

# गांवों में खुशहाली लाएगा राष्ट्रीय कृषि बाजार

—गायत्री दुबे

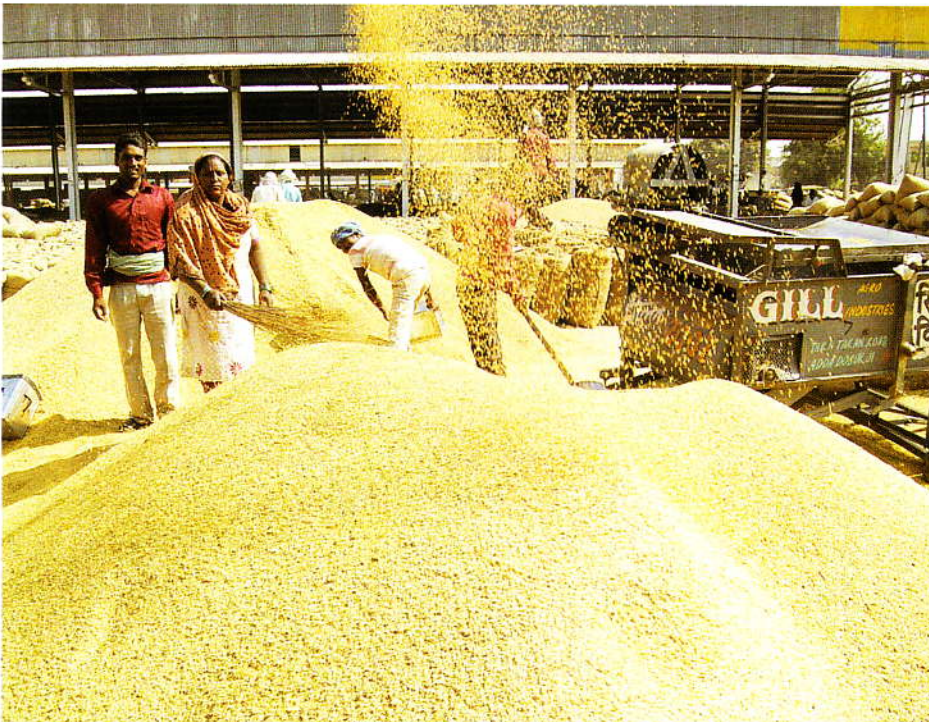
पूरे देश को एक मंडी क्षेत्र में बदलने की सरकार की योजना दरअसल 2022 तक किसानों की आमदनी दो गुना करने की रूपरेखा का हिस्सा है। लेकिन राष्ट्रीय कृषि बाजार 'नाम' की राह उतनी आसान नहीं है जितनी ऊपर से दिखाई देती है। सबसे बड़ी बाधा कृषि उपज के वजन, ग्रेडिंग और मानकीकरण के नेटवर्क की कमी की है। उल्लेखनीय है कि देश में उपज की क्वालिटी में अंतर के कारण कीमतों में भारी अंतर पाया जाता है।

देश में उदारीकरण-भूमंडलीकरण की शुरुआत हुए पच्चीस साल हो गए। इस दौरान उद्योग-व्यापार को सुगम बनाने के लिए सिंगल विंडो सिस्टम, ई-कॉमर्स जैसे सैकड़ों उपाय किए गए लेकिन कृषि उपजों का कारोबार 'जहां का तहां' वाली स्थिति में ही है। इसी का नतीजा है कि जूता-चप्पल से लेकर हवाई जहाज तक बनाने वाली कंपनियां अपना सामान बेचने के लिए स्वतंत्र हैं लेकिन किसान अपनी उपज बेचने के लिए स्वतंत्र नहीं हैं। किसानों को अपनी उपज बेचने के लिए बिचौलियों का सहारा

लेना ही पड़ता है और इसी का परिणाम है कि जो प्याज किसानों से पांच रुपये किलो खरीदा जाता है उसके लिए उपभोक्ता 30 रुपये किलोग्राम की कीमत चुकाता है। कई बार तो किसान की लागत भी नहीं निकल पाती है। उदाहरण के लिए अगर मध्य प्रदेश की नीमच मंडी में प्याज की थोक कीमत 30 पैसे प्रति किलो चल रही है तो महानगरों में वही प्याज बीस से पच्चीस रुपये किलो बिकता है। यही कारण है कि कई बार किसान उपज को बाजार में बेचने की तुलना में फसल को घर में

पड़े-पड़े सड़ते देखना बेहतर समझता है। यही घाटे की खेती कई बार किसानों की जान तक ले लेती है। समग्रता में देखें तो खेती-किसानी की बदहाली, गांवों की गरीबी, बेरोजगारी, असमानता और गांवों से शहरों की ओर होने वाले पलायन का एक बड़ा कारण खेती का घाटे का सौदा होना है।

लेकिन अब यह स्थिति अधिक दिनों तक नहीं रहने वाली है। प्रधानमंत्री श्री नरेंद्र मोदी ने कृषि क्षेत्र में सुधारों की शुरुआत करते हुए राष्ट्रीय कृषि बाजार (नेशनल एग्रीकल्चर मार्केट या नाम) योजना के तहत इलेक्ट्रॉनिक मंडी या ई-मंडी की शुरुआत कर दी है। ई-मंडी प्लेटफॉर्म पर देश भर के किसान व कारोबारी कृषि उपज की खरीद-बिक्री कर सकेंगे। योजना के पहले चरण में



आठ राज्यों की 21 थोक मंडियों में 25 कृषि उपजों की ऑनलाइन बिक्री की जाएगी। सरकार की योजना चरणबद्ध तरीके से देश की सभी मंडियों को इस प्लेटफार्म से जोड़ने की है। इसके तहत इस साल सितंबर तक 200, मार्च 2017 तक 200 और शेष 185 मंडियों को मार्च 2018 तक इस प्लेटफॉर्म से जोड़ दिया जाएगा। इस प्लेटफॉर्म से जुड़ने वाली मंडी को केंद्र सरकार 30 लाख रुपये की वित्तीय सहायता दे रही है। इसके लिए राज्य सरकारों को अपना एग्रीकल्चरल प्रोड्यूस मार्केटिंग कमेटी (एपीएमसी) कानून संशोधित करना होगा ताकि राज्य में कारोबार के लिए एक लाइसेंस ही वैध हो, बाजार शुल्क की एक जगह पर वसूली हो और कीमतों के लिए इलेक्ट्रॉनिक नीलामी का प्रावधान किया जा सके।



उल्लेखनीय है कि कृषि उपजों के कारोबार में सबसे बड़ी बाधा 1953 में बना एग्रीकल्चरल प्रोड्यूस मार्केटिंग कमेटी (एपीएमसी) कानून है। इसके तहत किसानों को अपनी उपज बेचने के लिए बिचौलियों (आढ़तियों) का सहारा लेना ही होगा। इस कानून के कारण न तो नए व्यापारियों को आसानी से लाइसेंस मिलते हैं और न ही किसी नई मंडी का निर्माण हो पाता है। आज जिस देश में हर गली-कूचे में मोबाइल व बाइक शोरूम खुले हैं उसी देश में औसतन 435 वर्ग किलोमीटर क्षेत्र में एक मंडी है। इन मंडियों को भी अलग-अलग लाइसेंस की जरूरत होती है और उनकी फीस भी अलग-अलग होती है। फिर तकनीक के कम इस्तेमाल के चलते कारोबार में पारदर्शिता नहीं होती। यही कारण है कि इस कानून के तहत गठित बाजार समितियां राज्य सरकारों के लिए राजस्व उगाही का जरिया बन चुकी हैं। उदाहरण के लिए सब्जियों व फलों पर एपीएमसी से पंजाब को सालाना 350 करोड़ और हरियाणा को 200 करोड़ रुपये की आय होती है। यही कारण है कि राज्य सरकारें कृषि उत्पादों की बिक्री में लाइसेंस परमिट राज बनाए रखना चाहती हैं। कृषि उपजों के कारोबार में बिचौलियों के बढ़ते वर्चस्व का ही नतीजा है कि जहां 1950-51 में उपभोक्ता द्वारा चुकाई गई कीमत का 89 प्रतिशत हिस्सा किसानों तक पहुंचता था वहीं आज यह अनुपात घटकर 34 प्रतिशत रह गया है। आज उपभोक्ता द्वारा चुकाई गई कीमत का 66 प्रतिशत उन नकली किसानों (बिचौलियों) की जेब में जा रहा है जो कभी खेत में गए ही नहीं। यदि पूरे देश के पैमाने पर देखें तो यह

रकम सालाना 20 लाख करोड़ रुपये आएगी। यह रकम वालमार्ट के कुल सालाना कारोबार 21 लाख करोड़ रुपये से थोड़ी ही कम है।

राष्ट्रीय जनतांत्रिक गठबंधन (राजग) सरकार ने 2003 में एपीएमसी कानून में संशोधन कर मॉडल एपीएमसी कानून बनाया था। यह कानून निजी व कॉरपोरेट घरानों को विपणन नेटवर्क स्थापित करने की अनुमति देता है। इसमें थोक विक्रेताओं व आढ़तियों के नेटवर्क को खत्म करने का प्रावधान भी है। लेकिन राजस्व नुकसान और आढ़तियों की मजबूत राजनीतिक लॉबी के चलते मार्च 2016 तक मात्र 14 राज्यों ने ही अपने एपीएमसी कानून में संशोधन किया है। यहां कुछ के प्रयासों का उल्लेख प्रासंगिक होगा। आंध्र प्रदेश ने राज्य भर में चुनिंदा स्थानों पर "रैयत बाजार" की स्थापना की जहां किसान अपनी उपज सीधे उपभोक्ता को बेच सकते हैं। एक प्रयास आईटीसी द्वारा "ई-चौपाल" की स्थापना करके किया गया जिसने इंटरनेट के माध्यम से किसानों को यह सुविधा दी कि वे अपनी उपज को सीधे सुपर मार्केट में बेच सकते हैं। आज नौ राज्यों के 50 लाख किसान इससे जुड़े हैं। इसी प्रकार डीसीएम श्रीराम कंसोलिडेटेड लिमिटेड का "हरियाली किसान बाजार" का हर आउटलेट 200 से 250 कामगारों को नौकरी देता है और इनमें से ज्यादातर की नियुक्ति स्थानीय इलाकों से होती है।

उल्लेखनीय है कि एपीएमसी कानून मुक्त व्यापार में बाधक होने के साथ-साथ महंगाई को खाद-पानी देने का काम करता है क्योंकि इससे कृषि उत्पादों की आवाजाही की लागत बढ़ती जाती है। उदाहरण के लिए उत्तर भारत से दक्षिण भारत में वस्तुओं के परिवहन और स्थानीय करों की वजह से इनकी कीमत



ऑस्ट्रेलिया, अमेरिका जैसे देशों से आयातित वस्तुओं की तुलना में कहीं ज्यादा हो जाती है। इसी प्रकार कृषि उत्पादों को पंजाब से मुंबई ले जाने पर वे यूरोपीय संघ से आयात की तुलना में 40 प्रतिशत और थाईलैंड के मुकाबले 250 प्रतिशत महंगे हो जाते हैं। तटीय राज्यों में आयातित खाद्यान्नों, फलों व सब्जियों के बढ़ने का कारण यही है।

कृषि उपजों के कारोबार के पिछड़े होने के चलते ही किसानों को उनकी उपज की उचित कीमत नहीं मिल पाती है। खेती-किसानी की बदहाली की सबसे बड़ी वजह यही है। इसी को देखते हुए सरकार ई-मंडी कानून को बहुस्तरीय बना रही है। सरकार जानती है कि सॉफ्टवेयर पर आधारित होने की वजह से ई-प्लेटफॉर्म पर मानकीकृत जिंसों का ही व्यापार किया जा सकता है। इसलिए बाकी उपज के लिए राष्ट्रीय कृषि बाजार की जगह राज्य कृषि बाजार (स्टेट एग्रीकल्चर मार्केट यानी साम) को क्रियान्वित किया जाएगा। इसे पहली बार कर्नाटक में लागू किया है। इसके तहत किसान ई-प्लेटफॉर्म के रूप में व्यापार करने वाली इस मंडी में आते हैं। किसानों और व्यापारियों के बीच सदस्यों के रूप में आढ़ती-बिचौलिये भी होते हैं। मान्यता प्राप्त मूल्यांकन कर्ताओं द्वारा अपनी उपज को श्रेणी, गुणवत्ता और स्तर को प्रमाणित कराने के बाद किसान उस मंडी में अपनी उपज की बिक्री करते हैं जहां सबसे अच्छी कीमत मिलती है। सौदा होने के बाद नेटवर्क से जुड़े बैंकों से उनका भुगतान किया जाता है। इस व्यवस्था के कारण कर्नाटक में किसानों की पहुंच अधिक खरीदारों, खाद्य प्रसंस्करण उद्यमियों और फुटकर दुकानदारों तक हुई। इससे किसानों को उनकी उपज की अच्छी कीमत मिलने लगी।

ऑनलाइन व्यापार तक आसान पहुंच से किसानों की आय बढ़ेगी, बाजार में उत्पादों की बेहतर उपलब्धता होगी जिससे कीमतों में कमी आएगी। पूरे देश को एक मंडी क्षेत्र में बदलने की सरकार की योजना दरअसल 2022 तक किसानों की आमदनी

दो गुना करने की रूपरेखा का हिस्सा है। लेकिन 'नाम' की राह उतनी आसान नहीं है जितनी ऊपर से दिखाई देती है। सबसे बड़ी बाधा कृषि उपज के वजन, ग्रेडिंग और मानकीकरण के नेटवर्क की कमी की है। उल्लेखनीय है कि देश में उपज की क्वालिटी में अंतर के कारण कीमतों में भारी अंतर पाया जाता है। उदाहरण के लिए पिछले साल मई महीने में देश की विभिन्न मंडियों में ज्वार की कीमतों में 282 प्रतिशत तक का अंतर रहा। यदि एक ही राज्य के भीतर कीमतों में उतार-चढ़ाव की बात करें तो कर्नाटक की विभिन्न मंडियों में ज्वार की कीमतों में 110 प्रतिशत तक अंतर रहा है। यही स्थिति दूसरी फसलों की भी है। कुदरती आपदाओं के कारण उपज की गुणवत्ता में अंतर और भी बढ़ जाता है। स्पष्ट है मंडियों को आधुनिक बनाए बिना राष्ट्रीय कृषि बाजार व राज्य कृषि बाजार (नाम-साम) कामयाब नहीं होंगे। बिहार व केरल में मंडी कानून न होना एक समस्या है। इसी तरह क्वालिटी पर विवाद होने की दशा में इसका समाधान कैसे किया जाएगा और गारंटी पार्टी कौन होगा जैसे सवाल भी अनसुलझे हैं। सबसे बड़ी बाधा यह है कि क्या आढ़तियों और जमाखोरों की मजबूत राजनीतिक लॉबी राज्य सरकारों को मंडी आधुनिकीकरण करने देगी? इसी तरह की एक बाधा छोटे किसानों को ई-मंडी से जोड़ने की भी है। उल्लेखनीय है कि देश में 85 प्रतिशत किसान लघु व सीमांत किसान की श्रेणी में आते हैं। गांवों में कंप्यूटर-इंटरनेट की सीमित पहुंच और निरक्षरता भी राष्ट्रीय कृषि बाजार में बाधा खड़ी करेंगी। इन्हीं बाधाओं के चलते योजना को चरणबद्ध तरीके से लागू किया जा रहा है।

समग्रतः देश भर में बिखरे कृषि विपणन ढांचे को एकीकृत करके आधुनिक व पारदर्शी बनाना आसान काम नहीं है। इसमें धीरे-धीरे ही कामयाबी मिलेगी लेकिन एक बार कामयाब होने पर यह योजना खेती-किसानी और गांवों की तस्वीर बदलने वाली साबित होगी।

(लेखक स्वतंत्र पत्रकार हैं।)

ई-मेल: gayatri2022@gmail.com

## पत्रिकाओं के शुल्क की नई दरें

क्रम सं.	पत्रिका का नाम	एक प्रति का मूल्य	विशेषांक का मूल्य	वार्षिक शुल्क	द्विवार्षिक शुल्क	त्रिवार्षिक शुल्क
1.	योजना	22	30	230	430	610
2.	कुरुक्षेत्र	22	30	230	430	610
3.	आजकल	22	30	230	430	610
4.	बालभारती	15	20	160	300	420
5.	रोजगार समाचार	12	—	530	1000	1400