

राष्ट्रीय कृषि बाजार

एक राष्ट्र-एक बाजार

—सुभाष शर्मा

मंत्रिमंडल की आर्थिक मामलों की समिति ने एग्रिटेक इंफ्रास्ट्रक्चर फंड (एटीआईएफ) के माध्यम से राष्ट्रीय कृषि बाजार को बढ़ावा देने के लिए केंद्रीय क्षेत्र की एक योजना को पहली जुलाई 2015 को स्वीकृति प्रदान कर दी थी जिसे 2015–16 से 2017–18 के दौरान लागू किया जा रहा है। इस योजना को कृषि, सहकारिता और किसान कल्याण विभाग के स्माल फार्मर्स एग्रिबिजनेस कंसोर्टियम द्वारा चलाया जा रहा है जिसके लिए एक साझा इलेक्ट्रॉनिक प्लेटफार्म बनाया गया है जिसे देशभर के चुने हुए विनियमित बाजारों में लागू किया जा सकता है।

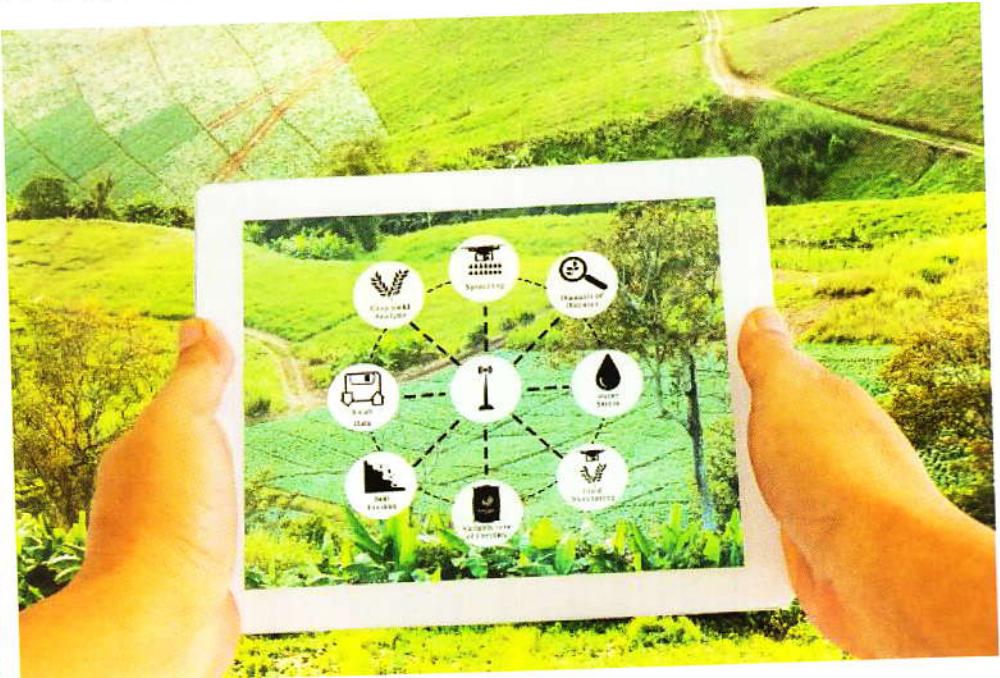
रोजगार और आय सूजन की दृष्टि से कृषि क्षेत्र अब भी भारतीय अर्थव्यवस्था का अत्यंत महत्वपूर्ण क्षेत्र बना हुआ है। भारत की अधिकांश जनसंख्या कृषि और इससे जुड़े क्षेत्रों में काम में लगी है। भारत सरकार किसानों के कल्याण के लिए वचनबद्ध है और इसके लिए वर्ष 2016–17 के बजट में देश के किसानों की आमदनी 2021–22 तक दुगुनी करने की स्पष्ट घोषणा भी की गई थी। कृषि मूलतः राज्यों का विषय है, लेकिन भारत सरकार का मानना है कि इस लक्ष्य को हासिल करने के लिए केंद्र और राज्यों को मिलकर काम करना होगा।

1960 के दशक में हरितक्रांति अभियान की शुरुआत से भारत ने कृषि क्षेत्र में अच्छी प्रगति की है और खाद्य सुरक्षा का लक्ष्य प्राप्त किया है। यह मुख्य रूप से कृषि उत्पादन के क्षेत्र में नई टेक्नोलॉजी अपनाने से संभव हो पाया है। अब वक्त आ गया है कि उत्पादन के बाद की गतिविधियों से संबंधित मुद्दों पर ध्यान दिया जाए जिनमें खाद्य प्रसंस्करण और विपणन भी शामिल हैं।

कृषि और किसान कल्याण मंत्रालय का मानना है कि भारत की कृषि में बदलाव के अगले चरण में कृषि विपणन प्रणाली में सुधार की आवश्यकता होगी। अगर किसानों को उनकी उपज के लिए फायदेमंद दाम दिलाने हैं तो देश की वर्तमान कृषि विपणन प्रणाली में सुधार करने ही होंगे।

फसल कटाई के बाद का कृषि प्रबंधन और कृषि विपणन अर्थव्यवस्था में हुए बदलावों के अनुसार परिवर्तित नहीं हुए हैं, खासतौर पर एक कुशल सप्लाई-चेन यानी आपूर्ति-शृंखला कायम नहीं हो पाई है। इसलिए हमारे सामने नई चुनौती है कि किस तरह बेचे जा सकने योग्य कृषि पदार्थों के

लिए कुशल बाजार खोजा जाए। हमारी कृषि विपणन प्रणाली के कई पहलुओं को लेकर गंभीर चिंताएं व्यक्त की जाती रही हैं। पहली चिंता तो यही है कि कृषि विपणन गतिविधियों का प्रशासन राज्यों द्वारा अपने—अपने कृषि विपणन विनियमों के तहत किया जाता है जिसमें किसी राज्य को बाजार क्षेत्रों में बांट दिया जाता है जिसमें से प्रत्येक अलग कृषि उपज विपणन समिति (एपीएमसी) होती है जो अपने बनाए विपणन संबंधी कायदे—कानून (इसमें शुल्क भी शामिल हैं) थोप देती है। नतीजा यह होता है कि किसी राज्य के भीतर ही अलग—अलग बाजार होने से एक बाजार क्षेत्र से दूसरे बाजार को कृषि जिसों का मुक्त आवागमन नहीं हो पाता। कृषि उत्पादों की कई जगह उठा—पटक होती है और कई स्तरों पर मंडी शुल्क देना होता है। इससे एक ओर तो उपभोक्ताओं के लिए दाम बढ़ जाते हैं और दूसरी ओर किसानों को उसी अनुपात में फायदा नहीं होता। इसलिए राज्यों और केंद्र दोनों ही स्तरों पर बाजारों को एकीकृत करने की आवश्यकता वक्त की पुकार है। इन सुधारों





के बल पर एक अखिल भारतीय ऑनलाइन व्यापार मंच से, जहां बाजार में एकरूपता आएगी, वहीं एकीकृत बाजारों में प्रक्रियाओं को चुस्त-दुरुस्त किया जा सकेगा। खरीदारों और विक्रेताओं के बीच सूचनाओं को लेकर तालमेल का अभाव दूर होगा और वास्तविक मांग व आपूर्ति के आधार पर कीमतों की तत्काल यथातथ्य जानकारी मिल सकेगी। इससे कृषि मंडियों में नीलामी प्रक्रिया में पारदर्शिता आएगी और राष्ट्रव्यापी बाजार तक किसानों की पहुंच आसान हो जाएगी। किसानों को अपने उत्पादों की गुणवत्ता के अनुसार उचित मूल्य मिलेगा और बेहतर किस्म के उत्पाद उपभोक्ताओं को मिलने लगेंगे। इससे ऑनलाइन भुगतान की सुविधा भी उपलब्ध हो जाएगी और उपभोक्ताओं को बेहतरीन किस्म के उत्पाद अधिक वाजिब दामों पर मिलने लगेंगे।

राष्ट्रीय कृषि बाजार (एनएएम) अखिल भारतीय इलैक्ट्रॉनिक व्यापार पोर्टल है जिसका उद्देश्य मौजूदा कृषि उपज विपणन कमेटियों तथा अन्य बाजारों को आपस में जोड़ना है ताकि कृषि जिसों के लिए एकीकृत राष्ट्रीय बाजार का निर्माण हो। हालांकि राष्ट्रीय कृषि बाजार एक वर्दुअल यानी आभासी बाजार है मगर

अनिवार्य विपणन सुधारों की स्थिति

स्थिति	राज्य/केंद्रशासित प्रदेश
ऐसे राज्य जिन्होंने अनिवार्य सुधार कर लिए हैं और जो ई-नाम में शामिल हो चुके हैं।	आंध्र प्रदेश, छत्तीसगढ़, गुजरात, हरियाणा, हिमाचल प्रदेश, झारखण्ड, मध्य प्रदेश, महाराष्ट्र, ओडिशा, पंजाब, राजस्थान, तेलंगाना, उत्तर प्रदेश, उत्तराखण्ड, तमिलनाडु (15)
ऐसे राज्य जिन्होंने सुधार तो कर लिए हैं मगर जो ई-नाम में शामिल नहीं हुए हैं।	कर्नाटक और गोवा (2)
वे राज्य जिन्होंने ई-नाम में शामिल होने के लिए प्रस्ताव भेजे हैं और जहां सुधार प्रक्रिया जारी है।	चंडीगढ़ और पुडुचेरी तथा पश्चिम बंगाल (3)
ऐसे राज्य/केंद्रशासित प्रदेश जहां ई-नाम में शामिल होने के लिए अनिवार्य सुधार अभी करने वाकी हैं।	अरुणाचल प्रदेश, दिल्ली, मेघालय, असम, मिजोरम, नगालैंड और त्रिपुरा (7)
ऐसे राज्य जिनमें एपीएमसी अधिनियम काम नहीं कर रहा है।	सिक्किम और जम्मू-कश्मीर (2)
ऐसे राज्य/केंद्र शासित प्रदेश जिनमें एपीएमसी अधिनियम नहीं है।	बिहार, केरल, मणिपुर, अंडमान निकोबार, दमन और दीव, दादरा और नगर हवेली तथा लक्ष्मीपुर (7)

इसके पीछे मंडी के रूप में एक भौतिक बाजार भी अस्तित्व में रहता है। 'नाम' पोर्टल एपीएमसी से संबंधित तमाम सूचनाओं और सेवाओं के लिए एकल खिड़की सेवा उपलब्ध कराएगा। अन्य सेवाओं के अलावा इनमें जिसों की आवक और दाम, लिवाली और बिकवाली संबंधी बोलियां और बोलियां के आधार पर खरीदारी के लिए इंतजाम भी शामिल हैं। हालांकि जिसों का प्रवाह (खेती के उत्पाद) मंडियों के जरिए ही होगा, मगर ऑनलाइन बाजार बन जाने से लेन-देन की लागत कम होगी और बाजार संबंधी सूचनाओं में असंतुलन भी दूर होगा।

योजना का खाका

देश में कृषि विपणन प्रणाली में सुधार और किसानों/उत्पादकों की बाजार तक पहुंच बढ़ाने के उद्देश्य से राष्ट्रीय कृषि बाजार (एनएएम) की परिकल्पना की गई थी और मंत्रिमंडल की आर्थिक मामलों की समिति ने इसे 1 जुलाई, 2015 को स्वीकृति प्रदान की थी। योजना के तहत पहले चरण में ई-प्लेटफार्म में शामिल होने के इच्छुक राज्यों और केंद्रशासित प्रदेशों की 585 चुनी हुई विनियमित थोक मंडियों को जोड़ने वाले उपयुक्त साझा ई-मार्केट प्लेटफार्म की स्थापना करना है। स्मॉल फार्मर्स एग्रिबिजनेस कन्सोर्टियम (एसएफएसी) राष्ट्रीय ई-प्लेटफार्म को लागू करने वाली एजेंसी है। कृषि, सहारिता और किसान कल्याण विभाग इसके लिए साफ्टवेयर के विकास और राज्यों तथा केंद्रशासित प्रदेशों के लिए इसके निःशुल्क कस्टमाइजेशन की सुविधा उपलब्ध करा रहा है। विभाग 585 विनियमित मंडियों में सूचना टेक्नोलॉजी और गुणवत्ता आकलन से संबंधित उपकरणों/बुनियादी ढांचे की स्थापना करके ई-मार्केट प्लेटफार्म बनाने के लिए एकमुश्त अनुदान के रूप में एक बार के लिए अधिकतम 30 लाख रुपये चुनी हुई मंडियों को उपलब्ध करा रहा है। यह सहायता 2017-18 के बजट में की गई धोषणा के अनुसार हर मंडी के लिए बढ़ाकर 75 लाख रुपये कर दी गई है और इसके तहत ई-नाम मंडियों में कृषि पदार्थों की छंटाई/ग्रेडिंग/सफाई की सुविधा उपलब्ध कराने और पैकेजिंग तथा कम्पोस्ट इकाइयां लगाने के काम को भी शामिल कर लिया गया है। राज्य सरकारों से अपेक्षा की गई है कि वे उन कृषि उपज विपणन कमेटियों के नाम और उनकी जरूरतों के बारे में बताएंगी जिनमें ये परियोजना शुरू की जाती है।

ई-नाम के शामिल होने के लिए बाजार सुधार करना अनिवार्य

इस योजना को कृषि विपणन सुधारों के साथ जोड़ा गया है और राज्यों/केंद्रशासित प्रदेशों से अपेक्षा की गई है कि वे योजना के तहत सहायता का लाभ उठाने के लिए कृषि उत्पाद बाजार कमेटियों से संबंधित अपने कानूनों में निम्नलिखित तीन क्षेत्रों में आवश्यक संशोधन करें—

- (1) राज्यभर में वैध एकल व्यापार लाइसेंस का प्रावधान राज्य/केंद्रशासित प्रदेश संबंधित कृषि उपज विपणन कमेटी



ई-नाम : कृषि उत्पादों के लिए एकीकृत राष्ट्रीय बाजार



14 राज्यों की 470
मंडियां पोर्टल पर



कुल व्यापार
₹ 11371.72 टन



कुल व्यापारिक मूल्य
₹ 31,424.04 करोड़



अधिनियम / विनियमों के तहत उपयुक्त कानून बनाकर एकल व्यापार लाइसेंस जारी करें। ऐसे लाइसेंस देशभर में किसी भी पात्र व्यक्ति को जारी किए जा सकते हैं चाहे वह कहीं का भी रहने वाला क्यों न हो और वह ई-नाम पोर्टल के जरिए समूचे राज्य / केंद्रशासित प्रदेश में व्यापार कर सकता है।

इसके अलावा राज्य / केंद्रशासित प्रदेश को थोक व्यापारियों / खरीदारों के लिए एकल व्यापार लाइसेंस की ऐसी उदार प्रक्रिया की व्यवस्था करनी चाहिए जिससे वे समूचे राज्य में कहीं भी कारोबार कर सकें। इसमें जमानत की मोटी रकम जमा कराने या खरीद की न्यूनतम मात्रा संबंधी अथवा खरीद केंद्र / परिसर आदि स्थापित करने जैसे निषेधकारी प्रावधान नहीं होने चाहिए।

(2) पूरे राज्य में एक ही स्थान पर बाजार शुल्क लगाने का प्रावधान

राज्यों / केंद्रशासित प्रदेशों को कृषि उपज विपणन कमेटी अधिनियम / विनियमों के अनुरूप उपयुक्त कानून / कार्यकारी आदेश से किसी राज्य में एक ही जिंस के थोक व्यापार के लिए एक ही स्थान पर बाजार शुल्क लेने की व्यवस्था करनी चाहिए। यानी किसी राज्य के अंतर्गत बाजार शुल्क / उपकर पहले लेन-देन के समय ही ले लिया जाना चाहिए। उसी जिंस की थोक में अगली खरीद-फरोख्त के लिए बाजार शुल्क / उपकर / सेवा कर या किसी अन्य नाम से इसी तरह का कोई शुल्क या कर नहीं लिया जाना चाहिए।

(3) राज्यों के कृषि विपणन विभाग / बोर्ड / कृषि उपज विपणन कमेटियां / विनियमित बाजार कमेटियां कीमतों की जानकारी हासिल करने के तरीके के रूप में ई-नीलामी / ई-ट्रेडिंग का प्रावधान करें : राज्यों / केंद्रशासित प्रदेशों को अपनी कृषि उपज विपणन कमेटी (एपीएमसी) / विनियमित बाजार कमेटी (आरएमसी) अधिनियम / विनियमों के अनुरूप उपयुक्त कानून बनाकर / कार्यकारी आदेश से आवश्यक कानूनी ढांचा और

उसके लिए वांछित अवसंरचना तैयार कर लेनी चाहिए जिससे राष्ट्रीय कृषि बाजार (ई-नाम) को बढ़ावा मिले।

उद्देश्य

- (1) बाजारों को पहले राज्यों के स्तर पर और उसके बाद समूचे देश से साझा ऑनलाइन मंच के जरिए जोड़ना, कृषि जिंसों का अखिल भारतीय व्यापार को सुविधाजनक बनाना;
- (2) विपणन / लेनदेन प्रक्रियाओं को चुस्त-दुरस्त करना और उन्हें तमाम बाजारों के लिए एक समान बनाना ताकि बाजारों के सुचारू संचालन में मदद मिले;
- (3) अधिक से अधिक संख्या में खरीदारों / बाजारों तक ऑनलाइन संपर्क सुविधा के जरिए किसानों / विक्रेताओं के लिए बेहतर विपणन अवसरों को बढ़ावा देना, सूचनाएं प्राप्त करने में असंगतियों को दूर करना, कृषि जिंसों की वास्तविक मांग और आपूर्ति के आधार पर बेहतर और रीयल टाइम कीमतों के बारे में जानकारी, बोली लगाने की प्रक्रिया में पारदर्शिता, उत्पाद की गुणवत्ता के आधार पर मूल्य तय करना, ऑनलाइन भुगतान आदि की व्यवस्था ताकि विपणन में दक्षता का संचार हो;
- (4) गुणवत्ता आश्वासन के लिए गुणवत्ता आकलन प्रणालियों की स्थापना ताकि खरीदारों द्वारा सोच-समझकर बोली लगाने को बढ़ावा मिले;
- (5) उपभोक्ताओं को उच्च गुणवत्ता वाले बेहतरीन उत्पाद उपलब्ध कराना और कीमतों में स्थिरता लाना;

राष्ट्रीय कृषि बाजार के घटक

- विनियमित बाजारों, किसान मंडियों, गोदामों और निजी बाजारों में पारदर्शी बिक्री गतिविधियों और मूल्य जांच के लिए ई-बाजार मंच का निर्माण। इच्छुक राज्य अपने-अपने एपीएमसी अधिनियम के अनुसार ई-ट्रेडिंग के लिए प्रावधान बनाएंगे;
- व्यापारियों / खरीदारों और कमीशन एजेंटों की बाजार में मौजूदगी या बाजार में अपनी दुकान अथवा जगह के बिना राज्य अधिकारियों द्वारा उन्हें उदारतापूर्वक लाइसेंस जारी किए जाएंगे।
- किसी व्यापारी को जारी किया गया लाइसेंस राज्य की सभी मंडियों में स्वीकार्य होगा।
- कृषि उत्पादों के गुणवत्ता संबंधी मानदंडों में तालमेल और हर बाजार में गुणवत्ता आकलन के इंतजाम ताकि बोली लगाने वाले सूझबूझ से बोली लगा सकें।
- कृषि उपज विपणन कमेटी (एपीएमसी) का अधिकार मौजूदा समूचे बाजार क्षेत्र की बजाय मंडी या उप-मंडी के दायरे तक सीमित किया गया।
- तमाम बाजार शुल्कों की उगाही केवल एक स्थान पर यानी किसान से पहली बार थोक खरीद के समय।

कार्यान्वयन नीति

कृषि मंत्रालय के कृषि, सहकारिता और किसान कल्याण विभाग ने स्मॉल फार्मर्स एग्रिबिजनेस कनसोर्टियम (एसएफएसी) को राष्ट्रीय कृषि बाजार की प्रमुख कार्यान्वयन एजेंसी के रूप में कार्य करने की जिम्मेदारी सौंपी है। कंसोर्टियम ने मैसर्स नागार्जुन फर्टिलाइजर्स एंड केमिकल्स लिमिटेड को खुले टेंडर के जरिए अपना नीतिगत साझेदार बनाया है और राष्ट्रीय कृषि बाजार प्लेटफार्म के विकास, संचालन और रखरखाव की जिम्मेदारी सौंपी है।

चुने हुए नीतिगत साझेदारों की भूमिका काफी विस्तृत है और इसमें ये बातें शामिल हैं:

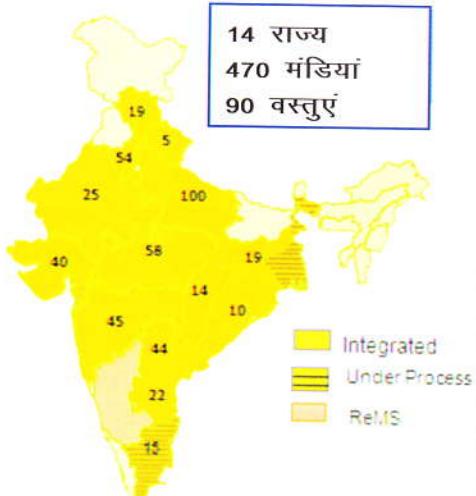
राष्ट्रीय कृषि बाजार का गठन करने वाले एप्लिकेशंस और मॉड्यूल्स के सेट का डिजाइन तैयार करना, उसे विकसित करना, उसका परीक्षण करना, लागू करना, रखरखाव करना, प्रबंधन करना, उसे बढ़ाना और उसमें संशोधन करना।

समन्वित मंडियों को ज़मीनी-स्तर का सहयोग प्रदान करने के लिए शुरू के एक साल तक सहायक कर्मचारियों की तैनाती करके विभिन्न उपयोक्ताओं को प्रशिक्षण उपलब्ध कराना और मंडियों में जागरूकता शिविर आयोजित करना।

हेल्प डेस्क स्थापित कर जिज्ञासाओं का समाधान और कामकाज के दौरान सामने आए उपयोग करने वालों के मसलों को सुलझाना/निपटाना।

पोर्टल की मार्केटिंग और उपयोग : नीतिगत साझेदार उपयुक्त किस्म की संवर्धन और विपणन गतिविधियां संचालित करेगा ताकि विभिन्न सहभागियों में ई-नाम पोर्टल की स्वीकार्यता और उपयोग बढ़े।

राष्ट्रीय कृषि बाजार (नाम) की कार्यान्वयन स्थिति



क्र.सं.	राज्य	कुल
1	आंध्र प्रदेश	22
2	छत्तीसगढ़	14
3	गुजरात	40
4	हरियाणा	54
5	हिमाचल प्रदेश	19
6	झारखण्ड	19
7	मध्य प्रदेश	58
8	महाराष्ट्र	45
9	उड़ीसा	10
10	राजस्थान	25
11	तमिलनाडु	15
12	तेलंगाना	44
13	उत्तर प्रदेश	100
14	उत्तराखण्ड	5
कुल		470

मैनेजमेंट इंफार्मेशन सिस्टम (एमआईएस) रिपोर्ट बनाना: नीतिगत साझेदार ई-नाम पोर्टल में एमआईएस रिपोर्ट प्राप्त करने की व्यवस्था करेगा।

प्रोसेस फलो यानी प्रक्रिया प्रवाह

किसान अपने उत्पादों को निकट के ई-नाम बाजार में ऑनलाइन प्रदर्शित कर सकते हैं और व्यापारी किसी भी स्थान में ऑनलाइन बोली लगा सकते हैं। इससे खरीदार व्यापारियों की संख्या के साथ-साथ प्रतिस्पर्धा भी बढ़ेगी जिससे किसानों को खुली कीमतों का पता लगेगा और बेहतर दाम मिलेंगे।

समाशोधन और निपटान

एक बार सौदे की पुष्टि हो जाने पर प्राथमिक इनवॉयस ई-नाम सॉफ्टवेयर से स्वतः बनकर तैयार हो जाएगा जिसे व्यापारी संबंधित डैशबोर्ड पर देख सकते हैं या बोली में जीतने वाले को भेजे गए ई-मेल/एसएमएस द्वारा हाथोंहाथ हासिल किया जा सकता है। बोली जीतने वाला बिक्री समझौते में की गई गणना के अनुसार राशि जमा कराएगा जिसमें बाजार शुल्क, कमीशन एजेंट का शुल्क, उत्तराई/लदाई/पैकेजिंग शुल्क आदि भी शामिल होंगे। बोली जीतने वाला इस राशि को आरटीजीएस/एनईएफटी या ई-नाम में उपलब्ध कराए गए ऑनलाइन भुगतान गेटवे के जरिए सेटलमेंट खाते में ऑनलाइन जमा करा सकता है। ई-नाम पर एक बार राशि की प्राप्ति की हो जाने पर किसान-विक्रेता/कमीशन एजेंट को पुष्टि संदेश आ जाएगा। डिलीवरी की शर्तों के अनुसार बोली जीतने वाला एपीएमसी बाजार में सामान की डिलीवरी खुद या अधिकृत एजेंट के जरिए या सुविधा प्रदाता से ले सकता है। खरीदार भी कमीशन एजेंट/बेचने वाले को अपने पसंद के ट्रांसपोर्टर के जरिए देय-भाड़ा (फ्रेट टू पे) आधार पर खुद के जोखिम, बीमा और भाड़ा भुगतान की शर्तों पर सामान भेजने का अनुरोध कर सकता है।

किसान-विक्रेता/कमीशन एजेंट और एपीएमसी जैसे सेवा प्रदाताओं आदि को चुकाई जाने वाली राशियों को ई-नाम में पंजीकृत उनके बैंक खातों में तब अंतरित किया जाएगा जब ई-नाम खाते को संचालित करने वाला बैंक इस बात की पुष्टि कर देगा कि खरीदार या उसके प्रतिनिधि ने एक कार्यदिवस के भीतर सामान की डिलीवरी ले ली है।



फसल बीमा एप

प्रीमियम गणना

बहुभाषी सहायता

बीमाकृत राशि का विवरण

कंपनी से संपर्क का विवरण

फसल बीमा एप क्षेत्र, कवरेज राशि और क्रूण राशि पर आधारित अधिसूचित फसलों को बीमा प्रीमियम की गणना करने के लिए उपयोग में लाया जा सकता है। इसका उपयोग किसी भी अधिसूचित क्षेत्र में किसी भी अधिक फसल संबद्ध सामान्य बीमाकृत राशि बढ़ी हुई बीमा राशि, प्रीमियम विवरण और सहिती सूचना के लिए भी इस्तेमाल किया जा सकता है।

SCAN QR to get the APP

Available on google Play Store

Department of Agriculture & Cooperation and Farmers Welfare, Ministry of Agriculture and Farmers Welfare, Government of India

राष्ट्रीय कृषि बाजार पोर्टल

- विक्रेता द्वारा कीमत संबंधी बोली को स्वीकार किया जाना
- खरीदार द्वारा बोली लगाना
- खरीदार
- विक्रेता (किसान / व्यापारी / कमीशन एजेंट)
- खरीदार
- व्यापारिक मिलान
- निर्धारित प्रयोगशालाओं द्वारा गुणवत्ता प्रमाणन
- एपीएमसी / चैनल पार्टनर / विक्रेता सुविधा
- सौदे
- सामान की डिलीवरी
- भुगतान
- समाशोधन बैंक
(पैसा जमा कराएं)

परीक्षण के तौर पर शुरुआत

राष्ट्रीय कृषि बाजार की परीक्षण तौर पर शुरुआत माननीय प्रधानमंत्री ने 8 राज्यों की 21 मंडियों में 14 अप्रैल, 2016 को की थी। अब तक ई-नाम 14 राज्यों की 470 मंडियों में लागू किया जा चुका है।

कार्यान्वयन में प्रगति

भारत सरकार ने 16 राज्यों और 2 केंद्रशासित प्रदेशों में 579 मंडियों को ई-नाम के तहत समन्वित करने की मंजूरी दी है। इनमें से 14 राज्यों की 470 मंडियों को पहले ही जोड़ा जा चुका है।

ई-नाम पोर्टल हिंदी और अंग्रेजी के अलावा क्षेत्रीय भाषाओं जैसे गुजराती, तेलुगु, मराठी और बंगाली में भी उपलब्ध है। इसी तरह ई-नाम वेबसाइट हिंदी और अंग्रेजी के साथ-साथ गुजराती, तेलुगु, मराठी, बंगाली, तमिल और उड़िया भाषाओं में भी उपलब्ध है।

मोबाइल एप्लिकेशन

ई-नीलामी के लिए हिंदी और अंग्रेजी में मोबाइल एप जारी किया गया है जिसे गूगल प्लेस्टोर (play.google.com) से डाउनलोड किया जा सकता है। ई-नाम मोबाइल एप मंडियों के अनुसार जिसंसे की आवक और उनकी कीमतों के बारे में सूचनाएं किसानों को उपलब्ध कराता है। इसमें मोबाइल फोन के जरिए व्यापारियों के लिए कहीं भी बोली लगाने की सुविधा भी उपलब्ध है।

अब तक की प्रगति

पूर्व निर्धारित लक्ष्यों के अनुसार मंडियों को समन्वित किया गया है।

विभिन्न राज्यों/केंद्रशासित प्रदेशों में राष्ट्रीय कृषि बाजार (ई-नाम) के विस्तार का दायरा इस प्रकार है:

क) कार्यनिष्पादन : एक नज़र में (31 दिसंबर, 2017 तक):

ई-नाम के तहत पंजीकृत किसानों की संख्या : 63.82 लाख पंजीकृत व्यापारियों की संख्या : 99,531

पंजीकृत कमीशन एजेंटों की संख्या : 52,768

व्यापार की कुल मात्रा : 1.37 करोड़ एमटी

मूल्य (करोड़ रुपये में) : 32425

व्यापार मानदंड अधिसूचित : 90 वर्स्टुएं

ख) माननीय प्रधानमंत्री ने सिविल सेवा दिवस (21 अप्रैल 2017) के अवसर पर ई-नाम को लागू करने में शानदार कार्य के लिए सौलग (हिमाचल प्रदेश) और निजामाबाद (तेलंगाना) की मंडियों को उत्कृष्टता पुरस्कार प्रदान किए।

ग) प्रशिक्षण और जागरूकता

किसानों, व्यापारियों, कमीशन एजेंटों, मंडी कार्यकर्ताओं और ई-नाम मंडियों में पंजीकरण से संबंधित अन्य लोगों के लिए जागरूकता शिविर आयोजित किए जा रहे हैं ताकि वे किसानों को तत्काल पंजीयन की सुविधा उपलब्ध करा सकें। अब तक 200 मंडियों में इस तरह के शिविर आयोजित किए जा चुके हैं। प्रतिभागियों से निर्धारित प्रपत्र में फीडबैक लिया जा रहा है और इसमें सुधार के लिए इसका विश्लेषण किया जा रहा है।

उपस्थित चुनौतियां

विभिन्न राज्यों में गुणवत्ता संबंधी असमान मानदंड, खासतौर



पर बागवानी उत्पादों के गुणवत्ता संबंधी मानदंड राज्यों के बीच और मंडियों के बीच व्यापार बढ़ाने में सबसे बड़ी बाधा है। देशभर के राज्यों के बीच गुणवत्ता संबंधी मानदंडों में तालमेल समय की आवश्यकता है। प्रमुख कार्यान्वयन एजेंसी के रूप में स्मॉल फार्मर्स एग्रिविजनेस कंसोर्टियम (एसएफएसी) कृषि, सहकारिता और किसाल कल्याण विभाग के अंतर्गत विपणन और जांच निदेशालय (डीएमआई) की मदद से गुणवत्ता मानदंडों में एकरूपता लाने की संभावनाओं का पता लगा रहा है। इस प्रक्रिया में 90 वस्तुओं के गुणवत्ता संबंधी मानदंड तैयार कर लिए गए हैं और ई-नाम मंडियों द्वारा अनुपालन के लिए अधिसूचित भी किए जा चुके हैं।

राज्यों से अपेक्षा की जाती है कि वे प्रशिक्षित कर्मचारियों और उपयुक्त मूल्यांकन उपकरणों से युक्त गुणवत्ता परीक्षण सुविधाएं स्थापित करेंगे। विपणन और जांच निदेशालय ई-नाम मंडियों के कर्मचारियों को गुणवत्ता के आकलन के लिए अपनी क्षेत्रीय एग्रार्स प्रयोगशालाओं के माध्यम से आवश्यक प्रशिक्षण उपलब्ध करा रहा है।

मंडियों के बीच और राज्यों के बीच व्यापार को बढ़ावा देने के लिए राज्यों से अपेक्षा की जाती है कि वे व्यापारियों के पर्याप्त संख्या में एकीकृत व्यापार लाइसेंस के मुद्रे को आगे बढ़ाएंगे। आज तक बहुत कम व्यापारियों ने एकीकृत लाइसेंसों के लिए आवेदन किया है।

खरीदारों द्वारा किसानों के बैंक खातों में सीधे ऑनलाइन भुगतान चिंता का दूसरा विषय है जिसमें प्रगति बहुत धीमी रही है। इसमें प्रबंधन में बदलाव जरूरी है क्योंकि परंपरागत रूप से किसानों को भुगतान कर्मीशन एजेंटों द्वारा किया जाता है और वे विक्रेताओं को साथ यानी ऋण भी उपलब्ध कराते हैं। इसके अलावा ई-नाम में मंडियों में व्यापारी भारत सरकार की प्रत्यक्ष लाभ अंतरण नीति के भुगतानों की तरह किसानों के बैंक खातों में सीधा भुगतान कर सकते हैं।

(लेखक स्मॉल फार्मर्स एग्रिविजनेस कंसोर्टियम में सलाहकार हैं और ई-नाम परियोजना से जुड़े हैं।)
ई-मेल: nam@sfac.in

उर्वरकों की उपलब्धता सुनिश्चित करने हेतु उठाए गए कदम

उर्वरक खेती के महत्वपूर्ण उपादान हैं। हरितक्रांति के समय से ही उर्वरकों ने खेतों की उत्पादकता बढ़ाने में प्रमुख भूमिका अदा की है। लेकिन किसानों को उर्वरकों की तंगी का सामना करना पड़ता रहा है। लिहाजा सरकार ने उर्वरकों की बारहों महीने आपूर्ति सुनिश्चित करने के लिए कई कदम उठाए हैं। इनमें से कुछ कदम इस प्रकार हैं—

- यूरिया मूल्य निर्धारण नीति—2015:** इस नीति को 25 मई, 2015 को अधिसूचित किया गया। इसका मकसद देश में यूरिया के उत्पादन को अधिकतम स्तर तक ले जाना है। इसमें यूरिया इकाइयों में ऊर्जा के बेहतर इस्तेमाल को बढ़ावा देने और सरकार के ऊपर सब्सिडी के बोझ को तार्किक बनाने पर भी ध्यान दिया गया है।
- यूरिया का नीम संलेपन:** 100 प्रतिशत नीम संलेपन हासिल कर लिया गया है।
- यूरिया की 50 किलो की जगह 45 किलोग्राम की बोरियां शुरू की गई हैं।**
- फॉस्फेट और पोटेशियम उर्वरकों की दरों में गिरावट:** सरकार ने उर्वरक कंपनियों को फॉस्फेट और पोटेशियम उर्वरकों की दरें घटाने के लिए प्रोत्साहित किया है। इससे डाईमोनियम फॉस्फेट (डीएपी), म्यूरिएट ऑफ पोटाश (एमओपी) और मिश्रित उर्वरकों के अधिकतम खुदरा मूल्यों में गिरावट आई है।
- वार्षिक उत्पादन की न्यूनतम सीमा खत्म करना:** पहले के प्रावधानों के तहत अपनी कम-से-कम 50 प्रतिशत क्षमता का इस्तेमाल करने या न्यूनतम 40000 मीट्रिक टन उत्पादन वाली सिंगल सुपर फॉस्फेट (एसएसपी) इकाई ही सब्सिडी की हकदार होती थी। लेकिन अब सरकार ने इस प्रावधान को खत्म करने का फैसला किया है।
- भारतीय उर्वरक निगम लिमिटेड (एफसीआईएल) की सिंदरी और गोरखपुर इकाइयों तथा हिंदुस्तान उर्वरक निगम लिमिटेड (एचएफसीएल) की बरौनी इकाई को फिर से शुरू करने का फैसला किया गया है।**
- मॉडल उर्वरक खुदरा दुकान:** वित्त वर्ष 2016–17 के बजट में तीन साल में 2000 मॉडल उर्वरक खुदरा दुकानें खोलने की घोषणा की गई थी। ये दुकानें उचित मूल्यों पर गुणवत्तापूर्ण उर्वरक बेचने के अलावा मिट्टी और बीज की जांच करेंगी तथा पोषकों के संतुलित इस्तेमाल को बढ़ावा देंगी।
- शहरी कंपोस्ट को बढ़ावा देने की नीति:** उर्वरक विभाग ने शहरी कंपोस्ट को बढ़ावा देने की नीति को 10 फरवरी, 2016 को अधिसूचित किया। इसमें शहरी कंपोस्ट का उत्पादन और इस्तेमाल बढ़ाने के लिए 1500 रुपये प्रति मीट्रिक टन की बाजार विकास सहायता (एमडीए) की व्यवस्था की गई है। शहरी कंपोस्ट बनाने वाली कंपनियों को अपना उत्पाद किसानों को सीधे बेचने की इजाजत दी गई है।
- उर्वरक सब्सिडी योजना में लाभ के सीधे स्थानांतरण की प्रायोगिक परियोजनाओं पर काम चल रहा है।**