

## कृषि विपणन

डॉ. रमा एस. चौहान

वाणिज्य विभाग

भवभूति महाविद्यालय, आमगांव

जि.गोंदिया (महाराष्ट्र)

पिन कोड — ४४१९०२

मो.नं. — ९४०३६१६९२९

ई-मेल — drramachauhan@gmail.com

### प्रस्तावना :—

भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में विकास राजगार बढ़ाने और आर्थिक समृद्धि के लिए कृषि विपणन क्षेत्र में नियंत्रित एवं सुख सुविधा युक्त बाजार की बहुत आवश्यकता है । बाजार प्रणाली अधिक गतिशील व कार्यकुशल बनाने के लिए, फसल के बाद विकास प्रक्रिया में अधिक से अधिक निवेश करने और किसानों को उचित मूल्य प्रदान करने हेतु ग्रामीण क्षेत्र में शीत भांडारगृह श्रृंखला बनाने की आवश्यकता है । इस निवेश के लिए निजी क्षेत्र से अपेक्षा की जाती है । जिसके लिए सरकार द्वारा उचित कानून व नितियाँ बनाने की आवश्यकता है । इसके साथ ही खेतों से सिधेही कृषी उपज उचित दाम पर खरीदने के लिए प्रोत्साहित करने हेतु आवश्यक सरकारी नितिया बनने की आवश्यकता है । कृषि उत्पादको एवं फुटकर विक्रेताओं और खाद्य प्रसंस्करण उद्योग के बीच एक प्रभावी संबंध बनने की आवश्यकता है । देश में विपणन व्यवस्था को नियंत्रित करने के लिए राज्य कृषि उत्पन्न बाजार समिती (ए.पी. एम.सी.) कानून में आवश्यक सुधार करने का भी सुझाव दिया है ताकी कृषि विपणन मूलभूत ढाँचा और सहकरिता क्षेत्र में निवेश को प्रोत्साहन मिल सके ।

कृषि मंत्रालय ने राज्य सरकारों के कृषि विपणन के लिए दिशा निर्देश बनाने और उसे अपनाने के लिए एक मॉडल कानून बनाया है । इस मॉडल कानून के अन्तर्गत देश में कृषि बाजार के विकास और प्रबन्धन में सार्वजनिक व निजी क्षेत्र की भागीदारी को प्रोत्साहित करने तथा कृषि उत्पादों की सिधी बिक्रि के लिए उपभोक्ताओं/किसानों प्रत्येक्ष क्रेता बाजार यार्ड को स्थापित करना है । इस कानून के अन्तर्गत ही कृषि उत्पादों की गुणवत्ता, प्रामाणीकरण, मानकीकरण और विभिन्न अवसरों को प्रोत्साहित करने के लिए राज्य कृषि उत्पाद विपणन मानक ब्यूरो के गठन का प्रावधन किया गया था । इससे पूंजी निवेश, सीधी खरीद व भविष्य कालीन विकास में कदम उठाने में काफी मदद मिलेगी (ए.पी.एम.सी.) कृषि उत्पन्न बाजार समिती कानून में सुधार के लिए कई कदम उठाये गए है ।

**परिभाषा — थॉमसन :-**

“कृषि विपणन के अध्ययन में वे सभी क्रियायें जिनका संचालन करने वाली सभी एजेन्सीयाँ सामील है । जो कृषिजन्य खाद्यान्न और सामग्रीयाँ व वस्त्र उद्योग जैसे व्युत्पन्नों का खेतों से उन्तिम उपभोक्ताओं पर प्रभाव अर्न्तनिहित है ।”

विपणन में उन व्यावसायिक क्रियाओं को सम्मिलित किया जाता है जिनके द्वारा मानवीय इच्छाओं एवं आवश्यकताओं को ज्ञात किा जाता है । और उनकी संतुष्टि के लिए उचित वस्तुओं को उचित मूल्यों पर, उचित वितरण के माध्यम से यथा समय, यथा स्थान पर उपलब्ध कराया जाता है ।

**कृषि विपणन का महत्व :-**

वस्तु विनिमय अवस्था तथा उनके पश्चात भी दिर्घावधी तक कृषि विपणन का महत्व लगभग नही के बराबर था । मुद्रा के विकास व विशेषिकरण के युग के साथ किसान को अपनी खाद्यान्न संबंधी आवश्यकता के अतिरिक्त अन्य आवश्यकताओं की पूर्ती के लिए मुद्रा की आवश्यकता थी । कृषि उद्योग में बढ़ते हुए वाणिज्यीकरण के साथ कृषि विपणन का न केवल महत्व ही बढ़ा है बल्कि कृषि उपजों के विक्रय की समस्या जटिल हो गई है । अब विपणन संपूर्ण ज्ञान की आवश्यकता है जिसमें शामिल है स्वयं किसानो को वस्तुकी पुरी जानकारी, उसकी भौतिक विशेषताएँ, उत्पादन की पद्धती, हस्तसंकेत विक्रय, बिक्रि पद्धती और वे किस्म जो उपभोक्ताओं के विभिन्न वर्गों को इसकी उपयोगिता देते है । इसके साथ की कृषि विपणन मे संपूर्ण आर्थिक स्थिती की भी जानकारी अर्न्तनिहित है । जिसमें वस्तु का उत्पादन, क्रय व विक्रय होता है । इसलिए यह स्पष्ट है की वस्तु के विपणन में वास्तव में विशेषज्ञ होने के लिए उस व्यक्ति में कुछ उत्पादन विशेषज्ञ, मूल्य विश्लेषक सामान्य अर्थशास्त्री, व्यापारी, यातायात प्रबन्धक, विज्ञापन एजेन्ट और मनोवैज्ञानिक होना चाहिए।

वर्तमान युग में कृषि केवल जीवन यापन का एक साधन मात्र ही नही रह गयी है । बल्कि औद्योगिक विकास का एक माध्यम तथा किसानों की समृद्धि का एक आधार बन गई है । जिसके फलस्वरूप खाद्यानों की कमी दुर होगी और साथ ही साथ विविध उद्योगों के लिए कच्चे माल की पूर्ती बढ़ेगी और इसके साथ, औद्योगिकीकरण की उत्पादों की माँग भी बढ़ेगी ।

भारत जैसे विकासशील देश के लिए निम्नलिखित कारणों से कृषि विपणन का महत्व और भी अधिक है ।

- १) उत्पादन की प्रक्रिया को पूरा करने के लिए विपणन अनिवार्य है ।
- २) ग्रामीण अर्थव्यवस्था के विकास के लिए कृषि विपणन आवश्यक है ।

- ३) खाद्य पदार्थों की माँग की पूर्ती करना ।
- ४) कच्चे माल की पूर्ती को सुनिश्चित करना ।
- ५) पूंजी का निर्माण करना ।
- ६) नियोजन की प्रक्रिया में उपयुक्त होने के लिए उचित विपणन की आवश्यकता होती है ।
- ७) विदेशी मुद्रा का अर्जन करना ।
- ८) कृषको की क्रय शक्ति में वृद्धि करना ।

### कृषि विपणन की आवश्यकता :

#### उत्पादन की प्रक्रिया को पूरा करने के लिए विपणन अनिवार्य है :-

कृषि उपजों की प्रकृति ऐसी है की उनके लिए विशेष विपणन व्यवस्था की आवश्यकता होती है । कृषि उपजे बहुत विस्तृत व भौगोलिक क्षेत्र में फैली होती है अतः इसकी संग्रहण की एक विशेष समस्या प्रस्तुत होता है । विभिन्न क्षेत्रों की उपजों की किस्म के अनुसार उनका वर्गीकरण करना आवश्यकता होता है । कृषि उपज बहुत शीघ्र नाशवान होती है । अतः उन्हें शीघ्र विक्रय के लिए बाजारों में भेजना आवश्यक होता है । कृषि उपजों का उत्पादन मौसमी होता है । जबकी उनकी माँग वर्षभर रहती है । इसलिए शीत भंडारग्रह में भंडार बनाये रखा जाना चाहिए। अन्त में उपर्युक्त कारणों व भारतीय कृषक को अपनी उपज बहुत निम्न मूल्यों पर बेचने के लिए बाध्य नहीं होना पड़े । ये सभी बाधाये समुचित विपणन व्यवस्था से समाप्त हो जाती ह ।

#### ग्रामीण अर्थ व्यवस्था के विकास के लिए कृषि विपणन आवश्यक है :-

श्रकसानों की आर्थिक स्थिती एवं जीवनस्तर अन्ततः कृषि से प्राप्त आय पर निर्भर करती है । यदी किसान अपने विपणन योग्य उपज को अच्छि किमत पर बेच सकता है तो न केवल उनकी आर्थिक अवस्था सुधरेगी अल्कि उनका अनुकूल प्रभाव सम्पूर्ण ग्रामीण अर्थव्यवस्था पर पड़ेगी । कुटिर और ग्रामीण उद्योग का विकास होगा । उनकी क्रयशक्ति बढ़ने से उपभोग बढ़ेगा तथा विभिन्न उद्योगो का विकास होगा ।

#### खाद्य पदार्थ के माल की बिक्रि करना :-

अधिकांश कृषि उपजें विशेष रूप से खाद्यानों का उत्पादन अलग-अलग मौसमों में होता है लेकिन उनकी माँग वर्ष भर रहती है । किसान अपनी आर्थिक स्थिती के कारण दुगनी उपज को अधिक समय तक संग्रहण करने हेतु असमर्थ रहता है । लेकिन सुदृढ विपणन व्यवस्था के द्वारा खाद्यानों की पूर्ती वर्ष भर औद्योगिक श्रमिकों व शहरी जनता को की जाती है ।

#### कच्चे माल की पूर्ती को सुनिश्चित करना :-

खाद्यान्नों की तरह कच्चे माल की स्थिति होती है । कृषिपर आधारीत उद्योगो जैसे चीनी, पटसन, ज्यूट वस्त्र उद्योग आदी के लिए कच्चे माल की पूर्ती कृषि से प्राप्त विपणन बार्षिक योग्य आधिक्य पर निर्भर करती है । अधिकांश कच्चे माल का उत्पादन कुछ विशेष मौसमेही होता है । सभी उद्योग अपनी आवश्यकता पूर्ती हेतू कच्चा माल एक साथ खरीदने मे सक्षम नहीं होते । वे पूरे वे पूरे वर्ष भर अपनी आवश्यकतानुसार कच्चा माल खरदते है । अतः कच्चे माल की निर्बाधि पूर्ती सुदृढ विपणन व्यवस्था पर निर्भर करती है ।

### पूँजी का निर्माण :-

भारत जैसे विकासशील देश व कृषि प्रधान देश की लगभग ७० प्रतिशत जनसंख्या प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष रूप से कृषि पर निर्भर करती है । जितनी उन्नतीशील कृषि होगी उतनाही विपणन योग्य उपज का आधिक्य होगा । इस आधिक्य के अनुपात में ही किसानों की आय, बचत व विनियोग में वृद्धि होने की संभावना होगी । जापान व रूस में कृषि बचतो से ही पूँजी निर्माण तथा देश का आर्थिक विकास हुआ । किन्तु यह तभी संभव है जब कृषि उपज की विपणन व्यवस्था प्रभावशाली हो ।

**नियोजन की प्रक्रिया में उपयुक्त होने के लिए उचित विपणन की आवश्यकता होती है :-**

भारत का जनतीवन तथा अर्थव्यवस्था उत्तरोत्तर पंचवर्षीय योजनाओं के कार्य से प्रभावित होती है । इसलिए यह आवयकता है की अर्थव्यवस्था को स्थायित्व दिया जाये । कृषि उपजो के विक्रय तथा विभिन्न माल का आदान—प्रदान नियोजन के आवश्यकताओं के अनुरूप होना चाहिए । भारतीय अर्थव्यवस्था में आदान प्रदान व्यवहारों में कृषि उपजों के क्रय विकल्प का एक बहुत बड़ा हिस्सा होता है । अतः कृषि उपजो की समुचित एवं सुदृढ विपणन व्यवस्था अर्थव्यवस्था को स्थायित्व दे सकती है एवं नियोजन की प्रक्रिया में सहायक हो सकती है ।

### विदेशी मुद्रा का अर्जन :-

भारतीय विदेशी व्यापार में एक बड़ा भाग परम्परागत कृषि उपजो से निर्मित होता है । निर्यात व्यापार की मात्रा विपणन योग्य आधिक्य पर निर्भर करती है । अतः देश में पुंजीगत माल, मशीने तकनिकी ज्ञान, आयात का भुगतान करने के लिए कुषि जन्य पदार्थों के निर्यात में वृद्धि करना आवश्यक है । यह कृषि उपजो का सुदृढ विपणन एवं समुचित वितरण व्यवस्थाद्वारा संभव है ।

**कृषकों की क्रय शक्ति में वृद्धि करना :-**

किसानों की क्रय शक्ति में वृद्धि से ही उनका आर्थिक स्थिति में उत्थान हो सकता है । यह तभी संभव है जब उनके उत्पादन का आधिक्य उचित किमत पर बिके । इस समस्या का समाधान कृषि विपणन की व्यवस्था द्वारा संभव है ।

### सही किमत का इंतजार :-

सही किमत आने के लिए संस्था माल को जमा करके रखती है । और सही किमत आने के बाद माल की बिक्री करती है जिससे किसानों को ज्यादा फायदा मिलता है ।

### सरकार के द्वारा खरीदी :-

किसानों का माल प्रत्यक्ष रूप सरकार द्वारा खरीदा जाता है जिसके लिए एक निर्धारित केमत पहले से ही जाहिर करके थोक व्यापारियों का राष्ट्रीकरण करके खरेदी-बिक्री का अधिकार सरकार को मिलता है । इसके लिए सरकार ने १९६५ में कृषि मूल्य महामंडल की स्थापना की उसके बाद ज्यूट महामंडल इत्यादी की स्थापना की ।

### उपसंहार :-

भारत में कृषि उत्पादक के व्यवस्थित उपणन को प्रोत्साहन करने के लिए बाजार को नियंत्रित किया गया था । कृषि विपणन का महत्व वर्तमान में केवल जीवन व्यापन एक साधन नहीं नही औद्योगिक विकास व किसानों की समृद्धि का आधार है । कृषि विपणन की आवश्यकता निम्न प्रकार से होती है । उत्पादन के प्रक्रिया को पूरा करने के लिए ग्रामीण अर्थव्यवस्था के विकास के लिए खाद्य पदार्थ के माल की बिक्री करने के लिए कच्चे माल की पूर्ती की पूर्ती सुनिश्चित करने के लिए, पूँजी निर्माण, विदेशी मुद्रा का अर्जन, कृषको के क्रय शक्ति में वृद्धि ।

कृषि विपणन के गुण के बावजूद कृषि विपणन में कुछ दोष है । भारतीय किसान की अज्ञानता व निक्षरता, निर्धनता, ऋणग्रस्तता, सख की अपर्याप्त सुविधाएँ, अपर्याप्त भांडारगृह एवं गोदाम व्यवस्था, मध्यस्थों का प्रभाव, असंगठित कृषक, कम उपज व घटीया किस्म, श्रेणीकरण व प्रामाणिकरण का अभाव, बाजार संबंधी सूचनाओं का अभाव, संस्थागत विपणन की अपर्याप्तता, कृषि उपज विपणन प्रणाली में सुधार व प्रगी निम्न प्रकार की गई सहकारी बिक्री, विनियमित बाजार गोदाम निर्माण व उपज संग्रह की व्यवस्था, मसनक बाटों का प्रयोग, श्रेणीकरण व मानकीकरण, कृषि उपज की विशेषताएँ—बिखरा हुआ उत्पादन, मौसमी उत्पादन, खराब होनेवाला माल, प्रक्रियाक्षम दर्जा भिन्न, स्थानीकीकरण, उत्पादन खर्च के आगणन में कठिनाई, उत्पादन की अल्प मात्रा, असंगठित बाजार पेट, जुआरी उत्पादन, माँग का कम लचीलापन, अनिश्चित पूर्ती, विज्ञापन का महत्व मध्यस्थ प्रमाण इत्यादी ।

कृषि विपणन का आशय उन क्रियायों के योग से है जो उपभोक्ताओं को आवश्यकतानुसार उत्पादन करके उपभोक्ता के लिए समर्पित करते हैं। जिससे की जनसाधारण के रहन-सहन में वृद्धि हो सके तथा उपभोक्ताओं को संतुष्टि प्रदान करते हुए लाभ प्राप्त किया जा सके।

#### संदर्भ ग्रन्थ :-

- डॉ.आर.एल. मित्तल, विपणन प्रबन्ध, राजीव प्रकाशन, मेरठ — २०००
- डॉ.जे.के. पुरोहित, वाणिज्य, साहित्य भवन प्रकाशन, आगरा — २०००
- भारतीय रमेश, भारत में आर्थिक नियोजन, आगरा बुक डेपो — १९८४
- डॉ.प्रकाश जैन, आर्थिक नीति और विकास, कॉलेज बुक डेपो प्रकाशन, जयपुर — १९८८
- दुर्गादयाल निगम, भारत की आर्थिक प्रगति, किताब महल प्रकाशन, इलाहाबाद — १९९८
- वी.सी. सिन्हा, भारतीय अर्थव्यवस्था विकास संगठन, लोकभारती प्रकाशन