



उदारीकरण का बिहार के कृषि विपणन पर प्रभाव

मणी कुमार झा

शोधार्थी, वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग
ल. ना. मिथिला विश्वविद्यालय, दरभंगा

पृष्ठभूमि

प्रायः सरकारें विदेश व्यापार पर कई प्रकार के नियंत्रण या अवरोध लगा देती हैं जिन्हें व्यापार अवरोधक कहते हैं। किसी भी देश की सरकार व्यापार अवरोधक का प्रयोग अपने विदेश व्यापार में कमी या वृद्धि तथा आयातित वस्तुओं की मात्रा या प्रकार को निर्धारित करने के लिए कर सकती है। स्वतंत्रता-प्राप्ति के पश्चात भारत सरकार ने भी विदेश व्यापार पर कई प्रकार के नियंत्रण और प्रतिबंध लगा दिए थे। घरेलू उद्योगों को प्रोत्साहन देने तथा उन्हें विदेशी प्रतिस्पर्द्धा से संरक्षण प्रदान करने के लिए यह आवश्यक माना गया था। लेकिन, कुछ समय पूर्व सरकार ने यह अनुभव किया कि अब भारतीय उत्पादकों के लिए विदेशी प्रतिस्पर्द्धा का सामना करने का समय आ गया है। अतः उसने अपनी नवीन आर्थिक नीति के अंतर्गत अर्थव्यवस्था को खोलने तथा अनावश्यक नियंत्रणों को समाप्त करने का एक व्यापक कार्यक्रम अपनाया है जिसे उदारीकरण की संज्ञा दी जाती है।

1991 में भारत सरकार द्वारा उदारीकरण, निजीकरण एवं वैश्वीकरण की नीति अपनाई गई। उदारीकरण का अर्थ अर्थव्यवस्था के नियंत्रणवाले प्रावधानों का शिथिलीकरण करना है। इसे अनियंत्रण की नीति भी कहा जाता है। निजीकरण का तात्पर्य अर्थव्यवस्था में सरकारी हस्तक्षेप एवं नियंत्रण की जगह निजी क्षेत्र को महत्व प्रदान करना है जबकि वैश्वीकरण का अर्थ देश की अर्थव्यवस्था को अंतर्राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के साथ जोड़ना है। वैश्वीकरण की नीति अपनाए जाने के बाद से भारतीय अर्थव्यवस्था में विदेशी पूँजी का प्रवाह बढ़ा है इससे प्रतिव्यक्ति आय में वृद्धि आने लगी है।

नए और विदेशी उद्योगों के आने से लोगों को अंतर्राष्ट्रीय स्तर की वस्तुएँ प्राप्त होने लगी हैं। कई सेवाओं में वृद्धि हुई है। संचार एवं परिवहन सेवाओं में इससे क्रांतिकारी परिवर्तन आया है। परंतु, देश के लघु एवं कुटीर उद्योगों पर इसका

नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। फिर भी, औसत रूप में यह कहा जा सकता है कि भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास की गति वैश्वीकरण के कारण तीव्र हुई है।

बिहार कृषि प्रधान राज्य है। यहाँ के लोगों की जीविका का मुख्य आधार कृषि ही है। राज्य के 80% से भी अधिक भू-भाग पर खेती की जाती है। राज्य की लगभग 86% जनसंख्या कृषि पर आश्रित है। उत्तरी ओर गंगा के तराई वाले क्षेत्र की भूमि अधिक उपजाऊ है। यह भू-भाग कृषि के लिए बहुत उपयोगी है और कृषि योग्य भूमि का 80% है। झारखण्ड के अलग हो जाने के बाद बिहार की अर्थव्यवस्था का मुख्य आधार कृषि है। बिहार में गंगा का उत्तरी मैदान दुनिया की सबसे उपजाऊ जमीन है। बिहार की प्रमुख फसलों में धान, गेहूँ, मकई, जौ, गन्ना (ईख), तम्बाकू, महुआ, ज्वार, दलहन एवं तेलहन है। इनके अतिरिक्त सब्जियों, फल, फूल, की खेती भी बड़े पैमाने पर की जाती है। तम्बाकू उत्पादन में बिहार का भारत में छठा स्थान है। बिहार देश का तीसरा बड़ा सब्जी उत्पादक राज्य है। बिहार देश का सबसे बड़ा अमरूद एवं लीची उत्पादक राज्य है। इस प्रकार विविध उपजाऊ मिट्टियाँ, श्रम की आसान उपलब्धि एवं मानसूनी जलवायु के कारण कृषि बिहार की अर्थव्यवस्था की रीढ़ है। विभाजन पश्चात् बिहार का कुल भौगोलिक क्षेत्रफल 93.6 लाख हेक्टेयर जिसमें 54.02 लाख हेक्टेयर भूमि पर कृषि की जाती है जो सकल बुआई क्षेत्रफल का 57.7 प्रतिशत है। 26.17 लाख हेक्टेयर भूमि में सिंचाई की सुविधा प्राप्त है और 41.59 लाख हेक्टेयर भूमि बाढ़ से प्रभावित है। बिहार में भूमि उपयोग पैटर्न को तालिका 1.1 में देखा जा सकता है।

तालिका 1 : बिहार में भूमि उपयोग

क्र. सं.	भूमि उपयोग	क्षेत्रफल (हजार हेक्टेयर में)	कुल क्षेत्र (प्रतिशत)
1.	शुद्ध बोया गया क्षेत्र	54.02	57.7
2.	चालू बंजर	7.67	8.2
3.	पुराना बंजर	1.22	1.3
4.	बोने योग्य ऊसर भूमि	0.45	0.5
5.	विविध वृक्ष में वाटिका भूमि	2.46	2.6
6.	स्थायी चरागाह	0.16	0.2
7.	गैर-कृषि प्रयोग की भूमि	17.08	18.3
8.	अनुपजाऊ एवं बोने अयोग्य भूमि वन	4.32	4.6
9.	वन	6.22	6.6
	योग	93.6	100.00

स्रोत: आर्थिक सर्वेक्षण 2015-16, बिहार, पृष्ठ 97

बिहार के कृषि प्रधान राज्य होते हुए भी यहाँ का कृषि क्षेत्र पिछड़ा हुआ है। इसका मुख्य कारण उन्नत बीजों का उपलब्ध न होना, सूखा व बाढ़ का प्रकोप, कृषि में वैज्ञानिक तरीकों का अभाव और उचित कृषि विपणन प्रणाली का अभाव है।

वर्तमान में बिहार की विकास - दर बहुत धीमी है तथा यह प्रायः प्रत्येक क्षेत्र में पिछड़ा हुआ है। विभाजन के पश्चात राज्य की आर्थिक स्थिति कमजोर हो गई है। परंतु, इसमें अभी भी विकास की पर्याप्त संभावनाएँ हैं तथा इसका विकास देश के आर्थिक विकास में कई प्रकार से सहायक हो सकता है। राज्य के विभाजन के पूर्व बिहार में खनिज-पदार्थों का विशाल भंडार था जिससे अब यह वंचित हो गया है। लेकिन, बिहार की भूमि बहुत उपजाऊ भागों में से एक है। इस प्रकार, उर्वर भूमि एवं पर्याप्त जल संसाधन के रूप में बिहार में प्राकृतिक संसाधनों का बाहुल्य है। अतः कृषि के विकास द्वारा इसे कृषि के क्षेत्र में देश का सबसे विकसित राज्य बनाया जा सकता है। बिहार में केवल खाद्य फसलों का ही उत्पादन होता है। अतः कृषि-आधारित उद्योगों के विकास की संभावनाएँ भी बहुत अधिक हैं। बिहार मसालों के उत्पादन में देश का एक अग्रणी राज्य है, जिसकी देश और विदेशों में बहुत माँग है। सब्जी के उत्पादन में इसका देश में दूसरा तथा फल के उत्पादन में तीसरा स्थान है। चीन के बाद भारत विश्व में लीची का सबसे बड़ा उत्पादक है जिसका 70 प्रतिशत उत्पादन बिहार में होता है। लीची और आम जैसे उत्पादित फलों के निर्यात द्वारा पर्याप्त विदेशी मुद्रा अर्जित की जा सकती है।

शोध-समस्या का विवरण

कृषि भारत का एक प्रमुख व्यवसाय है जिस पर हमारे देश की अर्थव्यवस्था निर्भर करती है। हमारे देश के 75 प्रतिशत व्यक्ति कृषि पर आश्रित हैं हमारे देश में लम्बे समय से कृषि का व्यवसाय मुख्य रूप से अपनाया जा रहा है लेकिन फिर भी हमारा कृषि व्यवसाय लाभपूर्ण व्यवसाय सिद्ध नहीं हो पाया है जिसका मुख्य कारण दोषपूर्ण बिक्री व्यवस्था है।

कृषि विपणन से हमारा अभिप्राय कृषि उपज के संगठित विक्रय से है जो लाभ की भावना के बिना किसानों के हित की दृष्टि से किया जाता है। परन्तु आधुनिक युग में कृषि उत्पादन दिन- प्रतिदिन बढ़ रहा है अतः यह आजीविका का साधन न बनकर व्यवसाय बन गया है। कृषि शाही आयोग ने 1928 में बताया था कि जब तक खेत की उपज की बिक्री की समस्या को पूर्णतः हल नहीं किया जाता, जब तक कृषि समस्या का हल अधूरा ही है। उत्पादित वस्तुओं की बिक्री पर अधिक से अधिक लाभ दिलाना तथा कृषकों की आर्थिक स्थिति को मजबूत करना कृषि विपणन का मुख्य उद्देश्य होता है। कृषि विपणन में कृषि

उपजों को एकत्रित करना, श्रेणीयन तथा प्रमाणीकरण करना, भण्डारण तथा मण्डियों में पहुँचना, उसकी बिक्री करना और आवश्यक वित्त की व्यवस्था करना इत्यादि शामिल है।

जब कृषि का उत्पादन कम था तो यह कहा जाता था कि किसी भी अच्छे कृषक की एक आँख कृषि पर तथा दूसरी आँख बाजार पर जमी रहती है, परन्तु अब समय के साथ-साथ परिवर्तन आ चुका है। व्यावसायिक फसलों का उत्पादन होने के कारण कृषि विपणन का महत्व काफी अधिक बढ़ गया है। अतः इस समय कहा जाता है कि अच्छे कृषक के दोनों हाथ हल पर तथा दोनों आँख बाजार पर लगी रहती है। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि कृषि के लिए विपणन का महत्व इतना बढ़ गया है कि बिना कृषि विपणन के कृषकों का विकास सम्भव नहीं है। वास्तव में कृषि विपणन ही निर्बल, दुर्बल एवं शक्तिहीन कृषक के पास मूल अस्त्र है जिसके द्वारा वह धनी, सम्पन्न एवं चतुर लोगों पर विजय प्राप्त कर सकता है।

भारत जैसे कृषि प्रधान देश में जहाँ पर अधिकतर जनता कृषि पर निर्भर करती है और उनकी आजीविका का मुख्य साधन कृषि है, उस स्थिति में कृषि विपणन ही एकमात्र साधन है। इसके द्वारा भारतीय कृषक अपने माल को उचित मूल्य पर बेच सकते हैं तथा बाजार की गतिविधियों से अवगत हो सकते हैं। आधुनिक ग्रामीण अर्थव्यवस्था में कृषि के वाणिज्यीकरण तथा व्यापक प्रतियागिता के फलस्वरूप कृषि बाजार का स्थान महत्वपूर्ण हो गया है। कृषि आयोग (Royal Commission of Agriculture) ने कहा कि जब तक खेती की उपज की बिक्री की समस्या को पूर्णतः हल नहीं किया जाता तब तक कृषि समस्या का हल अधूरा ही है। अतः कृषि की सफलता तभी संभव है जब कृषकों उचित विपणन प्रणाली मिले।

उत्पादन की सम्पूर्ण प्रक्रिया को पूरा करने के लिए विपणन बहुत हद तक आवश्यक है क्योंकि कृषि द्वारा उत्पादित वस्तुओं की समुचित व्यवस्था कृषि विपणन द्वारा की जाती है जो सबसे महत्वपूर्ण कार्य है। भारतीय कृषक भिन्न भिन्न स्थानों पर फैले हैं और उनके द्वारा उत्पादित वस्तुएँ उन सब वस्तुओं को विपणन एक स्थान पर एकत्रित करके उन्हें बिक्री योग्य बनाती है जिससे खरीददार को भिन्न-भिन्न प्रकार की वस्तुएँ खरीदने को मिल जाती है। कृषि द्वारा उत्पादित वस्तु मात्रा में अधिक होती है, अतः विपणन इनके रखने की समुचित व्यवस्था करता है तथा उचित मूल्य नहीं मिलने तक अपने पास रखकर किसानों को अधिक से अधिक लाभ पहुँचाने की काशिश करता है। विपणन के द्वारा सभी कार्य योजनाबद्ध तरीके से किये जाते हैं। वह एक वस्तु के स्थान पर दूसरी वस्तु या इनके मध्य में विनिमय को सम्भव बनाने की कोशिश करता है क्योंकि कृषकों द्वारा उत्पादित वस्तुएँ कृषकों के आर्थिक जीवन को भी प्रभावित करती है और इसका एकमात्र उचित उपाय विपणन है।

विपणन के द्वारा कृषि का आधिक्य होने से उनके बेचने की व्यवस्था की जाती है जिससे कृषको की आर्थिक स्थिति के साथ-साथ देश की आर्थिक स्थिति मजबूत बनती है जो किसी देश की समृद्धि का सूचक है। देश के पूँजी निर्माण में भी कृषि विपणन का महत्वपूर्ण योगदान है देश में खाधान्न की कमी होने पर कृषि विपणन के द्वारा समुचित पूर्ति की जाती है। देश की प्रति व्यक्ति आय बढ़ाने में कृषि विपणन का महत्व है जिससे भारतीय ग्रामीण कृषक अपने आप को सुरक्षित अनुभव करते हैं। अतः निष्कर्ष के रूप में हम कह सकते हैं कि भारतीय कृषक अज्ञान एवं बाजार की स्थिति से अनभिज्ञ रहता है। उसे समुचित ज्ञान एवं बाजार की जानकारी देने के लिए कृषि विपणन वास्तविक रूप में एक महत्वपूर्ण कार्य करता है। कृषि विपणन के बिना कृषि का भविष्य अन्धकार में रहेगा।

नई औद्योगिक नीति 2006 के आने के बाद बिहार सरकार द्वारा नये निवेशों को प्रोत्साहित करने के लिए उठाए गए कदम के बाद इस प्रक्षेत्र में काफी उत्साह बढ़ा है। बिआडा द्वारा उस प्रक्षेत्र में साहसिक कदम एवं औद्योगिक विकास हेतु प्रयास किए जा रहे हैं। 2006-07 में 172.45 करोड़ ₹0 परियोजना लागत वाली 15 इकाइयों को जमीन दी गई। भागलपुर में हथकरघा जो कि निर्माण, पटना हवाई अड्डे में कारगो कम्प्लेक्स की स्थापना और फतुहा में अंतर्देशीय कंटेनर डीपो की स्थापना इसी के तहत किया जाने वाला प्रयास है।

खाद्य-फसलों की प्रधानता कृषि का पूर्ण वाणिज्यीकरण नहीं होने दे रही है, कृषि मात्र निर्वाह क्षेत्र बनी हुई है और दूसरी ओर इनके माँग की सीमित लोचशीलता किसानों को निम्न आय स्वीकार करने के लिए विवश बनाये हुए है। अतः आवश्यकता है कृषि-उत्पादों के विविधीकरण के जो निर्यात संवर्द्धन का भी स्रोत बन सकते हैं। सब्जी, फलों फूलों, मशरूम, मखाना, औषधि और रसायनिक उत्पादों से संबंधित कृषि-वस्तुओं द्वारा किसानों के बीच आसानी से संपन्नता लायी जा सकती है और बिहार भी आसानी से समृद्धि की ओर अग्रसर हो सकता है, लेकिन इन सबों के लिए सरकारी प्रोत्साहन और संरक्षण की जरूरत है तथा सामाजिक संरचना की सुदृढ़ता भी आवश्यक है। इन उत्पादों के लिये न केवल देश में बल्कि विदेश में भी व्यापक बाजार उपलब्ध है सब्जी उत्पादन में बिहार देश में दूसरे नंबर पर और फलों के उत्पादन में चौथे नंबर पर है। विदेशों में भी इसकी काफी खपत है, लेकिन जरूरत है इनके गुणवत्ता-नियंत्रण, उचित प्रसंस्करण, समुचित पैकिंग और यथोचित ट्रान्सपोर्टेशन और विपणन-सुविधाओं की। सरकार के लिए जरूरी है कि इस दिशा में सही प्रशिक्षण, साख सुविधा और विपणन में सहायता करे। अनेक कृषि-उत्पाद कृषि-आधारित उद्योगों जैसे चीनी उद्योग, जूट-उद्योग, वनस्पति उद्योग, चावल तथा इनके सह-उद्योगों के विकास में भी यह सहायक सिद्ध हो सकता है। लेकिन वर्तमान प्रतिस्पर्द्धात्मक युग में लागत-नियंत्रण और गुणवत्ता-सुधार के लिए सतत् प्रयत्नशील रहना पड़ेगा।

साहित्य-पुनरावलोकन

भारत सरकार ने सम्पूर्ण भारतीय कृषि विपणन की व्यवस्था का सर्वेक्षण करने के लिए शाही कृषि आयोग की स्थापना सन 1926 में की इस आयोग द्वारा भारतीय कृषि विपणन में व्याप्त दोषों की सूक्ष्म रूप से कोई व्याख्या नहीं की गई है तथापि इन दोषों को समाप्त करने के लिए सुझाव दिया कि इस बाजार नियमन अधिनियम को किसानों के हित में सभी प्रांतों में लागू किया जाना चाहिए। रॉयल-कमीशन ऑफ एग्रीकल्चर के रिपोर्ट (1928) में कृषि-विपणन को उन्नत करने एवं उन्हें सुधारने के कई उपायों की व्याख्या की गई है। विनियमित विपणन द्वारा विपणन अधिसंरचना, बाजार व्यवहारों, कृषकों को उचित मूल्य प्रदान करवाना, मानकीकृत माप तौल के बट्टों का प्रयोग, सहकारी विपणन-वितरण और बैंक प्रणाली को विनियमित मण्डियों से जोड़ने का कार्य विशेष रूप से अनुशंसित है।

बिहार में हुए कुछ अध्ययनों से पता चलता है कि आज भी विपणन व्यवस्था में कुरीतियाँ फैली हुई हैं। यह भी पाया गया कि मार्केट यार्ड बनने के बाद कृषि उत्पादन का आवक कम ही रहा। बिहार में नियंत्रित बाजारों में वस्तुओं की खुली नीलामी पद्धति की व्यवस्था आज भी नहीं पाई जाती है। कृषकों को कृषि उत्पादों की कीमतों की निरन्तर सूचना प्रदान करने की व्यवस्था नहीं है जिसके कारण कृषकों को विपणन के सही समय एवं स्थान के चुनाव में सुगमता नहीं हो जाती। इन अध्ययनों से पता चलता है कि कीमतों के उतार-चढ़ाव एवं कीमत-प्रसार बिहार में बहुत ज्यादा है। कृषक-विक्रेताओं की मेहनत की कमाई में मध्यस्थों द्वारा अनाधिकृत कटौती को ले लिया जाता है। (प्रसाद, 1984 :सिंह एण्ड गर्ग, 1991: मीता कृष्ण, 1999: राय एण्ड पाल, 2002 इत्यादि)

भारत के कृषि क्षेत्र के समक्ष एक गंभीर समस्या कृषि बाजार की विकेंद्रित और विकृत स्थिति है, इसलिए कृषि जिंसों के लिए तत्काल एक साझे राष्ट्रीय बाजार को विकसित करने की आवश्यकता है, वर्तमान में, राज्य सरकारों द्वारा अधिनियमित कृषि उत्पाद विपणन समिति (एपीएमसी) अधिनियम के तहत कृषि जिंसों के बाजार विनियमित होते हैं। कुल लगभग 2477 मुख्य विनियमित बाजार हैं और संबंधित एपीएमसी द्वारा विनियमित 4843 उप-बाजार स्थल हैं। इस प्रकार, वास्तव में भारत में हजारों कृषि बाजार हैं, जिससे प्राइस डिस्कवरी में सफलता नहीं मिलती है और कृषि उपज की हैडलिंग और परिवहन में उच्च लागत आती है। परिणामस्वरूप, किसानों को बहुधा अलाभकारी मूल्यों पर अपनी उपज बेचने के लिए मजबूर होना पड़ता है।

(नार्बाड वार्षिक रिपोर्ट 2014-15)।

कृषि मंत्रालय, भारत सरकार ने मॉडल एपीएमसी अधिनियम, 2003 तैयार किया है और इस मॉडल अधिनियम के आधार पर वह राज्य सरकारों से मौजूदा एपीएमसी अधिनियमों में संशोधन करने के लिए संपर्क कर रहा है। मॉडल अधिनियम संविदागत प्रायोजकों या निजी व्यक्तियों, उपभोक्ताओं या निर्माताओं द्वारा स्थापित बाजारों में सीधे अपनी उपज बेचने के लिए किसानों को कुछ स्वतंत्रता प्रदान करता है। मॉडल अधिनियम बाजार में बिचौलियों के साझे पंजीकरण की अनुमति देकर कृषि उपज के लिए बाजार की प्रतिस्पर्धा को बढ़ाता है। एपीएमसी अधिनियम में संशोधन ने कुछ राज्यों में टेका खेती के लिए मार्ग प्रशस्त किया है। किसान हितैषी एपीएमसी, किसानों का उत्पादक संगठनों और किसान क्लबों में संगठित करने की बहुत लंबे समय से प्रतीक्षित आवश्यकता को, विशेष रूप से छोटे और सीमांत किसानों को बेहतर ढंग से सौदेबाजी करने तथा संगठित खुदरा विक्रेताओं, कृषि/खाद्य संसाधनों या सीधे उपभोक्ताओं को लाभ पर अपनी उपज बेचने में सक्षम बनाते हैं। तथापि कृषि जिंसो के लिए एक साझा राष्ट्रीय आजार बनाने के लिए और अधिक प्रयास करने आवश्यक है और राज्यों को इस दिशा में प्रगतिशील उपायों पर विचार करना होगा। आपूर्ति श्रृंखला के बुनियादी ढांचे की स्थापना, निजी क्षेत्र में वैकल्पिक या विशेष बाजारों के लिए भूमि उपलब्ध कराने के लिए नीतिगत सहायता प्रदान करने के लिए राज्य सरकारों को भी प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। खुदरा क्षेत्र में प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (एफडीआई) के उदारीकरण से आपूर्ति श्रृंखला की अक्षमताओं को, बड़े पैमाने पर निवेश और बुनियादी सुविधाओं की कमी को भरने के लिए संभावनाएं पैदा कर, दूर किया जा सकता है। (भारत सरकार, 2015)।

यह देखा गया है कि विनियमित बाजारों में बहु-कर-व्यवस्था, बाजार की कम जानकारी और विपणन के अवसरों के सीमित उपयोग और उचित मूल्य खोज प्रणाली की कमी के कारण विभिन्न खाद्यान्नों और तिलहनों के मामलों में परंपरागत मूल्य श्रृंखलाएं विकृत हो गई हैं। जिससे छोटे किसानों से कृषि/बागवानी वस्तुओं की सीधी खरीद की कल्पना की गई है। बिचौलियों के अभाव में किसानों को लाभकारी मूल्य से फायदा हो सकता है। जबकि खुदरा विक्रेता लागत में कटौती कर सकते हैं और ग्राहकों को प्रतिस्पर्धी दरों पर वस्तुएं बेच सकते हैं। प्रणाली के प्रभावी कामकाज को सुनिश्चित करने के लिए संगठित खुदरा विक्रेता वस्तुओं के एग्रीगेटर्स के रूप में उत्पादक संघों और किसान महासंघों की सवोओं का उपयोग कर सकते हैं। वे किसानों क्लबों/किसान महासंघों / उत्पादक संगठनों/जएलजी के साथ टेका खेती की व्यवस्था कर सकते हैं और श्रृंखला के बुनियादी ढांचे अर्थात् कोल्ड चेन, भंडारगारों, परिवहन, लॉजिस्टिक आदि में निवेश कर सकते हैं।

न्यूनतम समर्थन मूल्य (एमएसपी) नीति, विशेष रूप से गेहूं और चावल के लिए, घरेलू और अंतरराष्ट्रीय बाजार की वास्तविकताओं से जुड़ी नहीं रही है, जिसके कारण महत्वपूर्ण बजटीय लागत और बाजार में अव्यवस्था बनी हुई है। छोटे और सीमांत किसानों की बाजार तक उचित पहुंच नहीं है, जबकि वे उत्पादक संगठनों, सामुदायिक, लघु उत्पादक सहकारी समितियों और टेका खेती के माध्यम से कृषि विपणन क्षेत्र में प्रवेश पा सकते हैं। असली चुनौती उन्हें संगठित करने और उन्हें उच्च मूल्य कृषि से जोड़ने की है।

कमोडिटी एक्सचेंजों, नामतः, एमसीएक्स और एनसीडीईएक्स ने पूरे परिस्थितिकी तंत्र को संबंधित वस्तुओं की मूल्य खोज का हिस्सा बनने के योग्य बनाया है और बाजार के कामकाज में पारदर्शिता और दक्षता में पूरी तरह से बदलाव आया है। डेरिवेटिव ट्रेडिंग से कमोडिटी एक्सचेंज कुशल मूल्य खोज और प्रभावी कीमत के संकेत मिलते हैं। बाजारों की वायदा कीमतों ने भी उत्पादकों को उनके उत्पादन की योजना/बुवाई के लिए पहले निर्णय लेने में और उपभोक्ताओं को उनके भावी उपयोग की योजना बनाने में मदद की है। कृषि और संबंधित क्षेत्र से जुड़े व्यक्तियों की बड़ी संख्या को देखते हुए इलेक्ट्रॉनिक मंच के माध्यम से एक प्रभावी कृषि विपणन प्रणाली विकसित करना आवश्यक है।

अंत में, भंडारागार रसीदों के माध्यम से व्यापक जमानती वित्तपोषण को बढ़ावा देने की जरूरत है। भंडारागार माल स्वीकार करता है, ग्रेड का सत्यापन करता है और जमाकर्ता को भंडारागार रसीद जारी करता है जिसका उपयोग किसान बैंको से कार्यशील पूंजी के लिए अल्पविधि उधार लेने के लिए जमानत के रूप में कर सकते हैं। कीमतों में वृद्धि हो जाने के बाद उपज बेच सकते हैं और अपने लाभ को अधिकतम कर सकते हैं। कमोडिटी एक्सचेंजों द्वारा भंडारागार की सुविधा प्रदान करने से किसान किसी भी उपयुक्त भंडारागार तक अपनी उपज ले जा सकेंगे और भंडारागार रसीद प्राप्त कर सकेंगे।

कृषि क्षेत्र को किसानों के लिए उनकी उपज के विक्रय हेतु प्रतिस्पर्धी एवं अच्छी तरह से कार्य करने वाले बाजारों की जरूरत है। वर्तमान विपणन प्रणाली की प्रतिबंधात्मक और एकाधिकार प्रथाओं को हटाने के लिए आपूर्ति श्रृंखला में बिचौलियों को कम करने और अपशिष्ट को कम करने के लिए फसल पश्चात विपणन अवसंरचना के विकास में निजी क्षेत्र निवेश बढ़ाने और वैश्विक बाजारों तक पहुंच के माध्यम से किसानों के लाभ हेतु कृषि विपणन में सुधार हेतु एक निरंतर प्रक्रिया करनी होगी। तदनुसार, कृषि मंत्रालय ने राज्यों/केंद्र शासित प्रदेशों के परामर्श से एक मॉडल एपीएमसी अधिनियम तैयार किया है और इसे सभी राज्यों / संघ शासित प्रदेशों द्वारा अपनाए जाने हेतु 2003 में परिचालित किया तथा इसकी नियमावली, 2007 में परिचालित की गई (वार्षिक रिपोर्ट 2015-16, कृषि सहकारिता एवं किसान कल्याण विभाग, भारत सरकार)।

विपणन सुधारों पर और अधिक ध्यान केंद्रित करने और परिणामोन्मुख प्रयासों के लिए मंत्रालय ने विपणन सुधारों के अतिरिक्त 7 अनिवार्य क्षेत्र अभिज्ञात किए हैं जिन्हें एक संकेद्रित तरीके से राज्यों के साथ चलाया जा सकता है :

- एक मार्केट कमेटी के अतिरिक्त किसी व्यक्ति द्वारा व्यवस्थित निजी बाजार यार्डों/निजी बाजारों की स्थापना;
- मार्केट कमेटी के अलावे किसी अन्य व्यक्ति द्वारा किसान/उपभोक्ता बाजार की स्थापना (उपभोक्ताओं को किसानों द्वारा खुदरा क्षेत्र में प्रत्यक्ष बिक्री);
- फार्म गेट पर प्रसंस्करणकर्ताओं/निर्यातकों/थोक खरीदारों आदि द्वारा कृषि उत्पाद की प्रत्यक्ष थोक खरीद;
- संविदा खेती के लिए प्रावधान;
- एक से अधिक बाजार में व्यापार संव्यवहार के लिए एकीकृत एकल लाइसेंस / पंजीकरण;
- ई-व्यापार के लिए प्रावधान; और
- राज्य भर में बाजार शुल्क की एकल बिंदु वसूली।

अध्ययन का उद्देश्य

इस अध्ययन का उद्देश्य

1. उदारीकरण के बाद कृषि क्षेत्र एवं विशेषकर कृषि विपणन के क्षेत्र में पड़े प्रभावों का अध्ययन करना,
2. बिहार राज्य में कृषि विपणन की वर्तमान दशा का विश्लेषण करना,
3. राज्य सरकार द्वारा कृषि विपणन-प्रणाली की प्रगति एवं सुदृढीकरण के प्रयासों की समीक्षा करना तथा
4. मूल्यांकन एवं विश्लेषण कर प्राप्त समस्याओं के समाधान हेतु उचित सुझाव देना है।

अध्ययन का महत्त्व

बिहार की गणना देश के सर्वाधिक पिछड़े हुए राज्यों में की जाती है तथा इसकी प्रतिव्यक्ति आय बहुत कम है। इसका प्रधान कारण यहाँ की कृषि की पिछड़ी हुई अवस्था तथा राज्य में उद्योग-धंधों का अभाव है। इसके फलस्वरूप बिहार राज्य का घरेलू उत्पाद बहुत कम है। देश के अन्य राज्यों की तुलना में बिहार में जनसंख्या की वृद्धि-दर भी अपेक्षाकृत अधिक है। राज्य

की जनसंख्या में 1991-2001 की अवधि में 28.62 प्रतिशत की वृद्धि हुई, जबकि संपूर्ण भारत के लिए यह वृद्धि-दर 21.54 प्रतिशत थी।

राज्य सरकार ने वर्ष 2006 में ही एग्रीकल्चर प्रोड्यूस मार्केटिंग कमिटी एक्ट को समाप्त कर दिया। अतएव राज्य के कृषि उत्पादकता एवं विपणन व्यवस्था के विकास के लिए नए सिरे से प्रयास करना होगा। इसके लिए राजनीतिज्ञों एवं नौकरशाहों की इच्छा शक्ति एवं संवेदना को जगाने के लिए व्यापक प्रयास की आवश्यकता होगी। बिहार में कृषि विकास की प्रेरणा जन दबाव एवं जन-माध्यमों की जागरूकता से भी प्राप्त होती है। अतः जन प्रतिनिधि संस्थाओं, संचार एवं प्रसार माध्यमों, मीडिया आदि की भूमिका इस कार्य के लिए महत्त्वपूर्ण हो जाती है।

किसानों को अगर यथासमय समुचित साख प्रमाणित बीज, खाद, कृषि-उत्पादों के समुचित भंडारण, उचित मूल्य तथा विक्रय की व्यवस्था निश्चित की जाय तो निस्संदेह कृषि का तीव्र विकास होगा। कृषि विपणन की समुचित व्यवस्था

- कृषि के वाणिज्यिकरण,
- राज्य के औद्योगिक विकास को बढ़ावा देने,
- कृषकों के सामाजिक-आर्थिक दशा में सुधार लाने,
- कृषि-उद्योग संबंध के कारण औद्योगीकरण
- निर्यात व्यापार से विदेशी मुद्रा का अर्जन करने तथा
- प्रति व्यक्ति आय के वृद्धि करने में सक्षम हो पाएगी।

प्राक्कल्पना

हमारा अध्ययन निम्न प्राक्कल्पनाओं पर आधारित रहा है:

प्राक्कल्पना-1: कृषि विपणन के बिना कृषकों का विकास संभव नहीं है।

प्राक्कल्पना-2: कृषि विपणन उदारीकरण के सकारात्मक प्रभाव को सामने लाता है।

प्राक्कल्पना-3: कृषि विपणन राज्य के प्रति व्यक्ति आय को बढ़ाने में सक्षम है।

प्राक्कल्पना-4: उचित कृषि विपणन प्रणाली राज्य के लिए निर्यात संवर्द्धन का पोषक तत्व है।

प्राक्कल्पना-5: उचित कृषि विपणन व्यवस्था कृषि क्षेत्र की समस्याओं का समाधान करने में सक्षम है।

शोध-प्रणाली

यह अध्ययन विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। बिहार राज्य के सन्दर्भ में कृषि विपणन प्रणाली की कमियों तथा उन्हें दूर करने के उपायों का अध्ययन किया गया। अध्ययन के लिए हमने आँकड़ों के दोनो प्रकार-प्राथमिक आँकड़े तथा द्वितीयक आँकड़े की सहायता ली है। प्राथमिक आँकड़ों का संकलन साक्षात्कार विधि से हुआ, वहीं द्वितीयक आँकड़ों का संकलन विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं, सन्दर्भ ग्रंथों, समाचार पत्रों, सन्दर्भ वार्षिकी तथा राज्य तथा केन्द्र सरकार द्वारा प्रकाशित आँकड़ों तथा प्रतिवेदनों से हुआ। हमने इन्टरनेट की भी सहायता ली है।

इस तरह संकलित आँकड़ों को उपयुक्त गणितीय तथा सांख्यिकीय विधियों यथा:

- अनुपात
- समानुपात
- प्रतिशत
- सह-संबंध विश्लेषण
- माध्य
- विचरण विश्लेषण
- प्रतिचयन इत्यादि की सहायता से विश्लेषणात्मक अध्ययन एवं निवर्चन कार्य संपन्न किया गया।

कार्य योजना

वर्तमान अध्ययन निम्नांकित सात अध्यायों में विभाजित है:

अध्याय-1: भूमिका

इस परिचयात्मक अध्याय के अन्तर्गत अध्ययन की रूप-रेखा, महत्त्व, प्राक्कल्पनाओं तथा शोध-प्रणाली का विवरण प्रस्तुत किया गया है।

अध्याय-2: बिहार - एक कृषि प्रधान राज्य

नए बिहार के लिए अब कृषि ही एक बहुमूल्य संसाधन के रूप में बचा रह गया है। इसके विकास से और कृषि पर आधारित उद्योग से राज्य की समृद्धि हो सकेगी। इस अध्याय के अन्तर्गत बिहार राज्य की सामाजिक-आर्थिक दशा का विवरण प्रस्तुत किया गया है।

अध्याय-3: उदारीकरण का बिहार की कृषि पर प्रभाव

भारत सरकार की नवीन आर्थिक नीति ने उद्योग तथा व्यापार को लालफीताशाही के अनावश्यक प्रतिबंधों से मुक्त करके अधिक प्रतियोगी बना दिया है। इस अध्याय में उदारीकरण एवं कृषि क्षेत्र पर इसके प्रभाव की व्याख्या की गई है।

अध्याय-4: उदारीकरण का बिहार के कृषि विपणन पर प्रभाव

इस अध्याय के अन्तर्गत बिहार राज्य में कृषि विपणन की वर्तमान स्थिति को रेखांकित किया गया है। किसानों को अगर यथासमय कृषि उत्पादों के समुचित भंडारण, उचित मूल्य तथा विक्रय की व्यवस्था निश्चित की जाए तो निस्संदेह कृषि का तीव्र विकास होगा।

अध्याय-5: कृषि विपणन-प्रणाली की प्रगति हेतु सरकारी नीति की समीक्षा

कृषि-अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ बनाने के लिए उचित विपणन-प्रणाली का होना अति आवश्यक है। इस अध्याय में कृषि विपणन-प्रणाली के सुधार की दशा में सरकार ने क्या-क्या कदम उठाए हैं और इसमें क्या प्रगति हुई है-हमने इसकी प्रासंगिक समीक्षा प्रस्तुत की है।

अध्याय-6: बिहार में कृषि विपणन की समस्याएँ एवं संभावनाएँ

इस अध्याय के अन्तर्गत बिहार राज्य के परिप्रेक्ष्य में कृषि विपणन की समस्याओं एवं संभावनाओं का मूल्यांकन किया गया है।

अध्याय-7: निष्कर्ष एवं सुझाव

इस अध्याय के अन्तर्गत अध्ययन का निष्कर्ष एवं अध्ययन के क्रम में पाए गए समस्याओं के समाधान हेतु उपर्युक्त सुझाव दिए गए हैं।

सन्दर्भ:

1. बिहार सरकार की आधिकारिक वेबसाइट - www.bih.in
2. आर्थिक सर्वेक्षण 2015-16, वित्त विभाग, बिहार सरकार, पटना, फरवरी 2016, पृष्ठ 97
3. बिहार सरकार की आधिकारिक वेबसाइट - www.bih.in
4. आर्थिक सर्वेक्षण 2015-16, पूर्व सन्दर्भित
5. कृषि शाही आयोग 1928 की रिपोर्ट
6. बिहार औद्योगिक क्षेत्र विकास प्राधिकार-बियाडा की वेबसाइट
7. कृषि शाही आयोग 1928 की रिपोर्ट
8. प्रसाद, जगदीश (1984), प्लानिंग एण्ड डेवलपमेंट ऑफ एग्रीकल्चरल मार्केट यार्ड्स इन बिहार: ए स्टडी ऑफ इम्पैक्ट्स एण्ड इम्प्लीकेशन्स, डायरेक्टोरेट ऑफ मार्केटिंग एण्ड इन्सपेक्शन, गवर्नमेन्ट ऑफ इण्डिया, न्यू देलही
9. सिंह, एल.पी.एण्ड गर्ग, सुभाष (1991), एग्रीकल्चरल मार्केटिंग : पर्स पेक्टिव एण्ड इश्यूज, अरिहन्त पब्लिशर्स, जयपुर, पृष्ठ 7।
10. कृष्ण, मीता (2003), पॉभर्टी एलिमिनेशन एण्ड रुरल पुअर, मित्तल पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, पृष्ठ 11।
11. राय, बी. सी. एण्ड पाल, सुरेश (2002), इन्वेस्टमेंट, एग्रीकल्चरल प्रोडक्ट भीटी एण्ड रुरल पॉभर्टी इन इंडिया: ए स्टेट लेबल एनालिसिस, आक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, नई दिल्ली, पृष्ठ 9
12. नाबार्ड वार्षिक रिपोर्ट 2014-15, पृष्ठ 26
13. वार्षिक रिपोर्ट 2015-16, कृषि सहकारिता एवं किसान कल्याण विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली, पृष्ठ 106
14. भारत की जनगणन के आंकड़े
15. हिन्दुस्तान, पटना संस्करण, 29 मई 2017, पृष्ठ 11