

कृषि विपणन सुधार और डिजिटल मंडी प्रणाली



डॉ. वीणा राठौर¹,
डॉ. नेहा द्विवेदी²,
डॉ. सेबिन सारा सोलोमन³,
डॉ. किरण सोनी⁴

¹सहायक प्रोफेसर (अनुबंधात्मक शिक्षक)
कृषि अर्थशास्त्र विभाग, कैलाश नाथ
काटूज उद्यानिकी कॉलेज, मन्दसौर
राजमाता विजयाराजे कृषि विश्वविद्यालय,
(म.प्र.)

²सहायक प्रोफेसर (अनुबंधात्मक शिक्षक)
कृषि अर्थशास्त्र विभाग, कृषि
महाविद्यालय, इंदौर, राजमाता विजयाराजे
कृषि विश्वविद्यालय, (म.प्र.)

³अतिथि संकाय
कृषि अर्थशास्त्र विभाग, कृषि
महाविद्यालय, जवाहरलाल कृषि
विश्वविद्यालय, जबलपुर, (म.प्र.)

⁴सहायक प्रोफेसर (अनुबंधात्मक शिक्षक)
बागानी, मसाला, औषधि, और सुगंध पौधा,
कैलाश नाथ काटूज उद्यानिकी कॉलेज,
मन्दसौर, राजमाता विजयाराजे कृषि
विश्वविद्यालय, (म.प्र.)

*अनुरूपी लेखक
डॉ. वीणा राठौर*

भारत एक कृषि प्रधान देश है जहाँ करोड़ों किसान अपनी आजीविका के लिए कृषि पर निर्भर हैं। उत्पादन बढ़ाने के साथ-साथ कृषि उत्पादों के उचित विपणन की व्यवस्था भी उतनी ही आवश्यक है। लंबे समय तक पारंपरिक मंडी प्रणाली, बिचौलियों की अधिकता, मूल्य अस्थिरता और पारदर्शिता की कमी के कारण किसानों को उनके उत्पाद का उचित मूल्य नहीं मिल पाया। इसी संदर्भ में कृषि विपणन सुधार और डिजिटल मंडी प्रणाली की आवश्यकता महसूस की गई।

1. कृषि विपणन की अवधारणा

कृषि विपणन (Agricultural Marketing) वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से कृषि उत्पाद खेत से उपभोक्ता तक पहुँचते हैं। इसमें निम्नलिखित चरण शामिल होते हैं:

किसान → संग्रहण → परिवहन → थोक व्यापारी → खुदरा विक्रेता
→ उपभोक्ता

कृषि विपणन का मुख्य उद्देश्य है:

- किसानों को उचित मूल्य दिलाना
- उपभोक्ताओं को गुणवत्तापूर्ण उत्पाद उपलब्ध कराना
- बाजार में पारदर्शिता और प्रतिस्पर्धा बढ़ाना

2. पारंपरिक मंडी प्रणाली और उसकी समस्याएँ

भारत में कृषि विपणन लंबे समय तक APMC (Agricultural Produce Market Committee) अधिनियम के अंतर्गत संचालित होता रहा। इस प्रणाली में किसानों को अपनी उपज अधिकृत मंडियों में ही बेचनी पड़ती थी।

प्रमुख समस्याएँ:

1. बिचौलियों की अधिकता
2. मूल्य निर्धारण में पारदर्शिता की कमी

3. छोटे किसानों की कमजोर सौदेबाजी शक्ति
4. परिवहन और भंडारण की अपर्याप्त सुविधा
5. मंडी शुल्क और अन्य कटौतियाँ
6. इन समस्याओं के कारण किसानों की आय सीमित रही और बाजार में प्रतिस्पर्धा कम रही।

3. कृषि विपणन सुधारों की आवश्यकता

वैश्वीकरण, उदारीकरण और तकनीकी प्रगति के दौर में कृषि

क्षेत्र को प्रतिस्पर्धी बनाना आवश्यक हो गया। सुधारों के मुख्य उद्देश्य थे:

- किसानों को अधिक बाजार विकल्प प्रदान करना
- निजी निवेश को बढ़ावा देना
- आपूर्ति श्रृंखला को सुदृढ़ बनाना
- मूल्य खोज (Price Discovery) को पारदर्शी बनाना
- कृषि निर्यात को बढ़ाना

4. डिजिटल मंडी प्रणाली (e-NAM)

भारत सरकार ने 2016 में National Agriculture Market (e-NAM) की शुरुआत की। यह एक ऑनलाइन ट्रेडिंग प्लेटफॉर्म है, जो देश की विभिन्न मंडियों को एकीकृत करता है।

e-NAM की प्रमुख विशेषताएँ:

- ऑनलाइन बोली और व्यापार
- पारदर्शी मूल्य निर्धारण
- गुणवत्ता परीक्षण की सुविधा
- ऑनलाइन भुगतान प्रणाली
- विभिन्न राज्यों की मंडियों का एकीकरण

इस प्रणाली के माध्यम से किसान अपनी उपज को देश के किसी भी पंजीकृत व्यापारी को बेच सकता है।

5. डिजिटल मंडी प्रणाली के लाभ

(क) किसानों के लिए:

- बेहतर मूल्य प्राप्ति
- बिचौलियों की भूमिका में कमी

- त्वरित और सुरक्षित भुगतान
- अधिक बाजार विकल्प

(ख) व्यापारियों के लिए:

- व्यापक बाजार पहुँच
- पारदर्शी लेन-देन
- समय और लागत की बचत

ग) उपभोक्ताओं के लिए:

- प्रतिस्पर्धी मूल्य
- गुणवत्तापूर्ण उत्पाद

6. चुनौतियाँ

हालाँकि डिजिटल मंडी प्रणाली लाभकारी है, फिर भी कुछ चुनौतियाँ मौजूद हैं:

1. डिजिटल साक्षरता की कमी
2. इंटरनेट और तकनीकी अवसंरचना की समस्या
3. छोटे किसानों की सीमित भागीदारी
4. राज्यों के बीच नीतिगत अंतर

7. भविष्य की संभावनाएँ

- कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) आधारित मूल्य पूर्वानुमान
- ब्लॉकचेन तकनीक से पारदर्शिता

- किसान उत्पादक संगठन (FPO) की भागीदारी
- ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल प्रशिक्षण कार्यक्रम

यदि इन सुधारों को प्रभावी ढंग से लागू किया जाए तो कृषि क्षेत्र अधिक प्रतिस्पर्धी और लाभकारी बन सकता है।

निष्कर्ष

कृषि विपणन सुधार और डिजिटल मंडी प्रणाली भारतीय कृषि अर्थव्यवस्था को आधुनिक बनाने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है। यह न केवल किसानों को बेहतर मूल्य दिलाने में सहायक है, बल्कि कृषि बाजार को अधिक पारदर्शी, प्रतिस्पर्धी और कुशल भी बनाती है।

डिजिटल तकनीक के समुचित उपयोग, नीतिगत समन्वय और किसानों के प्रशिक्षण के माध्यम से भारत की कृषि प्रणाली को अधिक सशक्त और आत्मनिर्भर बनाया जा सकता है।