

Vol 4 Issue 4 May 2014

ISSN No : 2230-7850

International Multidisciplinary
Research Journal

*Indian Streams
Research Journal*

Executive Editor
Ashok Yakkaldevi

Editor-in-Chief
H.N.Jagtap

Welcome to ISRJ

RNI MAHMUL/2011/38595

ISSN No.2230-7850

Indian Streams Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

International Advisory Board

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya	Catalina Neculai University of Coventry, UK	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Horia Patrascu Spiru Haret University, Bucharest,Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pinteau, Spiru Haret University, Romania
Anurag Misra DBS College, Kanpur	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania	George - Calin SERITAN Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences AL. I. Cuza University, Iasi	More

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University,Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yalikal Director Managment Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU,Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University,Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary,Play India Play,Meerut(U.P.)	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director,Hyderabad AP India.	S.KANNAN Annamalai University,TN
	S.Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra Maulana Azad National Urdu University
	Sonal Singh, Vikram University, Ujjain	

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.isrj.net



**“कपास विपणन पर आधुनिक तकनीकी का प्रभाव एक
विश्लेषणात्मक अध्ययन” (बड़वानी जिले के विशेष संदर्भ में)**

अंजना जैन , सुल्तान मोरे

प्राध्यापक (अर्थशास्त्र),
शोधार्थी (पीएच.डी. अर्थशास्त्र) .

सारांश :- प्राचीन काल से ही भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि उपजों के विपणन का महत्वपूर्ण स्थान रहा है, स्वतंत्रता प्राप्ति के 65 वर्ष के बाद भी देश की अर्थव्यवस्था कृषि पर निर्भर है, कृषि उपजों में कपास भारत की एक मुख्य नगद फसल है जिसकी खेती लगभग 12.2 करोड़ हैक्टेयर भूमि में होती है और प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष रूप से 5.5 करोड़ से अधिक व्यक्ति इस कार्य में लगे हैं, कृषि उपजों की उचित विपणन व्यवस्था का होना आवश्यक है। विपणन का विकास मानव सभ्यता का सहगामी रहा है, यही कारण है कि वर्तमान सभ्यता में विपणन का क्षेत्र अत्यंत विस्तृत एवं विकसित दिखाई देता है, यातायात के आधुनिक साधनों की खोज एवं वैज्ञानिक अविष्कारों ने विपणन को एक नया मोड़ दे दिया है, यही कारण है कि विपणन का क्षेत्र अंतर्राष्ट्रीय स्तर तक बढ़ गया है और आज ऐसी स्थिति निर्मित हो गई है विपणन प्रक्रियाओं की प्थिलता से संपूर्ण विश्व प्रभावित हो जाता है। उत्पादकों से उपभोक्ता तक मध्यस्थों की एक लम्बी कड़ी निरंतर बढ़ती जा रही है ऐसी स्थिति में उत्पादक यदि मेहनतकष होने के साथ-साथ बाजार का ज्ञान रखने वाला ना हो तो अपनी उपज का उचित मूल्य पाने में असफल रहता है, इसलिये कहा जाता है कि उत्पादन और विपणन दो छोर हैं जिनको साधने वाला व्यक्ति ही वर्तमान आर्थिक युग में सफल हो सकता है।

Key word:- कपास विपणन तथा विपणन में आधुनिक तकनीक व प्रभाव

प्रस्तावना :

वर्तमान में कृषि का विकास केवल अधिक कृषि उत्पादन तक ही सीमित न होकर सुव्यवस्थित विपणन पद्धति में निहित है। प्राचीन समय में यह कहावत थी कि एक अच्छे कृषक की “एक आँख हल पर और दूसरी आँख बाजार पर होती है।” परन्तु कृषि विकास के साथ-साथ व्यापारिक फसलों का महत्व बढ़ा और कृषि विपणन का महत्व भी बहुत बड़ा वर्तमान में कृषि जीवन निर्वाह का साधन न होकर एक व्यवसाय बन गई है। वर्तमान में यह कहा जाता है कि, “एक अच्छे कृषक के दोनों हाथ हल पर तथा दोनों आँखें बाजार पर लगी रहती हैं।” योजना में कहा गया है कि, “देश की अर्थव्यवस्था में कृषि विपणन का महत्वपूर्ण स्थान है। कृषि उत्पादन (कपास) को तब तक पुरा नहीं कहा जा सकता जब तक की पैदावार बिक न जाए। केवल अधिक उत्पादन कर लेने से ही भूमि के जोतने वालों को लाभ नहीं पहुँच सकेगा वरन् यह भी आवश्यक है कि पैदावार की बिक्री के लिए कुशल व्यवस्था की जाए।” कृषि उपज की प्राचीन विक्रय पद्धति में कई दोष थे।

कृषक अपनी दैनिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए साहूकारों से ऋण लिया करता था। तथा उपज उत्पादित होने पर ऋण के बदले अपनी उपज उसे दे दिया करता था, इस प्रकार साहूकार भोले-भाले किसानों की उपज प्राप्त कर ऋण राशि से कई अधिक राशि प्राप्त कर लेता था। कृषकों को अपनी उपज मजबूरी में साहूकारों को प्रदान करनी पड़ती थी। कहा भी गया है कि “भारतीय कृषक ऋण में ही जन्म लेता है, और ऋण में ही मरता है, और विरासत के रूप में अपनी संतानों को ऋण ही सौपता है।” कृषक शेष बची उपज को गाँव के ही छोटे व्यापारियों को बेच देते थे ये व्यापारी छोटी-छोटी मात्रा में एकत्र की गई उपज को शहर के व्यापारियों को लाभ लेकर बेच देते थे। इस प्रकार उपज का जो प्रतिफल कृषक को प्राप्त होना चाहिए था वह ग्रामीण व्यापारी व कृषक में बट जाता था वहाँ ग्रामीण व्यापारी कृषक से उपज सस्ते मूल्य पर प्राप्त करते ही थे साथ ही तौल आदि में भी बेईमानी करते थे यही कारण था कि कृषक अपना पसीना बहाने के बावजूद फल-फूल नहीं पाता था। विक्रय पद्धति के उपरोक्त दोषों को दूर करने तथा कृषक की इस स्थिति को सुधारने के लिये सरकार द्वारा नियंत्रित मंडियों की स्थापना की गई है। जिसका प्रमुख उद्देश्य कृषक द्वारा उत्पादित कृषि उपज का उचित मूल्य दिलाना तथा मंडियों का नियमन कर ऐसी व्यवस्था करना है कि तौल व भूगतान आदि में किसी प्रकार से कृषकों का शोषण न हो पाए।

जहाँ तक बड़वानी जिले में “कपास के विपणन पर आधुनिक तकनीकी के प्रभाव का सवाल है उन्हें आधुनिक तकनीकी अपनाने में कई समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है। इन समस्याओं को दुर्गम एवं पहुँच विहीन क्षेत्र शिक्षा एवं जागरूकता की कमी, आर्थिक

पिछड़ापन एवं शोषण सिंचाई के साधनों का अभाव और कृषि उपज मंडियों एवं बाजारों का दूर होना प्रमुख है।

समको का संकलन

प्राथमिक तथ्यों का संकलन कृषकों से साक्षात्कार, कृषि विभाग के कार्यालयों के अधिकारियों एवं कर्मचारियों से साक्षात्कार, समूह चर्चा एवं अवलोकन द्वारा किया गया।
द्वितीयक तथ्यों का संकलन पुस्तकों, पत्र-पत्रिकाओं, वार्षिक रिपोर्ट, जनगणना रिपोर्ट, कृषि विभाग, के आधार पर किया गया है।

प्रयुक्त सांख्यिकी तकनीकी

अध्ययन हेतु उत्तरदाताओं से प्राप्त सूचनाओं को यांत्रिक एवं मानवीय पद्धतियों से विश्लेषित किया गया है। सर्वप्रथम संकलित सूचनाओं की कोडिंग की गई उसके आधार पर मास्टर चार्ट तैयार कर सारणीयन किया गया। तत्पश्चात् सूचनाओं की सत्यता के परीक्षण हेतु सांख्यिकीय विश्लेषण किये गये है।

शोध अध्ययन के उद्देश्य

- 1.कपास विपणन की वास्तविक स्थिति का मूल्यांकन करना।
- 2.कपास उत्पादन एवं विपणन पर आधुनिक तकनीकी के प्रभाव का अध्ययन करना।
- 3.कपास उत्पादन एवं विपणन संबंधी समस्याओं का पता लगाना। व सुझाव प्रस्तुत करना।

अध्ययन की परिकल्पना

- 1.कपास के विक्रय पर विक्रय स्थान का सार्थक प्रभाव पड़ता है।
- 2.कपास विपणन हेतु आज भी किसान परम्परागत तौल काटों का ही उपयोग करते हैं।
- 3.कपास हेतु गाँवों में सूचना प्राद्योगिकी का अभाव है।

कपास उत्पादकों द्वारा किये जाने वाले विपणन को दो भागों में विभाजित किया गया है प्रथम थोक रूप में तथा दूसरा फूटकर जिसमें आवश्यकतानुसार समय-समय पर विक्रय किया जाता है जिसकी विवेचना निम्न तालिका में स्पष्ट किया गया है।

तालिका क्रमांक 0.1
कपास विपणन की स्थिति

क्र.सं.	तहसील	थोक		खुदरा (खेरची)	
		आवृति	प्रतिशत	आवृति	प्रतिशत
1.	राजपुर	86	21.50	14	3.50
2.	सेंघवा	90	22.50	10	2.50
3.	बड़वानी	90	22.50	10	2.50
4.	पानसेमल	94	23.50	06	1.50
कुल		360	90.00	40	10.00

स्त्रोत : सर्वेक्षित समंक

उपर्युक्त तालिका से स्पष्ट है कि बड़वानी जिले में कृषकों द्वारा कपास का विपणन दो प्रकार से किया जाता है जिसमें 90 प्रतिशत कृषकों ने थोक रूप में बेचा तथा 10 प्रतिशत कृषकों ने खुदर रूप में बेचा।

अध्ययन में पाया गया है कि जो कृषक थोक रूप में कपास बेचते हैं वे वर्तमान मूल्य पर बेचना पसंद करते हैं वे मूल्य परिवर्तन का इन्तजार नहीं करते हैं इसका महत्वपूर्ण कारण यह है कि एक मुस्त रकम प्राप्त करना चाहते हैं उनमें ज्यादातर ऐसे कृषक हैं जो सम्पन्न हैं तथा

ऐसे कृषक भी पाये गये जिनके पास भण्डारण की सुविधा नहीं है जलने या नष्ट होने की संभावना बनी रहती है। जो कृषक खुदरा रूप में कपास का विपणन करते हैं उनमें ज्यादातर आर्थिक रूप से गरीब कृषक होते हैं जो अपनी दैनिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिये समय-समय पर थोड़ी-थोड़ी मात्रा में बेचते हैं वैसे ये कृषक स्थानिय या गाँव के व्यापारी को ज्यादा बेचते हैं। जिसकी सार्थकता ज्ञात करने के लिये परिकलित काई वर्ग (χ^2) मूल्य 64 है अर्थात 6.635 द 64 की तुलनात्मक दृष्टि से थोक विक्रय तथा खुदरा विक्रय के मध्य सार्थकता का पूर्णतः अभाव है अर्थात प्रत्येक गतिविधि पूर्णतः स्वतंत्र है जो किसी भी प्रकार से एक-दूसरे पर निर्भर नहीं है। इसी परिपेक्ष में कृषकों द्वारा कपास का विक्रय कर रहे हैं जिसकी विवेचना निम्न तालिका में स्पष्ट किया गया है।

तालिका क्रमांक 0.2
कपास विपणन के स्थान की स्थिति

क्र.सं.	विक्रय स्थान	आवृत्ति	प्रतिषत
1.	मण्डी	212	53.00
2.	स्थानीय	74	18.50
3.	सहूकार एवं महाजन	114	28.50
कुल		400	100.00

स्त्रोत : सर्वेक्षित समंक

उपर्युक्त तालिका से स्पष्ट है कि 53 प्रतिषत कृषक कपास का विपणन कृषि उपज मण्डी में विक्रयार्थ लाते हैं 18.5 प्रतिषत कृषक स्थानिय स्तर पा गाँव में खरिदने वाले व्यापारियों को विक्रय करते हैं तथा 28.5 प्रतिषत कृषक पूर्व निर्धारित महाजनों को विक्रय करते हैं। अध्ययन में पाया गया कि जो व्यापारी मण्डी विक्रयार्थ कपास मण्डी में लाते हैं उनमें ज्यादातर थोक विक्रय करने वाले कृषक होते हैं जहाँ भारतीय कपास निगम, जीनिंग व्यापारी, इत्यादी खरीद करते हैं हाँलाकि कृषि उपज मण्डी में न्यूनतम समर्थन मूल्य पर खरीदी पर होता है इसी प्रकार स्थानीय स्तर पर गाँव में बाहर से तथा गाँव के व्यापारी द्वारा खरीदी करते हैं। इस प्रकार कृषकों द्वारा साहूकारों को विक्रय करते हैं इनमें ऐसे व्यापारी सम्मिलित होते हैं जो कृषकों को उधार धन देते हैं या कृषकों के साथ पूर्व संबंध होते हैं जिसके कारण तय शुदा समय पर विक्रय किया जाता है। जिनकी सार्थकता ज्ञात करने के लिये परिकलित काई वर्ग (χ^2) मूल्य 18.91 है अर्थात 6.635 द 18.91 की तुलनात्मक दृष्टि से स्पष्ट है कि कपास विपणन के स्थान में सार्थकता का अभाव है अर्थात् विक्रय माध्यम पूर्णतः स्वतंत्र है। जिसमें कृषक अपनी इच्छा तथा साधन सुविधा के आधार पर कपास विक्रय के लिये स्वतंत्र है। अर्थात् कपास के विक्रय पर विक्रय स्थान का सार्थक प्रभाव पड़ता है। कपास विपणन के दौरान आधुनिक तकनीक का प्रत्यक्ष प्रभाव देखा गया है जिसमें नापतौल, सूचना साधन, यातायात इत्यादी महत्वपूर्ण तथ्य होते हैं जिसकी विवेचना निम्न तालिका में स्पष्ट किया गया है।

तालिका क्रमांक 0.3
कपास विपणन में आधुनिक तकनीक एवं साधन की स्थिति

क्र.सं.	आधुनिक स्थिति	आवृत्ति	प्रतिषत
1.	इलैक्ट्रानिक तौल	198	49.50
2.	परिवहन साधन	79	19.75
3.	सूचना साधन	51	12.75
कुल		328	82.00

स्त्रोत : सर्वेक्षित समंक

उपर्युक्त तालिका से स्पष्ट है कि कुल सर्वेक्षित इकाईयों में से 49.50 प्रतिषत कृषक इलैक्ट्रानिक्स तौल काँटे का उपयोग करते हैं, 19.75 प्रतिषत कृषक आधुनिक परिवहन साधनों का उपयोग करते हैं। इस प्रकार समस-समय पर शासन द्वारा तथा भारतीय कपास निगम द्वारा जारी न्यूनतम समर्थन मूल्य जानने के लिये 12.75 प्रतिशत कृषक आधुनिक सूचना प्रणाली का उपयोग करते हैं। अध्ययन में पाया गया कि बहुत कम कृषकों द्वारा आधुनिक तकनीक तौल काँटे का उपयोग करते हैं इनमें ऐसे कृषक हैं जिनकी कृषि जोत अधिक है तथा शिक्षित हैं। आधुनिक परिवहन साधनो में ट्रैक्टर ट्राली, मिनी ट्रक इत्यादि हैं इनके उपयोग कर्ता ऐसे कृषक हैं जिनके पास

अधिक मात्रा में कपास उपलब्ध हैं, जिसके पास इन्टरनेट सुविधा प्राप्त हैं वे कपास के मूल्य की जानकारी समय–समय पर लेते हैं।

परिणाम –

कुल 90 प्रतिशत कृषक कपास का विक्रय थोक बाजार में करते हैं। जबकि 10 प्रतिशत कृषक उपज को खेरची बाजार में विक्रय करते हैं। तहसीलों का कपास के विक्रय के प्रकार का सार्थक प्रभाव नहीं पड़ता है।

कपास के विक्रय पर विक्रय स्थान का सार्थक प्रभाव पड़ता है। उत्तरदाता कृषकों में से 51.8 प्रतिशत कृषक अपनी उपज को मण्डी में तथा 29.8 प्रतिशत कृषक साहूकार को जबकि 18.5 प्रतिशत कृषक गांव में ही अपनी उपज का विक्रय करते हैं।

पानसेमल तहसील के सर्वाधिक 69 प्रतिशत, सेंधवा तहसील के 55 प्रतिशत, राजपुर तहसील के 53 प्रतिशत एवं बड़वानी तहसील के 35 प्रतिशत कृषक अपनी उपज को मण्डी समिति में विक्रय करते हैं। इन सभी कृषकों को मण्डी शुल्क के रूप में कमीशन देना पड़ता है। वे कृषक जो कपास का विक्रय साहूकार, या महाजन को विक्रय करते हैं। उन्हें कमीशन नहीं चुकाना पड़ता है। राजपुर एवं बड़वानी तहसील से कम संख्या में कृषक अपनी उपज को मण्डी समिति में विक्रय करते हैं अतः कमीशन देने वाले कृषकों की संख्या भी कम है। इसका कारण शिक्षा व तकनीकी ज्ञान का अभाव पाया गया हैं।

सर्वाधिक 87.75 प्रतिशत कृषकों के पास उपज भण्डारण हेतु परंपरागत भण्डार सुविधायें उपलब्ध नहीं है जिसके कारण उन्हें उपज शीघ्र ही बेचनी पड़ती है। तथा आर्थिक स्थिति अच्छी न होने के कारण भी कृषकों कृषि उपज को तुरंत ही विक्रय कर देते हैं जिसके कारण उन्हें कृषि उपज का पर्याप्त मूल्य नहीं मिल पाता है और अपनी कृषि उपज को कम दाम पर ही विक्रय करते हैं।

कपास का उत्पादक गाँव में रहने वाला असंगठित किसान एवं कपास का उपभोग करने वाला संगठित वस्त्र उद्योग अर्थात कपड़ा मिलों के बीच मध्यस्थों की एक श्रंखला खड़ी हो गयी है, मध्यस्थों की उपयोगिता विवादास्पद रही है, यद्यपि मध्यस्थ समाज को महत्वपूर्ण सेवाएँ प्रदान करते हैं, परंतु उनके द्वारा उपभोक्ता से प्राप्त मूल्य का जितना बड़ा हिस्सा हड़प लिया जाता है उससे विपणन का ज्ञान रखने वाले सभी लोग मध्यस्थों पर अवांछनिय शोषण का आरोप लगाते हैं। कपास एक व्यावसायिक फसल है, यह न केवल कृषकों के आर्थिक जीवन की रीढ़ है वरन् जिले के औद्योगिक विकास का एक महत्वपूर्ण घटक है, इसलिए आवश्यक है कि कपास कि कृषि एवं विपणन से संबंधित महत्वपूर्ण समस्याओं पर ध्यान दिया जाये एवं उनका समाधान किया जाये जिससे कपास की फसल जिला बड़वानी के किसानों एवं कपास उत्पादक कृषकों को अधिक से अधिक समृद्ध बनाये। कपास की कृषि एवं विपणन से संबंधित समस्यायें निम्न हैं—

भारत में विपणन प्रक्रिया को अत्यंत दोषपूर्ण बताया जाता है। क्योंकि चालाक बुद्धि मान मध्यस्थ उत्पादक व उपभोक्ता दोनों पक्षों को अनेक तरीके से हानि पहुँचाते हैं, स्वतंत्रता के बाद सरकार ने ऐसे लोगों को नियंत्रित करने के लिये नियमित कृषि उपज मंडियों की स्थापना की जहाँ स्वतंत्र प्रतिस्पर्धा के प्रयास किये जाते हैं। राजपुर, सेंधवा, बड़वानी व पानसेमल की मंडियों में बैलगाड़ियों से जो कपास आता है वह अधिकांश वास्तविक उत्पादकों का नहीं है विभिन्न जिनिंग मिल मालिकों एवं व्यापारियों से निजी बातचीत के दौरान यह बताया कि मण्डियों में आने वाले कपास का 45 से 50 प्रतिशत भाग ही वास्तविक उत्पादक का होता है और शेष कपास ग्रामीण क्षेत्रों के फुटकर व्यापारी लाते हैं। इससे तीन समस्यायें उत्पन्न होती है। इससे तीन समस्यायें उत्पन्न होती है।

- 1.फुटकर व्यापारी अनेक किसानों से कपास एकत्र करते हैं और बैलगाड़ियों में लेकर आते हैं, जिसके परिणामस्वरूप एक बैलगाड़ी में से एक से अधिक किस्म का कपास होता है और इस मिलावट के कारण माल की सुपुर्दगी के समय विवासद उत्पन्न होते हैं।
- 2.फुटकर व्यापारी से सीमांत कृषक कपास के उत्पादन से पहले तीज त्यौहार या अपनी पारिवारिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिये ऋण लेते हैं, और फसल आने पर उस व्यापारी को कम मूल्य पर भी अपनी उपज बेचने के लिये बाध्य होता है।
- 3.फुटकर व्यापारी किसानों को उसके घर पर नगद भुगतान करके कपास लाते हैं सामान्यतः किसान को अपने दरवाजे पर वह मूल्य नहीं मिल पाता है जो उसे मण्डी में प्राप्त होता है उसके सिवाय ये किसान मण्डी से संपर्क नहीं रख पाते जिससे उन्हें यह ठीक प्रकार से मालूम नहीं रहता है कि बाजार में क्या भाव चल रहा है, जबकि इसका क्रेता मण्डी से संपर्क में रहता है और अधिक चतुर होता है, अतः किसान को अपेक्षाकृत कम मूल्य देता है।

सुझाव –

विपणन की समस्या के लिये भी उन्हें सुझाव दिये गये उन्हें बताया गया कि उन्हें इलेक्ट्रिक कांटे पर कपास तौल कर विक्रय करनी चाहिये। महाजनों को माल का बिक्रय नहीं करना चाहिये बल्कि उन्हें सहकारी मण्डियों में ही माल का विक्रय करना चाहिये। उपज का मूल्य जानने हेतु उन्हें आधुनिक तकनीक के साधनों जैसे टी. वी., रेडियो का प्रयोग करना चाहिये।

कृषकों को अपनी उपज को कृषि उपज मण्डी में विक्रय करने एवं साहूकारों को उपज न विक्रय हेतु प्रेरित किया जाना चाहिए। कृषि उपज मण्डी और साहूकारों के मध्य अन्तर और तौल आदि में धोकाधड़ी की जानकारी दी जानी चाहिए। साथ ही इस पर शासन को नियंत्रण करना चाहिए।

ग्रामीण क्षेत्रों में कपास उपज को अधिक समय तक सुरक्षित रखने हेतु भण्डारण व्यवस्था और कृषकों को भण्डारण की आधुनिकतम एवं सस्ती सुविधा उपलब्ध करायी जानी चाहिए।

किसानों को इस बात के लिए भी प्रेरित किया जाये कि वे कपास उपज गाँव के फुटकर व्यापारी को न दे वरन् मण्डी में ला कर बेचे।

मण्डी में आने वाली गाड़ियों की किस्म पर पूरा नियंत्रण रखा जाये और एक ही किस्म की कपास की गाड़ियों को एक साथ खड़ा किया जायें।

जहाँ तक सम्भव हो गाड़ियों को नीलाम ना किया जाये वरन् प्रत्येक गा डी के लिये अलग–अलग बोली लगायी जाये ताकि अच्छी किस्म की

कपास को पूरा भाव मिल सकें और क्रेता पूरे ढेर को औसत भाव पर ना खरीदें।
तौलने के समय पूरी ईमानदारी रखी जाये और तुलावटी बिना किसी पक्षपात के पूरी ईमानदारी से काम करें।
मण्डी में कर्मचारियों की संख्या पर्याप्त होना चाहिये ताकि निलामी का कार्य सुचारु रूप से हो और उसमें किसी प्रकार की जल्दबाजी न की जायें।
कुछ व्यापारियों ने यह भी सुझाव दिया कि मण्डी में दो तरह के नीलाम होना चाहिये, जो किसान नगद भुगतान चाहते हैं उनकी गाड़ियों का नीलाम अलग किया जाये और जो उधार बेचना चाहते हैं उनका कपास अलग नीलाम किया जाये ऐसा करने से क्रेता व विक्रेता का यह मालूम होगा कि उन्हें राशि कब मिलेने वाली है और वे उसके अनुसार बोली लगायेंगे।
कपास के भाव संचार के सभी माध्यमों से दूर-दूर तक प्रसारित किये जायें। वर्तमान मे रेडियों के साथ-साथ टी. वी. भी गाँव में पहुँच गये है यदि संचार के इन माध्यमों पर कपास की विभिन्न किस्मों के भाव प्रसारित किये जायें तो किसानों को मण्डी जाने की प्रेरणा मिलेगी।

संदर्भ सूची

1. मध्य प्रदेश “कृषि उपज मण्डी अधिनियम” (1992) सुविधा लॉ हाऊस, भोपाल।
2. षुक्ला देवतत्त, “कृषि एवं औद्योगिक विपणन व्यवस्था” (1968) बुक स्टोर आगरा।
3. वार्षिक रिपोर्ट, कृषि एवं सहकारिता मंत्रालय भारत सरकार, नई दिल्ली
4. वार्षिक रिपोर्ट, भारतीय कपास निगम, नवी मुम्बई (2009)
5. डॉ. जैन एस.सी., विपणन प्रबंध साहित्य, साहित्य भवन आगरा (2008) पृ.सं. 123
6. मित्तल, एस.सी, कृषि अर्थशास्त्र, साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा (2005) पृ.सं. 201



अंजना जैन

प्राध्यापक (अर्थशास्त्र) सुल्तान मोरे, शोधार्थी (पीएच.डी. अर्थशास्त्र)

Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ International Scientific Journal Consortium
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- Google Scholar
- EBSCO
- DOAJ
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Indian Streams Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.isrj.net