उत्पादन को बढ़ाने की बहुत संभावना है और यहां विदेशी बाजारों को कृषि उत्पादों की आपूर्ति करने की भी अत्यधिक क्षमता है। राज्य में मुर्ग भैंसों का उच्च गुणवत्ता वाला जननद्रव्य है जिसकी अनेक देशों में बहुत मांग है। सड़कों का अच्छा नेटवर्क, जल की गुणवत्ता और सिंचाई व दिल्ली हवाई अड्डे की निकटता ऐसे कारक हैं जो राज्य को निर्यात के लिए उच्च मूल्य वाले उत्पादों के उत्पादन की प्रेरणा देते हैं। इन अवसरों और क्षमताओं का लाभ उठाने के लिए ऐसी नई दृष्टि की आवश्यकता होगी जिससे उत्पादन की विधा में बदलाव लाए जा सकें और खपत की दृष्टि से फार्म उत्पादन से ताल-मेल बैठाने के लिए उचित मूल्य श्रृंखला विकसित की जा सके।

राज्य ने विपणन प्रणाली को आधुनिक बनाने, बाजारों के बुनियादी ढांचे को उन्नत करने व उपभोक्ताओं व उत्पादकों को लाभ पहुंचाने के लिए नई संस्थागत क्रियाविधियां निर्धारित करने की दिशा में अनेक उपाय अपनाए हैं। कुछ नई पहलें की गई हैं जिनमें से प्रमुख हैं : (1) दस कृषि व्यापार तथा सूचना केन्द्रों की स्थापना, (2) चरणबद्ध तरीके के आधार पर प्रत्येक जिला मुख्यालय में आधुनिक सुविधाओं से युक्त नई फल और सब्जी मंडियों



की स्थापना, (3) करनाल और रोहतक में किसान मंडियों की स्थापना, (4) कटाई उपरांत होने वाली हानियों से निपटने के लिए एचएसएमबी की पहल पर पहियों पर बाजार स्थापित करना, (5) किसानों को कृषि बाजार व्यवस्था और विपणन के क्षेत्र में मार्गदर्शन प्रदान करने के लिए पंचकुला में किसान काल सेंटर की स्थापना, (6) 11 केन्द्रों पर शीत भंडार गृह व पैक गृहों के गठन का कार्य आरंभ करना और (7) एक ही छत के नीचे निवेश के लिए कृषि मॉलों की स्थापना व प्राथमिक उत्पादकों के लिए कृषि उपज की बिक्री हेतु उचित स्थान की व्यवस्था करना।

राज्य में दूध और डेरी आधारित उद्योग की वृद्धि व विकास की बहुत संभावना है। इसे राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र दिल्ली के सबसे बड़े उपभोक्ता बाजार के निकट होने का लाभ प्राप्त है और इस राज्य के आस-पास कुछ अन्य बड़े शहर भी हैं। इसलिए राज्य का प्रयास कृषि आधारित खाद्य प्रसंस्करण उद्योग को स्थापित करने के लिए बेहतर क्षमता को आकर्षित करना है। इसमें न केवल मूल्यवर्धित उत्पादों का विनिर्माण करना शामिल है, बल्कि इसके अंतर्गत फलों और सब्जियों के उत्पादों की पैकेजिंग के अलावा शीत श्रृंखला, भंडारण, श्रेणीकरण और छंटाई आदि के लिए सेवा उद्योग स्थापित करने जैसे उपाय भी शामिल हैं, ताकि उपभोक्ता बाजार में सब्जी व फल उत्पादों की पर्याप्त मात्रा में आपूर्ति हो सके।

कृषि उपज की बाजार व्यवस्था में, विशेष रूप से अनाजों के मामले में पिछले चार दशकों के दौरान कोई बहुत बड़ा बदलाव नहीं आया है। उत्पादक अपना माल विनियमित मंडियों में लाते हैं जिनका प्रबंध कृषि उपज विपणन समितियों (एपीएमसी) द्वारा किया जाता है और यह माल खुली नीलामी द्वारा बेचा जाता है। वर्तमान प्रथा में अनेक लेन-देन की अवस्थाएं आती हैं व कई बिचौलिए भी आ जाते हैं और तब जाकर उत्पाद विक्रेता से अंतिम उपयोगकर्ताओं तक पहुंचता है। प्रत्येक लेन-देन और बिचौलिए के आने से लागत बढ़ जाती है और किसानों को मिलने वाला लाभ कम होता जाता है। इसके परिणामस्वरूप बाजार चैनल खंडित हो जाते हैं और बाजार से जुड़े विभिन्न कार्यों में अनेक फर्मों शामिल हो जाती हैं जो अपने-अपने स्तर पर व्यापार करते हुए लाभ उठाना चाहती हैं। चूंकि इन अनेक फर्मों का व्यापार छोटा होता है इसलिए ये अधिक से अधिक लाभ कमाना चाहती हैं, ताकि उनका व्यापार आर्थिक दृष्टि से आकर्षक बना रहे।

अक्सर यह अनुभव किया गया है कि उत्पादकों को उनके कृषि उत्पादों के लिए मिलने वाले मूल्य और उपभोक्ताओं द्वारा उन्हीं उत्पादों के लिए अदा किए जाने वाले मूल्य में जो अंतर होता है और इस प्रकार होने वाला मूल्य का विस्तार मूल्यवर्धन में परिलक्षित नहीं हो पाता है। इसका सबसे प्रमुख कारण बाजार संबंधी बुनियादी ढांचे का कमजोर होना तथा बाजार में प्रतिस्पर्धा का कम होना है। कृषि मंडियों का भी आपस में कोई तालमेल नहीं है, इसलिए जिसों के मूल्य अलग-अलग निर्धारित होते हैं।

पिछले दो दशकों के दौरान मंडियों में गेहूं की आवक में तीन गुनी तथा धान और फलों व सब्जियों की मंडियों में आवक में दो गुनी से अधिक वृद्धि हुई है। पिछले दो दशकों के दौरान कृषि मंडियों की संख्या में हुई वृद्धि कृषि उपज की मंडियों में आवक में होने वाली वृद्धि की तुलना में दसवें भाग से भी कम रही है। बाजार संबंधी बुनियादी ढांचे का विकास बाजार में आने वाले माल, शहरों में आवासों के बदलाव, उपभोक्ताओं की पसंद तथा वाणिज्य और बाजार प्रौद्योगिकी के विकास के अनुकूल होना चाहिए।

कृषि मंडियों से जो धनराशि एकत्र की जाती है उसका भी पूरा-पूरा उपयोग मंडियों के विकास में नहीं किया जाता है। इसका नतीजा यह है कि बाजार संबंधी बुनियादी ढांचे और बाजार से जुड़ी सुविधाओं में प्रगति माल की आवक में होने वाली वृद्धि के अनुसार नहीं हुई है। जो किसान अपनी उपज बाजार में लाते हैं वे आदतियों से छोटी-मोटी सुविधाएं लेकर उनके एहसानमंद हो जाते हैं। इस प्रकार वे किसी विशेष बिचौलिए के माध्यम से ही उन्हें अपनी उपज बेचने को बाध्य हो जाते हैं। कुछ मामलों में किसान अपने माल की बिक्री के लिए ऋण से बंधे होते हैं। अपनी जरूरतों को पूरा करने के लिए किसान कमीशन एजेंट से कर्ज लेते हैं। इससे वे उसी विशेष कमीशन एजेंट को उसकी शर्त पर अपनी उपज बेचने को बाध्य हो जाते हैं। बाद की अवस्था में खरीद सुनिश्चित न होने के कारण विपणन वित्त की संकल्पना साकार नहीं हो सकी है। भंडारागारों से रसीद प्राप्त करके उसके आधार पर कर्ज लेने की क्रियाविधि भी जमीनी स्तर पर साकार नहीं हुई है और इसलिए किसान वर्ष के दौरान उपज के मूल्य में हुई वृद्धि का लाभ नहीं उठा पाते हैं। धन की जरूरत के कारण किसान अपनी उपज फसल कटाई के तुरंत बाद बेचने को बाध्य हो जाते हैं और उस अवधि का इंतजार नहीं कर पाते हैं जब आगे चलकर उनकी उस उपज का मूल्य अधिक हो जाता है।

बिक्री योग्य अतिरिक्त माल के कम होने के कारण विशेष रूप से छोटी जोत वाले किसान नुकसान में रहते हैं। उन्हें अक्सर परिवहन तथा विपणन





की अधिक लागत अदा करनी पड़ती है लेकिन निवल मूल्य कम प्राप्त होता है। दूध जैसे पदार्थों को उनके उत्पादन स्थल या किसी अन्य संकलनकर्ता के माध्यम से एकत्र करना एक वास्तविक चुनौती है।

किसी भी विपणन प्रणाली में बाजार संबंधी सूचना एक महत्वपूर्ण कार्य है जिससे बाजार में बिक्री संबंधी निर्णय लेने में सुविधा होती है और बाजार संबंधी प्रतिस्पर्धापूर्ण प्रक्रियाओं व क्रियाविधियों को विनियमित किया जाता है। मौसम के अनुसार मूल्य में बहुत अधिक बदलाव आते हैं और इस प्रकार जिसों के मूल्य में बहुत अधिक उतार-चढ़ाव होता है। तथापि, उत्पादक मूल्यों में इन उतार-चढ़ावों का लाभ नहीं उठा पाते हैं क्योंकि उन्हें मूल्यों से संबंधित भरोसेमंद सूचना पहले से नहीं मिल पाती है।

एपीएमसी अधिनियम ने अनेक हेरा-फेरियों को दूर करने और कृषि मंडियों की कमियों से निपटने व किसानों को उनकी उपज का उचित मूल्य दिलाने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है, लेकिन पिछले तीन या साढ़े तीन दशकों के दौरान ऐसे बहुत से बदलाव हुए हैं जिनके कारण एपीएमसी अधिनियम में भी बदलावों की जरूरत है, ताकि कृषि उत्पादों के विपणन में सुधार लाया जा सके। ऐसा अनुभव किया गया है कि इस अधिनियम से हम बाजार विकास की अगली अवस्था में प्रवेश नहीं कर पा रहे हैं। यद्यपि हरियाणा राज्य ने मॉडल अधिनियम को अपनाया है लेकिन यह विपणन प्रणाली में कोई उल्लेखनीय बदलाव लाने में सफल नहीं हुआ है। राज्य में कोई भी निजी मंडी उभरकर सामने नहीं आई है। किसानों से सीधी खरीद और ठेके पर खेती जैसे उपायों में भी पूरी तरह उदारीकरण नहीं किया गया है।

यह एक गलत धारणा है कि कृषि बाजार व्यवस्था में बड़े व्यापारियों के आने से बाजार में हेरा-फेरी बढ़ेगी और मुद्रास्फीति की स्थिति आएगी। यदि कृषि विपणन के क्षेत्र में आने वाले बड़े व्यापारियों के बीच प्रतिस्पर्धा को बढ़ाया जाए और उनकी कार्य कुशलता में भी वृद्धि की जा सके तो ऐसा नहीं होगा।

कृषि विपणन में अकुशलताओं और मूल्यों में आने वाले उतार-चढ़ावों के कारण विपणन के वैकल्पिक मॉडलों को विकसित करने की जरूरत है। उत्पादकों तथा उपभोक्ताओं के लिए बाजार व्यवस्था का सर्वश्रेष्ठ मॉडल वह है जहां उत्पादक या तो व्यक्तिगत रूप से या 'अपनी मंडियों' जैसे किसी प्रकार के संगठन के माध्यम से अपनी उपज को उपभोक्ताओं को सीधा-सीधा बेच सकते हैं। इस प्रकार की नई बाजार व्यवस्था को बड़े पैमाने पर बढ़ावा दिया जाना चाहिए। सुचारु रूप से कार्य करने वाली आपूर्ति श्रृंखला से विपणन की लागत कम हो सकती है क्योंकि इससे किसान प्रसंस्करण फर्मों व उपभोक्ताओं से और करीबी से जुड़ सकते हैं और इस प्रकार उन्हें गुणवत्ता, मात्रा, किस्म और खाद्य सुरक्षा के मामले में उपभोक्ताओं की बदलती हुई पसंद को किस प्रकार पूरा किया जाए, इस दिशा में मार्गदर्शन प्रदान किया जा सकता है।

राष्ट्रीय डेरी विकास मंडल के एक प्रभाग 'सफल' द्वारा उपलब्ध कराई गई तकनीकी सहायता से उपज की सीधी खरीद जैसे कुछ प्रयोगों से किसानों को बहुत फायदा हुआ है। इसी प्रकार, ऐसे आपूर्तिकर्ताओं के माध्यम से जो निवेश से लेकर तकनीकी सहायता तक सभी कुछ आपूर्ति कर सकते हैं, उत्पादन को लम्बवत समेकित करने से उत्पादकों को उनकी उपज का पहले से निर्धारित निश्चित मूल्य मिल सकता है। यह प्रयास भी बहुत सफल रहा है। इनसे यह संकेत मिलता है कि विशिष्ट स्थितियों में कृषि उत्पादों के विपणन में सहकारिताओं व निजी क्षेत्र की भागीदारी से किसानों को काफी सहायता पहुंचाई जा सकती है।

किसानों को बेहतर कीमतें दिलाने और व्यापार तथा उद्योग द्वारा आपूर्ति की वांछित व्यवस्था करने के लिए ठेके पर खेती की क्रियाविधि बहुत महत्वपूर्ण सिद्ध हुई है। तथापि, कई कारणों से ठेके पर खेती की यह विधा बहुत प्रगति नहीं कर पाई है। ठेके संबंधी सभी व्यवस्थाओं को रिकॉर्ड करने के लिए कोई संस्थागत व्यवस्था होनी चाहिए, भले ही यह कोई स्थानीय मंडी समिति हो या पंचायत हो या कोई सरकारी संगठन। इससे दोनों पक्षों के बीच भरोसा बनेगा और मजबूत होगा तथा ठेके के उल्लंघन के कारण उत्पन्न होने वाले किसी भी विवाद को सुलझाने में सहायता मिलेगी। ठेके पर खेती के अंतर्गत अग्रगामी और पश्चगामी, दोनों सम्पर्कों का प्रावधान होना चाहिए। तथापि, जब तक निवेश की आपूर्ति और उपज के लिए बाजारों का उपलब्ध होना सुनिश्चित नहीं हो जाता है तब तक छोटे किसान ठेके पर खेती की प्रक्रिया में भाग लेने में असमर्थ रहेंगे। ठेकों को और अधिक पारदर्शी तथा साझेदारी की विधि से प्रबंधित किया जाना चाहिए, ताकि ठेके की शर्तों का किसी भी पक्ष द्वारा उल्लंघन किए जाने पर अधिक सामाजिक जागरूकता उत्पन्न हो और लंबी व महंगी कानूनी प्रक्रिया से बचते हुए पारस्परिक समझौते के द्वारा शर्तों के उल्लंघन के मामलों को निपटाया जा सके।





संगठित फुटकर व्यापार के पक्ष में अनेक कारणों के होते हुए भी यह पक्ष अभी देश में प्रारम्भिक अवस्था में ही है। ठेके की व्यवस्थाओं के माध्यम से किसानों को फुटकर श्रृंखला के साथ जोड़ने से उन्हें उनकी उपज का उच्च और सुनिश्चित मूल्य मिल सकता है और इसके साथ ही खाद्य फुटकर श्रृंखलाओं को गुणवत्तापूर्ण उत्पादों की पर्याप्त मात्रा में आपूर्ति के लिए योजना बनाने का अवसर प्राप्त हो सकता है।

किसान यदि मिल-जुलकर अपनी उपज को बेचें तो उन्हें अधिक लाभ हो सकता है क्योंकि इससे वे परिवहन तथा अन्य सेवाओं के उपयोग में काफी बचत कर सकते हैं। इसके साथ ही सामूहिक रूप से अपना माल बेचने की दिशा में वे मोल-भाव करने में भी सक्षम हो सकते हैं और बिक्री संबंधी लेन-देनों में भी अपनी शर्तें लागू कर सकते हैं। हम जानते हैं कि समूह में बहुत शक्ति होती है और एकजुट होकर किसान निवल लाभ में अपना बेहतर हिस्सा ले सकते हैं। भली प्रकार प्रबंधित उत्पादकों की एसोसिएशन किसानों को निजी व्यापारियों के चुंगल से बचाने के लिए किसी प्रतिस्पर्धात्मक व्यापार से जुड़े वातावरण में बहुत उपयोगी सिद्ध हो सकती है।

किसानों के समूहों की लंबे समय से चली आ रही मांग की प्रतिक्रिया में भारत सरकार ने 2002 में भारतीय कंपनी अधिनियम, 1956 में सुधार किया, ताकि उत्पादक कंपनियों को कंपनी के रजिस्ट्रार के साथ पंजीकरण का पात्र बनाया जा सके। इस प्रकार की पंजीकृत कंपनियां उत्पादकों का काफी कल्याण कर सकती हैं क्योंकि ये विपणन और व्यापार को बढ़ावा देकर व कटाई उपरांत कार्यों में सहायता प्रदान करके उत्पादन के मामले में सामूहिक कार्य को प्रेरित कर सकती हैं। तथापि, आरंभिक अवस्थाओं में उन्हें परस्पर मिलकर कार्य करने की जरूरत है।

कृषि विपणन या बाजार व्यवस्था में मौजूद समस्याओं तथा इसकी आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए कार्य दल ने किसानों को बाजार के साथ जोड़ने तथा विपणन या बाजार व्यवस्था में सुधार करने व उसे उन्नत बनाने के लिए निम्नलिखित सिफारिशें की हैं :

- कृषि विपणन या बाजार व्यवस्था में वांछित अधिकांश सुधार केन्द्र के स्तर पर कृषि मंत्रालय द्वारा तैयार किए गए मॉडल एपीएमसी अधिनियम में प्रस्तावित किए गए हैं। राज्य को इस मॉडल अधिनियम को प्रतिस्पर्धा की सच्ची भावना से लागू करना चाहिए।
- उपभोक्ताओं व उत्पादकों के लाभ के लिए हरियाणा में कार्यरत बड़े व्यापारियों तथा बड़ी मॉलों द्वारा किसानों से सीधी खरीद व ठेके पर खेती को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। राज्य के नियमों व विनियमों में ऐसी संभावनाओं को तलाशा जाना चाहिए।
- ठेके पर खेती में प्रवेश करने वाली फर्मों से वसूली जाने वाली धरोहर राशि को 15 प्रतिशत से घटाकर 5 प्रतिशत करने की हाल की पहल एक स्वागत योग्य कदम है। राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय प्रतिष्ठा वाली फर्मों को इस प्रकार की धरोहर राशि जमा करने से पूरी-पूरी छूट दी जानी चाहिए।
- उदारीकृत बाजार व्यवस्था में कॉरपोरेट घरानों द्वारा किसानों के शोषण की अवधारणा को बढ़ा-चढ़ाकर प्रस्तुत किया गया है। राज्य को प्रतिस्पर्धात्मक बाजार व्यवस्था के वातावरण के माध्यम से बाजार की अकुशलताओं को नियंत्रित करने और निजी निवेश को बढ़ावा देने की सुविधा उपलब्ध करानी चाहिए। स्टॉक की सीमा जैसे वैधानिक प्रतिबंधों को हटाया जाना चाहिए, ताकि बाजार संबंधी कार्यों में लाभ उठाया जा सके।
- संकलनकर्ताओं को विपणन योग्य अतिरिक्त माल को उत्पादकों से एकत्र करने और उनकी ओर से मंडियों में बेचने की अनुमति सभी कृषि जिनसों के मामले में दी जानी चाहिए।
- उत्पादक संगठनों, उत्पादक कंपनियों जैसे विपणन के वैकल्पिक माडलों को बढ़ावा दिया जाना चाहिए, ताकि किसानों में मोल-भाव करने की शक्ति लाई जा सके, बिचौलियों से बचा जा सके और फार्म उपज का बेहतर मूल्य वसूल किया जा सके। ऐसे संगठनों को परस्पर मिल-जुलकर कार्य करना होगा और आरंभिक अवस्थाओं में उनकी क्षमता को विकसित करते हुए ऋण संबंधी सहायता भी उपलब्ध करानी होगी।
- उत्पादक कंपनियों को उत्पाद के लाभदायक गुणों की दृष्टि से मांग को पूरा करने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए और इसके लिए प्रमाणीकरण ट्रेडमार्क तथा 'तरावड़ी बासमती' जैसे ब्रैण्ड नाम दिए जाने चाहिए। इसके लिए सुविधाएं भी उपलब्ध कराई जानी चाहिए।
- प्रसंस्करण, फुटकर बिक्री और निर्यात के माध्यम से उपज को समेकित करते हुए कृषि में विविधीकरण को बढ़ावा दिया जाना चाहिए। ऐसा क्षेत्र



विशिष्ट विशिष्टताओं की पहचान कर और कुछ पहचाने गए क्षेत्रों में तकनीकी व लॉजिस्टिक सहायता देकर किया जा सकता है। इसके साथ ही प्रसंस्करण, फुटकर बिक्री और निर्यात आदि को उत्पादन से जोड़कर भी ऐसा करना संभव है।

- बेचे जाने योग्य अतिरिक्त माल को पड़ोसी राज्यों तक पहुंचने से रोकने के लिए फार्म उपज पर वसूल किए जाने वाले कर ढांचे को तर्कसंगत बनाया जाना चाहिए तथा राज्य की मंडियों में कृषि व व्यापार को आकर्षक बनाने के लिए करों को हल्का रखा जाना चाहिए। यह प्रयास किया जाना चाहिए कि जैसा कपास और इसके उपोत्पादों के मामले में किया गया है, उत्पादों पर जगह-जगह अलग-अलग कर न वसूल किए जाएं।
- उत्पादकों और उपभोक्ताओं के लिए विपणन का सर्वश्रेष्ठ मॉडल वह है जहां उत्पादक अपना माल या तो व्यक्तिगत रूप से या किसी प्रकार के संगठन के माध्यम से उपभोक्ताओं को सीधे-सीधे बेचता है। अपनी मंडी या किसान बाजार के रूप में ऐसे मॉडल उन सभी कस्बों में स्थापित किए जाने चाहिए जहां की जनसंख्या इनकी स्थापना के लिए अनुकूल है। यह सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि केवल असली किसानों को ही ऐसे बाजारों में अपनी उपज को बेचने की अनुमति दी जाए।
- उपभोक्ता और उद्योग के स्तर पर कृषि जिंसों की मांग का पैटर्न तेजी से बदल रहा है और अब उपभोक्ता प्रसंस्करण उत्पादों, गुणवत्तापूर्ण उत्पादों व ऑर्गेनिक खाद्य पदार्थों, धर्म विशेष से जुड़े खाद्य पदार्थों, ताजे खाद्य पदार्थों व भली प्रकार पैकबंद उत्पादों की मांग कर रहे हैं। राज्य को आपूर्ति श्रृंखला के विकास हेतु अनुकूल और वैधानिक वातावरण तैयार करना चाहिए।
- कृषि मॉलों में सुविधाओं तथा व्यापार के लिए निर्धारित स्थान के कुल हिस्से का दसवां भाग कृषक सहकारिताओं, किसान कंपनियों आदि जैसे उत्पादक संगठनों के लिए आरक्षित किया जाना चाहिए। इसमें कृषि मॉलों में स्थान, मंडियों के लिए खुला स्थल, कमीशन एजेंटों की दूकानें व अन्य सुविधाएं भी शामिल की जानी चाहिए। इससे निजी व्यापारियों के बीच प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा मिलेगा।
- कृषि व्यापार के लिए लाइसेंसों तथा अन्य अपेक्षाओं को उदार बनाया जाना चाहिए।
- गोदामों में माल जमा करने पर प्राप्त होने वाली रसीदों से फसल की कटाई उपरांत अवधि के दौरान ऋण संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने के अवसर उपलब्ध होते हैं। भंडारगारों से रसीद प्रणाली का लाभ उठाने के लिए राज्य को इसकी क्रियाविधि को सबल बनाना चाहिए।
- राज्य को भौतिक बुनियादी ढांचे को सुधारकर और बाजार संबंधी कार्यों के आधुनिकीकरण के द्वारा मंडियों को आधुनिक बनाना चाहिए।
- लक्षित उपज तथा लक्षित उपभोक्ताओं की रूपरेखा तैयार करने के लिए परोक्ष मंडियों की संकल्पना बहुत प्रभावी है। परोक्ष बाजार के विकास के माध्यम से हरियाणा में उपज के लिए उच्च मूल्य को वसूल करने की पर्याप्त संभावना है। व्यक्तिगत उपभोक्ता के अतिरिक्त इस प्रकार की व्यवस्था से विभिन्न प्रकार के सामाजिक समारोहों के लिए माल की आपूर्ति करने की दृष्टि से लाभ हो सकता है। राज्य को यहां के नव उद्यमियों को फार्म उपज को बेचने के लिए परोक्ष मंडियों को बढ़ावा देना चाहिए।
- किसानों को उनकी उपज के श्रेणीकरण, सफाई, छंटाई, पैकेजिंग, गुणवत्तापूर्ण उत्पादन और गौण कृषि के माध्यम से उपज का अधिक दाम वसूलने के बारे में शिक्षित किया जाना चाहिए। ऐसे क्रियाकलापों के माध्यम से राज्य द्वारा मूल्यवर्धन की सुविधा उपलब्ध कराई जानी चाहिए। मंडी मंडल द्वारा कमाई गई धनराशि का एक भाग किसानों को बाजार व्यवस्था के बारे में प्रशिक्षित करने और उत्पादक एसोसिएशन या कंपनियों जैसी अपनी संस्थाएं गठित करने में खर्च किया जाना चाहिए।
- मूल्य जोखिम तथा मूल्यों के पूर्वानुमान व बाजार अवसरों जैसी सूचना सेवाओं की कमी के कारण किसान कीमतों में होने वाली बढ़ोतरी का लाभ नहीं उठा पाते हैं। हरियाणा राज्य को चौधरी चरण सिंह हरियाणा कृषि विश्वविद्यालय में मूल्य पूर्वानुमान तथा बाजार अनुसंधान कोष्ठ गठित करना चाहिए, ताकि किसानों के लिए मूल्य संबंधी परामर्श तथा बाजार संबंधी कुशलता की तकनीकें उपलब्ध कराई जा सकें।
- एचडीडीएफसी द्वारा उत्पाद विविधीकरण को गुजरात में अमूल के पैटर्न पर विकसित किया जाना चाहिए।



- हरियाणा राज्य ने किसानों को उपभोक्ताओं के साथ जोड़ने तथा कृषि बाजार प्रणाली को आधुनिक बनाने के लिए कुछ पहले आरंभ की हैं। यह जरूरी है कि इन पहलों से वांछित परिणाम प्राप्त होना सुनिश्चित किया जाए। नई पहलें कितनी सफल और कुशल हैं, इसकी निगरानी की जानी चाहिए तथा सफल अनुभवों को प्रलेखित करते हुए अन्य स्थानों पर दोहराया जाना चाहिए।
- राज्य में सब्जी उत्पादन में प्रगति हो रही है। कृषि उपज विपणन समिति (एपीएमसी) द्वारा गुड़गांव में सब्जी व फलों की एक अत्याधुनिक थोक मंडी स्थापित की जानी चाहिए। इसमें सब्जियों, फलों, पुष्पों और जड़ी-बूटियों के प्रदर्शन हेतु अलग रैक्स जैसी सुविधाएं होनी चाहिए। इसके अलावा परीक्षण और प्रमाणीकरण प्रयोगशाला, केन्द्रीय इलेक्ट्रॉनिक नीलामी प्रणाली, स्थल पर ही जिंसों के ऑन-लाइन व्यापार के लिए प्लेटफार्म, परिपक्वन कक्ष तथा शीत भंडारगृह, किसानों के प्रशिक्षण के लिए कृषि प्रशिक्षण केन्द्र, बैंकों की सुविधाएं, यंत्रिकृत सामग्री की साज-संभाल की प्रणाली आदि की सुविधाएं भी बाजार में ही सृजित की जानी चाहिए। दिल्ली और हरियाणा की सीमा पर राष्ट्रीय राजमार्गों के निकट दिल्ली की आजादपुर मंडी के समतुल्य सुविधाओं वाली सब्जी मंडियां स्थापित की जानी चाहिए।
- मूल्य श्रृंखला में विकास के लिए और अधिक पूंजी लगाने, प्रौद्योगिकी को लाने और कुशलताओं को विकसित करने के लिए राज्य को प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (एफडीआई) को बढ़ावा देना चाहिए। इससे अग्रगामी और पश्चगामी सम्पर्क सबल होंगे तथा किसानों से सीधी खरीद के माध्यम से एक सुनिश्चित बुनियादी ढांचा तैयार होगा।
- प्रोत्साहनों व विशेष पैकेजों द्वारा विशिष्ट गुणवत्ता वाले उत्पादों के प्रसंस्करण व उत्पादन में प्रशिक्षण सेवा केन्द्रों की स्थापना और छोटे पैमाने पर कृषि प्रसंस्करण उद्योगों द्वारा तैयार किए गए उत्पादों के विपणन की सुविधा प्रदान करने पर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता है। किसी एक जिंस के प्रसंस्करण पर जोर देने की बजाय अनेक कृषि जिंसों के प्रसंस्करण के लिए परिसर स्थापित करने पर बल दिया जाना चाहिए।
- ठेके की व्यवस्था के माध्यम से किसानों को फुटकर श्रृंखला से जोड़ने पर उन्हें अपनी उपज का उच्च और सुनिश्चित मूल्य प्राप्त हो सकता है और इसके साथ ही खाद्य पदार्थों की फुटकर श्रृंखलाओं को गुणवत्तापूर्ण जिंसों की आपूर्ति की योजना बनाने का अवसर भी प्राप्त हो सकता है। इस मॉडल के अन्य लाभ हैं : मूल्य जोखिम का कम हो जाना, परिवहन लागतों व साज-संभाल की लागतों में कमी आना, बिचौलियों का न होना और सुनिश्चित बाजार का उपलब्ध होना।
- मंडियों में पर्याप्त संख्या में ढके हुए स्थान न होने के कारण यदि मौसम प्रतिकूल हो जाता है तो किसानों को अनेक कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। इसलिए कमीशन एजेंटों को शामिल करते हुए ज्यादा से ज्यादा ढके हुए शैडों के निर्माण पर ध्यान दिया जाना चाहिए, ताकि किसान मंडियों में अपनी उपज की सुरक्षा कर सके।
- गांवों के समूहों में या उनके आस-पास श्रेणीकरण और भंडारण सुविधाओं से युक्त संकलन केन्द्र सृजित करने को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए और इसके लिए सार्वजनिक-निजी क्षेत्र की साझीदारी के मोड में कार्य किया जाना चाहिए, ताकि मौजूदा मंडियों में भीड़-भाड़ कम हो सके।
- उचित दूरी/स्थानों पर, विशेष रूप से राजमार्गों के किनारों पर बाजारों के विकास से किसानों को बेहतर मूल्य प्राप्त हो सकता है और उपभोक्ता भी अपनी जरूरत के उत्पाद आसानी से प्राप्त कर सकते हैं।



# अध्याय 1

## भूमिका

कृषि खाद्य पदार्थों की मांग तथा उत्पादन में बहुत ज्यादा बदलाव देखने में आ रहे हैं। कृषि-खाद्य जिंसें की कीमतों में हाल के वर्षों में थोक और फुटकर स्तर पर बहुत तेजी से बढ़ोतरी हुई है। खेती अब अत्यधिक वाणिज्यिक क्रियाकलाप हो गया है जिसके लिए उत्पादकों को उचित मूल्य दिलाने की जरूरत है, ताकि वे उत्पादन के व्यवसाय में बने रहें। तथापि, कृषि से जुड़े बाजार ठीक से विकसित नहीं हो रहे हैं तथा उत्पादन, मांग और खेती से जुड़े क्रियाकलापों के वाणिज्यीकरण में जो बदलाव हो रहे हैं, उनके साथ उनका उचित तालमेल नहीं हो पा रहा है। इसका नतीजा यह है कि फार्म उत्पादों की कटाई के समय जो मूल्य किसानों को मिलता है और अंतिम उपभोक्ता जो कीमत अदा करता है उसके बीच अंतर बढ़ता जा रहा है। इसका परिणाम यह है कि मूल्यों में होने वाली वृद्धि के लाभ का अधिकांश भाग बिचौलियों की जेब में जाता है, जबकि उत्पादक किसानों को उसका बहुत थोड़ा हिस्सा ही मिल पाता है। खेती से होने वाली आमदनी में धीमी वृद्धि या उसमें आने वाले ठहराव का यह एक प्रमुख कारण है। उपभोक्ताओं द्वारा अदा किए जाने वाले मूल्यों तथा किसानों को फसल कटाई के समय उनके उत्पाद के लिए मिलने वाली कीमत के बीच की कड़ी कमजोर होने का प्रभाव उत्पादकों द्वारा लगाए जाने वाले निवेश पर पड़ रहा है तथा भावी मांग को पूरा करने के लिए उत्पादक उत्पादन को बढ़ाने की दिशा में अधिक उत्साहित नहीं हो पा रहे हैं। यह भी देखा गया है कि समय के साथ-साथ कटाई उपरांत अवस्था पर मूल्यवर्धन में उत्पादन में होने वाले मूल्यवर्धन की तुलना में अधिक तेजी से बदलाव हो रहा है। तथापि, किसानों को कृषि मूल्य श्रृंखला की कटाई उपरांत अवस्था में मूल्यवर्धन से प्राप्त होने वाले लाभ में पर्याप्त हिस्सा नहीं मिल पा रहा है। खास मुद्दा यह है कि किसानों को कैसे इस प्रकार सम्पन्न व सशक्त किया जाए कि वे कटाई उपरांत होने वाले मूल्यवर्धन से ज्यादा से ज्यादा फायदा उठा सकें, अपनी उपज की बेहतर कीमत ले सकें और इस प्रकार, उभरते हुए अवसरों का लाभ प्राप्त करने में सफल हो सकें।

इस पृष्ठभूमि में हरियाणा किसान आयोग ने किसानों का बाजार से सम्पर्क पर रिपोर्ट तैयार करने के लिए एक कार्य दल का गठन किया। इस कार्य दल की संदर्भ की शर्तें निम्नानुसार थीं :

1. राज्य में बाजार संबंधी बुनियादी ढांचों (संसाधन, श्रेणीकरण और पैकेजिंग प्रणाली, भंडारागारों, शीत श्रृंखलाओं, परिवहन आदि सहित संकलन केन्द्रों) की मौजूदा स्थिति की समीक्षा करना।
2. विपणन के वैकल्पिक स्वरूपों जैसे सीधी-सीधी बिक्री, किसानों या उनकी एसोसिएशनों द्वारा चलाए जा रहे बाजारों, ठेके पर खेती, कारपोरेट निकायों, सहकारिताओं आदि की पहचान करना और उन्हें इस प्रणाली में शामिल करने को प्रोत्साहित करने के लिए कार्यनीतियां/नीतियां सुझाना।
3. सूचना तथा संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) सहित बाजार सूचना सेवाओं का अध्ययन करना और मीडिया के माध्यम से उनका प्रचार-प्रसार करना व इन्हें और अधिक सुगम, कारगर तथा किसानों और उपभोक्ताओं, दोनों के लिए उपयोगी बनाने हेतु उचित उपाय सुझाना।
4. कृषि विपणन प्रणाली में व्यवसायशीलता या प्रोफेशनलिज़्म के स्तर की जांच करना तथा कुशलता के उन्नयन व मानव संसाधन विकास के





लिए उपाय व साधन सुझाना।

5. कृषि जिंसों के निर्यात की मौजूदा स्थिति और भावी क्षमता की समीक्षा करना तथा राज्य से कृषि जिंसों के निर्यात की संभावना को बढ़ाने के लिए उचित उपाय सुझाना।

कार्य दल का गठन निम्नानुसार था :

1. डॉ. रमेश चन्द, अध्यक्ष, कार्य दल एवं निदेशक, एनसीएपी, नई दिल्ली
2. डॉ. पी. एस. बिर्थल, सदस्य, कार्य दल एवं प्रधान वैज्ञानिक, एनसीएपी, नई दिल्ली
3. डॉ. एस. एस. सांगवान, सदस्य, कार्य दल एवं प्राध्यापक, एसबीआई पीठ व पूर्व महा प्रबंधक, राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड)
4. डॉ. बी. एस. दुग्गल, सदस्य, कार्य दल एवं प्रबंध निदेशक, हरियाणा राज्य बीज विकास निगम, पंचकुला
5. डॉ. जे. एस. राणा, सदस्य, कार्य दल एवं विपणन प्रबंधक, कृषको, हरियाणा
6. डॉ. के. एन. राय, नोडल अधिकारी, कार्य दल एवं परामर्शक, हरियाणा किसान आयोग, पंचकुला

### कार्य दल द्वारा अपनाई गई क्रियाविधि

कार्य दल ने यह रिपोर्ट तैयार करने के लिए तीन दृष्टियों को अपनाया। इनमें शामिल हैं (i) हरियाणा में खेती और कृषि विपणन से जुड़ी सूचना तथा संबंधित साहित्य को इकट्ठा करने के लिए डैस्क अध्ययन, (ii) विभिन्न पणधारियों या स्टेकहोल्डरों के साथ परामर्श और (iii) कार्य दल के विभिन्न सदस्यों के बीच चर्चाएं। कार्य दल ने निम्नलिखित बैठकें व चर्चाएं आयोजित कीं :

- 19 जुलाई 2012 : रिपोर्ट की रूपरेखा पर चर्चा, काम का बंटवारा, परामर्शों तथा क्रियाविधियों का ब्यौरा तैयार करने के लिए एनसीएपी, नई दिल्ली में बैठक।
- 16 अगस्त 2012 : हरियाणा किसान आयोग के अध्यक्ष के साथ टास, नई दिल्ली के समिति कक्ष में बैठक।
- 27 अगस्त 2012 : हरियाणा में कृषि बाजारों तथा विपणन से जुड़े अधिकारियों और राज्य सरकार के अधिकारियों के साथ पंचकुला में बैठक।
- 19 अक्टूबर 2012 : हरियाणा किसान आयोग की हरियाणा कृषि विश्वविद्यालय के वैज्ञानिकों के साथ चौधरी चरण सिंह हरियाणा कृषि विश्वविद्यालय परिसर, हिसार में बैठक।
- 23 नवम्बर 2012 : हरियाणा किसान आयोग के अध्यक्ष, किसानों, प्रसंस्करण उद्योगों और निर्यात गृहों के प्रतिनिधियों के साथ खांडसा मंडी, गुड़गांव में बैठक।
- 29 मार्च 2013 : हिसार में मंडी का दौरा तथा व्यापारियों, कमीशन एजेंटों व बाजार से जुड़े अन्य कर्मियों के साथ बैठक।
- 11 जून 2013 : समिति के सदस्यों की एनसीएपी, नई दिल्ली के समिति कक्ष में बैठक।
- 13 सितम्बर 2013 : अंतरिम रिपोर्ट के लिए कार्य दल के अध्यक्ष तथा नोडल अधिकारी के बीच एनसीएपी, नई दिल्ली में बैठक।



## रिपोर्ट का स्वरूप

यह रिपोर्ट भूमिका सहित छह अध्यायों में प्रस्तुत की गई है। अध्याय-2 में हरियाणा में कृषि तथा खेती पर चर्चा की गई है, ताकि कृषि बाजारों या मंडियों पर रिपोर्ट तैयार करने के लिए संदर्भ उपलब्ध कराया जा सके। अध्याय-3 में मौजूदा कृषि विपणन प्रणाली, संस्थाओं और संबंधित पहलुओं का वर्णन किया गया है। अध्याय-4 में कृषि बाजारों से जुड़ी चुनौतियों और समस्याओं पर चर्चा की गई है। विपणन या बाजार व्यवस्था के उभरते हुए मॉडलों पर अध्याय-5 में चर्चा हुई है। किसानों को बाजार या मंडियों के साथ जोड़ने के उपायों और साधनों को सुझाने के लिए सिफारिशें तथा भावी दिशा का वर्णन अध्याय-6 में किया गया है।

प्रथम हरित क्रांति का युग लगभग समाप्त हो गया है। अनाजों की पैदावार में वृद्धि बहुत धीमी है, पानी का तल जमीन में बहुत नीचे जा रहा है और खेती में वृद्धि भी बहुत धीमी गति से हो रही है। भारत को दूसरी ऐसी हरित क्रांति की जरूरत है जो चावल और गेहूं की खेती करने वाले किसानों को अन्न उत्पादन की अवस्था से आगे ले जाकर कृषि-खाद्य संसाधन की अवस्था में पहुंचाए, उत्पादों का मूल्यवर्धन करे और इसके साथ ही कच्चे माल की खरीद में आने वाली बाधाओं के मुद्दे को हल कर सके। इस उच्च स्तरीय पहल के लिए खाद्य मूल्य श्रृंखला से जुड़े सभी पणधारियों या स्टेकहोल्डरों में समर्पण की भावना की जरूरत है।

फिक्की



# अध्याय 2

## हरियाणा में खेती

### 2.1 संरचनात्मक बदलाव

पिछले तीन दशकों के दौरान हरियाणा की अर्थव्यवस्था में धीरे-धीरे संरचनात्मक बदलाव हुआ है। राज्य के सकल घरेलू उत्पाद में कृषि का हिस्सा जो 1980-81 में 43.7 प्रतिशत था वह 2010-11 में घटकर मात्र 15.9 प्रतिशत रह गया तथा विनिर्माण और सेवाओं के हिस्से में तेजी से बढ़ोतरी हुई (सारणी 1)। आमदनी के हिस्से में होने वाली उल्लेखनीय गिरावट के बावजूद इस क्षेत्र में वर्ष 2011 में राज्य का 63 प्रतिशत ग्रामीण कार्य बल और कुल कार्य बल का 45 प्रतिशत भाग लगा हुआ था। वास्तव में खेती में कर्मियों का हिस्सा 2001-11 के पिछले दशक के दौरान 51 प्रतिशत से घटकर केवल 45 प्रतिशत रह गया है। खेती से खेती इतर कार्यों में मजदूरों के जाने की दर पिछले दशकों में धीमी थी, लेकिन पिछले दशक के दौरान कृषि से मजदूरों के हस्तांतरण की गति में बहुत तेजी आई है। राज्य में कृषि से जुड़े कार्य बल की एक अन्य महत्वपूर्ण विशेषता इसका बदलता हुआ संघटन है। कृषि कार्य बल में खेतिहरों का हिस्सा जो वर्ष 2001 में 70 प्रतिशत था वह 2011 में घटकर 62 प्रतिशत रह गया, जबकि इसी अवधि में कृषि श्रमिकों का हिस्सा 30 प्रतिशत से बढ़कर 38 प्रतिशत हो गया। इससे कृषि उत्पादन में मजदूरी की दर के बढ़ने का संकेत मिलता है।

सारणी 1: हरियाणा में आउटपुट, रोजगार और श्रम उत्पादकता में कृषि के हिस्से में होने वाले बदलाव

वर्ष	प्रतिशत हिस्सा		प्रति कर्मि मूल्य-वर्धित (आय) (2004-05 के मूल्यों पर)		कृषि-इतर तथा कृषि क्षेत्रों में प्रति कर्मि आय का अनुपात
	एनएसडीपी (2004-05 के मूल्यों पर)	कार्य बल	कृषि	कृषि-इतर	
1981	43.7	54.5	40909	63142	1.54
1991	36.6	53.4	52828	104965	1.99
2001	27.4	51.3	40283	112310	2.79
2011	15.9	45.0	57754	257591	4.46

स्रोत : एनएसडीपी : केन्द्रीय सांख्यिकी संगठन (सीएसओ); कार्य बल :

कृषि से कृषि-इतर क्षेत्र में मजदूरी की गति में धीमापन का कारण राज्य की अर्थव्यवस्था में विनिर्माण क्षेत्र का कम हिस्सा तथा रोजगार संबंधी निराशापूर्ण निष्पादन हैं। राज्य के सकल घरेलू उत्पाद (जीडीपी) में विनिर्माण क्षेत्र का हिस्सा जो 1981 में 15 प्रतिशत था वह 1991 में थोड़ा बढ़कर 20 प्रतिशत हो गया और तब से लेकर अब तक यह 20 प्रतिशत के आस-पास ही बना हुआ है।



वर्ष 1980 का दशक हरियाणा की खेती का स्वर्णिम युग था जब यहां कृषि की वृद्धि दर प्रति वर्ष 4.62 प्रतिशत के अपने सर्वोच्च शिखर पर थी (सारणी 2)। इसका नतीजा यह था कि इस अवधि के दौरान श्रम की उत्पादकता में भी अत्यधिक सुधार हुआ और यह प्रति कृषि कर्मी लगभग 41 हजार से 53 हजार रुपये के बीच थी। इसका प्रमुख कारण हरित क्रांति का फैलाव था। वर्ष 1990 के दशक में कृषि वृद्धि में 2.21 प्रतिशत की गिरावट आई और श्रम उत्पादकता का स्तर भी 1981 की तुलना में इसी स्तर पर गिर गया। वर्ष 2000 के दशक के दौरान कृषि के विकास में 3.3 प्रतिशत की वृद्धि हुई जिसके साथ-साथ कृषि कर्मियों की परम संख्या में 6.7 प्रतिशत की गिरावट आने से कृषि उत्पादकता में प्रति कृषि कर्मी लगभग 58 हजार रुपये का सुधार लाने में सहायता मिली। दूसरी ओर, कृषि इतर क्षेत्र में तेजी से वृद्धि हुई तथा पिछले तीन दशकों में इसकी वृद्धि दर इस प्रकार रही - 1980 के दशक के दौरान 7.09 प्रतिशत, 1990 के दशक के दौरान 7.64 प्रतिशत और वर्ष 2000 के दशक के दौरान 10.05 प्रतिशत। कृषि इतर क्षेत्र में उच्च वृद्धि के परिणामस्वरूप और इसके साथ-साथ कृषि वृद्धि के अपेक्षाकृत कम रहने और रोजगार के कृषि पर बढ़ते हुए निरंतर दबाव के कारण कृषि तथा कृषि-इतर क्षेत्र में श्रम उत्पादकता के बीच का अंतराल चौड़ा होता गया और वर्ष 2011 में यह अनुपात 4.46 हो गया।

## सारणी 2 : हरियाणा में कृषि बनाम कृषि-इतर क्षेत्र में प्रतिशत वार्षिक वृद्धि

अवधि	कृषि	कृषि इतर	सकल
1980-1990	4.62	7.09	6.11
1990-2000	2.21	7.64	5.88
2000-2010	3.30	10.05	8.65

स्रोत : केन्द्रीय सांख्यिकी कार्यालय

## 2.2 खेती का ढांचा

पिछले दो दशकों के दौरान हरियाणा में खेती के ढांचे में उल्लेखनीय बदलाव हुआ है। जोतों का औसत आकार जो 1981 में 3.53 हैक्टर था, वह 1991 में घटकर 2.43 रह गया और 2000-01 में औसत आकार 2.32 हैक्टर हुआ जो अब 2010-11 में कम होकर 2.25 हैक्टर रह गया है (सारणी 3)। राज्य में खेती के ढांचे में अब छोटी जोतों (2 हैक्टर से कम या इसके बराबर) की प्रमुखता है। कुल जोतों में इनका हिस्सा जो 1981 में 51.4 प्रतिशत था 2011 में बढ़कर 67.6 प्रतिशत हो गया। तथापि, पिछले अनेक वर्षों के दौरान भूमि का उप विभाजन और विखंडन होने के बावजूद यह देखा जा सकता है कि हरियाणा में जोतों का औसत आकार अखिल भारतीय औसत (1.2 हैक्टर) की तुलना में लगभग दो गुना है और कुल जोतों में छोटी जोतों का अनुपात 85 प्रतिशत राष्ट्रीय औसत की तुलना में काफी कम है।

कृषि उत्पादकता में उल्लेखनीय सुधार हुआ है जो राज्य के निवल घरेलू उत्पाद (एनएसडीपी) या प्रति हैक्टर मूल्यवर्धन से स्पष्ट दिखाई देता है। सबसे तेजी से प्रगति 1980 के दशक में हुई जब प्रति हैक्टर मूल्यवर्धन में पर्याप्त वृद्धि हुई; जबकि 1981 और 1991 की अवधि के बीच प्रति हैक्टर 52 प्रतिशत मूल्यवर्धन हुआ। बाद में आने वाले दशकों के दौरान कृषि उत्पादकता में सुधार बहुत धीमी गति से हुआ। वर्ष 1991 और 2001 की अवधि के दौरान इसमें 26 प्रतिशत वृद्धि हुई, जबकि 2001 और 2011 की अवधि के बीच इसमें 30 प्रतिशत की वृद्धि हुई। प्रति फार्म मूल्यवर्धन 1981 और 1991 की अवधि के दौरान 5 प्रतिशत की दर से हुआ, जबकि बाद के दो दशकों में इसमें 20-25 प्रतिशत की दर से वृद्धि हुई। वर्ष 1980 के दशक में खेती से होने वाली आय में वृद्धि दर के धीमे होने का कारण जोतों का छोटा हो जाना था। वर्ष 1981 और 1991 की अवधि के दौरान कुल जोतों की संख्या में 51 प्रतिशत की वृद्धि हुई जो इसकी बाद की अवधि में लगभग स्थिर बनी हुई है।





### सारणी 3. हरियाणा में जोतों के आकार और कृषि उत्पादकता में परिवर्तन

वर्ष	जोतों का आकार (हैक्टर)	छोटे फार्म (प्रतिशत)	मूल्यवर्धन (₹./ फार्म)	मूल्यवर्धन (₹./हैक्टर)
1980-81	3.53	51.4	90067	25581
1990-91	2.43	60.5	94135	38811
2000-01	2.32	65.3	113293	48758
2010-11	2.25	67.6	143186	63503

स्रोत लैंडहोल्लिङ्ग : <http://agcensus.dacnet.nic.in/>; एनएसडीपी : केन्द्रीय सांख्यिकी संगठन (सीएसओ)

### 2.3 उत्पादन विविधीकरण

राज्य में कृषि उत्पादन के क्षेत्र में विविधीकरण हो रहा है लेकिन इसकी गति बहुत धीमी है। फसलें जिनका कृषि आउटपुट के सकल मूल्य में लगभग 63 प्रतिशत का हिस्सा है, इस क्षेत्र का मुख्य घटक रही हैं, लेकिन इनके हिस्से में 1990 के दशक की आरंभिक अवधि की तुलना में गिरावट दर्ज की गई है (सारणी 4)। दूसरी ओर, पशुधन का हिस्सा जो 1990 के दशक के आरंभ में लगभग स्थिर बना हुआ था, बाद में बढ़ा और यह 2010-11 में बढ़कर लगभग 31 प्रतिशत हो गया। अन्य सम्बद्ध क्रियाकलापों जैसे जलजंतुपालन और वानिकी का कृषि के निर्गत या आउटपुट के सकल मूल्य में 5 प्रतिशत का योगदान है।

कृषि उप क्षेत्र में होने वाली धीमी वृद्धि का कारण संरचना में होने वाले ये बदलाव है। सारणी-4 में कृषि क्षेत्र के विभिन्न घटकों की दशकीय वृद्धि दरों की तुलना भी की गई है। फसल क्षेत्र में होने वाली वृद्धि निरंतर गिरती जा रही है। यह 1980 के दशक में 4.3 प्रतिशत थी जो 1990 के दशक में 3.2 प्रतिशत हुई और 2000 के दशक में और कम होकर 2.5 प्रतिशत रह गई। दूसरी ओर पशुधन क्षेत्र में 4 प्रतिशत या इससे अधिक की दर पर निरंतर वृद्धि हो रही है। राज्य में पशुधन के आउटपुट का मूल्य धान के मूल्य की तुलना में दुगना है तथा गेहूँ के मूल्य की तुलना में 20 प्रतिशत अधिक है। दूध हरियाणा में पशुधन से प्राप्त होने वाला मुख्य उत्पाद है और पिछले दो दशकों में पशुधन आउटपुट के कुल मूल्य में इसका हिस्सा 80 प्रतिशत से अधिक रहा है।

### सारणी 4: हरियाणा के कृषि क्षेत्र में संघटन में बदलाव

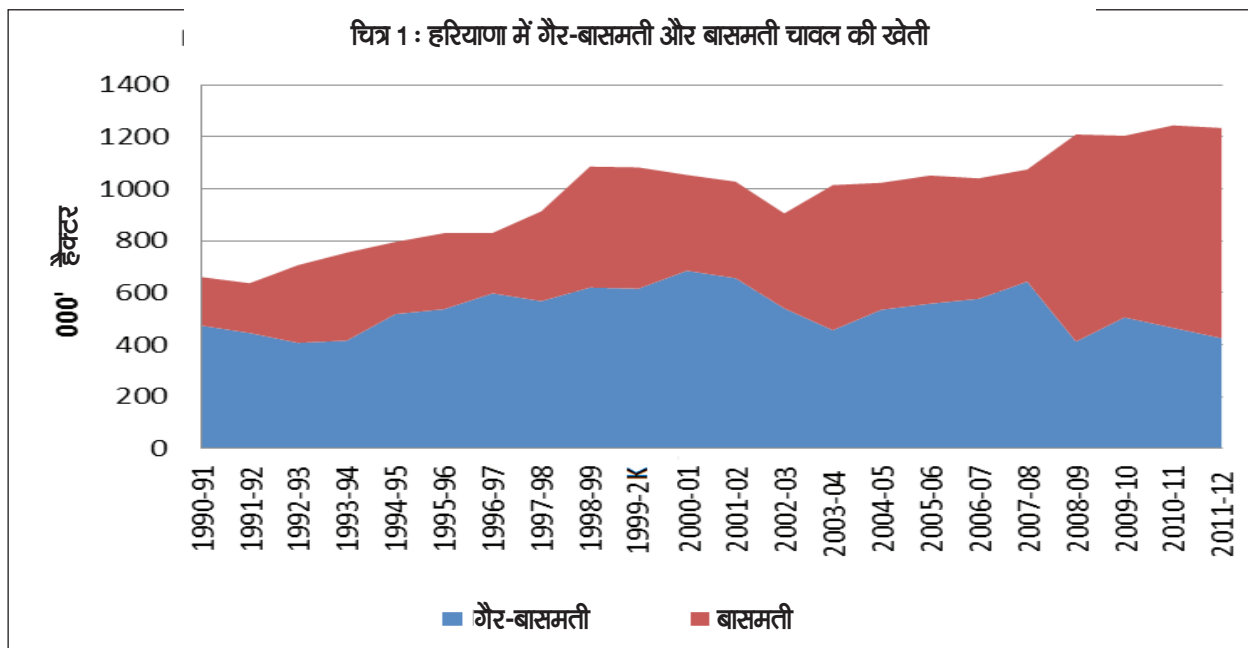
आउटपुट के मूल्य में प्रतिशत हिस्सा				
वर्ष	फसल	पशुधन	अन्य	कुल
टीड 1982-83	69.0	27.2	3.8	100
टीड 1992-93	68.8	26.5	4.8	100
टीड 2002-03	66.1	28.8	5.1	100
टीड 2010-11	63.3	31.1	5.6	100
प्रतिशत वार्षिक वृद्धि				
1980s	4.3	3.9	6.4	4.2
1990s	3.2	4.0	4.5	3.5
2000s	2.5	4.3	3.6	3.0

स्रोत : केन्द्रीय सांख्यिकी संगठन (सीएसओ)

फसल आउटपुट की वृद्धि दर में आने वाला धीमापन इस कारण हुआ है कि मजदूरों की मजदूरी में वृद्धि हुई है और निवेशों की कीमत भी बढ़ी है। यह फार्म परिवारों का एक प्रमुख क्रियाकलाप है लेकिन अब इससे होने वाली आमदनी कम होती जा रही है। किसी तकनीकी प्रगति के न होने के कारण किसान अब बाजार की बेहतर संभावनाएं तलाश रहे हैं और अपनी आमदनी को बढ़ाने के लिए साधन के रूप में अपने उत्पाद की बेहतर कीमत लेने के उपाय ढूंढ रहे हैं।



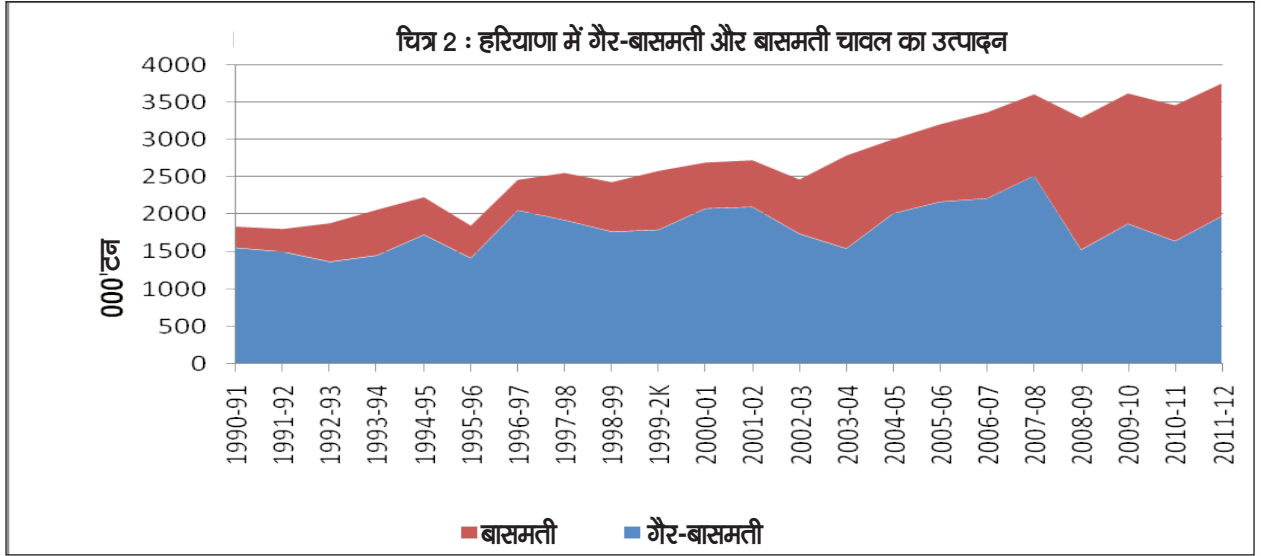
हरियाणा की खेती में गेहूँ और धान की प्रमुखता है जिनका टीई 2010-11 में सकल फसलित क्षेत्र में क्रमशः 38.6 प्रतिशत और 18.9 प्रतिशत हिस्सा था; जबकि फसल क्षेत्र के आउटपुट के मूल्य में इनका क्रमशः 34.0 और 19.4 प्रतिशत हिस्सा था ( सारणी 5)। वर्ष 1980 के दशक से धान के हिस्से में क्षेत्र के मामले में काफी बढ़ोतरी हुई है, लेकिन हाल के वर्षों में यह बढ़ोतरी स्थिर दिखाई दे रही है। हरियाणा में दो प्रकार का चावल उगाया जाता है : बासमती और गैर-बासमती। निर्यात मांग तथा घरेलू बाजार में प्रीमियम मूल्य के कारण कुल क्षेत्र में बासमती चावल तथा धान के उत्पादन के हिस्से में पिछले दो दशकों के दौरान काफी बढ़ोतरी हुई है। यह टीई 1992-93 में 34 प्रतिशत थी जो टीई 2011-12 में बढ़कर 62 प्रतिशत हो गई ( चित्र 1)। टीई 2011-12 में धान के कुल उत्पादन में इसके हिस्से में 50 प्रतिशत वृद्धि हुई जबकि यह टीई 1992-93 के दौरान केवल 20 प्रतिशत था।



स्रोत : कृषि विभाग, हरियाणा

गेहूँ की खेती वाले क्षेत्र में भी 1980-90 के दशक में विस्तार हुआ। धान और गेहूँ की खेती के क्षेत्र में निरंतर वृद्धि का कारण यह है कि इन फसलों को उत्पादन तथा बाजार संबंधी जोखिमों का बहुत कम सामना करना पड़ता है। जहाँ एक ओर इनका एक बड़ा क्षेत्र सिंचित है और इस प्रकार यहाँ उत्पादन के जोखिम कम हो जाते हैं, वहीं दूसरी ओर सरकार द्वारा इन दोनों अनाजों को सार्वजनिक वितरण प्रणाली के अंतर्गत खरीद लिए जाने के कारण बाजार संबंधी जोखिमों से भी ये फसलें सुरक्षित रहती हैं। मोटे अनाजों का क्षेत्र उल्लेखनीय रूप से कम हो गया है। यह क्षेत्र 1982-83 की तुलना में 2010-11 में लगभग पांचवे हिस्से के बराबर या 12 प्रतिशत रह गया है। इसका कारण इनकी कम उपज और इनके कम मूल्यों के कारण पारस्परिक प्रतिस्पर्धा में कमी का होना है। इसी प्रकार, दालों की खेती वाले क्षेत्र में भी पर्याप्त गिरावट आई है। यह क्षेत्र 1982-83 में कुल खेती वाले क्षेत्र का 15 प्रतिशत था जो 2010-11 में घटकर 3 प्रतिशत से भी कम रह गया है। तिलहनों और कपास की खेती वाले क्षेत्र में आरंभ में सुधार हुआ, लेकिन आगे चलकर इसमें स्थिरता आ गई।





स्रोत : कृषि विभाग, हरियाणा

#### सारणी 5: हरियाणा में फसल पद्धति तथा आउटपुट की संरचना में बदलाव

	सकल फसलित क्षेत्र में प्रतिशत हिस्सा				आउटपुट के मूल्य में प्रतिशत हिस्सा (2004-05 के मूल्यों पर)			
	टीइ 1982-83	टीइ 1992-93	टीइ 2002-03	टीइ 2010-11	टीइ 1982-83	टीइ 1992-93	टीइ 2002-03	टीइ 2010-11
धान	9.2	11.6	16.2	18.9	18.5	18.2	19.7	19.4
गेहूँ	29.8	32.4	37.5	38.6	28.3	32.4	36.3	34.0
कुल अनाज	60.4	57.9	65.5	69.2	51.6	53.8	58.9	56.5
दालें	15.4	9.2	2.6	2.6	6.5	4.2	1.0	1.0
तिलहन	4.4	10.6	8.8	8.1	2.8	8.5	6.8	7.1
कपास	6.5	9.3	9.2	7.5	7.7	9.5	6.1	8.5
फल और सब्जियाँ	0.9	1.2	1.01	1.12	3.5	3.4	8.5	10.1

स्रोत : क्षेत्र : [http://eands.dacnet.nic.in/StateData\\_96-12 Year htm](http://eands.dacnet.nic.in/StateData_96-12 Year htm); [http://eands.dacnet.nic.in/LUS\\_1999\\_2004.htm](http://eands.dacnet.nic.in/LUS_1999_2004.htm)

स्रोत आउटपुट का मूल्य: केन्द्रीय सांख्यिकी संगठन (सीएसओ)

यह बताना जरूरी है कि प्रति भूमि उपयोग की सांख्यिकी के अनुसार राज्य में बागवानी वाले क्षेत्र का हिस्सा 1992-93 में लगभग 1 प्रतिशत था जिसमें इस अवधि के बाद कोई वृद्धि नहीं देखी गई। बागवानी विभाग के अनुसार हरियाणा में बागवानी का क्षेत्र सकल फसलित क्षेत्र का लगभग 5



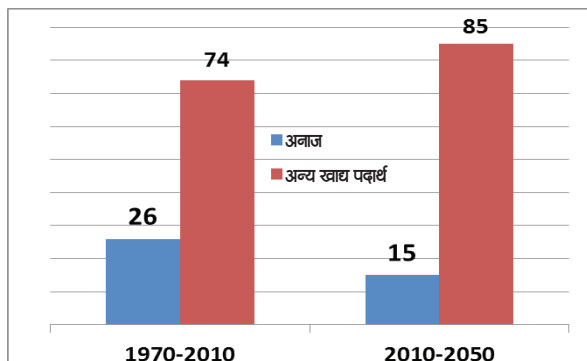
प्रतिशत है। मूल्य के संदर्भ में फसल आउटपुट के मामले में फल तथा सब्जियों का 10 प्रतिशत का योगदान है। बागवानी तथा गैर-बागवानी फसलों के बीच उत्पादकता का अंतर बहुत ज्यादा है। यदि 5 प्रतिशत और अधिक क्षेत्र को बागवानी के अंदर ले आया जाए तो इससे आउटपुट के मूल्य का योगदान बढ़कर 20 प्रतिशत हो सकता है जिससे किसानों की आमदनी में बहुत अधिक बढ़ोतरी हो सकती है।

सिंचाई के विस्तार के परिणामस्वरूप हरियाणा में फसल वाले क्षेत्र में पर्याप्त वृद्धि हुई है। यह वृद्धि 1990 के दशक के आरंभ में 150 प्रतिशत थी, जो 2011-12 में 180 प्रतिशत से अधिक हो गई। यद्यपि पिछले दो दशकों के दौरान निवल फसलित क्षेत्र लगभग 35 मिलियन हैक्टर के आस-पास ही रहा है। धान तथा गेहूं की उपज वृद्धि संबंधी दरें बहुत ज्यादा नहीं रही हैं तथा भू-जल का आवश्यकता से अधिक दोहन हो रहा है। इन प्रवृत्तियों का परिणाम यह होगा कि राज्य में (i) धान और गेहूं की खेती के क्षेत्र में विस्तार और (ii) धान व गेहूं के अंतर्गत खेती वाले क्षेत्र में बदलाव के माध्यम से कृषि की वृद्धि में तेजी लाने की बहुत कम संभावना है। इसकी वैकल्पिक कार्यनीति यह है कि फलों, सब्जियों, मछली और पशु उत्पादन की ओर विविधीकरण की गति में तेजी लाई जाए। यह राज्य दिल्ली के पास है, इसलिए यहां कृषि के विविधीकरण के लिए बहुत अवसर उपलब्ध हैं।

## 2.4 मांग में परिवर्तन की दृष्टि से उत्पादन पोर्टफोलियो का समायोजन

दीर्घावधि पूर्वानुमानों के अनुसार अनाजों की मांग में प्रति वर्ष एक प्रतिशत की दर से वृद्धि होगी, जबकि उच्च मूल्य वाले उत्पादों की मांग अनाजों की मांग की तुलना में 2 से 3 गुनी तेजी से बढ़ेगी। इसका कारण प्रति व्यक्ति आमदनी में होने वाली वृद्धि, तेजी से बढ़ती हुई शहरी जनसंख्या, जीवन शैलियों में बदलाव और पोषणिक सुरक्षा के प्रति उपभोक्ताओं की बढ़ती हुई चिंताएं हैं। इसके परिणामस्वरूप अनाज उत्पादन में विस्तार की संभावना उच्च मूल्य वाले उत्पादों की तुलना में अपेक्षाकृत कम होगी (चित्र 3)। पिछले 40 वर्षों की आने वाले 40 वर्षों से तुलना करने पर यह स्पष्ट होता है कि 1970 से 2010 की अवधि के दौरान अनाजों की, खाद्य जिनसों की कुल मांग की तुलना में, 26 प्रतिशत मांग हुई। आने वाले 40 वर्षों में ऐसा अनुमान लगाया गया है कि खाद्य जिनसों की 15 प्रतिशत अतिरिक्त मांग की पूर्ति अनाजों से होगी, जबकि शेष मांग गैर-अनाज वाले खाद्य उत्पादों से पूरी होगी। इन पूर्वानुमानों से यह संकेत मिलता है कि भविष्य में गैर-अनाज वाले खाद्य पदार्थों की मांग काफी अधिक रहेगी, जबकि अनाज वाले खाद्य पदार्थों की मांग अपेक्षाकृत कम होगी।

चित्र 3. वर्ष 1970 से 2010 और 2010 से 2050 की अवधि के दौरान अनाजों तथा अन्य खाद्य जिनसों की बढ़ती हुई मांग



स्रोत: एनसीएपी, विज़न 2050

इसी प्रकार, ऐसा पूर्वानुमान है कि गुणवत्ता संबंधी विशेषताओं के लिए मांग में एक तिहाई वृद्धि होगी और लोग उन्नत गुणवत्ता वाले उत्पादों जैसे गैर-बासमती वाले चावल के स्थान पर बासमती चावल को अधिक पसंद करेंगे। इन बदलावों से यह सुझाव मिलता है कि किसी भी राज्य के किसान अनाज वाली जिनसों की तुलना में गैर-अनाज वाली खाद्य जिनसों की वृद्धि से अधिक लाभ उठा सकते हैं। मांग परिदृश्य में इस प्रकार के बदलावों के कारण हमें अपनी फसलोत्पादन पद्धति में भी बदलाव लाना होगा।





भारतीय उपभोक्ताओं की खाद्य टोकरी में अब अनाज वाले खाद्य पदार्थों के स्थान पर उच्च मूल्य वाली खाद्य जिनसों जैसे फलों, सब्जियों, दूध, मांस, अंडों और मछलियों को अधिक स्थान मिल रहा है जिससे किसानों के समक्ष, और विशेष रूप से, छोटे किसानों के समक्ष अवसर तो उत्पन्न हो रहे हैं लेकिन इसके साथ ही चुनौतियां भी उभर रही हैं। उच्च मूल्य वाली खाद्य जिनसों में भूमि, श्रम और पूंजी की दृष्टि से उच्च लाभ दिलाने की बहुत अधिक क्षमता है और इन जिनसों में निर्यात की भी संभावना है। इसलिए इनसे किसानों को फायदा होने की उम्मीद है। भारतीय किसानों ने मांग संबंधी संकेतों को अच्छी तरह समझा है और उनके अनुकूल प्रतिक्रिया दर्शायी है। फार्म आउटपुट के सकल मूल्य में उच्च मूल्य वाली खाद्य जिनसों का हिस्सा अब बढ़कर लगभग 50 प्रतिशत हो गया है जो 1980 के दशक के आरंभ में इसका लगभग एक तिहाई था। वास्तव में, उच्च मूल्य वाली फसलें हाल के दशकों में भारत में कृषि के क्षेत्र में वृद्धि का इंजन सिद्ध हो रही हैं और इसका कारण न केवल इनकी घरेलू मांग में वृद्धि होना है बल्कि विदेशी बाजारों में भी इनकी मांग का बढ़ना है।

### 2.4.1 कृषि निर्यात

पिछले दशक के दौरान भारत से फलों और सब्जियों के निर्यात में डॉलर के मूल्य के अनुसार प्रति वर्ष 20 प्रतिशत की वृद्धि हुई है। देश के प्रत्येक राज्य को इस वृद्धि से फायदा उठाने के मौके उपलब्ध हुए हैं। हरियाणा को विशेष रूप से बासमती चावल, ग्वार तथा कुछ चुनी हुई सब्जियों में निर्यात का लाभ प्राप्त है। यह राज्य बासमती चावल के उत्पादन के मामले में देश में प्रथम स्थान पर है, जबकि ग्वार उत्पादन के मामले में दूसरे स्थान पर है। इन दोनों की ही निर्यात की दृष्टि से भी बहुत मांग है। राज्य में मुर्गी वर्ग तथा अंतःस्थली मछलियों के उत्पादन और निर्यात को बढ़ाने की भी बहुत क्षमता है। भारत और पाकिस्तान के बीच व्यापार के उदारीकरण से राज्य को जमीनी मार्ग से अनेक उत्पादों का निर्यात करने का लाभ प्राप्त हो सकता है।

‘एपीडा’ द्वारा प्रकाशित पिछले तीन वर्ष के निर्यात संबंधी आंकड़ों के अनुसार हरियाणा में जिन जिनसों को तुलनात्मक लाभ प्राप्त है उन्हें सारणी 7 में दर्शाया गया है। इससे यह स्पष्ट होता है कि हाल के वर्षों में फलों व सब्जियों व उनके बीजों, भैंस के मांस, डेरी उत्पादों, बासमती और गैर-बासमती चावल, गेहूँ और मक्का की विदेशों में मांग तेजी से बढ़ी है।

#### सारणी 6 : ‘एपीडा’ के 3 वर्ष के निर्यात संबंधी विवरण : चुने हुए उत्पाद

उत्पाद	मात्रा : 000 टन			मूल्य : करोड़ रुपये में		
	2010-11	2011-12	2012-13	2010-11	2011-12	2012-13
फल और सब्जियों के बीज	11.6	15.2	17.2	184.9	287.8	347.7
ताजा प्याज	1182.3	1309.9	1666.9	1779.3	1723.0	1966.6
अन्य ताजे फल	255.0	270.4	264.0	511.8	755.4	779.8
भैंस का मांस	726.7	986.6	1107.5	8613.2	13745.7	17412.9
कुक्कुट उत्पाद	516.8	624.2	577.9	314.3	458.1	494.9
डेरी उत्पाद	37.4	25.6	87.8	548.0	289.4	1412.1
अनाज के व्यंजन	226.5	301.3	293.1	1261.8	1888.6	2240.8
बासमती चावल	2370.7	3178.2	3459.9	11354.6	15449.6	19409.4
गैर-बासमती चावल	100.7	3997.7	6688.0	231.3	8659.1	14448.8
गेहूँ	0.4	740.7	6514.8	0.7	1023.3	10529.0
अन्य अनाज	3220.1	4073.7	5431.6	3648.5	5492.9	8167.7

स्रोत : एपीडा



हरियाणा पिछले काफी समय से बासमती चावल के निर्यात की दृष्टि से एक अग्रणी राज्य है। राज्य का तरावड़ी क्षेत्र गुणवत्तापूर्ण बासमती चावल के उत्पादन के लिए पूरे विश्व में प्रसिद्ध है। तरावड़ी में उत्पन्न बासमती चावल को विश्व के किसी भी अन्य भाग में उत्पन्न किए गए बासमती चावल की तुलना में अंतरराष्ट्रीय बाजारों में अधिक पसंद किया जाता है। इसकी अनूठी सुगंध होती है, पकाने के पश्चात् यह बहुत मुलायम होता है और इसका दाना भी खूब लंबा हो जाता है। बासमती चावल निर्यात एसोसिएशन से प्राप्त आंकड़ों के अनुसार भारत से बासमती चावल के निर्यात में निरंतर वृद्धि हो रही है। 1990 के दशक के आरंभ में यह 5 लाख टन से कम था जो वर्ष 2011-12 में बढ़कर 32 लाख टन हो गया। इसी प्रकार 1990 के दशक के आरंभ में हरियाणा से 2 लाख टन बासमती चावल का निर्यात हुआ, जबकि वर्ष 2011-12 में यह 16 लाख टन से अधिक था। इस दृष्टि से हरियाणा का बासमती निर्यात के मामले में राष्ट्रीय स्तर पर हिस्सा बढ़ गया और यह 40 प्रतिशत से बढ़कर 50 प्रतिशत के स्तर पर पहुंच गया (सारणी 7)। कुछ अनुमानों के अनुसार देश से कुल बासमती चावल के निर्यात में हरियाणा का हिस्सा 60 प्रतिशत तक पहुंच गया है। राज्य को प्रोत्साहन देकर और विशेष रूप से विपणन तथा गुणवत्ता नियंत्रण में प्रोत्साहन व नीतिगत सहायता देकर बासमती चावल के निर्यात का लाभ उठाना चाहिए।

### सारणी 7. हरियाणा तथा पूरे देश से बासमती चावल का निर्यात

वर्ष	हरियाणा से निर्यात (000 टन में)*	पूरे देश से निर्यात (000 टन से)	हरियाणा का प्रतिशत हिस्सा
1991-92	107	267	40.00
1992-93	130	325	40.00
1993-94	211	527	40.00
1994-95	177	442	40.00
1995-96	149	373	40.00
1996-97	209	523	40.00
1997-98	297	593	50.00
1998-99	299	598	50.00
1999-2k	319	638	50.00
2000-01	425	849	50.00
2001-02	334	667	50.00
2002-03	354	709	50.00
2003-04	386	771	50.00
2004-05	563	1126	50.00
2005-06	583	1167	50.00
2006-07	523	1046	50.00
2007-08	592	1183	50.00
2008-09	778	1556	50.00
2009-10	1008	2017	50.00
2010-11	1185	2371	50.00
2011-12	1606	3212	50.00

\*अध्यक्ष, बासमती चावल निर्यातक एसोसिएशन से प्राप्त जानकारी के आधार पर लगाया गया अनुमान

ग्वार एक अन्य महत्वपूर्ण वाणिज्यिक फसल है और ग्वार के गोंद की विश्व की कुल मांग का लगभग 80 प्रतिशत भाग भारत से पूरा होता है। हरियाणा का ग्वार के गोंद के राष्ट्रीय उत्पादन में 11 प्रतिशत हिस्सा है। वर्ष 2010-11 को समाप्त हुए पिछले तीन वर्षों की अवधि के दौरान ग्वार के फसल को 2.92 लाख हैक्टर क्षेत्र में उगाया गया जिससे 4.27 लाख टन ग्वार का बीज प्राप्त हुआ। राज्य में उत्पन्न हुए ग्वार का लगभग 75





प्रतिशत भाग ग्वार के गोंद तथा इससे तैयार अन्य उत्पादों के रूप में राज्य से बाहर निर्यात किया गया। चूंकि हरियाणा में ग्वार के गोंद हेतु संसाधन की पर्याप्त आधुनिक सुविधाएं उपलब्ध नहीं हैं, अतः इसे संसाधन के लिए पड़ोस के राजस्थान राज्य में भेजा जाता है। जरूरी है कि राज्य संसाधन तथा गुणवत्ता परीक्षण संबंधी आधुनिक सुविधाएं राज्य में उपयुक्त स्थानों पर स्थापित करने को प्राथमिकता दे तथा इसके उचित विपणन और निर्यात को प्रोत्साहित करे।

हरियाणा राज्य देश का गुणवत्तापूर्ण बटन खुम्बी उत्पादन करने वाला एक अग्रणी राज्य है और इसकी इस शक्ति का उपयोग उच्च मूल्य वाली खुम्बी के वाणिज्यिक उत्पादन, संसाधन व निर्यात के लिए किया जाना चाहिए।

हरियाणा में उच्च मूल्य वाली कृषि के उत्पादन की बहुत संभावना है तथा विदेशी बाजारों के लिए कृषि उत्पादों की आपूर्ति करने की भी बहुत क्षमता है। राज्य में मुरा भैंसों का उच्च गुणवत्तापूर्ण जननद्रव्य है जिसकी अनेक देशों में बहुत मांग है। राज्य में सड़कों का फैलाव, जल की गुणवत्ता तथा सिंचाई की सुविधा के साथ-साथ इसके नई दिल्ली हवाई अड्डे के पास होने के कारण यहां उच्च मूल्य वाली निर्यात योग्य जिंसी के उत्पादन की बहुत संभावना है। इन अवसरों और क्षमताओं का लाभ उठाने के लिए हमें नई दृष्टि की आवश्यकता होगी जिससे उत्पादन के परिदृश्य में बदलाव आ सके तथा खपत के साथ-साथ फार्म उत्पादन को समेकित करने के लिए मूल्य श्रृंखला का विकास किया जा सके।

भारत को दूसरी हरित क्रांति की जरूरत है जिसमें ऐसे दूरदृष्टिपूर्ण उपाय अपनाने होंगे जिनसे उत्पादन और उत्पादकता को बाजारों तथा अंतिम उपयोगकर्ताओं से जोड़ा जाए। मेरे अनुसार यह भारत के लिए सबसे बड़ी चुनौती है जिसका सामना सार्वजनिक और निजी, दोनों क्षेत्रों को करना होगा।

शरद पवार, कृषि मंत्री



# हरियाणा में कृषि बाजार व्यवस्था

हरियाणा में कृषि उत्पादों की बिक्री कृषि उत्पाद बाजार अधिनियम, 1961 के द्वारा विनियमित होती है जिसे पंजाब सरकार ने 1966 में हरियाणा राज्य के अस्तित्व में आने के पहले लागू किया था। इस अधिनियम में कृषि उत्पादों के विपणन को विनियमित करने, बाजार या विपणन की कुशलता को सुधारने और बाजार स्थापित करके और उनकी उचित व्यवस्था करके कृषि प्रसंस्करण व कृषि निर्यात को बढ़ावा देने के प्रावधान किए गए हैं।

### 3.1 हरियाणा राज्य कृषि विपणन मंडल (एचएसएएमबी)

अधिनियम के प्रावधानों को लागू करने के लिए हरियाणा सरकार ने 1 अगस्त 1969 को 'हरियाणा राज्य कृषि विपणन मण्डल (एचएसएएमबी)' का गठन किया जिसका मुख्य उद्देश्य बाजार संबंधी बुनियादी ढांचे को सुधारना तथा कृषि उत्पाद बाजार अधिनियम के ढांचे में कृषि उत्पादों की बिक्री, खरीद, भंडारण तथा संसाधन को बेहतर ढंग से विनियमित करना था। बाजार के स्तर पर बाजार समिति एचएसएएमबी का एक महत्वपूर्ण हथियार है। यह जमीनी स्तर पर विपणन अधिनियम के प्रावधानों को लागू करता है तथा बाजार संबंधी बुनियादी ढांचे और सुविधाओं को सृजित करने में भी सहायता पहुंचाता है। मंडल के मुख्य उद्देश्य हैं :

1. विपणन की कुशलता को सुधारने के लिए मंडियों, खरीद केन्द्रों, सम्पर्क सड़कों आदि सहित बुनियादी ढांचे का विकास।
2. विभिन्न मंडियों और उप मंडियों में व्यापारियों के बीच पारदर्शिता तथा प्रतिस्पर्धा सुनिश्चित करना और किसानों के लिए सर्वश्रेष्ठ मूल्य दिलाने हेतु खरीद केन्द्रों को खोजना।
3. राज्य में कृषि उत्पाद बाजार अधिनियम, 1961 के अनुसार बाजार समितियों का विनियमन व प्रशासन।
4. मंडियों में हो रहे व्यापार संबंधी लेन-देनों पर लेवी व बाजार शुल्क इकट्ठा करना।
5. बाजार समितियों की ओर से विस्तार तथा रख-रखाव संबंधी कार्यों के साथ-साथ अतिरिक्त सुविधाएं सृजित करना।
6. भारतीय खाद्य निगम या एफसीआई, भंडारागार निगम तथा हरियाणा राज्य सहकारी आपूर्ति एवं विपणन फेडरेशन लिमिटेड (हैफेड) जैसे संगठनों द्वारा अनाज की खरीद की सुविधा प्रदान करना।

वर्तमान में राज्य में कुल 106 विनियमित बाजार समितियां हैं। प्रत्येक बाजार समिति का एक अध्यक्ष है जिसकी नियुक्ति सरकार द्वारा नामांकन के द्वारा होती है तथा मंडल द्वारा नियुक्त एक प्रवर्तन (इनफोर्समेंट) अधिकारी व सचिव भी होता है। इन बाजार समितियों को तीन आंचलों (करनाल, गुड़गांव और हिसार) में समूहीकृत किया गया है और प्रत्येक का प्रमुख एक आंचलिक प्रशासक है।







### 3.2 बाजार तथा बाजार शुल्क

इस समय राज्य में 106 प्रमुख मंडियां, 182 उप-मंडियां और 178 खरीद केन्द्र, 30 फल व सब्जी मंडियां, 25 चारा मंडियां और 106 अनाज मंडियां हैं जो पूरे राज्य भर में फैली हुई हैं (सारणी 8)। इस प्रकार, प्रत्येक विनियमित बाजार के अंतर्गत 66 गांव आते हैं और किसानों को 6-8 किमी.के दायरे में बाजार संबंधी सुविधाएं उपलब्ध हैं।

#### सारणी 8. हरियाणा में मंडियों की जिनसवार संख्या, 2011-12

जिंस	मंडियों की संख्या
अनाज	106
फल व सब्जियां	30
मछली	3
चारा	25
कपास	33
ऊन	1

स्रोत: एचएसएमबी

राज्य मक्का, बाजरा, जौ, ज्वार, चना, अरहर, सूखी मटर, मूंग, मोठ, माश, मसर, सरसों, तोरिया, तारा-मीरा, तिल, सूरजमुखी के बीजों, मूंगफली, मेथी, सुनहरी, जई, ग्वार, तथा गुड़ व खांडसारी को छोड़कर बाजार में बेची जाने वाली जिंसों पर यथामूल्य 2 प्रतिशत की दर से बाजार शुल्क वसूल

#### सारणी 9: हरियाणा में कृषि उत्पाद पर बाजार शुल्क तथा अन्य शुल्क : प्रतिशत मूल्य

जिंस	बाजार शुल्क	कमीशन प्रभार	नीलामी प्रभार	दलाली प्रभार
1 गेहूं	2	2.50	0.08	0.16
2 धान	2	2.50	0.08	0.16
3 कपास	2	2.50	0.08	0.16
4 ऊन	2	2.00	0.08	0.16
5 मूंगफली (गैर छिली)	2	2.00	0.08	0.16
6 मिर्च (सूखी)	2	2.00	0.08	0.16
7 न खराब होने वाली सब्जियां*	2	5.00		
8 जल्दी खराब होने वाली सब्जी/फल	2	5.00		
9 सूखा/हरा चारा	2	3.00		
10 अन्य**	1	2.50	0.08	0.16

टिप्पणी :

1. न खराब होने वाली सब्जियां हैं : आलू, शकरकंद, प्याज, अरबी, लहसुन और अदरक
2. अन्य में शामिल हैं : बाजरा, माश, मूंग, मोठ, मसर, सरसों, तोरिया, तारा मीरा, तिल, मेथी, सुनहरी, जई, ग्वार, मक्का, चना (काबुली एवं काला), जौ, ज्वार, सूखी मटर, अरहर, गुड़, शक्कर, खांडसारी, मूंगफली, सूरजमुखी के बीज

स्रोत : एचएसएमबी



करता है। ऊपर बताई गई जिंसों पर 1 प्रतिशत बाजार शुल्क वसूल किया जाता है। इसके अतिरिक्त 2 प्रतिशत ग्रामीण विकास शुल्क भी वसूल किया जाता है। बाजार में बेची जाने वाली जिंस के कुल मूल्य का 2 से 5 प्रतिशत के बीच कमीशन लिया जाता है। अधिकांश जिंसों के लिए 0.08 प्रतिशत का नीलामी शुल्क लिया जाता है और यथा मूल्य 0.16 प्रतिशत दलाली वसूली जाती है।

विपणन संबंधी अन्य प्रभारों में माल की लदाई, उतराई, तौलाई तथा बोरो की सिलाई आदि शामिल है जो बेची जाने वाली वस्तु के भौतिक आयतन के आधार पर वसूले जाते हैं। इनका विवरण सारणी 10 में दिया गया है।

### सारणी 10. किसानों द्वारा अदा किए जाने वाले आकस्मिक प्रभार

जिंस	उतराई	सफाई आदि	
		मानवीय	यंत्र से
गेहूँ/ 50 कि.ग्रा.	1.05	1.05	1.75
धान/ 50 कि.ग्रा.	1.40	1.30	2.30
अन्य अनाज, दालें, तिलहन और ग्वार/ 50 कि.ग्रा.	1.00	1.05	1.70
कपास/ 40 कि.ग्रा.	1.35	1.15	
ऊन/ 40 कि.ग्रा.	1.35	1.15	
मूंगफली (बिना छिली)/30 कि.ग्रा.	1.35	1.10	
सूखी मिर्च/ 17 कि.ग्रा.	1.35	1.15	
न खराब होने वाली सब्जियां/बोरा	0.80		
जल्दी खराब होने वाली सब्जियां व फल/इकाई	1.00		
सूखा चारा/ट्रॉली	25.00		

स्रोत : एचएसएमबी

### 3.3 नई पहलें

राज्य ने बाजार प्रणाली को आधुनिक बनाने व विपणन के बुनियादी ढांचे को उन्नत करने के लिए अनेक उपाय किए हैं तथा उत्पादकों व उपभोक्ताओं के लाभ के लिए अनेक संस्थागत कार्य विधियां तैयार की हैं। इनका संक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है :

1. मंडियों तथा सस्यविज्ञानी विधियों पर सूचना को किसानों तक अधिक से अधिक पहुंचाने के लिए मंडल ने सिरसा, हिसार, करनाल, थानेसर, फतेहाबाद, जींद, ऐलनाबाद, डबवाली, कालावाली और भिवानी में दस कृषि व्यापार एवं सूचना केन्द्र (एबीआईसी) स्थापित किए हैं। इन केन्द्रों में कृषि विकास अधिकारी मौजूद रहते हैं जो किसानों को नियमित प्रशिक्षण प्रदान करते हैं तथा मंडियों में लाए गए कृषि उत्पादों की गुणवत्ता को सुधारने में उनकी सहायता करते हैं। ये केन्द्र बाजार संबंधी रुझानों तथा सस्यविज्ञानी विधियों पर भी सूचना उपलब्ध कराते हैं। किसानों को शिक्षित करने के लिए सेमिनार, संगोष्ठियां, कार्यशालाएं तथा खरीददारों- विक्रेताओं की बैठकें भी आयोजित की जाती हैं। राज्य की यह पहल कि सभी जिला मुख्यालयों में एबीआईसी हों, अत्यंत सराहनीय है।
2. प्रत्येक जिला मुख्यालय में प्रावस्था के आधार पर नई फल और सब्जी मंडियों को स्थापित करने का प्रयास किया जा रहा है जिसमें थोक तथा फुटकर बिक्री के लिए अलग-अलग भाग होंगे। इन मंडियों में सूचना के लिए आधुनिक सुविधाएं होंगी तथा किसानों के उत्पादों की गुणवत्ता को बढ़ाने की सुविधा भी प्रदान की जाएगी। इन मंडियों में भंडारण सुविधा के साथ-साथ शीतलन कक्ष भी होंगे।





3. उपभोक्ताओं को अपना माल सीधे-सीधे बेचने तथा उत्पाद का बेहतर मूल्य वसूलने के लिए किसानों को अवसर उपलब्ध कराने हेतु करनाल और रोहतक में दो किसान मंडियां मौजूद हैं। एचएसएएमबी की भावी योजना प्रत्येक जिला मुख्यालय में इस प्रकार की किसान मंडियां खोलने की हैं।
4. मंडल की यह योजना है कि पंजीकृत बड़े खरीददारों तथा निर्यातकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के उद्देश्य से सोनीपत जिले के राई में फलों व सब्जियों के लिए एक अति आधुनिक टर्मिनल मंडी स्थापित की जाए। यह योजना है कि इस मंडी में प्रतिदिन कम से कम 1000 टन फलों व सब्जियों की खरीद-फरोख्त की जा सके तथा यहां श्रेणीकरण व छंटाई की इलेक्ट्रॉनिक सुविधाएं, शीतलन कक्ष और बोली लगाने की इलेक्ट्रॉनिक प्रणालियां मौजूद हों। इस मंडी में फल व सब्जियां उपलब्ध कराने के लिए 50 किमी.के दायरे में आने वाले चुने हुए गांवों में संकलन केन्द्र स्थापित करने की योजना है। इन संकलन केन्द्रों में किसानों के लिए उनके उत्पाद के श्रेणीकरण व छंटाई की सुविधाओं के अलावा सूचना प्रदान करने, बैंकों तथा बीमे की सुविधाएं भी उपलब्ध होंगी।
5. हरियाणा राज्य कृषि विपणन मंडल (एचएसएएमबी) की एक अन्य प्रमुख पहल सोनीपत जिले के गनौर नामक स्थान पर लगभग 540 एकड़ क्षेत्र में भारतीय अंतरराष्ट्रीय बागवानी मंडी (आईआईएचएम) स्थापित करने की है। गनौर राष्ट्रीय राजमार्ग-1 पर स्थित है तथा यह दिल्ली की आजादपुर मंडी के निकट है और इसका उद्देश्य आजादपुर मंडी में विक्रेता किसानों की भीड़ को कम करना है। आजादपुर मंडी में आने वाले कुल माल का 28 प्रतिशत भाग गनौर से होकर गुजरता है तथा आईआईएचएम की योजना है कि इसे गनौर की मंडी में ही उतार लिया जाए। मंडल इस मंडी में राष्ट्रीय बागवानी पवेलियन स्थापित करने का भी प्रयास कर रहा है, ताकि उत्पादकों के साथ एक सबल सम्पर्क विकसित करने के लिए इस मंडी में केन्द्रीय और राज्य स्तर की बागवानी एजेंसियों को उचित स्थान उपलब्ध कराया जा सके।
6. उत्पादों की कटाई/तुड़ाई के उपरांत होने वाली क्षति से निपटने के लिए एचएसएएमबी ने 'पहियों पर मंडी' नामक एक पहल की है जिसके अंतर्गत किसानों और फुटकर विक्रेताओं की आपूर्ति श्रृंखला के माध्यम से चल शीतलन वाहनों में फलों और सब्जियों की आपूर्ति करने की एक पायलट परियोजना को शुरू करने का निर्णय लिया गया है। इस प्रकार, उत्पादों की कटाई/तुड़ाई उपरांत होने वाली हानियों को कम किया जा सकेगा तथा किसानों और उपभोक्ताओं के बीच वर्तमान में मौजूद मूल्य के अंतराल को कम किया जा सकेगा। यह कार्यक्रम पंचकुला जिले में सफलतापूर्वक चल रहा है। इसके अतिरिक्त उपभोक्ताओं के घरों से ऑर्डर लेकर उनके घरों तक फलों व सब्जियों की आपूर्ति करने के लिए पंचकुला और चंडीगढ़ के सभी सैक्टरों में 'पहियों पर बाजार' के माध्यम से एक विशेष सुविधा उपलब्ध कराई गई है। इसी प्रकार की पहल रोहतक में भी की गई है।
7. किसानों को कृषि विपणन के क्षेत्र में मार्गदर्शन प्रदान करने के लिए एचएसएएमबी ने पंचकुला में एक किसान काल सेंटर गठित किया है। इस केन्द्र की देखरेख के लिए एक कृषि व्यापार प्रबंधक की नियुक्ति की गई है।
8. आधुनिक स्तर की छंटाई, धुलाई, श्रेणीकरण, पैकेजिंग, मोम की परत चढ़ाने, प्रशिक्षण आदि के माध्यम से कटाई/तुड़ाई उपरांत होने वाली हानियों को कम करने के लिए एक शीत भंडार एवं पैक गृह डिजाइन किया गया है। पहली प्रावस्था में यह सुविधा 11 केन्द्रों पर स्थापित की जा रही है। पंचकुला, पानीपत, हिसार, नरनौल, रोहतक, करनाल, गुड़गांव, अबुबशहर, शाहबाद और झज्जर में 10 परियोजनाएं पूरी हो चुकी हैं। प्रावस्था II के अंतर्गत 4 केन्द्रों नामतः फरीदाबाद, जींद, पेहवा और यमुनानगर को लिया गया है। इनमें से 4 इकाइयां कार्य कर रही हैं।
9. एचएसएएमबी द्वारा कृषि मॉल्लों का निर्माण किया जा रहा है, ताकि किसान एक ही छत के नीचे बीज, उर्वरक, कीटनाशी, नाशकजीवनाशी, बैंक ऋण तथा खेती से जुड़ी अन्य सुविधाएं प्राप्त कर सकें। रोहतक, पानीपत, करनाल व पंचकुला में 4 कृषि मॉल्लों का निर्माण कार्य प्रगति पर है। रोहतक में कृषि मॉल की इमारत का निर्माण हो चुका है। कृषि मॉल्लों में 50 प्रतिशत स्थान कृषि उत्पादों के लिए निर्धारित किया गया है। लगभग 20 प्रतिशत स्थान प्राथमिक उत्पादकों को उपलब्ध कराया जाएगा।
10. एक अन्य पहल किसान मंडियों को खोलना है। करनाल और रोहतक में किसान मंडियां चालू हैं। प्रत्येक जिला मुख्यालय में एक किसान मंडी निर्मित करने की योजना है।



11. झज्जर और मेवात को छोड़कर प्रत्येक जिला मुख्यालय में अपनी मंडियां कार्य कर रही हैं।
12. एचएसएएमबी द्वारा सार्वजनिक-निजी साझेदारी के मोड में रोहतक और सिरसा में बहु-जिंस संसाधन के लिए दो संयंत्र स्थापित किए जा रहे हैं, ताकि कटाई उपरांत उत्पाद में होने वाली क्षतियों से बचा जा सके तथा उत्पादों का मूल्यवर्धन किया जा सके।
13. किसी भी क्षेत्र की अर्थव्यवस्था के उचित विकास के लिए मानव संसाधन एक महत्वपूर्ण घटक है। इस आवश्यकता को पूरा करने के लिए एचएसएएमबी ने पंचकुला में 'हरियाणा कृषि विपणन संस्थान' के नाम से एक प्रशिक्षण संस्थान स्थापित किया है। यह संस्थान इस प्रकार से डिज़ाइन किया गया है कि इससे एचएसएएमबी में कार्यरत सभी कार्मिकों और अधिकारियों के साथ-साथ किसानों की भी प्रशिक्षण संबंधी आवश्यकताओं की पूर्ति होगी। यह योजना है कि निकट भविष्य में यह सुविधा प्रत्येक जिला मुख्यालय में उपलब्ध कराई जाए।
14. विपणन मंडल ने फरीदाबाद मंडी में पायलट आधार पर एक नई पहल शुरू की है जहां उपयोगकर्ताओं से केवल उपयोगकर्ता शुल्क ही वसूल किया जाएगा, कोई बाजार शुल्क नहीं लिया जाएगा।

### 3.4 हरियाणा राज्य सहकारी आपूर्ति एवं विपणन फेडरेशन लिमिटेड (हैफेड)

हरियाणा राज्य सहकारी आपूर्ति एवं विपणन फेडरेशन लिमिटेड (हैफेड) की स्थापना 1 नवम्बर 1966 को हुई थी और अब यह राज्य का शीर्षस्थ सहकारी फेडरेशन है। हैफेड राज्य में उपभोक्ताओं और उत्पादकों को विपणन या बाजार संबंधी सेवाएं उपलब्ध कराता है। खाद्य पदार्थों की फुटकर बिक्री संबंधी इसके क्रियाकलाप अन्य राज्यों में भी फैले हुए हैं। हैफेड के मुख्य क्रियाकलापों का वर्णन नीचे किया गया है :

1. हैफेड हरियाणा के किसानों को कृषि निवेशों जैसे उर्वरकों, नाशकजीवनाशियों और प्रमाणित बीजों को उचित मूल्य पर तथा सही स्थान पर वितरित करने के लिए विस्थापित किया गया सबसे बड़ा आपूर्ति श्रृंखला नेटवर्क है। यह ऐसी सेवाएं 62 सहकारी विपणन सोसायटियों और 2200 प्राथमिक कृषि सहकारी समितियों के माध्यम से उपलब्ध कराता है। हैफेड उर्वरकों की व्यवस्था करने, उनकी पहले से स्टॉकिंग करने और उनका वितरण करने की राज्य की एकमात्र नोडल एजेंसी है। यूरिया तथा डीएपी जैसे उर्वरकों की खरीद के लिए इफको, कुभको, एनएफएल, आईपीएल आदि जैसी संस्थाओं से इसके सीधे संबंध हैं। वर्ष 2012-13 में इसने 4.49 लाख टन यूरिया तथा 2.20 लाख टन डीएपी का वितरण किया है।
2. हैफेड केन्द्रीय पूल के लिए खाद्यान्नों, मुख्यतः धान और गेहूं की खरीद के लिए अग्रणी एजेंसी है। कभी-कभी यह न्यूनतम समर्थन मूल्य पर बाजरा, जौ और सरसों की खरीद भी करता है। पिछले 5 वर्षों के दौरान (2008-09 से 2012-13 तक) राज्य में इसके द्वारा खरीदे गए धान और गेहूं का हिस्सा कुल खरीद में 35 प्रतिशत रहा है। हैफेड का अपना एक भंडारागार है जिसकी भंडारण क्षमता 10.5 लाख टन है और खुली प्लिंथ भंडारण क्षमता 14.81 लाख टन है।
3. हैफेड देश में कृषि संसाधन के लिए सबसे बड़ी श्रृंखलाओं में से एक है। इसके 11 चावल कारखाने, दो पशु आहार संयंत्र, एक नाशकजीवनाशी संयंत्र, दो सरसों का तेल निकालने के संयंत्र, एक जौ का माल्ट निकालने का संयंत्र, एक चीनी कारखाना, एक हल्दी संसाधन संयंत्र तथा एक गेहूं का आटा पीसने का कारखाना है। यह गुणवत्तापूर्ण, स्वच्छ और सुरक्षित उपभोक्ता उत्पादों व पशु आहारों को घरेलू तथा विदेशी बाजारों में आपूर्ति करने वाली एक प्रमुख संस्था है। हरियाणा के अतिरिक्त इसके उत्पाद चंडीगढ़, दिल्ली, पंजाब, कोलकाता, हिमाचल प्रदेश, जम्मू और काश्मीर में भी फुटकर आउटलेटों/कंसाइनी एजेंटों के माध्यम से उपलब्ध हैं। हैफेड के उत्पाद केन्द्रीय भंडार, राष्ट्रीय उपभोक्ता सहकारी फेडरेशन, नैफेड, राज्य सिविल आपूर्ति सहकारिताओं के माध्यम से दिल्ली, हिमाचल प्रदेश आदि में भी फुटकर आउटलेटों के माध्यम से बेचे जाते हैं।
4. हैफेड ने करनाल, कैथल और कुरुक्षेत्र जिलों में बासमती चावल (750 एकड़ क्षेत्र में) की, झज्जर और मेवात में देसी गेहूं की तथा सिरसा जिले में दालों और सब्जियों सहित अन्य विभिन्न फसलों की ठेके पर खेती भी कराई है।





### 3.5 हरियाणा राज्य भंडारागार निगम (एचएसडब्ल्यूसी)

हरियाणा राज्य भंडारागार निगम (एचएसडब्ल्यूसी) की स्थापना 1967 में हुई थी और इसका उद्देश्य राज्य में किसानों व उद्योगों को भंडारण तथा भंडारागारों की सुविधा उपलब्ध कराकर फसलों की कटाई उपरांत होने वाली क्षति को न्यूनतम करना था। कुल 16 भंडारागारों, जिनकी क्षमता 17,000 मीट्रिक टन थी, से आरंभ करके अब इसने 107 भंडारागारों का नेटवर्क स्थापित कर लिया है जिसकी भंडारण क्षमता 17 लाख टन से अधिक है (इसमें से 85 प्रतिशत ऐसा क्षेत्र उपलब्ध है जो ढका हुआ है)। यह राज्य में कुल भंडारण क्षमता का लगभग एक तिहाई है (सारणी 11)।

#### सारणी 11: हरियाणा में भंडारागार और उनकी क्षमता (31 मार्च 2012 को)

एजेंसी	भंडारागार (सं.)	क्षमता (000) टन
केन्द्रीय भंडारागार निगम	28	537
राज्य भंडारागार निगम	107	1683
भारतीय खाद्य निगम		
स्वयं के		768
किराए पर लिए हुए		1593
ढके हुए और खुले		349
कुल		2710
सहकारी गोदाम		932
कुल योग		5862

स्रोत : एफएआई

### 3.6 हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन लिमिटेड (एचडीडीसीएफ)

हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन लिमिटेड की स्थापना 1 अप्रैल 1977 को हुई थी। यह हरियाणा सहकारी समिति अधिनियम के अंतर्गत पंजीकृत है। इसकी तीन स्तरीय प्रणाली है : राज्य स्तर पर फेडरेशन, जिला स्तर पर दुग्ध संघ और गांव के स्तर पर दुग्ध उत्पादक सहकारी समिति। हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन लिमिटेड का मुख्य उद्देश्य हरियाणा राज्य के दुग्धोत्पादकों के आर्थिक हितों को प्रोत्साहित करना है। इनमें भी उन पर विशेष ध्यान दिया गया है जो समाज के निर्धन वर्ग में आते हैं। हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन लिमिटेड अनेक प्रकार के उत्पाद तैयार करता है जैसे पास्चुरीकृत सम्पूर्ण मलाई युक्त दूध, मानक दूध, टोंड दूध, डबल टोंड दूध, सुगंधित दूध, घी, पनीर, मिल्क केक, भोज्य मक्खन, मीठी लस्सी, नमकीन लस्सी, छाछ, दही, खीर, काजू पिन्नी, आइसक्रीम आदि। हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन लिमिटेड के उत्पाद बाजार में वीटा ब्राण्ड नाम से बेचे जाते हैं। वर्ष 2012-13 में राज्य में कुल 3395 कार्यशील दुग्धोत्पादक सहकारी समितियां थीं जिन्होंने कुल 1409.90 लाख लिटर दूध का उत्पादन किया जो राज्य में उत्पन्न कुल दूध का 3 प्रतिशत था। खरीदे गए कुल दूध में से 71 प्रतिशत को तरल दूध के रूप में बेचा गया, जबकि शेष से मूल्यवर्धित उत्पाद तैयार किए गए। एचडीडीसीएफ के दुग्ध संयंत्र जींद, अम्बाला, रोहतक, बल्लभगढ़ और सिरसा में स्थित हैं और कुल मिलाकर इनकी क्षमता प्रतिदिन 880 हजार लिटर दूध की साज-संभाल करने की है। सहकारी क्षेत्र में संयंत्रों के अतिरिक्त राज्य के 31 और संयंत्र हैं जिनकी क्षमता 2417 हजार लिटर प्रतिदिन है।

### 3.7 शीत भंडार गृह

राज्य में 227 शीत भंडार गृह इकाइयां हैं जिनकी भंडारण क्षमता 3.7 लाख टन है (सारणी 12)। इनमें से अधिकांश भंडारण इकाइयां निजी स्वामियों की हैं। वास्तव में, 98 प्रतिशत भंडारण क्षमता निजी क्षेत्र द्वारा सृजित की गई है। जिस के अनुसार 61 प्रतिशत क्षमता का उपयोग आलुओं के भंडारण के लिए किया जाता है, 0.3 प्रतिशत क्षमता का उपयोग दूध और दुग्धोत्पादों के भंडारण के लिए होता है जबकि शेष का उपयोग विविध प्रकार के उद्देश्यों से किया जाता है।



## सारणी 12. हरियाणा में शीत भंडार गृह, 2011-12

प्रकार	संख्या	क्षमता (टन)	कुल का प्रतिशत
<b>क. स्वामित्व</b>			
सहकारी	5	1283	0.3
सार्वजनिक	4	7534	2.0
निजी	218	359627	97.7
सभी	227	368444	100.0
<b>ख. उपयोग</b>			
आलू	167	225878	61.3
दूध और दुग्धोत्पाद	5	1283	0.3
विविध उद्देश्य	55	141283	38.4
कुल	227	368444	100.0

स्रोत : एपीडा

### 3.8 कृषि प्रसंस्करण

हरियाणा राष्ट्रीय खाद्यान्न पूल का एक प्रमुख योगदाता है। यह राज्य गुणवत्तापूर्ण मुराई भैंस का मूल स्थान है तथा यहां गुणवत्तापूर्ण दुग्धोत्पादन का श्रेष्ठ आधार मौजूद है। राज्य में दूध तथा डेरी आधारित उद्योग की वृद्धि और विकास की बहुत क्षमता है। इसे राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र दिल्ली के सबसे बड़े उपभोक्ता बाजारों के साथ-साथ आस-पास के शहरों में स्थित बाजारों के निकट होने का लाभ प्राप्त है। इस प्रकार, यह राज्य कृषि आधारित खाद्य प्रसंस्करण उद्योग स्थापित करने की दृष्टि से आकर्षण का केन्द्र बन सकता है। इसमें न केवल मूल्यवर्धित उत्पादों का विनिर्माण करने वाली इकाइयां शामिल हो सकती हैं बल्कि यहां उपभोक्ता बाजार को अंततः आपूर्ति किए जाने के लिए सब्जी और फल उत्पादों के लिए शीत श्रृंखला, भंडारण, श्रेणीकरण और छंटई, पैकेजिंग आदि हेतु संबंधित औद्योगिक सेवाएं भी सुलभ कराई जा सकती हैं।

उपरोक्त तथ्य को ध्यान में रखते हुए इस क्षेत्र में विकास को सुलभ बनाने के लिए बुनियादी ढांचे को मजबूत करने हेतु कदम उठाए गए हैं। एचएसआईआईडीसी ने राई (सोनीपत) और साहा (अम्बाला) में आहार पार्क विकसित किए हैं तथा खाद्य संसाधन इकाइयों को औद्योगिक प्लाट आर्बिट्रिट किए गए हैं। इसके अलावा इस क्षेत्र में क्षमता निर्माण की सुविधा उपलब्ध कराने और कुशलता को विकसित करने की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए एचएसआईआईडीसी ने राष्ट्रीय खाद्य प्रौद्योगिकी, उद्यमशीलता एवं प्रबंध संस्थान (एनआईएफटीईएम) की स्थापना के लिए कुंडली (सोनीपत) में 100 एकड़ भूमि आर्बिट्रिट की है। यह संस्थान भारत सरकार के खाद्य प्रसंस्करण मंत्रालय द्वारा स्थापित किया जा रहा है। यह संस्थान खाद्य प्रौद्योगिकी के अलावा प्रबंध से जुड़े अन्य विषयों में पाठ्यक्रम उपलब्ध कराएगा तथा इस क्षेत्र में प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए राज्य के प्रमुख संस्थानों में से एक होगा।

उपरोक्त को देखते हुए अब हम यह कह सकते हैं कि कृषि प्रसंस्करण की संरचना में राज्य में बहुत बदलाव आ गया है। पहले इस राज्य में कागज और कागज उत्पादों के विनिर्माण की प्रमुखता थी जिसका हिस्सा कृषि प्रसंस्करण के क्षेत्र में कुल मूल्यवर्धित उत्पादों की तुलना में कम हो गया है। यह 1990-91 में 34 प्रतिशत था जो 2000-01 में 9 प्रतिशत रह गया तथा 2010-11 में और अधिक घटकर मात्र 4 प्रतिशत रह गया है (सारणी 13)। खाद्य पदार्थों का विनिर्माण (पेय तथा तम्बाकू सहित) और कपड़ा व वस्त्र विनिर्माण राज्य में कृषि प्रसंस्करण के प्रमुख उप क्षेत्र हैं। वर्ष 2010-11 में मूल्यवर्धित उत्पादों में इनका हिस्सा अनुमानतः क्रमशः 47 प्रतिशत और 38 प्रतिशत था।



**सारणी 13: हरियाणा में पंजीकृत कृषि प्रसंस्करण इकाइयों की संरचना, 2010-11 (वर्तमान मूल्यों पर लाख रुपयों में वर्धित मूल्य)**

क्षेत्र	1990-91	2000-01	2010-11
खाद्य उत्पादों, पेयों और तम्बाकू का विनिर्माण	16128	79342	313044
कपड़ा और सिले-सिलाए वस्त्रों का विनिर्माण	11287	71708	255818
लकड़ी तथा लकड़ी के उत्पादों का विनिर्माण	394	2118	19097
चमड़ा तथा संबंधित उत्पादों का विनिर्माण	1214	11008	59846
कागल और कागज उत्पादों का विनिर्माण	14741	16022	25125
कुल	43764	180198	672930
कुल विनिर्माण उद्योग	189943	710569	2994007
कुल में कृषि प्रसंस्करण का प्रतिशत हिस्सा	23.0	25.4	22.5

स्रोत : [http://www.epwrfits.in/ASIT\\_reeview\\_Two\\_Digitindustry-state.aspx](http://www.epwrfits.in/ASIT_reeview_Two_Digitindustry-state.aspx)

राज्य में व्यापारियों से हुई चर्चा से स्पष्ट हुआ कि राजस्थान और पंजाब की तुलना में हरियाणा में मूल्यवर्धित कर (वैट) की दर अधिक होने के कारण कपास की ओटाई तथा तेल पिराई की अनेक इकाइयां राज्य के बाहर स्थापित की गई हैं।



# कृषि बाजारों की चुनौतियां और समस्याएं

पिछले 3-4 दशकों के दौरान विशेष रूप से खाद्यान्नों जैसे कृषि उत्पादों की विपणन या बाजार प्रणाली में बहुत कम परिवर्तन हुए हैं। उत्पादक अपना माल कृषि उत्पाद विपणन समितियों (एपीएमसी) द्वारा प्रबंधित नियमित बाजारों में लाते हैं। उनके माल को खुली नीलामी द्वारा थोक विक्रेताओं, प्रसंस्करणकर्ताओं और फुटकर व्यापारियों को बेचा जाता है जो विभिन्न स्थानों पर मौजूद उपभोक्ता केन्द्रों तक माल को ले जाते हैं। उपज का कुछ भाग निर्यातकों द्वारा विदेशों में भी बेचा जाता है। एक विशेष प्रकार के बाजार चैनल को नीचे प्रस्तुत किया गया है :

‘उत्पादक - कमीशन एजेंट - थोक विक्रेता - फुटकर विक्रेता - उपभोक्ता’

इस चैनल में छोटे उत्पादक कम संख्या में होने के कारण वे कभी-कभी मंडी तक नहीं पहुंच पाते हैं। अक्सर कमीशन एजेंट और थोक विक्रेता एक ही व्यक्ति होता है जिसके परिणामस्वरूप बाजार में हेरा-फेरी होती है। फार्म से उपभोक्ताओं तक कृषि उत्पाद को पहुंचाने में अनेक लेन-देनों से गुजरना पड़ता है तथा माल कई लोगों के हाथों से गुजरता हुआ अंतिम उपभोक्ता तक पहुंच पाता है। इस प्रक्रिया में कई बिचौलिए शामिल होते हैं। प्रत्येक लेन-देन तथा बिचौलिए के आने से कुछ लागत बढ़ जाती है, क्योंकि सभी लाभ उठाना चाहते हैं जिसका विशेष रूप से उत्पादक किसानों को नुकसान होता है। इसके परिणामस्वरूप बाजार चैनल के कई टुकड़े हो जाते हैं और मंडियों में अनेक फर्मों की भरमार हो जाती है। ये सभी अपने-अपने हिस्से का फायदा उठाना चाहते हैं। व्यापार छोटा होने के कारण स्पष्टतः ये ज्यादा से ज्यादा फायदा कमाना चाहते हैं, ताकि उनका व्यापार आर्थिक रूप से आकर्षक बना रहे।

अक्सर यह महसूस किया जाता है कि कृषि उत्पादों के लिए उत्पादको को मिलने वाले मूल्य तथा उपभोक्ताओं द्वारा अदा किए गए मूल्य में परस्पर कोई संबंध नहीं होता है और कीमत का विस्तार मूल्यवर्धन से परिलक्षित नहीं होता है। इसके प्रमुख कारण बाजार के बुनियादी ढांचे का कमजोर होना तथा बाजारों के बीच प्रतिस्पर्धा का कम होना है। कृषि मंडियां यद्यपि अधिकांश मामलों में क्षैतिज रूप से तो एक दूसरे से जुड़ी हुई हैं लेकिन लम्बवत रूप से ये समेकित नहीं हैं।

### 4.1 बाजार का बुनियादी ढांचा

बाजार के बुनियादी ढांचे का विकास बाजार में बेचे जाने वाले सरप्लस की वृद्धि, शहरों में लोगों के बसने की पद्धति, उपभोक्ताओं की पसंद व वाणिज्य और बाजार प्रौद्योगिकी में होने वाली वृद्धि से जुड़ा हुआ होना चाहिए। हरियाणा राज्य में अधिकांश जिंसों के बाजार में पहुंचने की दर में तेजी से वृद्धि हुई है जिसका कारण विपणन योग्य सरप्लस तथा उत्पादन के अनुपात में होने वाली वृद्धि के अलावा उत्पादन में होने वाली वृद्धि भी है। पिछले दो दशकों के दौरान मंडियों में गेहूं की आवक तिगुनी से अधिक हुई है और धान की मंडियों में आवक दुगुनी से अधिक हुई है (सारणी 14)। मंडियों में फलों व सब्जियों की आवक भी दोगुनी से अधिक हुई है। पिछले दो दशकों के दौरान यद्यपि मंडियों में कपास और तिलहनों की आवक में 20-25 प्रतिशत की गिरावट आई है। 1990 के दशक के आरंभ में गेहूं, धान, बाजरा, तिलहनों, कपास और फल व सब्जियों की मंडियों में वार्षिक आवक एक साथ मिलकर 62.8 लाख टन थी। यह पिछले 3 वर्षों के दौरान बढ़कर 143 लाख टन प्रतिवर्ष हो गई है और इस प्रकार, 20 वर्ष की अवधि में इसमें 129 प्रतिशत की वृद्धि दर्ज की गई है।





### सारणी 14: हरियाणा में प्रमुख फसलों की मंडियों में आवक में हुई प्रगति

क्र.सं.	फसल	1990-91 से 1992-93 तक	2009-10 से 2011-12 तक	प्रतिशत वृद्धि
1	गेहूं	230.8	684.7	196.7
2	धान	247.4	546.5	120.9
3	बाजरा	2.1	14.0	577.7
4	तिलहन	23.8	18.1	-24.3
5	कपास	67.8	53.4	-21.2
6	फल और सब्जियां	53.1	113.2	113.2
7	आलू	14.9	43.5	191.8
8	प्याज	6.4	15.7	147.3
9	1 से 6 का योग	625	1430	128.8
<b>विनियमित मंडियों की संख्या</b>				
10	प्रमुख	96	106	10.4
11	उप मंडियां	153	178	16.3
12	कुल	249#	284	12.3

# Number of regulated markets refer to year 1988

इकाई : बाजार में आवक - लाख क्विंटल में

इसी प्रकार, वर्ष 2004-05 से 2010-11 की अवधि के बीच बाजार में चावल की आवक में वृद्धि हुई जो अवधि के आरंभ में 2.806 मिलियन टन थी और अवधि के अंत में यह 3.4 मिलियन टन तक पहुंच गई। इसी अवधि के दौरान गेहूं का विपणनशील सरप्लस 6.8 मिलियन टन से बढ़कर 9.5 मिलियन टन हो गया। यहां तक कि बाजरा की फसल में भी एक वर्ष के दौरान 3.86 प्रतिशत तक की वार्षिक वृद्धि हुई। वृद्धि की इन दरों (सारणी 15) से यह संकेत मिलता है कि विपणन की वर्तमान प्रणाली के अंतर्गत मंडियों के लिए और अधिक स्थान की जरूरत है, ताकि मंडियों में ही नीलामी हो सके या उत्पादकों द्वारा अपना माल उपभोक्ताओं को बेचने के लिए कोई वैकल्पिक प्रणाली अपनाई जानी चाहिए।

### सारणी 15: हरियाणा में अनाजों का बाजार में लाया गया सरप्लस

फसल	विपणनशील सरप्लस (000 टन)		प्रति वर्ष वृद्धि दर का प्रतिशत
	2003-04 और 2004-05 का औसत	2009-10 और 2010-11 का औसत	
चावल	2806	3402	3.26
गेहूं	6834	9514	5.67
बाजरा	725	910	3.86

स्रोत : कृषि मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली द्वारा एग्रीकल्चरल स्टेटिस्टिक्स एट ए ग्लॉस में रिपोर्ट किए गए उत्पादन एवं विपणनशील सरप्लस पर उपलब्ध आंकड़ों से परिकल्पित



इसके विपरीत मंडियों में होने वाली आवक और विनियमित मंडियों की संख्या की तुलना में विपणनशील सरप्लस में वृद्धि कृषि उपज के संदर्भ में बहुत कम देखी गई। राज्य में वर्ष 1988 के दौरान कुल विनियमित मंडियों की संख्या 249 थी जिनमें से 96 प्रमुख मंडियां थीं जबकि 153 उप मंडियां थीं। दो दशक से अधिक की अवधि के दौरान विनियमित मंडियों की संख्या में केवल 12 प्रतिशत की वृद्धि हुई है (सारणी 14)। यह देखा गया है कि पिछले दो दशकों के दौरान राज्य में कृषि मंडियों की संख्या में वृद्धि कृषि उपज की मंडियों में होने वाली आवक की वृद्धि की तुलना में दसवें हिस्से से भी कम रही है।

यह भी पाया गया है कि कृषि मंडियों से जो राजस्व इकट्ठा होता है उसका उपयोग भी बाजारों के विकास में पूरी तरह नहीं किया जाता है। इसका कारण यह है कि बाजार से जुड़े बुनियादी ढांचे और बाजार से जुड़ी सुविधाओं में होने वाली प्रगति मंडियों में माल की आवक की गति की तुलना में पर्याप्त नहीं है। बरसात के कारण मंडियों में होने वाली माल की आवक को अक्सर बहुत नुकसान होता है। बाजार की साफ-सफाई भी पर्याप्त रूप से नहीं होती है। जो किसान अपना माल मंडियों में लाते हैं वे आढ़तियों से छोटी-मोटी सहूलियतों का एहसान लेते हैं और इसकी एवज़ में अपना माल किसी विशेष बिचौलिए के माध्यम से ही बेच पाते हैं। न्यूनतम समर्थन मूल्य पर खरीद की वर्तमान प्रणाली से बहुत कम समय में विपणनशील सरप्लस माल बड़ी मात्रा में मंडियों में आ जाता है जिसके परिणामस्वरूप किसी विशेष फसल की कटाई के तुरंत बाद किसानों को उसका मूल्य भी कम मिल पाता है।

कुछ मामलों में किसान अपने माल को बेचने के लिए इसलिए भी बाध्य होते हैं कि उन्हें ऋण लेना होता है या उन्होंने पहले से किसी से कर्ज ले रखा होता है। अपनी जरूरतों को पूरा करने के लिए किसान कमीशन एजेंट से ऋण लेते हैं। इससे वे धन देने वाले कमीशन एजेंट की शर्तों पर अपना माल बेचने को विवश हो जाते हैं। बाद की अवस्था में सुनिश्चित खरीद की व्यवस्था न होने के कारण विपणन वित्त की संकल्पना साकार नहीं हो पाई है। किसान को पूरे साल के दौरान उसके माल के मूल्य में होने वाली विविधता से सुरक्षा प्रदान करने के लिए भंडारागारों में माल रखने की क्रियाविधि भी अभी वास्तविक रूप से साकार नहीं हो पाई है। इससे उत्पादकों को अपना माल कटाई के तुरंत बाद बेच देने को विवश होना पड़ता है और वे उस अवधि का लाभ नहीं उठा पाते हैं जब बाद में चलकर उनके माल की कीमत बढ़ जाती है।

छोटी जोत वाले किसान और भी नुकसान में रहते हैं क्योंकि उनके पास बाजार में बेचने योग्य अतिरिक्त माल की मात्रा कम होती है। उन्हें अक्सर परिवहन तथा विपणन की अधिक लागत अदा करनी पड़ती है और उन्हें माल का मूल्य भी अपेक्षाकृत कम मिलता है। जिन सब्जियों की कटाई या तुड़ाई की अवधि बहुत कम होती है उन्हें प्रतिदिन मंडियों में लाना बिक्री की दृष्टि से व्यावहारिक नहीं होता है। इसी प्रकार, दूध जैसे उत्पाद को उत्पादन स्थल से इकट्ठा करना भी एक वास्तविक चुनौती है।

बाजार व्यवस्था या विपणन प्रणाली में बाजार संबंधी सूचना एक महत्वपूर्ण कार्य है जिससे माल की बिक्री के संबंध में निर्णय लेने में सुविधा होती है और बाजार में प्रतिस्पर्धा में बने रहने में सहायता मिलती है। इससे किसानों को अपनी जिंसों को उत्पन्न करने की योजना बनाने, उनका उत्पादन करने और उन्हें बाजार में बेचने के संबंध में निर्णय लेने में सहायता मिलती है। मूल्यों में मौसमी उतार-चढ़ाव बहुत अधिक होता है। मूल्यों के इन उतार-चढ़ावों से उत्पादकों को कोई फायदा नहीं होता है क्योंकि उनके पास मूल्यों से संबंधित कोई भरोसेमंद सूचना पहले से उपलब्ध नहीं होती है। इसलिए आवश्यकता इस बात की है कि मूल्यों के पूर्वानुमान की एक क्रियाविधि तय की जाए और उसका उत्पादकों के बीच प्रसार-प्रचार हो। यह न केवल हरियाणा राज्य के लिए जरूरी है बल्कि अन्य सभी राज्यों के लिए भी जरूरी है।

बाजार की वर्तमान प्रणाली में एक सबसे बड़ी रुकावट उस अवस्था में मंडियों से अपने माल को वापस लेने के विकल्प का न मौजूद होना है जब माल का मूल्य उत्पादक विक्रेता के लिए आकर्षक न हो। माल को मंडी में लाने के लिए जो परिवहन लागत व मजदूरी लगती है, वह उत्पादकों द्वारा अपने माल को मंडी से वापस ले जाने में बाधक सिद्ध होती है। मंडियों में भी इस प्रकार की कोई सुविधा नहीं होती है कि यदि किसान अपने माल को बेचने से पहले कुछ दिन इंतजार करना चाहे तो वह वहां अपने माल को रख सके।

## 4.2 बाजार विनियमन

कृषि मंडियों के लिए विनियमनकारी ढांचे में उपायों के दो अलग-अलग सैट हैं। पहले सैट में थोक मंडियों के विकास और विनियमन के लिए उपाय





शामिल हैं, जबकि दूसरे सैट में बाजार के व्यवहार तथा व्यापार संबंधी क्रियाकलापों के विनियमन के लिए वैधानिक उपायों को शामिल किया गया है।

## कृषि उत्पाद विपणन विनियमन अधिनियम (एपीएमआरए)

हरियाणा में कृषि उपज के लिए मौजूद सभी थोक मंडियों का विनियमन एपीएमआरए के अंतर्गत होता है। इस अधिनियम के अंतर्गत यह अनिवार्य है कि अधिसूचित कृषि जिनसों की खरीद/फरोख्त मंडी क्षेत्र में या उप मंडियों में ही अधिनियम के प्रावधानों के अंतर्गत की जाए। एपीएमसी अधिनियम ने अनेक प्रकार की हेरा-फेरी को समाप्त करने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है तथा कृषि मंडियों की बहुत से कमियों को दूर किया है और किसानों को अपनी उपज का बेहतर मूल्य दिलाने में सहायता की है। यह अधिनियम तब अधिक वांछित और प्रासंगिक होता है जब निजी व्यापार भली प्रकार विकसित नहीं होता है, व्यापारी किसानों का दोहन करना चाहते हैं और बाजार पर व्यापारियों का पूरा-पूरा नियंत्रण होता है। तथापि, पिछले तीन या साढ़े तीन दशकों के दौरान अनेक परिवर्तन हुए हैं जिनके कारण एपीएमसी अधिनियम के अंतर्गत कृषि उत्पादों के विपणन को सुधारने के लिए कुछ परिवर्तन करने जरूरी हो गए हैं।

वर्तमान एपीएमसी अधिनियम राज्य को विपणन संबंधी एकाधिकार प्रदान करता है और यह अनुभव किया गया है कि इससे कृषि मंडियों में निजी निवेश नहीं हो पा रहा है। इस अधिनियम के कुछ प्रावधानों जैसे खरीद का अधिकार केवल लाइसेंस प्राप्त व्यापारियों को होना, के कारण नए व्यापारी इस क्षेत्र में प्रवेश नहीं कर पा रहे हैं और इस प्रकार प्रतिस्पर्धा कम होती जा रही है। यह भी अनुभव किया जा रहा है कि इस अधिनियम के कारण मंडियां विकास की अगली अवस्था में प्रवेश नहीं कर पा रही हैं।

इन मुद्दों से निपटने के लिए कृषि मंत्रालय ने 2003 में एपीएमसी अधिनियम का एक नया मॉडल प्रस्तावित किया, ताकि राज्य अपने-अपने वातावरण के अनुकूल अधिनियम को तैयार करने के लिए प्रोत्साहित हो सकें। मॉडल अधिनियम के अंतर्गत निजी क्षेत्र को मंडी स्थापित करने के लिए लाइसेंस दिया जा सकता है। मॉडल अधिनियम के अंतर्गत ठेके पर खेती और निजी व्यापारी को सीधे विपणन की अनुमति भी दी जा सकती है।

यद्यपि हरियाणा राज्य में मॉडल अधिनियम को अपनाया गया है, लेकिन इससे बाजार व्यवस्था की प्रणाली में उल्लेखनीय परिवर्तन नहीं हो सके हैं। राज्य में कोई निजी मंडी उभरकर नहीं आई है। किसानों से सीधी खरीद तथा ठेके पर खेती जैसी प्रथाएं भी व्यावहारिक रूप नहीं ले सकी हैं।

## वैधानिक उपाय

एपीएमसी अधिनियम के अतिरिक्त बाजार से जुड़े कर्मियों को अनेक अन्य वैधानिक उपायों से नियंत्रित किया जा सकता है जिन्हें समय-समय पर केन्द्र व राज्य सरकारों द्वारा न केवल लागू किया जा सकता है बल्कि संशोधित भी किया जा सकता है। सर्वाधिक महत्वपूर्ण विनियम अनिवार्य जिंस अधिनियम (ईसीए), 1955 है। कृषि से जुड़ी लगभग सभी जिंसों जैसे अनाजों, दलहनों, खाद्य तेलों, खलियों, खाद्य तिलहनों, कपास, चीनी, गुड़, पटसन को अनिवार्य जिंसों की सूची में शामिल किया गया है। इस अधिनियम में मूल्य नियंत्रण, भंडारण, स्टॉक रखने की सीमाओं, उत्पाद को लाने-ले जाने, वितरण, निपटान, बिक्री, सरकार द्वारा अनिवार्य खरीद और सरकार को बिक्री जैसे विषयों पर लाइसेंस देने, परमिट प्रदान करने, विनियमन करने और आदेश देने जैसे उपायों की व्यवस्था की गई है। इसी के अंतर्गत केन्द्र सरकार और राज्य सरकारों द्वारा बड़ी संख्या में नियंत्रण संबंधी आदेश लागू किए गए हैं।

विभिन्न विनियमों के मुख्य उद्देश्य हैं : (क) उत्पादकों और उपभोक्ताओं को उन निजी व्यापारियों के चुंगल से बचाना जो आपस में मिलकर, जमाखोरी आदि करके उनका शोषण करते हैं, (ख) मूल्यों को स्थिर बनाना और (ग) बाजारों के मानकों को ऊपर उठाना और बाजार के निष्पादन को सुधारना। जब से ये नियम और विनियम बने हैं तब से बाजार व्यवस्था और व्यापार के वातावरण में बहुत से बदलाव हुए हैं। परिवहन तथा संचार नेटवर्क के विकास, बाजारों के विस्तार तथा आर्थिक क्रियाकलापों में बढ़ती हुई प्रतिस्पर्धा के कारण कृषि बाजार व्यवस्था या विपणन में निजी क्षेत्र की भूमिका को बढ़ाने में सुविधा हुई है। अनेक विनियमों से सरकार द्वारा पर्याप्त नियंत्रण व हस्तक्षेप करना संभव हुआ है जो निजी क्षेत्र के व्यापारियों द्वारा कृषि बाजार व्यवस्था पर कब्जे को रोकने में सफल रहे हैं। तथापि इससे कृषि बाजारों में प्रतिस्पर्धा में रूकावट आ रही है और उत्पादकों को उनके उत्पाद का बेहतर लाभ नहीं मिल पा रहा है।



यह गलत धारणा भी है कि कृषि बाजार व्यवस्था या विपणन में बड़े व्यापारियों के आने से बाजार में हेर-फेर की प्रवृत्ति बढ़ेगी तथा इससे मुद्रास्फिति होगी। यह सही नहीं है क्योंकि कृषि विपणन में बड़े व्यापारियों के प्रवेश करने से प्रतिस्पर्धा और कुशलता में वृद्धि होगी। सरकार को बाजार संबंधी सुधारों पर एक निश्चित नीति को अपनाना चाहिए और क्षेत्र के दीर्घावधि हित के लिए कृषि विपणन व बाजार की सभी अवस्थाओं में निजी क्षेत्र की भागीदारी को प्रोत्साहित करना चाहिए। कुछ मामलों में लाइसेंस देने की कठोर शर्तों के कारण निजी व्यापारी व्यापार के विभिन्न क्रियाकलापों में भाग लेने के प्रति निरुत्साहित होते हैं। अतः इन शर्तों को उदार बनाया जाना चाहिए।

विपणन से

समय

स्थान

स्वामित्व और

स्वरूप

उपयोगिताओं का

श्रीजन होता है।



# विपणन के उभरते हुए मॉडल

कृषि विपणन के मामले में कुशलता की कमी है, कृषि उत्पादों के लिए उत्पादकों को मिलने वाले और उपभोक्ताओं द्वारा अदा किए जाने वाले मूल्यों के बीच अंतराल बढ़ता जा रहा है, विपणन के चैनल टुकड़ों-टुकड़ों में हैं और लंबे हैं, मंडियों का रखरखाव अच्छा नहीं है और समय के साथ प्रति आवक के लिए अतिरिक्त सुविधाओं की कमी है। यह भी देखा गया है कि उत्पादन में कुल मूल्यवर्धन तथा विपणन के मामले में कटाई उपरांत भूमिका अदा करने वाले मूल्यवर्धन के क्षेत्र में लगे हुए लोगों का हिस्सा बढ़ता जा रहा है, जबकि उत्पादन का हिस्सा कम हो रहा है। कुछ मामलों में बाजार व्यवस्था में मूल्यवर्धन उत्पादन में होने वाले मूल्यवर्धन की तुलना में अधिक है। दिन-प्रति-दिन जोतों का आकार छोटा होता जा रहा है, इसलिए उत्पादकों का लाभ तभी बढ़ाया जा सकता है जब किसान विपणन के क्षेत्र में मूल्यवर्धन से अधिक से अधिक लाभ प्राप्त कर सके। इसके लिए विपणन के नए मॉडलों को विकसित करने और विपणन की उन क्रियाविधियों को मजबूत करने की जरूरत है जिनमें उत्पादकों को भी भागीदार माना जाता है।

### 5.1 उत्पादकों द्वारा उपभोक्ताओं को सीधी बिक्री

उत्पादकों व उपभोक्ताओं के लिए विपणन का सर्वश्रेष्ठ मॉडल वह है जहां उत्पादक उपभोक्ताओं को या तो व्यक्तिगत रूप से या किसी प्रकार के संगठन के द्वारा अपना माल सीधे-सीधे बेचते हैं। ऐसे मॉडल कुछ राज्यों में विकसित हुए हैं जैसे पंजाब और हरियाणा में अपनी मंडियां, आंध्र प्रदेश में रायतू बाजार और तमिल नाडु में उजावार सैन्डीस। इन व्यवस्थाओं के अंतर्गत किसानों को अपने कस्बों में कुछ चुने हुए दिनों में उपभोक्ताओं को फुटकर रूप से अपनी उपज बेचने की अनुमति होती है और इसमें बिचौलियों की कोई भूमिका नहीं होती है। इन विपणन व्यवस्थाओं के परिचालन का स्तर बहुत नीचे है और बड़े कस्बों के पास रहने वाले कुछ किसान ही इस प्रकार की बाजार व्यवस्था का लाभ उठा पाते हैं। इस प्रकार की नई बाजार व्यवस्था को बड़े पैमाने पर बढ़ावा दिया जाना चाहिए।

### 5.2 मूल्य श्रृंखला का विकास

उपभोक्ता और उद्योग, दोनों के स्तर पर कृषि जिंसों की मांग के पैटर्न में तेजी से बदलाव आ रहा है और अब उपभोक्ता व उद्योग दोनों ही प्रसंस्कृत उत्पादों, गुणवत्तापूर्ण उत्पादों और कुछ खास-खास विशेषताओं वाले उत्पादों की मांग कर रहे हैं। इन बदलावों से समेकित आपूर्ति श्रृंखला को बढ़ावा मिला है और परंपरागत विपणन चैनलों में बदलाव आया है। अब खुले बाजारों की बजाय सुनिश्चित बाजार तैयार हुए हैं और किसी विशेष गुण से युक्त उत्पाद की बजाय विशिष्ट उत्पादों की मांग बढ़ी है। इस प्रकार की आपूर्ति श्रृंखलाओं के कारण बिचौलियों द्वारा लिया जाने वाला लाभ भी कम हो जाता है। भली प्रकार कार्य करने वाली आपूर्ति श्रृंखला से विपणन की लागत कम हो जाती है क्योंकि इसके द्वारा किसान उत्पादों का प्रसंस्करण करने वाली फर्मों व उपभोक्ताओं के और करीब आ जाते हैं और उन्हें मात्रा, गुणवत्ता, किस्म तथा खाद्य सुरक्षा की दृष्टि से उपभोक्ताओं की बदलती हुई पसंदों के अनुसार अपने उत्पादन को ढालने के लिए मार्गदर्शन प्रदान किया जा सकता है। आधुनिक आपूर्ति श्रृंखला में अक्सर निजी मानक ही शामिल किए जाते हैं और इन्हें इस प्रकार लागू किया जाता है जिससे अनेक क्षेत्रों या देशों में आपूर्तिकर्ताओं की उत्पाद संबंधी आवश्यकताओं के मानकीकरण के द्वारा आपूर्ति श्रृंखलाओं के समन्वयन में सहायता मिल सके। इससे कुशलता में वृद्धि होती है तथा लेन-देन की लागतें कम हो जाती हैं। आपूर्ति श्रृंखला की संकल्पना उन छोटे उत्पादकों के लिए अधिक फायदेमंद है जिनका भारतीय कृषि के उत्पादन में मुख्य योगदान है।



### 5.3 सीधी खरीद

कुछ प्रयोग किए गए हैं जैसे 'सफल' जो राष्ट्रीय डेरी विकास मंडल का एक प्रभाग है, की तकनीकी सहायता से प्रत्यक्ष खरीद की जाती है जिसमें पहले से ही निश्चित मूल्यों का आश्वासन दिये बिना किसानों को बहुत फायदा हुआ है। इसी प्रकार, ऐसे उद्यमियों के अंतर्गत कुक्कुट मांस उत्पादन के कार्य के समन्वयन से जो तकनीकी सहायता के साथ निवेश के रूप में सभी कुछ आपूर्ति करते हैं, उत्पादकों को पहले से निर्धारित निश्चित मूल्य प्राप्त होता है। यह प्रयास भी बहुत सफल रहा है। इनसे यह संकेत मिलता है कि विशिष्ट पर्यावरण में कृषि उपज की बिक्री में सहकारिताओं और निजी क्षेत्र की फर्मों की भागीदारी से किसानों को बहुत सहायता मिल सकती है। तथापि, इसके लिए विद्यमान कृषि विपणन नीतियों की व्यापक समीक्षा करनी होगी और ऐसे बदलावों को लागू करना होगा जिनसे उत्पादक उपभोक्ताओं के और अधिक निकट आ सकें।

### 5.4 ठेके पर खेती

एपीएमसी अधिनियम में मॉडल अधिनियम के अनुसार किए जाने वाले संशोधन में ठेके पर होने वाली खेती पर लगे कानूनी प्रतिबंधों को हटाना है। इससे खाद्य प्रसंस्करण उद्योग के लिए एक व्यावहारिक मॉडल के रूप में लम्बवत समन्वयन के लिए रास्ते खुले हैं तथा कृषि जिंस बाजारों को भी अवसर उपलब्ध हुए हैं। भले ही छोटे पैमाने पर की गई हों, लेकिन इस दिशा में भारत के कई राज्यों में कुछ पहले की गई हैं। देश में कुछ उल्लेखनीय ठेका खेती प्रणाली के मॉडल हैं, जैसे : एस्कॉर्ट कृषि संसार, महेन्द्रा शुभ लाभ और सतनाम ओवरसीज तथा टाटा कैमिकल्स कांटेक्ट फार्मिंग। इसके अलावा कोयम्बतूर हेचरी (कुक्कुटपालन के लिए), नैफेड (सोनीपत में खुम्बियों के लिए), आईटीसी एग्रो टैक (खाद्य तिलहनों के लिए) ऐसे ही कुछ अन्य उदाहरण हैं। कुछ निर्यातकों/बड़ी मात्रा में खरीद करने वालों ने विभिन्न क्षेत्रों में कुछ उत्पादों जैसे बेबी कॉर्न, टमाटर, आलू, बासमती चावल, जौ आदि की सुनिश्चित खरीद के लिए किसानों के साथ समझौते किए हैं। यद्यपि ये पहले सही दिशा में हुई हैं, लेकिन कुछ ने इनमें छुपे हुए कुछ खतरों की ओर भी इशारा किया है जैसे प्राकृतिक संसाधनों का आवश्यकता से अधिक उपयोग, ठेकों का उल्लंघन और अवांछित बीजों का उपयोग आरंभ हो जाना। सभी पहलुओं को ध्यान में रखते हुए केन्द्रीय मंत्रालय ने एपीएमआर अधिनियमों में कुछ प्रावधान डालने के लिए ठेके पर फार्मिंग मॉडल के समझौते का मसौदा तैयार किया है और इसमें सहायता पहुंचाने के लिए कुछ संवैधानिक प्रावधान भी किए हैं। इस प्रकार के मॉडल में ठेकों का अनिवार्य रूप से पंजीकरण, विवाद को सुलझाने की क्रियाविधि, तीन महीनों में दावों के निपटारे तथा किसानों की जमीन पर किसी प्रकार का समझौता होने पर प्रतिबंध लगाने जैसे प्रावधान किए गए हैं। ठेके पर खेती को सफल बनाने के लिए दिए जाने वाले कुछ सुझाव हैं :

1. ठेके पर खेती को कानूनी बनाया जाना चाहिए। किसी भी पक्ष द्वारा ठेके का उल्लंघन करने के मामले में किसानों और कंपनी दोनों को किसी ऐसे संगठन या संस्था तक पहुंचने का प्रावधान होना चाहिए जो मध्यस्थता कर सके और विवाद को सुलझा सके।
2. ठेके संबंधी सभी व्यवस्थाओं को रिकॉर्ड करने के लिए कोई संस्थागत व्यवस्था होनी चाहिए। यह व्यवस्था स्थानीय बाजार समिति या पंचायत अथवा किसी सरकारी व्यवस्था के अंतर्गत की जा सकती है। इससे दोनों पक्षों के बीच भरोसा बढ़ेगा और मजबूत होगा तथा ठेके के उल्लंघन के कारण उत्पन्न होने वाले किसी विवाद को निपटाने में भी सहायता मिलेगी।
3. ठेके पर खेती के अंतर्गत अग्रगामी और पश्चगामी, दोनों प्रकार के सम्पर्कों का प्रावधान होना चाहिए। ऐसा निवेश की आपूर्ति तथा उत्पाद के लिए मंडियों को सुनिश्चित करने हेतु किया जाना चाहिए अन्यथा छोटे किसान ठेके पर खेती की प्रणाली में भाग लेने की स्थिति में नहीं आ पाएंगे।
4. ठेकों को अधिक पारदर्शी और भागीदारी के मोड में प्रबंधित किया जाना चाहिए, ताकि ठेके की शर्तों के उल्लंघन के मामले में समाज में अधिक से अधिक जागरूकता लाई जा सके और उल्लंघन से जुड़े विवादों को हल करने के लिए महंगी तथा लंबी कानूनी प्रक्रिया से बचा जा सके।

### 5.5 संगठित फुटकर बिक्री

भारत में संगठित फुटकर बिक्री में पिछले दशक के दौरान निरंतर वृद्धि देखी गई है। अधिकारियों का दावा है कि संगठित फुटकर बिक्री में एफडीआई के आने से खाद्य पदार्थों की संगठित फुटकर बिक्री को बहुत बढ़ावा मिलेगा और इससे किसानों को बहुत लाभ होगा। पिछले अनुभव से यह प्रदर्शित





हुआ है कि 'संगठित फुटकर बिक्री' जैसे अकेले मॉडल से कुछ क्षेत्रों को तो मदद मिली है लेकिन इससे बड़ी संख्या में भारतीय किसानों को फायदा नहीं हुआ है। इसलिए एफडीआई के साथ या उसके बिना संगठित फुटकर बिक्री को कृषि विपणन से जुड़ी समस्याओं के हल के रूप में नहीं देखा जाना चाहिए और इसके कारण अन्य मॉडलों से हमारा ध्यान भटकना नहीं चाहिए और न ही हमें कृषि विपणन में प्रतिस्पर्धा को बढ़ाने के लिए अन्य क्रियाविधियों में कोई बदलाव लाने के लिए बाध्य होना चाहिए।

संगठित फुटकर बिक्री के मामले में भारत में पिछले एक दशक के दौरान निरंतर प्रगति देखी गई है और इसे एक उभरते हुए उद्योग के रूप में देखा गया है। फूड वर्ल्ड (आरपीजी समूह का) संगठित खाद्य फुटकर श्रृंखलाओं में अग्रणी है और ऐसी ही कई अन्य एजेंसियां भी हैं जैसे फैबमाल, मंडे टु संडे, फैमिली मार्ट, मोर फॉर यू, हेरिटेज आदि जो हमारे देश में कार्यरत हैं। अधिकांश खाद्य श्रृंखलाएं क्षेत्रीय प्रकृति की हैं और इनके किसी विशेष शहर में एक या दो फुटकर आहार आउटलेट हैं और अन्य राज्यों में उनकी व्यापक उपस्थिति नहीं है। तेजी से होता शहरीकरण, शहरी जनसंख्या में होने वाली वृद्धि, उपभोक्ताओं की आमदनी में बढ़ोतरी और उनकी खर्च करने की क्षमता में वृद्धि, बदलती हुई जीवन शैली तथा जन-सामान्य की प्रौद्योगिकी तक पहुंच कुछ ऐसे महत्वपूर्ण कारक हैं जो भारत में फुटकर आहार श्रृंखलाओं के विस्तार के लिए उत्तरदायी हैं। संगठित फुटकर व्यापार के पक्ष में अनेक कारकों के होने के बावजूद यह देश में अभी आरंभिक अवस्था में ही है। कुछ कारक जैसे भली प्रकार स्थापित परंपरागत फुटकर विक्रेता, जायदादों की अधिक कीमत, सरकारी नीतियां और उपभोक्ताओं की समझ व खरीद संबंधी व्यवहार फुटकर आहार श्रृंखलाओं की वृद्धि को सीमित करने के कारक सिद्ध हो रहे हैं। गौण स्तर पर विदेशों द्वारा फुटकर क्षेत्र में किए जाने वाले प्रत्यक्ष निवेशों पर लगे प्रतिबंधों, कृषि जिंसों की खरीद से जुड़े नियमों व विनियमों, नियंत्रण एजेंसियों तथा विनियमों में विविधता के होने, श्रम संबंधी कठोर कानूनों और कई स्तरों पर कर लगाए जाने की क्रियाविधि जैसे कारकों को भारत में खाद्य फुटकर श्रृंखलाओं की वृद्धि के मार्ग में आने वाली प्रमुख बाधाओं के रूप में पहचाना गया है।

ठेके पर हुई व्यवस्थाओं के माध्यम से फुटकर श्रृंखला में किसानों को शामिल करने से उन्हें अपने उत्पाद का उच्च तथा सुनिश्चित मूल्य मिल सकता है और इसके साथ ही खाद्य फुटकर श्रृंखलाओं को गुणवत्तापूर्ण उत्पादों की पर्याप्त मात्रा में आपूर्ति की योजना बनाने का अवसर भी प्राप्त हो सकता है। यह व्यवस्था कुक्कुट मांस उत्पादन तथा घेरकिन उत्पादन में बहुत सफल सिद्ध हुई है। उपभोक्ताओं के धन में किसानों के हिस्से की तुलना करने पर यह पता चलता है कि इस मॉडल में परंपरागत विपणन चैनलों की तुलना में किसानों को उपभोक्ताओं द्वारा खर्च किए जाने वाले धन का अधिक हिस्सा प्राप्त होता है। इस मॉडल के अन्य लाभ यह हैं कि परिवहन लागतें व साज-संभाल की लागतें कम हो जाती हैं, बिचौलिए नहीं होते हैं, उत्पाद को सुनिश्चित बाजार मिलता है और मूल्य से जुड़े जोखिम भी कम हो जाते हैं।

## 5.6 किसानों की संस्थाएं और कंपनियां

किसान यदि अपने उत्पाद को एक साथ मिलकर बेचें तो अधिक फायदा ले सकते हैं क्योंकि वे परिवहन तथा अन्य सेवाओं का मिल-जुलकर उपयोग कर सकते हैं और वित्तीय संबंधी लेन-देनों में मोल-तोल भी कर सकते हैं। इससे किसानों की मोल-तोल करने की शक्ति में वृद्धि होती है और माल की बिक्री में होने वाला खर्च भी कम हो जाता है जिससे उनके निवल लाभ का हिस्सा बढ़ जाता है। भली प्रकार प्रबंधित उत्पादकों की संस्थाएं इस दृष्टि से व्यापार के प्रतिस्पर्धापूर्ण वातावरण में बहुत उपयोगी सिद्ध हो सकती है जिससे किसान निजी व्यापारियों द्वारा किए जाने वाले शोषण से बच सकते हैं।

किसानों की संस्थाएं सहकारिताओं के ही समान हैं लेकिन उनका नियंत्रण सहकारी विधानों के अनुसार नहीं होता है, अतः ये सरकारी नियंत्रण और राजनीतिक हस्तक्षेप से बच जाती हैं। ये पंजीकृत संगठन हैं जिनमें सदस्यों को सदस्यता देने, धनराशि इकट्ठा करने, निर्णय लेने और मिल-जुलकर कार्य करने के मामले में बहुत लचीलापन है तथा इसमें प्रबंध के मामले में कई लोगों को शामिल किया जाता है।

इस संबंध में कई सफल विपणन संगठन मॉडलों का उदाहरण दिया जा सकता है। महाराष्ट्र में महाग्रेप्स पहला ऐसा विपणन संगठन है जिसमें सहकारिता तथा सार्वजनिक क्षेत्र की भागीदारी वाली फर्म के गुण मौजूद हैं। महाग्रेप्स की विपणन संबंधी भूमिका के कारण इस क्षेत्र में अनेक नीतिगत पहलें हुई हैं।

किसानों के समूहों से उठने वाली लंबे समय से लंबित पड़ी मांग की प्रतिक्रिया में भारत सरकार ने भारतीय कंपनी अधिनियम, 1956 को वर्ष



2002 में संशोधित किया और इसमें कंपनी के रजिस्ट्रार (आरओसी) के साथ पंजीकरण के लिए उत्पादक कंपनियों को भी शामिल किया। इस संशोधित अधिनियम के अनुसार कोई भी दस या इससे अधिक व्यक्ति जिनमें से प्रत्येक को उत्पादक होना चाहिए, या कोई भी दो या इससे अधिक उत्पादक संस्थाएं या दोनों का सम्मिलन और सहकारिताएं उत्पादक कंपनी गठित कर सकती हैं जो उत्पाद के उत्पादन, कटाई, खरीद, श्रेणीकरण, पूल करने, साज-संभाल, विपणन, बिक्री, सदस्यों को प्राथमिक उत्पाद के निर्यात अथवा सदस्यों के लाभ के लिए माल या सेवाओं के आयात; संसाधन सहित परिरक्षण शुष्कन, आसवन, ब्रूविंग, वैटिंग, डिब्बाबंदी और सदस्यों के उत्पाद की पैकेजिंग की सुविधा प्रदान कर सकती है। इस प्रकार की कंपनियां उत्पादन में सामूहिक कार्य के माध्यम से और कटाई उपरांत किए जाने वाले क्रियाकलापों के माध्यम से उत्पादकों का कल्याण सुनिश्चित कर सकती हैं। इसके अलावा ये विपणन को बढ़ावा देकर तथा व्यापार में योगदान देकर भी उत्पादकों को लाभ पहुंचा सकती हैं। तथापि आरंभिक अवस्थाओं में इन्हें परस्पर मिल-जुलकर आगे बढ़ना होगा। किसानों की कंपनियां या किसानों के एसोसिएशनें ऐसे क्षमतावान खरीददारों को आकर्षित करने में सक्षम सिद्ध हो सकती हैं जिन्हें माल की सुनिश्चित आपूर्ति की आवश्यकता होती है जैसे प्रसंस्करणकर्ता तथा सुपर बाजारों के आपूर्तिकर्ता।

हरियाणा जिसे देश के विभिन्न बड़े शहरों से जुड़े रहने के संदर्भ में पर्याप्त लाभ प्राप्त है, अब भी बड़े स्तर पर इस प्रकार की पहलों के प्रसार से वंचित है, अतः यहां इन पहलों को किया जाना बहुत फायदेमंद सिद्ध हो सकता है।





# भावी दिशा एवं सिफारिशें

हरियाणा सहित देश के अधिकांश राज्यों में कृषि मंडियां तथा विपणन या बाजार प्रणाली बाजार आपूर्ति में होने वाली वृद्धि से ताल-मेल नहीं बैठा सकी है और न ही इनका आधुनिकीकरण हो सका है। इसके परिणामस्वरूप कृषि विपणन या बाजार व्यवस्था में अनेक कमियां हैं, कृषि उत्पादों के लिए उत्पादकों को मिलने वाले मूल्य तथा उपभोक्ताओं द्वारा अदा किए जाने वाले मूल्य में काफी अधिक अंतर है जो बढ़ता जा रहा है, विपणन के चैनल खंडित और लंबे हैं, बाजारों का रखरखाव भली प्रकार से नहीं हो रहा है, बाजार के स्थान में फैलाव नहीं हो पा रहा है और आधुनिकीकरण की कमी है। यह देखा गया है कि उत्पादन और विपणन में कुल मूल्यवर्धन के मामले में कटाई उपरांत क्षेत्र में मूल्यवर्धन का हिस्सा बढ़ रहा है। कुछ मामलों में विपणन में मूल्यवर्धन उत्पाद में होने वाले मूल्यवर्धन की तुलना में अधिक है।

किसानों को मंडियों के साथ जोड़ने के मुद्दे पर विचार करते समय यह महत्वपूर्ण है कि सरकारी एजेंसी द्वारा खरीदी गई फसलों/उपज तथा बिना सरकारी हस्तक्षेप के निजी एजेंसियों द्वारा खरीदी जाने वाली फसलों/उपज के बीच मौजूद अंतर का पता लगाया जाए और उन कारणों का भी पता लगाया जाए जिनसे उपज के मूल्य बाजारी बलों द्वारा निर्धारित होते हैं। पूर्व निर्धारित मूल्य स्थिर वातावरण प्रदान करता है और इसके अंतर्गत किसानों का बाजार से सम्पर्क सुधार कर ज्यादा कीमत वसूली की संभावना नहीं है। किसानों को बाजार के साथ जोड़ना उन मामलों में अधिक महत्वपूर्ण है जहां जिसों के मूल्य सरकार द्वारा तय किए जाने के बजाय बाजारी कारणों से निर्धारित होते हैं।

दिन-प्रति-दिन जोत का आकार छोटा होते जाने के कारण उत्पादकों को मिलने वाला लाभ तभी बढ़ाया जा सकता है जब विपणन या बाजार व्यवस्था में मूल्यवर्धन के क्षेत्र में किसानों का हिस्सा बढ़ाया जाए। इसके लिए ऐसी बाजार व्यवस्था संबंधी क्रियाविधि को विकसित करने और सबल बनाने की जरूरत है जिसमें उत्पादकों को साझीदारों के रूप में शामिल किया जा सके। कृषि मंडियों में मौजूदा स्थितियों से निपटने के लिए और उपरोक्त लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए कृषि बाजार व्यवस्था में सुधारों की तत्काल जरूरत है।

हरियाणा में सड़कों का एक बहुत अच्छा नेटवर्क है और उत्पादन के सभी क्षेत्र ग्रामीण सड़कों के माध्यम से राज्य अथवा राष्ट्रीय राजमार्गों से जुड़े हैं। इस राज्य को महानगर दिल्ली के अलावा अन्य बड़े शहरों के निकट होने का भौगोलिक लाभ प्राप्त है जिससे उच्च मूल्य वाले उत्पादों की मांग के अनुसार उत्पादों की बिक्री की बहुत संभावना है। राज्य में कृषि संबंधी उपयोगों के लिए पर्याप्त मात्रा में श्रेष्ठ गुणवत्ता वाला जल उपलब्ध है। बहुत अच्छे बुनियादी ढांचे के साथ-साथ इस प्रकार की प्राकृतिक सम्पदा के कारण राज्य को उच्च मूल्य वाले उत्पादों के उत्पादन का लाभ प्राप्त है और अनुकूल वातावरण के कारण यहां उच्च मूल्य वाले उत्पादों को तैयार करने की अनेक संभावनाएं हैं। इसी प्रकार, दिल्ली तथा राज्य के पड़ोस की बड़ी मंडियों में लाखों उपभोक्ता गुणवत्तापूर्ण उत्पादों को खरीदने के लिए पर्याप्त धनराशि खर्च करने को तैयार हैं और मांग की दृष्टि से इस राज्य में बहुत संभावनाएं हैं। यद्यपि उच्च मूल्य वाले उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए कुछ व्यक्तिगत प्रयास किए गए हैं लेकिन उनके उत्पादन और मूल्यवर्धन की पूरी संभावना को हरियाणा राज्य में अभी तक तलाशा नहीं गया है। राज्य इस दिशा में लाभ उठा सकता है और अपने किसानों की आमदनी को बढ़ाने के लिए खेती के मामले में बहुत अधिक प्रगति करते हुए पर्याप्त बदलाव ला सकता है, लेकिन ऐसा तभी होगा जब उचित बाजार व्यवस्था बनाई जाए और राज्य में कृषि व्यापार को सुधारने के लिए निजी निवेश का वातावरण तैयार किया जाए।



किसानों को मंडियों के साथ जोड़ने और राज्य में उपलब्ध अवसरों का लाभ उठाने के लिए कार्य दल निम्नलिखित सिफारिशें करता है :

1. कृषि विपणन या बाजार व्यवस्था में वांछित अधिकांश सुधार केन्द्र के स्तर पर कृषि मंत्रालय द्वारा तैयार किए गए मॉडल एपीएमसी अधिनियम में प्रस्तावित किए गए हैं। राज्य को इस मॉडल अधिनियम को प्रतिस्पर्धा की सच्ची भावना से लागू करना चाहिए। इससे प्रत्यक्ष विपणन का मार्ग खुलेगा, ठेके पर खेती के माध्यम से पारस्परिक समन्वयन होगा, उत्पाद की बिक्री के लिए उत्पादकों को वैकल्पिक अवसर उपलब्ध होंगे और ऐसी सेवाओं के लिए स्पर्धापूर्ण वातावरण तैयार होगा जिनपर अभी कृषि उपज विपणन समिति का एकाधिकार है। राज्य को ठेके पर खेती के मार्ग में आने वाली सभी बाधाओं को हटाना चाहिए तथा कृषि उपज की सीधी खरीद-फरोख्त में आने वाली रुकावटों को भी दूर करना चाहिए।
2. विनियमित एपीएमसी मंडियों द्वारा फार्म उपज की बिक्री केवल एक विकल्प के रूप में होनी चाहिए और यह फार्म उपज की बिक्री का एक मात्र विकल्प नहीं होना चाहिए। हरियाणा में कार्यरत बड़े व्यापारियों तथा बड़ी मॉलों द्वारा सीधी खरीद और ठेके पर खेती को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए जिससे उपभोक्ताओं और उत्पादकों, दोनों को लाभ हो। वर्तमान प्रणाली में किसान मूल्य प्राप्तकर्ता है लेकिन वह मूल्य निर्धारक नहीं है। खेतों पर सीधी बिक्री होने के मामले में किसान को मोल-तोल करने की अधिक शक्ति प्राप्त होती है क्योंकि यदि उसे अपनी उपज का आकर्षक मूल्य न मिले तो वह अपनी उपज को कुछ दिनों के लिए अपने पास रख सकता है। राज्य के नियम तथा विनियम में ऐसी संभावनाओं को समायोजित किया जाना चाहिए।
3. ठेके पर खेती में प्रवेश करने वाली फर्मों से वसूली जाने वाली धरोहर राशि को 15 प्रतिशत से घटाकर 5 प्रतिशत करने की हाल की पहल एक स्वागत योग्य कदम है। राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय प्रतिष्ठा वाली फर्मों को इस प्रकार की धरोहर राशि जमा करने से पूरी-पूरी छूट दी जानी चाहिए।
4. कृषि मंडियों के एकीकरण के साथ-साथ विशेष अर्थव्यवस्था को कार्यान्वित करने की जरूरत है तथा यहां से बड़ी संख्या में मौजूद बिचौलियों को हटाया जाना चाहिए और लेन-देनों को भी कम किया जाना चाहिए। इसके लिए और अधिक बड़े व्यापारियों को इस क्षेत्र में प्रवेश करने की जरूरत है तथा कृषि मंडियों में उनके द्वारा अधिक से अधिक निवेश किया जाना चाहिए। उदारीकृत बाजार व्यवस्था में कारपोरेट घरानों द्वारा किसानों के शोषण की धारणा बढ़ा-चढ़ाकर दर्शायी गई है। तथापि, इससे विपणन के मामले में ऐसी स्थिति को प्रोत्साहन मिलता है जिससे बिचौलिए लाभान्वित हो सकते हैं। राज्य को निजी निवेशों की सुविधा उपलब्ध करानी चाहिए तथा प्रतिस्पर्धात्मक विपणन पर्यावरण के माध्यम से बाजार से जुड़ी कमियों को दूर करना चाहिए। स्टॉक रखने की सीमा आदि जैसे कानूनी प्रावधानों को हटाया जाना चाहिए क्योंकि इनके कारण किसान बाजार में अपनी उपज का अधिक लाभ नहीं ले पाते हैं।
5. उत्पादकों से कम मात्रा में विपणन योग्य अतिरिक्त माल को इकट्ठा करने के लिए सभी कृषि जिनसों में संग्रहकर्ता को अनुमति दी जानी चाहिए और उन्हें बढ़ावा दिया जाना चाहिए, ताकि मंडियों में माल को एक स्थान पर बेचा जा सके।
6. किसानों में मोल-तोल की क्षमता सुजित करने, बिचौलियों से बचने और फार्म उपज का बेहतर मूल्य प्राप्त करने के लिए उत्पादक संगठनों व उत्पादक कंपनी जैसे विपणन के वैकल्पिक मॉडलों को बढ़ावा दिया जाना चाहिए। ऐसे संगठनों को आरंभिक अवस्था में आगे बढ़ाने तथा उनकी क्षमता का विकास करने के साथ-साथ ऋण संबंधी सहायता भी देनी होगी। उत्पादक कंपनियों को प्रमाणीकरण ट्रेडमार्क और 'तरावड़ी बासमती' जैसे ब्राण्ड नामों व अन्य स्थानिक उत्पादों के माध्यम से उत्पाद के लाभदायी गुणों की छुपी हुई मांग को पूरा करने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए और उन्हें इसकी सुविधा प्रदान की जानी चाहिए।
7. प्रसंस्करण, फुटकर बिक्री और निर्यात के माध्यम से उत्पादन को समेकित करते हुए कृषि में विविधीकरण को बढ़ावा दिया जाना चाहिए। ऐसा क्षेत्र विशिष्ट विशेषताओं की पहचान करके और कुछ पहचाने गए क्षेत्रों में तकनीकी व लॉजिस्टिक सहायता देकर किया जा सकता है। इसके साथ ही प्रसंस्करण, फुटकर बिक्री और निर्यात आदि को उत्पादन से जोड़कर भी ऐसा करना संभव है। इस प्रयास में उत्पादक-उद्योगों के बीच पारस्परिक सम्पर्क जैसी क्रियाविधि अत्यंत सहायक सिद्ध हो सकती है।





8. बेचे जाने वाले अतिरिक्त माल को पड़ोसी राज्यों तक पहुंचने से रोकने के लिए फार्म उपज पर वसूल किए जाने वाले कर ढांचे को तर्कसंगत बनाया जाना चाहिए तथा राज्य की मंडियों में कृषि व व्यापार को आकर्षक बनाने के लिए करों को हल्का रखा जाना चाहिए। यह प्रयास किया जाना चाहिए कि जैसा कपास और इसके उपोत्पादों के मामले में किया गया है, उत्पादों पर जगह-जगह अलग-अलग कर न वसूल किए जाएं।
9. उत्पादकों और उपभोक्ताओं के लिए विपणन का सर्वश्रेष्ठ मॉडल वह है जहां उत्पादक अपना माल या तो व्यक्तिगत रूप से या किसी प्रकार के संगठन के माध्यम से उपभोक्ताओं को सीधे-सीधे बेचता है। अपनी मंडी या किसान बाजार के रूप में ऐसे मॉडल उन सभी कस्बों में स्थापित किए जाने चाहिए जहां की जनसंख्या इनकी स्थापना के लिए अनुकूल है। इन मंडियों में बड़ी संख्या में गैर-किसानों के प्रवेश के कारण इस प्रकार का मॉडल अपना उद्देश्य खो देता है, अतः यह सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि केवल असली किसानों को ही ऐसे बाजारों में अपनी उपज को बेचने की अनुमति दी जाए।
10. उपभोक्ता और उद्योग के स्तर पर कृषि जिनसों की मांग का पैटर्न तेजी से बदल रहा है और अब उपभोक्ता संसाधित उत्पादों, गुणवत्तापूर्ण उत्पादों व ऑर्गेनिक खाद्य पदार्थों, धर्म विशेष से जुड़े खाद्य पदार्थों, ताजे खाद्य पदार्थों व भली प्रकार पैकबंद उत्पादों की मांग कर रहे हैं। इन बदलावों से समेकित आपूर्ति श्रृंखला को परंपरागत विपणन चैनलों की तुलना में अधिक लाभ प्राप्त हो रहा है, खुले बाजारों की तुलना में बेहतर सुनिश्चित बाजार मिल रहा है और सामान्य उत्पादों की बजाय विशिष्ट उत्पाद को पसंद किया जा रहा है। इस प्रकार की आपूर्ति श्रृंखलाओं से बिचौलियों को मिलने वाले लाभ को भी कम करने की पर्याप्त संभावना है। भली प्रकार व सुचारू रूप से कार्य करने वाली आपूर्ति श्रृंखला से विपणन की लागत कम हो सकती है क्योंकि इसके द्वारा किसानों को प्रसंस्करण फर्मों तथा उपभोक्ताओं को और अधिक निकट लाया जा सकता है और उन्हें गुणवत्ता, मात्रा, किस्म व खाद्य सुरक्षा की दृष्टि से उपभोक्ताओं की पसंद में आने वाले बदलाव को पूरा करने के लिए उत्पादन लेने हेतु मार्गदर्शन प्रदान किया जा सकता है। आधुनिक आपूर्ति श्रृंखला में अक्सर ऐसे निजी मानक और उन्हें लागू करने की प्रक्रिया को शामिल किया जाता है जिनसे आपूर्तिकर्ताओं के लिए मानकीकृत उत्पाद की अपेक्षाओं को पूरा करने में सहायता मिल सकती है। इससे कुशलता में बढ़ोतरी होती है और लेन-देन की लागत भी कम हो जाती है। आपूर्ति श्रृंखला की संकल्पना उन छोटे किसानों के लिए अधिक लाभदायक है जिनकी भारतीय कृषि उत्पादन के मामले में प्रमुखता है। राज्य को आपूर्ति श्रृंखला के विकास हेतु अनुकूल और वैधानिक वातावरण तैयार करना चाहिए।
11. कृषि मॉडलों में सुविधाओं तथा व्यापार के लिए निर्धारित स्थान के कुल हिस्से का दसवां भाग कृषक सहकारिताओं, किसान कंपनियों आदि जैसे उत्पादक संगठनों के लिए आरक्षित किया जाना चाहिए। इसमें कृषि मॉडलों में स्थान, मंडियों के लिए खुला स्थल, कमीशन एजेंटों की दूकानें व अन्य सुविधाएं भी शामिल की जानी चाहिए। इससे निजी व्यापारियों के बीच प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा मिलेगा।
12. कृषि व्यापार के लिए लाइसेंसों तथा अन्य शर्तों को उदार बनाया जाना चाहिए।
13. गोदामों में माल जमा करने पर प्राप्त होने वाली रसीदों से फसल की कटाई उपरांत अवधि के दौरान ऋण संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने के अवसर उपलब्ध होते हैं और इससे किसी जिनस की कमी की अवधि में उनके उच्च मूल्य का लाभ उठाया जा सकता है। राज्य को भंडारगारों से रसीद प्रणाली का लाभ उठाने के लिए क्रियाविधि को सबल बनाना चाहिए।
14. मंडियों में बुनियादी ढांचे के विकास में होने वाली प्रगति वहां आने वाले माल के आयतन में होने वाली वृद्धि के अनुसार नहीं हुई है। अतः इसके लिए और अधिक निवेश करने तथा इस दिशा में सुधार करने की जरूरत है। अनेक मंडियों में पर्याप्त पक्के और ढके हुए मंच या प्लेटफार्म नहीं हैं। कुछ मंडियों में ऐसे गोदाम नहीं हैं जहां किसान किसी आकस्मिक आपदा से बचने के लिए अपनी उपज को भंडारित कर सकें। बाजार संबंधी कार्य धीमी गति से परंपरागत रूप से हो रहे हैं। राज्य को भौतिक सुविधाओं में सुधार करके और बाजार संबंधी क्रियाकलापों को आधुनिक करके मंडियों को उन्नत बनाना चाहिए।
15. लक्षित उपज तथा लक्षित उपभोक्ताओं की रूपरेखा तैयार करने के लिए परोक्ष या वर्चुअल मंडियों की संकल्पना बहुत प्रभावी है। इससे लेन-



देन की लागत में काफी बचत होती है और आधुनिक उपभोक्ता भी आकृष्ट होते हैं। ऐसी स्थितियों में शहरों में रहने वाले जिन उपभोक्ताओं को ताजे और किसी विशेष गुणवत्ता वाले उत्पाद की जरूरत होती है वे इंटरनेट के माध्यम से आदेश देकर गुणवत्तापूर्ण वांछित उत्पाद खरीद सकते हैं, बशर्ते कि ग्रामीण क्षेत्रों में इस प्रकार के माल के वास्तविक आपूर्तिकर्ता मौजूद हों। परोक्ष बाजार के विकास के माध्यम से हरियाणा में उपज के लिए उच्च मूल्य को वसूल करने की पर्याप्त संभावना है। व्यक्तिगत उपभोक्ता के अतिरिक्त इस प्रकार की व्यवस्था से विभिन्न प्रकार के सामाजिक समारोहों के लिए माल की आपूर्ति करने की दृष्टि से लाभ हो सकता है। यहां के नव उद्यमियों को फार्म उपज को बेचने के लिए परोक्ष मंडियों को राज्य द्वारा बढ़ावा दिया जाना चाहिए।

16. किसानों को उनकी उपज के श्रेणीकरण, सफाई, छंटाई, पैकेजिंग, गुणवत्तापूर्ण उत्पादन और गौण कृषि के माध्यम से उपज का अधिक दाम वसूलने के बारे में शिक्षित किया जाना चाहिए। राज्य को ऐसे क्रियाकलापों के माध्यम से मूल्यवर्धन की सुविधा उपलब्ध करानी चाहिए।
17. मंडी मंडल द्वारा कमाई गई धनराशि का एक भाग किसानों को बाजार व्यवस्था के बारे में प्रशिक्षित करने और उत्पादक एसोसिएशन या कंपनियों जैसी अपनी संस्थाएं गठित करने के लिए खर्च किया जाना चाहिए।
18. कटाई उपरांत अवधि तथा उपज की कमी वाले महीनों के बीच मूल्यों में उतार-चढ़ाव तथा दोनों अवधियों के बीच उपज की कीमत में अंतर बढ़ता जा रहा है। यह देखा गया है कि अक्सर किसान अपनी उपज तब बेचते हैं जब उसकी कीमत सबसे कम होती है और उसके ठीक बाद उसी उपज के दाम तेजी से बढ़ जाते हैं। इस प्रकार, मूल्य में होने वाले जोखिम और मूल्य के पूर्वानुमान तथा बाजार संबंधी सेवाओं पर सूचना उपलब्ध न होने के कारण किसान उपज के बढ़े हुए मूल्य का फायदा नहीं उठा पाते हैं। हरियाणा राज्य की चौधरी चरण सिंह हरियाणा कृषि विश्वविद्यालय में मूल्य पूर्वानुमान तथा बाजार अनुसंधान कोष्ठ गठित करना चाहिए ताकि किसानों के लिए मूल्य संबंधी परामर्श तथा बाजार संबंधी कुशलता की तकनीकें उपलब्ध कराई जा सकें।
19. एपीएमसी अधिनियम के कारण कृषि मंडियों का उन्नयन हुआ है तथा उत्पाद की खरीद-फरोख्त में सुधार आया है। तथापि वाणिज्य और व्यापार की वर्तमान व्यवस्था में यह अधिनियम मंडियों को और अधिक आधुनिक बनाने व उनकी प्रगति में बाधक पाया गया है। कुछ मामलों में यदि यह देखा जाए कि इस अधिनियम को लागू किए बिना बाजार किस प्रकार संचालित होते हैं तो यह उपयोगी सिद्ध हो सकता है।
20. हरियाणा में अनाज मंडियों का निर्माण पिछली शताब्दी के 70 के दशक में हुआ था। तब से अब इन मंडियों में अनाज की आवक में कई गुनी वृद्धि हुई है। आढ़तियों ने पर्याप्त ढका हुआ स्थान न होने की समस्या के बारे में बताया। लगभग सभी सुविधाओं के विस्तार और उन्नयन की आवश्यकता है।
21. डेरी से राज्य को कृषि से होने वाली कुल आय का 30 प्रतिशत से अधिक भाग प्राप्त होता है। हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन द्वारा उत्पाद का विविधीकरण गुजरात में अमूल द्वारा की गई प्रणाली के अनुसार होना चाहिए।
22. हरियाणा राज्य ने किसानों को उपभोक्ताओं के साथ जोड़ने तथा कृषि बाजार प्रणाली को आधुनिक बनाने के लिए कुछ पहलें आरंभ की हैं। यह जरूरी है कि इन पहलों से वांछित परिणाम प्राप्त होना सुनिश्चित किया जाए। नई पहलें कितनी सफल और कुशल हैं, इसकी निगरानी की जानी चाहिए तथा सफल अनुभवों को प्रलेखित करते हुए अन्य स्थानों पर दोहराया जाना चाहिए।
23. राज्य में सब्जियों का उत्पादन तेजी से बढ़ रहा है। इस संबंध में इसे टिकाऊ बनाने के लिए निम्नलिखित उपाय सुझाए जाते हैं :
  - राज्य के गुड़गांव जैसे शहरों में अधिकांश सब्जियों की आपूर्ति दिल्ली की आजादपुर मंडी से होती है। यहां तक कि हरियाणा के किसान अपनी सब्जियां आजादपुर मंडी में बेचते हैं और वहां से वे व्यापारियों द्वारा गुड़गांव लाई जाती हैं जिससे अंततः उपभोक्ताओं को अधिक मूल्य चुकाना होता है। इसलिए कृषि उपज विपणन समिति (एपीएमसी) को गुड़गांव में सब्जियों और फलों की अत्याधुनिक थोक मंडी स्थापित करनी चाहिए और ऐसा उस स्थान पर किया जा सकता है जहां वर्तमान में खांडसा अनाज मंडी मौजूद है। इससे उपभोक्ताओं को





गुडगांव के खेतों से ताजी चुनी गई सब्जियां, फल और फूल प्राप्त होंगे और इसके साथ ही यहां से ये उत्पाद मेवात, पलवल, फरीदाबाद, रेवाड़ी और महेन्द्रगढ़ जैसे गुडगांव के आसपास के जिलों को आसानी से भेजे जा सकते हैं। इस अत्याधुनिक थोक मंडी में सभी सुविधाएं होनी चाहिए जैसे सब्जियों, फलों, फूलों तथा जड़ी-बूटियों के लिए अलग प्रदर्शन रैक्स। इसके अलावा परीक्षण और प्रमाणीकरण प्रयोगशाला, केन्द्रीय इलेक्ट्रॉनिक नीलामी प्रणाली, ऑन-लाइन स्थान पर ही जिंसों के व्यापार के लिए प्लेटफार्म, परिपक्व कक्ष व शीत भंडार गृह, किसानों के लिए कृषि प्रशिक्षण केन्द्र, माल की साज-संभाल की यंत्रीकृत प्रणालियां आदि जैसी सुविधाएं भी इस मंडी में ही स्थापित की जा सकती हैं। इसके अलावा अनाजों व दलहनों, किरयाणा, कपड़े, आभूषण, जूतों आदि के लिए सामान्य शॉपिंग मॉल भी यहां स्थापित किया जा सकता है। यह थोक मंडी शहर में रहने वालों के लिए दिन-प्रतिदिन की जरूरत की सभी चीजें खरीदने का ऐसा स्थान होना चाहिए जहां एक ही जगह पर सभी चीजें उपलब्ध हो जाएं। उपभोक्ता कम कीमत पर एक ही छत के नीचे यहां से कुछ भी खरीद सकेंगे। इस प्रकार की आधुनिक मंडी से किसान अपनी जिंसों को बिना बिचौलियों के हस्तक्षेप के बेच सकेंगे। इसके अलावा इस मंडी से उन अंतिम उपभोक्ताओं को भी लाभ होगा जो न केवल उत्पाद की गुणवत्ता के प्रति संतुष्ट होंगे बल्कि उन्हें माल की कीमत भी कम चुकानी पड़ेगी। इससे एपीएमसी को बहुत अधिक शुल्क प्राप्त होगा और दिल्ली भी प्रदूषण से मुक्त हो जाएगी।

- मंडियों की स्थिति इस प्रकार होनी चाहिए कि उपभोक्ता और फेरी वाले वहां आसानी से पहुंच सकें, लेकिन सफाई तथा श्रेणीकरण केन्द्र आपूर्ति सड़कों से दूर मंडी के बाहरी क्षेत्र में होने चाहिए, ताकि शहर को मंडी में आने वाली सब्जियों के कचरे से बचाया जा सके। गीली सामग्री को कम्पोस्ट खाद में बदला जा सकता है जिसे किसान खरीद सकते हैं। इससे शहर के बीचोंबीच बाजार के लिए स्थान की जरूरत भी कम हो जाएगी। यह कार्यनीति सभी बड़े शहरों और विशेष रूप से उन शहरों में अपनाई जा सकती है जहां सब्जी मंडियों में बहुत भीड़-भाड़ रहती है।
- हरियाणा दिल्ली को तीन ओर से घेरे हुए है। इस नजदीकी तथा हिमाचल प्रदेश, पंजाब और राजस्थान जैसे राज्यों की दिल्ली जाने के लिए हरियाणा से गुजरने की दशा के कारण हरियाणा की सब्जी मंडियों को दिल्ली की आजादपुर सब्जी मंडी के स्तर का बनाया जा सकता है। इस प्रकार की मंडियां राष्ट्रीय राजमार्ग के निकट दिल्ली और हरियाणा की सीमा पर स्थापित की जा सकती हैं। इससे हरियाणा के किसान दिल्ली की अधिकांश जनसंख्या को अपनी सब्जियों की आपूर्ति इन मंडियों के माध्यम से कर सकेंगे। किसानों को दिल्ली में प्रवेश करने के लिए कर नहीं देना पड़ेगा और राज्य को इससे अतिरिक्त धनराशि प्राप्त होगी।
- हरियाणा मदर डेरी की सफल क्रियाविधि के अनुसार फलों और सब्जियों की मंडी के लिए दिल्ली के मॉडल को अपना सकता है। एचडीडीएफसी ने राज्य में सभी क्षेत्रों तथा रिहायशी इलाकों में दूध के बूथ आबंटित किए हैं। इन बूथों के साथ ही सब्जी और फल बेचने के लिए भी थोड़ा स्थान उपलब्ध कराया जा सकता है। जो उपभोक्ता दूध लेने आते हैं वे वहां से फल और सब्जियां भी खरीद सकेंगे।

24. हरियाणा में डेरी क्षेत्र की उतनी प्रगति नहीं हुई है जितनी राज्य की क्षमता के अनुसार होनी चाहिए। वर्तमान में दूध के विपणन में संगठित क्षेत्र का हिस्सा मात्र 28 प्रतिशत है, जबकि सहकारी क्षेत्र का हिस्सा केवल 5 प्रतिशत है। इसलिए दुग्ध संकलन केन्द्रों की कार्य प्रणाली को सुधारने और गांव के स्तर पर छोटी-छोटी प्रसंस्करण इकाइयां स्थापित करने की जरूरत है।
25. राज्य को देश में तथा एफडीआई से गहन निवेश को प्रोत्साहित करना चाहिए, ताकि मूल्यवर्धन श्रृंखला के विकास में अंतरराष्ट्रीय स्तर की प्रबंध कुशलताओं के साथ और अधिक पूंजी लगाई जा सके तथा इस संबंध में प्रौद्योगिकी का विकास हो सके। इससे पश्चामी और अग्रामी सम्पर्कों को सबल बनाने में सहायता मिलेगी तथा किसानों से सीधी खरीद के लिए उचित बुनियादी ढांचा तैयार हो सकेगा।
26. उत्पादों के प्रसंस्करण पर विशेष ध्यान देने की जरूरत है और इसके लिए प्रोत्साहन, विशेष पैकेज, प्रसंस्करण विशिष्ट गुणवत्तापूर्ण उपज के प्रसंस्करण और उत्पादन में प्रशिक्षण, सेवा केन्द्रों की स्थापना और छोटे पैमाने पर कृषि प्रसंस्करण उद्योगों द्वारा तैयार किए गए उत्पादों की बिक्री की सुविधा जैसे उपायों पर विशेष बल दिया जाना चाहिए। किसानों को ऐसी किस्में चुनने में सहायता दी जानी चाहिए जो प्रसंस्करण इकाइयों के लिए उपयुक्त हों। कृषि प्रसंस्करण इकाइयों को अनेक अलग-अलग जिंसों का प्रसंस्करण करने वाले परिसर तैयार करने पर जोर



देना चाहिए, न कि उन्हें कोई एक विशेष जिंस का प्रसंस्करण करने का दृष्टिकोण अपनाना चाहिए।

27. ठेके की व्यवस्था के माध्यम से किसानों को फुटकर श्रृंखला से जोड़ने पर उन्हें अपनी उपज का उच्च और सुनिश्चित मूल्य प्राप्त हो सकता है और इसके साथ खाद्य पदार्थों की फुटकर श्रृंखलाओं को गुणवत्तापूर्ण जिंसों की पर्याप्त मात्रा में आपूर्ति की योजना बनाने का अवसर भी प्राप्त हो सकता है। इस मॉडल के अन्य लाभ हैं : मूल्य जोखिम का कम हो जाना, परिवहन लागतों व साज-संभाल की लागतों में कमी आना, बिचौलियों का न होना और सुनिश्चित बाजार का उपलब्ध होना।
28. मंडियों में पर्याप्त संख्या में ढके हुए स्थान न होने के कारण यदि प्रतिकूल मौसम हो जाता है तो किसानों को अनेक कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। इसलिए कमीशन एजेंटों को शामिल करते हुए ज्यादा से ज्यादा ढके हुए शौडों के निर्माण पर ध्यान दिया जाना चाहिए, ताकि किसान मंडियों में अपनी उपज की सुरक्षा कर सके।
29. गांवों के समूहों में या उनके आस-पास श्रेणीकरण और भंडारण सुविधाओं से युक्त संकलन केन्द्रों को सृजित करने को प्रोत्साहित किया जाना चाहिए और इसके लिए सार्वजनिक-निजी क्षेत्र की साझीदारी के मोड में कार्य किया जाना चाहिए, ताकि मौजूदा मंडियों में भीड़-भाड़ कम हो सके।
30. उचित दूरी/स्थानों पर, विशेष रूप से राजमार्गों के किनारों पर बाजारों के विकास से किसानों को बेहतर मूल्य प्राप्त हो सकता है और उपभोक्ता भी अपनी जरूरत के उत्पाद आसानी से प्राप्त कर सकते हैं।



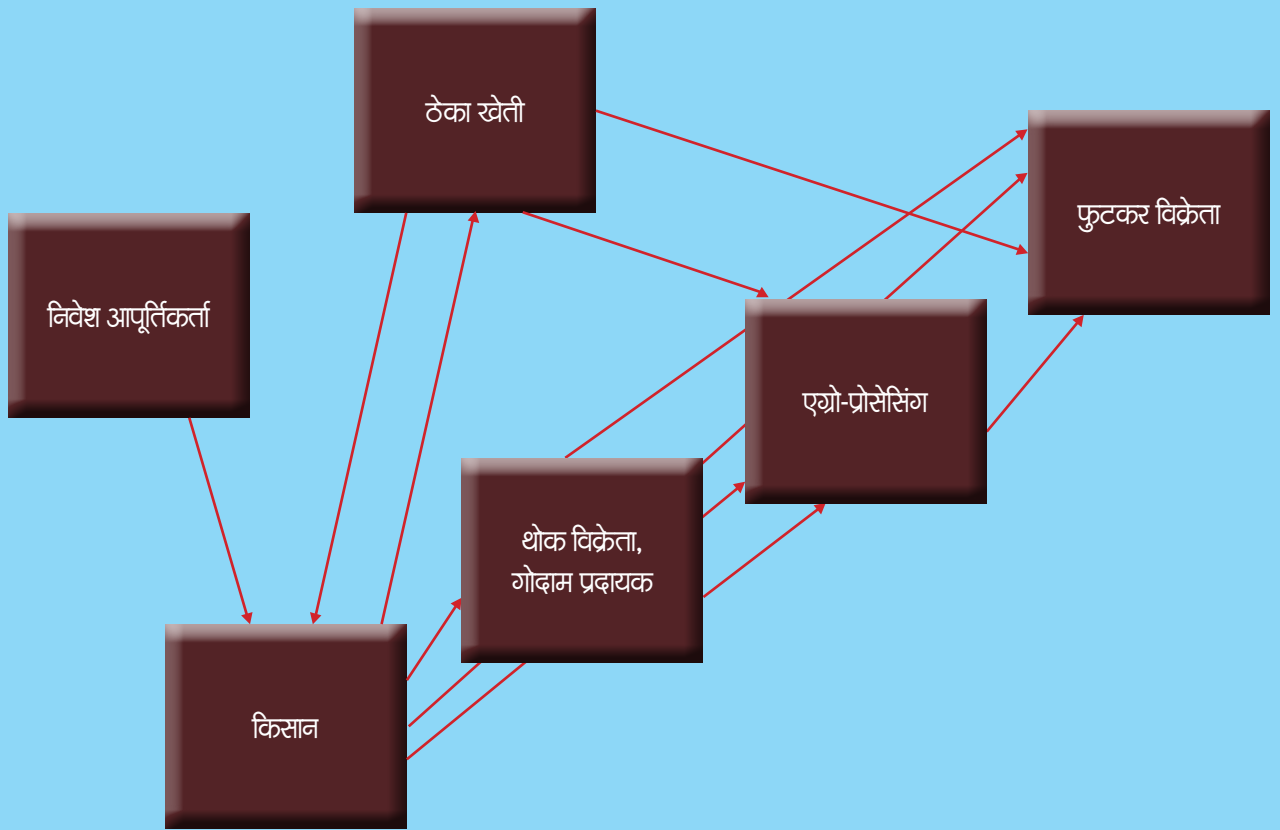


## सक्षिप्तियां

एबीआईसी	:	कृषि व्यापार सूचना केन्द्र
एपीडा	:	कृषि संसाधित खाद्य उत्पाद निर्यात विकास प्राधिकरण
एपीएमसी अधिनियम	:	कृषि उपज विपणन समिति अधिनियम
एपीएमसी	:	कृषि उपज विपणन समिति
एपीएमआरए	:	कृषि उपज विपणन विनियमन अधिनियम
सीएसओ	:	केन्द्रीय सांख्यिकी संगठन
ईसीए	:	अनिवार्य जिंस अधिनियम
एफएआई	:	फर्टिलाइजर एसोसिएशन ऑफ इंडिया
एफसीआई	:	भारतीय खाद्य निगम
एफडीआई	:	विदेशी प्रत्यक्ष निवेश
जीडीपी	:	सकल घरेलू उत्पाद
एचए	:	हैक्टर
एचएएफईडी	:	हरियाणा राज्य सहकारी आपूर्ति एवं विपणन फेडरेशन लिमिटेड
एचडीडीसीएफ	:	हरियाणा डेरी विकास सहकारी फेडरेशन लिमिटेड
एचकेए	:	हरियाणा किसान आयोग
एचएसएमबी	:	हरियाणा राज्य कृषि विपणन मंडल
एचएसआईआईडीसी	:	हरियाणा राज्य औद्योगिक एवं संरचना विकास निगम
आईटीसी	:	इंडियन टोबेको कंपनी
आईआईएचएम	:	भारत अंतरराष्ट्रीय बागवानी मंडी
एमएसपी	:	न्यूनतम समर्थन मूल्य
एनसीएपी	:	राष्ट्रीय कृषि अर्थशास्त्र एवं नीति अनुसंधान केन्द्र
नैफेड	:	भारत का राष्ट्रीय कृषि सहकारी विपणन फेडरेशन लिमिटेड
एनआईएफटीईएम	:	राष्ट्रीय खाद्य प्रौद्योगिकी, उद्यमशीलता एवं प्रबंध संस्थान
एनएसडीपी	:	निवल राज्य घरेलू उत्पाद
आरओसी	:	कंपनी का रजिस्ट्रार
एसबीआई	:	भारतीय स्टेट बैंक
टास	:	ट्रस्ट फॉर एडवांसमेंट ऑफ एग्रीकल्चरल साइंसेस
टीई	:	समाप्त तिमाही
वैट	:	मूल्यवर्धित कर
डब्ल्यूजी	:	कार्य दल







एफ; डी, एल;

गुज; क डी फडी कु वी, एल

अनाज मंडी, सैक्टर-20

पंचकुला-134116

फोन : +91 172 2551664, 2551764

फैक्स : +91 172 2551864



[www.haryanakisanayog.org](http://www.haryanakisanayog.org)

एफ' कोज डी, एल;

गुज; क डी फडी कु वी, एल

किसान भवन, खांडसा मंडी

गुडगाँव-122001

फोन : +91 124 2300784, 2300789