

# कृषि विपणन की आवश्यकताएँ, समस्याएँ एवं विकास : म.प्र. के जबलपुर जिले के विशेष संदर्भ में

## सारांश

कृषि विपणन कृषि उत्पादों के भंडारण प्रस्करण व व्यापार का सम्मिलित रूप है। प्रस्तुत अध्ययन में मध्यप्रदेश के जबलपुर जिले में कृषि विपणन की स्थिति, विपणन में कृषकों की समस्याएँ एवं इसका आधारयुक्त विकास प्रदर्शित किया गया है। कृषि उपज के खेत से उपभोक्ता तक पहुँचाने की प्रक्रिया में जिले में मौजूद कृषि उपज मण्डियों, सोसायटी, वेयरहाउस इत्यादि का कृषि विपणन प्रणाली पर परोक्ष प्रभाव प्रदर्शित कर किया गया है।

**मुख्य शब्द** : कृषि विपणन, सोसाइटी, वेयर हाउस, कृषक, जबलपुर।

## प्रस्तावना

किसी प्रदेश के आर्थिक विकास के उस प्रदेश की कृषि एवं कृषि विपणन का अत्यंत महत्व होता है। प्रदेश के विकास की दर इस बात से परिलक्षित होती है कि विपणन की दर क्या है। यदि कृषि उपज में वृद्धि हो लेकिन विपणन की सुविधा न हो तो आर्थिक विकास में कमी आती है। कृषि विपणन के अंतर्गत कृषि उत्पादों के भण्डारण, प्रसंस्करण के साथ-साथ कृषि कार्य में लगने वाली आवश्यक मशीनरी और अंतर्राज्यीय स्तर पर कृषि वस्तुओं का आवागमन भी शामिल है। कृषि विपणन के अंतर्गत कृषि उत्पादन में वृद्धि हेतु तकनीकी सहायता प्रदान करना शामिल है। प्रदेश सरकार भी सहकारी विपणन को प्रोत्साहित करने के लिये कई आवश्यक कदम उठाती है। कृषि उपज के विपणन से अभिप्राय उन समस्त क्रियाओं से लगाया जाता है जो कृषि से उत्पन्न खाद्य पदार्थों और कृषि सम्बन्धी कच्चे माल को खेतों तथा बागों से उठा कर अन्तिम उपभोक्ता तक पहुँचाने के बीच सम्पन्न की जाती है।

## साहित्यावलोकन

Johnston and Mellor (1961) ने 'शोध में यह बताया गया है कि आय, जनसंख्या वृद्धि, शहरीकरण इत्यादि के कारण कृषि उत्पादों की व्यापारिक मांग बढ़ती है और साथ ही उत्पाद की उत्पादकता, वितरण निकाय इत्यादि में बढ़त के साथ बाजार निवेश भी बढ़ता जाता है।'

Grosh (1994) ने यह दर्शाया है कि समय के साथ रूझान विविध निकायों की नीतियों की ओर खींचा गया है इसमें कृषि उत्पाद निर्यातक, रिटेलर एवं कृषक निकाय इन नीतियों के सुचारू रूप से लागू करने एवं बाजार की कमियों को दूर करने में महत्व रखते हैं।

Godara (2006) ने अध्ययन में दर्शाया कि धनात्मक आर्थिक उदारीकरण की प्रवृत्ति बहुत महत्वपूर्ण रही है। कृषि व्यापार अंतर्राष्ट्रीय बाजार के मजबूत एवं सीधे प्रभाव में हैं। भारतीय कृषकों को अंतर्राष्ट्रीय गुणवत्ता के उत्पाद उत्पन्न करने की आवश्यकता है।

Tripathi and Prasad (2009) ने प्रस्तुत शोध में यह बताया कि भारतीय कृषि में लक्ष्य उत्पादन की प्राप्ति हेतु न केवल प्रगति की है बल्कि संरचनात्मक परिवर्तन पर भी जोर दिया है।

Mani Mehalai (2011) ने अपने लेख में कृषि विकास को लाभ प्रदता (Profitability) बढ़ी है। आवश्यक आधारित संरचना एवं तकनीकी में जरूरी निवेश से यह सब संभव हो सका है। लागत और विस्तार सेवाओं की उपलब्धता महत्वपूर्ण रही है क्योंकि हमारे देश की 58% कार्यशील जनसंख्या कृषि पर निर्भर है।

Nidhi एवं सहयोगी लेखक (2017) ने अपने शोध में भारतीय कृषि बाजार में उपलब्ध समस्याओं को दृष्टिगत किया है। शोध अनुसार कृषि के व्यापारीकरण में गांव की संख्या, कृषि मंडी, सहयोगी व्यापारी संस्थाओं का बहुत महत्व है एवं इसके उत्पाद के लिये आवागमन लागत, अपर्याप्त व्यापारिक

## महिमा कुशवाहा

शोध छात्रा,  
भूगोल विभाग,  
रानी दुर्गावती विश्वविद्यालय,  
जबलपुर, म.प्र.

## कमलेश मिश्र

प्रोफेसर,  
भूगोल विभाग,  
रानी दुर्गावती विश्वविद्यालय,  
जबलपुर, म.प्र.  
डायरेक्टर,  
यू.जी.सी. एकेडमिक स्टॉफ  
कॉलेज

आधारभूत व्यवस्था, कृषि व्यापार की जानकारी का अभाव, अपर्याप्त उत्पादक यूनिट, भंडारण सुविधा, मूल्य अस्थिरता इत्यादि मुख्य समस्याएं हैं। भारत में कृषि बाजार के विकास हेतु फसल (उत्पाद) का बीमा कराना एवं कृषकों को आवश्यक तकनीकी दिशा निर्देश प्रदान करने की अनुशंसा की गई है। इसके साथ ही उत्पाद को बाजार तक ले जाने में लगने वाली यातायात भुगतान लागत कई कृषकों के लिये एक मुख्य समस्या बन गई है।

#### कृषि विपणन की समस्याएं

यह एक निर्विवाद सत्य है कि भारत में कृषि-उपज एवं कृषि उत्पादों की विपणन व्यवस्था एक बड़ी सीमा तक दोषपूर्ण है। सामान्यतः भारतीय कृषकों को अपनी उपज का विक्रय करते समय विभिन्न समस्याओं से गुजरना पड़ता है। कृषि विपणन कृषि उपज का विवशतापूर्ण विक्रय, भण्डारण सुविधाओं का अभाव, यातायात व्यवस्थाओं की दुर्दशा, मण्डियों में माल के विक्रय के लिए लम्बी प्रतीक्षा, मण्डियों में कृषकों के साथ खराब व्यवहार, बिचौलियों की अधिक संख्या, कृषि-मूल्यों की जानकारी का अभाव आदि विभिन्न प्रकार की समस्याओं से ग्रसित है जिसके दुष्परिणाम प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप में कृषकों को ही भुगताने पड़ते हैं।

#### जबलपुर जिले में कृषि विपणन की वर्तमान स्थिति

जबलपुर जिले में कृषि व्यापार की विनियमित और अविनियमित मण्डियों में तथा कृषकों से व्यक्तिगत सवेक्षण, साक्षात्कार एवं अवलोकन से प्राप्त सूचनाओं के आधार पर जिले के कृषि व्यापार के विभिन्न साधनों के बीच तुलनात्मक अध्ययन से पता चलता है कि जिले के छोटे कृषक सामान्यतः अपनी कृषि उपज का विक्रय बाजारों, सीधे उपभोक्ताओं, स्थानीय व्यापारियों को ही बेचना पसंद करते हैं। उनकी इस प्रवृत्ति का मुख्य कारण यह है कि वे अपने कृषि उत्पादन के अतिरिक्त के कम होने के कारण मण्डियों में आने से हिचकिचाते हैं, किराया भी मंहगा पड़ता है और यह उनके लिए सुविधाजनक भी नहीं रहता। और स्थानीय व्यापारी उनकी उपज की उन्हें अपेक्षाकृत कम मूल्य प्रदान करते हैं। कुछ कृषक जिन्होंने बड़े किसानों या साहूकारों से कर्ज लिया होता है कृषि अतिरिक्त बेचकर ब्याज की अदायगी करते हैं। यह साहूकार उपज का कम दाम देते हैं जिससे किसान को नुकसान होता है परन्तु उनके हाथों अपनी उपज का विक्रय करना कृषकों की मजबूरी होती है। यदि वे ऐसे नहीं करते हैं तो भविष्य में उन्हें ऋण प्राप्ति की सुविधाएं बंद कर दी जायेगी।

कुछ छोटे किसान अपनी उपज का विक्रय ऐसे थोक व्यापारियों को कर देते हैं जोकि उनके गाँव में ही सम्पर्क करके उनसे उनकी उपज के क्रय का सौदा कर लेते हैं। यह भी प्रचलित मूल्य से कम पर ही क्रय करते हैं परन्तु इससे कृषक समय और परिवहन में होने वाले व्यय को बचाने से प्रेरित होते हैं।

ऐसे कृषक जिनके पास अपनी उपज का विपणन योग्य अतिरिक्त पर्याप्त मात्रा में होता है जिले के विनियमित बाजारों में विपणन कार्य सम्पन्न करते हैं। ये कृषक अपने अधिकारों के प्रति सजग होने के कारण अपनी उपज का उचित मूल्य वसूल करते हैं तथा किसी भी स्तर पर अपना शोषण नहीं होने देते और सरकारी नीतियों—योजनाओं का भरपूर लाभ कमाते हैं। इसके अतिरिक्त जबलपुर जिले

के कृषक सहकारी विपणन समितियों अर्थात् सोसाइटी में भी अपनी उपज को बेचते हैं किन्तु यहाँ विक्रय कुछ ही समय के लिए होता है और फिर मूल्य की अदायगी भी बाद में बैंक खाते के माध्यम से होती है। अतः किसान सोसाइटी में अपनी विक्रय में उतनी रूचि नहीं लेते।

वर्तमान में जबलपुर जिले में कुल चार कृषि उपज मण्डियाँ हैं उल्लेखनीय है कि जबलपुर जिले में चार मुख्य कृषि उपज मण्डियों के अलावा कृषि उपज मण्डियाँ भी हैं। जबलपुर जिले में अनाज क्रय विक्रय की सबसे बड़ी (ए ग्रेड) मण्डि का गौरव दो मण्डियों को प्राप्त है। जबलपुर एवं सिहोरा, सिहोरा कृषि उपज मण्डि का साख धीरे-धीरे कम हो रही है। आंकड़े बताते हैं कि चालू वित्तीय वर्ष 2017-18 में सिहोरा मण्डि में उपज की आवक में 35 प्रतिशत की कमी आयी है। जिससे लगभग 20 प्रतिशत राजस्व का घाटा उठाना पड़ा है। इसका मुख्य कारण मण्डि प्रशासन द्वारा किसानों की उपज की सुरक्षा के टोस इंतजाम नहीं करने किसानों की मूलभूत आवश्यकताओं, पेयजल, भोजन, विश्राम की ठीक व्यवस्था नहीं होना पाया गया है। इन सब में कृषि जबलपुर उपज मण्डि प्रशासन द्वारा कृषकों के हित में कार्य किया जा रहा है। और क्षेत्रफल की दृष्टि से बड़ी होने एवं सभी मूलभूत सुविधाओं को मुहैया कराने सरकारी मशीनरी चुस्त दुरुस्त होने से वर्तमान में जबलपुर मण्डि तेजी से उन्नति की ओर अग्रसर है। इसका मुख्य कारण कृषक एवं व्यापारियों की हितों को सर्वोपरि मानना है। कृषि उपज मण्डि के अलावा जबलपुर जिले में 66 सरकारी सोसाइटी भी हैं जहाँ पर किसानों द्वारा अपनी उपज सरकार द्वारा निर्धारित न्यूनतम समर्थन मूल्य पर किया जाता है। यहाँ बिक्री निश्चित समयानुसार होती है सरकार किसानों को न्यूनतम समर्थन मूल्य पर उपज को बेचने के लिए कई तरह की नीतियों संदेशों द्वारा समझा देती है किन्तु कई बार किसान को नकदी की जरूरत के चलते वह अपना उत्पादन मण्डि या किसी व्यापारी को बेच देता है और कम लाभ प्राप्त करता है।

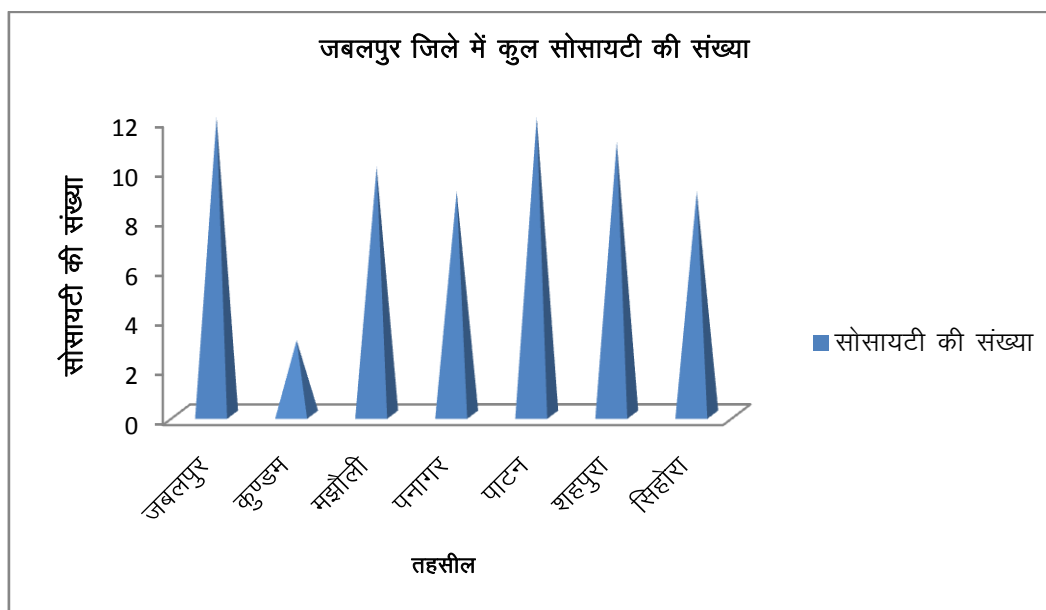
जबलपुर जिले में कुल 66 सोसाइटी हैं इन सोसाइटी में रजिस्ट्रेशन प्राप्त किसान ही अपना माल बेच सकता है। सोसाइटी का एक मुख्य उद्देश्य सरकारी गोदामों को भरना और बढ़ती जनसंख्या कि लिये खाद्य सुरक्षा को सुनिश्चित करना है।

#### तालिका क्रमांक :01

#### जबलपुर जिले में कुल सोसाइटी तथा वेयरहाउस

तहसील	सोसाइटी की संख्या	वेयरहाउस की संख्या
जबलपुर	12	15
कुण्डम	3	32
मझौली	10	58
पनागर	9	2
पाटन	12	35
शहपुरा	11	15
सिहोरा	9	15
<b>कुल</b>	<b>66</b>	<b>180</b>
<b>जबलपुर</b>		

स्रोत: किसान कल्याण तथा कृषि विकास विभाग, कलेक्टर कार्यालय।



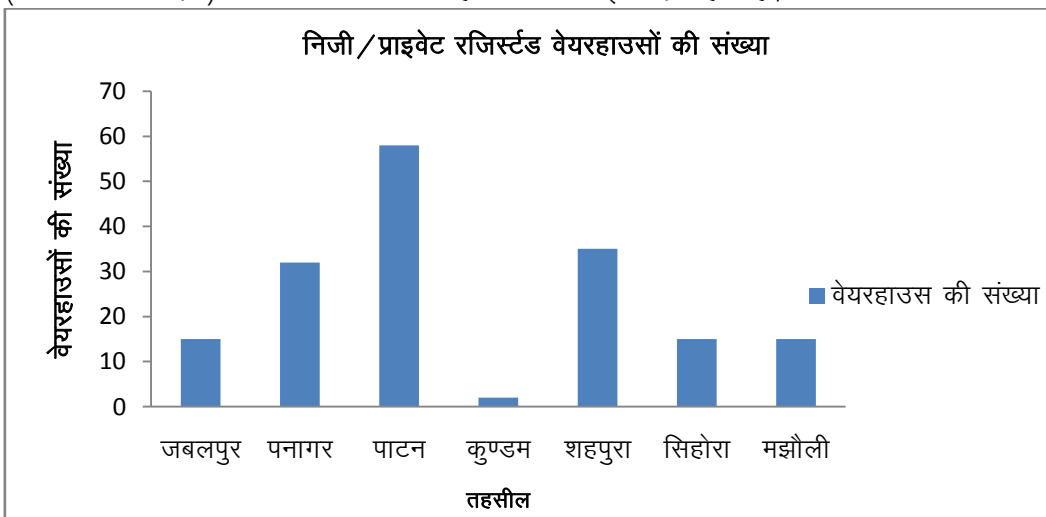
उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि पाटन और जबलपुर में 12-12 सोसायटी हैं जबकि पनागर और सिहोरा में 09 और मझौली में 10 जबकि शहपुरा में 11 इसके अलावा कुण्डम में 03 सोसायटी है। पूरे जबलपुर जिले में कुल 66 सोसायटी है जिनमें किसान न्यूनतम समर्थन मूल्य पर अपनी कृषि उपज को बेच कर लाभ प्राप्त कर सकते हैं और बिचौलिए व अन्य लाभकारी साधनों से बच सकते हैं। और सरकारी लाभकारी योजना का लाभ उठा सकते हैं।

वेयरहाउस एम पी वेयरहाउसिंग एवं लॉजिस्टिक कॉर्पोरेशन की स्थापना वर्ष 1958 में कृषि उत्पादन (विकास और गोदाम) अधिनियम 1956 के तहत

हुई थी। बाद में यह गोदाम निगम अधिनियम 1962 द्वारा संशोधित किया गया। इसे 6 शाखाओं के साथ 11000 टन क्षमता के साथ शुरू किया गया था और आज इसकी क्षमता 22.32 लाख मिट्टिक टन (स्वयं) के रूप में कई गुना बढ़ गई है।

जबलपुर जिले में कुल रजिस्टर्ड वेयरहाउस 180 हैं। जिनकी वहन क्षमता 612734 मैट्रिक टन है। इनमें सरकारी ब्रांच के 08 बचे 172 निजी व्यक्तियों के हैं।

इन वेयरहाउसों में भण्डारण के पहले जिन्सों की जाँच पड़ताल होती है जब वह पूर्णतः सही होते हैं तभी उन्हें भण्डारित किया जाता है। इन वेयरहाउस के अन्दर कई गोदाम होते हैं।



उपरोक्त तालिका के अवलोकन से ज्ञात होता है कि रजिस्टर्ड वेयरहाउसों की संख्या सर्वाधिक 58 पाटन में है व्याहारिक रूप से बड़े किसानों का अधिक होना इसका कारण हो सकता है। कृषक शिक्षित है तथा वे अपनी उपज को सही ढंग से भण्डारित करने के लिये जागरुक है। जबकि कुण्डम में वेयरहाउसों की संख्या मात्र 2 है

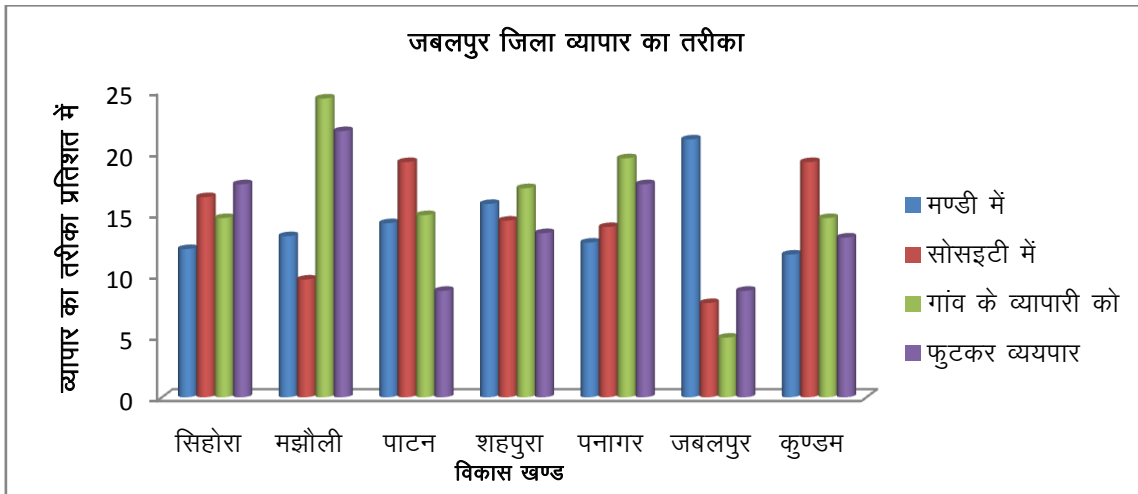
यहाँ के किसान अधिक लाभ नहीं ले पाते हैं इसका कारण पर्याप्त मात्रा में उपज का न होना है और सरकारी नीतियों का फायदा न उठाना भी एक कारण है। इसके अलावा जबलपुर 15, पनागर 32, शहपुरा 35, सिहोरा 15, मझौली 18 रजिस्टर्ड वेयरहाउस है।

तालिका क्रमांक:2

जबलपुर जिला व्यापार का तरीका

विकास खण्ड	मण्डी में	सोसाइटी में	गांव के व्यापारी को	फुटकर व्ययपार
सिहोरा	12.1	16.34	14.63	17.39
मझौली	13.15	9.61	24.39	21.73
पाटन	14.21	19.2	14.87	8.69
शहपुरा	15.78	14.42	17.07	13.4
पनागर	12.63	13.9	19.51	17.39
जबलपुर	21.05	7.69	4.87	8.69
कुण्डम	11.65	19.2	14.63	13.04
<b>कुल</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

स्रोत: गहन अवलोकन एवं प्रश्नावली के माध्यम से सर्वेक्षण आधारित प्राथमिक समकों की संख्यात्मक गणना।



उपरोक्त तालिका क्रमांक 02 में व्यापार के तरीकों को स्पष्ट किया गया है। प्रस्तुत समकों में 100 प्रतिशत उत्तरदाताओं में से मण्डी में सम्पूर्ण जिले में 53.07 प्रतिशत किसानों ने मण्डी में, 29.05 प्रतिशत सोसाइटी में, 11.45 प्रतिशत गांव के व्यापारियों को तथा 6.42 प्रतिशत किसान फुटकर व्यापार के द्वारा अपना व्यापार करते हैं। 53.07 प्रतिशत किसानों में से सिहोरा के 12.10 प्रतिशत किसान मण्डी में अपनी उपज बेचते हैं जबकि जबलपुर के 21.05 प्रतिशत किसानों के द्वारा उत्पादन को मण्डी में बेचा जाता है जबकि 29.05 किसानों में से सोसाइटी में अपनी उपज बेचने वाले सर्वाधिक पाटन 19.02 तथा सबसे कम जबलपुर के 7.69 हैं। किये गए सर्वेक्षण के आकड़ें बताते हैं कि कुल में से 11.45 प्रतिशत ही गांव के व्यापारी को अपनी उपज बेचते हैं। गांव के व्यापारी को अपनी उपज बेचने वालों में सर्वाधिक कृषक मझौली के पास हैं।

#### जबलपुर जिले में कृषि व्यापार के प्रचलित साधनों का तुलनात्मक अध्ययन

कृषि व्यापार के सभी साधनों की तुलनात्मक रूप से समीक्षा करने पर कृषि उपज मण्डी अधिनियम 1973 के अनुसार स्थापित मण्डी समितियाँ कृषि उपज के व्यापार का सर्वश्रेष्ठ साधन जबलपुर जिले में प्रतीत हुईं। क्योंकि इनके द्वारा कृषकों के साथ किसी भी प्रकार की धोखाधड़ी की संभावनाएं न्यूनतम होती हैं। मण्डी समिति में रजिस्टर्ड

व्यापारी ही उपज की खरीदी कर सकते हैं यहां समिति के कर्मचारी के अधीन ही जिन की बोली लगाई जाती है सम्बन्धित व्यापारी द्वारा कृषकों को तुरन्त मूल्य की अदायगी की जाती है धोखाधड़ी करने पर मण्डी समिति के कर्मचारियों द्वारा आवश्यक कार्यवाही की जाती है।

जबलपुर जिले सभी कृषि उपज मण्डियों की तुलना करने पर जबलपुर मण्डी ही सर्वाधिक श्रेष्ठ पाई गई। यहां के व्यापारियों मण्डी में विक्रेता कृषकों के साक्षात्कार द्वारा पाया गया कि इस मण्डी में रहने खाने पीने की उत्तम व्यवस्था है। माल चोरी नहीं होता है। केन्द्रीय भण्डार गृह की सुरक्षा भी है। और सर्वाधिक महत्वपूर्ण बात भुगतान तुरन्त हो जाता है। जबलपुर मण्डी का कैचमेंट एरिया न सिर्फ जबलपुर जिला बल्कि आसपास के जिले से भी माल बिक्री के लिए आता है। कृषि उपज मण्डियों में सिर्फ लाइसेंस धारी व्यापारी ही माल खरीद सकता है यह मण्डियां वर्षभर चलती हैं। छोटे कृषक इन उपज मण्डियों में अपना उत्पादन व बेचकर जिले की सहकारी समितियां किसानों के लिए एक आशा की किरण है किन्तु तत्काल भुगतान न होना टोकन न मिलना सीमित समय के लिए खरीदी होना इन सोसाइटी की साख को कम करती है।

#### निष्कर्ष

अध्ययन क्षेत्र में किए गए सर्वेक्षण, सरकार के द्वारा कृषकों के हित में उपलब्ध कराई गई मशीनरी और

योजनाओं के क्रियान्वयन से निष्कर्ष निकलता है कि जबलपुर जिले में कृषि विपणन की स्थिति लगातार सुधार रही है। जिले में कृषि उपज को पर्याप्त भण्डारण विक्रय की प्रक्रिया हेतु पर्याप्त संसाधन मौजूद हैं। जिससे कृषि उपज का विपणन देश के बाहर भी संभव हो गया है।

मध्यप्रदेश सरकार को कृषि कर्मण पुरस्कार प्राप्त होना जिले की उन्नति को प्रदर्शित करता है। शोध आगामी भविष्य में विपणन की सम्भावनाएं, किसानों में कृषि के प्रति तकनीकी ज्ञान का होना, रोजगार की पर्याप्त सम्भावनाएं एवं प्रदेश का आर्थिक विकास सुनिश्चित करता है।

जिले के अंदर जबलपुर और सिहोरा कृषि उपज मंडी दोनों विकासखंडों के कृषि विपणन अच्छी भागीदारी होना पाया गया है। जिसका मुख्य कारण यह है कि यहां कृषकों एवं व्यापारी एवं उपज हेतु आधारभूत सुविधाएं मौजूद हैं।

#### संदर्भ ग्रंथ सूची

1. जिला सांख्यिकीय पुस्तिका, जबलपुर वर्ष 1999, 2001, 2011
2. उद्यमिता, लघु उद्योग, स्वरोजगार व प्रबंध क्षेत्रों में मार्गदर्शक
3. मध्यप्रदेश का आर्थिक सर्वेक्षण, आर्थिक एवं सांख्यिकीय संचालनालय मध्यप्रदेश 2011
4. जिला गजेटियर
5. कृषि भूगोल, माजिद हुसैन (रावत पब्लिकेशनस) 2010
6. सिंह, सतनाम (कृषि भूगोल), यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन (2008)
7. कुमार, प्रमिला (2003) "मध्यप्रदेश एक भौगोलिक अध्ययन" मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल
8. विश्वकर्मा, आरती (2011) "नरसिंहपुर जिले में सामाजिक एवं आर्थिक विकास में कृषि परिवर्तन की भूमिका" पी-एच.डी. भूगोल हेतु शोध प्रबन्ध रा.दु.वि. वि. जबलपुर।
9. दुबे, अतुल (2000) "म.प्र. में कृषि विपणन व्यवस्था का आलोचनात्मक अध्ययन (जबलपुर जिले के संदर्भ में)" पी-एच.डी. हेतु शोध प्रबंध रा.दु.वि.वि., जबलपुर
10. नेमा, प्रकाश चन्द्र (1981) "महाकौशल की संगठित कृषि उपज मण्डलियों का अध्ययन" पी-एच.डी. की व्यवहारिक अर्थशास्त्र हेतु शोध प्रबंध रा.दु.वि.वि. जबलपुर
11. Role of Agricultural Marketing Societies in Marketing of Agricultural Produce: A study of Ujjain District, M.Khan, R, Dhand
12. <http://www.horticulture.mpgov.in>
13. <http://www.mpmmandiboard.org>.
14. Grosh, B. (1994), Contract farming in Africa: An Application of the new institutional economics. Journal of African Economies, 3(2), 231-261.
15. Tripathi, A., & Prasad, A. R. (2009), Agricultural development in India since in determinants: A study on progress, progress, performance And determinants, Journal of Emerging Knowledge on Emerging Markets, 1(1), 63-92.
16. Godara, R. (2006), rural job opportunities Agribusiness centres – some realities. Kurukshetra, March, 14-17.
17. Manimehalai.N (2011), Inclusive growth And Agricultural development, HRD Times, December, Vol.13 No.12, 30-31.
18. Nidhi (2017), N. J.Ardeshna, B. N. Kalsariya And Shilpa V. C., Readers Shelf, Problems of Agricultural Marketing in India, 13,5, 57-58.